



项目一

初识商品拍摄与图片处理

学习目标

- (1) 了解当前电子商务的发展趋势。
- (2) 了解网店商品拍摄与图片处理的作用。
- (3) 了解网店商品拍摄与图片处理相关岗位的职责及技能要求。
- (4) 掌握网店商品图片的基本特征和要求。

任务一 商品拍摄与图片处理的意义

一、电子商务的蓬勃发展

根据工业和信息化部的相关报告,我国的电子商务正处于蓬勃发展阶段,它带动了我国传统经济领域的二次腾飞,为广大新青年创造了大量的就业机会,为实现我国 GDP 的快速、稳定增长起到了至关重要的推动作用。中国电子商务研究中心的监测数据显示,2016 年中国电子商务交易额为 22.97 万亿元,同比增长 25.5%。其中,B2B 市场交易额为 16.7 万亿元,同比增长 20.14%;网络零售市场交易额为 5.3 万亿元,同比增长 39.1%,预计 2017 年全年中国网络零售市场交易规模有望达 7.5 万亿元。农村电商方面,2016 年农村网购市场规模达到了 4 823 亿元,同比增长 36.6%,预计 2017 年全年将突破 6 000 亿元。通过分析 2011—2016 年网络购物市场规模数据,可以发现电子商务的市场规模仍然在不断扩大,2015 年 3.8 万亿元,2016 年 5.0 万亿元,2017 年预计会增长到 6.2 万亿元,不过电子商务市场规模的增长率正在逐年下降。2017—2019 年中国网上零售市场规模预测如图 1-1 所示。

2017 年电子商务行业的发展趋势如下。

趋势一:随着政策出台、监管升级、消费升级,C2C 平台的比例将继续逐年下滑。

趋势二:B2C 电商模式不断创新、玩法继续丰富。除反向 C2B 定制、宅配、众筹、社交拼团、一元购、品质优选、原产地直供、周期购外,B2C 电商新玩法将层出不穷。

趋势三:社交模式将成为 B2B 营销趋势,从而降低平台获客成本;SaaS 将与 B2B 平台实现无缝衔接;B2B 企业致力于打造全产业链闭环生态圈。



趋势四:受“四八新政”(2016年跨境电商税收新政)延期、“一带一路”利好政策频频出台、保税与跨境物流完善、中产阶级消费升级、中国制造任重道远等因素的影响,跨境电商将成为各大电商追逐风口。

趋势五:政策利好、平台巨头加码、大众“互联网+”这“三驾马车”加速发展,成为农村电商网络零售市场今后的重要增长点。

趋势六:生鲜电商行业虽延续“死亡”高风险,但鉴于高频刚需带动的巨大市场前景,将继续受到创业者热捧,各平台通过本地化、众包化、O2O、差异化等方式展开竞争。

趋势七:线上与线下企业从对抗逐渐走向相互渗透融合,并探索新零售模式,O2O的价值将达到一个新高度。

趋势八:各种形式的智能购物将不断涌现,VR、AR、MR各种人工智能与虚拟购物体验成为新趋势。

趋势九:C2C类微商乱象频现,成为监管盲区,亟须规范;B2C类微商受微信构建移动社交购物生态圈利好措施影响,有望迎来优胜劣汰。

趋势十:网红电商直播平台将面临强有力的监管,行业面临洗牌,商业链条将会遭遇一次及时的道德校准和净化,相应的监管机制也将建立,在此过程中,行业的动荡仍会发生。

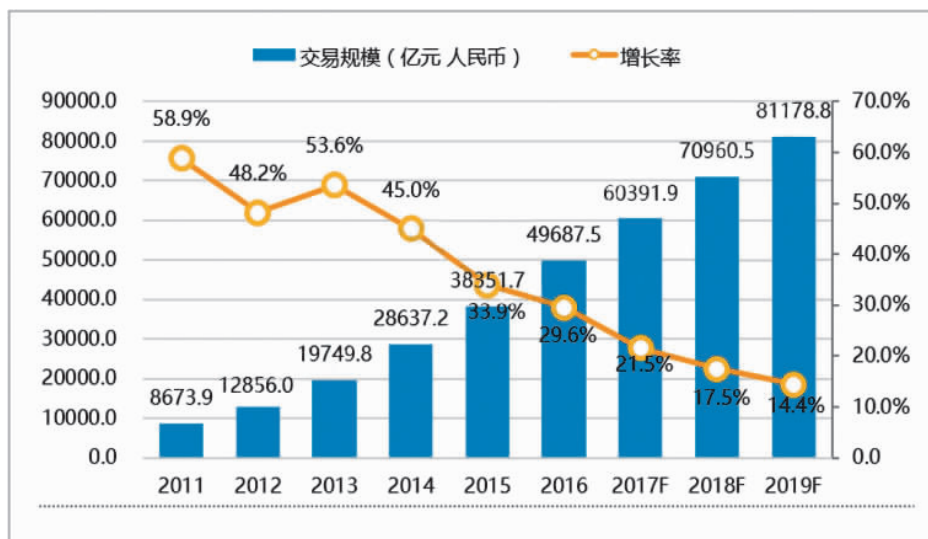


图 1-1 2017—2019 年中国网上零售市场规模预测

二、商品拍摄与图片处理的作用

“网购”指的是在虚拟的网络世界里进行交易,买家看不到商品的实物,只能通过卖家放在网店上的商品照片和说明文字对商品进行了解。常有网店卖家抱怨:“我的商品都是好东西,点击率却为什么这么低呢?”对于这样的情况,通常来说,除了店铺的推广因素外,图片是否足够吸引人也是非常重要的一个因素。很多卖家在拍摄商品的时候,将商品随意摆放,并胡乱拍摄,而不考虑拍摄环境及画面背景,这种看似贴近生活的随意性照片往往很难吸引买家的关注。图 1-2~图 1-4 所示为针对几组同样的商品拍摄出来的不同效果。



图 1-2 双肩女士牛津包照片对比



图 1-3 女士细跟蝴蝶结浅口单鞋照片对比



图 1-4 女士翡翠手镯照片对比

从以上三组商品照片可以看出,同样的商品,不同的摄影工具,不同的摄影技巧,拍出来的效果可以说大相径庭。如果你是买家,看到这两个版本照片的商品时,感觉哪一个更能展现商品的价值,更能吸引你的注意呢?

网店中的商品照片不仅要能够清晰、真实地表现商品,而且要让买家看到后能够产生购买欲望。所以,对于卖家来说,没有用心准备和精心设计而随意拍摄商品,很可能失去成功



交易的机会,无法提升信用度,从而导致店铺失去应有的竞争力。一幅有视觉冲击力的高品质商品照片能够提升店铺的整体视觉效果,影响买家对商品的认知与购买转化,从而影响商品的销量。

1. 提高买家点击概率

在众多的网店商品中,利用照片使自己的商品被及时发现,就可以吸引买家点击浏览,增加浏览量,并进入店铺。它就像商店的橱窗在产品销售中扮演的重要角色,当买家走过店面时,如果对店面产生好感并加以关注,就会走进店里。同理,在网店中,买家通过搜索并对自己所需要的商品进行筛选时,一张美观的照片就能使买家产生好感,提高商品被发现的概率,从而吸引买家点击链接进入店铺查看商品的详细信息。

2. 提高商品的销量

网店中的商品照片是消费者了解商品特性的主要途径之一。在商品营销的过程中,一张好的商品照片,可以使其在同类产品中脱颖而出。让买家耳目一新的照片,可以增加商品关注度,同时,通过不断挖掘潜在客户,提高其在同类商品中的竞争力。同样类型的商品采用不同的照片拍摄技巧和处理效果,会给买家留下截然不同的印象,将严重影响买家的购买决策。好的商品照片会给买家带来一种愉快的购买体验,大大提升商品的下单量,从而提高商品的销量。

可见,商品照片拍摄的重要性不言而喻。图 1-5 所示为几幅高品质的商品照片。



图 1-5 几幅高品质的商品照片

任务二 商品拍摄与图片处理的相关岗位

一、网店商品摄影师岗位

网上开店是通过网络桥梁与消费者接触的,这使买家不能直接看到商品实物,他们认知网上商品通常都是从海量的精美图片开始的。一张出彩的实物照片胜过千言万语,再卖力的吆喝也不如一张张原创的商品图片更有说服力,这是让很多买家心动下单的关键。作为电子商务产业链中重要的一环,图片成了网店更新与介绍商品的主要载体,于是网店商品摄影师这个新兴的行业应运而生。

网店商品摄影师是指为网上商店所销售的商品拍摄照片的专业人士。网店商品摄影师除应具有摄影专业知识和技能外,更应具有良好的沟通能力及商业化的视角,在将商品拍好的同时,还要体现出商品的特性,并需要不断创造新的效果来吸引买家。

通常来说,网店商品摄影师需要具备如下基本技能。

(1)真实、客观地拍摄商品。作为网店商品摄影师,应该持客观态度去拍摄。首先,商品本身的特征应该得到尽量全面的展示,如果照片对商品展示得不够全面,照片的真实性就会遭到买家的质疑。同时,拍摄的时候应该从多个角度去展示商品,在主观上不刻意回避商品存在的一些问题。

(2)具备较好的美学素养。商品照片要具有一定的美观性,这是因为从视觉层面上看,买家主要依靠观看图片来增加其对商品的了解,商品除了功能性和价格等因素外,要有足够的美感才能够打动买家。商品照片要显得美观,首先商品本身要具有美感;其次在工具上应该选择专业的照相机;最后也是最重要的因素,就是拍摄者自身需要有一定的美学素养。

二、商品采编岗位

商品采编就是对商品信息进行编辑和整理,该过程包括3个环节:商品拍摄、图片美化及详情页设计。以下针对商品采编岗位每个环节的工作内容进行具体介绍。

1. 商品拍摄

首先根据所拍摄商品的特性和实际情况,选择室内摄影棚或者室外作为拍摄场地,然后利用专业的摄影器材和拍摄方法多角度地拍摄商品,将商品的各种信息和特点尽量地通过照片的方式加以体现,让照片中的商品呈现出最真实、最好的效果。

2. 图片美化

运用 Photoshop 图形图像处理软件对照片进行简单的处理,如调整尺寸、调整亮度和对比度、修复瑕疵等,让图片变得更加美观,更能吸引买家。

3. 详情页设计

将处理后的商品图片进行拼接并加以图文编排,提供给买家想要知道的信息,最终形成完美的商品详情页。

商品采编工作的正常运转直接影响整个电商企业的健康发展,因此有必要了解电商企业核心部门的设置及采编工作所起的作用。根据企业性质的不同,商品采编工作的岗位设置也不同。

(1)传统企业。在传统企业中,通常设置电商运营部门管理网上店铺,电商运营部门下设多个组别,其中美工组起到了非常重要的作用。美工组一般由3个人组成,组长1名,设计师2名。传统企业美工组的组织架构如图1-6所示。

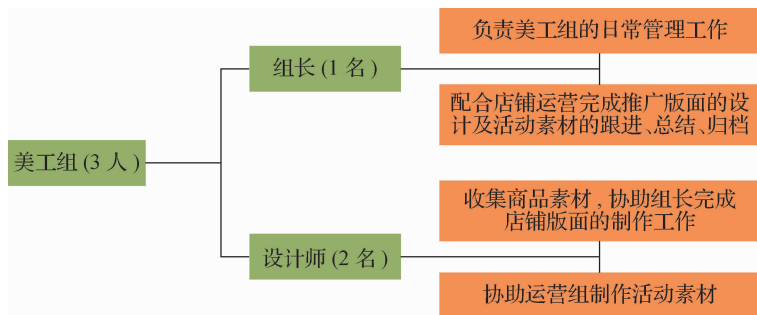


图 1-6 传统企业美工组的组织架构



(2) 电子商务视觉服务类公司。随着电子商务的发展,电子商务视觉服务类公司逐渐增多。这类公司主要帮助其他公司完成商品拍摄、图片处理、店铺设计及后期包装等任务。这类公司一般针对商品采编的 3 个环节设有专门的工作岗位。电子商务视觉服务类公司美工组的组织架构如图 1-7 所示。其中摄影助理辅助摄影师完成商品的拍摄,包括场景的选择、灯光的设置等。图片美化由美工和文案共同完成,美工负责图片的美化和修饰,文案负责配上相关的商品文字。在商品详情页的设计和制作过程中,设计师负责对图片和文字进行排版与美化,设计师助理负责完成辅助工作。

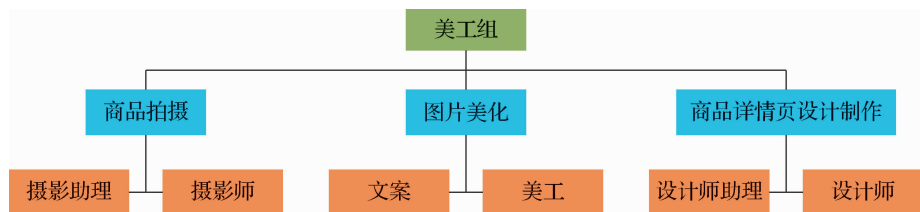


图 1-7 电子商务视觉服务类公司美工组的组织架构

(3) 对于普通网店来说,由于规模、资金有限,通常由 1 人(店主或美工)完成商品拍摄、图片美化、商品详情页制作及上传等工作。普通网店美工的组织架构如图 1-8 所示。



图 1-8 普通网店美工的组织架构

任务三 商品图片的基本特征和要求

众所周知,实体店有橱窗展示、柜台陈列,顾客能面对面地对实物进行观察、触摸和试穿、试用。而网络购物,顾客是接触不到商品的,因此商品图片在网店中就起着至关重要的作用。一张好的图片是吸引买家点击和购买的重要因素。图片质量的好坏直接影响着商品的点击率。由于网店商品图片是用于在网店的网页上展示的,因此,除了要对图片的尺寸和数量有明确的要求外,还要求网店商品图片能够反映商品全貌、准确还原色彩、清晰展现商品细节、突出商品卖点等。同时,对网店商品图片通常需要进行一些后期处理,因此,在商品前期拍摄的过程中就需要考虑图片的后期处理要求,尽可能让原始照片符合后期处理的需要。

一、图片尺寸应符合网店要求

图片的尺寸通常用像素(px)来表示。例如,600 px×400 px 表示图片长边具有 600 px,短边具有 400 px,图片的像素总和为 240 000 px。如果在 Photoshop 中打开一张图片,就可以查看到图片的大小和尺寸,但通常要求图像的大小是没有实际意义的,因为不同品牌的照相机、不同的后期处理方法会导致图像的大小发生变化,800 000 px 的图像未必就比 400 000 px 的图像具有更好的画质,横向比较这个参数并没有太大的意义。

而图像的尺寸则是一个明确的参数要求。淘宝平台对很多区域中的图片的尺寸和大小都有一定的要求。目前,淘宝上常见的商品图片以三个不同的尺寸来显示。在浏览商品时,图片的显示尺寸是 80 px×80 px,以图表方式显示时是 160 px×160 px,进入商品详情页后的显示尺寸为 312 px×312 px。因此,最好保持网店内图片的显示尺寸一致,这样看起来才更加美观。图 1-9 所示为统一显示尺寸的商品图片。

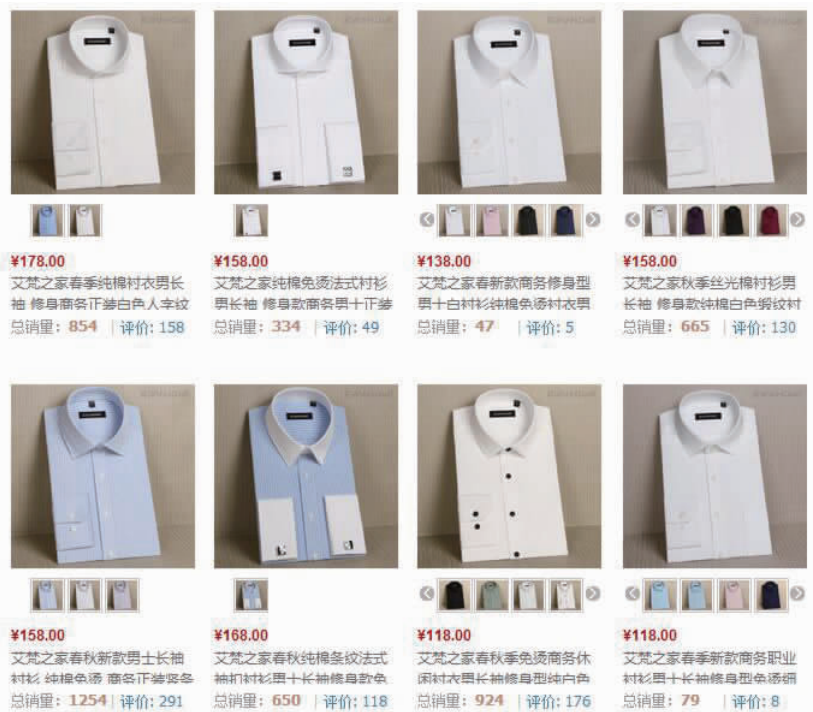


图 1-9 统一显示尺寸的商品图片

此外,淘宝平台上店招的尺寸通常为 950 px×120 px,如果将页头背景计入,则其尺寸为 1 920 px×150 px(页头背景图片的大小不能超过 200 KB)。商品主图的尺寸至少为 460 px×460 px,如果需要放大商品图片,则主图尺寸应在 700 px×700 px 以上。通常来说,如果商品图片的尺寸较小,如 500 px×500 px,那么就不要再放大了,因为这样的图片放大后会失真、模糊。

了解网店商品图片的尺寸,可以使商品拍摄者在拍摄商品之前根据网店对图像尺寸的要求来设置图像的尺寸。例如,如果网店中要求的商品图像尺寸是 750 px×500 px,那么照相机中设置的图像尺寸就不能小于 750 px×500 px,否则图像在被放到网页上后就会因为要被放大而清晰度下降。除图像本身的尺寸外,拍摄者还要考虑后期裁剪对图像尺寸的影响。例如,当没有微距镜头但需要展现细节时,就需要对图像进行裁剪,裁剪将导致图像尺寸下降。又如,当后期人员需要修改图片的长宽比例时,也会导致图像尺寸下降。所以,照相机中设置的图像尺寸应大于网店要求的图像尺寸,这样得到的商品图片才能符合要求。

二、商品主体突出

既然是网店商品图片,那么商品自然就是图片的主体。符合要求的商品图片应该能使



买家在没有任何文字说明的情况下就可以了解商品的基本特性。为了突出显示商品这一主体,通常在拍摄的时候要求商品主体尽可能大且清晰,背景尽量简单,场景的搭配物不宜太多或者太抢眼。此外,在拍摄时可以采用深景,让搭配物或背景形成虚化效果,从而突出商品主体。

如图 1-10(a)所示,在拍摄帽子的时候将鲜花作为装饰物,但是在构图上鲜花挡住了帽子,混淆了视线,导致帽子反而不突出。

如图 1-10(b)所示,同样利用鲜花作为装饰,将鲜花放到远处背景中,利用景深虚化了鲜花,让人一看就明白商品是什么。



图 1-10 商品主体突出的效果对比

三、多角度的商品细节图展示

网店商品照片用于网页展示,买家无法直接接触商品查看细节,因此,商品照片必须有多角度的细节呈现。

对于商品图片的数量,通常网店没有具体、严格的要求。一般来说,网店商品图片的数量取决于商品本身。如果商品的细节丰富,那么就需要比较多的细节图才能对商品进行全面的展现;如果商品本身的造型简单,那么就无须太多的照片。图 1-11 所示为人字拖细节图展示。



图 1-11 人字拖细节图展示

以上两张人字拖的照片从不同角度展示了鞋子的外观,足以让买家对鞋子的细节有充分的了解。

细节体现品质,针对商品局部突出元素进行细节展示,有利于买家对商品进行了解。通过商品细节可以判断商品的质量或功能特点,帮助买家排除质量方面的疑虑。商品细节图通常会采用近距离特写的方式来拍摄;对于小商品,则需要使用专业的微距镜头。丰富的细节展示有利于商品的销售。图 1-12 所示为女鞋细节图展示。



图 1-12 女鞋细节图展示



【答疑解惑】

1. 商品照片模糊

如图 1-13 所示,女包照片拍摄得很模糊,不仅使买家看不清楚女包的图案细节,而且会给人一种商品很廉价的感觉。对于这样的商品照片,买家通常不会继续浏览,更不会下单购买。



图 1-13 拍摄模糊的女包照片



(1)商品照片拍摄模糊的两种原因。

①没有使用三脚架,拍照时照相机抖动。

②没等照相机自动对焦就按下了快门。

(2)商品照片拍摄模糊的解决方法。

①对于第一种原因,需要使用三脚架。

②对于第二种原因,应先半按快门,对焦完成后再按下快门。

2. 商品照片颜色受干扰或失真

如图 1-14 所示,女鞋照片严重的色差使得原本白色的鞋子变成了浅粉色。色差过大会增加退换货的概率,也会增加客服的售后工作量甚至产生差评。

改进建议:使用白色光源。



图 1-14 有严重色差的女鞋照片

3. 商品主体不突出

如图 1-15 所示,图片中展示的商品太多,且有水印,无法看清楚每个商品上的具体图案及基本特征,所以不利于买家选购、下单。

改进建议:每张商品照片只拍摄一个主体。



图 1-15 商品主体不突出的照片



项目二

网店商品拍摄基础

学习目标

- (1) 掌握网店视觉营销的概念。
- (2) 了解色彩及色彩空间的基本概念。
- (3) 熟悉拍摄前期的准备工作。
- (4) 熟悉拍摄的具体流程及工作内容。
- (5) 熟悉拍摄后期的处理工作。
- (6) 知道如何做好交付工作。

任务一 网店视觉营销概述

一、视觉营销的定义

“视觉营销”是一个外来词,英文为 Visual Merchandising,简称为 VMD。视觉营销也称商品计划视觉化,即在市场销售中管理并展现以商品为主的所有视觉要素的活动,从而达到表现品牌或商品的特性及其他品牌或商品的差异化的目的。这项活动的核心是商品计划,同时必须依据企业的品牌理念来做决定。而其实现的过程就是利用色彩、图像、文字等方式充分展示品牌或商品,从而吸引顾客的关注,由此增加他们对品牌和产品的认可度。同时,产品描述的视觉展示就是用视觉来传达产品的性能和优势,最终达到营销制胜的效果。视觉是手段,营销是目的,而营销通过视觉来呈现。

二、实体店与网店的视觉营销

网店的视觉营销是通过实施有效的视觉传达设计来提高网店的流量和转化率,最终提高销售额的艺术。

实体终端卖场的营销手段是通过 POP 海报、通道规划、橱窗、货架、模特、产品、灯光、音乐等方式达到促进产品销售和提升品牌形象的目的。相对的,网店的营销手段包括店外广告、用户浏览动线规划、店招、轮播广告、产品描述、气氛效果、视频、音乐等。实体店和网店在销售过程中的视觉营销方式是极其相似的。

无论是实体店还是网店,都不是简单地展示与陈列,都包含了环境和商品的店铺整体表



现。完整的 VMD 需要市场分析、营销策划、视觉设计、市场推广等多方面的专业知识和分工协作。

通常来说,网购与实体购物还是有很大区别的,其中最大的区别就是顾客对商品的第一感知。在实体购物中,顾客看得见、摸得着商品,而在网购中,顾客都是通过文字与图片来了解商家及产品的。因此,网店有效的视觉传达设计是影响整个购物过程的重要因素。视觉传达效果的好坏将直接影响顾客对店铺及商品的认知和信任,甚至对品牌形象的树立起到决定性的作用。

三、网店视觉营销的意义

视觉营销的表象是视觉呈现,其核心目的是营销,就是让受众在通过视觉了解产品和品牌的同时最终达成交易,甚至成为某品牌的忠实用户。

电子商务研究“用户体验”,从销售的角度来看,网店视觉营销就是要塑造一个有良好用户体验的网店,使之成为一个让目标用户容易进、容易看、容易懂、容易选、容易买、容易回的店铺,让商品转化率与销售额产生直接联动。网店视觉营销的理念就是要达到用户与网店双方在买卖之间均可获得方便的效果。

1. 容易进

视觉营销从某种程度上可以说是采用各种“视觉化”的方式进行店铺引流。好的设计师是让用户容易进入店铺的关键要素。另外,进入店铺后,还有一层“容易进”,即容易进入各个分类或各个主推的栏目频道,甚至容易进入主推单品,在视觉上有指引地让用户跟着卖家精心规划的店铺路径走。

2. 容易看

要想尽可能地留住进入店铺的用户,除了商品本身要具有吸引力外,用户浏览时获得的视觉呈现也很重要,不论是产品、广告还是文字,一定要让用户能够很容易地识别,从而最终达到有效传达的目的。

3. 容易懂

容易懂主要是指要让用户读懂卖家的产品介绍。在网络零售中,要让用户了解卖家的产品,也就是要让用户看懂相关视觉图片、读懂产品文字、知道商品的卖点在哪里。通过把商品的特点抽象成图、文,甚至视频,让用户能够轻松了解目标产品。

4. 容易选

容易选主要涉及产品的分类设置、导航引导、产品推荐等。产品分类好比商场和超市中的区域划分与商品陈列,如果对其随便规划和摆放,一定不利于用户的选购。因此,在对网店进行视觉规划时,要做好导航条和导航区域的规划及产品分类的规划,以方便用户查找和购买。

5. 容易买

对于“容易买”,具体要注意以下几点。

- (1) 店铺中的广告是否都链接到相应的商品页上。
- (2) 商品详情页是否为用户考虑了搭配套餐的选择。

(3)商品页中的关联销售是否有必要,尽量去除无关、冗余的非关联广告。

(4)商品页中的图片尺寸和大小是否利于用户快速打开并阅读。

6. 容易回

容易回主要涉及两个方面:一方面,从感情上要让用户对网店及品牌留下深刻的印象;另一方面,从应用上可以让“店铺收藏”尽量明显或是与其他网店的不一樣。

四、网店视觉营销的好处

从某种意义上说,在网上卖产品就是卖图片。再好的商品或服务,在网络零售中如果没有用很好的视觉效果表达出来,也将无人问津;而普通的商品(商品质量一定要没有问题)通过有效的视觉表达,也能吸引受众,甚至成为“爆款”。

作为卖家,一定要知道的公式是

$$\text{销售额} = \text{流量} \times \text{转化率} \times \text{客单价}$$

总的来说,网店视觉营销主要有以下几个好处。

(1)提高流量。好的视觉广告图能吸引用户的眼球,这些从直通车、钻石展位及站内外硬广告的点击率数据上就能很明显地看出。

(2)提高转化率。好的商品详情页能吸引用户认真阅读,直至购买。

(3)提高客单价。好的视觉营销店铺路径、适当的广告位及商品页中必要的关联营销等,都将为提高客单价提供机会。

另外,好的视觉效果也会增加用户的信任感,能让用户记住,提高用户的回头率并为网店的品牌提升奠定基础。

任务二 色彩的基本常识

一、色相

色相是指色彩所呈现出来的质的面貌,是各类色彩的相貌特征,是各类色彩的相貌称谓。通俗来说,色相就是色彩的样子。色相是色彩的首要特征,是区别各种不同色彩的最准确的标准。事实上,任何黑、白、灰以外的颜色都有色相的属性,而色相是由原色、间色和复色构成的。自然界中各个不同的色相是无限丰富的,色相作为颜色测量术语,借以用名称来区别红、黄、绿、蓝等各种颜色。

色相的特征取决于光源的光谱组成及有色物体表面反射的各波长辐射的比值对人眼所产生的感觉。常用标准色系都是按照国家标准规定方法配制的。色相标准如图 2-1 所示。

从光学意义上讲,色相差别是由光波波长的长短产生的。即便是同一类颜色,也能分为几种色相,如黄颜色可以分为中黄、土黄、柠檬黄等,灰颜色可以分为红灰、蓝灰、紫灰等。光谱中有红、橙、黄、绿、蓝、紫六种基本色光,人的眼睛可以分辨出约 180 种不同色相的颜色。

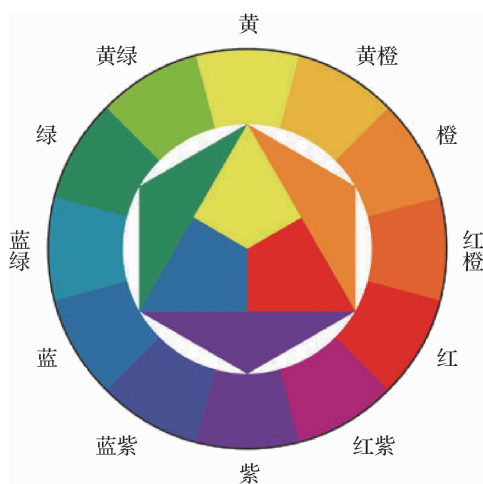
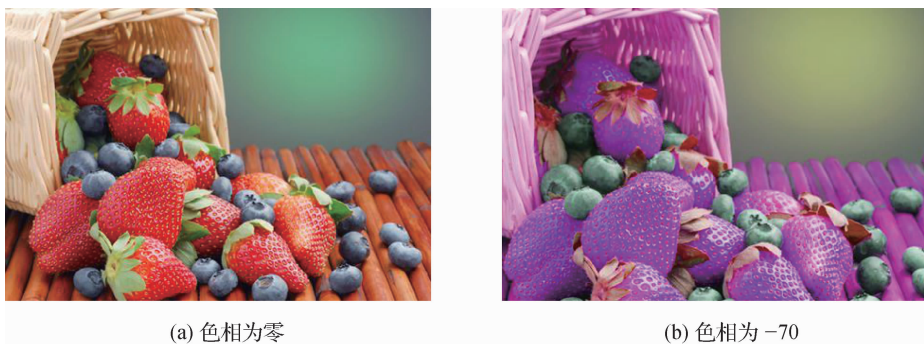


图 2-1 色相标准

从网店视觉营销的角度来看,不同的色彩带给买家不同的感受。例如,红色代表活力、热情、激情、喜庆等,适合作为家电、食品、化妆品、服装及鞋包等品类网店的主色调;此外,在一些盛大节日期间,一些网店也会采用红色来进行装修。蓝色代表和平、理性、科技、智慧、清新、包容、忠诚……通常让人联想到海洋、天空、水、宇宙等。由于蓝色具有理智、准确的意象,因此一些科技类、数码类企业大多选用蓝色作为网店的主色调,以营造出质感或强势氛围的店铺视觉效果。橙黄色代表兴奋、甜蜜、快乐、积极等情感,适合食品、创意家居、图书及小家电等行业的网店装修。黄色代表年轻、乐观、愉快、希望等,常用于时尚家居、创意铺、可爱系店铺及母婴类网店的装修。

在 Photoshop 中将图片色相从零调整到 -70 ,图片的色相变化如图 2-2 所示。



(a) 色相为零

(b) 色相为 -70

图 2-2 图片的色相变化

二、饱和度

1. 饱和度的概念

饱和度是指色彩的鲜艳程度,也称颜色的强度或者色彩的纯度。饱和度的高低取决于颜色中含色成分和消色成分(灰色)的比例。含色成分越大,饱和度越高;消色成分越大,饱和度越低。纯的颜色都是高度饱和的,灰色或其他色调的颜色是不饱和的颜色。完全不饱

和的颜色根本没有色调,如黑、白之间的各种灰色。通俗来说,一种颜色的饱和度越高,它就越鲜艳;反之,它就越接近于灰色。

图 2-3(a)所示的向日葵拥有较高的饱和度,因此整体的色彩比较鲜艳;图 2-3(b)所示的向日葵拥有相对较低的饱和度,因此整体的颜色偏向于灰色。



图 2-3 饱和度比较

在图像处理中,饱和度控制着图像色彩的浓淡程度,类似于电视机中的色彩调节。改变饱和度的同时,下方的色谱也会跟着改变。当饱和度调至最低时,图像将变为灰度图像。对灰度图像改变色相是没有作用的。调整饱和度可以修正过度曝光或者未充分曝光的图片,使图像看上去更加自然。

2. 饱和度的高低与人的视觉感受

饱和度的高低会直接影响人的视觉感受。照片的饱和度越高,画面的“攻击性”越强,越能引起人的注意,但是过高的饱和度有时会让人产生反感的情绪,如图 2-4 所示。



图 2-4 饱和度过高的图片



图片的饱和度越低,画面越“平和”,就越能给人以安静、舒适的视觉感受,但是过低的饱和度有时会让画面产生不通透感,如图 2-5 所示。

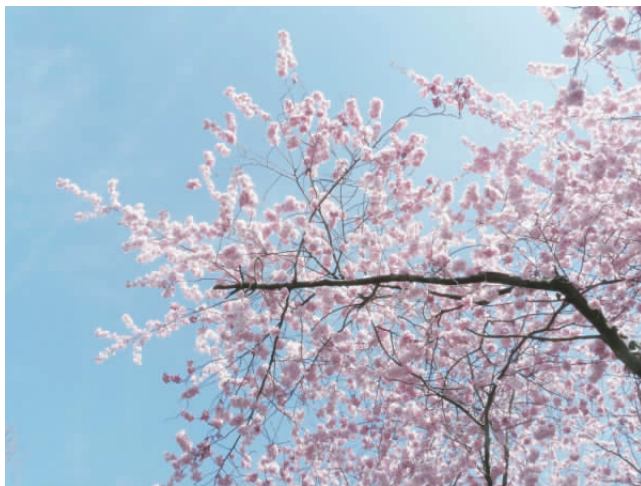
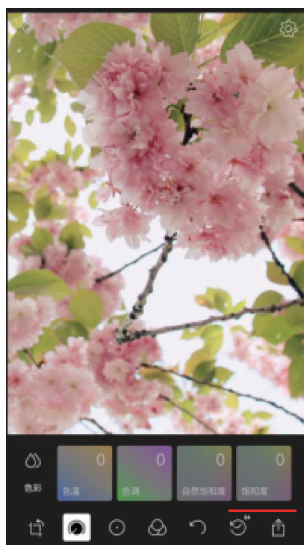
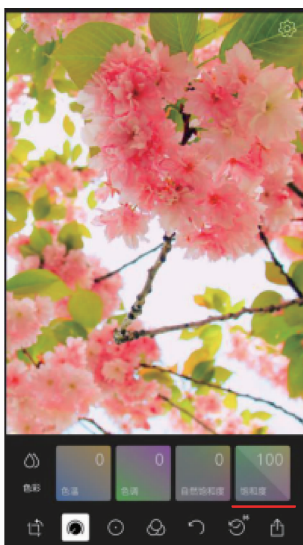


图 2-5 饱和度过低的图片

利用饱和度工具,可以调整画面的饱和度。当增加饱和度数值时,画面会变得更加鲜艳,但是如果数值提高得过高,有时候会使画面出现色彩溢出等不正常现象。如图 2-6(a)所示,当把画面的饱和度数值提高至 100 时,花朵中心的细节就丢失了[见图 2-6(b)]。当降低饱和度的数值时,画面会变得更加偏灰,如果将数值降至最低,图片会变成黑白图片。如图 2-6(c)所示,当饱和度降至-100 时,图片就变成了黑白图片。



(a) 原图片



(b) 饱和度为 100 时的图片



(b) 饱和度为 -100 时的图片

图 2-6 饱和度不同时的图片效果

3. 饱和度的应用

1) 增强画面的色彩表现力

如果感觉画面有些沉闷,可以尝试提高画面的饱和度,让画面的色彩更加鲜艳,从而让画面拥有更强的色彩表现力。例如,图 2-7 所示照片的色彩饱和度较低,因此画面整体看起来比较沉闷。



图 2-7 较低饱和度使画面显得沉闷

可以通过提高饱和度使画面更显鲜艳,更加凸显出色彩的层次感,如图 2-8 所示。



图 2-8 提高饱和度使画面更显鲜艳

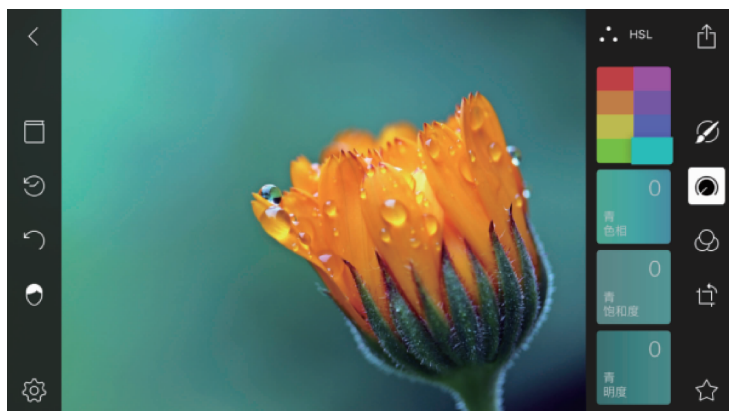
2) 削弱色彩攻击性

画面饱和度过高会让色彩的攻击性增强,但是过高的饱和度容易使画面对人产生过度的刺激,有时候过高的饱和度还会使画面显得沉重,或者使画面显得比较脏。这时候就可以通过降低画面的饱和度来削弱色彩的攻击性。

3) 增强画面的视觉表现力

在 Photoshop 中利用 HSL 工具和笔刷工具等可以降低局部饱和度,让画面形成高饱和与低饱和并存的效果,以更好地增强画面的视觉表现力。

图 2-9 所示为原始图片和调整局部饱和度后图片的效果对比。



(a) 原始图片



(b) 调整局部饱和度后的图片

图 2-9 原始图片和调整局部饱和度后图片的效果对比

三、明度

1. 明度的概念

明度是指一种颜色的明暗程度。它是眼睛对光源和物体表面明暗程度的感觉,主要是由光线强弱决定的一种视觉经验。在无彩色图像中,明度最高的色为白色,明度最低的色为黑色,中间存在一个从亮到暗的灰色系列;在有彩色图像中,任何一种纯色色都有着属于自己的明度特征。例如,黄色为明度最高的色,处于光谱的中心位置;紫色是明度最低的色,处于光谱的边缘。一个彩色物体表面的光反射率越大,对视觉刺激的程度越大,看上去就越亮,这一颜色的明度就越高。明度在三要素中具有较强的独立性,它可以不带任何色相的特征而通过黑白灰的关系单独呈现出来。任何一种色相如调入白色,都会提高明度,白色成分越多,明度也就越高。如果将明度调至最低会得到黑色,调至最高会得到白色。

图 2-10 和图 2-11 所示分别为明度较低的蓝色和明度较高的黄色。

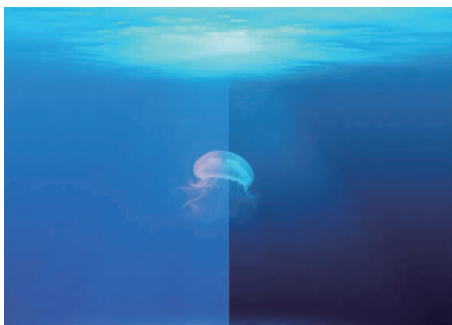


图 2-10 明度较低的蓝色



图 2-11 明度较高的黄色

2. 明度与心理感受

较高的明度能够给人一种轻盈、纯真、朴素、恬静的心理感受,较低的明度能够给人一种神秘、严肃、庄重、含蓄的心理感受。一般来说,可以利用明度来构建不同的画面风格。图 2-12 和图 2-13 所示分别为较低明度的图片和较高明度的图片。

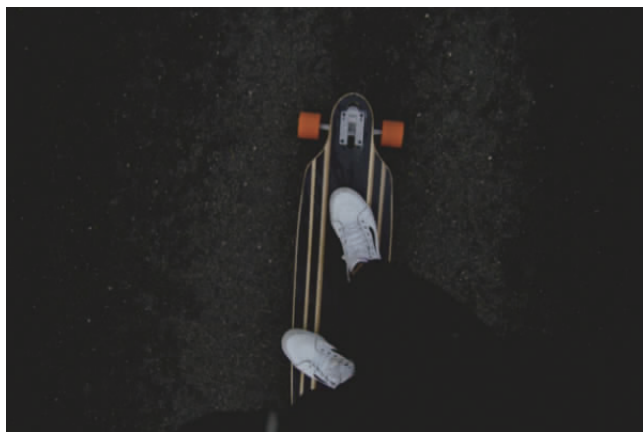


图 2-12 较低明度的图片



图 2-13 较高明度的图片



3. 明度的对比和调和

1) 明度的对比

明度的对比是指同一色相不同明度的对比及不同色相不同明度的对比。明度的对比是色彩构成中最重要的因素之一。

同一色相不同明度的对比会呈现出不同的深浅层次,有助于表现色彩的空间关系和秩序,产生色彩渐变的韵味。不同色相不同明度的对比不仅可以呈现出色相的区别,加入不同明度后所产生的颜色也会使色彩显得丰富而多变。明度对比越大,色相的色彩效果越强烈;明度对比越小,并且色相的冷暖差别不大,色相的色彩效果就越柔和。

2) 明度的调和

同一明度的调和必须注意以下几个问题。

(1) 同明度同色相的调和,需要增加彩度以求变化。

(2) 同明度同彩度的调和,需要变化色相以增加对比。

(3) 同明度不同色相、不同彩度的调和,既可以调节各方矛盾,又可以使其富有变化。

(4) 邻近明度调和具有统一的调和感,但明度变化小,需要改变色相和纯度以增加对比。

(5) 相似色的明度调和,有彩色的表现较含蓄、柔和,但还需要将色相与彩度做适当变化,使其看起来更协调。

(6) 对比明度调和、色彩明快、强烈,但较难统一,需要增强色相与彩度,使其协调。

(7) 补色明度调和、色彩鲜艳、刺激,但会让人感觉较生硬。

4. 拍摄中的明度

明度是影响拍摄色彩效果的第二个重要因素,照片“亮不亮眼”就看它了。一般来说,明度越高,颜色越浅,越接近白色;明度越低,颜色越深,越接近黑色。当然,当颜色趋近于白色或黑色时,饱和度会随之下降,但这并不代表明度也会发生改变。

由于摄影所应用的色彩观念是从光学的角度来看的,因此明度还取决于被拍摄物体表面的反光率。反光率高的物体,颜色亮度大;反光率低的物体,颜色亮度小。在所有颜色中,白色物体的明度最大,黑色物体的明度最小。也就是说,在光线明亮的拍摄环境中,各物体反射回来的光线量越大、越接近白色,明度越高;越接近黑色,明度越低。

在摄影中,明度与曝光也有很大的关系。如果曝光过度,整张照片的高光部位太多,则各种颜色的明度会太高;如果曝光不足,照片整体将落入暗部阶调,明度会太低,一样无法表现出色彩真实的样貌。

通常来说,对于同一张图片,提高明度,画面更亮,对比度更弱,但是画面的过渡细节不会丢失。

如图 2-14 所示,将明度从零调整到 50,画面显得更亮,对比度更弱,但是画面的过渡细节仍被保留了下来。



图 2-14 调整明度前后的对比

四、亮度

图像的亮度是指图像像素的强度，黑色为最暗，白色为最亮，黑色用“0”来表示，白色用“255”来表示。有人将图像的亮度解释为灰度，就是去掉颜色之后剩下的东西。亮度表示了图像的明暗程度。

每个像素都有相应的亮度，这个亮度和色相是没有关系的，同样的亮度既可以是红色也可以是绿色，就如同黑白(灰度)电视机中的图像一样，单凭一个灰度并不能确定是红色还是绿色。

如图 2-15 所示，将亮度从零调整到 53，提高了亮度，画面更明亮，对比感更强烈，但明暗之间的过渡细节可能会丢失。

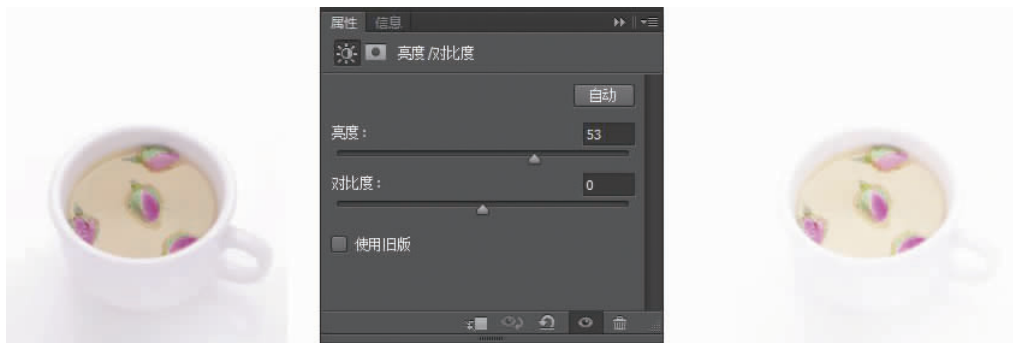


图 2-15 调整亮度前后的对比

如图 2-16 所示，在大多数情况下，图片的亮度比实际产品略亮，更有卖相，看上去更新、更干净。



图 2-16 实际拍摄的图片亮度和处理后图片亮度的对比

五、对比度

对比度指的是一幅图像中明暗区域最亮的白和最暗的黑之间不同亮度层级的测量。差异范围越大,代表对比越大;差异范围越小,代表对比越小。最佳的对比度为 120 : 1,该对比度可以容易地显示生动、丰富的色彩。当对比度高达 300 : 1 时,可支持各阶的颜色。

对比度对视觉效果的影响非常关键。一般来说,对比度越大,图像越清晰、醒目,色彩也越鲜明、艳丽;对比度越小,会使整个画面显得灰蒙蒙的。高对比度对于图像清晰度、细节表现、灰度层次表现都有很大的帮助。

一般来说,增大对比度能让图片显得更新,但是不能过度,对比度过度增大会丢失细节。如图 2-17 所示,适当增加对比度,饱和度会同时增加,会让画面看上去更漂亮。



图 2-17 调整对比度前后的效果对比

需要注意的是,亮度和对比度是初学者最常用的两种调图方法。

提示 亮度与明度的相同点是:提高后,都会让画面更亮。亮度与明度的不同点是:提高明度,画面更亮,对比度降低,不会丢失细节;提高亮度,画面更亮,对比度增加,会丢失细节。

任务三 色彩空间及图片格式

一、色彩空间

色彩是人的眼睛对不同频率光线的不同感受。色彩既是客观存在的(不同频率的光),又是主观感知的,有认识差异。所以,人们对于色彩的认识经历了极为漫长的过程,直到近代才逐步完善起来,但至今,人们仍不能说对色彩完全了解并准确表述,许多概念不是那么容易理解。“色彩空间”一词源于西方的 Color Space,又称为色域。在色彩学中,人们建立了多种色彩模型,以一维、二维、三维甚至四维空间坐标来表示某一色彩,这种坐标系所能定义的色彩范围即色彩空间。我们经常用到的色彩空间主要有 RGB、CMYK 和 Lab 等。色彩空间如图 2-18 所示。

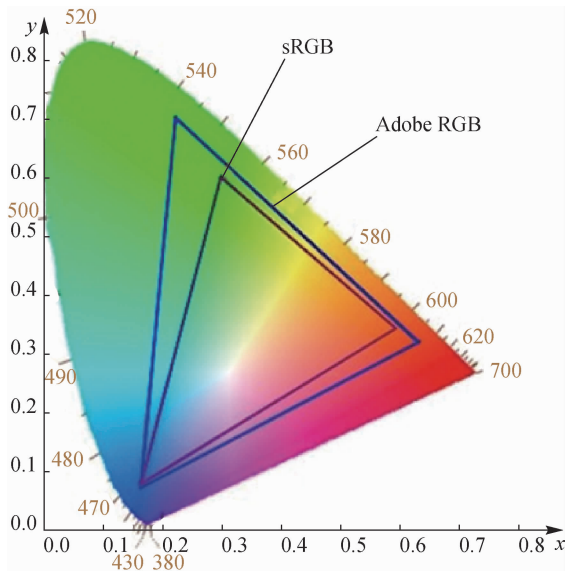


图 2-18 色彩空间

彩色摄影的出现,使人们用照相机记录下这个色彩缤纷的世界成为可能。人们一直在不断地努力追求,希望能够更真实、准确地记录下自然界瞬息万变的色彩变幻。进入数码摄影时代,数码影像以数字的方式记录影像的色彩,数码摄影使人们获得更加准确的色彩成为可能。色彩空间又称为色域空间,它表示的是一个彩色影像所能够表现出来的色彩范围。CMYK 和 RGB 是两种不同的色彩空间,CMYK 是印刷机和打印机等输出设备上常用的色彩空间;而 RGB 又被细分为 Adobe RGB、Apple RGB、ColorMatch RGB、CIE RGB 及 sRGB 等多种不同的色彩空间。其中,Apple RGB 是苹果公司的苹果显示器默认的色彩空间,普遍应用于平面设计及印刷的照排;CIE RGB 是国际色彩组织制定的色彩空间标准。对于数码相机来说,以 Adobe RGB 和 sRGB 这两种色彩空间最为常见。



二、几种色彩模式

1. sRGB 模式

sRGB(标准的红色、绿色、蓝色)是一种色彩空间定义,提供定义颜色的标准方法,使外部设备和软件应用程序能“讲”相同的色彩“语言”。当 sRGB 被数字成像设备(如显示器、扫描仪、打印机和摄像机)采用时,可确保协调一致的色彩,并提高数字设备和打印输出数据之间的配色能力。

2. CMYK 模式

CMYK 模式是由青色(cyan)、洋红色(magenta)、黄色(yellow)和黑色(black)四种基本颜色组合成不同色彩的一种色彩模式。这是一种减色色彩模式。在打印和印刷时比较常用。

3. Lab 模式

Lab 模式由三个通道组成,其中一个为亮度通道,用 L 表示;另外两个是色彩通道,用 A 和 B 表示。

4. Adobe RGB 模式

Adobe RGB 是美国阿道比公司的 Photoshop 软件中使用的色彩表现范围规格,与标准的色彩表现范围规格(sRGB 规格)相比,它支持的范围更大,被公认为印刷及出版等商用领域的事实标准。

三、Adobe RGB 与 sRGB 的区别

Adobe RGB 和 sRGB 色彩空间的主要区别,首先在于开发时间和开发厂家不同。sRGB 色彩空间是美国惠普公司和微软公司于 1997 年共同开发的标准色彩空间(standard Red Green Blue),而 Adobe RGB 色彩空间是由美国以开发 Photoshop 软件而闻名的 Adobe 公司于 1998 年推出的色彩空间标准。与 sRGB 色彩空间相比,Adobe RGB 包含了 sRGB 所没有完全覆盖的 CMYK 色彩空间,拥有宽广的色彩空间和良好的色彩层次表现,这使得 Adobe RGB 色彩空间在印刷等领域具有更明显的优势。

从色彩范围来看,Adobe RGB 有更加宽广的色彩空间,Adobe RGB 的色彩范围比 sRGB 多出 35%,能展现更为鲜艳的色彩,在图像处理和编辑方面有更大的自由度。但是,由于微软 1997 年制定 sRGB 标准时显示器能显示色彩的范围很小,根本没有现在这些动辄 99% Adobe RGB 的显示器,因此这个标准成为很多软件、网站的默认色彩空间定义。这使得 sRGB 被广泛地应用在很多的软硬件(如因特网、游戏、应用程序、笔记本电脑等)上。由此可见,当图片是在网络或是一般设备上使用时,可以选择 sRGB 标准;但是如果要被打印或是输出出来,则 sRGB 将会失去更宽广的色彩,作品也会失去一些潜在的色彩表现。

拍摄网店图片时,可将照相机设置为 sRGB 色彩空间。除非一些很重要的广告,一般的影楼和摄影工作室均采用 sRGB 色彩空间。

在 Photoshop 中处理网店图片时,通常也需要将默认的颜色空间改为 sRGB,具体操作是选择“编辑”→“颜色设置”命令,打开“颜色设置”对话框,从中可以进行颜色空间的设置,如图 2-19 所示。



图 2-19 颜色空间的设置

四、图片格式及其应用

1. 图片格式

1) JPEG 格式

JPEG 是最常见的一种图像格式,文件后缀名为“.jpg”或“.jpeg”,是一种有损压缩格式,能够将图像压缩在很小的储存空间中,图像中重复或不重要的资料会丢失,容易造成图像数据的损伤。尤其是使用过高的压缩比例,会使最终解压缩后恢复的图像质量明显下降,如果追求高品质图像,不宜采用过高的压缩比例。但是 JPEG 压缩技术十分先进,它用有损压缩方式去除冗余的图像数据,能在获得极高压缩率的同时展现十分丰富、生动的图像,换句话说,就是可以用最少的磁盘空间得到较好的图像品质。而且, JPEG 是一种很灵活的格式,具有调节图像质量的功能,允许用不同的压缩比对文件进行压缩,支持多种压缩级别,压缩比通常为 10 : 1~40 : 1,压缩比越大,品质越低;相反的,压缩比越小,品质越高。

JPEG 格式是目前网络上流行的图像格式之一,是可以把文件压缩到最小的格式。在 Photoshop 软件中以 JPEG 格式储存图片时,可以提供 13 级压缩级别,以 0~12 级表示。其中,0 级的压缩比最高,图像品质最差。即使采用细节几乎无损的 10 级保存图片,压缩比也可达到 5 : 1。例如,对于以 BMP 格式保存时得到的 4.28 MB 的图像文件,采用 JPEG 格式进行保存,其文件仅为 178 KB,压缩比可达到 24 : 1。经过多次比较发现,8 级为存储空间



和图像质量兼得的最佳压缩级别。

如图 2-20 所示,图片保存为 JPEG 格式时的文件大小为 62 KB,图片的局部表现较好,但文字处理欠佳。



图 2-20 JPEG 格式图片

2) GIF 格式

图形交换格式(graphics interchange format, GIF)是 CompuServe 公司在 1987 年开发的图像文件格式。GIF 文件的数据采用的是一种基于 LZW 算法的连续色调的无损压缩格式。其压缩率一般在 50%左右,它不属于任何应用程序。所有的相关软件都支持 GIF 格式,公共领域中的大量软件都使用 GIF 图像文件。

如图 2-21 所示,图片保存为 GIF 格式时的文件大小为 123 KB,图片的局部色彩出现明显断层,单文字色块无脏点,表现良好。

3) PNG 格式

便携式网络图形(portable network graphics, PNG)是网上一种较新的图像文件格式。PNG 能够提供长度比 GIF 小 30%的无损压缩图像文件,同时提供 24 位和 48 位真彩色图像支持及其他诸多技术性支持。由于 PNG 格式非常新,因此并不是所有的程序都可以用它来存储图像文件。Photoshop 软件可以处理 PNG 图像文件,也可以用 PNG 图像文件格式进行存储。

如图 2-22 所示,图片保存为 PNG 格式时的文件大小为 200 KB,图片的局部细节和文字色块均表现良好。



图 2-21 GIF 格式图片



图 2-22 PNG 格式图片

2. 图片格式的应用

通常来说,在应用以上三种常用的图片格式时应遵循以下规律。

- (1)在以摄影图片为主的情况下,建议采用 JPEG 格式保存。
- (2)对于以色块或文字为主的画面,建议采用 GIF 格式进行保存。

(3)在要求较高的情况下,可以采用 PNG 格式进行保存,但由于文件较大,影响下载速度,因而不宜大量使用。

(4)GIF 格式的图片可以作为透明背景图及动画。

(5)PNG 格式的图片可以作为透明背景图。

(6)JPEG 格式的图片不能作为透明背景图,但因为文件大小适中,兼顾图像与文字,所以在网络中的应用最为广泛。

(7)对于网络用图,在保存图片时通常设置品质为 9(基本不影响画质,文件较小),也可以保存为 Web 和设备所用格式,此时设置品质为 75 左右。

任务四 拍摄基本流程

一、拍摄前期

在实际拍摄前,摄影师有很多工作需要完成。只有将前期工作做好了,才能拍出漂亮的商品照片,从而激发买家的购买欲。拍摄前期需要做的基本准备工作有以下几项。

1. 全面了解商品

1)了解所拍摄商品的外观与外包装

首先要对所拍摄商品的材质、做工造型、颜色及外包装进行认真的观察与分析,从中发现形式、规律,以便拍摄时选择适合的背景和拍摄角度。

2)了解商品的特性与使用方法

通过仔细阅读商品说明书来熟悉商品的功能、配置特性、清洗和保管方法等,并掌握其使用方法,确定在拍摄过程中应该传达出的商品亮点和卖点信息。

2. 确定拍摄风格

根据所拍摄的商品,寻找一些同类商品卖家的照片或杂志作为参考,并结合自己要拍摄的商品的特点,确定整体拍摄风格。

3. 制定拍摄方案

1)商品分类

在拍摄时,最好先根据拍摄中的可变因素对所有商品进行细致的分类,对商品的材质、大小、颜色及反射率等进行综合考虑,再按照顺序进行拍摄。如果事先没有对商品进行分类就开始拍摄,可能会因为商品随时要更换背景和各种灯光及辅助器材等而耽误很多时间。为了提高拍摄效率,一定要先进行分类,然后再拍摄。

(1)服装类商品。

①按照拍摄环境的不同,服装类商品可分为模特穿拍的服装、底板摄影的服装、平铺摆拍的服装和衣架挂拍的服装。

②按照衣服款式不同,服装类商品可分为 T 恤、衬衣、毛衣等上衣,裤子、裙子等下装,套装、连衣裙,等等。

③按照材质的不同,服装类商品可分为纯棉服装、毛料服装、皮质服装、细丝服装等。



(2)静物类商品。

①按照材质的不同,静物类商品可分为反光类商品、吸光类商品和透明类商品三种。

②按照功能的不同,静物类商品可分为饰品类商品、家居类商品、电子产品类商品和化妆品类商品等。

③按照颜色的不同,静物类商品可分为同色系商品和对比色系商品等。

2)拍摄顺序

对商品进行分门别类后,就可以有计划地按顺序进行拍摄了。应该先从最简单、最容易操作和最容易表现的商品开始拍摄,再拍摄那些搭配复杂、需要用辅助器材才能完成拍摄的商品。例如,拍摄服装时,先拍摄平铺和挂拍的服装,再拍摄模特穿拍的服装。如果是穿插交替着拍摄,摄影师会很疲劳。因此,通常先拍摄质地相同、风格相同的服装,并且要先拍摄白背景下的单件商品,再拍摄有装饰搭配的服装。同服装一样,拍摄首饰时,最好先拍摄反射较少、单调的商品,再拍摄发光较多且受周边环境影响较大的商品,最后拍摄刻面多、漫反射的商品,如各种宝石等。拍摄金属类首饰时,要根据金属的发光程度来决定拍摄顺序。

3)拍摄步骤

(1)从多角度对商品进行拍摄,包括商品的正面、背面、45°角和内部,全角度、全方位的拍摄可以帮助买家深入了解商品。拍摄时可以使用微距镜头将商品的细节局部进行放大。

(2)对商品的包装进行多角度拍摄,包括包装的正面、背面和45°角。通过商品包装的展示,可以体现品牌感或运输中的安全性。

(3)对商品和商品包装进行组合拍摄。

(4)对商品说明书和防伪标识进行拍摄。

(5)对商品的使用步骤进行拍摄。

(6)对多件商品进行组合拍摄。

4. 准备摄影器材

拍摄前,需要对拍摄中所使用的器材(包括辅助配件)进行检查,以确保拍摄顺利完成。根据室内或室外不同的拍摄环境来准备照明用具。在室外拍摄时,应准备几个反光板;在室内拍摄时,应准备好柔光箱、反射伞等辅助配件。

5. 制订拍摄规划表

在开始拍摄前,可以用表格的形式来制订一个拍摄规划(见表2-1)。这样比较清晰、明确,方便拍摄,并且有利于掌握时间进度。

表 2-1 拍摄规划

产品名称	Polo 短袖男衬衫,三种颜色	交稿时间	拍摄时间
细节特写要求	商品正面图(可以拍摄模特图)、商品背面图。 细节展示包括: (1)款式细节:领口、袖口、下摆开叉、纽扣、胸标刺绣、吊牌。 (2)做工细节:微距拍摄走线、布料。 (3)材质细节:微距拍摄面料、胸标刺绣、颜色		

续表

拍摄项目	拍摄要点	拍摄环境	张 数
整体大图	正面、背面	静物台,俯拍	6
多角度图片			
功能信息	无		
参数信息	衣服平铺测量尺寸		
款式颜色	每种颜色单独拍、多色叠在一起拍、多色摆放造型一起拍	静物台,俯拍	5
细节特写	面料、肩膀、胸标刺绣、洗水标、领标、纽扣、开叉、领口、袖口	静物台,俯拍	9
卖点信息			
模特图	模特正面穿拍	影棚,水平拍摄	3
包装效果	无		
实力资质	品牌吊牌、质检证明	静物台,水平拍摄	2

二、拍摄执行

当前期准备工作就绪后,就可以开始实际拍摄了。在拍摄中要对商品的布光与画面构图进行很好的设计。

1. 布光

拍摄服装时,为了正确地表现服装的颜色、形态和质感,如实地描述商品,可通过布光来实现。下面讲述服装在不同的拍摄环境下进行布光的方法。

1) 棚内人工照明布光——T 恤衫的拍摄

如图 2-23 所示,在棚内利用底板平铺进行拍摄。为了正确表现平铺的 T 恤衫,采用俯视的角度从上方进行拍摄,将闪光灯放置在右侧上方,使 T 恤衫在其光照之内,并反复调节照明灯的高度,以保证影子不要过长。要在闪光灯上装备反光伞和柔光罩,让光变得柔和。T 恤衫的前方和右侧都有白色反光板,为了防止光过度扩散,可以用黑布覆盖右侧反光板的 2/3。



图 2-23 拍摄 T 恤衫棚内布光



2) 棚内人工照明布光——女衫的拍摄

如图 2-24 所示,为了表现衣服的清透感,选用了白色背景墙。在衣服后面的两侧,面对背景墙的位置放置了两盏辅助照明灯(背景灯 A 和背景灯 B),开全光从两侧打光到白色背景墙上,背景光要比主灯强一档,否则拍摄出来的白色背景不够通透。衣服挂起来时要远离白色背景墙,太远容易渗光。主灯装上柔光罩后置于照相机的左侧,灯位要高于衣服,对着衣服的领口,在衣服的两侧放置反光板,并尽量靠近衣服,创造出大面积的柔光。



图 2-24 拍摄女衫棚内布光

3) 棚内人工照明布光——女裙的拍摄

如图 2-25 所示,在棚内将衣服穿在模特身上进行拍摄,背景选用单色背景布。拍摄时,主灯位于照相机的左侧。为了增强立体感,在模特的身后右侧加了一盏带有校准罩的辅助灯,以增加黑色衣服背光处的亮度。这样不仅可以消除阴影给服装带来的细节上的损失,而且可以产生柔和的光影效果,可以很好地表现黑色衣裙轻盈、柔美的质感。



图 2-25 拍摄女裙棚内布光

4) 室外自然光——女士外套的拍摄

如图 2-26 所示,在阳光明媚的天气里,阳光没有经过任何遮挡直接照射到模特身上,模特受光的一面就会产生明亮的影调,而不直接受光的一面会形成明显的阴影。在这种光线下,受光面与不受光面会有非常明显的亮度反差,因此就要使用反光板对模特阴影部分进行一定的补光才能既拍出明媚的阳光,又不会出现大面积的阴影。



图 2-26 女士外套室外拍摄

2. 构图与搭配

1) 外形的展现

摄影师要能够从商品的形状、颜色等方面发现规律,根据制定好的照片拍摄风格,通过精巧的摆放和与道具背景的搭配,使原来单调的商品显得更加生动,展示出商品和构图的美感,以促进销售。日常生活中的很多用品(如相框、干花、杂志、玩具、小家具等)都可以当作拍摄时的小道具。下面以服装拍摄为例,讲述不同的摆放和搭配方式所产生的不同效果。

(1)服装摆拍的造型。服装的平铺造型有很多种。如图 2-27 所示,可以将衣服铺平摆放,这样看上去干净、简洁。为了让平铺的衣服有立体的感觉,可以对衣服的胸前、袖口、衣角等地方做一定的折叠,也可以将衣服的腰身叠到背后摆放,以显出衣服的腰身;或者可以在旁边加一个与之色彩、风格相搭配的皮包、鞋子、时尚杂志或小首饰等,使画面更加生活化,既能突显衣服的时尚感,又可以实现捆绑销售;也可以将衣服想象成穿在人身上一样,摆出造型。



图 2-27 服装摆拍的造型

(2)服装挂拍的造型。服装挂拍的造型有很多种,如图 2-28 所示。可以用漂亮的衣架将衣服挂起来,但要根据衣服的形状或感觉使用不同种类的衣架,同时搭配一些小的饰物或



者在墙上挂点鲜花、毛绒玩具衬托衣服的靓丽,或者在地上摆放小家具、小竹筐等,给画面营造出田园风格,以便与服装协调一致,从而表现服装的风格和内涵;也可以用全身或半身的人体模型将衣服撑起来,让衣服更富有立体感,但是与模特穿拍相比,效果就没有那么理想了,因此较少使用。人体模型大多用于联系不到模特时对孕妇装和内衣的拍摄。



图 2-28 服装挂拍的造型

(3)服装穿拍的造型。服装穿在模特身上拍摄,效果更加直观,给人的感觉最自然。因此,在拍摄服装时,最好选择模特穿拍。模特的选择很关键,模特的年龄、相貌、气质及摆拍姿势要与衣服的风格相符。长相甜美的女孩适合穿拍日系风格的衣服;长相清秀、气质脱俗的女孩适合穿拍森女系风格的服装;具有成熟、时尚气质的女性适合穿拍职业套装。穿拍对模特的肢体表现力要求较高,模特穿拍时所表现出来的动态姿势和表情对表现服装也非常重要。

(4)同一款服装多个颜色的展现。同一款服装往往会有多种颜色,为了将多种颜色都介绍给买家,可以用卷、叠、挂、穿等方式进行展示,使服装显得更加整齐、漂亮,如图 2-29 所示。



图 2-29 同一款服装多个颜色的展现

(5)不同颜色背景下的效果展现。背景不同,画面效果也不同,如图 2-30 所示。白色的背景给人一种干净利落的感觉,也是棚拍时最常使用的背景;灰色的背景给人一种宁静的感觉,多用于拍摄颜色繁杂的服装;有色的背景给人一种强烈的感觉,尤其当背景色与服装颜色形成对比色时,反差强烈,视觉感强。



图 2-30 不同颜色背景下的效果

2) 质感的展现

每件商品都有自己独特的质感,这就是该商品所具备的最显著的特点。所以,质感对于商品的表现非常重要,尤其是在表现表面粗糙、质感强烈的商品时。通常使用侧光进行拍摄,这样的布光方式可以更好地在商品表面产生立体感极强的明暗反差和变化,从而表现质感。服装的面料不同,用光时也会有所区别,细腻材料的服装比较适合使用柔和的光进行拍摄,而像牛仔裤等质感粗硬的服装比较适合使用硬光进行拍摄。如图 2-31 所示,为了表现皮革表面的纹路与半反光的质感,对焦必须要准确;采用大面积柔光源,可以很好地呈现皮革的光泽。软皮革类的商品在摆放时不要太平整,以表现皮革的柔软度。



图 2-31 质感的展现



3) 颜色的展现

拍摄商品时的最大困难就是颜色的展现,拍不好很容易失真,产生色差。为了将服装的颜色如实地拍摄下来,要将白平衡和曝光补偿调整到适合光线颜色的设定上。即便是正确地设定了白平衡,在拍摄紫色、蓝色和红色时,还是会觉得拍出来的颜色和实际商品的颜色有偏差。在这种情况下,只能通过后期图像处理进行色彩调整,尽可能地接近商品本身的色彩。

4) 细节的展现

商品局部细节的展现对网店商品的销售非常重要。细节体现品质,买家只有通过查看商品的细节才能判断出商品的质量或功能特点。以服装为例,通过使用微距功能并配合拍摄的角度,既可以展示衣服的款式细节,包括整体图案的设计、领口独特的修饰设计、肩部和下摆的设计;还可以展示出配件的细节,如包扣、袋口、拉链等部位;而衣服的领口、袖口、走线、铆钉、里料等部位最能体现服装做工的好坏;甚至可以表现材质的细节,如面料、颜色、面料的纹路等,如图 2-32 所示。



图 2-32 服装整体和细节的展现

商品细节的拍摄一定要清晰,应采用近距离拍摄,保证细节要素占图片的 70%。细节图片必须使用微距功能单独拍摄,不能在整体全景图上进行裁切。

三、拍摄后期

在所有的拍摄工作完成后,要将拍摄的图片传入计算机,对原有未加工的照片应依据客户的要求进行挑选,然后借助图像处理软件对拍摄不足的地方进行修改和完善,如修复污点、调整偏色、修正曝光、适当提高色彩饱和度、调整图片清晰度等,但前提是要保证商品的真实性。最后再给图片添加水印,防止被盗用。

四、完成交付

图片后期处理完成后,要向客户提交样片、接受审核,以确定所制作的图片是否符合要求。再按照客户提供的样片修改意见,根据实际情况进行调整,尽可能地使图片符合客户的要求。图片调整完成后,通过邮件或刻盘邮寄等方式向客户提供成片。



【答疑解惑】

1. 女士服装拍摄点评

1) 作品点评

在拍摄服装类衣物时,灯光的运用是非常重要的,在图 2-33 所示的女士服装图片中可以看到,画面整体柔和、细腻,除了从整体上表现服装的款式外,对细节也进行了很好的展现。不难看出,拍摄时运用了散射光作为主光源,但是画面整体曝光不足,使服装显得有些灰暗。



图 2-33 女士服装图片

2) 具体改进措施

以服装作为拍摄主体重新构图,摒弃竖画幅的拘谨感,改用横画幅来展现衣物宽松、自由的视觉效果。以服装作为测光对象,在原有测光的基础上增加一档曝光量,突出服装中白、红及深蓝三种色彩,同时更加突出蓝、白相间的线条感。



另外,使用 Photoshop 软件对所拍摄的服装做后期处理,进一步提亮服装本身的色泽,使其与背景相隔开来,更具有立体效果。女士服装图片调整后的效果如图 2-34 所示。



图 2-34 女士服装图片调整后的效果

2. 女士背包拍摄点评

1) 作品点评

在图 2-35 所示的画面中,拍摄者巧妙地运用了直射光作为主体的轮廓光,而在正面予以散射光补光。采用白色的单一背景进行拍摄,使整体画面显得干净、整洁,而简洁的背景更有利于突出主体,更好地表现女包的质感,而且围巾的搭配更突显出了女包的时尚感及画面的整体和谐美感。整个画面利用点、线、面的结合,展现了女包的立体感。女包图片存在的问题如图 2-35 所示。



图 2-35 女包图片

2) 具体改进措施

前期拍摄时注意围巾的摆放位置及画面的均衡感,尽量找准画面对角线的位置,或者在后期裁切时重新构图,注意女包的色彩饱和度。

如果无法重新拍摄,可以对原照片进行裁切处理,构成新的作品。一方面,裁切掉左右两侧的部分区域,将围巾的放置位置与右下角形成对角线,并调整效果;另一方面,增加整体色彩饱和度,突出女包的色彩和光泽。具体操作为:在 Photoshop 软件中执行“图像”→“调整”→“色彩/饱和度”命令。女包图片调整后的效果如图 2-36 所示。



图 2-36 女包图片调整后的效果



项目三

网店商品拍摄准备

学习目标

- (1) 了解照相机的种类和特点。
- (2) 了解照相机的选购要素。
- (3) 了解数码单反相机各部件的名称和功能。
- (4) 掌握数码单反相机的操作技巧。
- (5) 了解数码相机的辅助配件与器材的选择。
- (6) 掌握简单拍摄道具的制作方法。

任务一 照相机的选购

作为一名网店商品摄影师,首先要了解最基本的器材配置知识。俗话说:“工欲善其事,必先利其器。”只有对照相机、镜头及器材附件有了一定的认识,才能在众多的照相机器材中找到一款最适合网店商品拍摄的照相机。

一、照相机的种类和特点

目前可用于拍摄的照相机包括卡片机、微单相机和数码单反相机等,每类照相机都有其各自的特点。

1. 卡片机

卡片机就是类似于卡片的数码相机,它具有外形小巧、机身较轻、携带方便、超薄时尚等特点,价格比单反相机便宜,如图 3-1 所示。但由于卡片机的机身小巧,镜头无法做大,导致成像质量及透光量无法提升,且无法更换镜头,因此拍出的照片质量一般。



图 3-1 卡片机

2. 微单相机

微单相机就是微型单反相机,是一种介于数码单反相机和卡片机之间的跨界产品。这种照相机有小巧的体积和接近单反相机的画质,具有便捷性、专业性与时尚性相结合的特点,如图 3-2 所示。微单相机的价格通常低于同档次的入门单反相机。微单相机的基本手动功能齐全且可更换镜头,其成像质量比卡片机要好许多,但是和数码单反相机相比还是有一定的差距。

3. 数码单反相机

数码单反相机又称为单镜头反光照相机,是专业级的数码相机,属于数码相机中的高端产品,如图 3-3 所示。用数码单反相机拍摄出来的照片,无论是清晰度还是照片质量,都是普通数码相机不可比拟的。数码单反相机可以随意更换与其配套的各种广角镜头、中焦距镜头、变焦距镜头及微距镜头。它具有很强的扩展性,除了能够使用偏振镜、减光镜等附加镜片之外,还可以使用专业的闪光灯及其他辅助设备。这些丰富的附件让数码单反相机可以满足各种独特的需求。但数码单反相机也具有机身重、不便携带、操作复杂、价格不菲等缺点。



图 3-2 微单相机



图 3-3 数码单反相机

以上三类照相机在功能的定位上有不同的表现,但普通用户最好还是注重实用功能。

随着手机技术的不断发展,手机的拍照功能也逐渐强大起来。其因机身轻薄、使用方便、快捷,故使用日渐广泛,如图 3-4 所示。手机的摄像头受机身轻薄的限制,实现光学变焦的难度较大。远距离拍摄时,手机一般是对所拍摄的照片进行放大处理,因此所拍摄的照片中的噪点比较多,成像效果不如数码相机。



图 3-4 手机网拍



二、照相机的选购要素

对于用于网店商品拍摄的数码相机,在功能的选择上通常会有更高的要求,但不意味着非要购买价格最贵的顶级数码相机。合理选购的原则是不要过分追求高性能,要选择既便宜又好用的照相机,可用富余出来的预算购买三脚架等辅助配件。

像素是衡量数码相机质量的标准,但不是唯一的标准。通常所说的“百万像素”或“千万像素”是指数码相机具体能够生成多大尺寸的照片。像素的大小并不代表画质,虽然高像素可以获得更多的画面细节,有利于后期的图像裁剪,但也会使文件体积变得过大,导致储存及后期计算机处理的压力变大。网拍的照片主要是放在计算机上进行商品展示,而计算机显示器的显示精度达不到印刷的精度,所以网拍照片在不需要做大幅裁剪、只做适当后期处理的情况下,对像素的要求并不高。

照相机的选购要素有以下几点。

1. 具有较大的感光元件尺寸

数码相机是利用感光元件(见图 3-5)产生数码照片的。感光元件就是数码相机不用更换的“胶卷”,是数码相机的“心脏”。感光元件的尺寸大小是决定照片成像质量的关键。

感光元件又叫图像传感器。感光元件有两种:一种是电荷耦合元件(charge-coupled device, CCD),另一种是互补金属氧化物半导体器件(complementary metal oxide semiconductor, CMOS)。用于手机的感光元件基本上都是 CMOS。

感光元件的尺寸越大,成像越大,感光性能越好。在相同条件下,大的感光元件能记录更多的图像细节,各像素间的干扰较小,成像质量较好。越专业的单反相机,感光元件的尺寸越大。感光元件的尺寸大小被称为画幅,相机的种类不同,画幅的大小也不同。对于数码单反相机来说,画幅分为全画幅、APS-C 和 4/3 系统三种类型。其中,全画幅是指数码相机感光元件的尺寸与原来 135 胶卷相机底片的尺寸大小相同,也是 $36\text{ mm}\times 24\text{ mm}$ 。APS-C 指的是数码相机感光元件的尺寸与 APS 胶卷的 C 型画幅大小相仿,为 $24\text{ mm}\times 16\text{ mm}$,差不多是全画幅面积的 $1/2$,也称半幅机。全画幅与 APS-C 画幅相比,感光元件尺寸大,画面质量好,但制造成本很高且工艺复杂。目前市场上只有少数高端专业数码单反相机采用全画幅,全画幅的价格比较高。大多数入门级的数码单反相机都是 APS-C 画幅的。图 3-6 所示为数码单反相机不同画幅尺寸的比较。

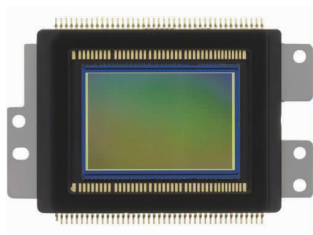


图 3-5 感光元件

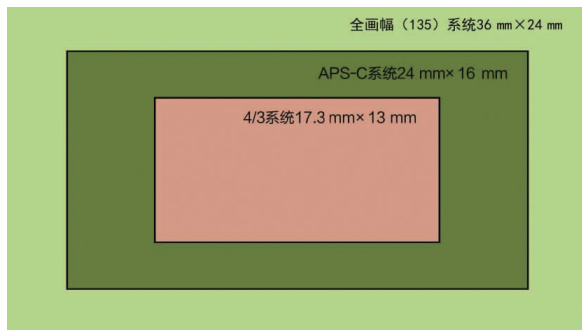


图 3-6 数码单反相机不同画幅尺寸的比较

照片的成像大小与焦距及被拍摄物与相机之间的距离有关。在这两者相同的条件下,由于 APS-C 画幅的感光元件尺寸比全画幅小,视角小,因此照片容纳的内容都要比全画幅相机少。图 3-7 所示为全画幅与 APS-C 画幅的照片对比。

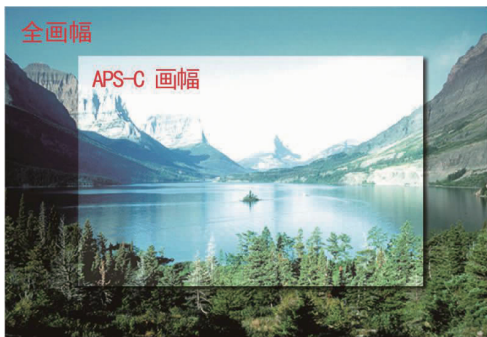


图 3-7 全画幅与 APS-C 画幅的照片对比

综上所述,感光元件作为数码相机最核心的部件,其尺寸大小基本决定了照相机的档次与成像质量。所以,感光元件是选购数码相机时的重要参考条件。

2. 具有全手动设置功能

数码相机上有不同的拍摄模式,包括全自动模式、程序自动曝光(P)模式、光圈优先自动曝光(A 或 Av)模式、快门优先自动曝光(S 或 Tv)模式、手动曝光(M)模式及数种场景模式,如图 3-8 所示。



图 3-8 数码相机的模式拨盘

网拍时要选购一款有全手动设置功能的数码相机,也就是说要选择模式拨盘上面有 M 标志的照相机。这样,拍摄者可以手动任意设置光圈大小、快门速度、感光度等拍摄参数,从而灵活地对光线进行控制,使商品图片更清晰、更真实、更完美地展现出来。

3. 具有微距功能

微距功能的主要作用是拍摄离镜头很近的物体。如图 3-9 所示,在微距功能表盘上有一个小花形状的图标,当拍摄近距离的物体时选择这个位置即可。网店中像手表和首饰一类的商品的体积较小,为了将商品的款式和工艺部分特写以放大的形式呈现出来,以便让买家对商品细节有所了解,拍摄时需要做近距离拍摄。由于微距功能在拍摄拉链、针脚、饰品等商品细节方面有着极大的优势,因此,在购买数码相机时要选择带有微距功能的照相机。



4. 具有热靴插槽

热靴插槽是数码相机连接各种外置附件的一个固定接口槽,位于照相机的机身顶部,附设两个至数个触点,用来与闪光灯发生联系,如图 3-10 所示。热靴插槽的主要作用是安装使用外置闪光灯。由于数码单反相机内置闪光灯的闪光指数较低,并且使用起来灵活度不够,甚至有些顶级的数码相机根本不配备闪光灯,这就需要借助热靴插槽来外接闪光灯,因此,对于用于网拍的数码相机,热靴插槽是必备的。



图 3-9 微距功能表盘



图 3-10 热靴插槽

5. 可更换镜头

当希望拍摄整个场景时,如果使用一般照相机的镜头,可能无法将所有的景物都拍下来。当希望将被拍摄的商品放大一些时,使用一般的镜头会出现图像变形或者在商品的光面上留下自己或照相机的阴影的情况,这就需要更换广角性能较好的镜头和微距镜头,以达到想要的效果。数码单反相机和微单相机都具有通过更换镜头来满足拍摄需求的能力。

具备以上五种功能的数码相机通常都可以满足商品拍摄的需要。总体来说,卡片机不太适合商品照片的拍摄。微单相机通常具有全手动功能,也可以更换镜头,感光元件的尺寸大于卡片机,只要再具有热靴插槽,就可以用来拍摄商品图片,并且可以达到不错的效果。数码单反相机的功能比较全,可以根据需要更换镜头,所以数码单反相机一般适合商品照片的拍摄。

任务二 数码单反相机的功能及操作技巧

一、数码单反相机的功能

在使用数码单反相机进行拍摄之前,了解数码单反相机各部件的名称和功能,是提高摄影水平的第一步。下面以一款数码单反相机(佳能 550D)为例来介绍一下照相机的主要功能按钮。

1. 机身正面的结构及功能按钮

数码单反相机机身正面的结构及功能按钮如图 3-11 所示,这是镜头卡口在没有安装镜头时的状态。

(1)快门按钮。按下快门按钮将释放快门拍下照片。按快门按钮的过程分为两个阶段,即先半按快门进行对焦,再完全按下快门完成拍摄。

(2)手柄。手柄是相机的握持部分。在安装镜头后,相机整体重量会增加,此时应牢固握持手柄,保持稳定的姿势。

(3)镜头卡口。镜头卡口是镜头与机身的结合部分。通过将镜头贴合此口进行旋转,可以安装镜头。安装镜头时,要将机身的镜头卡口朝下,以免灰尘进入照相机。

(4)反光镜。反光镜用于将镜头入射的光线反射至取景器。反光镜上下可动,在拍摄的一瞬间将升起。

(5)镜头释放按钮。在拆卸镜头时按下镜头释放按钮,固定销将下降,此时可旋转镜头将其卸下。为了确保稳妥地安装镜头,不要在按着镜头释放按钮的同时进行安装。

(6)镜头安装对准标志。在安装镜头时,先将机身接环上的红色或白色标志与镜头后相同颜色的标志相对接和,然后以顺时针方向旋转,当听到固定销发出锁定到位的声音时,表示镜头安装好了。红色标志为 EF 镜头的标志,EF 镜头可以用在全画幅相机上,也可以用在非全画幅(APS-C 画幅)相机上。白色标志为 EF-S 镜头的标志,EF-S 镜头只能用在非全画幅相机上,不能用在全画幅相机上。



图 3-11 数码单反相机机身正面的结构及功能按钮

2. 机身背面的结构及功能按钮

数码单反相机机身背面的结构及功能按钮如图 3-12 所示。



图 3-12 数码单反相机机身背面的结构及功能按钮



(1)取景器目镜。取景器目镜是用于确认被拍摄状态的装置。在确认图像的同时,取景器内还将显示照相机的各种设置信息。

(2)MENU 菜单按钮。MENU 菜单按钮可以显示调节照相机各种功能时所使用的菜单,配合 SET 设置按钮选定项目后可进一步进行详细的设置。

(3)液晶监视器。通过液晶监视器可以观赏到拍摄的图像,并且据此来判断拍摄质量是否符合要求。液晶监视器还可以显示功能菜单的文字信息,让使用者更直观、方便地选择拍摄功能。

(4)回放按钮。拍摄完成后可按下回放按钮观看所拍摄的图像效果。回放图像时将首先显示最新拍摄的照片,使用十字键可以显示之前或之后所拍摄的照片。

(5)删除按钮。按下删除按钮可以删除拍摄效果不理想的照片。使用十字键选择“删除”选项,按下 SET 设置按钮后确认删除。

(6)SET 设置按钮/十字键。该按钮用于移动、选择菜单项目或在回放图像时完成移动、放大显示位置等操作。在进行拍摄时,可实现按钮旁图标所代表的功能。

(7)放大显示按钮/自动对焦点选择按钮。通过放大显示按钮将照片放大显示,可以检查照片的对焦点是否正确及图片是否清晰,放大位置可通过十字键进行移动。如果想对照相机的对焦点进行调节,就要在开机状态下按下放大显示按钮(同时也是一个对焦点选择按钮)。默认状态下,单反相机都是设置为自动选择对焦点的。这样在拍摄照片时,即使不想改变构图,依然可以清晰地拍出商品某个部位的细节。

(8)屈光度调节旋钮。通过旋转屈光度调节旋钮,可以使取景器内的图像与使用者的视力相适应,以便于观察。在旋转屈光度调节旋钮进行调节的同时观察取景器,可以选择最清晰的位置。

(9)眼罩。眼罩的作用是在通过取景器目镜进行观察时,防止外界光线带来的影响。

3. 机身顶面的结构及功能按钮

数码单反相机机身顶面的结构及功能按钮如图 3-13 所示。



图 3-13 数码单反相机机身顶面的结构及功能按钮

(1)内置闪光灯/自动对焦辅助灯。内置闪光灯就是相机本身带有的闪光灯,一般亮度比较小。在昏暗的场景中可以根据需要使用闪光灯,在部分拍摄模式下会自动闪光。

(2)背带环。背带环是用来安装相机背带的,将背带的一端从下面穿过背带环,然后再

将其穿过用于固定的四方固定环,使背带从上端穿入,将背带锁扣的背带稍微放松,留出一定空间,将背带端部从背带锁扣内侧上端穿入,在背带锁扣内侧折回,稍微拉出,穿过背带锁扣的背带部分,将背带回折穿出背带锁扣下侧。在完成背带长度的调整后,拉紧背带,用四方固定环固定三折背带,这样就可以保证照相机的安全。安装时应注意保持左右平衡。

(3)热靴插槽。热靴插槽是用于外接闪光灯的固定接口槽,照相机与闪光灯通过触点传输信号。

(4)模式转盘。模式转盘是数码单反相机上最重要的功能控制部件,可以通过旋转模式转盘来选择曝光模式。

(5)电源开关。拍摄时首先要打开电源开关。当长时间保持打开状态时,照相机将自动切换至待机模式以节省电力消耗。

(6)ISO 感光度设置按钮。按下 ISO 感光度设置按钮可以调节照相机对亮度的敏感度。

(7)主拨盘。主拨盘是用于在拍摄时变更各种设置或在回放图像时进行多张跳转等操作的多功能拨盘。

4. 机身底面的结构及功能按钮

数码单反相机机身底面的结构及功能按钮如图 3-14 所示。



图 3-14 数码单反相机机身底面的结构及功能按钮

(1)电池仓。电池仓可装入照相机附带的电池。安装时应确保以正确的方向插入,使电池的端子部分朝向照相机内部。

(2)三脚架接孔。三脚架接孔用于三脚架与照相机的连接,螺钉的规格符合通用标准,所以可以使用任何厂家的三脚架。

5. 机身侧面的结构及功能按钮

(1)储存卡插槽(见图 3-15)。打开储存卡插槽盖,可放入各种储存卡。插入储存卡时,应将储存卡贴有标签的一面朝向自己,然后将储存卡完全插入储存卡插槽,关闭插槽盖。注意确保插槽盖关紧。

(2)外部连接端子。外部连接端子是用于连接照相机与外部设备的端子,如图 3-16 所示。



图 3-15 储存卡插槽



图 3-16 外部连接端子

(3)闪光灯弹出按钮。按下闪光灯弹出按钮,照相机的闪光灯就会自动弹出。但是只有在 P、Av、Tv、M 模式下才能按下闪光灯弹出按钮弹出闪光灯,在其余模式下该按钮是无法使用的。

(4)景深预览按钮。使用景深预览按钮可以更好地控制景深。当通过镜头取景时,镜头总是将其光圈开至最大,这样在取景器中看到的总是最浅的景深。为了得到实际的景深,可以按下景深预览按钮,把光圈收缩到选定的大小,这样就可以看到与最终拍摄结果一样的景深效果了。

6. 镜头

数码单反相机的镜头如图 3-17 所示。镜头对于数码单反相机来说非常重要,它不仅发挥着收集光线形成图像的作用,而且承担着对焦等功能。数码单反相机的成像质量很大一部分取决于镜头。

(1)对焦模式开关。对焦模式开关用于切换对焦方式,也就是切换自动对焦(AF)与手动对焦(MF)。

(2)变焦环。旋转变焦环可以改变焦距。通过观察变焦环下方的变焦位置标志可以掌握所选择的焦距。如果要变焦,就要在对焦前操作,合焦后转动变焦环可能会稍微脱焦。

(3)遮光罩卡口。使用遮光罩卡口可以将遮光罩直接旋于镜头之上。使遮光罩上的红色标记对准遮光罩卡口的标记位置,顺时针旋转并锁紧即可。

(4)距离刻度。距离刻度可以在手动对焦模式下拍摄远处的物体时使用。它在表示镜头伸出量的同时,显示与被摄体之间的刻度标记。有部分照相机的自动对焦镜头没有此刻度标记。

(5)对焦环。在手动对焦模式下,可以旋转对焦环进行对焦。对焦环的位置因镜头种类的不同而异,可能位于镜头的前部或者后部。

(6)图像稳定器开关。图像稳定器可以保证照相机在快门速度较慢的情况下稳定成像。将开关设置在 ON 上,即可启动防抖功能。



图 3-17 数码单反相机的镜头

数码单反相机镜头的种类很多,但基本上可以分为变焦镜头和定焦镜头两大类。变焦镜头是指只用一款镜头通过选择不同的焦距,便可得到从广角到长焦各种视角的镜头,使用非常方便,但在变焦过程中会对成像有所影响。定焦镜头相对于变焦镜头的好处在于其对焦速度快,拥有更大的光圈,成像质量好。

二、数码单反相机的操作技巧

想要拍出精美的商品照片,除了要熟悉数码单反相机的基本结构和功能外,还要熟练掌握各种操作技巧。

1. 数码单反相机的握法

在使用数码单反相机进行拍照时,一定要注意照相机的正确握法。正确的握机姿势能够保持照相机的稳定性,保证照片的质量。数码单反相机的握机姿势有两种:一种是横向握机,另一种是竖向握机。



(1)横向握机。横向握机拍摄时,右手四指握住照相机的手柄,食指放在快门上,大拇指握住照相机的后上部,左手托住镜头下方,将双臂的肘部紧紧收拢在身体两侧,身体和胳膊形成一个支撑。双手持稳照相机后,左手对焦,右手食指轻按快门。

(2)竖向握机。竖向握机与横向握机类似,右手将照相机竖起,左手从镜头底部托住照相机,照相机的重心落于左手上。拍摄时需要注意不要让手指或镜头带挡住镜头。

2. 数码单反相机的固定

数码单反相机最好使用三脚架固定,当拍摄者没有三脚架时,可以把照相机的背带缠在胳膊上臂部分,这样手持照相机拍摄时就会有一个支撑点,可以提高照相机的稳定性,并且可以防止拍摄时照相机滑落。此外,还可以倚靠在墙壁、柱子、树木等支撑物上,使身体更加平稳,从而保持照相机的稳定性。

当拍摄低矮的物体时,可以下蹲身体,用膝点地,用腿支撑手臂,以获得稳定的支撑。

3. 设定参数

1) 设定曝光模式及参数

照片质量的好坏与曝光量有关,也就是说应该通过多少的光线使 CCD 能够得到清晰的图像。曝光是由光圈大小和快门速度决定的。数码单反相机上都带有不同的曝光模式,包括全自动曝光、快门优先自动曝光、光圈优先自动曝光、程序自动曝光、手动曝光等模式。拍摄者可以根据拍摄需要选择不同的曝光模式。

(1)全自动曝光模式。如图 3-18 所示,模式转盘上的绿色方块或者 AUTO 代表全自动曝光模式,这是一种非常简单的曝光模式,一般被称为傻瓜模式。在这种模式下,大多数的设置都是由照相机自动决定的,无须人为设定即可得到基本正常的曝光量,拍摄者只需专注于构图、对焦,然后在适当的时候按下快门。这种模式是为了最大限度地减少操作失误而设计的,因此只能保证最基本的拍摄效果,适合摄影初学者和在紧急情况下抢拍使用。在全自动曝光模式下,可能会出现图 3-19 所示的曝光不足或者曝光过度等问题。



图 3-18 设定曝光模式与参数



(a) 曝光不足



(b) 曝光过度

图 3-19 曝光不足或者曝光过度

(2)快门优先自动曝光模式和光圈优先自动曝光模式。由拍摄者决定快门速度、由照相机决定光圈值的模式叫作快门优先自动曝光模式(S 或 Tv),与之相反的叫作光圈优先自动曝光模式(A 或 Av),如图 3-20 所示。



(a) 快门优先自动曝光模式

(b) 光圈优先自动曝光模式

图 3-20 快门优先自动曝光模式和光圈优先自动曝光模式

在光圈优先自动曝光模式下,拍摄者可以手动选择光圈值,可以更好地控制画面的景深,实现虚化背景的效果,也可以使远、近物体都清晰;可以让照相机自动选择快门速度,以防止不恰当的曝光时间。因此,光圈优先自动曝光模式是最常用的拍摄模式。而快门优先自动曝光模式是在手动定义快门的情况下,通过照相机测光而获取光圈值。快门优先自动曝光模式多用于抓拍运动中的物体,优先考虑的是要抓住动态影像,因此在体育运动拍摄中最常用。

(3)程序自动曝光模式。程序自动曝光模式是指由照相机自动决定快门速度和光圈值的曝光模式。大多数照相机都用 P 标示程序自动曝光模式,如图 3-21 所示。这种模式与全自动曝光模式很相似,只是在程序自动曝光模式下,可以选择是否需要闪光灯,并且可以手动对感光度、曝光补偿和白平衡等参数进行设置。

(4)手动曝光模式。手动曝光模式(M)是一种可以由拍摄者任意对照相机的光圈大小和快门速度进行组合曝光的模式,如图 3-22 所示。手动曝光模式的操作虽然比各种自动曝光模式复杂些,但它却可以更加自由地实现对光圈和快门的组合。手动曝光模式一般在使用大型闪光灯对光线进行调整的摄影棚内,或不希望受照相机内置测光表影响的情况下使用。手动曝光模式操作复杂,难以用于抓拍瞬息即逝的景象,如果拍摄经验不足也容易出现曝光过度或者曝光不足的情况。



图 3-21 程序自动曝光模式



图 3-22 手动曝光模式



2) 设定照片的分辨率及格式

照片的大小、格式和像素是图像品质的重要组成部分,图像的像素越大,分辨率越高,照片的尺寸就越大,画质就越高,图像的细节表现就越充分,但图片文件也会越大。

图像分辨率为数码相机可选择的成像大小及尺寸,单位为 dpi,常见的有 640 px×480 px、1 024 px×768 px、1 600 px×1 200 px、2 048 px×1 536 px。由于网店拍摄的商品照片主要是用于计算机显示器浏览,对照片的分辨率要求并不是很高,因此 640 px×480 px 的分辨率就可以满足需要了。网店对商品照片的要求通常不超过 500 px×500 px。但是由于拍摄的原始照片还需要进行后期的裁剪和处理,因此在拍摄商品之前要将照相机的图片分辨率设置到最大。

目前市场上的数码相机主要有 RAW 和 JPEG 两种储存格式,但是卡片机等低端照相机不具备 RAW 格式。

RAW 格式的照片在进行显像时,能够在没有画质损失的情况下,通过专门的图像处理软件进行后期处理,不过 RAW 格式的文档需要相关的配套软件来读取和导出照片。

JPEG 格式是数码相机保存照片的默认格式。JPEG 格式能很好地再现全彩色图像,每一款图像编辑器或者图片浏览程序都可以对其进行读取,并且储存所占空间小,很适合摄影图像的存储。但是 JPEG 是一种有损压缩格式,在压缩的过程中会丢掉原始图像的部分数据,图像画质的细节会有损失,并且这些数据在后期处理时无法弥补。

3) 设定白平衡

白平衡是指数码相机对白色物体的还原。由于在不同的光照下,人眼能把白色物体确认为白色,因此白色就被作为确认其他色彩是否平衡的标准。或者说,当白色正确地反映成白色时,其他色彩也就正确了、平衡了。例如,在早晨旭日初升时看到一个白色的物体,会感觉它是白的;在夜晚昏暗的灯光下看到的白色物体,感觉它仍然是白的,这是因为人眼可以在不同的色光下辨别固有色。但是,数码相机没有人眼的适应性。在不同的光线下,CCD 输出的不平衡性造成数码相机彩色还原失真,可能会偏蓝、偏黄或偏红。为了使拍出来的照片能够还原被拍摄物体正确的色彩,使白色物体能够呈现出人眼所看到的正常的白色,数码相机必须根据光源来调整色彩,这种调整就叫作白平衡。如图 3-23 所示,商品照片出现了偏蓝色和偏黄色,需要通过设定白平衡使其呈现本来色彩。



图 3-23 商品拍摄白平衡设置比较

(1) 白平衡的设置方式。设定白平衡就是对拍摄环境的光源属性进行设置,白平衡是依据光源来设定的,所以大部分照相机根据光源种类(包括日光、阴影、阴天、钨丝灯、闪光灯等)来划分设置方式,如图 3-24 所示。这些设置都不难用,只要在各种不同的环境中正确识别光源的种类,在数码相机的白平衡设置中选择正确的光源就可以了。有的数码相机除了

可以对白平衡进行设置外,还可以对色温进行设置,其设置方法和白平衡一样,如图 3-25 所示。



图 3-24 按光源种类设定白平衡



图 3-25 色温设置

有的数码相机的白平衡设置是在菜单界面中,如图 3-26 所示。有的数码相机的白平衡设置是通过照相机顶部或背部十字键上的 WB 按钮来完成的,如图 3-27 所示。



图 3-26 菜单界面



图 3-27 WB 按钮

(2)白平衡模式。常见的白平衡模式有自动白平衡,日光白平衡,白炽灯白平衡,荧光灯白平衡,阴影、阴天白平衡,闪光灯白平衡等模式。在不同的光源情况下设置白平衡模式,得到的画面效果也是不同的。

①自动白平衡模式。自动白平衡模式通常是数码相机的默认设置,一般用 AUTO 或者 AWB 来表示。照相机中有一个结构复杂的矩形图,它可以决定画面中的白平衡基准点,以此来达到自动白平衡调校的目的,这种自动白平衡的准确率是非常高的。在室外日光适宜的条件下拍摄,自动白平衡一般不会出现大的偏差;而在多云的天气下,许多自动白平衡系统的效果极差,可能会导致偏蓝色。

②日光白平衡模式。日光白平衡模式是室外摄影最应当使用的一种白平衡设置模式。日光白平衡模式可以比较好地还原日光条件下现场的光源色。

③白炽灯白平衡模式。白炽灯白平衡也称为钨光白平衡。通常在白炽灯的光线环境下拍摄的照片会有偏黄色、偏红色的现象,这时将白平衡设定为白炽灯白平衡模式,可加强图像蓝色,从而还原色彩。

④荧光灯白平衡模式。荧光灯白平衡模式适合在荧光灯下做白平衡调节。荧光的类型有很多种,如冷白和暖白,因而有些照相机不止一种荧光灯白平衡模式。摄影师必须确定照明是哪一种荧光,以便对照相机进行效果最佳的白平衡设置。在所有的设置当中,荧光设置是最难决定的。例如,有一些办公室和学校使用了多种荧光类型的组合,此时的荧光设置就非常难确定了,最好的办法就是试拍。



⑤阴影、阴天白平衡模式。在拍摄户外早晨或者傍晚时段的景物时,阴影处的色温高,如果使用日光白平衡模式或者自动白平衡模式,拍出来的照片会偏蓝色调,而使用阴影白平衡模式就可以针对阴影处的冷色进行补偿,这样拍出来的照片色调会很暖。阴天白平衡模式适用于阴天或多云天气的户外光线,阴天的设置能够让偏冷的光线稍微暖一些,从而加强日出和日落的色彩效果。

⑥闪光灯白平衡模式。当将闪光灯作为主光源进行拍摄时,最好设置为闪光灯白平衡模式,这样可对偏蓝色的闪光灯光线进行补偿。补偿的倾向与阴天非常近似,这样拍出来的照片的色彩更真实。

在超出了其他各种白平衡调节范围的光线条件下,需要通过手动来调整白平衡,以便正确地还原现场色彩。手动调节前先找一张白纸,然后对着白纸进行白平衡的调整。首先将照相机调到手动对焦模式,将镜头设置为无限远对焦,然后将白纸放在镜头前,将白平衡调到手动位置,将镜头对准晴朗的天空,注意不要直接对着太阳,拉近镜头直至整个屏幕变成白色,按一下白平衡调整按钮直至取景器中的手动白平衡标志停止闪烁,这代表白平衡的手动调整完成了。在没有白纸的时候,可以让照相机对准人眼认为是白色的物体进行调整。

4) 设定感光度

ISO 在传统胶卷照相机上代表感光速度的标准。在数码相机中,ISO 的定义和胶卷照相机相同,代表着 CCD 或者 CMOS 感光元件的感光速度。ISO 数值越大,说明感光材料的感光能力越强。在数码相机中,通过调节等效感光度的大小,可以改变光源多少和图片亮度的数值。因此,感光度也成为间接控制图片亮度的因素。

感光度一般用 ISO 值表示,数值越大表示感光性越强,常用的表示方法有 ISO 50、ISO 100、ISO 200、ISO 400、ISO 800、ISO 1000、ISO 1600 和 ISO 3200 等。ISO 与画质之间有着密切的联系,一般而言,感光度越高,底片的颗粒越粗,放大后的效果越差。如果希望将商品拍摄得更加细腻,突出更多的细节,应该使用较低的 ISO 值。

使用低感光度拍摄昏暗的室内或夜景,快门速度会非常低,很容易产生手抖动和被摄体抖动等问题,必须使用三脚架固定照相机才能拍摄。感光度越高,快门速度越高,在没有三脚架和光线昏暗的情况下,高感光度设置不仅可以增加照片的亮度,而且可以有效防止抖动,在一定程度上保证了画面的清晰度。但是画面的质量会随之下降,照片中的噪点不仅会增多,而且画面的细节会受到很大影响。

5) 对焦

在拍摄时,调节照相机镜头,使一定距离外的景物清晰成像的过程,叫作对焦。正确的对焦对保证画面质量起着关键性的作用。对焦方式分为自动对焦和手动对焦两种。

(1) 自动对焦。现在所有的数码单反相机都采用了自动对焦,即只需要瞄准被摄物体,半按快门按钮就能够完成对焦。这种对焦方式操作简便,聚焦的准确性高,但是模式较为固定,往往不能自动对焦于理想的部分。

如图 3-28 所示,用于对焦的感应器用四方形来标记。在对焦点自动选择模式下,在听到“噼噼”提示音的同时,合焦位置将闪烁。也可以从自动对焦点中选择任意位置进行对焦,选择自动对焦点时转动主拨盘,选择框将按箭头所示方向移动,如图 3-29 所示。

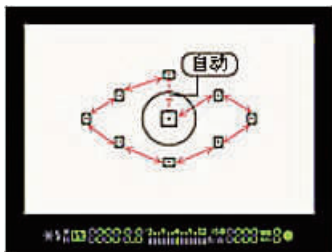


图 3-28 对焦感应器

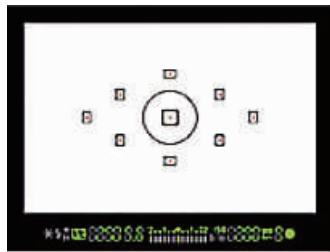


图 3-29 自动对焦

当所有的自动对焦点都点亮时,就表示已为对焦点自动选择模式。当被拍摄的主体不在画面中央时,可以采用点对焦移图(先对焦后构图)的方式进行拍摄,即先将照相机调到光圈优先自动曝光模式下,半按快门将所要表现的主体对焦清晰后,再移到满意的构图中进行拍摄(中途不可松开半按的快门)。在重新构图的过程中不会自动重对焦。

(2)手动对焦。手动对焦是通过手工转动对焦环来调节照相机的镜头,从而使拍摄出来的照片清晰的一种对焦方式,这种对焦方式在很大程度上依赖于人眼对对焦屏上影像的判断,以及拍摄者的熟练程度甚至拍摄者的视力。利用手动对焦可以自由地选择画面中想要表现的主体,无论其在哪个位置上。

6) 设定光圈

光圈是一个用来控制光线透过镜头、进入机身内感光面的光量的装置。它通常位于镜头的中央,可以控制圆孔的开口大小,控制曝光时的亮度,如图 3-30 所示。当需要大量的光线进行曝光时,应将光圈的圆孔打开;当只需要少量的光线进行曝光时,应将圆孔缩小,让少量的光线进入。

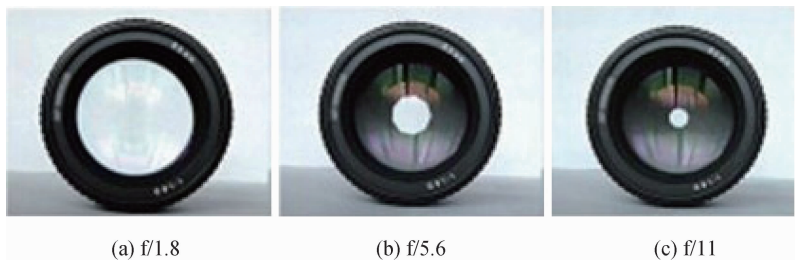
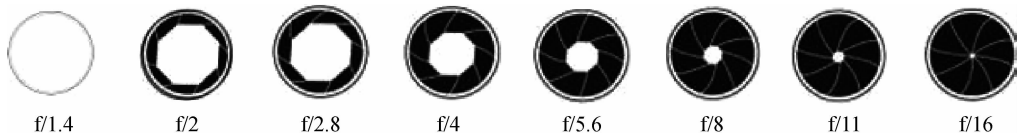


图 3-30 不同大小的光圈

光圈的大小通常用 f 值表示。常见的光圈值为 $f/1.4$ 、 $f/2$ 、 $f/2.8$ 、 $f/4$ 、 $f/5.6$ 、 $f/8$ 、 $f/11$ 、 $f/16$,如图 3-31 所示。每隔一档的光圈数值是前面的两倍。例如,第三档光圈数值是第一档的两倍,第五档是第三档的两倍,以此类推。

图 3-31 常见的光圈 f 值



光圈的 f 值越小,通光孔径就越大,同一单位时间内的进光量就越多,而且上一级的进光量刚好是下一级的两倍。例如,光圈从 $f/8$ 调整到 $f/5.6$,进光量多了一倍,即光圈开大了一级。因此,在快门速度不变的情况下,光圈的 f 值越小,光圈越大,进光量越多,照片效果越明亮,但是光圈过大,会导致照片曝光过度;光圈的 f 值越大,光圈越小,进光量越少,会导致照片曝光不足,画面比较暗。

目前的镜头上都会标记该款镜头的最大光圈数值。例如,24~70 mm 1:4L,表示镜头的最大光圈恒定为 $f/4$,不会随着焦距的变化而改变;18~55 mm 1:3.5~5.6,表示镜头的最大光圈为 $f/3.5\sim f/5.6$,会随着焦距的变化而改变。

要调节光圈,首先应将照相机的曝光模式选择在 Av 档(光圈优先)或者 M 档(手动),然后拨动模式转盘即可。

在白天的户外或者光线充足的情况下,应尽量使用小光圈拍摄,这样进光量会比较准确。在夜晚或光线不足的环境中拍摄人像或特写物体时,应该尽量使用大光圈,以获得更高的进光量。在拍摄网店中的小件商品时需要通过小光圈来体现产品的细节。

7) 控制景深

在欣赏照片时,经常能够看到花或昆虫等照片中的背景被拍得很模糊,拍摄主体与背景之间虚实有度。但是在拍摄集体照、风景等照片时,一般会把背景拍摄得和被拍摄对象一样清晰,这就是控制景深的结果。

所谓景深,就是指当焦距对准某一点时,其前后仍然清晰的范围。它能决定是把背景模糊化来突出拍摄主体,还是拍出清晰的背景。景深越小,表示可看到的景物的清晰范围越小;景深越大,表示可看到的景物的清晰范围越大。景深的深浅分别与镜头的焦距、拍摄的距离和光圈的大小有关。

调节景深最简单的方法就是改变光圈的大小。光圈并不只是控制光线进入照相机时的强弱,还掌握着景深。光圈越大,景深越浅,背景越模糊;光圈越小,景深越深,背景越清晰。不同景深的拍摄效果如图 3-32 所示。

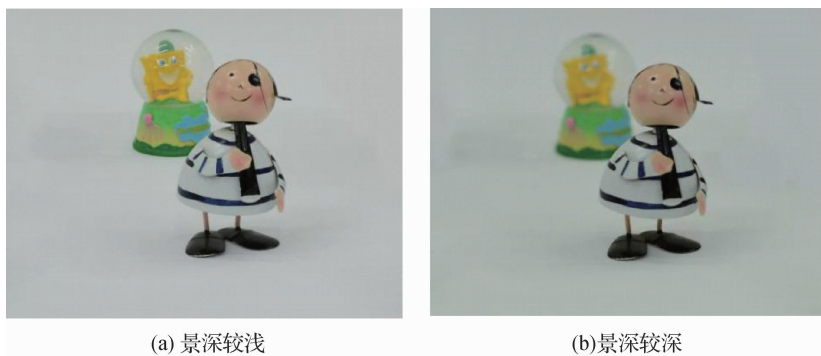


图 3-32 不同景深的拍摄效果

对比图 3-32(a)、(b)可以发现,两图前景中的铁皮小人都很清晰,而后面的摆件,在图 3-32(a)中看得很清楚,在图 3-32(b)中却很模糊。这是由于图 3-32(a)使用的是 $f/11$ 小光圈,而图 3-32(b)使用的是 $f/4$ 大光圈,这就是调整光圈大小而出现的景深效应。拍摄时,镜头离被拍摄物体的距离越近,景深越浅。利用相同的焦距拍摄,当拍摄者更接近被拍摄物

体时,拍摄主体的背景也会更加模糊。拍摄距离远,则效果相反。镜头的焦距长,景深会变浅;镜头的焦距短,则相反。即便是相同的光圈值,镜头的焦距越长,所形成的景深会越浅。例如,同样使用 $f/4$ 的光圈,并且让拍摄主体的大小相同,焦距长的镜头会让景深显得更浅,背景看起来更模糊。

8) 设定快门

快门是镜头前用于阻挡光线进入的装置。不同型号数码相机的快门速度是不完全相同的,因此,在使用某个型号的数码相机进行拍摄时,一定要先了解其快门速度。快门速度的单位是秒(s),一般用数字表示。数码单反相机常见的快门速度有 1 s 、 $1/2\text{ s}$ 、 $1/4\text{ s}$ 、 $1/8\text{ s}$ 、 $1/15\text{ s}$ 、 $1/30\text{ s}$ 、 $1/60\text{ s}$ 、 $1/125\text{ s}$ 、 $1/500\text{ s}$ 、 $1/1\ 000\text{ s}$ 、 $1/2\ 000\text{ s}$ 等。相邻两级快门速度的曝光量相差一倍,常说成相差一级。例如, $1/60\text{ s}$ 比 $1/125\text{ s}$ 的曝光量多一倍,即 $1/60\text{ s}$ 比 $1/125\text{ s}$ 速度慢一级或低一级。如果将镜头内部的光圈开大,则进入照相机内部的光量会增多,快门速度也会提高。1级光圈相当于1级快门速度。也就是说,光圈开大1级相当于快门速度提高为原来的2倍。在同样的光源下,光圈越小,快门速度越慢;光圈越大,快门速度越快。

快门的主要功能是控制照相机的曝光时间,快门速度越快,曝光时间越长,照相机的进光量就越多;反之则越少。在光照条件较差的情况下,使用低速快门进行拍摄,能够增加曝光量。但是由于快门速度较低会引起手抖动和照相机抖动的问题,因此在使用 $1/60\text{ s}$ 或更慢速度的快门时,最好使用三脚架以维持照相机的稳定。当拍摄运动中的物体时,采用不同的快门速度所产生的效果不同:采用高速快门可以将运动的物体凝固住,采用低速快门可以产生拖影效果。

9) 设定曝光补偿

无论是何种照相机,不管是在按钮还是在菜单设置中都会有曝光补偿设置标志,如图 3-33 所示。正确曝光是指采用合适的光量进行拍摄,以获得视觉效果良好的亮度。由于在复杂的光线和环境中利用自动曝光或者快门、光圈优先模式,往往很难达到预期的拍摄效果,因此就需要拍摄者手工调整曝光参数,这就是曝光补偿。几乎所有数码相机的曝光补偿范围都是一样的,即 $\pm 2\text{ EV}$ 。如果环境光源偏暗,可增加曝光值(如调整为 $+1\text{ EV}$ 、 $+2\text{ EV}$)以突显画面的清晰度。如图 3-34 所示,使用曝光补偿功能分级改变照片亮度进行拍摄。与照相机判断为“合适”曝光值的照片相比,不管是正向曝光补偿还是负向曝光补偿,补偿值越高,亮度变化越明显。拍摄者可以根据不同的意图来进行曝光补偿。



图 3-33 曝光补偿设置标志



图 3-34 使用曝光补偿功能分级改变照片亮度

可以用“白、加、黑、减”四个字来阐述曝光补偿的要领。当按白色物体进行测光、曝光时,应在原测光基础上增加 1 EV 曝光量;当按黑色物体进行测光、曝光时,应在原测光基础上减少 1 EV 曝光量。

任务三 数码相机辅助配件与器材的选择

除了照相机和镜头外,还需要使用很多辅助配件与器材才能达到更好的拍摄效果。

一、遮光罩

遮光罩(见图 3-35)是安装在照相机镜头前的常用摄影附件,有金属、硬塑、软胶等多种材质,形状也各异。遮光罩的功能是阻挡多余的光线。由于照相机镜头是由多片镜片组成的,当阳光射入镜头后,光线会不断地反射于镜头之间,因而产生“鬼影”或者造成相片灰蒙蒙的感觉,而遮光罩则有助于提高影像质量。同时,遮光罩还可以起到保护镜头的作用,当不小心把镜头摔在地上时,遮光罩有助于减少因跌撞而产生的损害。使用遮光罩既是提高画质的手段,也是一种良好的职业习惯。



图 3-35 遮光罩

但要注意,在同时使用广角镜头和内置闪光灯的情况下,遮光罩容易阻挡闪光,形成黑影,所以在此种情况下不要使用遮光罩。

二、三脚架

三脚架是保证照相机稳定的必备配件,最常见的就是在长曝光时使用三脚架。市面上三脚架的种类很多,其材质有高强塑料、铝合金、钢铁和碳素等。其中,钢铁材质三脚架的稳定性高,但是体积大、便携性差。铝合金三脚架和碳素三脚架的体积小且结实,但是碳素的