

# 工业产品摄影研究

姜美秀 曲维元\*

沈阳化工大学, 中国·辽宁 沈阳 110142

**【摘要】**产品摄影从诞生开始至今,一直以自身特有的方式影响着人们的生活,他是集多种功能与一身的媒介。近几年,网络、数字化的技术发展提供了新媒体的语境。在新媒体语境下,产品摄影通过图像信息传达的方式给人类提供了形象化的视觉享受,其视觉文化的表现对人们的生活有一定的影响,在文化生产和商业价值中占据着有利的地位。本文在对产品摄影相关内容进行概述的基础上,分析了产品摄影技术创新对于产品摄影所带来的积极推动作用,并以消费者的审美观点为出发点,在摄影师成熟与多样化拍摄风格基础上,进行对产品摄影进一步发展进行分析,同时结合实际发展情况对产品摄影未来发展进行研究。

**【关键词】**产品摄影; 创新技术; 审美; 视觉技术人员

## 1 产品摄影的相关概述

### 1.1 概念及特征

随着网络化、数据化时代的发展,产品摄影经济已经成为我国国民经济中不可缺少的一部分和推动力量。产品摄影是商业广告的一部分,通过拍摄产品来向大众传递产品信息,其中包括产品的结构、特点、功能等方面。产品摄影作为摄影艺术与广告宣传是密不可分的。虽然产品摄影和艺术摄影有着万缕千丝的关系,但是这两个本质上还是有所不同,产品摄影的功能性是非常鲜明的。比如通过拍摄的作品来介绍产品所具有的特点以及宣传产品的形象、吸引大众的目光来促进产品消费。

### 1.2 产品摄影发展趋势

在信息时代,产品摄影行业受欢迎度明显上升,无论是商品商家的产品宣传,还是各个网站精美商品照片,网购流行的社会优势,对于产品摄影的发展都有良好的趋势。目前产品摄影的服务以及技术正在打破传统,走向创新。在这个时代,不管是世界500强大公司,还是明不届惊传的小公司都渴望让自己的品牌跳脱出统治的圈,显得该公司的产品与众不同。“互联网+”已经成为产品摄影未来发展的共识,深入加快行业与互联网的整合,有利于产品摄影行业的技术与服务不断地优化,提升,促进产品摄影快速发展。

## 2 产品摄影现时期发展

时代的进步科技的发展,社会经济的发展和活跃,使广告已成为传递商品有效信心的途径。产品摄影技术的提高与发展,使拍摄产品的真实性和局部细部的视觉效果有所提高,很大程度上提高了广告画面的记忆效果和信任度,成为了现在广告图像宣传的首选方式。现在网络时代的兴起,网上产品流通的同时产品摄影的需求度也越来越高。网上购物服务和多元的开放式选择深受大众喜爱,因此也推动了产品摄影行业成为热门行业。虽然中国摄影行业近几年得到了长足的发展,但是相对比较来说我国不论从规模到人才还是商业规范的管理水平都处于初级阶段,这正行也正是我国产品摄影行业发展潜力很大。社会经济的发展以及网络时代的兴起,规模经济对拍摄产品照片的价格的影响程度,使客户的分销渠道类型不同。价格竞争是市场的统领,竞争的核心是集中在拍摄的质量上,二者相互融合缺一不可。

## 3 产品摄影未来展望

### 3.1 主题创作

产品摄影需要发展和创新,才能不断地展现产品摄影的魅力。则创新与发展不仅仅是单个因素就可促成的,我们要从全面分析

以及解决各个因素所在问题。拍摄的主题不仅要体现出该产品的特质,同时也要体现摄影者的风格和对于消费者审美以及需求。拍摄要对于世界观人生观,美学观集中表现,优秀的拍摄作品,不仅能体现出产品本身具有的特性,同时也能赋予产品灵活的生命与消费者之间进行沟通与对话。从而,让消费者对于产品的特性以及功能得到详细的了解。

### 3.2 拍摄风格

网络技术飞速发展,消费者也受到了多元化文化的影响和熏陶。单一无趣笼统的风格无法深入消费者的内心,所以拍摄者可以结合自身风格,融入各个国家优秀摄影师拍摄的产品作品的技法技巧,激发自己的艺术潜能,创造出具有自己艺术特色的产品摄影,给消费者带来焕然一新。观察是人类认识社会的途径,也正是产品摄影创作的起点,产品摄影师要从顾客的观点上出发,深入生活用心观察了解消费者内心所需,并结合产品的功能特性等,表达出该产品真正存在的意义,以及自身独特的特性。

### 3.3 市场监管

产品摄影也要加强市场的监管,随着各个产品摄影独立工作室的发展趋势,并非每个工作室都有较强的行业标准,如此就产生该行业质量参差不齐,价格不一,低质量低价格的市场流通是产品摄影发展的一大阻碍。所以应提高该行业的技术水平标准,对产品摄影行业加强市场监管力度,产品摄影行业要实行高要求,高标准,从而促进产品摄影市场良性发展。

## 4 结语

在新的视觉文化背景下,产品摄影拥有良好的生存背景基础,应不在拘泥于摄影本固有的表现手法,要更多融合产品的风格以及产品自身特质真实的呈现,也要结合多种艺术的表现手法,借助各种媒体技术把产品摄影从记忆中的现实空间转换成想象中的拟像空间,产品摄影要与各种传播平台相互交互与融合,发展产品摄影更多的可能性,促进产品摄影独特的传播地位与价值。

### 参考文献:

- [1]张燕芹. 浅谈摄影创新能力培养的步骤与方法[J]. 艺术科技, 2014, 000(011): 191-192.
- [2]刘旭炜. 浅谈高校摄影教学[J]. 江苏技术师范学院学报, 2004.

### 作者简介:

姜美秀(1997.9-),女,汉族,辽宁丹东人,17级在读本科生,专业:视觉传达,研究方向:工业产品摄影研究。

\*指导教师:曲维元