

# 人像摄影拍摄方案策划 人像摄影拍摄方案 (模板5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 人像摄影拍摄方案策划篇一

广告拍摄策划从主题策划、画面设计图片拍摄、后期制作，是一个综合的过程，期间包括了厂商、策划文案人员、美术设计人员与摄影师的多方合作。如是一个规范的公司，则人员分工明，每人的工作都有所侧重，却又是互相联系的。

广告拍摄策划人员定下主题后，美术设计师即会根据创意画出平面图，广告拍摄摄影师只需按提供的方案进行广告拍摄即可。

但有时，一些规模较小的公司，往往广告拍摄策划、设计、摄影由同一人兼任，在与商家协商后，即需研究方案，根据创意设计画面，直接进入拍摄。其后再由平面设计师综合制作完成。

虽然广告拍摄策划、创意与设计都不是摄影必须完成的工作，但即使是分工完善的公司，摄影师对广告拍摄策划和设计也有了解的必要，更何况那些需将广告拍摄策划、创意、设计一肩挑的摄影师呢？训练自己的创意能力和设计能力，尤其是提高个人的综合创作能力，是一位优秀摄影师努力的方向。

若以标题为突出的重点，则可将标题置版面的上方，字体较大，图像放在中央，再往下是注明与商标，虾球广告为标题

型，在设计编排中应注字体、字形、色彩与画面其他成分之间的比例及对比、协调关系。

在上述两种版式的基础上，还可以作些寅化与变通，如将画面设计成圆形、长方形其他形状，或将形体、线条改成灵动、多变的状态，使整体结构更为生动活泼（图述标准型和标题型是常见的两种编排计，另一种常见的形式是叠加型，即以摄画面为整版广告的底图，将标题与文字删在底图上，整幅广告拍摄浑然一体。

这种形式在一则广告单独存在时优势还不明显，但当众多广告拼合在报刊或杂志的同一版面上时，因其具有相对独立性，可以使它很容易地与其他广告区别开来。手表的画面为底图，将商品名称和标题分别叠加到接一上角与画面的下部，并以竖、横两根装饰线力啦一以连接，具有很强的整体感和独立性。叠加型的版式，对文字、标题与商标位置安排，可以根据底图的结构进行统筹处理。手表斜对角线式的，手气表面又处在画面的中央，所以文字便作上、下、一分开布置。而有的广告则可将文字安排于一侧，健力宝第五季入也可将文呈对角线或斜向布局，或呈水，线横贯画面中央，如电脑赠加型广告由于照片为整版底图，因此商品形象具有强烈的视觉刺激作用，可以省略许多文字说明，更何况有许多形象与感觉是文字所无法描述的。

桌面静物，有时还需要运用一些特殊的拍摄技巧，如传统胶片摄的多次曝光、数码相机的多图层合成，以及动态表现、悬浮效果、冰块和结露效果等。

广告拍摄多次曝光和图层叠加，多次曝光是传统胶片拍摄中将多个影像合到一幅画面中的常用技法，一般可以分为影像添加和影像叠加两种方法；而图层是数码摄影中将多幅图像通过计算机合并一幅画面中的技术。两者都包含着诸多设计、曝光，控制设计和画面构成设计，以及数码摄影平面设计、图像叠设计等。

相比较一多次曝光的摄影技术含量比较高，对摄影师的拍摄技巧要求比较严格；而在计算图层叠加中，摄影技术却显得不那么重要了，对拍摄者的要求更多地偏向于画面的平面设计和计算机图像处理的能力上。

## 人像摄影拍摄方案策划篇二

[完成日期：2014年 11月]

保密须知：本商业计划书属商业机密，所有权属于[公司或项目名称]。其所涉及的内容和资料只限于已签署投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件人应即刻确认，并遵守以下的规定：1) 若收件人不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回；2) 在没有取得[公司或项目名]的书面同意前，收件人不得将本计划书全部和/或部分地予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；3) 应该像对待贵公司的机密资料一样的态度对待本计划书所提供的所有机密资料。

目	
录.....	0
摘	
要.....	2
第一章 公司介	
绍.....	
错误！未定义书签。	
摄影工作室描	
述.....	
错误！未定义书签。 市	
场.....	
错误！未定义书签。 投资与财	
务.....	
错误！未定义书签。 组织与人力资	

源.....  
错误！未定义书签。 组织协作关  
系.....  
错误！未定义书签。 第二章 项目背  
景.....  
错误！未定义书签。

### 第三章

市场机  
会.....  
错误！未定义书签。 市场特  
征.....  
错误！未定义书签。 市场竞争者类  
型.....  
错误！未定义书签。 工作室竞争的  
特点.....  
错误！未定义书签。 工作室竞争的形  
式.....  
错误！未定义书签。 市场细  
分.....  
错误！未定义书签。 销售渠道分  
析.....  
错误！未定义书签。 竞争分  
析.....  
错误！未定义书签。

竞争产品和竞争对  
手.....  
错误！未定义书签。 竞争优  
势.....  
错误！未定义书签。 市场分  
析.....  
错误！未定义书签。 第四章 公司战

略.....  
错误！未定义书签。

总体战

略.....  
错误！未定义书签。 发展战

略.....  
错误！未定义书签。

初期（1~2

年）.....  
错误！未定义书签。 中期（3~5

年）.....  
错误！未定义书签。 长期（6~10

年）.....  
错误！未定义书签。

第五章 销售策

略.....  
错误！未定义书签。

价格策

略.....  
错误！未定义书签。 销售渠

道.....  
错误！未定义书签。

## 人像摄影拍摄方案策划篇三

1、大胆裁切

2、营造画意

3、眼神的交流

在人物的视线方向保留一些想象空间，使眼神成为构图的延伸

4、调动模特的情绪

5、注意美姿细节

在整体姿态上，还需要注意以下几个基本点。

e□专业时尚摄影里往往需要一个专业发型师，其实，在平常的拍摄中，让被摄者的头发自然飘到脸上、眼前，也可能会得到意想不到的效果。需要注意的是，一般情况下，不要让头发挡住了眼睛！

## 人像摄影拍摄方案策划篇四

xx年9月—10月

用细腻的镜头，独特的视角来记录美丽的贵州之旅，也希望借此活动可以促进本院教职工之间的沟通交流。旨在严谨、规范的学术氛围外，营造一个人文的、愉悦的生活空间，以此突出我们学院大方、稳重又具有个性的特色。

1、参赛稿件需为教职工在贵州之旅中所拍摄的照片，每位教职工限报三张（风景照、人物照均可）。

2、参赛照片必须为原创作品，且图片未经任何后期技术加工。因此，参赛照片务必在相机中留底不要删除，以备获奖后查验确认原创。

3、数码照片的尺寸不大于2500万像素。

4、提交的参赛照片统一交电子文档。

5、每幅参赛作品需为送审的电子版照片设计标题和署名（操作方法见本文末）。

特别说明：所有参赛作品若发生侵犯他人著作权、肖像权、名誉权等行为，取消获奖资格并且公布于众，由此产生的一切法律纠纷均由参赛者自行承担。

政治与公共事务管理学院工会

政治与公共事务管理学院教职工

相关外聘专家

奖项分风景与人物民俗两类。每一类分别设一等奖1名，二等奖3名，三等奖5名，优秀奖10名，最佳构图奖1名，最美意境奖1名，最独特角度奖1名，最佳镜头奖1名，最佳摄影技巧奖1名，最佳色彩奖1名。（一共25名）

奖励方式：一等奖500元，二等奖400元，三等奖250元，优秀奖150元，其余每项100元。

1、9月20日—22日 策划 【陈征宇和应国良负责】

2、9月22日—29日 宣传，整理，编号阶段【张秀琼和应国良负责】

## 人像摄影拍摄方案策划篇五

一、拍摄主题

“时光与梦” 二、拍摄对象

人 三、草图

## 四、拍摄计划

- (一) 找模特
- (二) 找化妆师
- (三) 协商
- (四) 准备道具
- (五) 布景、打光
- (六) 按快门
- (七) 后期

## 五、与模特达成创作共识

还没找到模特。六、成功拍摄的准备工作的

为了成功拍摄，首先得找到合适气质的模特，接着要准备好足够的道具，比如画面中出现的植物和挡在前面的毛玻璃，玻璃的通透程度要适当，不能太透也不能太模糊，要恰如其分。与仿照的照片不同的是，我所拍摄的景别可能更多样，不局限于近景，更会去表现人物的肢体形态。