

<<摄影师生存指南>>

图书基本信息

书名：<<摄影师生存指南>>

13位ISBN编号：9787121140044

10位ISBN编号：7121140047

出版时间：2011-11

出版时间：电子工业

作者：董小榕

页数：260

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<摄影师生存指南>>

### 内容概要

现今，在中国摄影领域，一种新的图片市场正在形成，这种图片市场不仅让摄影人能够取得巨大的财富，也为那些追求美的摄影爱好者提供了机会。

这里的图片市场，并不单单要求摄影技术，更多的是对图片市场需求的了解。

《摄影师生存指南:把照片变成钱》以整个图片市场为基础，从浅到深地概述了图片市场里照片价值的体现及买卖规律。

图片摄影师是什么职业，哪些客户会购买图片，如何选择合适的图片代理商，初入图片库市场应该注意什么，拍摄什么样的照片能够热销，此外，《摄影师生存指南:把照片变成钱》还有实际销售的案例分析。

不论是初学摄影的爱好者，还是以摄影为职业的人，都会从中找到市场的规律，亲自实践并将自己的摄影作品转化成价值。

## <<摄影师生存指南>>

### 作者简介

董小榕，职业经理人，现任职于新浪。

一直致力于研究中国图片库市场，先后任职于全景、CFP和时代图片，参与图片库市场东方人物图片题材拍摄与制作。

发表过2009年、2010年的创意图片市场趋势报告。

曾在《中国摄影报》、《大众摄影》《数码摄影》等报刊杂志多次发表关于图片市场的文章。

曾为中国摄影家协会网举办的风光摄影及创意图片专题做主讲人.并多次在佳能、锐意等会员俱乐部举行“把你的照片变成钱”相关讲座。

## <<摄影师生存指南>>

### 书籍目录

#### 第1章 如何成为图片库摄影师

什么是图片库摄影师

图片库摄影师与商业摄影师的区别

图片库摄影师与摄影大师的区别

图片库代理机构的定义及类别

国外传统图片代理机构介绍

国外微利图片库 ( Mircostock ) 介绍

国内传统图片库代理机构介绍

国内微利图片库代理机构

图片库摄影师的收益

图片怎么被售卖

图片库摄影师在中国极大的空缺

国外市场的机遇

图片库摄影师与图片库代理公司的关系图

#### 第2章 谁在为图片库买单

哪些人会为你的照片买单

客户类型与图片分类

创意用途的图片

创意用途图片大致种类

传媒图片

微利图片

如何让自己拍摄的照片有价值

摄影师如何选择图片库

摄影师如何与图片库打交道

#### 第3章 摄影师初入图片库摄影应

注意的细节

去发现图片库都需要哪些类型

避开陈腐的镜头

如何与模特打交道

建立自己的模特资料库

你需要付多少钱给你的模特

在拍摄过程中, 如何让这些模特更自然

让模特领悟拍摄的主题

是否要签订肖像权协议

注意拍摄物的物权

懂得给画面做减法

保留最大格式的图片

JPG文件格式

TIFF文件格式

RAW文件格式

像素大小和图片大小的关系

注意不同的构图方式

三分构图法

黄金分割构图法

对称式构图

## <<摄影师生存指南>>

中间式构图

不规则式构图

后期调整让自己的图片更有价值

小尺寸照片在质量不变的情况下变大

去除画面的噪点

让单调的色彩变丰富

调整自己的缩略图

准确编辑图片的关键词

做一张关键字的步骤

注意泛指性关键词和特指性关键词必须同时具备

概念关键词的重要性

拍摄地名关键词注意事项

照片技术性关键词的添加

人物类关键词编辑需要注意的

制作关键词应该注意

更多关键词制作的小建议

图片什么时候被卖出去

选择的图片题材不同会影响图片销售时间

选择不同的图片库，其运营模式的不同，也会影响图片的销售时间

如何为自己的拍摄做计划

选定拍摄主题

制定自己的工作时间表

制定拍摄计划

拍摄前的道具准备

拍摄中

拍摄完的后期工作

第4章 拍摄哪些题材最卖钱

创意图片类

知名城市地标性建筑

广告用途的风光图片

东方人物的题材

中国元素静物类

怎么拟定拍摄计划

编辑图片类

实事新闻类

热门专题类图片

第5章 拍摄其他题材也有意外的收获

Architecture (建筑)

Beauty (美学)

Food (食品)

高级聚餐, 华丽酒会

Fishing (钓鱼)

Aerial photography (空中摄影)

Nature and landscapes (自然风光, 全景风光)

People (人物)

Plants (植物)

Travel (旅游)

## <<摄影师生存指南>>

Sport ( 运动 )

Travel in Asia ( 亚洲旅游 )

Animals ( 动物 )

Environment ( 环境 )

Business world ( 商务 )

Occupations ( 职业 )

### 第6章 实际销售案例

客户如何将图片用到自己的创意中

真实的表情更容易打动客户

等待一张风光照片的时机

什么类的植物照片会受青睐

动物的照片怎么拍会有客户买单

一张风光照片为什么能销售多次

家庭类的图片怎么表现会有更高的价值

国外的市场青睐哪些东方元素的题材

食品类的图片怎样才能有市场

### 第7章 拍摄哪些题材不受市场欢迎

Lomo风格

剪影风格

黑白影调

有水印的照片

过度使用滤镜

## <<摄影师生存指南>>

### 媒体关注与评论

单反相机已经普及，商业图片也随之进入大众，通过本书，你将成为下一个图片市场的创意摄影师。

——华盖资深客户经理 孙浩 本书的不少案例，是我们购买图片实际遇到情况，希望摄影师能从中获知更多图片市场规律，让我们在采购图片时更多倾向于“国货”。

——在第一时间广告有限公司 CEO 申海娜 书中解释了你想了解的一切，它们可使你走上一条赚钱的捷径——怎样从有商业价值的作品中得到最大的机会。

——网易运营主管、副主编 欧剑平

<<摄影师生存指南>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>