

电商创意设计 修炼之路

老 单 小 懒 圣淘电商学院 编著



产品是内功,设计是外功

内功 + 外功让产品价值发挥到极致

做好设计,吸引客户的视线

增加产品的吸引力,提高转化率

电商创意设计 修炼之路

老 单 小 懒 圣淘电商学院 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

在电商设计的红海中，每年都会出现一些让人耳目一新的流行设计趋势，这些新颖的流行趋势相继被各大网站页面采用。但是对于电商来说，产品是内功，页面优化设计是外功，内功+外功才能让产品的价值发挥到极致。大多数人认为今天的电商越来越难做了，尤其是淘系电商。但在淘系电商的蓝海中，每年都会有很多新的店铺应运而生。当我们去浏览这些脱颖而出的店铺时，不难看出，他们都有过硬的产品，以及具有鲜明视觉冲击力的页面设计。本书结合实际经典案例，充分向读者展现电商设计的各大技巧。

本书通过大量实操案例，并结合理论知识进行分析，向读者传达了一种新的成长理念，循序渐进地向读者传达了电商设计中的有关知识，让读者在学习、欣赏的过程中丰富自己的设计创意并提高动手制作能力。本书适合从事平面设计的专业人士阅读，也可以作为平面设计和视觉传达设计专业院校的教材，供学生和教师阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

电商创意设计修炼之路 / 老单, 小懒编著. -- 北京: 电子工业出版社, 2016.5

ISBN 978-7-121-28253-9

I. ①电… II. ①老… ②小… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 042557 号

责任编辑: 田 蕾

印 刷: 北京天宇星印刷厂

装 订: 北京天宇星印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 10.5 字数: 268.8 千字

版 次: 2016 年 5 月第 1 版

印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

随着电商行业的飞速发展，互联网产品已经渗透到我们生活的各个领域，产品性能进一步提升，功能也越来越复杂，所以对于用户体验性页面的表达要求也越来越高，所有这些都给电商设计师带来越来越多的压力。很多朋友都在讨论如何才能做出更好的电商设计作品，其实这并不是一个那么容易回答的问题，一个优秀的设计师除了具备良好的绘画功底与审美之外，还需要了解自己的客户、了解自己的产品，这对设计师们的考验就会更严苛。从什么都不懂到了解行业并且为客户解决问题，这些经历都不停地在每位设计师身上上演着……慢慢地我们懂得了一个成熟的设计师除了扎实的视觉表现基本功之外，更需要良好的口才与优秀的沟通能力，我们不只是一个简单的执行者，甚至有时我们责任重大，升级为问题的解决者。

本书章节安排

本书内容浅显易懂，从新手设计师的成长要素出发，向读者传达了一种新的成长理念，专业的理论知识讲解与精美案例展示的完美结合，循序渐进地向读者传达了电商设计中的相关知识，让读者在学习、欣赏的过程中丰富自己的设计创意并提高动手制作能力。本书章节安排如下：

Chapter 1 电商新人设计者如何快速成长。介绍了从建立自己的素材库、收集分析案例，到小试牛刀地分析用户需要、熟悉设计整体流程、编写合适的文案，以及分享与活到老学到老的精神，使读者对如何开启电商设计的生涯有了更加深入的了解和认识。

Chapter 2 电商黄金构图法。一个页面从简单到丰满，需要设计师对整个页面有全盘的把控能力，用户甚至不用浏览具体内容就能了解这个页面的很多信息。依照这样的前提，本章介绍了5大电商当下热门的构图原理，让读者快速掌握热门电商平面设计构图原理和排版布局方式。

Chapter 3 恋上花样色彩。色彩本身就是一种极具生命力和塑造性的元素，一个相同架构的网页设计能在不同的颜色映衬下渲染出不同的意义和气氛，每一种色彩都寄托着不同的情感，这也许就是色彩的魅力所在。本章从色彩的定义、种类、属性、名词的理论知识出发，让读者重新了解色彩，并结合精美案例，循序渐进地讲解色彩

搭配的有关知识，给读者一种更强烈的色彩搭配理念。

Chapter 4 摄魂文案成熟记。如果图片是那一件透明纱，那么，文字就该是穿这件纱的美人。只有图片与文案虚实结合，方能相得益彰，两相配合，才能施展诱惑之力，促进点击、咨询、转化。本章从 10 个文案要点，向读者传达了撰写电商文案的技巧，通过理论知识和实际案例的精美配合，充分让读者明白电商文案的具体表现形式。

Chapter 5 时尚视觉摩登轨迹。成功的视觉引导，能让用户的浏览轨迹非常流畅。如果界面让人感觉挤、紧张、忙，就是有问题的。本章通过当代新颖的视觉营销案例，向读者展现了制作流畅的视觉轨迹的要点。

Chapter 6 三招征服创意海报。设计一张具有视觉冲击力的海报并不是一件天大的难事，关键是要使用具有冲击力的图片及在版面中能够产生强烈对比。当然，还有很多重要的细节不能忽略。本章介绍了海报设计三要素、海报设计应保持的原则等理论知识，并结合精美实践案例，使读者轻松掌握海报设计的要点。

Chapter 7 高点击率推广图。推广图能吸引大量的点击，将搜索量精准地转化为宝贝的流量，为宝贝的成交量奠定一个坚实的基础。一张优秀的推广图，能使我们的宝贝和店铺在淘宝激烈的竞争中脱颖而出，无论是推广店铺，还是推爆款，推广图都起着重要的作用。本章介绍了推广图构图种类、推广图特点等理论知识，并结合精彩案例向读者传达如何简单、正确地制作一张高点击率的推广图。

Chapter 8 高转化详情页技巧。淘宝店的宝贝详情页设计是直接决定交易能否达成的关键因素。宝贝详情页怎样才能具有吸引力，怎样才能抓住消费者的心理呢？本章从 16 大方面准确、具体地介绍了制作产品详情页的技巧，向读者传达了制作产品详情页的技巧，让读者掌握灵活设计的方法，以及具体的表现形式。

Chapter 9 把控跳失率，拒绝“裸奔”首页。从首页的布局中就能看出一个设计师的设计水准，以往的首页布局大家都会依照黄金比例的原则去排版设计，所以大多数网页的首页都千篇一律。本章向读者介绍了首页排版与规划要点，使读者掌握电商首页界面的设计方法，并了解首页界面的多种设计特点和风格。

本书特点

- ◆ 全书内容丰富、条理清晰，通过 9 章的内容，为读者全面、系统地介绍了电商设计知识，以及设计的方法和技巧。采用理论知识和案例相结合的方法，使知识融会贯通。
- ◆ 语言通俗易懂，精美案例图文同步，涉及大量时下优秀设计作品案例，带领读者走近电商设计师的世界。
- ◆ 实例涉及面广，几乎涵盖了电商设计中各个领域，每个领域下通过大量的理论技巧和精美案例，帮助读者掌握领域中的专业知识点。
- ◆ 注重设计知识点和案例技巧的归纳总结，使读者更好地对知识点进行归纳吸收。

本书读者对象

本书适合有一定电商设计基础、Photoshop 软件操作基础的设计初学者，以及设计爱好者阅读，也可以为一些设计制作人员及相关专业的学习者提供参考。

本书由圣淘小懒编写，另外圣淘老单、圣淘电商学院、黄蜂网、昵图网、花瓣网、等也为此书编写提供了各种帮助。书中难免有错误和疏漏之处，希望广大读者朋友批评、指正。

编 者



Chapter 1

电商新人设计者如何快速成长

1.1 创建你的素材数据宝库	002
1.2 分析数据	003
1.3 明确设计产品的目标客户群，了解掌握买家心理	004
1.4 分享设计、学会聆听他人的意见、虚心学习	005
1.5 电商新手设计者应该具备的基础能力	006
1.5.1 熟悉电商整体设计流程	006
1.5.2 对电商设计代码的基本了解	006
1.5.3 掌握撰写营销文案	007
1.5.4 “学而不思则罔，思而不学则殆”的精神	008
1.5.5 达到自己的网页设计顶点	008

Chapter 2

电商黄金构图法

2.1 构图法	012
2.1.1 对称切割构图法	013
2.1.2 组合切割构图法	015
2.1.3 简单切割构图法	016
2.1.4 多重切割构图法	018
2.2 整体场景构图法	018
2.3 物体轮廓构图法	019
2.4 放射性构图法	020

2.5流程图构图法.....	021
----------------	-----

Chapter 3

恋上花样色彩

3.1 何为色彩	028
3.2 颜色的种类	029
3.3 色彩的三大属性	030
3.4 何为色彩明度	034
3.5 何为饱和度	035
3.6 色搭原则七要素	035
3.6.1 色调配色	035
3.6.2 近似配色	035
3.6.3 渐进配色	035
3.6.4 对比配色	036
3.6.5 单重点配色	036
3.6.6 分隔式配色	036
3.6.7 夜配色	036
3.7 色彩分为三种——冷色、暖色、中性色	045
3.8 店铺色彩	049
3.9 主题色调	049
3.10 关于VI建设	052

Chapter 4

摄魂文案成熟记

4.1 九宫格思考法	066
4.2 三段式写作法	067

4.3 用文案诱导消费者按照“你的建议”购买	067
4.4 型录要点延伸法	068
4.5 好的产品文案需要搭配出色的创意图片	068
4.6 网购商品文案要注重SEO友好性	069
4.7 最犀利的商品文案是说出有利的事实	069
4.8 好的文案可以防御竞争对手的攻击	070
4.9 产品卖点的提炼	071
4.10 买家心理学	071

Chapter 5

时尚视觉摩登轨迹

买家感官体验之视觉营销	080
三只松鼠——食品界的下一个“聚美优品”	083

Chapter 6

三招征服创意海报

6.1 海报设计基础三要素	092
6.1.1 三段文字	092
6.1.2 三种字体	093
6.1.3 三种颜色	095
6.1.4 30%的留白	096
6.2 海报设计应保持的原则	099

Chapter 7

高点击率推广图

7.1 推广图构图法则	107
-------------------	-----

7.1.1 平衡式构图	107
7.1.2 对称式构图	110
7.1.3 变化式构图	110
7.1.4 对角线构图	111
7.1.5 X形构图	112
7.1.6 紧凑式构图	113
7.2 优秀推广图应该具有的特点	114
7.3 高点击率推广图的制作步骤	118

Chapter 8

高转化详情页技巧

8.1 买家需要了解哪些信息	126
8.2 使用增强信心的文字	126
8.3 宝贝详情页的优化原则	128
8.4 宝贝详情页的展现规则	130

Chapter 9

把控跳失率，拒绝“裸奔”首页

9.1 首页视觉水平的四大指标	146
9.1.1 首页跳失率	146
9.1.2 首页点击率	148
9.2 店招的作用和效果	150
9.3 首页前三屏设计技巧	151
9.4 店铺装修误区	151
9.5 首页设计中运用的色彩搭配	154

Chapter 1

电商新人设计者如何快速成长

大家好，当我们初入一个新鲜行业的时候，对于这个领域的未知和担心都是有的。但我们抱着对行业的喜爱或兴趣打算深入探索的时候，那些未知的担心和恐惧就已经不重要了。电商领域的飞速发展，同时也带动了一批电商设计师的崛起，他们或许是各领域优秀的网页设计者，或者是随着电子商务的洪流不断成长起来的设计新人，他们见证了电子商务的发展和崛起，他们追随着电子商务的脚步不断壮大。那么，可能很多新人就要问了，这些电商设计的前辈、高手都是如何成长起来的呢？他们是如何让自己快速进步的呢？

首先，我想那些电商设计前辈、高手初入电子商务行业时的心情和你现在是一样的，或许迷茫，或许无助，但是那些都不是他们给自己放弃的理由。初入一个新的领域，最开始绝不能缺少的就是了解——行业的基础知识、行业最新动态、行业大方向。另外电商设计师不可缺少的一项就是审美，新人朋友们可能会有疑问了，“审美”到底是什么？要解决这个问题，首先应该明确什么是美。美是能够使人们感到愉悦的一切事物，它包括客观存在和主观存在。这个问题提得准确，应该深入揭示美的内涵。但是，认为美是能够使人们感到愉悦的一切事物，并不准确，不应该是使人们感到愉悦的一切事物，应该是其中的一部分事物。所以，美是事物促进和谐发展的客观属性与功能激发出来的主观感受，是这种客观实际与主观感受的具体统一。事物具有促进和谐发展的属性与功能是自然美；加工事物使它形成促进和谐发展的属性与功能是创造美；促进和谐发展的思想与情感是心灵美；创造和谐发展的行为与实践是行为美；追求和谐发展的精神是内在美；有利于和谐发展的仪表是外在美。要努力开发自然美、积极创造美、弘扬心灵美、实践行为美、培养内在美、修饰外在美。人的审美追求，在于提高人的精神境界，促进与实现人的发展；在于促进和谐发展，创建和谐世界；在于使这个世界因为有我而变得更加美好。这是和谐审美观的基本观点。

明白了什么是“审美”，可能有些新人们会说：“亲，你说得好复杂啊！那审美能力也不是一天两天可以养成的，那该怎么办呢？”别着急，其实审美也是可以靠后天慢慢培养的。那么，具体该如何培养自己的审美能力呢？接下来，我们就来详细地说说。

1.1 创建你的素材数据宝库

素材数据宝库该如何建立呢？发现和收集。前期当然是不断地查看各个类目、各个产品的设计页面，或者是网页设计，从中会筛选出自己喜爱的页面，并加以分类。对于分类我们可以按照风格来具体划分。

例如：女装设计分类，就可以具体分化为，甜美类、金属摇滚类、天然棉麻类、文艺小清新类、时尚 OL 类、韩国原创类、明星同款类、原创淘品牌类、大牌类等。

具体怎么细分，还要看你的个人喜好，只要可以在第一时间找到适合的风格来寻找灵感，并且能给与借鉴就可以了。



创建了我的素材数据库就够了吗？不，接着往下看。

1.2 分析数据

创建了素材数据库之后，就需要进一步分析我们所收集的素材。分析素材可能是大多数新人都会忽略的一步。不要小看分析，分析素材的同时也在提升着我们的审美。分析你收藏的设计作品，你为什么要收藏这个设计作品？无论是设计中的排版布局，还是文字的使用，或是一句精彩的文案，也可能是独特的视觉呈现。一定有其中的一点吸引着你，才会被你收藏下来。针对不同风格的类目进行单独的分析，自己观察每个细节，打开你发现未知的眼光，你就会在每一个作品中学到自己不曾注意的小点。当然可以自己写一份分析小笔记，毕竟好记性不如烂笔头。



图为《爸爸去哪儿》第三季海报

特点：1. 文案 跨过地球 穿越时空 出来嗨

2. 字体 华康海报体 很容易让人联想到孩子的外形特征，呆萌、可爱

3. 排版 上半部分的海洋背景+底部的家庭场景+居家服突出“跨越地球、穿越时空 出来嗨”的主题。

1.3 明确设计产品的目标客户群，了解掌握买家心理

交互设计作为典型的目标导向型设计，越接近目标，也就越能得到最终方案。那么，在设计之初明确设计目标和了解你的目标客户群体就显得尤为重要。什么是设计方案的评判标准呢？举一个浅显的例子，任何一个比赛都要先说明主题和缘由，为了什么而比赛，不然就变成了天马行空无从评判。但实际情况中，往往没有特别明确的设计目标，此时就需要设计者自己理解和挖掘了。要从人文角度、文化角度、客户体验角度、眼球角度、演绎角度去思考。

下面我们举一个例子具体说明一下。

产品：某品牌猪饲料

➤人文角度



➤文化角度



➤客户体验角度



➤眼球角度



► 演绎角度



以上我们所说的往往称为“痛点”，找到并移情用户，找到真正痛点才能真正满足用户需求。对于明确目标客户群、从多角度深挖用户需求，对需求理解越透彻就会越容易接近最终的设计方案。

1.4 分享设计、学会聆听他人的意见、虚心学习

分享自己的设计作品本身就是自我提升的第一步，阐述自己所学是整理与回顾的过程。虽然无法从中直接获得新技能与水平的提升，却能让一味赶路的自己停下脚步，慢慢吸收其中的精华。此时，我们需要化身为一头牛，默默地反刍。分享所得的收获，往往是一些很抽象或者细枝末节的东西，这都是在书本与教程中不会出现的，万万不可错过。

可见，要当好设计师是多不容易的事情。不过它的魅力就在于力克艰难险阻后，看见的那道破晓光芒。

设计是一门理性与感性、科学与艺术相融合的学科，如何自如地穿梭在两种思维模式中，让别人认可方案是我们每天都在思考的问题。养成良好的习惯，每天的沉淀、学习、反复思考，让自己一直存在饥饿感，我相信未来的你们一定会做得更好！

知名品牌 Bottega Veneta 的创意总监托马斯·马耶尔 (Tomas Maier) 说“你要积极进取才能赢，向危机宣战吧！”这句话也同样给了新人一针镇静剂，他说的不是

作品的鲁莽表现形式，而是真诚、虚心学习的创意态度。

设计既是一门科学也是一门艺术。设计工作一半基于正确的编程和设计技巧，另一半则基于是否对美与不美有着直觉般的敏锐度。一名称职的页面设计师一定要熟练掌握核心基础能力和勇于创新的能力，才能在同行中做到出类拔萃。

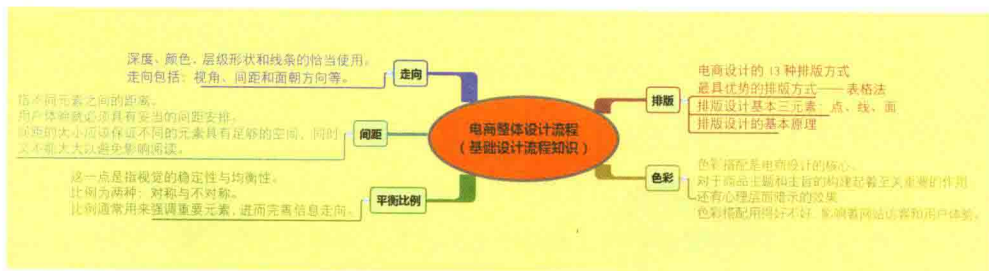
作为新人，不能光想着一口吃成胖子。诚然，经验的财富是无可替代的，但是优秀的教育，不论是正规教育还是非正规教育，也能带来巨大的帮助。同时，还强烈建议大家不断挑战自己，走出自己的舒适区，迎战新的领域。而这就是区别不断苦苦找客户，与客户主动找上门的关键所在。

1.5 电商新手设计者应该具备的基础能力

下面是作为优秀的电商设计师所必须掌握，并且能够帮助他们达到超群水平的基础能力。这些基础能力不一定是技术和软件技巧层面的。

1.5.1 熟悉电商整体设计流程

电商设计有时会与网页设计重叠，所以说，不同种类的设计有时候是非常相似的。这也就是为什么作为一名以自己作品为骄傲的电商设计者也需要多少学一些通用的基本设计流程知识的原因。



1.5.2 对电商设计代码的基本了解

有些设计师觉得不会写代码也无所谓，但也有的人坚定认为了解如何写代码是作

为合格网页设计师所必需的。我认为，要作为一名面面俱到的设计师，至少要了解最基本的代码知识，这是起码的！

```

679
680 function vrlagHandleLoad552(obj,width,height){
681     callag(obj);
682     obj.style.visibility = "visible";
683     function callag (that){
684         if (that.height == 0){
685             setTimeout(function () {
686                 callag(that);
687             }, 50);
688             return;
689         }
690         if(width != that.width){
691             var pos = Math.floor((that.width - width)/2);
692             obj.style.marginLeft = (-pos) + "px";
693         }
694         if(height != that.height){
695             var pos = Math.floor((that.height - height)/2);
696             obj.style.marginTop = (-pos) + "px";
697         }
698     }
699 }
700
701 function vrlagHandleError552(obj,width,height){
702     var defaultImage = '/images/wx/120-80.png';
703     if (width == 57) {
704         defaultImage = '/images/wx/56-56.png';
705     } else if (width == 90) {
706         defaultImage = '/images/wx/88-88.png';
707     } else if (width == 120) {
708         defaultImage = '/images/wx/120-80.png';
709     } else if (width == 70) {
710         obj.parentNode.parentNode.style.display = "none";
711     }
712     obj.src=defaultImage;
713     obj.style.visibility = "visible";
714     obj.style.marginLeft = "0px";
715     obj.style.marginTop = "0px";
716 }
717
718 function vrlagHandle552(time){
719     if (time) {
720         var type = ["1分钟前", "分钟前", "小时前", "天前", "周前", "个月前", "年前"], secs = now/1000 - parseInt(time,10);
721         if(secs < 60){
722             return type[0];
723         } else if(secs < 3600){
724             return Math.floor(secs/60) + type[1];
725         } else if(secs < 24*3600){
726             return Math.floor(secs/3600) + type[2];
727         } else if(secs < 24*3600*7){
728             return Math.floor(secs/(24*3600)) + type[3];
729         } else if(secs < 24*3600*31){
730             return Math.round(secs/(24*3600*7)) + type[4];
731         } else if(secs < 24*3600*365){
732             return Math.round(secs/(24*3600*31)) + type[5];
733         } else if(secs >= 24*3600*365){
734             return Math.round(secs/(24*3600*365)) + type[6];
735         } else {
736             ..

```

HTML 是所有网页的最基本构成框架，所以设计师务必学习相关知识。了解 HTML 就能让你的设计更具有目的性，同时更注重实用性。如果你能了解基本的代码，就能为自己所设计的网站创建模型。这样一来，相比其他不懂代码的设计师，在你推销服务的时候就更具优势，同时也能对自己设计能力的边界有着更深入的掌握。

1.5.3 掌握撰写营销文案

作为一名电商设计者，你要做的不能局限于设计，有时候还需要撰写文案，特别是在你没有合作的文案撰写人的时候。你可以这么想：一名同时具有优秀文案撰写能