

商品摄影与后期处理

全流程详解

拍摄

精修

视觉营销

第2版

严晨 张岩艳 编著



扫描二维码 获海量资源

全书7个经典案例均配有素材文件、实例源文件及配套的160分钟教学视频

全书11章内容均有配套教学PPT，完全对应书中所讲内容，可供教学使用

附赠99个精美的网店装修模板，无论是实际应用还是延伸教学都能轻松自如

附赠550分钟的数码照片后期调色以及人像照片精修教学视频



机械工业出版社
China Machine Press

商品摄影与后期处理

全流程详解

拍摄 · 精修 · 视觉营销

第2版

严晨 张岩艳 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

商品摄影与后期处理全流程详解: 拍摄·精修·视觉营销 / 严晨, 张岩艳编著. —2版. —北京: 机械工业出版社, 2017.4

ISBN 978-7-111-56331-0

I. ①商… II. ①严…②张… III. ①摄影技术—基本知识②网络营销—基本知识 IV. ①J41②F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第050826号

本书是针对目前电商运营中的热点环节——视觉设计而创作的, 全书从视觉营销的角度出发, 以商品摄影与后期处理全流程为主线, 详细介绍了不同类型商品的照片拍摄、照片精修和图片制作技术。

全书分为两大部分, 共11章。第1部分为设计基础, 包括第1~4章, 介绍了视觉营销的理念和指导思想, 以及商品实拍、照片精修、网店美工必备的基本技能, 帮助读者打下扎实的基础; 第2部分为典型实例, 包括第5~11章, 从服装、箱包、鞋靴、食品、数码产品、饰品等目前电商领域的热门商品种类中精选了极具代表性的商品, 按照从总体设计理念、照片拍摄与精修到图片制作的全流程进行详细解析, 提升读者的实战技能水平。

本书既适合从事网店美工工作的专业设计师阅读学习, 也可供网店店主、网店摄影师、电子商务专业学生和希望进入电商行业的读者参考。

商品摄影与后期处理全流程详解: 拍摄·精修·视觉营销 (第2版)

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 杨倩

印刷: 北京天颖印刷有限公司

版次: 2017年4月第2版第1次印刷

开本: 190mm×210mm 1/24

印张: 10

书号: ISBN 978-7-111-56331-0

定价: 59.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379426 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

目录

前言

如何获取云空间资料

第1章 带你重新认识视觉营销

- 1.1 电商营销新宠——视觉营销 11
 - 1.1.1 视觉营销是网店经营的必备法宝...11
 - 1.1.2 视觉营销是设计更是营销 12
- 1.2 打好视觉营销的心理战..... 14
 - 1.2.1 消费者的网购消费心理与动机..... 14
 - 1.2.2 用视觉膨胀消费心理 15
- 1.3 搭建视觉传达与接收的桥梁 16
 - 1.3.1 自主品牌风格的养成 16
 - 1.3.2 要引流，更要“留影” 17
 - 1.3.3 点击率攀升秘籍 19
 - 1.3.4 激发转化率，千单不是梦 22
 - 1.3.5 牵引视线的图片视觉动线设计..... 24
- 1.4 挖掘视觉元素中的视觉营销力 26
 - 1.4.1 拍出商品美图的四种方式 26
 - 1.4.2 颜色中的视觉营销力 27
 - 1.4.3 用文案为商品代言 28

第2章 视觉营销之外功——商品实拍

- 2.1 商品摄影的特征与要求..... 30
 - 2.1.1 商品摄影的特征 30
 - 2.1.2 商品摄影的要求 30

- 2.2 商品摄影的对焦 31
 - 2.2.1 对焦模式的选择 31
 - 2.2.2 对焦点的选择 32
- 2.3 曝光三要素及其对画面的影响 32
 - 2.3.1 曝光要素之一：光圈 32
 - 2.3.2 曝光要素之二：快门 33
 - 2.3.3 曝光要素之三：感光度 33
 - 2.3.4 景深与曝光三要素 34
 - 2.3.5 准确测光和曝光 34
- 2.4 拍摄不同材质商品的用光技巧 36
 - 2.4.1 吸光类商品拍摄——左右两侧布光
均匀表现商品 36
 - 2.4.2 反光类商品拍摄——前后交叉布光
塑造商品轮廓 37
 - 2.4.3 透明类商品拍摄——上下交叉布光
表现商品内部的材质感 38
 - 2.4.4 几近万能的布光方式——
环形布光 39
- 2.5 发掘商品之美的拍摄技巧 40
 - 2.5.1 关于搭配的思考 40
 - 2.5.2 全方位、多角度地拍摄 40
 - 2.5.3 商品拍摄的构图技巧 41

第3章 视觉营销之内功 I —— 照片精修

3.1 化腐朽为神奇的 Photoshop.....	47
3.1.1 Photoshop CC 界面构成.....	47
3.1.2 照片的基本处理操作.....	48
3.1.3 照片尺寸的批量调整.....	51
3.2 抠图——让主体更突出.....	51
3.2.1 抠图的作用.....	51
3.2.2 抠图的重点与难点.....	52
3.2.3 常用抠图技法.....	53
3.3 修图——美化你的商品.....	59
3.3.1 修图的作用.....	59
3.3.2 照片中的哪些问题需要修.....	60
3.3.3 常用的修图工具.....	62
3.4 调色——还原商品本质特征.....	65
3.4.1 视觉营销的几大影调.....	65
3.4.2 影响商品图片色调的白平衡.....	66
3.4.3 调整商品图片明暗的常用命令.....	68
3.4.4 调整商品图片色彩的常用命令.....	72

第4章 视觉营销之内功 II —— 网店美工

4.1 合成让图像更精彩.....	79
4.1.1 商品图片的合成该从哪里入手.....	79
4.1.2 怎样才能让合成的图片更好地表现 商品特征.....	79
4.1.3 必备合成技法——通道.....	81
4.1.4 必备合成技法——蒙版.....	84
4.2 特效设计表现不同的商品风格.....	89
4.2.1 常用的商品展示特效.....	89
4.2.2 单个滤镜特效的使用.....	89
4.2.3 多个滤镜特效的叠加使用.....	92

4.3 突出视觉焦点的文案设计.....	95
4.3.1 文案设计让商品图片会说话.....	95
4.3.2 文字的添加与编辑.....	97
4.3.3 文字的艺术化变形.....	100
4.3.4 基本图形的绘制.....	102
4.3.5 复杂图形的绘制.....	107

第5章 潮流女装——雪纺 连衣裙

5.1 总体设计理念.....	110
5.2 照片拍摄.....	111
5.2.1 布光.....	111
5.2.2 拍摄要点.....	111
5.2.3 拍摄流程.....	112
5.3 照片选择.....	115
5.4 照片精修.....	116
5.4.1 修复轻微曝光过度的图像.....	117
5.4.2 提高背景亮度, 突出主体元素.....	118
5.4.3 调整连衣裙的层次感.....	119
5.4.4 整体润色表现连衣裙优雅气质.....	120
5.5 图片制作——商品主图.....	122
5.5.1 设置标准的主图尺寸.....	123
5.5.2 添加品牌徽标.....	124
5.5.3 添加商品特色及价格信息文字.....	126

第6章 时尚箱包——手提包

6.1 总体设计理念.....	129
6.2 照片拍摄.....	130
6.2.1 布光.....	130
6.2.2 搭配.....	130
6.2.3 拍摄要点.....	130
6.2.4 拍摄流程.....	131
6.3 照片选择.....	133

6.4 照片精修	134
6.4.1 校正手提包的颜色	135
6.4.2 批量调整不同素材照片的颜色	135
6.4.3 裁剪照片, 让商品主体更突出	137
6.4.4 锐化细节, 让十字纹理更清晰	137
6.5 图片制作——店招图片	139
6.5.1 创建标准规格的店招图片	140
6.5.2 添加装饰元素让画面更丰富	141
6.5.3 添加手提包图像展现商品定位	141
6.5.4 拼合手提包图像与店招背景	142
6.5.5 绘制品牌徽标并输入文字	144

第7章 流行鞋靴——雪地鞋

7.1 总体设计理念	146
7.2 照片拍摄	147
7.2.1 布光	147
7.2.2 拍摄要点	147
7.2.3 拍摄流程	148
7.3 照片选择	151
7.4 照片精修	152
7.4.1 修去包装盒上的瑕疵	153
7.4.2 修去鞋子接缝处的胶水痕迹	154
7.4.3 调出挺括的鞋子轮廓	155
7.4.4 调整颜色突显鞋子的保暖性	156
7.5 图片制作——商品详情页面 促销海报	157
7.5.1 制作海报背景	158
7.5.2 拼合鞋子图像	160
7.5.3 添加海报文字	162

第8章 美味糕点——曲奇饼干

8.1 总体设计理念	164
8.2 照片拍摄	165

8.2.1 布光	165
8.2.2 搭配	165
8.2.3 拍摄要点	165
8.2.4 拍摄流程	166
8.3 照片选择	168
8.4 照片精修	169
8.4.1 增强环境色与饼干的明暗反差	170
8.4.2 锐化细节, 突出饼干表面的纹理	172
8.4.3 增强局部色彩, 使饼干的色泽 更诱人	173
8.4.4 修去外包装上的反光, 让画面 更干净	174
8.5 图片制作——商品详情图	175
8.5.1 打造复古风格的背景图像	176
8.5.2 添加饼干图像	177
8.5.3 创建饼干图像的倒影效果	178
8.5.4 添加商品信息文字	179

第9章 婴儿食品——奶粉

9.1 总体设计理念	182
9.2 照片拍摄	183
9.2.1 布光	183
9.2.2 拍摄要点	183
9.2.3 拍摄流程	184
9.3 照片选择	186
9.4 照片精修	187
9.4.1 校正倾斜的图像	188
9.4.2 削弱奶粉桶上的高光带	189
9.4.3 锐化图像让奶粉桶更清晰	190
9.4.4 调出清晰明亮的奶粉桶图像	190
9.5 图片制作——商品整体展示图	193
9.5.1 绘制色彩鲜艳的抽象图形	194
9.5.2 添加小宝宝图像	195

9.5.3 抠去背景, 拼合奶粉桶图像	197
9.5.4 添加商品卖点文字	199

11.4.1 打造怀旧色调的背景图像	228
11.4.2 调整明暗让项链更闪亮	230
11.4.3 还原项链的自然色泽	231
11.4.4 让项链旁边的阴影变明亮	232

第10章 数码产品——智能手机

10.1 总体设计理念	201
10.2 照片拍摄	202
10.2.1 布光	202
10.2.2 拍摄要点	202
10.2.3 拍摄流程	203
10.3 照片选择	206
10.4 照片精修	207
10.4.1 校正不理想的画面透视效果	208
10.4.2 去除色彩, 让画面色调更整洁	209
10.4.3 快速完成多张素材照片的统一调整	211
10.5 图片制作——商品卖点展示图	212
10.5.1 绘制标题栏背景	213
10.5.2 在标题栏中添加装饰元素	214
10.5.3 添加手机图像	215
10.5.4 设置手机的并排展示效果	216
10.5.5 添加手机卖点介绍文字	218

11.5 图片制作——商品分类导航区	234
11.5.1 绘制导航区背景	235
11.5.2 添加欧式花纹边框	236
11.5.3 绘制图形, 划定商品图片摆放位置	237
11.5.4 添加项链图像	237
11.5.5 添加文字和装饰图形	239

第11章 流行饰品——水晶项链

11.1 总体设计理念	221
11.2 照片拍摄	222
11.2.1 布光	222
11.2.2 搭配	222
11.2.3 拍摄要点	223
11.2.4 拍摄流程	223
11.3 照片选择	226
11.4 照片精修	227

全流程详解

严晨 张岩艳 编著

机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目（CIP）数据

商品摄影与后期处理全流程详解：拍摄·精修·视觉营销 / 严晨，张岩艳编著. —2版. —北京：机械工业出版社，2017.4

ISBN 978-7-111-56331-0

I. ①商… II. ①严…②张… III. ①摄影技术—基本知识②网络营销—基本知识 IV. ①J41②F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第050826号

本书是针对目前电商运营中的热点环节——视觉设计而创作的，全书从视觉营销的角度出发，以商品摄影与后期处理全流程为主线，详细介绍了不同类型商品的照片拍摄、照片精修和图片制作技术。

全书分为两大部分，共11章。第1部分为设计基础，包括第1～4章，介绍了视觉营销的理念和指导思想，以及商品实拍、照片精修、网店美工必备的基本技能，帮助读者打下扎实的基础；第2部分为典型实例，包括第5～11章，从服装、箱包、鞋靴、食品、数码产品、饰品等目前电商领域的热门商品种类中精选了极具代表性的商品，按照从总体设计理念、照片拍摄与精修到图片制作的全流程进行详细解析，提升读者的实战技能水平。

本书既适合从事网店美工工作的专业设计师阅读学习，也可供网店店主、网店摄影师、电子商务专业学生和希望进入电商行业的读者参考。

商品摄影与后期处理全流程详解：拍摄·精修·视觉营销（第2版）

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码：100037）

责任编辑：杨倩

印 刷：北京天颖印刷有限公司

版 次：2017年4月第2版第1次印刷

开 本：190mm×210mm 1/24

印 张：10

书 号：ISBN 978-7-111-56331-0

定 价：59.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：（010）88379426 88361066

投稿热线：（010）88379604

购书热线：（010）68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

前言

随着互联网与我们生活的联系越来越紧密，近几年来电子商务得到飞速发展。我们见证了电商行业的崛起、发展和辉煌，越来越多的人体会到了电商给生活带来的巨大转变。但是，随着越来越多的人进入电商领域，开设网店的成本越来越高，而店铺的流量却不见增长，如何才能将店铺做大、做好，成为很多网店店主不得不考虑的问题。

◎写作目的

本书以网店视觉营销为主线，以网店商品图片的拍摄、精修和设计制作为核心，层层深入地讲解了网店商品图片的拍摄与后期处理技巧。全书尽可能用通俗易懂的语言进行讲解，帮助读者理解和掌握商品实拍技术和实用的照片处理技巧，做好网店的视觉营销设计。

◎内容结构

全书分为两个部分，共包含 11 章内容。

第 1 部分为设计基础，包括第 1～4 章。第 1 章主要介绍了视觉营销的定义和重要性、色彩的基本知识等内容；第 2 章主要介绍了拍摄前的准备工作、环境与布光、不同材质的商品表现，突出商品细节的拍摄手法等内容；第 3 章主要介绍了照片的基本处理操作、抠图、修图和调色等内容；第 4 章主要介绍了图像的合成、特效设计、文字和图形的添加等内容。

第 2 部分为典型实例，包括第 5～11 章。该部分选择了具有代表性的商品，详细讲解了从总体设计理念、照片拍摄与精修到图片制作的全流程实际操作，依次为潮流女装——雪纺连衣裙、时尚箱包——手提包、流行鞋靴——雪地鞋、美味糕点——曲奇饼干、婴儿食品——奶粉、数码产品——智能手机、流行饰品——水晶项链。

◎编写特色

★本书摒弃了同类书籍只讲技术不讲原因的传统讲解方式，采用浅显易懂的语言针对特定的商品进行问题的剖析，再根据问题选择相应的处理方法，能帮助读者提高分析问题和解决问题的能力。

★本书在对每个商品的照片进行后期处理前，都会讲解该商品的布光和拍摄方法，读者不仅能学习软件技法，更能掌握一些实用的商品摄影技术。

★本书所选实例均为目前电商平台中非常具有代表性的商品，读者通过学习，触类旁通、举一反三，就能轻松应对各种商品图片的拍摄和后期处理工作。

◎读者对象

本书既适合从事网店美工工作的专业设计师阅读学习，也可供网店店主、网店摄影师、电子商务专业学生和希望进入电商行业的读者参考。

◎再版说明

本书第1版出版后受到了广大读者的欢迎。随着电子商务的飞速发展，视觉营销和网店美工的理论与技法也在不断更新，为满足读者的学习需求，我们在保持第1版的体系结构基本不变的基础上，对书中的疏漏进行了修订，对实例进行了适当精简，使内容更加紧凑、实用，进一步提高了本书的质量。

本书由北京印刷学院严晨老师编写和修订第1～6章内容，由北京工业大学实验学校张岩艳老师编写和修订第7～11章内容。本成果受北京印刷学院校级科研教学团队培养办法、北京印刷学院数字媒体艺术实验室（北京市重点实验室）资助。由于编者水平有限，在编写和修订本书的过程中难免有不足之处，恳请广大读者指正批评，除了扫描二维码添加订阅号获取资讯以外，也可加入QQ群134392156与我们交流。

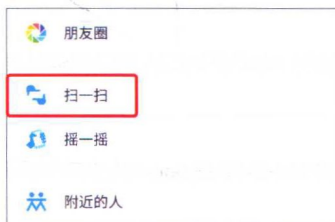
编者

2017年2月

如何获取云空间资料

步骤 1：扫描关注微信公众号

在手机微信的“发现”页面中点击“扫一扫”功能，如左下图所示，页面立即切换至“二维码/条码”界面，将手机对准右下图中的二维码，即可扫描关注我们的微信公众号。



步骤 2：获取资料下载地址和密码

关注公众号后，回复本书书号的后 6 位数字“563310”，公众号就会自动发送云空间资料的下载地址和相应密码。

步骤 3：打开资料下载页面

方法 1：在计算机的网页浏览器地址栏中输入获取的下载地址（输入时注意区分大小写），按 Enter 键即可打开资料下载页面。

方法 2：在计算机的网页浏览器地址栏中输入“wx.qq.com”，按 Enter 键后打开微信网页版的登录界面。按照登录界面的操作提示，使用手机微信的“扫一扫”功能扫描登录界面中的二维码，然后在手机微信中点击“登录”按钮，浏览器中将自动登录微信网页版。在微信网页版中单击左上角的“阅读”按钮，如右图所示，然后在下方的消息列表中找到并单击刚才公众号发送的消息，在右侧便可看到下载地址和相应密码。将下载地址复制、粘贴到网页浏览器的地址栏中，按 Enter 键即可打开资料下载页面。



步骤 4：输入密码并下载资料

在资料下载页面的“请输入提取密码：”下方的文本框中输入下载地址附带的密码（输入时注意区分大小写），再单击“提取文件”按钮，在新打开的页面中单击右上角的“下载”按钮，在弹出的菜单中选择“普通下载”选项，即可将云空间资料下载到计算机中。下载的资料如为压缩包，可使用 7-Zip、WinRAR 等解压软件解压。

目录

前言

如何获取云空间资料

第1章 带你重新认识视觉营销

1.1 电商营销新宠——视觉营销	11
1.1.1 视觉营销是网店经营的必备法宝	11
1.1.2 视觉营销是设计更是营销	12
1.2 打好视觉营销的心理战	14
1.2.1 消费者的网购消费心理与动机	14
1.2.2 用视觉膨胀消费心理	15
1.3 搭建视觉传达与接收的桥梁	16
1.3.1 自主品牌风格的养成	16
1.3.2 要引流,更要“留影”	17
1.3.3 点击率攀升秘籍	19
1.3.4 激发转化率,千单不是梦	22
1.3.5 牵引视线的图片视觉动线设计	24
1.4 挖掘视觉元素中的视觉营销力	26
1.4.1 拍出商品美图的四种方式	26
1.4.2 颜色中的视觉营销力	27
1.4.3 用文案为商品代言	28

第2章 视觉营销之外功——商品实拍

2.1 商品摄影的特征与要求	30
2.1.1 商品摄影的特征	30
2.1.2 商品摄影的要求	30

2.2 商品摄影的对焦	31
2.2.1 对焦模式的选择	31
2.2.2 对焦点的选择	32
2.3 曝光三要素及其对画面的影响	32
2.3.1 曝光要素之一:光圈	32
2.3.2 曝光要素之二:快门	33
2.3.3 曝光要素之三:感光度	33
2.3.4 景深与曝光三要素	34
2.3.5 准确测光和曝光	34
2.4 拍摄不同材质商品的用光技巧	36
2.4.1 吸光类商品拍摄——左右两侧布光 均匀表现商品	36
2.4.2 反光类商品拍摄——前后交叉布光 塑造商品轮廓	37
2.4.3 透明类商品拍摄——上下交叉布光 表现商品内部的材质感	38
2.4.4 几近万能的布光方式—— 环形布光	39
2.5 发掘商品之美的拍摄技巧	40
2.5.1 关于搭配的思考	40
2.5.2 全方位、多角度地拍摄	40
2.5.3 商品拍摄的构图技巧	41

第3章 视觉营销之内功 I —— 照片精修

3.1 化腐朽为神奇的 Photoshop.....	47
3.1.1 Photoshop CC 界面构成.....	47
3.1.2 照片的基本处理操作.....	48
3.1.3 照片尺寸的批量调整.....	51
3.2 抠图——让主体更突出.....	51
3.2.1 抠图的作用.....	51
3.2.2 抠图的重点与难点.....	52
3.2.3 常用抠图技法.....	53
3.3 修图——美化你的商品.....	59
3.3.1 修图的作用.....	59
3.3.2 照片中的哪些问题需要修.....	60
3.3.3 常用的修图工具.....	62
3.4 调色——还原商品本质特征.....	65
3.4.1 视觉营销的几大影调.....	65
3.4.2 影响商品图片色调的白平衡.....	66
3.4.3 调整商品图片明暗的常用命令.....	68
3.4.4 调整商品图片色彩的常用命令.....	72

第4章 视觉营销之内功 II —— 网店美工

4.1 合成让图像更精彩.....	79
4.1.1 商品图片的合成该从哪里入手.....	79
4.1.2 怎样才能让合成的图片更好地表现 商品特征.....	79
4.1.3 必备合成技法——通道.....	81
4.1.4 必备合成技法——蒙版.....	84
4.2 特效设计表现不同的商品风格.....	89
4.2.1 常用的商品展示特效.....	89
4.2.2 单个滤镜特效的使用.....	89
4.2.3 多个滤镜特效的叠加使用.....	92

4.3 突出视觉焦点的文案设计.....	95
4.3.1 文案设计让商品图片会说话.....	95
4.3.2 文字的添加与编辑.....	97
4.3.3 文字的艺术化变形.....	100
4.3.4 基本图形的绘制.....	102
4.3.5 复杂图形的绘制.....	107

第5章 潮流女装——雪纺 连衣裙

5.1 总体设计理念.....	110
5.2 照片拍摄.....	111
5.2.1 布光.....	111
5.2.2 拍摄要点.....	111
5.2.3 拍摄流程.....	112
5.3 照片选择.....	115
5.4 照片精修.....	116
5.4.1 修复轻微曝光过度的图像.....	117
5.4.2 提高背景亮度, 突出主体元素.....	118
5.4.3 调整连衣裙的层次感.....	119
5.4.4 整体润色表现连衣裙优雅气质.....	120
5.5 图片制作——商品主图.....	122
5.5.1 设置标准的主图尺寸.....	123
5.5.2 添加品牌徽标.....	124
5.5.3 添加商品特色及价格信息文字.....	126

第6章 时尚箱包——手提包

6.1 总体设计理念.....	129
6.2 照片拍摄.....	130
6.2.1 布光.....	130
6.2.2 搭配.....	130
6.2.3 拍摄要点.....	130
6.2.4 拍摄流程.....	131
6.3 照片选择.....	133

6.4 照片精修	134
6.4.1 校正手提包的颜色	135
6.4.2 批量调整不同素材照片的颜色	135
6.4.3 裁剪照片, 让商品主体更突出	137
6.4.4 锐化细节, 让十字纹理更清晰	137
6.5 图片制作——店招图片	139
6.5.1 创建标准规格的店招图片	140
6.5.2 添加装饰元素让画面更丰富	141
6.5.3 添加手提包图像展现商品定位	141
6.5.4 拼合手提包图像与店招背景	142
6.5.5 绘制品牌徽标并输入文字	144

第7章 流行鞋靴——雪地鞋

7.1 总体设计理念	146
7.2 照片拍摄	147
7.2.1 布光	147
7.2.2 拍摄要点	147
7.2.3 拍摄流程	148
7.3 照片选择	151
7.4 照片精修	152
7.4.1 修去包装盒上的瑕疵	153
7.4.2 修去鞋子接缝处的胶水痕迹	154
7.4.3 调出挺括的鞋子轮廓	155
7.4.4 调整颜色突显鞋子的保暖性	156
7.5 图片制作——商品详情页面 促销海报	157
7.5.1 制作海报背景	158
7.5.2 拼合鞋子图像	160
7.5.3 添加海报文字	162

第8章 美味糕点——曲奇饼干

8.1 总体设计理念	164
8.2 照片拍摄	165

8.2.1 布光	165
8.2.2 搭配	165
8.2.3 拍摄要点	165
8.2.4 拍摄流程	166
8.3 照片选择	168
8.4 照片精修	169
8.4.1 增强环境色与饼干的明暗反差	170
8.4.2 锐化细节, 突出饼干表面的纹理	172
8.4.3 增强局部色彩, 使饼干的色泽 更诱人	173
8.4.4 修去外包装上的反光, 让画面 更干净	174
8.5 图片制作——商品详情图	175
8.5.1 打造复古风格的背景图像	176
8.5.2 添加饼干图像	177
8.5.3 创建饼干图像的倒影效果	178
8.5.4 添加商品信息文字	179

第9章 婴儿食品——奶粉

9.1 总体设计理念	182
9.2 照片拍摄	183
9.2.1 布光	183
9.2.2 拍摄要点	183
9.2.3 拍摄流程	184
9.3 照片选择	186
9.4 照片精修	187
9.4.1 校正倾斜的图像	188
9.4.2 削弱奶粉桶上的高光带	189
9.4.3 锐化图像让奶粉桶更清晰	190
9.4.4 调出清晰明亮的奶粉桶图像	190
9.5 图片制作——商品整体展示图	193
9.5.1 绘制色彩鲜艳的抽象图形	194
9.5.2 添加小宝宝图像	195

9.5.3 抠去背景, 拼合奶粉桶图像	197
9.5.4 添加商品卖点文字	199

第10章 数码产品——智能手机

10.1 总体设计理念	201
10.2 照片拍摄	202
10.2.1 布光	202
10.2.2 拍摄要点	202
10.2.3 拍摄流程	203
10.3 照片选择	206
10.4 照片精修	207
10.4.1 校正不理想的画面透视效果	208
10.4.2 去除色彩, 让画面色调更整洁	209
10.4.3 快速完成多张素材照片的统一调整	211
10.5 图片制作——商品卖点展示图	212
10.5.1 绘制标题栏背景	213
10.5.2 在标题栏中添加装饰元素	214
10.5.3 添加手机图像	215
10.5.4 设置手机的并排展示效果	216
10.5.5 添加手机卖点介绍文字	218

第11章 流行饰品——水晶项链

11.1 总体设计理念	221
11.2 照片拍摄	222
11.2.1 布光	222
11.2.2 搭配	222
11.2.3 拍摄要点	223
11.2.4 拍摄流程	223
11.3 照片选择	226
11.4 照片精修	227

11.4.1 打造怀旧色调的背景图像	228
11.4.2 调整明暗让项链更闪亮	230
11.4.3 还原项链的自然色泽	231
11.4.4 让项链旁边的阴影变明亮	232
11.5 图片制作——商品分类导航区	234
11.5.1 绘制导航区背景	235
11.5.2 添加欧式花纹边框	236
11.5.3 绘制图形, 划定商品图片 摆放位置	237
11.5.4 添加项链图像	237
11.5.5 添加文字和装饰图形	239

2017, 带上梦和时尚前行 全场包邮

时尚前行 HAPPY GO ON

ON THE WAY, WE DON'T STOP, DIRECT
OUR PURSUIT OF HAPPINESS

200元优惠券

满3700元减200元

点击
领取

500元优惠券

满4700元减500元

点击
领取

活动时间：2月8号至2月18号

YOU NEED A TIP
AND ANKLE BOOTS

尖头及踝靴
人人都是小辣椒!

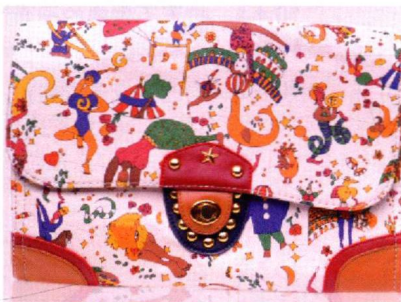
FASHION
WINTER



11.11
购物狂欢节
2014

真皮女靴
GENUINE LEATHER

3
包邮
折起



第1章 | 带你重新认识视觉营销

浪漫的法国人曾经说过这样一句经商的谚语：

“即使是水果蔬菜，也要像一幅静物写生画那样艺术地排列，因为商品的美感能撩起顾客的购买欲望。”这句话道出了“视觉营销”的精髓——让顾客通过感受购物陈列环境、店铺设计、物件摆放等视觉元素，产生逗留并购买商品的意愿。这一点同样适用于当今飞速发展的电子商务行业。可以说与传统的实体经济相比，视觉营销在电子商务中有着更加举足轻重的作用与地位。