

网店商品



THE SHOOTING OF ON-LINE STORES' COMMODITIES AND THE FINAL PHOTOSHOPIING

拍摄与后期处理

1 Chapter
ONE ▶

网店商品拍摄与后期处理

入门

目录

1.1

网店商品拍摄与后期处理的意义

网店商品拍摄与后期处理的流程

1.2

1.3

优秀网店商品照片的特征

网店商品照片的常见问题

1.4



网店店主

小王



开店已经三个月，却没有接到过一份订单。小王十分焦虑，想了解问题出在哪里，于是搜了同类产品的**皇冠旺铺**，发现他们的**商品照片非常精美**，不仅有**背景衬托**，还**融入道具装饰**，再加上**各个角度的细节展示**，让人看了就有**想购买的欲望**。再看自己店铺的商品照片，画面过暗、完全看不出商品本来的颜色、无法了解商品的材质，而且只有单一的正面图。小王了解差距之后，**决心好好拍摄一组商品照片**，却不知道该如何做！

情景引入

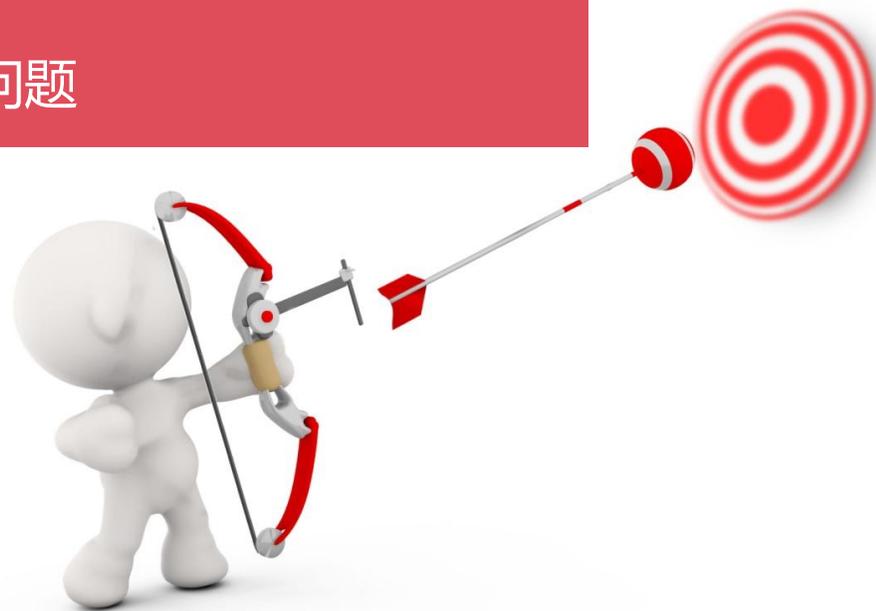
通过对本章的学习，读者可以了解到让人心动的网店商品照片的创作过程。本章首先介绍网店商品照片对卖家的重要性，再系统讲解网店商品照片的拍摄和处理流程，包括前期准备、实拍执行、后期处理三个方面。最后教大家如何辨别合格的网店商品照片，包括高品质网店商品照片具有的特征及网店商品照片拍摄时的常见问题。



学习目标

LEARNING OBJECTIVES

- ➔ 了解网店商品拍摄与后期处理的意义
- ➔ 了解网店商品拍摄与后期处理的流程
- ➔ 了解优秀网店商品照片的特征
- ➔ 了解网店商品照片的常见问题



1.1 网店商品拍摄与后期处理的意义

网店是由商品照片和说明文字等构成的虚拟店铺，而网购就是在这种虚拟店铺中进行交易。由于买家在网店中看不到商品的实物，只能通过卖家投放的信息了解商品，因此，高品质的商品照片是吸引买家关注商品，促进商品销量，并提升网店的整体形象的关键。图1-1所示为同一服饰商品的两组照片，你愿意购买哪组照片中展示的商品呢？



图1-1 同一服饰商品的两组照片

下面从两个方面介绍高品质的商品照片对网店的重要意义。



(1) 有助于提高商品的点击率。



很多卖家都曾经疑惑过：为什么相同的商品和推广方式，点击率却千差万别？这说明使用不同的拍摄和处理效果呈现出来的商品照片，给买家带来的视觉感受完全不同。高品质的商品照片能还原及美化商品的品相，从而吸引买家点击浏览，进入店铺看商品的详情页；反之，低品质的商品照片让商品显得劣质、廉价，无法吸引买家点击浏览，进而影响网店的推广及效益。



(2) 有助于提高商品的销量。



网店商品照片是对商品的一种展示，目的是让顾客直观地感受商品，判断商品的优劣、做工及质感。在商品详情页中，高品质的商品照片可以使顾客从不同角度了解商品的各种属性和卖点，感受到商品的价值，从而有助于增加顾客下单的信心，提升商品的销量和网店的整体形象。

1.2 网店商品拍摄与后期处理的流程

网店商品拍摄和后期处理包括前期准备、实拍执行和后期处理三大流程。只有熟练掌握网店商品拍摄和后期处理的完整工作流程，才能制作出高品质的网店商品照片。



1.2.1 前期准备



1.2.2 实拍执行



1.2.3 后期处理



1.2.1 前期准备

网店商品拍摄不是简单地给商品拍摄几张照片，而是要对商品进行全面的了解，并根据其外观、功能、材质、工艺方面的信息，制订出详细的拍摄计划。只有将前期工作准备好，才能拍摄出预期的效果。

1. 全面了解商品

首先要对所拍摄商品的外观、包装、功能、特性、材质及工艺等做一个全方位的分析，从而为商品的后续拍摄打好基础。



图1-3 商品的功能和特性

(2) 了解商品的功能和特性。

拍摄前需要熟悉商品的功能和特性，这样才能在拍摄过程中通过搭配合适的道具及选择合适的拍摄视角和区域来传达出商品的亮点，并在后期处理时配合说明文字，对商品的功能和特性等进行具体说明，如图1-3所示。



(3) 了解商品的材质和工艺。

优良的材质和工艺是商品的一大卖点，因此，在拍摄和处理商品照片时，可以通过光泽、纹理和说明文字等体现商品的质感和做工，以表现商品材质和工艺的优良。此外，规格化的商品标签、维护方法等也可通过拍摄展现出来，以增加消费者的信任感，如图1-4 所示。



图1-4 商品的材质和标签



2. 制订拍摄方案

拍摄方案的制订包括确定拍摄风格、划分商品分类、计划拍摄内容、列出拍摄顺序并制订拍摄计划表。

(1) 确定拍摄风格。

首先根据商品的外观、功能、材质、工艺等构思好商品的整体拍摄风格，确定主体的构图、道具的搭配、背景的衬托及灯光的布局，使得拍摄出的商品照片画面统一，充满连贯性和完整性。

例如，拍摄女式草帽时，可采用清新海边风格，以大海沙滩作为背景，并用海星、海螺等作为道具。



(2) 划分商品分类。

确定拍摄风格后，还需要把商品进行细致地分类，如果没有对商品进行分类就开始拍摄，可能会导致拍摄过程中临时更换背景、道具、灯光及辅助器材等，耽误工作进度、浪费时间。商品分类时可将商品种类、形状、尺寸、颜色、材质等因素放在一起综合考虑。

例如，服装根据种类分为上装、裤装、裙装、套装等；根据材质分为纯棉、皮质、丝绸等。



2. 制订拍摄方案



2. 制订拍摄方案

(3) 确定拍摄风格。

根据划分的商品分类计划好拍摄内容。计划要完整、周密，防止遗漏拍摄内容带来的二次拍摄，耗费人力、物力。根据商品的表面信息、内部结构特点及需要展示的局部细节来确定商品的拍摄内容。同时计划好商品的拍摄张数、分配好商品套图的数量组合，包括主图数量、大图数量、小图数量、细节图数量等。

例如，一款女式红色方形皮质挎包，拍摄时不但需要考虑到各个方位的视角，还要有体现皮质的特写以及包内结构的展示。

(4) 列出拍摄顺序。

确定拍摄风格、分类、内容后，列出详细的拍摄顺序。合理的拍摄顺序可以让整个拍摄工作顺畅、高效。反之，随意穿插交替地拍摄会使拍摄者疲劳。

拍摄顺序是有规律可循的，如果是多款商品，需从同类商品开始拍摄；如果是一款商品，则从场景最简单、最容易操作且最容易表现的方式开始，然后再进行搭配复杂、需要用辅助器材才能完成的拍摄，循序渐进。

例如，拍摄一款男式蓝色运动鞋，可先拍摄白背景下的照片，再拍摄模特穿着此款运动鞋跑步的场景。



2. 制订拍摄方案

表1-1 网店商品拍摄规划表

名称									
信息									
拍摄内容	拍摄要求		所用器材			拍摄环境		张数	拍摄时间
	拍摄角度	拍摄高度	器材	背景	道具	棚内	外景		
正面图									
侧面图									
斜侧图									
背面图									
底部图									
全家福									
实物对比图									
尺寸对照图									
内部结构图									
商品包装图									
商品配件图									
局部特写图									
商品吊牌图									
组合拍摄									
模特拍摄									
功能写真									



2. 制订拍摄方案

(5) 制订拍摄计划。

综合以上内容，可以用表格的形式来制定一个详细的拍摄规划表，这样比较清晰明确，方便拍摄，有利于掌握时间进度，如表1-1所示。

知识链接

网店商品拍摄规划表信息项可根据实际情况填写商品的外观、功能、材质、工艺等相关内容。而拍摄内容项可根据实际情况变动，也可根据预先列好的拍摄顺序排列。



📷 3. 准备摄影器材

开拍之前，拍摄者需要准备好拍摄中用到的所有器材，如相机、三脚架、照明灯、快门线、存储卡、背景布、柔光箱、反光板等，并检查是否缺少或损坏，以保证拍摄的顺利完成。对于常用辅助器材，如柔光箱、反光板等可多配几个，以备不时之需。

相机



拍摄商品的主器材

三角架



稳定相机，防止抖动

照明灯



提供稳定的光源

快门线



控制相机快门

柔光箱



柔化生硬的光线

反光板



改善拍摄光线

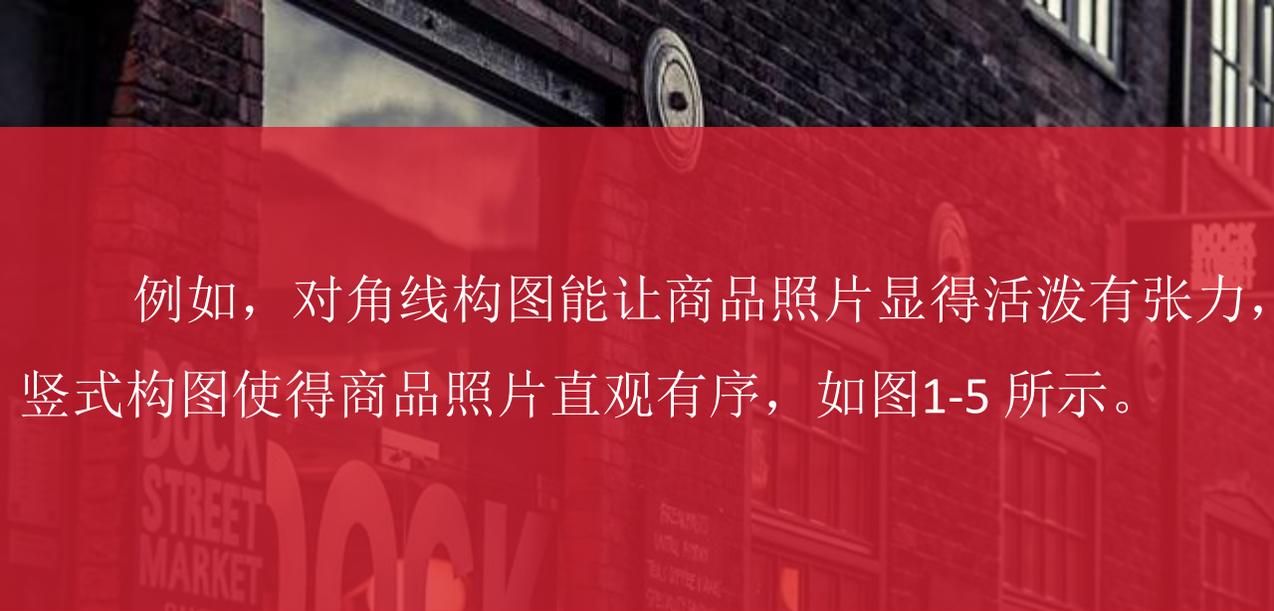
前期准备工作就绪后，就是实际拍摄环节。在拍摄过程中，要对商品的摆放构图、背景道具及布光进行巧妙地设计，最终才能呈现出优秀的商品照片。



1.2.2 实拍执行

1. 巧妙地摆放和构图

构图是拍摄的关键环节，主体物的摆放位置和角度对整个画面的视觉效果有着巨大影响。



例如，对角线构图能让商品照片显得活泼有张力，竖式构图使得商品照片直观有序，如图1-5 所示。

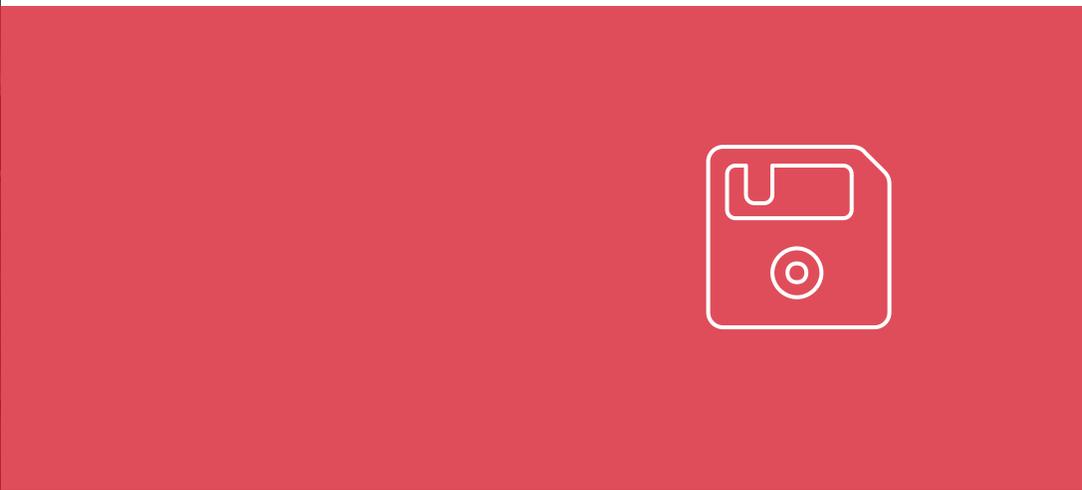


图1-5 对角线构图和垂直线构图

2. 合适的背景和道具

一组网店商品照片除了主体物的摆放和构图，背景和道具的装饰也必不可少。拍摄者选用的背景不同，画面效果给人感觉也大不相同。例如，无色的背景给人一种干净的感觉，也是棚拍时最常使用的；有色的背景给人一种强烈的感觉，尤其是背景与商品颜色形成对比时，反差感极强。再搭配合适的道具，可以为商品照片增添光彩。

例如，一款女式红色方形皮质挎包，拍摄时不但需要考虑到各个方位的视角，还要有体现皮质的特写以及包内结构的展示。

在日常生活中，很多用品都可以当做商品拍摄的小道具，如相框、杂志、玩具、小家具等。通过巧妙的摆放与美感的构图，加上背景和道具的搭配，可使原来单调的商品显得更加生动，如图 1-6 所示。

📷 2. 合适的背景和道具



图 1-6 无色背景和有色背景

众所周知，肉眼所看到的一切事物都是因为物体对光线的反射所致。拍摄商品照片时，要如实描述商品本身的结构、颜色、质感，就要通过布光来决定。



📷 3. 效果立体化的布光

利用光线的明暗关系，可通过平面的摄影途径实现商品的立体形态和空间透视效果，使买家在浏览这些商品照片时产生真实的视觉感受，如图 1-7 所示。

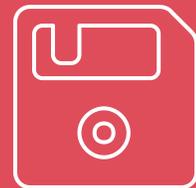


图 1-7 有立体感和缺乏立体感的拍摄效果

拍摄工作完成后，需要将拍摄的商品照片传入电脑，依据要求进行挑选，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，前提是要保证商品照片的真实性。最后可给商品照片添加上水印，防止被盗用，如图 1-8 所示。



1.2.3后期处理



图 1-8 加水印的商品照片

常用的图像处理软件有
Photoshop、光影魔术手及美图
秀秀等。



1.3 优秀网店商品照片的特征

好的网店商品照片是吸引买家点击和购买的重要因素，可以让网店推广工作事半功倍。那么，什么样的网店商品照片能打动消费者呢？



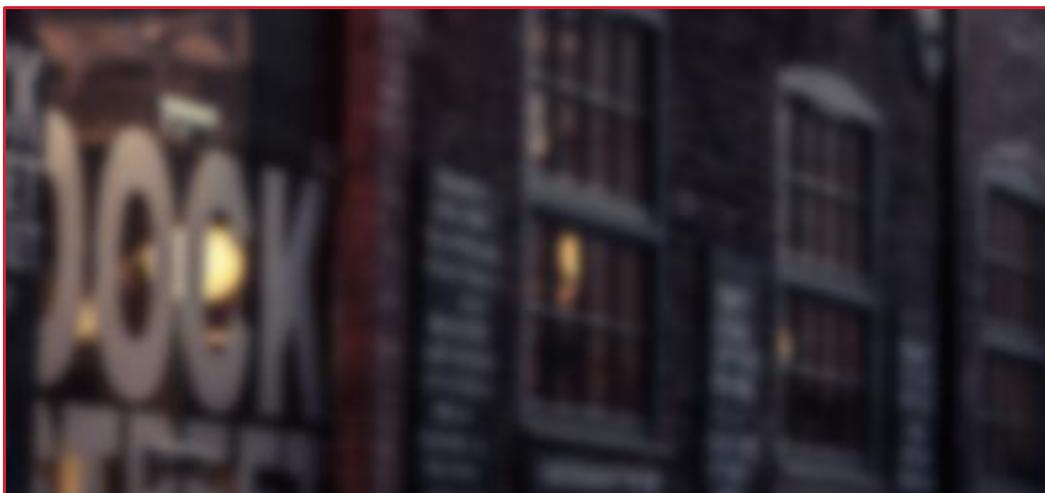
1.3.1 主体美观清晰

商品照片中，主体物一定要清晰干净，在画面中不能太大，太大使人觉得压抑，也不能太小，太小让人感觉小气。总体视觉效果要给人以美的享受，从而彰显品质，如图1-9所示。



图 1-9 清新干净的主体物

1.3.2 画面色彩还原正确



商品照片一定要色彩还原正确，不能失真，不能偏色，否则视觉上会给人以不舒服的感觉，如图 1-10 所示。



图 1-10 色彩还原正确

1.3.3 商品材质细腻明确



图 1-11 蕾丝布料和牛仔布料

商品是由不同材料制造的，具有不同材料的质感特征，只有将商品的材质准确清楚地展现出来，才能更好地让人了解这款商品，如图 1-11 所示。



1.3.4 整体摆放疏密有致



图 1-12 整体摆放疏密有致



商品全家福照片的布局既要有稀疏浅淡处，也要有茂密浓重处，这样才能使得画面既有规律又有情趣，如图 1-12 所示。

1.3.5 背景和道具搭配适宜

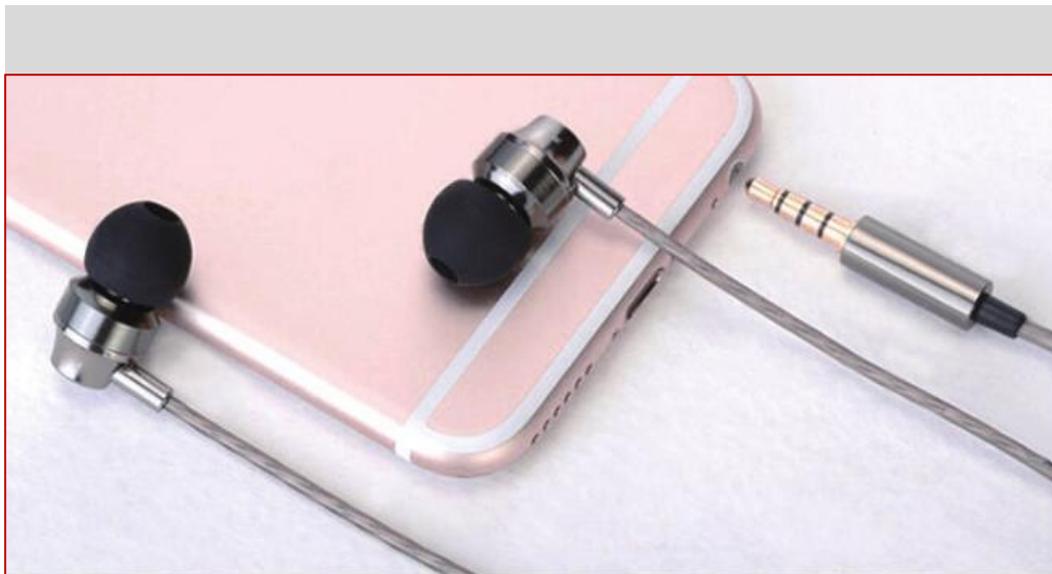


图 1-13 背景道具搭配适宜



根据商品的风格搭配合适的背景道具，可以更好地衬托主体。背景道具不要遮挡主体物，也不要过大抢了主体物的风头，如图 1-13 是为手机耳机搭配的背景道具。

1.3.6 多方位多细节展示



图 1-14 多方位多细节展示

卖家通常会选用一张最满意的商品照片作为主图供买家浏览，但是这样只能展示商品的整体。卖家必须在商品详情页中将商品的所有细节全面地展示出来，让买家多方位、多方面地看清商品。细节展示得越多，买家对商品的了解就越多，疑虑消除得就越多，如图1-14所示。

1.4 网店商品照片的常见问题



商品照片在网店中扮演着重要的角色，它存在问题会给整个网店带来负面的影响。下面介绍网店商品照片的常见问题。

如果商品照片不清晰，看不清商品内容，会给人以虚假的感觉，买家通常不会浏览这样的商品，从而导致卖家减少交易的机会，如图 1-15所示。



图 1-15 画面模糊不清

1.4.1 画面模糊不清



曝光过度会导致画面过亮，而曝光不足会导致画面过暗，无论过亮或是过暗，视觉上给人的感觉都是不好的，同时卖家想要展示的商品细节也不会完美，如图 1-16 所示。



图 1-16 曝光过度和曝光不足



1.4.2 画面曝光失误

1.4.3 画面失真偏色

若拍摄的商品不是它原有的颜色或偏色，如金黄色拍成了橙色或土黄色，那就是一张失败的商品照片，不仅影响商品的美观和销量，还使买家收到的商品与网上看到的不一致，从而导致退换货率增加，如图 1-17 所示。



图 1-17 画面正常颜色和画面失真偏色

1.4.4 照片与实物不符

一张商品照片中，虽然主体物清晰、色彩正确，但如果商品照片和实物不符，如商品本来的形状是方形，结果拍摄出来的商品照片却变成梯形，那会让买家觉得图文不符，从而严重影响卖家的可信度，如图 1-18 所示。



图 1-18 正常商品照片和变形商品照片

主体物在照片上显示过小会导致商品不明确；而主体物在照片上显示过大，甚至超出了画面范围，不但让买家看不出商品的外轮廓，还会形成一种压迫感，如图 1-19 所示。



图 1-19 主体过小和过大

1.4.5 主体过小或过大



拍摄商品全家福照片时需采用有节奏感、疏密相间的摆放方式，使画面显得饱满又不凌乱。若一味强调整齐则过于呆板，一味强调自然则过于零散，如图 1-20 所示。



图 1-20 商品摆放过密和过疏



1.4.6 商品过密或过疏



拍摄时如果用光不好，会导致商品材质不清晰，从而无法以视觉感受材质，使消费者难以形成对商品材质的正确认知，进而放弃购买，如图 1-21 所示。



1.4.7 商品材质不明



图 1-21 纯棉材质和材质不明

如果商品照片中商品主体和背景搭配不得当，会让商品显得不突出，还会让买家产生误解：道具才是商品。切记背景和道具都是商品的陪衬，千万不要喧宾夺主，如图 1-22 所示。



1.4.8 背景和道具干扰



图 1-22 背景和道具干扰

有些卖家只注重商品主图的拍摄和后期处理，却忽略了细节的展示，这样的拍摄不全面、不成组，对于商品的展示不利，会使买家无法全面地认识这个商品，如图1-23所示。



图 1-23 只有单一主图



1.4.9 展示不够充分



商品拍摄的基本流程是什么？



图 1-24 所示为 4 张网店商品照片，从中找出 1 张符合网店商品拍摄要求的照片，并说出其余 3 张网店商品照片存在的问题？



(a)



(b)



(c)



(d)