

<<中国广告摄影年鉴6>>

图书基本信息

书名：<<中国广告摄影年鉴6>>

13位ISBN编号：9787800071270

10位ISBN编号：7800071278

出版时间：2006-9

出版时间：中国摄影出版社

作者：陈永主编

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>

<<中国广告摄影年鉴6>>

内容概要

拿到这本《2006-2007中国广告摄影年鉴》，相信您会感觉到它微妙的变化，这微妙之中反映的是我国广告摄影市场的巨大变革。

从1996年开始我们酝酿组织广告摄影比赛，10年光阴转瞬即逝。

这是我国广告摄影走向市场的10年：一批又一批的优秀广告摄影师脱颖而出，一个又一个广告摄影专业组织先后成立，越来越多的国际图片巨头进入我国图片市场，中国的广告摄影市场走向了成熟，一个以广告摄影为职业的行业已经形成。

这也宣告广告摄影大赛涅槃时刻的来临，否则就难以进步和升华。

创新需要一种革命的精神，需要否定自我的胆识。

为了寻找促进中国广告摄影事业的发展模式，我们在考察了美国、英国、德国、日本、韩国等国之后，决定用“双年展”取代大赛，并推出全新形态的“年鉴”，目的是为了更适应我国快速发展的图片市场，迎接更激烈的广告摄影市场竞争环境。

推出“双年展”的模式，可以让摄影师用更多一点时间的积累，用更专业的态度参与，用更敏锐的眼光看清市场。

配合“双年展”的改革，“年鉴”彻底割裂“作品集”的痕迹，成为职业摄影师展示自己的一个平台，沟通市场需求的一个桥梁，成为我国图片市场供需通路的工具书。

对于我们的求变，有很多的摄影师给予积极响应和大力支持，因为他们了解我们从一开始就是为摄影师服务，为推动行业发展，更相信我们会带领行业进入更加广阔的市场空间。

互联网的发展使地球变得更加平坦，读图时代的到来为摄影师提供了更加广阔的市场空间，但市场竞争会更加激烈。

技术的成熟缩短了技艺的差距，理念的更新成为了决胜市场的关键。

沸腾的中国广告摄影市场把中国的广告摄影师推到了与国际接轨、参与国际竞争的一个更大的平台上，现代广告杂志社希望通过“年鉴”操作模式的调整，帮助现在力量还比较单薄的中国广告摄影师提高业务专长，去经受市场的不断锤炼，应对走向全球化的中国广告市场。

“年鉴”不仅是中国广告摄影事业的记录者，它还是中国广告摄影行业发展的见证者，但它最重要的功能应该是工具书，是图片使用者选择摄影师的工具。

新版“年鉴”把推荐职业广告摄影师放在了突出的位置，让图片使用者快捷、准确地了解摄影师的拍摄特长、拍摄风格等个性，能够第一时间找到和自身需求最匹配的摄影师。

机会的增多，竞争也会更激烈。

我们必须要有更敏锐的市场意识和市场反应速度，市场是残酷的，只有主动迎接挑战并改变自己才会胜利。

<<中国广告摄影年鉴6>>

书籍目录

年鉴编委会序言职业摄影师2006年中国广告摄影双年展学生作品

<<中国广告摄影年鉴6>>

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>