

第1章

美工广告设计的必备知识

伴随着网购如火如荼的发展之势，电子商务领域已经以风靡之势席卷全国，成为时下人们日常消费的主要网络平台。电子商务网站广告是电子商务平台盈利的一项重要辅助工具，在电商活动中扮演着重要的角色。作为一个美工，了解美工广告设计的必备知识是当务之急。

1.1 美工广告设计的构成要素

图形、图像、标志、文字以及色彩是电商设计的构成要素。它们在电商广告设计中分别担任各自的角色，各施所长，互相呼应，形成统一的视觉广告的整体，如图 1-1 和图 1-2 所示。



图 1-1



图 1-2

1.1.1 图形与图像

图形是广告作品中重要的“视觉语言”，在绝大多数广告作品中，图形都占有重要的地位，因为图形能够给人以直观的形象，尤其是在宣传商品时，它能使消费者对于商品的外观、性能、用法等“了如指掌”。“一幅好的图形胜过一百句好话”，使用图形可以省却许多文字的解释。图形具有以下 3 种功能：

- 吸引受众注意广告版面的“吸引”功能。
- 将广告内容传达给受众的“传达”功能。
- 把受众的视线引至文字的“诱导”功能。

为了充分发挥图形在广告中的功能，大家在设计时要注意做到以下几点：

- 以富有创意的画面充分地体现广告的主题。
- 图形的形象要生动、简洁，做到“阅读最省力”。
- 情理交融，既能以理服人，又能以情感人，有助于受众对所传达的信息产生注目、理解、记忆的效果，进而产生强烈的购买欲望。
- 不同的广告，其主题、商品、取材、受众、表现手法等各不相同，要求图形的风格也各不相同，从而出现多种风格。

1.1.2 标志

标志是广告对象借以识别商品或企业的主要符号。标志有商品标志和企业形象标志两类。在广告设计中，标志不是广告版面的装饰物，而是重要的构成要素。在整个广告设计版面中，标志的造型最单纯、最简洁，其视觉效果最强烈，在一瞬间就能让人识别，并能给消费者留下深刻的印象。如图 1-3 所示为不同标志的产品。



图 1-3

1.1.3 文字

文字是人类用于沟通思想、记录和传达语言的书面符号，是扩大语言在时间和空间上的交际功能的辅助工具。在广告中文字是不可缺少的视觉要素，它与图形互相配合来体现广告的主题，能够比较深入地说服消费者。

广告正文是说明广告设计内容的文本，基本上是对标题的发挥。广告正文用让人心动的语言介绍产品，使消费者产生购买的欲望，从而实现广告设计宣传的目标。广告正文文字集中，一般都安排在插图间比较醒目的位置，如图 1-4 所示。



图 1-4

1.1.4 色彩

公众对广告的第一印象是通过色彩得到的。图形和文案都离不开色彩的表现，色彩传达从某种意义上来说是第一位的。

- 食品类商品常用鲜明、丰富的色调。红色、黄色和橙色强调食品的美味与营养；绿色强调蔬菜、水果等的新鲜；蓝色、白色强调食品的卫生或说明是冷冻食品。
- 药品类商品常用单纯的冷色调或暖色调。冷灰色适用于消炎、退热、镇痛类药品；暖色用于滋补、保健、营养、兴奋和强心类药品；而大面积的黑色表示有毒药品。
- 化妆品类商品常用柔和、脂粉的中性色彩。例如具有各种色彩倾向的红灰、黄灰、绿灰等色，用于表现女性高贵、温柔的性格特点。男性化妆品则较多用黑色或纯色，以体现男性的庄重与大方。
- 五金、机械、仪器类商品常用黑色或单纯、沉着的蓝色、红色等，表现五金、机械产品坚实、精密或耐用的特点。

1.2 美工广告设计的必需信息

本节介绍美工广告设计的必需信息，主要包括产品图片、产品价格、品牌 Logo、卖点介绍、

引导按钮和附加价值 6 个方面。

1.2.1 产品图片

制作电商广告产品图有以下几个原则：

- 主题一定要明确，而且主题只有一个，如果放很多元素在一张广告图上面，消费者就会不知道这张广告图到底要表达什么意思。
- 广告图的风格一定要和主题一致，表里如一，切忌“挂羊头卖狗肉”。
- 在构图方面最好不要整齐划一、主次不分、中规中矩，突出创意才能出奇制胜，抓住消费者的眼球。
- 细节决定成败，一切的效果都要在细节中体现。

如图 1-5 所示为电商广告产品图。



图 1-5

1.2.2 产品价格

对于消费者而言，广告要发挥引导、刺激并满足消费者需求的作用，首先要使广告传播的信息引人注意，激发消费者的购买兴趣和欲望。其次，广告能改变人们的消费观念和消费心理，影响人们的消费结构和消费行为。再次，广告是消费者进行消费决策的重要参谋。而这其中产品的价格是不可忽视的一个因素，所以关于价格的提示一定要在广告中有非常醒目的表示，如图 1-6 所示。



图 1-6

1.2.3 品牌 Logo

品牌 Logo 会在顾客心里产生微妙的“化学”变化，并在潜移默化中对该 Logo 的电商产生一定的认知或认可，就此电商的网络推广就算是初战告捷了。如图 1-7 所示为一个带有品牌 Logo 的广告。

1.2.4 卖点介绍

作为介绍产品卖点的广告语绝对是营销手段的



图 1-7

鼻祖，是自人类有经济商贸以来就一直传承不灭的瑰宝，只要有经济的地方就必有广告语。而电商运用于网络推广的广告语，不仅可以起到广而告之的作用，还可以使顾客从简短的广告语中了解电商的产品优势，为电商带来潜在的用户。电商在广告语的设计上一定要精短，在点明产品优势的基础上浓缩精华，以最言简意赅的形式呈现给顾客，如图 1-8 所示。



图 1-8

1.2.5 引导按钮

好奇是人类的天性，如果某人正在注视一样东西，其他人也会不自觉地看过去试图找到答案。如果一个箭头指向某个方向，人们也想找出答案。物体往往也有一个“视线”，有着与箭头一样的作用，这些东西都会指引人们去寻找答案，也许人们并非有意识地去跟随，但实际上在内心深处总是藏着一个疑问，这就是引导按钮在电商广告中所起的作用，如图 1-9 所示。

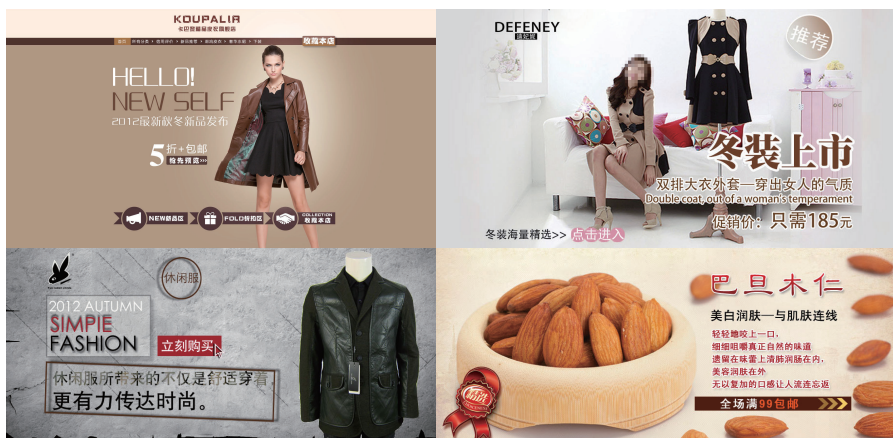


图 1-9

1.2.6 附加价值

在开发在线媒体计划时不要小看附加值广告投放，例如基于文本的时事通讯广告和社论式广告，此类广告的投放代表着增值广告的机会，如图 1-10 所示。



图 1-10

1.3 电商广告的制作技巧

本节介绍电商广告的相关制作技巧，这是新手入门的必修内容，熟练掌握，能够用方便、快捷的方式制作出更加吸引人的广告。

(1) 广告内容要符合法律规定。广告内容应当有利于人们的身心健康，促进商品和服务质量的提高，保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益，如图 1-11 所示。



图 1-11

(2) 强化企业品牌形象。企业品牌形象是信息传播的重要内容，在某种程度上，广告就是追求企业品牌在受众心目中的价值认同。设计网络广告，应将企业标志以及商标置于页面的醒目位置，统一企业的广告形象，强化公众对品牌的印象，如图 1-12 所示。



图 1-12

(3) 广告语的使用。广告标题要用词确切、立意鲜明、有吸引力。正文句子要简短、直截了当，尽量用短语，语句要口语化，不绕弯子。另外，可以适当运用感叹号，以增强语气效果，如图 1-13 所示。



图 1-13

(4) 图片的处理和使用。网页上的图片一般使用 GIF 或 JPG 格式，注意图片不宜过大，一般应将每个页面上所有图片的总大小控制在 30KB 以内，以使页面的访问时间尽量缩短，如图 1-14 所示。



图 1-14

(5) 巧用动画。动画在网页制作、多媒体演示等领域得到广泛应用，如图 1-15 所示。



图 1-15

第2章

电商商品的拍摄技法

如何将商品真实、清晰地呈现在买家面前，是电商必须掌握的一项基本技能。这虽然不需要体现照片的艺术价值和较高的审美品位，但是精彩的商品照片无疑会为商品增色不少。

2.1 好照片如何布光

对于商品拍摄，布光的选择是一门大学问。到底哪种布光方式最好？怎样既能省钱又能达到想要的拍摄效果？这里就根据一些资料教大家拍摄电商宝贝时的布光技巧。

2.1.1 拍摄吸光体

吸光体产品包括毛皮、衣服、布料、食品、水果、粗陶、橡胶、亚光塑料等，它们的表面通常是不光滑的（相对反光体和透明体而言），因此对光的反射比较稳定，即物体固有色比较稳定、统一，而且这些产品通常本身的视觉层次比较丰富。为了再现吸光体表面的层次质感，布光的灯位要以侧光、顺光、侧顺光为主，而且光比较小，这样能使其层次和色彩都表现得更加丰富。

比如，布料是吸光体，侧面方向的硬光较能表现布料的质感，如图 2-1 所示。



图 2-1

食品是比较典型的吸光体。食品的质感表现总是和它的色、香、味等各种感觉联系起来，要让人们感受到食品的新鲜、口感、富于营养等，唤起人们的食欲。

如图 2-2 所示，在蔓越莓饼干的上方和右侧加了两盏柔光灯，所以画面中食物的质感表现得非常细腻，而且表面的层次也很丰富。

如图 2-3 所示，在番石榴的正前方打了一盏柔光灯，这种顺光的表现使表面的颜色更加鲜亮，对番石榴表面细微的皱感的肌理表现得非常到位。



图 2-2



图 2-3

2.1.2 拍摄反光体

反光体是一些表面光滑的金属或是没有花纹的瓷器。要表现它们表面的光滑，就不能使一个立体面中出现多个不统一的光斑或黑斑，因此最好的方法就是采用大面积照射的光或利用反光板照明，光源的面积越大越好。

在很多情况下，反射在反光物体上的白色线条可能是不均匀的，但必须是渐变保持统一性的，这样才显得真实，如果表面光亮的反光体上出现高光，则可通过很弱的直射光源获得。

如图 2-4 所示，为了使不锈钢餐具朝上方的一面受光均匀，保证刀叉上没有耀斑和黑斑，用两层硫酸纸制作了柔光箱罩在主体物上，并且用大面积柔光光源（八角灯罩的闪光）打在柔光箱的上方，使其色调更加丰富，从而表现出质感。



图 2-4

如果直接裸露闪光灯光源，并且不用柔光箱，那么直射光就会显得硬，而硬光的方向性非常强，所以光的形状、大小就会直接反射到刀叉上，形成明显的光斑，那么也就失去物体的质感。

如果不是为了特殊的反光效果，在拍摄反光体时通常选择柔光，柔光可以更好地表现反光体的质感。另外还要注意灯是有光源点的，所以要尽量隐藏明显的光源点在反光体上的表现。一般通过加灯罩并在灯罩里加柔光布的方式来隐藏光源点。

反光体布光最关键的就是对反光效果的处理，所以在实际拍摄中一般使用黑色或白色卡纸来反光，特别是对柱状体或球体等立体面不明显的反光体，如图 2-5 所示。



图 2-5

为了表现画面的视觉效果，不仅可以用黑色或白色卡纸，还可以利用不同反光率的灰色卡纸来反射，这样既可以把握反光体的本质特性，又可以控制不同的反光层次，增强作品的美感。

2.1.3 拍摄透明体

透明体，顾名思义是一种通透的质感表现，而且表面非常光滑。由于光线能穿透透明体本身，所以一般选择逆光、侧逆光等。光质偏硬，可以使其产生晶莹剔透的艺术效果，体现质感。透明体大多是酒、水等液体或者是玻璃制品，如图 2-6 所示。



图 2-6

拍摄透明体很重要的一点是体现主体的通透程度。在布光时一般采用透射光照明，常用逆光位，光源可以穿透透明体，在不同质感的物体上形成不同的亮度，有时为了加强透明体的形体造型，并使其与高亮逆光的背景相剥离，可以在透明体左侧、右侧和上方加黑色卡纸来勾勒造型线条。

在表现黑色背景下的透明体时，要将被摄体与背景分离，可在两侧采用柔光灯，这样不仅可以使主体与背景分离，还可以使其质感更加丰富。例如在顶部加一个灯箱，就能表现出物体上半部分的轮廓，透明体在黑色背景中显得格外精致、剔透。

如图 2-7 所示就是用逆光形成明亮的背景，用黑色卡纸修饰玻璃体的轮廓线，用不同明暗的线条和块面来表现玻璃体的造型和质感。大家在使用逆光时要注意不能使光源出现，一般选择柔光纸来遮住光源。



图 2-7

2.2 构图的运用

拍照要有一定的格式和规律，只有掌握好了基本构图的运用才可以突破和创新，但是在打破陈规之前必须先了解陈规，这样才有可能真正做到突破和创新。

2.2.1 黄金分割法

如图 2-8 所示，采用黄金分割法构图时画面的长宽比例通常为 1:0.7，按此比例设计的造型十分美丽，因此被称为黄金分割，该比例也叫黄金比例。

在日常生活中有很多东西都采用这个比例，例如书籍、报纸、杂志、箱子、盒子等。

通常把黄金分割法的概念略为引申，0.7 所在之处是放置拍摄主体最佳的位置，以此形成视觉的重心。



图 2-8

2.2.2 三分法

所谓的三分法其实就是从黄金分割法中引申出来的，用两横、两竖的线条把画面九等分，形成的格子也叫“九宫格”，中间 4 个交点成为视线的重点，这也是构图时放置主体的最佳位置。



图 2-9

这种构图方式并非要主体必须占据画面的 4 个交点，在这种 1:2 的画面比例中，主体占据 1 ~ 4 个交点都可以，但是画面的疏密会有所不同。

图 2-9 展示的服装图片，人物上身占据了右边的两个交点，前臂和大腿占据了左边的两个交点，是典型的 4 点全占的三分法构图方式。

2.2.3 均分法

为了在视觉上突出主体，通常将主体放在画面的中间，左右基本对称，因为很多人喜欢把视平线放在中间，上下空间的比例大致均分。如图 2-10 所示，这 3 张图片使用的都是均分法构图，主体都在画面的正中，但是为了防止画面显得过于呆板，往往在对称之中略有偏移。



图 2-10

女装照片里模特的脸部被裁掉了一半，这样在身材比例上就更加突出了腿部的长度，但是视觉的重点依然在模特裙子的花纹上。

在羽绒马甲的照片中，翻起来的帽子占据了衣服长度的 1/3，这种比例在视觉上加强了稳定性，因此也能取得较好的视觉效果。

及膝女靴的照片在构图时，模特两腿呈倒 V 字造型，肤色与黑色的靴子在颜色上形成深浅对比，保障了稳定性和视觉重点。

2.2.4 疏密相间法

当需要在一个画面中摆放多个物体进行拍摄时，在取景的时候最好让它们错落有致、疏密相间。

如图 2-11 所示，多个物体前后左右布局就比一字排开自然、美观得多，其中有些被拍摄物体适当地相连或交错，往往会让画面显得更加紧凑，主次分明。



图 2-11

众所周知，在篆刻中有“疏可走马，密不透风”的经典布局方法，将其借用到电商商品的拍摄中也非常容易出效果。

第3章

Photoshop 美工合成概述

图像合成就是把两幅或者两幅以上的图像经过一定的处理拼合成一幅新的作品，就像给现实的照片换背景，或者给照片添加一些现实生活中不可能出现的物体（例如龙、凤等元素）。在图像合成的过程中，设计者的创意是非常重要的。

如图 3-1 所示为合成一幅作品所用到的素材图片，和拼贴画一样，图像合成就是将图像叠加、交错并改变图像的上下顺序，再把多幅图像重新组合，形成一个新的视觉效果，如图 3-2 所示。

在平面设计领域中，叠加、交错的图像被称作“图层”。设计中的每个元素都能放置在单独的图层上，因此进行图像合成的首要任务就是了解和掌握图层的功能。



图 3-1

在不影响其他图像的情况下，单独处理某一图层上的图像，这就是图层的主要作用。如图 3-3 所示，每个图层上都包含了不同的图像元素，将这些元素组合起来，就形成了一幅完整的画面。



图 3-2



图 3-3

3.1 Photoshop 合成的应用领域

图像合成随着计算机的普及以及软件技术的发展,已经成为一种艺术的表现形式。大家进行图像合成不仅要学会挑选素材,还要学会制作素材。因为在合成过程中有些素材是不符合合成要求的,有些素材可能找不到,这就需要设计者自己制作素材。

3.1.1 在人像合成中的应用

人像合成是应用最广泛、最频繁的合成。人像合成包括人物与人物合成、人物与纹理合成、人物与背景替换合成等。在人像合成的过程中,要对图像中不需要的区域进行替换,例如游览世界名胜、与明星合影等,以达到预期的效果,这就要对图片进行抠图处理(对于抠图,在4.1节会有详细的介绍)。如图3-4和图3-5所示,这些图片都可以利用合成技术轻松实现。



图 3-4



图 3-5



图 3-6

3.1.2 在场景合成中的应用

在游戏场景的绘制中经常会用到图像合成技术,因为在游戏制作领域中游戏场景的绘制是一项非常繁重的工作,利用计算机合成场景不仅可以减轻开发人员的工作量,还能提高场景的精度,如图3-6所示。另外,场景合成的手法在电影的制作过程中也经常用到,合成技术高超的美工人员设计出的图片会使人们在欣赏的时候分不清哪里是合成的,哪里是真实的。

3.1.3 在婚纱合成中的应用

以前在拍摄婚纱照时，婚纱照的摄影往往局限于新娘换穿礼服拍摄一些固定姿势的照片，可是现在由于人们思想的变化，婚纱照越来越侧重于表现被摄者的个性，并且越来越追求审美和艺术效果，因此 Photoshop 在婚纱合成中的应用就显得尤其重要，可以用来合成一些特殊效果的婚纱模板，还可以将平淡的婚纱照变得生动，使其更加具有纪念意义，如图 3-7 所示。



图 3-7

3.1.4 在插画合成中的应用

插图是运用图案表现形象的艺术形式，它的原则是审美与实用相统一。插图内容丰富、简单明了，使得每个看过的人都能明白它的含义，可以说插图是全世界通用的语言。如今，世界各地的设计师不断推出许多新的视觉作品，大家能够从中感受到他们高超的技术和非凡的想象力。如图 3-8 和图 3-9 所示的就是一些优秀的 CG 合成作品。



图 3-8

图 3-9

3.1.5 在超现实主义效果合成中的应用

超现实主义源于达达主义，它的主要特征是以所谓“超现实”“超理智”的梦境、幻觉等作为艺术创作的源泉，认为只有这种超越现实的“无意识”世界才能摆脱一切束缚，最真实地显示客观事实的真面目。超现实主义对于视觉艺术的影响力深远，它可以把梦境的主观世界变成客观、令人激动的形象画面。



图 3-10

超现实主义是在 1920 年至 1930 年间盛行于欧洲文学及艺术界中的艺术流派，它对当时的思想界、艺术界产生了具有深刻影响的美学思潮，其先进的创作理念、独特的艺术风格使招贴广告设计者产生出强烈的共鸣。要使普通的画面化平淡为神奇，产生强烈的视觉冲击，增加广告的被关注度，只需要设计者吸收、借鉴和运用超现实主义艺术流派的表现手段、表现形式和表现技法，合理地利用反逻辑、超时空等技法即可。今天的招贴广告创作大多运用了超现实效果合成，如图 3-10 所示。

3.1.6 在广告设计中的应用

广告就是利用别出心裁的符号组合来传达信息，把原本不相干的图像和符号合成在同一个空间里，让人有耳目一新的感受。图像合成技术在广告设计中的运用非常广泛，在日常生活中人们随时都可以接触到广告中所应用到的合成技术，因为它不仅超越了绘画和摄影中的不足，还能带给人们强烈的视觉冲击力。如图 3-11 所示的就是几个广告合成案例的效果图。



图 3-11

3.2 图像合成的几个重要环节

在进行图像合成时，大家需要考虑几个重要的因素，即前景和背景、图片的获取、抠图、光线的匹配、调色等，它们是图像合成最重要的环节。

3.2.1 前景和背景的关系

经常会有人问，在处理图片时是先从背景入手还是先从对象入手？对于这个问题没有标准答案，大多数的时候会先处理人物对象，再为他们选择一个合适的背景（在拍摄前，拍摄者的头脑里应该预先有一个明确的背景）。如图 3-12 所示为前景和背景素材的合成。

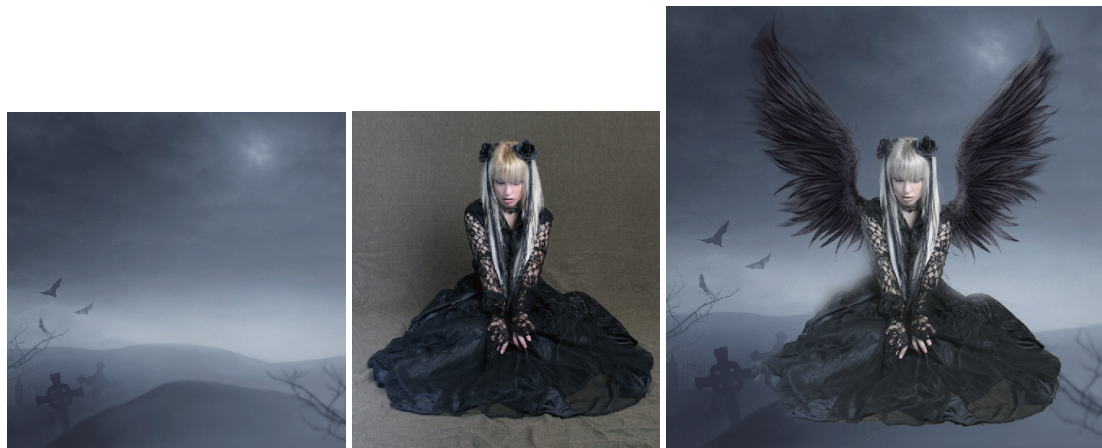


图 3-12

3.2.2 从网络中寻找需要的图片

对于职业摄影师，通常有自己的图片库，这在合成工作中是非常重要的；对于普通的摄影爱好者，在合成照片的时候经常没有合适的素材，此时就需要上网寻找相应的素材用到自己的作品中。例如需要一张火箭的照片进行合成，而大多数人没有拍摄过火箭，这时可以登录像百度之类的网站，搜索“火箭”关键词进行查找，如图 3-13 所示。需要注意的是，在网站中可能找不到一个纯白背景的火箭照片，没关系，可以将火箭从图片的背景中抠出来。

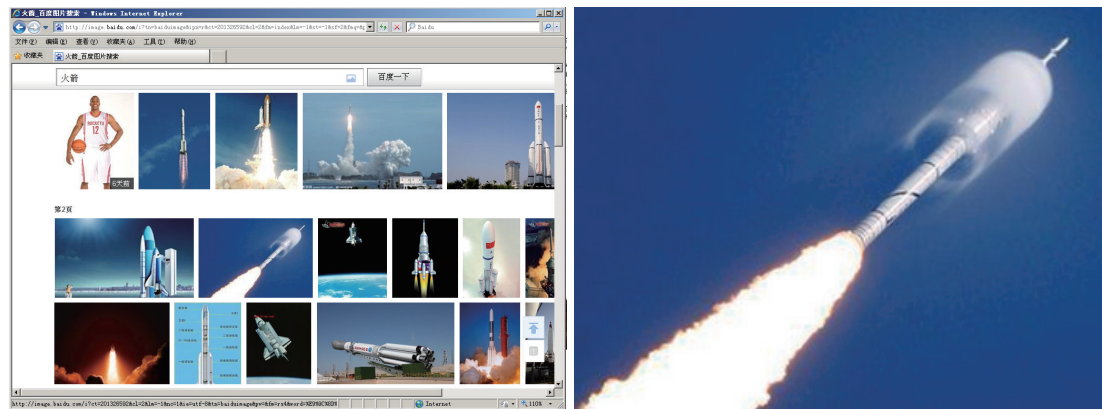


图 3-13

3.2.3 图片库的建立

大家可以建立自己的背景图片库，因为在进行合成图片的工作时，背景图片和其他素材一样重要。但相对于从图片网站上选择一张图片来说，自己制作背景图片更好。

尽量多地拍摄云彩、足球场、路灯、鲜花、汽车、房子、大树、风扇、书本等物体，再给它们

逐一命名，因为所拍摄的一切都有可能用到今后的作品中。背景图片是经常要用到的合成素材，大家要善于管理背景素材。最好建立一个“背景”文件夹，里面再包含一些子文件夹，然后给这些文件夹进行分类命名，养成这样的习惯有助于日后的工作，如图 3-14 所示。

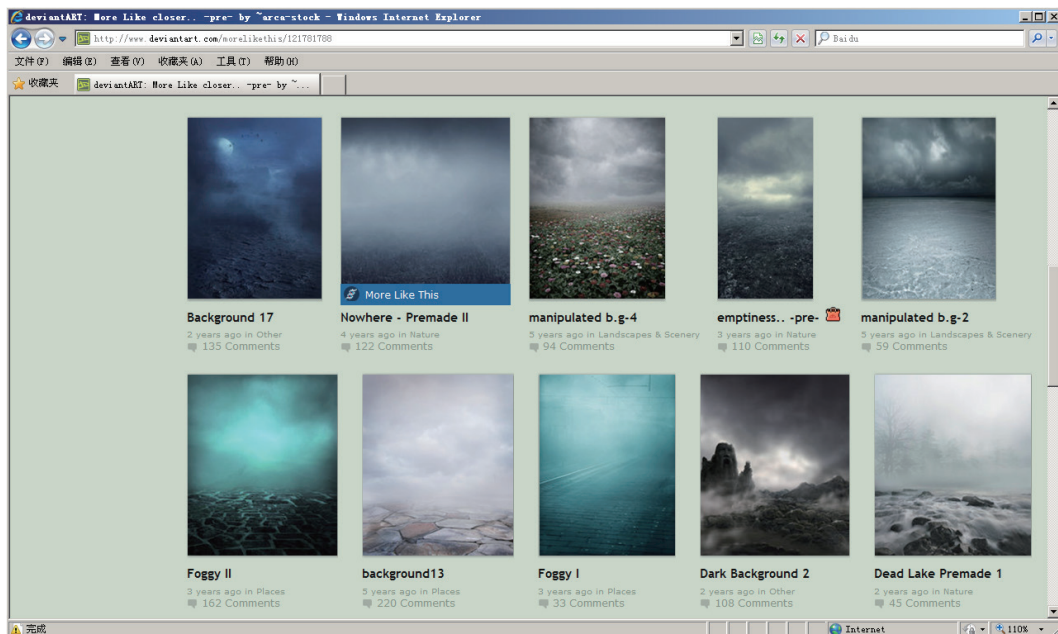


图 3-14

3.2.4 在 Photoshop 中抠图



图 3-15

在 Photoshop 中有一个非常关键的功能是选区，照片合成的所有工作都围绕着选区来进行，如图 3-15 所示。没有一个好的、干净的选区，作品看起来就显得很不专业。Photoshop 中选区的功能非常强大，使用它可以节省合成照片的工作量。因此，若想让工作变得轻松，就要先安装 Photoshop 软件，以方便对图像的选区进行选取。

3.2.5 让合成图片的光线合理

在合成照片的过程中，光线是关键，它不仅能让选区变得简单，还可以使照片更加真实、自然。但是，即使用户通过学习掌握了所有选区技巧和 Photoshop 特效，如果在处理对象与背景时使用了不同的光线，那么作品看起来也会变得不真实。如果用户提前知道作品的背景，就可以事先将灯光布置好，以获得满意的光线。若是不能预先获知背景，可以使用下面讲解的方法进行设置。

一般情况下，在拍摄照片的时候会设置 3 个灯光，用来打亮模特的脸和衣服的是主光，放于模特前方的上部，其他两个光源放于模特的两侧，为其打边缘光。因为使用了 2~3 个灯光，所以可以增加从背景中获得一个好选区的可能性。放置于模特身后的幕布越亮越好，如图 3-16 所示。如图 3-17 所示为合成后的效果。

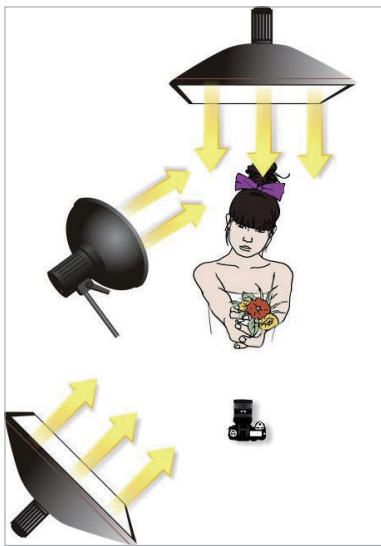


图 3-16

从图中可以看出，画面中的光线比较柔和，画面是使用三角光来进行拍摄的，这样画面中不会出现很强的对比，细节可以很好地得到表现，这样的光线比较适合拍摄女性人像。



图 3-17

主光：位于模特之前，用来打亮模特的脸和衣服的光线就是主光。相对于模特身上的光线，布光时的主光比较好控制。在拍摄时主光经常会使用强光和柔光箱，强光的明暗反差可以塑造出模特脸部的阴影，而中小型柔光箱能塑造出柔和、自然的光线，适合拍摄家庭照片或者儿童照片。

辅光：布光的关键是辅光，它可以沿着模特的身体形成一个清晰的轮廓。有人在拍摄照片的时候并没有使用主光，而只用了一个大大的柔光箱，但拍摄出来的照片效果也特别好，这说明主光的使用很重要，但不是必须的。在拍摄时，尤为重要是模特身上的几种轮廓光。编者喜欢使用长条状的柔光箱，因为这样模特的脸部到身体的一侧就能被光覆盖。若是没有长条状的柔光箱，使用中小型柔光箱也能得到很好的效果。如果在边缘光上使用了蜂巢，就可以控制光线和焦点到想要的位置。需要注意的是，若是想得到一个较硬的轮廓光，只需要使用蜂巢布光就可以正确地控制光线到想要的位置，并且得到比较好的效果，完全不必将灯光紧紧围绕模特，或混合前方的主光。

但是，并不是所有合成照片的工作都开始于摄影棚，都有专业灯光的支持，本书将会探讨一些自然光照片的合成技巧。自然光人物照片同样可以应用在很多照片合成项目中，只不过会受原始照片中光线的影响。比如在中午拍摄了一张人物照片，为了让照片看起来更真实，可以选择另一张也是在中午拍摄的照片作为背景，而不要将它合成到一个昏暗的背景中。

3.2.6 调色很重要

在合成照片的过程中，最难的部分不是把各种各样的照片合成在一起（也就是从一个背景中抠

取一个人物，再把它放置在另一个背景中），而是要同时达到人物感情和背景色彩的和谐。色彩就是给照片中的每个元素一个统一的主题，再将它们联系到一起。在本书中将讲解包括“调整图层”和“混合模式”在内的数个关于色彩的技巧，如图 3-18 所示为 Photoshop 的几种调色工具。

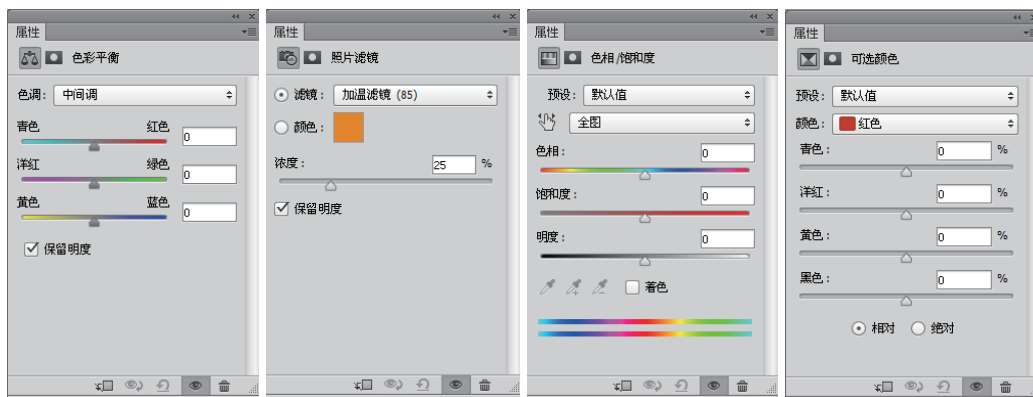


图 3-18

3.2.7 人像照片合成的秘诀

在人像照片的合成中有两个秘诀：一个是让人物的脚部暗下来，另一个是照片中不要包含人物的脚部。例如合成一张人物的脚要落在实地的全身照片，则可以在人物的脚的周围做文章。如果人物没有真正的“脚踏实地”，要处理脚部周围的阴影和光线，这就显得非常麻烦（至于处理方法，会在后面的章节中讲解）。若是不想让人们注意某个位置，那么只需要让它暗下来就可以了，因为暗下来之后，人们的注意力就会集中到照片的亮部。在生活中大家细心观察，就可以发现身边的哪些海报和广告是合成的，在这些海报和广告中，人物的脚部和照片底部大多是加暗的，如图 3-19 所示。



图 3-19

刚才讲解了让人物的脚部暗下来，接下来讲解照片中不要包含人物的脚部。如果不是万不得已，不要把人物的脚部包含到照片之中。因为即使人们没有看到人物完整的身体，也会被一张图片的氛围和情感所感染。大家身边的海报或广告大多没有包含人物的脚部，如图 3-20 所示。



图 3-20

3.3 作品的完整制作过程

一个作品在制作前期通常有较为周详的计划，其中拍摄计划包括构图形式、服装、道具和模特等，后期处理计划包括使用图像处理软件 Photoshop 进行图像的拼合、色彩的调整等。

一个作品的完整制作过程主要分为以下几个阶段。

创意与构思阶段：对于作品表现形式、表现手法的制定阶段。

拍摄阶段：主要拍摄制作过程中所需要的素材。在这个过程中必须保证对素材的高品质控制，以确保素材在后期处理阶段中的高清晰度、色彩的准确还原、图像格式的正确运用等。

后期处理阶段：在这个阶段首先对所拍摄的素材用 Photoshop 进行明暗、色调、锐化方面的处理，然后将各种素材进行整合，最终形成一个完整的作品。

3.3.1 创意与构思

一个好的作品取决于它的创意，这里可口可乐广告的创意主要是表现在足球赛中由红队队员发任意球的一瞬间，在蓝队队员组成的人墙中，一位手拿可口可乐的队员正悠闲地准备拧开可口可乐的瓶盖，而忘记了比赛正在激烈的进行。作品以紧张的比赛瞬间与手拿可口可乐的队员的轻松神态形成了强烈反差，从而突出了可口可乐所具有的独特魅力，如图 3-21 所示。



图 3-21

3.3.2 拍摄

这幅作品共经过 3 次拍摄，在前两次拍摄的过程中遇到了与前一幅作品同样的问题，即创意的合理性、光效的控制、人物的动态和表情、道具的选择等问题，如图 3-22 所示。

第一次拍摄



第二次拍摄



图 3-22

第三次拍摄

这幅作品在拍摄方面要简单一些，因为人物在画面中所处的位置较为松散，前后距离较远，所以可以分开进行拍摄，然后在后期处理阶段进行合成，如图 3-23 所示。



图 3-23

将照相机固定在三脚架上，对场景进行拍摄。为了使天空部分得到较好的层次，首先对天空测曝光，然后进行拍摄，可以看到地面部分有些暗，不过没关系，因为作品中只需要用到天空部分，如图 3-24 所示。

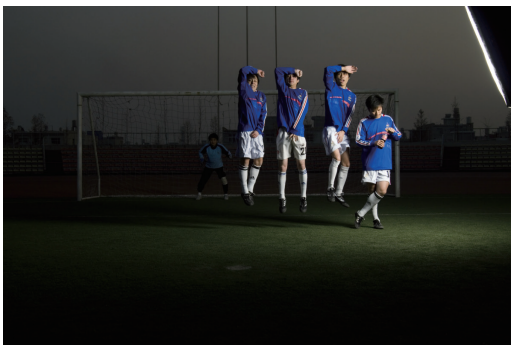


图 3-24

在不移动照相机的情况下分别拍摄守门员和蓝队人墙部分，根据人物的位置移动闪光灯，但是在移动闪光灯的过程中要注意光线方向的一致性，这样在合成时才会产生光线统一的图像，如图 3-25 所示。



图 3-25

下一步拍摄离照相机较近的红队发任意球的队员，值得注意的是，这个人物的动态是整个画面的关键，所以在拍摄时应该尽可能多拍，直到出现满意的动态为止。然后对足球进行单独拍摄，以保证有足够的细节层次。

3.3.3 后期处理

Step01 在拍摄的素材中将天空层次表现较好的图像作为背景图层，从 Photoshop 中将该背景图打开，如图 3-26 所示。

Step02 选择工具箱中的裁剪工具，在图像上拖曳并绘制出裁剪区域，按 Enter 键确认裁剪，如图 3-27 所示。

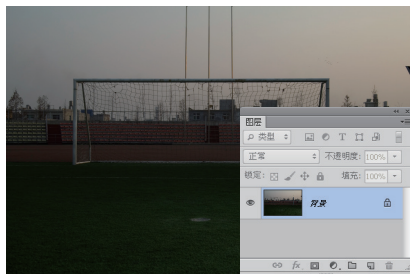


图 3-26



图 3-27

Step03 将发任意球的人物素材拖入背景图层，添加蒙版后，选择画笔工具对天空部分进行擦除，天空便逐渐显现出来，如图 3-28 所示。

Step04 将守门员的素材拖入背景图层，添加蒙版后，选择画笔工具在图像上进行涂抹，将不需要的部分隐藏，如图 3-29 所示。

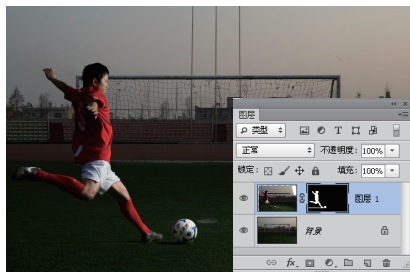


图 3-28



图 3-29

Step05 将队友图像拖入背景图层，按照同样的方法添加蒙版，然后使用画笔工具选择合适的画笔大小，在图像上进行涂抹，如图 3-30 所示。

Step06 按快捷键 Ctrl+Alt+Shift+E 盖印图层，生成“图层 4”图层，然后选择工具箱中的修补工具，对图像中有缺陷的地方进行修复，如图 3-31 所示。



图 3-30



图 3-31

Step07 使用同样的方法对画面的远景进行修复，使画面干净、整洁，然后选择工具箱中的减淡工具和加深工具，在图像上进行涂抹，使画面更有层次感，如图 3-32 所示。

Step08 选择工具箱中的快速选择工具，在图像上拖曳并将图像中的人物建立为选区，按快捷键 Ctrl+Shift+I，将其进行反选（准备对画面进行色调的调节），如图 3-33 所示。



图 3-32



图 3-33

Step09 单击“图层”面板下方的“创建新的填充或调整图层”按钮，在弹出的下拉菜单中选择“可选颜色”命令，打开“可选颜色”属性面板，在“颜色”下拉列表中选择中性色，设置参数，使画面呈现蓝绿色调，如图 3-34 所示。

Step10 按快捷键 Ctrl+Alt+Shift+E 盖印图层，然后执行“滤镜>锐化>USM 锐化”命令，在弹出的对话框中设置参数，使画面的边缘更加清晰，如图 3-35 所示。



图 3-34



图 3-35