



NPRU

บทที่ 6

การใช้ประโยชน์สารสนเทศ

การถ่ายภาพสินค้า

- ความสำคัญ และขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า
- องค์ประกอบภาพ
- แสง และการจัดแสง
- อุปกรณ์ประกอบฉาก
- ฉากพื้นหลัง
- การถ่ายภาพสินค้าและการปรับแต่งภาพ

การถ่ายภาพสินค้า

บทนำ

ความสำคัญ และขั้นตอน
การถ่ายภาพสินค้า

องค์ประกอบภาพ

เนื้อหา 1

แสง และการจัดแสง

อุปกรณ์ประกอบฉาก

เนื้อหา 2

ฉากพื้นหลัง

การถ่ายภาพสินค้า
และการปรับแต่งภาพ

การถ่ายภาพสินค้า

ความสำคัญ

1. แสดงให้เห็นว่าลูกค้าจะได้รับสิ่งใดเมื่อซื้อสินค้า
2. ดูเป็นมืออาชีพมากขึ้น
3. สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์

5 ขั้นตอน ในการถ่ายภาพยนตร์

1. กำหนดแนวความคิด (Concept)
2. การออกแบบร่าง (Layout)
3. เตรียมการถ่ายทำ (Pre-Production)
4. ถ่ายทำ (Production)
5. เลือกรูปและตกแต่ง (Post-Production)

ขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า

1. กำหนดแนวความคิด (Concept)

- กำหนดจุดประสงค์ของภาพสินค้า
- กำหนดแนวความคิดให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์
- ค้นหาความคล้ายคลึง (reference)
- ทำอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจ

ขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า

2. การออกแบบร่าง (Layout)

- เอาแนวคิดที่ออกแบบไว้ มาขยายเป็นภาพ
- หากวางแผนจะใส่ Text หรือ Logo ในภาพสินค้า ควรคิดเพื่อ
แล้วเว้นระยะไว้ในแบบ Layout
- ระวางการลอกเลียนสินค้าคู่แข่ง

ขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า

3. เตรียมการถ่ายทำ (Pre-Production)

- เตรียมสิ่งของที่กำหนดไว้ใน Layout
- เช่น ตัวผลิตภัณฑ์ สถานที่ Prop จากหลัง เป็นต้น
- ทำ Check list

ขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า

4. ถ่ายทำ (Production)

- ทำให้แบบร่างที่กำหนดไว้ ออกมาเป็นภาพถ่าย
- จัดวาง และควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ในการถ่ายภาพ
- ปัจจัย ได้แก่ องค์ประกอบภาพ Prop. พื้นหลัง และแสง

ขั้นตอนการถ่ายภาพสินค้า

5. เลือกรูปและตกแต่ง (Post-Production)

- เลือกรูปที่ใกล้เคียงกับ Layout ที่สุด
- ตกแต่ง หรือ Retouch ให้ได้ตามความต้องการ

องค์ประกอบภาพ

1. กฎสามส่วน และจุดตัดเก้าช่อง (Rule of Thirds)

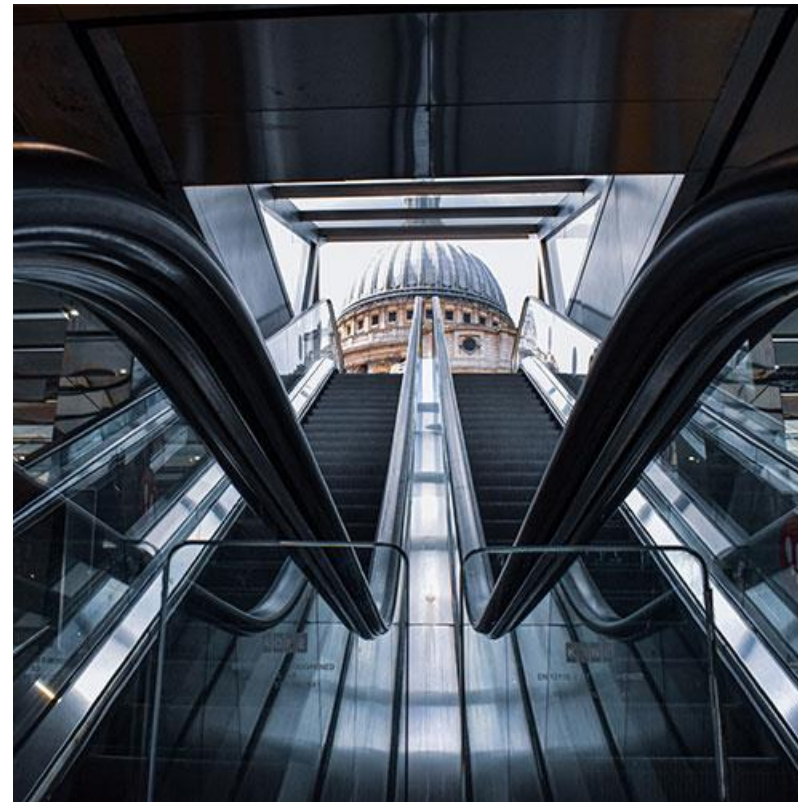
- แบ่งภาพที่จะถ่ายออกเป็น 3 ส่วนเท่าๆ กัน
- จัดให้วัตถุที่เราจะถ่าย อยู่ในพื้นที่ $1/3$ ส่วน หรือ $2/3$ ส่วน



องค์ประกอบภาพ

2. เส้นนำสายตา (Leading Lines)

- กำหนดเส้นที่เกิดจากฉากหรือวัตถุในภาพ ชี้้นำให้กวาดสายตาไปยังตัวแบบ
- ทำให้ภาพโดดเด่น และสร้างมิติต่าง ๆ ภายในภาพ



องค์ประกอบภาพ

3. ความสมดุล (Balance)

- ตัวแบบไม่เอนเอียงไปฝั่งใดฝั่งหนึ่ง ใช้ความเข้มของแสงเงาและสีในการเกลี่ยน้ำหนัก
- ทำให้ภาพถ่ายดูสบายตา และสวยงามขึ้น



องค์ประกอบภาพ

4. พื้นที่ว่าง (Space)

- ตัวแบบไม่เอนเอียงไปฝั่งใดฝั่งหนึ่ง ใช้ความเข้มของแสงเงาและสีในการเกลี่ยน้ำหนัก
- ทำให้ภาพถ่ายดูสบายตา และสวยงามขึ้น



องค์ประกอบภาพ

5. แสงและเงา (Light & Shadow)

- เน้นแสงที่ตัวแบบให้มีความสว่างมากกว่าพื้นหลัง หรือให้ตัวแบบนี้ย่นแสงจนเป็นเงาดำ ขณะที่พื้นหลังยังคงสว่าง



องค์ประกอบภาพ

6. พื้นผิว (Texture)

- พื้นผิวแต่ละแบบ มีเอกลักษณ์ สื่ออารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป
- ช่วยให้ตัวแบบหรือสิ่งที่เราต้องการถ่ายดูงดงามและโดดเด่นขึ้นมาได้



องค์ประกอบภาพ

7. การทำซ้ำ ความเป็นแบบแผน (Pattern)

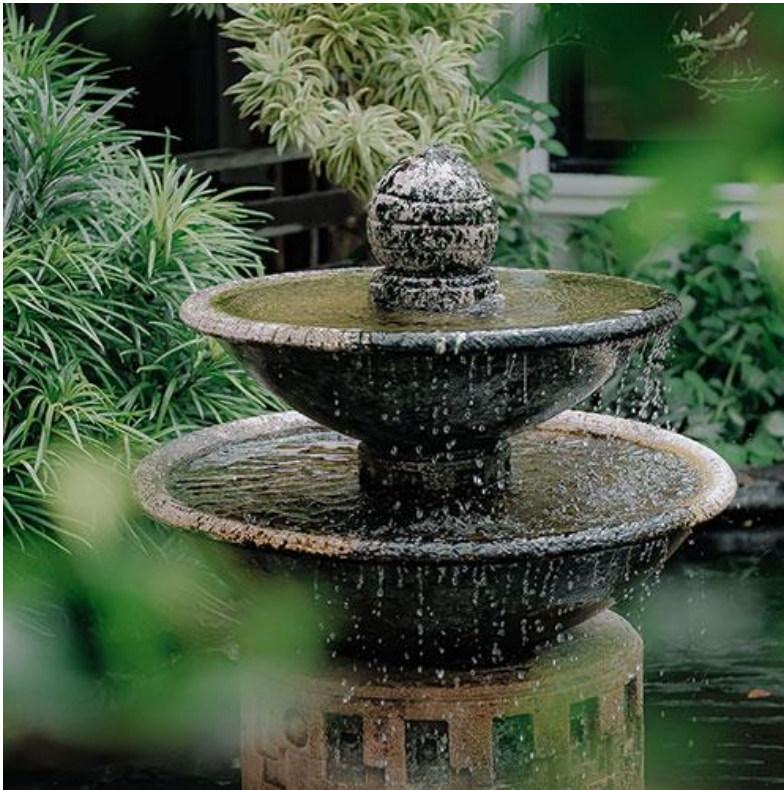
- สิ่งที่มีรูปร่างลักษณะที่ซ้ำซ้อนกัน ให้อยู่ในภาพเดียวกัน
- ทำให้ภาพของเรานั้นดูโดดเด่นเป็นระเบียบ



องค์ประกอบภาพ

8. ความลึกของภาพ (Depth)

- มีฉากหน้า-ฉากหลังในภาพ เสริมมิติและการนำสายตา
- แสดงให้เห็นถึงความตื้นลึกหนาบาง มีมิติใกล้-ไกล และดูน่าค้นหา



องค์ประกอบภาพ

9. กรอบภาพ (Frame)

- ตัวแบบเข้าไปอยู่ในกรอบบางอย่างในฉาก
- ดึงความสนใจในภาพให้เน้นไปยังตัวแบบหรือจุดที่เราใส่กรอบเอาไว้



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

แสง

Prop

พื้นหลัง



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (แสง)

ประเภทของแสง

จำแนกได้ 2 ประเภท

1. แสงธรรมชาติ (Natural Light)
2. แสงประดิษฐ์ (Artificial Light)

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (แสง)

1. แสงธรรมชาติ

คือ แสงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (ดวงอาทิตย์) โดยมี 2 ลักษณะ

- แสงที่ได้รับโดยตรงจากดวงอาทิตย์ (Direct Sunlight)
- แสงที่สะท้อนในบรรยากาศโดยเมฆ (Daylight)

ข้อดี - งานดูสมจริง ใช้ต้นทุนต่ำ

ข้อเสีย - แสงเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งสภาวะและทิศทาง ควบคุมยาก

การใช้แสงธรรมชาติ

แสงนวล - ช่วง 7.00-9.00 น. หรือ หลัง 15.00 น. (ชองหน้าต่าง/กึ่งในร่ม)

แสงแข็ง - ช่วง 10.00-15.00 น. (กลางแจ้ง)

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (แสง)

2. แสงประดิษฐ์

คือ แสงที่มนุษย์สร้างขึ้น จากแหล่งกำเนิดหรือหลอดไฟชนิดต่าง ๆ

ซึ่งแสงประดิษฐ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพ จำแนกได้ ดังนี้

- ฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent Light) หรือ หลอดนีออน แสงจากหลอดชนิดนี้ ออกเป็นโทนสีเขียว
- สปอตไลท์ (Spotlight) หรือหลอดมีไส้ แสงชนิดนี้จะทำให้ภาพออกมาในโทนสีเหลือง
- แพลซ (Electronic) ให้ความคล้ายคลึงกับแสงจากดวงอาทิตย์มากที่สุด แต่จะทำให้วัตถุหรือแบบแข็งเกินไป จึงควรใช้ร่วมกับแผ่นกระจายแสง หรือผสมกับแสง 2 ชนิดแรก

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสงแข็ง และ แสงนุ่ม

แสงแข็ง คือ แสงสว่างที่ให้เงาที่เข้มคม ชัดเจน ถ้าเป็นแสงในธรรมชาติ จะเป็นแสงในช่วงกลางวัน ตอนสายเกือบเที่ยง ตอนเที่ยง และช่วงบ่าย และแสงจากไฟสังเคราะห์ หรือหลอดไฟ สปอตไลท์ที่มีแสงสว่างสูงจะให้แสงที่แข็ง สว่างจ้า เมื่อกระทบกับตัวแบบที่เป็นบุคคลจะสร้างเงาลึกบนใบหน้า

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสงแข็ง และ แสงนุ่ม

แสงแข็ง ใช้ช่วยเพิ่มมิติความลึก เพราะเงาจะเข้มลึก และชัดเจน ความเปรียบต่างของแสงสูง สร้างความซับซ้อนให้กับตัวแบบ สร้างความรู้สึกที่รุนแรง แข็งกร้าว จัดจ้าน ในงานภาพยนตร์แสงแข็งมักจะใช้กับสถานการณ์ที่แสดงถึงความดุเดือด แข็งกร้าว

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสงแข็ง และ แสงนุ่ม

แสงนุ่ม คือ แสงที่มีการกระจายตัวสูงมีการไล่ระดับความสว่างและเงา
แทบจะไม่เห็นขอบของเงา จึงให้ความรู้สึกนุ่มนวลกว่ามาก เมื่อวัตถุหรือตัวแบบอยู่
ในแสงอ่อน ๆ ใบหน้าจะมีเงาเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย และถ้ามีเงาก็จะไม่มืดทึบ
หรือเข้มขอบชัดเหมือนแสงจ้า เช่น แสงในวันที่ฟ้าครึ้ม มีเมฆมาก โดยเมฆกันแสง
สว่างที่ส่องลงมากกระทบกับตัวแบบ

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสงแข็ง และ แสงนุ่ม

แสงนุ่ม ให้ความละมุนนุ่มนวล ดูเป็นธรรมชาติอบอุ่นเป็นมิตร เหมาะสำหรับการถ่ายภาพที่แสดงอารมณ์ที่อ่อนไหว เพื่อฟัน หรืออารมณ์เศร้า เหงา ก็ใช้แสงอ่อนได้ด้วยกัน แต่ให้มิติที่ตื้นกว่า เพราะแสงอ่อนแทบจะไม่สร้างเงาให้เห็นมากนัก

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสงแข็ง

v.s.

แสงนุ่ม



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

การจัดแสง

“ ช่วยทำให้ภาพ 2 มิติ ให้เป็นภาพ 3 มิติ ”

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

การจัดแสง

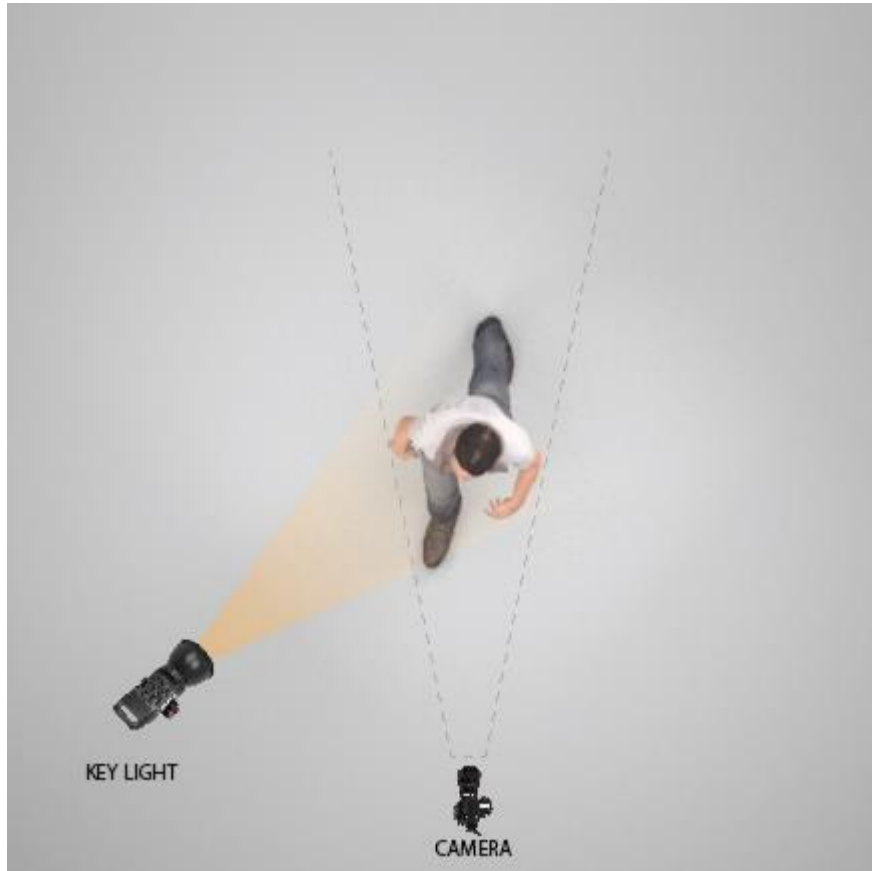
ประกอบด้วย

- 1) Main Light (แสงไฟหลัก)
- 2) Fill Light (แสงไฟรอง/ไฟลบเงา)
- 3) Background Light (ไฟส่องจากหลัง)

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

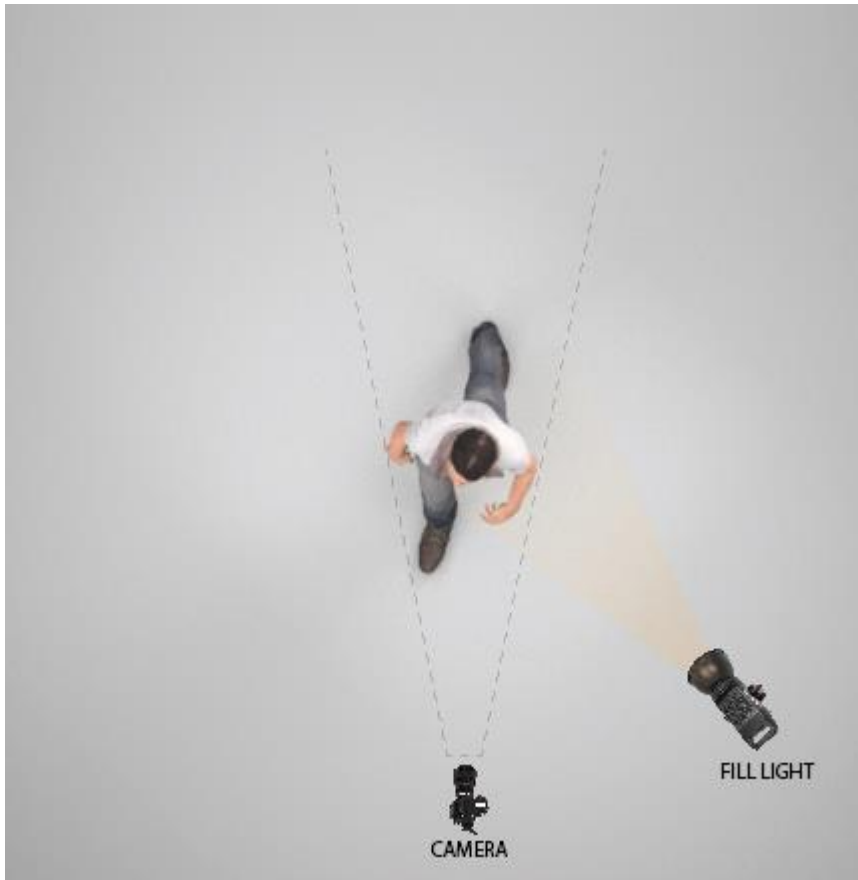
การจัดแสง



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

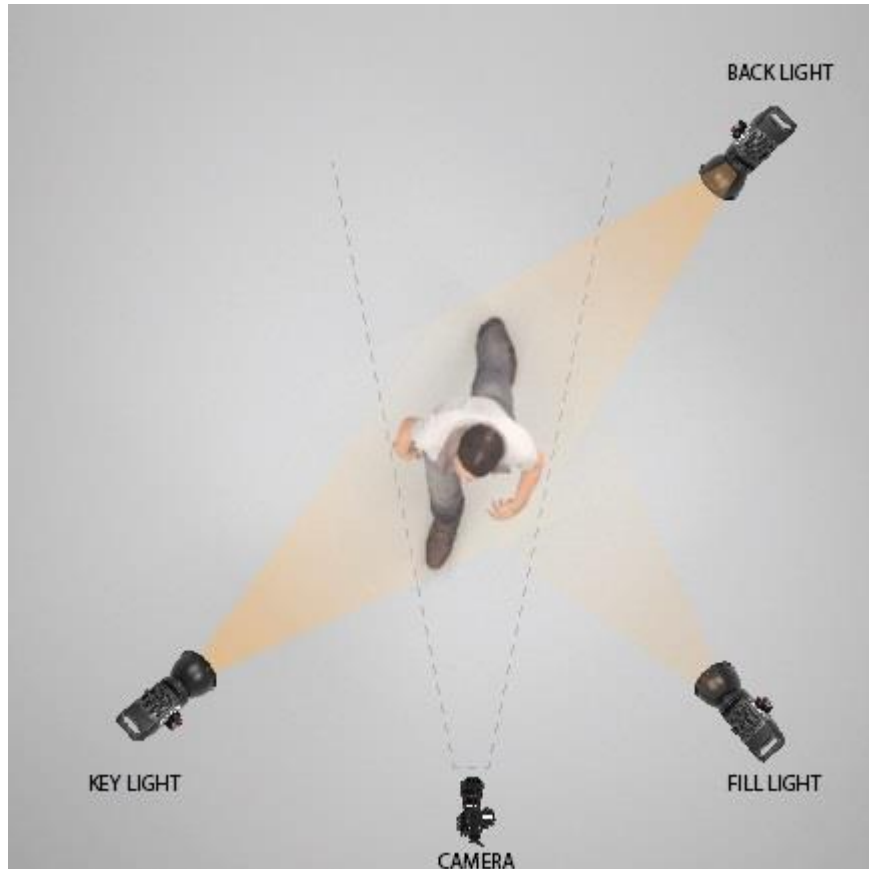
การจัดแสง



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

การจัดแสง



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

ทิศทางของแสง

1. แสงด้านหน้า (Front Light)

- แสงที่ส่องมาจากทางด้านหน้าของวัตถุ
- ช่วยให้เกิดประกายสะท้อนบนวัตถุนั้น ๆ
- ทำให้วัตถุได้รับแสงทั่วด้านหน้า
- ไม่มีเงา ทำให้ภาพที่ได้แบน ไม่มีความลึกของภาพ
- เหมาะกับการถ่ายภาพที่ต้องการให้เห็นวัตถุเรียบและแบน

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

ทิศทางของแสง

2. แสงด้านข้าง (Side Light)

- ทำให้วัตถุได้รับแสงสว่างจัดตัดกับอีกข้างที่เป็นเงาเข้ม
- ทำให้เห็นวัตถุที่ถ่ายมีมิติเห็นลายพื้นผิวของวัตถุชัดเจน
- แสดงรูปทรงของวัตถุได้ดี แต่รายละเอียดของภาพโดยรวมก็จะหายไป
- ภาพมีส่วนมืดกับส่วนสว่างที่ตัดกันมาก (คอนทราสต์สูง)

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

ทิศทางของแสง

3. แสงด้านหลัง (Back Light)

- แสงที่ส่องมาจากด้านหลังของวัตถุ
- ถ้าจากหลังเป็นสีขาว ภาพถ่ายของวัตถุเป็นภาพเงาดำบนพื้นขาว
- ถ้าจากหลังเป็นสีดำ ภาพถ่ายของวัตถุเป็นภาพเงาดำที่มีแสงสว่างจับตามขอบรอบๆ วัตถุ
- ทำให้มองเห็นวัตถุแยกออกจากพื้นฉากชัดเจน

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

ทิศทางของแสง

4. แสงเฉียงหน้า (Semi-Back Light)

- แสงที่ส่องเป็นมุมเฉียงทางด้านหน้าของวัตถุทั้งด้านซ้ายหรือด้านขวา
- ให้ความกลมกลืนของแสงกับเงาได้เป็นอย่างดี
- เหมาะกับการถ่ายภาพวัตถุรูปทรงกลม

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (แสง)

ทิศทางของแสง

5. แสงเฉียงหลัง (Semi-Back Light)

- แสงที่ส่องเป็นมุมเฉียงทางด้านหลังของวัตถุทั้งด้านซ้ายหรือด้านขวา
- เน้นรูปทรงของวัตถุที่จะถ่ายให้เห็นเด่นแยกออกจากพื้นหลัง

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสง กับ พื้นผิว

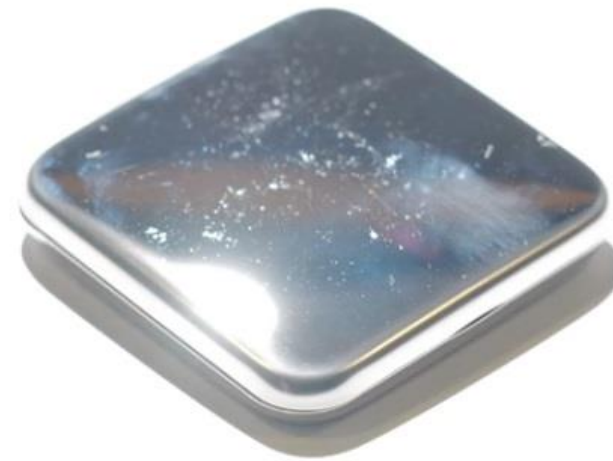
หากพื้นผิวสินค้า ผิว **“พลาสติก”**

- สะท้อนแสงน้อยกว่าผิวมันวาว
- สามารถใช้ไฟหลักและไฟเสริมส่องเข้าสินค้าทั้งด้านซ้ายและขวาได้ ไม่เกิดการสะท้อน
- หากแสงสะท้อน ให้ปรับมุมรับแสง
- ผิวที่โค้งมน แม้หักเหแสง แต่ทำให้เกิดแสงขอบกับฉากหลัง เกิดปริมาตร

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสง กับ พื้นผิว



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(แสง)

แสง กับ พื้นผิว



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(Prop.)

อุปกรณ์ประกอบฉาก (Property)

- Prop. ที่มีความเชื่อมโยงกับสินค้า ยิ่งทำให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น
- เช่น วัตถุเป็นหลัก ส่วนประกอบ หรือเรื่องราวที่มา
- Prop. ทำให้ภาพบอกเล่าเรื่องราวสินค้า
- ใช้เหมาะสม ไม่มาก ไม่น้อยไป
- วางเพื่อประกอบ บอกเล่าเรื่องราวให้สินค้า ไม่เด่นกว่าสินค้า

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

(Prop.)

อุปกรณ์ประกอบฉาก (Property)



องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (Background)

พื้นหลัง (Background)

- ทำให้สินค้าโดดเด่น น่าดึงดูด
- สีพื้น หรือลวดลายจาง ๆ สบายตา
- หากไม่ใช้สีพื้น ต้องเป็นความ Contrast มาก ๆ ให้สินค้าเด่น
- หรือใช้การปล่อยพื้นที่ว่างรอบ ๆ (เกิดจุดพักสายตา)
- สอดคล้องกับ Mood & Tone ของภาพสินค้า

องค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า (Background)

พื้นหลัง (Background)



การออกแบบองค์ประกอบ

การออกแบบองค์ประกอบการถ่ายภาพสินค้า นั้น ขึ้นอยู่กับ **“การนำไปใช้”**

1. นำไปประยุกต์ใช้ เช่น เป็นภาพประกอบเมนู แคตตาล็อก เป็นต้น
2. นำไปเป็นภาพโฆษณาโดยตรง เช่น ขึ้นเว็บไซต์ ไลน์ ขึ้นป้าย ภาพใหญ่ เป็นต้น

ออกแบบองค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

1. นำไปประยุกต์ใช้ เช่น เป็นภาพประกอบเมนู แคตาล็อก

- ◎ พื้นหลัง - สีขาว สีพื้น หรือที่ว่าง (ง่ายต่อการตัดต่อ/ไคคัท)
- ◎ Prop. - น้อย (เน้นความเด่นสินค้า)



ออกแบบองค์ประกอบ การถ่ายภาพสินค้า

1. นำไปเป็นภาพโฆษณาโดยตรง เช่น ขึ้นเว็บไซต์ ไลน์ ขึ้นป้าย

- ๑ พื้นหลัง - ตามการออกแบบ และ Mood & Tone สินค้า
- ๑ Prop. - วัตถุดีบ และเรื่องราวสินค้า (เสริมความเด่นสินค้า)



มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

มุมมองกล้องในการถ่ายภาพสินค้า ขึ้นอยู่กับ

“สินค้าคืออะไร” และ “ต้องการพีรีเซนต้อะไร”

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

1. หากสินค้าเป็น “อาหาร”

“หามุมพระเอก (Hero)”

มุมมองการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)



ความสูงของจานหรือพรีพ

ความสูงส่วนมากจะแบ่งเป็นสองประเภทใหญ่ คือ สูง หรือ แบน สูงคือ อาหารมีความสูง เช่น เค้ก ไอศกรีมโคน เบอเกอร์

โดย default อาจถ่ายที่มุม 45 องศา การที่ถ่ายมุมเกิน 45 บางครั้ง อาจมีข้อจำกัดการเห็นของทั้งจาน และ เลเยอร์

มุมมองการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)



ความสูงของจานหรือพรีพ

อาหารที่แบน คือ อาหารที่มีกว้างมากกว่าความสูง เช่น ทาร์ต, คุกกี้ หรือ แพนเค้ก อาหารประเภทนี้ส่วนใหญ่จะถ่ายที่มุมมากกว่า 75 องศา การถ่ายมุมใกล้ๆ 45 องศาจะทำให้เน้นความแบนของมัน

มุมมองการถ่ายภาพสินค้า

(อาหาร)



เลย์เออร์

มี 2 อย่างที่ต้องคิดเมื่อคิดเกี่ยวกับ เลย์เออร์ในการถ่ายภาพอาหาร คือเลย์เออร์ที่แสดงอาหารที่จะถ่าย และ เลย์เออร์ของ Prop.

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)



เลเยอร์

เช่น เบอร์เกอร์ มี 8 เลเยอร์ หรือ 8 ชั้น คือ ขนมหปัง,เนื้อ,ชีส,ซอส,มะเขือเทศ,ผักกาดหอม,ขนมหปัง และ เค้กมี 7 เลเยอร์ คือ เค้ก แยม ครีม เค้ก แยม ครีม เค้ก หากจะถ่ายให้ออกมาสวย ต้องให้มุมและแสงที่ดีทีสุดกับเลเยอร์เหล่านี้ เลเยอร์ของพรีอพ เช่น ผ้าเช็ดปาก จาน หรือ พวงโรยหน้าต่างๆ พรีอพจะเป็นส่วนสำคัญในการบอกเล่าเรื่องราวของอาหาร

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)



อาหารแบบแบนไม่มีเลเยอร์ ดูเหมือนถ่ายจากด้านบนจะออกมาดูดี แต่ 75 องศาคืออีโร เพราะ มันเกือบๆ เหมือนถ่ายจากมุมด้านบน แต่มันยังให้แสงเข้ามายัง Turkish delight งานนี้ด้วย เพิ่มความมีชีวิตชีวามากขึ้น

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)

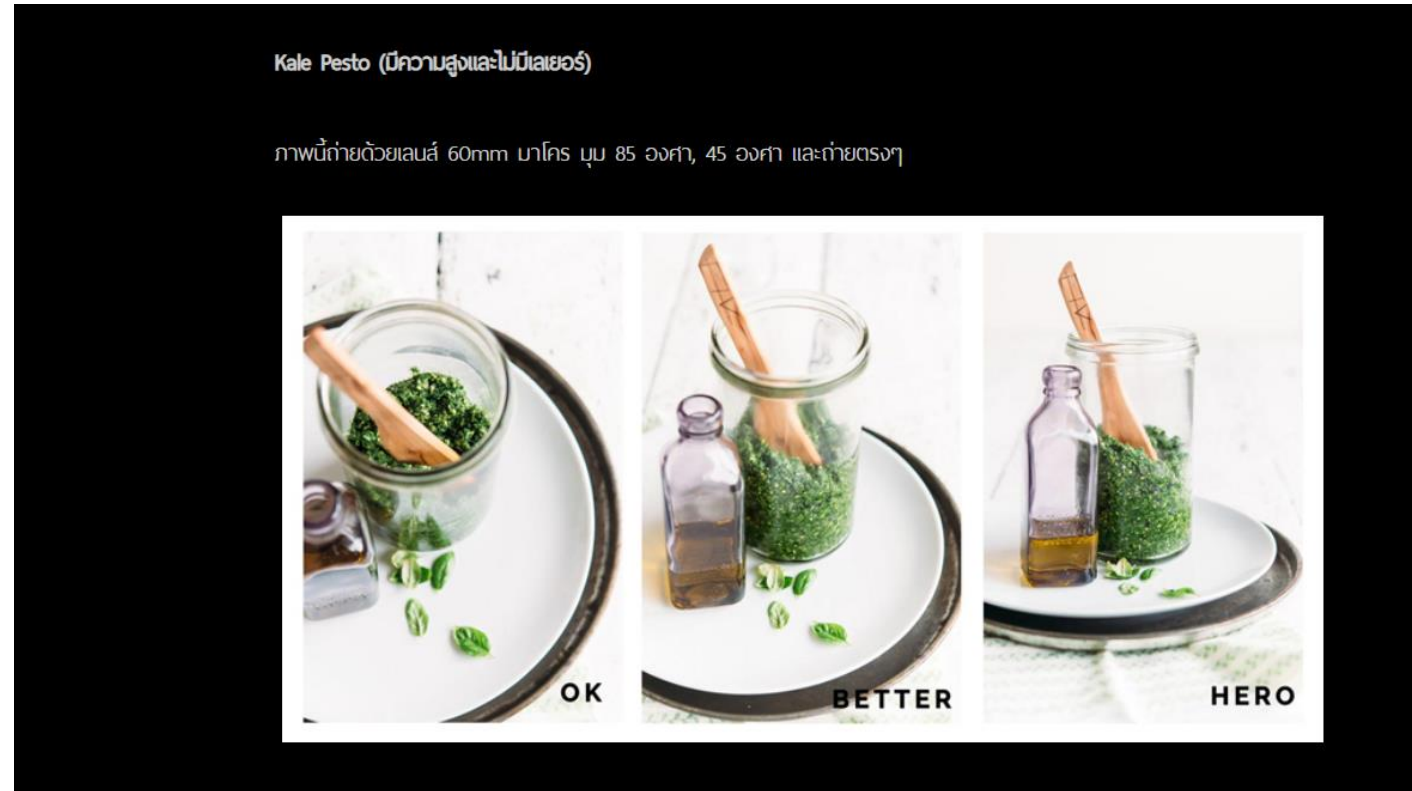
เบเกอรี่ (มีความสูง และ layers)

ถ่ายรูปนี้โดยใช้เลนส์ 105mm มาโคร ที่มุม 45 องศา, 25องศา และถ่ายตรงๆ ตามลำดับ



มุมฮีโร่คือ ถ่ายตรงๆ มุม 0 องศา เพราะมันทำให้ผู้ชม โฟกัสได้ทุกชั้นของเบเกอรี่ และให้เห็นความสูง และส่วนผสมทั้งหมด ทำให้ดูน่ากินขึ้น มุม 45 องศาไม่สามารถแสดงรายละเอียดทั้งหมดได้ และ 25 องศา ทำให้ขนมปังด้านบนดูแบน

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)

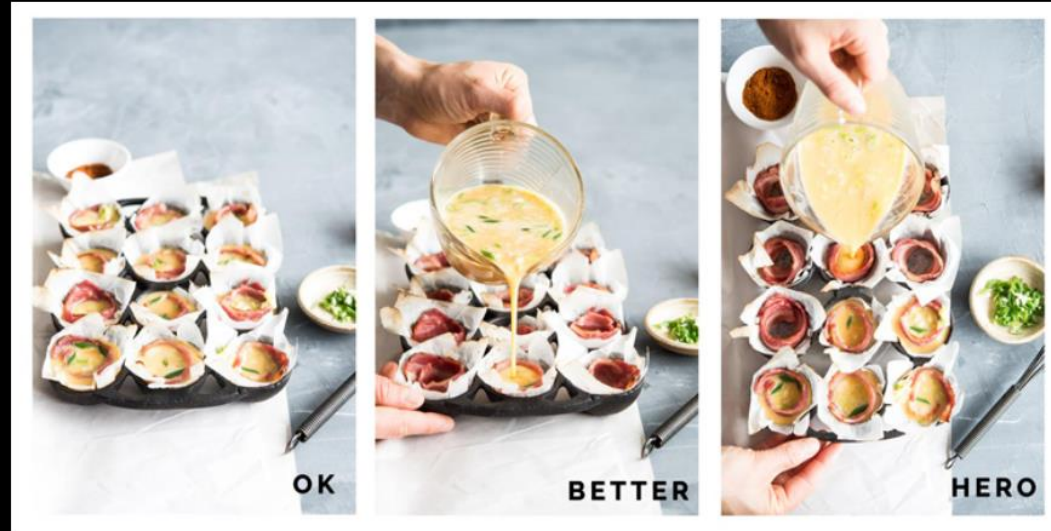


เพสโต เป็นซอสหรือเครื่องปรุง มันขึ้นอยู่กับภาชนะที่ใช้นำเสนอ ภาพนี้ใส่ขวดแก้วสูง นำช้อนสูงๆ และขวดน้ำมันมาเป็นพร็อพมุม 45 องศา สามารถใช้งานได้เหมือนกัน แต่ มุมตรงๆดีกว่า มันแสดงวิธีของภาชนะที่ถูกเสิร์ฟและการจัดเก็บอีกทั้ง แสดงให้เห็นถึง texture ดีกว่า

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า (อาหาร)

ไข่และเบคอน มัฟฟิน (แบนและมีเลเยอร์)

ภาพนี้ถ่ายด้วยเลนส์ 60mm ที่ 45 องศา, 30 องศา และ ถ่ายด้านบนแบบ Flat



45 องศาจะเน้นความแบนของงาน แต่มันได้โชว์เลเยอร์ 30 องศาดูดีกว่า แต่มันไม่แสดงเลเยอร์ทั้งหมด ไม่เหมือนมุมมองด้านบน นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมมุมมองด้านบนถึงเป็น ฮีโร่ ในเคสนี้ มันทำให้เห็นลึกเข้าไปในตรงงาน และ มันดูลงตัวเมื่อเทไข่ลงไปในแต่ละชิ้น

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

(อาหาร)

5 สิ่งที่ต้องคิดเมื่อต้องการหามุมพระเอก

1. อาหารของคุณ สูง หรือ แบน
2. มีเลเยอร์ไหม หรือได้ใช้พรีอหรือไม่
3. สำหรับอาหารที่มีความสูง โดยเฉพาะมีเลเยอร์ ลองหามุม ตรง ถึง 45 องศา
4. สำหรับอาหารแบนลองหามุม 45 – 90 องศา
5. ลองถ่ายมุมต่าง ๆ นอกเหนือจาก 4 ข้อ ดูว่ามุมไหนออกมาดี อันไหนดีกว่า อันไหนคือฮีโร่

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

2. หากสินค้าเป็น “บองไข่”

“ดูประเภทของสินค้า”

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

ประเภทของสินค้า “บองใช้”

- การจัดวางองค์ประกอบ ต้องให้รายละเอียดของสินค้านั้น ๆ
- หากพื้นที่จำกัด ให้หามุมกล้องมุมเฉียงกับสินค้า เพื่อบอกรายละเอียดสินค้าให้ได้ภายใน 1 รูป
- หากใช้หลายรูปได้ สามารถถ่ายสินค้าทีละด้าน ประกอบกันเพื่อบอกรายละเอียดสินค้าแต่ละมุมได้

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

บอกรายละเอียดสินค้าให้ได้ภายใน 1 รูป



มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

ใช้หลายรูปประกอบกันเพื่อบอกรายละเอียด



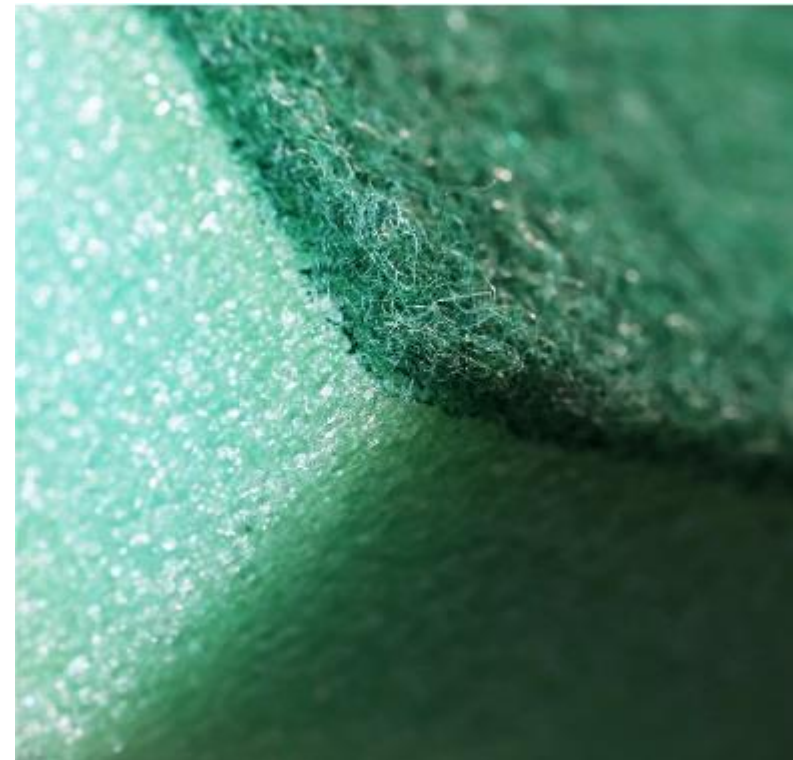
มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

หากต้องการให้เห็นรายละเอียดสินค้า

“ถ่ายใกล้ เน้นพื้นผิว (Texture)”

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

ถ่ายใกล้ เน้นพื้นผิว (Texture)



มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

หากต้องการให้เห็นการใช้สินค้า

“ถ่ายภาพการใช้งานจริง”

มุมมองกล้องการถ่ายภาพสินค้า

ถ่ายภาพการใช้งานจริง



การแต่งภาพ จากการถ่ายภาพสินค้า

- เพื่อ Retouch หรือ แก้ปัญหาภาพถ่าย
- ปรับให้ภาพถ่ายเป็นไปตามต้องการ
- ไม่ควร Zoom เข้าเพื่อ Crop เพราะจะทำให้รายละเอียดภาพเสียหาย
- ใช้แอปพลิเคชันในการปรับแต่งรูป สะดวก รวดเร็ว หลากหลาย

การแต่งภาพ จากการถ่ายภาพสินค้า

แอปพลิเคชัน แนะนำ Adobe “Lightroom”

