

电子商务专业群现代学徒制系列教材

梁士英 韩 芳 郭 威 主 编  
曹春花 仪传收 刘婷婷 副主编

# 商品拍摄 与图片处理

清华大学出版社  
北 京

## 内 容 简 介

本书采用任务驱动模式，围绕商品拍摄与图片处理全流程构建了6个项目，分别是初步了解商品拍摄、商品拍摄的设备与技法、商品拍摄参数、商品拍摄构图与布光、不同商品的拍摄技法和商品图片处理。每个项目包括项目内容、项目目标、任务描述、知识解析、任务实施、任务拓展、任务评价和课后练习等模块，在理论讲解中搭配大量实拍案例和图片处理案例，注重理论与实践的紧密结合。通过学习本书，读者能系统提升商品拍摄与图片处理的策划及操作能力，从而成为具备软性思维、系统思维和创新创意能力的专业人才。

本书可作为中高职电商相关专业“商品拍摄与图片处理”“商品信息采集与处理”等课程的教材，也可作为电商行业从业人员的参考资料，还可作为对商品拍摄和图片处理感兴趣的读者的阅读资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

### 图书在版编目(CIP)数据

商品拍摄与图片处理 / 梁士英, 韩芳, 郭威主编.

北京: 清华大学出版社, 2025. 8. -- (电子商务专业群  
现代学徒制系列教材). -- ISBN 978-7-302-70079-1

I. J412.9; TP391.413

中国国家版本馆CIP数据核字第20252NT924号

责任编辑: 施 猛 王 欢

封面设计: 常雪影

版式设计: 熊仁丹

责任校对: 马遥遥

责任印制: 沈 露

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <https://www.tup.com.cn>, <https://www.wqxuetang.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-83470000 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈: 010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者: 三河市龙大印装有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 12.75 字 数: 255千字

版 次: 2025年10月第1版 印 次: 2025年10月第1次印刷

定 价: 69.00元

---

产品编号: 101707-01

# P 前言 reface

---

在数字经济蓬勃发展的今天，电子商务已成为商业流通的重要渠道，而商品图片作为线上消费的“第一语言”，其视觉呈现质量直接影响消费者的购买决策。通过专业的拍摄技术与图片处理技能，将商品的细节、质感与价值精准传递给消费者，是电商从业者的核心能力之一。党的二十大报告指出：“统筹职业教育、高等教育、继续教育协同创新，推进职普融通、产教融合、科教融汇，优化职业教育类型定位。”为了践行高职教育“工学结合、德技并修”的育人理念，满足学徒制教学对培养岗位技能与职业素养的双重要求，笔者编写了本教材，助力高校培养兼具技术实操能力与创新思维的高素质技能型人才。

本教材以“任务驱动、能力递进”为核心理念，围绕商品拍摄与图片处理的全流程，构建了6个项目模块，分别是初步了解商品拍摄、商品拍摄的设备与技法、商品拍摄参数、商品拍摄构图与布光、不同商品的拍摄技法和商品图片处理。本教材构建了从设备认知、参数调节、构图布光到后期处理的完整知识链条，每个项目通过“任务描述—知识学习—实践操作—评价反馈”的闭环设计，模拟岗位工作情境，引导学生从“会操作”走向“能创新”。本教材的编写充分结合行业新标准、新技术与新趋势，具有以下鲜明特色。

## 1. 岗课融通，任务设计对标职业能力

---

本教材内容紧扣电商美工、视觉设计等岗位需求，将行业规范与工作流程转化为教学任务。例如，在“项目4 商品拍摄构图与布

光”和“项目5 不同商品的拍摄技法”中，针对服饰、玻璃器皿、金属制品等差异化商品，设计了不同场景的拍摄方案，融入反光控制、透光处理等实战技巧，帮助学生快速掌握“一物一策”的拍摄逻辑，实现技能学习与岗位需求的精准对接。

## 2. 理实一体，步骤拆解强化动手能力

---

本教材以“做中学”为导向，每个任务均配备实施步骤与图示。例如，在“项目6 商品图片处理”中，通过“瑕疵修复四步法”——“仿制图章工具精准取样—污点修复画笔智能覆盖—修补工具选区融合—修复画笔细节优化”，结合前后对比图示（如消除商品表面划痕或背景杂点），直观呈现工具参数调整与操作逻辑对图片修复效果的影响。

## 3. 多元评价，过程考核激发学习动力

---

本教材采用“自评+互评+师评”的多维评价体系，任务评价表涵盖任务理解能力、任务完成效果、职业素养评价等方面，并引入企业导师评分机制。例如，在“项目2 商品拍摄的设备与技法”中，学生需要完成“微距镜头拍摄珠宝”任务，导师从“细节呈现”“卖点突出”等维度进行点评，推动技能标准与市场需求的动态接轨。

本教材配有微课视频、操作讲解视频和习题及答案等教学资源，既方便教师灵活组织混合式教学，也为学生提供了个性化学习路径，请读者扫描正文中的相关二维码获取；同时本教材提供素材包及课件，请读者扫描封底或下方的二维码获取。在编写本教材过程中，我们引用了部分网络图片以辅助教学，并尽力标注来源，但可能存在难以查明原作者的情况，请相关作者联系我们，我们会妥善处理，同时提醒读者合法使用相关图片，尊重版权。



在编写本教材过程中，我们力求内容精炼、语言通俗、案例鲜活，但难免存在不足之处，恳请各位读者提出宝贵的意见或建议。反馈邮箱：[shim@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:shim@tup.tsinghua.edu.cn)。

编者

2025年4月

# 目录 /Contents

## 项目1

### 初步了解商品拍摄

#### 任务1.1 商品拍摄的意义 003

- 1.1.1 传递直观商品信息 003
- 1.1.2 影响消费者购买决策 005
- 1.1.3 提升品牌竞争力 005
- 1.1.4 促进销售便捷化 006
- 1.1.5 降低营销成本 006

#### 任务1.2 商品拍摄的要点 007

- 1.2.1 干净清晰的主体物 007
- 1.2.2 商品颜色真实还原 008
- 1.2.3 多角度展示和细节展示 009
- 1.2.4 拍摄商品使用状态 011

#### 任务1.3 商品拍摄的流程 013

- 1.3.1 主体判断 013
- 1.3.2 准备工作 015
- 1.3.3 拍摄阶段 018

## 项目2

### 商品拍摄的设备与技法

#### 任务2.1 相机的选择 023

- 2.1.1 认识相机的品牌 023

2.1.2 相机的分类 024

2.1.3 选购数码相机应关注的核心要素 026

### 任务2.2 认识镜头 029

2.2.1 镜头的属性和组成 029

2.2.2 镜头焦距与视角的关系 032

2.2.3 镜头的种类 033

### 任务2.3 相机操作技巧 037

2.3.1 相机握持方法 037

2.3.2 相机的固定 038

2.3.3 辅助配件与器材 041

## 项目3

## 商品拍摄参数

### 任务3.1 相机的基本设置 049

3.1.1 光圈与快门 049

3.1.2 感光度 052

3.1.3 曝光补偿 054

3.1.4 相机直方图 055

3.1.5 白平衡 056

### 任务3.2 图片格式与拍摄模式的选择 059

3.2.1 图片格式的选择 059

3.2.2 拍摄模式的选择 061

### 任务3.3 商品拍摄对焦与测光 064

3.3.1 对焦模式的选择 064

3.3.2 对焦区域模式的选择 065

3.3.3 测光模式的选择 066

## 项目4

## 商品拍摄构图与布光

## 任务4.1 商品拍摄构图 073

4.1.1 商品拍摄构图基本知识 073

4.1.2 商品拍摄角度与摆放技巧 076

## 任务4.2 商品拍摄布光 081

4.2.1 基础环境与布光 081

4.2.2 多光源布光组合方式 085

## 任务4.3 不同材质商品的拍摄 088

4.3.1 吸光类商品的拍摄 089

4.3.2 反光类商品的拍摄 092

4.3.3 透光类商品的拍摄 095

## 项目5

## 不同商品的拍摄技法

## 任务5.1 护肤品与饰品的拍摄技法 103

5.1.1 爽肤水的拍摄技法 103

5.1.2 隔离霜的拍摄技法 106

5.1.3 护肤品组合的拍摄技法 108

5.1.4 手链的拍摄技法 111

## 任务5.2 箱包与服饰的拍摄技法 116

5.2.1 女包的拍摄技法 116

5.2.2 女童皮鞋的拍摄技法 120

5.2.3 女童旗袍的拍摄技法 122

5.2.4 牛仔裤的拍摄技法 126

任务5.3 食品的拍摄技法 130

5.3.1 新鲜水果的拍摄技法 130

5.3.2 茶叶的拍摄技法 134

5.3.3 茅台的拍摄技法 137

项目6

商品图片处理

任务6.1 Photoshop软件调整照片色彩 144

6.1.1 处理曝光问题图片 144

6.1.2 处理色差问题图片 152

任务6.2 Photoshop软件处理商品图片瑕疵 159

6.2.1 处理瑕疵图片 159

6.2.2 调整倾斜图片 164

任务6.3 Photoshop软件商品图片抠图 169

6.3.1 纯色背景抠图 169

6.3.2 规则商品抠图 174

6.3.3 不规则商品抠图 176

6.3.4 毛发类商品抠图 180

任务6.4 国产AI图片处理 191

6.4.1 稿定设计AI智能抠图 192

6.4.2 稿定设计AI扩图/改图 192

6.4.3 稿定设计AI制作商品图 193

参考文献 195



· 项目1 ·

**初步了解  
商品拍摄**

## 项目内容

---

随着电子商务的蓬勃发展，网店已成为商品销售的重要渠道之一，而高质量的商品图片是吸引顾客点击、促进购买转化的关键因素。本项目主要讲解商品拍摄的意义、要点和流程，重点在于强化拍摄前期的规划与准备。

## 项目目标

---

### 1. 知识目标

- （1）理解商品拍摄的重要性，如传递直观商品信息、影响消费者购买决策、提升品牌竞争力、促进销售便捷化、降低营销成本；
- （2）掌握商品拍摄的要点，包括干净清晰的主体物、商品颜色真实还原、多角度展示与细节展示、拍摄商品使用状态；
- （3）了解商品拍摄的流程，掌握拍摄阶段的操作原理和要点。

### 2. 技能目标

- （1）能够分析商品拍摄的重要性和意义，评价成功案例，探讨拍摄策略与市场需求的关系，并完成竞争对手拍摄策略分析报告；
- （2）能够依据商品特点和目标受众，准确分析拍摄诉求，判断商品调性，确定拍摄风格；
- （3）具备精准拍摄实操技能，能够清晰展示主体、准确还原色彩，运用多角度展示和细节展示，合理拍摄商品使用状态，激发消费者购买欲。

### 3. 素质目标

- （1）培养严谨的职业素养，注重商品拍摄各环节的细节处理，传达优质商品信息；
- （2）提升创新思维与审美能力，运用创意展示产品独特性，融入品牌文化，增强照片吸引力，提升品牌辨识度；
- （3）增强团队协作与沟通能力，能与不同专业人员合作完成商品拍摄及营销推广工作，提高工作效率与质量。

## 任务1.1 商品拍摄的意义



### 任务描述

小悦是某校电子商务专业一名即将毕业的学生，在学校布置的顶岗实习任务中，她成功应聘到一家公司进行实习，担任商品信息采编助理。在开始实习任务时，她需要先深入理解商品拍摄的重要性与意义，认识商品拍摄作为商品展示与营销推广的关键环节，会直接影响消费者的购买决策。此外，小悦还应了解商品拍摄是如何促进品牌形象塑造、提升商品吸引力及市场竞争力的；同时能够分析成功案例，探讨拍摄策略与市场需求的关系，为日后从事相关工作打下坚实的理论基础。

### 1.1.1 传递直观商品信息

随着电子商务的发展，商品拍摄成为连接线上消费者与实体商品的视觉桥梁，其重要性愈发显著。高质量的商品拍摄不仅能展现商品的外观形态，还能深入挖掘并呈现商品的材质质感、颜色韵味以及细节纹理的独特魅力，拉近消费者与商品的距离，使消费者能够全面、深入了解商品，从而促使其做出购买决策。

精准呈现商品外观、展示商品特质，是吸引消费者的第一步。例如，在拍摄服装时，选择合适的背景并进行布光设计，能够展现服装的流线设计（见图1-1），将美感放大，从而吸引消费者；在拍摄家居用品时，通过呈现细节和营造温馨氛围（见图1-2），能够凸显商品的特质，激发消费者的兴趣。商品拍摄通过营造视觉上的美感，使消费者对商品产生初步的好感，有助于促使消费者做出购买决策。



图1-1 服装拍摄效果



图1-2 蜡烛拍摄效果

真实还原商品的材质与颜色，是商品拍摄的基本要求。不同材质在摄影镜头下呈现不同的光泽与质感，消费者通过照片，能够清晰地分辨材质的细腻或粗糙（见图1-3），从而对商品有基本的了解；颜色是吸引消费者的关键，商品拍摄应真实呈现商品颜色（见图1-4），这样不仅能增强商品的吸引力，也能让消费者在购买时更加放心，减少因信息不对称而产生的顾虑。



图1-3 陶瓷拍摄效果



图1-4 女鞋拍摄效果

放大展示细节纹理，是商品拍摄的点睛之笔。许多商品的品质与美感往往隐藏在细节之中，如服装的走线（见图1-5）、鞋子的质感（见图1-6）、电子产品的接口等。通过微距摄影或特写镜头，可以将商品的细微之处放大呈现，方便消费者仔细观察，真切感受商品的精致与品质。这种对细节的极致追求，不仅能提升商品的品质感，也能增强消费者对品牌的信任。



图1-5 服装细节展示



图1-6 鞋子细节展示

商品拍摄在电商营销推广中发挥着不可替代的作用。高质量的商品拍摄能够全面且深入地传递商品信息，极大地缩短了消费者与电商商品之间的距离。消费者只需观看商品图

片, 就能了解商品的外形、材质、颜色以及细节等, 犹如置身于实体店中, 既能节省时间和精力, 又能提升购买信心, 从而提升购物体验, 进而做出购买决策。

### 1.1.2 影响消费者购买决策

在信息不对称的电商市场中, 商品拍摄在消费者和商品之间架起了沟通的桥梁。由于无法近距离接触商品实物, 商品图片便成为消费者评估商品质量与价值的重要参考。一张真实、直观、具有美感的商品图片, 能够吸引消费者的注意力, 增进消费者对商品的了解, 消费者会在观看、分析商品图片的过程中逐渐积累对商品的信任, 从而产生购买欲望。

在商品拍摄中, 首先应展示商品的整体外观(见图1-7), 其次可通过光影、色彩等视觉元素凸显商品的细节(见图1-8), 这样能有效降低消费者对购买风险的感知, 增强其购买信心。此外, 还应通过背景搭建、氛围营造、融入使用场景等方法展示商品的特点和功能, 以帮助消费者全面了解商品, 从而促进消费者做出购买决策。



图1-7 手表细节



图1-8 瓷盘套装拍摄效果

高质量的商品图片能够显著提升销售转化率。消费者收到商品实物后, 当他们发现商品实物与商品图片所呈现的信息一致时, 他们会对品牌做出正面评价, 既能提升对品牌的满意度和忠诚度, 又能促进其他消费者也做出购买决策。这将有助于企业树立品牌形象, 打造良好口碑, 从而促进企业的持续发展。

### 1.1.3 提升品牌竞争力

商品照片不仅是商品特点的展示窗口, 更是传递品牌形象与价值观的独特渠道。商品拍摄风格往往与品牌理念、品牌形象紧密相连, 共同构建品牌的独特魅力。

在商品拍摄中, 通过巧妙的摄影手法和创意构思, 品牌能够将自身的文化与理念自然地融入商品照片之中。消费者在通过商品照片了解商品的同时, 也能深刻感受到品牌的

独特气质与价值观，从而实现与品牌的深度互动。这种互动不仅能加深消费者对品牌的认知，更能提升品牌的辨识度和影响力。

在竞争激烈的市场环境中，拥有鲜明形象和独特价值观的品牌，往往更容易脱颖而出，赢得消费者的青睐。商品拍摄作为品牌传播的重要媒介，为品牌赢得市场差异化竞争提供了有力支持，助力品牌在激烈的市场竞争中占据一席之地。

### 1.1.4 促进销售便捷化

通过商品拍摄，销售人员可以借助商品照片迅速、精准地向消费者传达商品信息，极大地减少了传统口头描述可能引发的误解和信息遗漏。这种直观且高效的信息传递方式，能显著提升销售效率，促使消费者在短时间内全面了解商品特性，做出购买决策，同时也能优化消费者的购物体验。

在快节奏的现代生活中，消费者愈发追求高效、便捷的购物方式。电子商务的出现，恰好满足了这一需求。但在这种销售模式中，消费者与商品实物存在一定的距离，无法了解商品，商品拍摄便成为传递商品信息的媒介。消费者无须亲自到店，仅通过商品照片，就能全面、准确地了解商品详情，极大地节省了时间和精力。

### 1.1.5 降低营销成本

在竞争激烈的市场环境中，营销已成为企业运营的重中之重。营销能够有效促进销售，但同时也增加了大量的成本，而商品拍摄能够降低营销成本、提高营销效果，具体体现在以下两个方面。

一方面，高质量的商品照片能够迅速吸引潜在消费者的眼球，激发其购买兴趣。相较于传统的广告投放、促销活动等手段，这种以视觉内容为驱动的营销策略无须投入太多资源，能减少对广告等方式的依赖，更直观、更便捷、更持久，因此成本更低，且效果显著。

另一方面，通过商品拍摄展示并宣传商品，能提高信息传递的精准性，从而提高营销活动的针对性和有效性。这将有助于企业集中资源，避免无效投入，从而节约大量成本、提升效能，助力企业赢得市场竞争。

---

#### • 任务拓展 •

---

分析不同的拍摄风格对消费者心理的影响，调研竞争对手的拍摄策略，完成对比分析报告。

完成任务后，请在表1-1中进行学生自评、小组内成员互评和教师评价。

---

 • 任务评价 •
 

---

表1-1 任务评价

评价方式	任务理解能力	任务完成效果	职业素养评价
学生自评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
小组内成员互评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
教师评价	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格

## 任务1.2 商品拍摄的要点




---

 • 任务描述 •
 

---

在本任务中，小悦需要深入理解商品拍摄的关键要点，即干净清晰的主体物、产品颜色真实还原、多角度和细节展示、拍摄商品使用状态；还需要通过理论学习结合实操演练，掌握并灵活运用这些要点，提升拍摄技巧。

商品拍摄在企业营销中起着至关重要的作用，为了确保商品拍摄效果，应遵循以下要点。

### 1.2.1 干净清晰的主体物

在商品拍摄中，应确保商品在照片中呈现出清晰、明亮、无杂质的状态，以便全面展示商品的外观和细节，吸引消费者的注意力。具体来说，应做到以下几点。

### 1. 清洁

在商品拍摄中，应确保商品表面干净无尘，无指纹、污渍或其他任何可能影响商品展示的瑕疵。

### 2. 对焦

在商品拍摄中，应选择适当的焦距并运用恰当的对焦技巧，保证商品在照片中清晰可见，避免出现模糊不清的情况。

### 3. 光线

在商品拍摄中，应根据拍摄需求和环境进行布光，确保商品清晰呈现，避免产生过重阴影或过暗区域，同时光线应均匀分布，以真实展现商品的颜色和细节。

### 4. 背景

在商品拍摄中，应选用简洁、无干扰的背景，以凸显商品，避免复杂或杂乱的背景分散消费者注意力。

### 5. 构图

在商品拍摄中，应合理安排商品在画面中的位置和比例，以便展示商品的独特之处，并遵循黄金分割、对称等构图规则，提升照片的美感和吸引力。

在商品拍摄中，遵循以上要点，可以确保商品清晰呈现，如图1-9和图1-10所示，便于消费者全面了解商品。



图1-9 戒指拍摄效果



图1-10 项链拍摄效果

## 1.2.2 商品颜色真实还原

在商品拍摄中，摄影师应准确地呈现商品的实际颜色，使照片中的颜色与实物颜色一致，从而为消费者做出购买决策提供有效的参考。为了确保真实还原商品颜色，摄影师应注意以下几点。

### 1. 色彩校准

在商品拍摄中，应使用色彩校准工具，例如色卡或色温计，以确保相机和照明系统的色彩准确性，避免因色彩偏差导致照片颜色失真。

### 2. 照明控制

在商品拍摄中，应合理运用布光技巧，根据环境选用闪光灯或灯光箱等，以确保光线均匀分布，避免阴影或过度曝光，还原商品颜色。

### 3. 白平衡设置

在商品拍摄中，应正确设置相机的白平衡，以校正照片的色温，避免照片的色彩偏暖或偏冷，使商品颜色看起来更真实。

### 4. 后期调整

在后期处理中，应使用专业的图片编辑软件来调整色彩平衡、饱和度和对比度等参数，这样可以有效弥补摄影过程中出现的部分色彩失真问题，确保照片中的颜色与实物一致。

遵循以上要点，摄影师可以真实还原商品颜色，为消费者提供准确的商品信息，从而提升商品照片的可信度和消费者满意度，如图1-11和图1-12所示。



图1-11 水果拍摄效果



图1-12 点心拍摄效果

## 1.2.3 多角度展示和细节展示

在商品拍摄中，多角度展示与细节展示是两大核心策略，它们共同发挥作用，能够全面且生动地呈现商品特点、细节及质量，激发消费者的购买兴趣与欲望。

### 1. 多角度展示

多角度展示强调以多样化的视角捕捉商品信息，全面呈现商品的形状、颜色及尺寸等关键信息。通过这种展示方式，消费者能够立体地审视商品，从而准确地评估商品是否符

合个人需求与审美偏好。此外，多角度展示还能增强商品的视觉吸引力，激发消费者的购买欲望。

## 2. 细节展示

细节展示聚焦于商品的微观层面，通过特写与放大拍摄手法，呈现商品的材质、纹理、细节设计等方面。细节展示有助于消费者近距离观察商品的精致工艺，感受其品质保障，从而增强购买信心；还能展现商品的内在价值，提升商品的市场竞争力。

通过多角度展示与细节展示，消费者能够获取全面的商品信息，从而做出明智的购买决策。这种综合性的展示策略能提升商品的吸引力与竞争力，有效促进销售量的增长与市场份额的扩大。

在商品拍摄过程中，摄影师需要精心选择拍摄角度与方式，运用先进的技术手段，巧妙突出商品的特点与细节，以实现最佳的展示效果。如图1-13至图1-17所示，这些示例图片生动地诠释了多角度展示与细节展示在商品拍摄中的应用与价值。

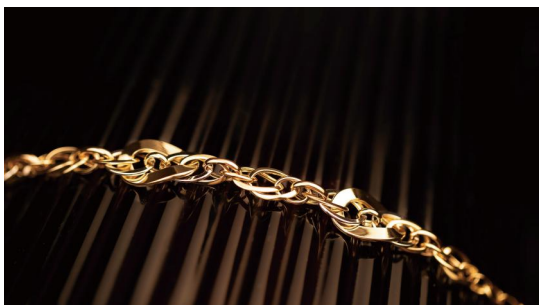


图1-13 项链细节展示1

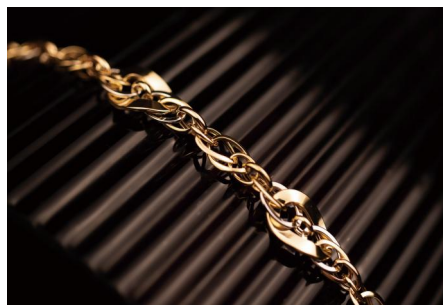


图1-14 项链细节展示2



图1-15 项链细节展示3

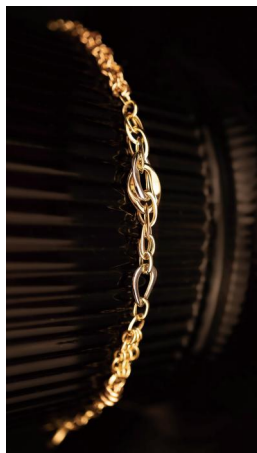


图1-16 项链细节展示4

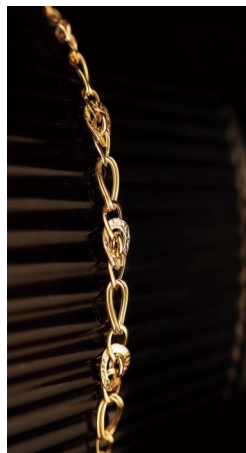


图1-17 项链细节展示5

### 1.2.4 拍摄商品使用状态

在商品拍摄中，展示商品的实际使用场景和状态可以帮助消费者了解商品的功能和使用效果。拍摄商品使用状态时需要关注以下几个关键点。

#### 1. 再现真实场景

在商品拍摄中，应选择合适的场景和环境来模拟商品的实际使用场景。例如，拍摄一款点心时，可以将点心放置在精致的盘子中（见图1-18）；拍摄一款饮品时，可以呈现其被饮用的状态（见图1-19）。通过再现真实场景，消费者可以更好地了解商品在实际使用中的效果和便利性。



图1-18 点心拍摄效果



图1-19 饮品拍摄效果

#### 2. 演示商品功能

在商品拍摄中，可以通过实际操作商品来展示其功能和特点。例如，拍摄一款智能手表时，可以拍摄其在运动过程中的实际使用情况，以展示计步、心率监测等功能。通过演示商品功能，让消费者可以直观地了解商品的使用方法和实际效果。

#### 3. 合理搭配人物角色与商品

在商品拍摄中，可以使用模特或演员来展示商品的使用状态。通过合理搭配人物角色与商品，可以生动地展示商品的适用场景以及使用效果。例如，拍摄户外装备时，可以拍摄模特在户外环境中使用商品的场景，以展示商品的实际使用效果，如图1-20和图1-21所示。



图1-20 吊床拍摄效果



图1-21 煤油灯拍摄效果

此外，拍摄商品使用状态时，还需要注意以下几点：选择合适的场景和道具，以突出商品的特点和功能；注意光线和照明，以确保商品和场景细节清晰可见；确保商品使用状态真实可信，不夸大其效果或误导消费者；考虑目标受众的需求和喜好，以确保拍摄效果与目标市场相符。

通过拍摄商品使用状态，可以增强商品的真实感与吸引力，帮助消费者更好地了解商品的特点和效果，从而推动他们做出购买决策。

---

### • 任务拓展 •

---

完成本次任务学习后，小悦为了巩固商品拍摄要点知识，打算观看一些专业摄影师的拍摄作品，仔细分析这些作品的构图、光线、角度等拍摄技巧，并尝试进行模仿。

完成任务后，请在表1-2中进行学生自评、小组内成员互评和教师评价。

## · 任务评价 ·

表1-2 任务评价

评价方式	任务理解能力	任务完成效果	职业素养评价
学生自评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
小组内成员互评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
教师评价	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格

## 任务1.3 商品拍摄的流程

## · 任务描述 ·

在本次任务中，小悦需要系统学习商品拍摄的完整流程，包括前期准备、环境布置、商品摆放与构图、拍摄执行、后期处理等环节。通过实操演练，掌握商品拍摄的全流程管理，为后续提高拍摄效率与质量做好充分准备。

### 1.3.1 主体判断

在商品拍摄中，主体判断是至关重要的一环，它直接关系到商品外观展示的吸引力和拍摄效果。以下是主体判断环节需要注意的几个要点。



#### 1. 分析拍摄诉求

(1) 了解商品特点。在商品拍摄前，了解商品的特点和卖点至关重要。这有助于确定商品需要突出展示的方面，以便更好地吸引目标受众。

(2) 确定目标受众。明确目标受众，了解其年龄、性别、职业等信息。这有助于在

商品拍摄中选择合适的风格、场景并营造恰当的氛围，从而吸引目标受众的注意力。

## 2. 判断商品调性

在商品拍摄中，可以从外形特征、功能特点和交互体验三个方面来判断商品调性。

(1) 外形特征。商品的外形特征是其视觉形象的重要组成部分。在商品拍摄中，可以通过展示商品的外形特征来传达商品的设计风格、美感和品质。例如，如果商品具有简约、现代风格的外观，在拍摄时可以选择以清晰的线条和简洁的构图来凸显其现代感；如果商品的外形特征更具柔和与曲线感，在拍摄时可以采用柔和的光线与背景来凸显其温暖、亲和的特质。

(2) 功能特点。商品的功能特点是影响消费者选择购买商品的关键因素之一。在商品拍摄中，可以通过展示商品的功能特点来吸引潜在消费者的注意力。例如，如果商品具有多种使用方式或多个功能，可以通过拍摄短片或动态图像来展示其功能特点的多样性；如果商品的功能是解决某个特定问题，可以通过拍摄相关场景来说明商品是如何解决这个问题的，从而激发消费者的购买欲望。

(3) 交互体验。商品的交互体验对消费者而言至关重要。在商品拍摄中，可以通过展示商品的交互过程来传达其易用性和友好性。例如，如果商品具有触摸屏或按钮操作功能，可以通过拍摄手指触摸屏幕或按下按钮的过程来展示商品的交互性；如果商品具有语音控制功能，可以通过展示消费者与商品进行语音交互的场景来凸显其智能化和便捷性。

综合考虑以上三个方面，可以精准地判断并展示商品的调性，吸引潜在消费者的注意力。拍摄时，应选择合适的角度、光线、背景和场景，以凸显商品的特点和优势。此外，还可以运用创意和艺术性手法来展示商品的个性化特征，以达到拍摄目的。

## 3. 确定拍摄风格

确定拍摄风格时，需要注意以下几个方面。

(1) 一致性和连贯性。拍摄风格应在整个拍摄过程中保持一致。这可以通过统一的色调、灯光、构图和后期处理来实现。一致的风格有助于塑造品牌形象，提升品牌辨识度。

(2) 与商品调性相符。拍摄风格应与商品的调性相符。应综合考虑商品的特点、功能、定位和目标受众，选择相应的拍摄风格。例如，对高端奢华的商品，可以选择精致、优雅的拍摄风格；对年轻时尚的商品，可以选择时尚、动感的拍摄风格。

(3) 强调商品特点。拍摄风格应突出商品的特点和优势。应综合考虑商品的质感、形状、颜色等特点，选择合适的照明、背景和构图方式来突出这些特点。

(4) 吸引目标受众。拍摄风格应吸引目标受众。应深入了解目标受众的偏好和审美观，选择他们喜欢的风格。例如，如果目标受众是年轻人，可以选择时尚、有活力的拍摄风格；如果目标受众是家庭用户，可以选择温馨、自然的拍摄风格。

(5) 创造情境和故事。通过创造情境和故事来增加商品的吸引力和情感共鸣。应综合考虑商品的使用场景、功能和目的,选择合适的背景、道具和构图方式来展示商品的用途,传达商品的故事性。

(6) 与品牌形象一致。拍摄风格应与品牌形象保持一致。应综合考虑品牌的核心价值观、定位和目标受众,选择与品牌形象相符的拍摄风格,这有助于建立统一的品牌形象,提升品牌辨识度。

在确定拍摄风格时,应确保拍摄风格与商品特点、品牌形象以及目标受众的喜好相符。只有这样,才能让目标受众产生深刻的印象,实现商品拍摄的目的。

### 1.3.2 准备工作

在商品拍摄前,摄影师需要做好准备工作,准备工作落实到位,才能确保拍摄顺利进行,从而拍出优秀的商品照片,进而激发消费者的购买欲望。商品拍摄的准备工作包括以下几个方面。



#### 1. 拍摄器材的准备

准备商品拍摄器材时,首先要明确拍摄需求,如商品类型、拍摄环境和预期效果等,以便有针对性地选择合适的器材。常用的拍摄器材有以下几种。

(1) 相机和镜头。在商品拍摄前,需要根据拍摄需求选择合适的相机和镜头。商品拍摄通常注重高分辨率以及精准的对焦能力,因此需要选择一款高质量的数码单反相机或无反相机(见图1-22),并配备适当的镜头,如广角镜头、标准镜头或宏镜头(见图1-23)。

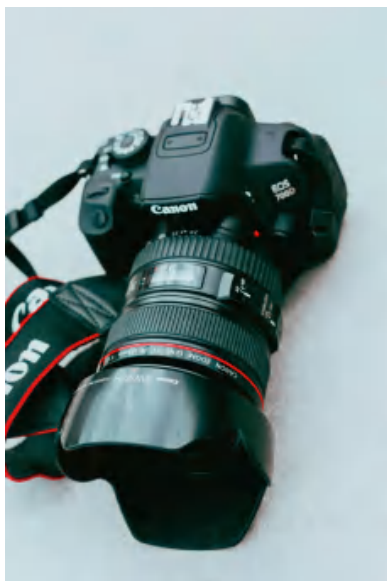


图1-22 相机



图1-23 镜头

(2) 照明设备。在商品拍摄前, 需要根据拍摄环境和拍摄需求选择合适的照明设备, 以确保商品照片的质量。常用的照明设备有闪光灯、LED灯、柔光箱和反射板等。

(3) 三脚架和支架。在商品拍摄前, 为了保持拍摄的稳定性, 需要准备坚固的三脚架或支架, 特别是在进行长曝光拍摄或使用长焦距镜头时, 选用合适的三脚架和支架尤为重要。

(4) 背景布或拍摄箱。在商品拍摄前, 需要选择合适的背景布或拍摄箱, 以创造专业的拍摄环境。背景布可以选用纯色或带有纹理的布料, 主要用于营造氛围、衬托商品; 拍摄箱用于提供统一的背景和精准控制光线。

(5) 遥控器或触发器。在商品拍摄中, 为了避免相机晃动, 特别是在进行长曝光或延时拍摄时, 需要使用遥控器或触发器。因此, 在商品拍摄前应准备好遥控器或触发器, 以便拍出清晰的照片。

(6) 后期处理软件。完成商品拍摄后, 通常需要使用后期处理软件对照片进行调整、修饰和优化, 如Adobe Photoshop或Lightroom。这些软件可以调整照片的曝光度、对比度、色彩饱和度与清晰度等, 使商品照片更符合展示需求。

(7) 其他。此外, 还需要准备电池、存储卡、清洁工具等必要配件, 以确保器材完整且能正常工作, 从而拍出高质量的商品照片。

## 2. 产品和相关道具的准备

在商品拍摄前, 除了商品拍摄器材, 还需要准备商品和相关道具。

(1) 商品。准备好待拍摄的商品, 确保商品干净、整齐, 无损坏或瑕疵。根据拍摄需求, 选择适量商品, 以便展示其不同角度、功能或特性。

(2) 道具。合适的道具能衬托商品并增强视觉效果。这些道具可以是与商品相关的配件、用于布置背景的物品或其他物品, 旨在创造出更具吸引力和情境感的拍摄环境。例如, 拍摄食品时, 可以使用炊具、餐具和食材作为道具, 如图1-24和图1-25所示。



图1-24 茶叶拍摄效果1



图1-25 茶叶拍摄效果2

(3) 背景。选择适当的背景来展示商品至关重要。可以使用纯色布料、纹理布料

或特定场景作为背景，确保背景能够与商品相互衬托，避免分散消费者的注意力，如图1-26和图1-27所示。



图1-26 猕猴桃拍摄效果1



图1-27 猕猴桃拍摄效果2

(4) 包装和标签。如果商品带有包装或标签，应确保其完整无损、干净整洁，并且能够展示商品的品牌和相关信息，这有助于消费者更好地了解商品，如图1-28和图1-29所示。



图1-28 办公杯拍摄效果



图1-29 面霜拍摄效果

(5) 配饰和装饰。根据商品类型和定位选择适当的配饰和装饰物，可以增强视觉吸引力，如植物、花朵、家具等。

(6) 清洁工具。准备好清洁工具，以确保商品在拍摄过程中始终保持干净整洁。

在准备相关道具时，应确保它们与商品的风格和形象相符，并且能够突出商品的特点和优势。做好这些准备工作，有助于拍出出色的商品照片。

### 3. 环境的选择与布置

在商品拍摄中，环境的选择和布置是非常重要的，会直接影响照片的整体效果以及商品的呈现效果。

(1) 环境选择。选择与商品类型和定位相契合的拍摄环境。拍摄环境既可以是室内，也可以是室外，具体取决于商品自身的特点和拍摄的实际需求。例如，拍摄时尚配饰时，可以选择现代、时尚的室内环境；拍摄户外用品时，可以选择自然、真实的户外环境。

(2) 背景。选择干净、简洁的背景，以确保商品能够成为照片的焦点。可以使用纯色背景布、纹理布或特定场景的背景布作为背景，具体取决于商品的特点和定位。

(3) 照明。照明是非常重要的，它直接影响照片的质量和商品的呈现效果。应根据商品类型和拍摄需求选择合适的照明方式，可以使用自然光、人工灯光或者室内灯光来照亮商品，同时确保光线均匀、柔和，避免出现过多的阴影。

(4) 布置和摆放。根据商品的特点和拍摄需求，合理地布置和摆放商品。应考虑商品的尺寸、形状和功能，以及与其他道具的搭配，同时尝试不同的摆放方式，以提升视觉效果。

(5) 配饰和装饰。根据商品的定位和风格，选择适当的配饰和装饰物来增强照片的吸引力，如植物、花朵、家具等。确保配饰和装饰物能够与商品相互衬托，避免分散消费者的注意力。

(6) 清洁和整理。拍摄前做好清洁整理工作，确保拍摄环境干净整洁。需要清理杂物，擦拭灰尘，营造出整洁的氛围。这样有助于商品在照片中呈现最佳状态。

(7) 视觉一致性。对于系列商品拍摄而言，保持视觉一致性非常重要。应确保同一系列的商品照片在风格、背景和环境布置方面保持一致，从而保持品牌的统一形象。

总之，应根据商品的特点和定位，创造一个能够突出商品特色、吸引消费者的环境，这样有助于拍出出色的商品照片，如图1-30和图1-31所示。



图1-30 饰品拍摄效果



图1-31 茶具拍摄效果

### 1.3.3 拍摄阶段

#### 1. 布光

布光对于商品拍摄至关重要，它直接影响商品图片的质感、立体感和



色彩还原度。

在布光时，需要分析商品特性。例如，金属制品反光强烈，适合使用柔和的散射光来避免强光反射；而毛绒制品需要使用侧光或逆光来突出其纹理。

常见的布光方式有主光、辅光和背景光。主光用于确定商品的主要照明方向和亮度；辅光用于补充主光未照亮的区域，减少阴影；背景光用于突出商品轮廓，分离主体与背景。此外，还可以使用柔光箱、反光板、遮光板等工具来控制光线的强度、方向和色温，从而创造出理想的光影效果。

## 2. 构图与搭配

构图是指将商品与画面元素合理布局，以吸引消费者注意力并传达商品信息。

常见的构图方式有对称构图、三分法构图和引导线构图。对称构图能够展现商品的稳定与庄重，常用于拍摄形状规则、对称的商品，如方形礼盒；三分法构图将画面分为九宫格，把商品关键部分放置在四条分割线的交叉点上，使画面更具平衡感和吸引力，常用于拍摄单个商品特写；引导线构图利用线条元素将消费者的视线引导并聚焦到商品上，例如拍摄手表时，可将表带弯曲成特定形状，以此作为引导线。

同时，还要注意拍摄背景与商品的搭配。背景要保持简洁，避免因过于繁杂而抢夺消费者的注意力；颜色搭配也要协调得当，以突出商品特色。

## 3. 拍摄

在拍摄时，需要根据布光方式和构图效果精准设置相机参数，并需要根据光线强度以及期望达到的景深效果来调整光圈大小。大光圈可以虚化背景，从而突出主体；而小光圈可以保证画面整体清晰。快门速度需要根据拍摄环境和是否手持拍摄来设定，以避免画面模糊。感光度尽量选择较低数值，以减少噪点，保证画质。

多角度拍摄是全面展示商品的关键，拍摄正面可以展示商品全貌，拍摄侧面可以展示商品轮廓线条，拍摄背面可以展示商品细节或功能，拍摄特写可以突出商品的独特纹理、标识等。

在商品拍摄过程中，需要不断查看拍摄效果，及时调整参数和拍摄角度，以确保捕捉到商品最完美的状态。

---

### • 任务拓展 •

小悦接到一项任务，为一款带有包装的洗护用品编制拍摄计划书。拍摄计划书应涵盖整个拍摄流程，包括布景、打光、拍摄以及后期处理等环节。

完成任务后，请在表1-3中分别进行学生自评、小组内成员互评和教师评价。

## · 任务评价 ·

表1-3 任务评价

评价方式	任务理解能力	任务完成效果	职业素养评价
学生自评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
小组内成员互评	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格
教师评价	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀	<input type="checkbox"/> 优秀
	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 良好
	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格	<input type="checkbox"/> 合格



① 教师和学生拿到书，先扫描封底刮刮卡，再扫描书内习题码，确认是否能正常做题；关注“文泉考试”公众号，这个公众号可作为除图书以外的第二入口；教师在公众号内先进行教师认证，待认证通过后可创建班级，将班级码分享给学生，提示学生加入；学生扫描书内习题码或者点击公众号上的“做题”，做完题后，输入班课码，可提交答案；教师可从后台导出成绩。