

传统影像材料（胶卷）在当代商业摄影中的应用研究

刘昊博

（中南财经政法大学 湖北 武汉 430000）

摘要：胶片摄影随着互联网新媒介的传播，重新被年轻的一代所接受。近年来，大量的年轻胶片爱好者开始重新用胶片进行创作，而国际摄影界自始至终没有放弃对胶片的使用，在国外大多数艺术类及新闻类院校均设有暗房和扫描仪供学生来使用，即便是数字化程度高度发展，数码相机早已突破了1亿像素，胶片摄影依然是世界范围内商业摄影师、艺术家、艺术从业者及时尚品牌和摄影图片社所青睐和看好的一种摄影方式，有关胶片应用的研究和创新也是从没有停止过。选择此题目，是对胶片商业摄影未来在中国的发展前景进行研究。

关键词：胶片摄影；商业摄影；胶片

1. 我国商业摄影历史及现状简述

1.1 我国商业摄影的发展历史

1839年法国摄影术诞生后不久，鸦片战争爆发，清政府与英国签订《南京不平等条约》。被迫向西方开放商业口岸。此后，摄影在1840年代传入中国，并逐渐从广州和香港传播到内陆大城市。

摄影术刚传入中国时，最先被画楼影铺用于人像摄影及绘画。而无论是画楼、影像铺，还是像馆、照相楼，都是商业化的经营实体。在当时香港皇后大道、广州十八甫等地，画楼、影像铺林立，其中有不少是美国和欧洲国家的画像业务搬入。这种贸易活动不仅加深了中国摄影的商业化程度，无形中也提高了中国画楼、影像铺摄影师的摄影技术水平。

1880年前后，玻璃干片问世，而玻璃干片就是胶片的雏形，代替了原有的湿板摄影，干板的出现让摄影变得更加简易快速，因此照相馆得以大规模的印刷不同题材照片并向外兜售，摄影的商业色彩更加浓厚。最具代表的就是出现了“照相号”，与银号、商号一样，照相号重视规模化的商业销售，照相号便如同早期的图片社，拍摄了不同题材种类的照片。例如描绘了我国京张铁路沿线景色的大型专题摄影集《京张路工摄影》便是来自上海的同生照相号在1909年左右进行摄

制的，它详细的记录了京张铁路的沿线风貌，是研究我国铁路历史和民生发展历史的重要资料。

第二次世界大战期间，中国工业落后，主要影像器材以国外进口为主，1949年新中国成立之后，伴随着工业的蓬勃发展，上海相机制造厂在1958年仿制德国徕卡相机制造出了上海58-1相机，随后伴随相机工业继续发展，相机逐渐走进人民群众的生活，与之相关的摄影行业也快速发展。

在一段时间内我国的商业摄影并未有任何波澜，从前相机是配发给专业新闻机构、新闻记者，且造价昂贵，一般家庭无法承担此成本，能大量拍摄照片的家庭或个人比较少。因为我国的工业水平有限，在精密仪器的制造中相对落后，产能和制作成本也无法让价格变得足够亲民。直到80年代末期，伴随着我国改革开放，伴随着中国特色社会主义经济的发展，商业化、广告、设计等行业的兴起，商业摄影在中国迎来了萌发。伴随着九十年代我国经济结构的持续调整，让国营摄影工作站、报社、新闻和出版行业进行了改革，当代商业摄影也在我国持续发展。我国商业摄影虽然起步较晚，但伴随着经济快速发展，更多的年轻摄影师逐渐崭露头角，整体行业氛围向更好的方向稳步迈进。

1.2 我国商业摄影的发展现状简述

我国的商业摄影发展相对较晚，即便是在摄影商业化比较成熟的今天，依然相较于西方国家具有一定程度的差距，但是我国目前摄影行业的前景相对乐观，传统商业摄影——如婚纱摄影、产品摄影等领域有大量的从业者。同样，在时尚摄影、艺术摄影、纪实摄影和风景摄影领域，中国新生代摄影师也在国际上崭露头角，成为新生代后起之秀。

同样，胶片作为重要的感光材料，是很多新生代摄影师选择表达个人风格时首选的工具。而短视频时代的到来，催生了一大批个人独立摄影师，对于我国商业摄影的发展无疑有一定帮助，通过互联网的自我作品展示，推动了商业摄影的发展，小红书、微博等自媒体数据也显示该行业有较好的发展前景。

1.3关于商业摄影在我国未来发展的前景预测

商业摄影是技术与艺术相结合的新领域。商业摄影，也称为委托摄影，是为商业目的而进行的摄影活动。广义的商业摄影包括创作任何用于销售商品、撰写活动或介绍书籍的图像，而狭义的商业摄影一般是指广告摄影，其中广告摄影起着举足轻重的作用。与其他摄影研究不同，它是以商业目的和艺术创作为手段的综合性研究，因此我国商业摄影具有较乐观的未来发展前景，是相对重要且新颖的综合性艺术产业。

目前，中国商业摄影市场的发展可分为三个部分：以北京为中心的北方市场、以上海为中心的长三角、以广州为中心的珠三角。这三个部分支撑着中国商业摄影的框架。由于南北市场行情不同，商业摄影的经营方式、拍摄内容、拍摄方法等都存在较大差异。随着我国经济的不断发展和人民生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也发生了重大变化和提。值此之际，商业摄影行业也迅猛发展。2017年，我国商业摄影行业市场规模达到3168亿元。2018年市场规模为370.5亿元，比上年增长17.1%。商业摄影行业似乎正在向着一个更理想且蓬勃的状态发展。

随着网络信息的快速发展和广泛传播，以及数字影像技术的广泛应用，我国的自媒体行业进入了一个新的发展阶段。公众对摄影设施、服务和环境的要求越来越高，摄影产品和服务的种类、性质各不相同，对摄影的要求越来越高。这改变了商业摄影的服务模式和商业模式。因此，对于我国来说，商业摄影未来会有更高的市场价值，更多的从业者会推动这个行业的发展。

2. 胶片影像的特征和从业者对胶片摄影的主要观点

2.1 胶片摄影的主要特征——以成像原理及成像特征为例

胶片是银盐感光胶片，也称胶卷。每张胶片由两个基本部分组成：单层或多层乳剂层和作为乳剂层支撑体的基底。乳液由悬浮在明胶介质中的感光细颗粒组成。随着胶片的显影，结构上改变的卤化银晶体转变为黑色金属银颗粒团块，产生图像、负图像。胶片中未感光发生结构变化的晶体，会被定影剂冲走，使这些区域呈浅灰色或透明，这便是胶片成像原理的基本概括。

而胶片被数码替代的主要原因则是当代摄影新增了时效性需求，而互联网的发展也提升了这个速度，胶片需要经过冲印、放大等制作过程，而特定胶片则需要特定配方的药水才能体现胶片本身的成像素质，如享誉世界的柯达克罗姆胶片，在很长一段时间里只能送回柯达工厂，由柯达官方进行冲印。

胶片成像特征在于不同类型规格的胶片在面对不同光环境的时候所带来的成像效果差别巨大，天气因素、曝光条件、快门速度及机身抖动都会对胶片的成像产生巨大影响。同样，相机是否漏光、冲印标准是否按官方要求进行、冲洗时间、水浴温度及是否进行迫冲都会影响胶片的成像，但众所周知的颗粒感是存在的，而互联网内“胶片感”的论点，主要影响因素是扫描仪而不是胶片本身。

2.2 不同的影像相关从业者对胶片的主要观点及态度

本篇论文主要采访了三位从业者，分别为独立摄影师，胶片冲扫工作室主理人和国内一家知名相机店的主理人；从采访中得出他们对胶片这种感光材料及胶片在商业摄影中的应用前景表达了自己的见解以及对胶片在商业摄影中的未来的观点。

其中，独立摄影师A女士认为胶片摄影是摄影历史中很重要的一部分，世界范围内直到90年代末期数码摄影才开始了民用化，这就是为什么DC（数码相机）在20世纪末期和21世纪初期开始在民用市场兴起，但是专业市场其实直到2005年左右才开始真正数码化，虽然近年来数码摄影已然成为主流，但是部分商业摄影师依然使用胶片进行拍摄，时尚摄影行业依然将胶片作为重要的拍摄工具之一，胶片在商业摄影中的地位是不可替代的。A女士强调，以我国的商业摄影市

场未来来看，近年来随着复古风潮的席卷，原本已经被替代的胶片、DV等摄影器材重新成为了潮流。她个人看好胶片的复兴，但是复兴的代价就是胶片相机及胶片的价格会越来越高。

受访者B先生是国内一家胶片冲印工作室的主理人，B先生强调胶片这些年逐渐涨价也是一个趋势，而胶片价格决定了入门的成本以及专业摄影师在使用胶片作为拍摄介质的数量，但对于长期使用胶片进行拍摄的摄影师，在已经形成了个人风格的前提下，会一直采用胶片作为拍摄工具。对于高端市场，如时尚摄影而言，很多拍摄计划都是不计成本的；在艺术摄影方面也有很多摄影师采用胶片进行创作，而胶片具有特殊尺寸和大画幅尺寸，这是数码目前很难做到的，主要原因是大尺寸传感器的价格昂贵，其次就是市场需求相对较少。近年来明显的感受到尝试拍胶片的群体更年轻化了，甚至有年轻人并不出生在胶片时代，但在数码浪潮席卷全球的过程中总需要有人慢下来，可以预见胶片在未来可以一直存在下去，除了他本身的文化符号的意义之外，还能继续给不同时代的年轻人带来不一样的价值体验。

受访者C是国内宝丽来文化圈的知名人物，知名相机工作室的主理人，他强调胶片在未来必然会越来越少，因为胶片本身就不是低廉便宜的产物，宝丽来作为近半个世纪的时尚宠儿，在未来也不会轻易消失，这便是在宝丽来相机公司破产之后，粉丝们共同出资开展了impossible计划来复活宝丽来的原因。在过去的近半个世纪的时间里，人类文化和艺术发展一直有宝丽来的存在，而近年来宝丽来在重新进行着文化宣传（比如和多个IP的联名）以及宝丽来官方至今还在每年翻新中古相机，复产相纸的产能也越来越高，因此宝丽来及胶片的未来是乐观且有发展的，因为它无论是民用市场、商业摄影市场还是艺术家创作领域一直都有需求，这已经体现出良好发展的可预见性。

在对艺术基金会和画廊主理人的采访和互动中，我们有幸与骆伯年艺术基金会主理人金酉鸣老师进行了沟通；骆伯年先生是民国时期中国早期摄影行业的重要人物，而金先生近年来也一直致力于支持中国的摄影事业发展，同时也在尽力支持中国的青年摄影师。金先生认为，在他有生之年个人觉得胶片永远不会消

失。当然随着生产数量减少，用户需求的减少，胶片会越来越稀少而昂贵，变成了一种奢侈品。不过近年来，他能欣喜地看到，越来越多的年轻一代摄影师又开始重新使用胶片来拍摄作品，甚至于其他古典工艺的复兴，很多人会回望摄影的起源，这对于胶片的发展会带来一定需求的持续增长，但是应该不会“回光返照”，这只是一种摄影文化的复兴。

2.3 胶片在数字化革命后的市场环境现状及商业变现的形式特征

2002年，美国七家大制片厂联手成立了数字电影倡导组织，该组织的使命是“建立和记录数字电影开放式体系结构的推荐规范，确保统一的、高水准的技术性能、稳定性和质量控制”，这一联合声明预示了数字化浪潮的到来，同样，柯达公司在90年代末期已经生产出了DSC系列数码相机，在21世纪初期已经开始进行商业使用，但是因为早期数码光学传感器的价格过高，因此在民用市场还是以胶片摄影为主。

但是，在数字化浪潮的大背景下，伴随着数码传感器像素的不断提升和成本的不断降低，胶片因此不再具有竞争力。同样，体现摄影器材的最佳场合，行业内公认的舞台便是奥运会，我们可见2004年雅典奥运会绝大多数媒体都采用胶片相机，在2008年北京奥运会则开始采用数码相机，到2012年伦敦奥运会，新闻记者已经基本完成了由胶片到数码的过度，次年日本富士公司宣布停产电影胶片，最后在2016年，我国最后一条电影胶片生产线宣布关闭，至此，胶片时代基本宣告结束。

数字化市场下的胶片是举步维艰的，胶片市场一度萎靡，而在此阶段伴随着老牌相机厂商的破产，胶片相机的价格也史无前例的低廉，胶片的变现特征则以胶片黄金年代的摄影师作品的藏品为主，逐渐从一种商业实用工具变成了艺术品和时代文化符号所定义的珍藏品，而在纯商业摄影行业，数码化已经占据了大多市场份额，留给胶片作为生产力工具的选择相对较少。

近年来，伴随着胶片复兴的口号以及众多年轻摄影师开始选择胶片作为主要的创作媒介，在商业市场范围也开始有了一定的反馈，影视作品和部分TVC广告也开始重新采用胶片，在年轻一代的摄影师中，有

许多摄影师采用 8mm 和 16mm 胶片作为生产力工具，也是一种大胆而有意义的实践；同样，在我国部分大学中的摄影类专业，胶片摄影依然是摄影相关专业的必修课。

近年来胶片由原来的基本在市场范围消失到重新占据部分市场也是一种趋势，而胶片本身又具有商业价值和文化符号属性，因此胶片目前的商业变现趋势分别为：胶片零售产业（代理商）、胶片商业摄影师（人像和影视作品为主）、艺术摄影师的作品商业化（以编号藏品为例）。

3. 胶片摄影商业化的案例分析及变现价值的发展趋势

3.1 国内外以胶片为媒介进行创作的摄影师商业作品成功案例

在国内与国际商业市场中，以胶片为媒介进行创作的摄影师是非常多的。以日本著名摄影师荒木经惟为例，荒木经惟至今依然在用胶卷和宝丽来底片进行创作，与其艺术作品外，荒木经惟先生在商业摄影方面也坚持使用胶片作为拍摄载体，同样，荒木经惟先生的艺术摄影作品本身就极具收藏价值，他创作的签名拍立得作品在艺术市场上极受欢迎，曾经在国内的一次展览做到了开展数小时内全部作品售空的盛况。

同样作为日本知名摄影师的杉本博司则是胶片风光摄影的主要代表人物之一，他的大画幅胶片作品《海景》系列，在前些年获得了多家艺术机构和画廊的青睐，同样，杉本博司也被称为最后的现代主义者。

而在国内，如微博博主“亦卷古月”，“陈屿鹿”等知名摄影师也是采用胶片作为创作载体来进行人像拍摄，获得了一定的商业价值，并且以此形成了鲜明的个人风格。而以胶片摄影为载体，持续进行拍摄从而产生了商业价值的摄影师，如严明老师，王福春老师的作品则是非常符合此论述的优秀摄影师。

3.2 以胶片作为媒介的商业摄影作品的变现及价值的发展趋势

在近年来胶片摄影回暖情况愈加乐观的大前提下，在未来胶片作为媒介的商业摄影作品与商业项目的数量会持续增加，伴随着经济的发展和总体客户审美的变化，胶片作为独特的影像生产力工具在色彩和模式上都具有出色的特性。

年轻一代的摄影师对胶片的理解和认知在数字化

背景下将更加与时俱进，同样胶片在数字化时代已经不仅仅是单纯的生产力工具，其附加价值，如文化符号、怀旧情怀、特定的色彩预设、一次性的成像特点都是青年艺术家和摄影师所青睐的，因为艺术本身不具有普遍性特征，而艺术摄影的商业化研究在几年来也是经济市场和艺术市场都所看重的。我国目前艺术品金融属性及艺术品交易还在初始阶段，未来依然具有蓬勃的发展空间，而摄影作品作为一种近年来的新鲜事物，一定会在未来被更多国内收藏家和艺术机构所接受，进而提升自己的金融属性。

在艺术市场领域，胶片和即时显影依然是艺术家创作的优秀选择，而随着胶片复兴的口号，Z 世代的年轻一代会根据不同的渠道获得对胶片的理解，而对于摄影师而言，不同的选择意味着不同的创作空间，胶片作为人类摄影历史中必不可缺的感光材料，会在未来具有更高的地位，由于目前大量不同型号胶片因疫情的影响、原材料的稀缺、以及国际贸易和物流的影响，胶片的价格在继续提高，而胶片使用的频率也因为价格的影响而降低，未来的研究还可以在胶片价格和 Related 替代品方面进行深入研究。

同时，因为每年都有新胶片复产，也有旧胶片停产，2023 年胶片市场将面临大幅度涨价（疫情、原料相关）对此关于未来市场预期的探索研究还在继续，本文目前的结论仅针对至 2023 年初的调查及分析。

我们不能因为胶片本身具有许多特性而否认数码摄影的主流化趋势，电影产业也早在 2010 年左右完成了数字化的更新迭代，目前电影胶片依然在产，且未来依然会成为电影工业的生产力工具之一，作为电影行业的灵魂依然会持续发挥它的余热。

数码摄影的便利性是无可替代的，胶片在一定程度上已经结束了其作为重要生产力工具和重要摄影介质的地位。因为胶片的即时性相对较差，且不能通过互联网及时修改和传递，无论是对后期逐渐看重的当代时尚摄影，还是讲究时间就是金钱的新闻纪实摄影，胶片已经不能像数码一样又快又好的完成拍摄任务，大多数情况下数码相机依然是摄影师的第一选择。而在后期领域，胶片则完全不具备和数码竞争的能力，胶片后期又称为暗房技术，不仅工序复杂，处理时间较长，且能处理的部分相对有限，和便利的图像处理软件相比没有任何优势。且胶片在曝光之后就具有定性感，宽容度相较于数码相机主要采用的 CMOS 感光元

件而言，冲洗时的暗房技术并没有 CMOS 中文件的宽容度那么广，所以在时效性和后期处理领域，数码摄影具有不可比拟的优越性。

我们需要承认的是，即便是在近些年时常有“胶片复兴”的口号，但是胶片作为上个时代的感光材料，已经在大多数摄影领域被更先进的数码所替代，但是在艺术领域和电影工业，胶片依然具有其不可替代性的特殊产品，许多知名导演在数字化浪潮的前提下依然选择胶片作为拍摄载体，这是一种传承，也是一种坚守，比如《信条》以及最近一段时间在欧美电影圈非常热门的电影《甘草披萨》，甚至是 2017 年的最热门电影，堪称是近年来最佳的旧好莱坞模式的爱情电影《爱乐之城 (la la land)》这都是用柯达胶卷来拍摄的优秀影片，可见在电影行业，胶片会持续发挥它所应有的价值，我们作为相关行业潜在的未来从业者应该对此持乐观态度，并且在日后的工作和学习中持续关注，获得更新的行业资讯。

而对于在商业摄影的发展前景，经过调查分析和对相关从业者采访，本文的观点是：胶片在艺术领域具有特殊意义，因而在大众商业摄影（婚纱摄影、建筑摄影、美食摄影等）领域已经被数码所替代，但是在小众及艺术摄影领域，如时尚摄影、小众艺术写真、以摄影为载体的艺术创作、电影摄影和制作、高端广告宣传片等方面，胶片依然是非常热门的载体，深受相关从业者及艺术家和艺术机构代理人的追捧，且具有不可替代的特殊意义，这在相关方面的发展具有较为良好的发展前景。

但是，商业摄影数字化的发展总体过程也不过 20 年，同样在商业市场中，数字设备完全替代胶片（泛指百分之 80-90）也才十余年，富士公司在 2013 年才完全停产电影卷，同样，在今天柯达公司依然在生产商用电影胶卷，因此在中外文互联网中很少有论文与本选题相关，这也是我坚持次主题的原因之一，因为近年来胶片、湿板摄影、蓝晒摄影逐渐回到了主流艺术视野，而部分摄影师已经将胶片作为商业创作的主要材料，因此，我们对未来具有足够的期待，传统影像材料在当代商业摄影的应用会持续复苏。

但是市场决定了商品是否具有大量的收益，虽然近些年胶片复兴的口号一直不断，无论是中外社交媒

体账号分享，还是从业者们或爱好者们的青睐，都改变不了胶片逐渐小众化和退出大众市场这一历史舞台的时代需求。但是对于摄影师和艺术家而言，胶片依然是表达个人风格的有力工具，其色彩倾向与成像质感，以及文化符号都被追捧。而只要有需求，就会有相应的市场；这种伴随着人类摄影历史发展的感光材料不会因为科技的发展而被完全替代，在未来依然拥有其无法替代的特性。

综上所述，我认为目前胶片在我国商业摄影领域的使用相对不乐观，基础摄影服务均要求时效性；而数码摄影在时效性方面无疑更具优势。因此在大多数情境下，胶片并不是最优选择。但是在艺术摄影和时尚摄影方面，胶片依然是能够表达艺术家和摄影师思想的优秀介质。总体上来说，随着胶片模拟技术和数码产品及手机摄影的发展，胶片还是难逃涨价和被替代的结局，但是会成为人类的独特文化符号，继续留在艺术和文化领域中。

作者简介：

刘昊博 (1999 年 12 月 -) 男，汉族，山东青岛、本科、学生，研究方向：传播学、摄影及媒体管理。

参考文献：

- [1] 朱芸青. 全面的色彩管理服务 [J]. 印刷工业, 2021(06):29-30.
- [2] 潘伟德, 刘倩, 周明华. 浅谈电影胶片档案的修复技术 [J]. 数字与缩微影像, 2021(04):4-6.
- [3] 王晓鸣. 摄影教学中黑白胶片手工冲洗实验流程设计 [J]. 数字与缩微影像, 2021(04):7-11.
- [4] 文英子. 国内外缩微胶片的应用和保存 [J]. 数字与缩微影像, 2021(04):20-23.
- [5] 周丹. 论如何提升缩微文献的利用和服务手段 [J]. 数字与缩微影像, 2021(04):24-25.
- [6] 郭鹏. 艺术与设计类学科数字摄影实验教学平台建设 [J]. 美术教育研究, 2021(23):146-147.
- [7] 李明璇. 互动影像在商业摄影中的应用研究 [J]. 旅游与摄影, 2021(21):124-125.