

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



商品信息

采编与专业优化

郭占锋◎主编
张赞◎副主编



内容新颖、知识丰富、案例典型

本书涵盖了网络销售中主流商品信息采编与优化的知识、技能，案例具有代表性。



素材精美，操作性强

本书在商品图片素材的选取上力求精益求精，每种商品信息的采编与优化技能讲解详尽，易于学习者操作。



理实一体，强调实用

本书既融合了编者丰富的课堂教学经验，又融合了企业进行商品信息采编与优化的实践，实用性强。



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



商品信息

采编与专业优化

郭占锋◎主编
张赞◎副主编

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

商品信息采编与专业优化 / 郭占锋主编. -- 北京 :
人民邮电出版社, 2016.8
高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材
ISBN 978-7-115-42707-6

I. ①商… II. ①郭… III. ①商品信息—信息处理—
高等学校—教材 IV. ①F713.51

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第132236号

内 容 提 要

本书从商品采编的基本概念和岗位技能入手,系统介绍各种商品采编的具体方法,分别介绍了美容护肤类商品、3C 数码类商品、服装配饰类商品、金属制品类商品、玻璃制品类商品的采编方法。书中引用了大量的实例资料,每个任务都由任务目标、任务描述、任务实施、任务评价这几个部分组成;各任务都设有“实战训练”栏目,帮助读者强化技能学习;各项目后均附有项目小结,帮助读者更好地理解 and 掌握。

本书不仅可以作为高等院校电子商务及相关专业的教材,也可供相关从业人员学习和参考。

-
- ◆ 主 编 郭占锋
副 主 编 张 赞
责任编辑 刘 琦
执行编辑 朱海昀
责任印制 焦志炜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 14.25 2016 年 8 月第 1 版
字数: 374 千字 2016 年 8 月北京第 1 次印刷
-

定价: 36.00 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315



伴随我国电子商务的快速发展以及消费者在线购物的普及，电子商务这一现代交易形式受到更多企业的关注。与此同时，与电子商务紧密联系的商品信息采编工作也受到了更多人的重视。电子商务要想顺利开展，就必须要有科学、有效的商品信息采编作为辅助和支撑。

为了更好地帮助读者了解和掌握商品信息采编的工作，上海科学技术职业学院、遵义职业技术学院与上海商派网络科技有限公司组织国内行业专家，严格按照职业任务和技能要求，合作开发了本书。

本书的目标

本书编写的宗旨在于帮助读者系统地了解电子商务环境下商品信息采编的整个工作体系，并加深对商品采编实践的认识，掌握相应操作技能。本书首先明确了商品信息采编的定义和不同岗位的技能要求，并指出了商品信息采编的未来发展趋势。然后，书中按照商品的拍摄方法、图片美化、详情页制作这样的逻辑体系，分别对美容护肤品类商品、3C 数码类商品、服装配饰类商品、金属制品类商品、玻璃制品类商品进行了详细的操作解读。

内容特点

内容新颖、知识丰富：本书介绍了商品信息采编与专业优化方面的理论和实践知识，观点新颖，涵盖了网络销售中主流商品的信息采编与优化技能。

素材精美、操作性强：本书在商品图片素材的选取上力求精益求精，每种商品的采编与优化技能讲解详尽，易于学习者操作。

理实一体、强调实用：本书既融合了编者丰富的课堂教学经验，又融合了企业进行商品信息采编与优化的实践，具有较强的实用性。

体例特色

在对众多培训学校目前教学方式、教学内容等方面长达一年的调研基础上，编者有针对性地设计并编写了本书。全书体例特色如下。

- ☑ **情景导入：**以主人公“小李”的工作情景模式为例，引入本项目教学主题，帮助读者了解相关知识点在实际工作中的应用情况。
- ☑ **任务讲解：**结合读者阅读习惯，以任务的方式将必备的理论知识进行系统解析，并通过大量图片、图形和表格等形式，对枯燥的理论知识加以形象化说明，便于读者理解，提高学习效率。

FOREWORD

- ☑ **实战训练和任务评价：**每个任务完成后，结合实际工作的需要给出实训，充分训练读者的实践能力。读者完成本任务的学习后可以进行相关评价和自我总结。
- ☑ **项目小结：**通过项目小结对每个项目所讲的内容进行一次系统梳理，使读者在学习完每一个项目内容后，更好地温故。

本书配有 PPT 课件、教学素材等教学资源。选书的老师可以登录人民邮电出版社教学服务与资源网下载资源（www.ryjiaoyu.com）。读者还可以登录“我的书库网”（<http://study.wdwd.net>）获取相关教学资源，进行自主学习及交流活动。

本书由上海科学技术职业学院的郭占锋担任主编，遵义职业技术学院的张赞担任副主编。由于编者水平和经验有限，书中难免有欠妥和错误之处，恳请广大读者批评指正。

编者

2016年3月

点耕容内

色耕图标



01

项目一 商品信息采编认知..... 1

④ 任务1.1 了解商品信息采编的定义..... 2

任务目标..... 2

任务描述..... 2

任务实施..... 2

1.1.1 商品信息采编的含义..... 2

1.1.2 商品信息采编在电子商务中的重要性..... 4

1.1.3 商品信息采编工作岗位的设置..... 6

任务评价..... 8

④ 任务1.2 理解不同岗位的技能要求..... 10

任务目标..... 10

任务描述..... 10

任务实施..... 10

1.2.1 商品拍摄的技能要求..... 10

1.2.2 商品图片美化的技能要求..... 11

1.2.3 商品详情页制作的技能要求..... 13

任务评价..... 15

④ 任务1.3 了解商品信息采编的未来发展趋势..... 16

任务目标..... 16

任务描述..... 16

任务实施..... 16

1.3.1 移动平台..... 16

1.3.2 扁平化设计..... 16

1.3.3 虚拟互动..... 18

任务评价..... 19

④ 项目小结..... 20

CONTENTS

02 项目二 美容护肤类商品信息采编与优化..... 21

④ 任务2.1 保湿喷雾护肤品的拍摄..... 22

任务目标..... 22

任务描述..... 22

任务实施..... 22

2.1.1 了解保湿喷雾护肤品的产品卖点..... 22

2.1.2 拍摄样张的思路设计..... 22

2.1.3 拍摄数据参考..... 24

2.1.4 美容护肤类拍摄技巧..... 27

2.1.5 制作保湿喷雾护肤品美化图片..... 29

任务评价..... 33

④ 任务2.2 保湿喷雾护肤品的详情页制作..... 34

任务目标..... 34

任务描述..... 34

任务实施..... 34

2.2.1 制作产品信息部分..... 34

2.2.2 制作其他产品信息部分..... 45

2.2.3 制作“关于橄榄”部分..... 50

2.2.4 制作产品展示部分..... 53

2.2.5 制作品牌故事部分..... 55

任务评价..... 59

④ 项目小结..... 60

03 项目三 3C数码类商品信息采编与优化..... 61

④ 任务3.1 蓝牙耳机的拍摄..... 62



101	任务目标	62
101	任务描述	62
101	任务实施	62
101	3.1.1 了解蓝牙耳机的产品卖点	62
101	3.1.2 拍摄样张的思路设计	62
100	3.1.3 拍摄数据参考	64
110	3.1.4 耳机类商品拍摄技巧	68
112	任务评价	70
113	任务3.2 蓝牙耳机商品图片美化	71
113	任务目标	71
113	任务描述	71
114	任务实施	72
114	3.2.1 制作蓝牙耳机美化图片一	72
121	3.2.2 制作蓝牙耳机美化图片二	80
121	任务评价	82
124	任务3.3 蓝牙耳机商品详情页制作	83
124	任务目标	83
124	任务描述	84
122	任务实施	84
122	3.3.1 制作产品信息部分	84
121	3.3.2 制作产品展示部分	92
131	3.3.3 制作产品特色部分	94
130	任务评价	101
131	项目小结	102
131		
04	项目四 服装配饰类商品信息采编与优化	103
	任务4.1 衬衫的拍摄	104

CONTENTS

50	任务目标	104
50	任务描述	104
50	任务实施	104
50	4.1.1 了解衬衫的产品卖点	104
50	4.1.2 拍摄样张的思路设计	105
10	4.1.3 拍摄数据参考	106
80	4.1.4 服饰类拍摄技巧	110
05	任务评价	112
17	任务4.2 衬衫商品图片美化	113
17	任务目标	113
17	任务描述	113
37	任务实施	114
37	4.2.1 制作衬衫的美化图片	114
08	4.2.2 添加衬衫的数字和文字	121
58	任务评价	123
88	任务4.3 衬衫商品详情页制作	124
88	任务目标	124
18	任务描述	125
18	任务实施	125
18	4.3.1 制作产品信息图	125
30	4.3.2 制作真实展示图	127
10	4.3.3 制作细节展示图	134
101	4.3.4 制作尺码规格图	136
501	任务评价	138
	项目小结	139
801	项目五 金属制品类商品信息采编与优化	140



141	任务5.1 保温杯的拍摄	141
	任务目标.....	141
	任务描述.....	141
	任务实施.....	141
	5.1.1 了解保温杯的产品卖点.....	141
	5.1.2 拍摄样张的思路设计.....	141
	5.1.3 拍摄数据参考.....	142
	5.1.4 金属制品类拍摄技巧.....	146
	任务评价.....	148
149	任务5.2 保温杯商品图片美化	149
	任务目标.....	149
	任务描述.....	149
	任务实施.....	150
	5.2.1 制作保温杯的美化图片一.....	150
	5.2.2 制作保温杯的美化图片二.....	154
	任务评价.....	159
160	任务5.3 保温杯商品详情页制作	160
	任务目标.....	160
	任务描述.....	161
	任务实施.....	162
	5.3.1 制作产品信息部分.....	162
	5.3.2 制作产品参数部分.....	165
	5.3.3 制作产品尺寸部分.....	168
	5.3.4 制作产品结构部分.....	170
	任务评价.....	171
173	项目小结	173

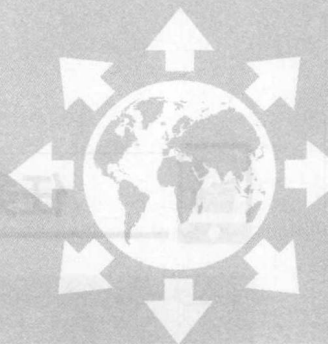
CONTENTS

06	项目六 玻璃制品类商品信息采编与优化	174
	任务6.1 玻璃糖果罐的拍摄	175
	任务目标.....	175
	任务描述.....	175
	任务实施.....	175
	6.1.1 了解玻璃糖果罐的产品卖点.....	175
	6.1.2 拍摄样张的思路设计.....	175
	6.1.3 拍摄数据参考.....	177
	6.1.4 玻璃器皿类拍摄技巧.....	181
	任务评价.....	184
	任务6.2 玻璃糖果罐商品图片美化	185
	任务目标.....	185
	任务描述.....	185
	任务实施.....	186
	6.2.1 制作糖果罐的美化图片一.....	186
	6.2.2 制作糖果罐的美化图片二.....	192
	任务评价.....	196
	任务6.3 玻璃糖果罐商品详情页制作	197
	任务目标.....	197
	任务描述.....	197
	任务实施.....	197
	6.3.1 制作产品信息图.....	197
	6.3.2 制作产品展示图.....	203
	6.3.3 制作玻璃罐用途图.....	206
	6.3.4 制作产品规格图.....	212
	任务评价.....	216
	项目小结	217

01

项目一

商品信息采编认知



小李毕业后到一家电子商务企业工作，所在部门主要负责商品信息采编。公司要对新员工进行岗前培训，部门经理向新员工说明商品信息采编的具体工作职责，以及公司对商品信息采编工作人员的具体要求。公司希望通过培训，使小李等新员工在实际工作中对该岗位有更加深刻的理解与认识。



知识目标

- 了解商品信息采编的定义
- 理解商品信息采编不同岗位的技能要求
- 了解商品信息采编的未来发展趋势



技能目标

- 掌握商品信息采编的技术工艺流程
- 掌握商品拍摄的方法
- 掌握使用工具软件进行图片的处理
- 掌握平台的使用方法



素养目标

- 具有良好的条理性
- 具有综合性思维能力



任务 1.1 了解商品信息采编的定义

任务目标

- 了解商品信息采编的定义。
- 掌握商品信息采编的技术工艺流程。
- 理解商品信息采编在电子商务中的重要性。
- 理解商品信息采编工作岗位的设置。

任务描述

本任务介绍了商品信息采编的定义和商品信息采编在电子商务中的重要性，以及 3 种类型的商品信息采编工作的岗位设置。读者通过学习需要掌握商品信息采编的技术工艺流程，明确商品信息采编岗位的重要意义。

任务实施

1.1.1 商品信息采编的含义

商品信息采编就是将商品信息进行编辑整理的过程。下面对商品信息采编的概述和商品信息采编的技术工艺流程进行具体介绍。

1. 商品信息采编概述

如果需要购买一支笔，在文具商店的货架上，可以看到摆放的笔的颜色、形状、造型，能拿在手上感受一下它，甚至可以用它写几个字判断是否合手，写起来是否流畅，比较一下几种不同的笔，最终买下心仪的一支。传统的购物过程中，这些都是自然而然的，因为真实的商品就在眼前。

当我们在网店中购买这支笔时，由于无法触摸并感知，只能通过展示商品的图片来感受，这些图片是否美观，信息是否全面都直接影响着消费者的购买决定，因此这是一个非常重要的环节。

通常要由专业人员通过对商品进行拍摄、美化、页面制作等步骤来完成，这一系列的工作被称为商品信息的采集与编辑，简称为商品信息采编。

2. 商品信息采编的技术工艺流程

如今，越来越多的人会在网上发布自己的旅游攻略，一方面可以对自己的游玩做一次纪念总结，另一方面可以向大家分享自己的游览心得和经验。旅游攻略的内容主要由 3 部分组成，即风景拍摄、风景图片的美化和游记的写作。

商品信息采编的流程与旅游攻略的写作流程具有相似性，一般包括 3 个环节：商品拍摄、图片美化、详情页设计，图 1-1 所示为旅游攻略的写作流程与商品采编的 3 个环节。

(1) 商品拍摄。写一篇图文并茂的旅游攻略，首先需要拍摄大量的风景图片和人物图片，用图片来展示和记录景区美丽的风景和独特的人文气息。商品的拍摄也是一样，在正式拍摄之前，要考虑所

拍摄商品的特性和实际情况,将拍摄场地选在摄影棚或合适的室内外。然后,利用专业的摄影器材和拍摄方法多角度拍摄商品,将商品的各种信息和特点都尽量用照片体现出来,让照片上的商品呈现最佳效果,图 1-2 所示为商品拍摄流程,图 1-3 所示为商品室内拍摄的场景。

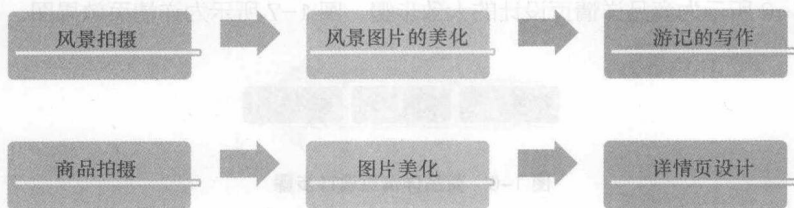


图 1-1 旅游攻略的写作流程与商品采编的 3 个环节

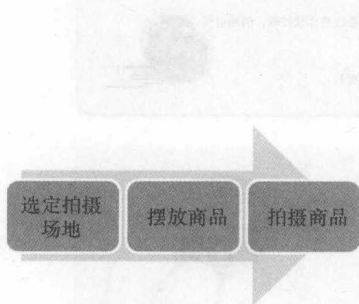


图 1-2 商品拍摄流程

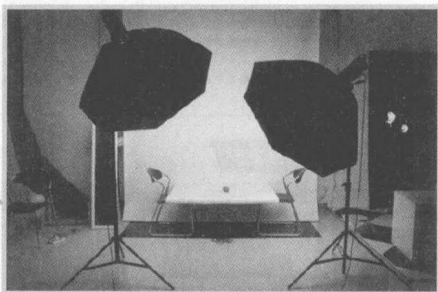


图 1-3 商品室内拍摄的场景

(2) 图片美化。景区照片拍摄结束后,需要将所有的照片导出,通过美图秀秀等美化软件裁剪照片尺寸,调整图片色调等,图 1-4 所示为图片美化流程。在商品采编中,对所拍摄的照片加以美化更是必不可少,通常会运用 Photoshop 等图像处理软件,对照片进行简单的处理,如调整尺寸、调整亮度对比度、修复瑕疵等,让图片变得更为美观,更能吸引消费者,如图 1-5 所示。

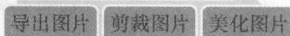


图 1-4 图片美化流程

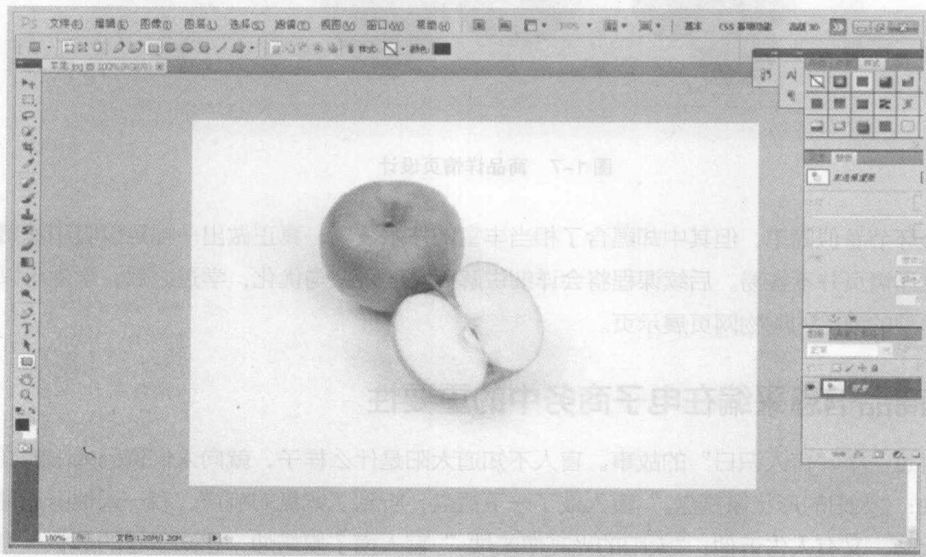


图 1-5 图片美化

(3) 详情页设计。图片处理好后,就要开始着手旅游攻略文字的写作,最后配以处理后的图片并将其编排得当,这样,一篇图文并茂的旅游攻略就完成了。商品采编的最后一步也是如此,我们要将处理后的商品图片拼接并进行图文编排,提供给消费者想要知道的信息,最终呈现一幅出色的商品图文详情页。图 1-6 所示为商品详情页设计的大致步骤。图 1-7 所示为详情页效果图。

编写文案 版面设计 图文编排

图 1-6 商品详情页设计步骤

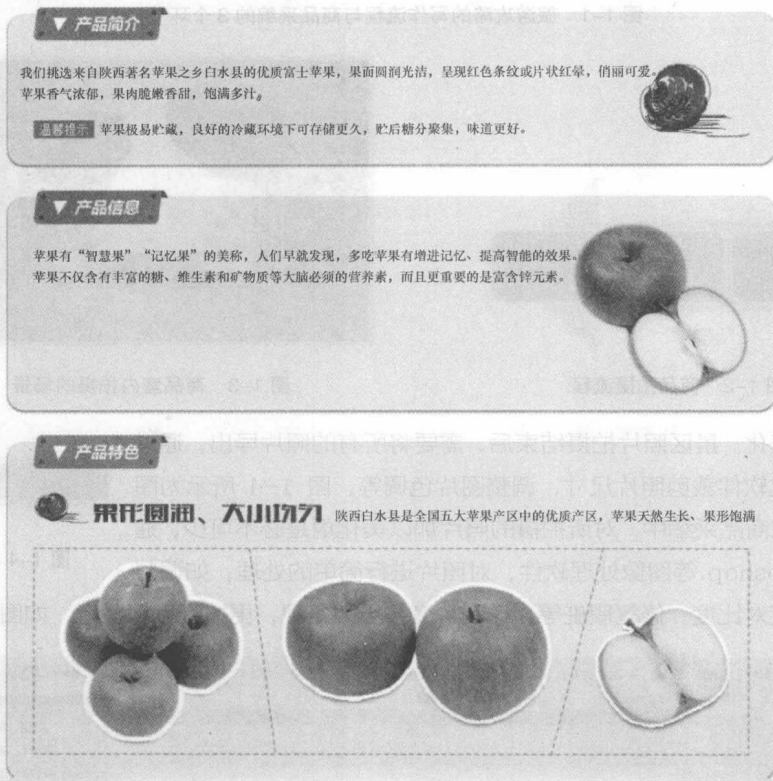


图 1-7 商品详情页设计

这 3 个环节看似简单,但其中却蕴含了相当丰富的技术技巧,真正做出一幅足以吸引消费者购买的商品图文详情页并不容易。后续课程将会详细讲解商品的采编与优化,学过之后,学生可以自己制作出各个类型的商品的购物网页展示页。

1.1.2 商品信息采编在电子商务中的重要性

苏轼讲过一个“盲人识日”的故事。盲人不知道太阳是什么样子,就向人们询问太阳的样子。有人告诉他说:“太阳的形状像铜盘。”盲人敲了一下铜盘,听到了铜盘的响声。有一天他听见钟声,认为那就是太阳。又有人告诉他:“太阳的光亮像蜡烛。”盲人摸了摸蜡烛,感知了它的形状。有一天他摸到短笛,以为那就是太阳。太阳与钟、短笛相差太远了,而盲人却分辨不出它们的不同。消费者在

虚拟的电子商务中购物，某种意义上像盲人识日，网络虽然突破了时间和空间的界限，但也让我们无法依靠现场视觉、触觉、嗅觉亲身了解和体验商品，而消费者在购物过程中又不可避免地需要了解商品的各种信息，这些就需要图片和文字的介绍来弥补。只有清晰、完整的商品描述才能让消费者最大程度地了解商品，从而让他们在购物时不会像盲人识日一样，对所购买的商品与了解的商品有较大的偏差。具体来说，商品信息采编的重要性可归纳为以下4点。

1. 传递商品信息

商品详情页是传递商品信息的窗口，顾客在实体店进行购物时，可以直观地看到、摸到商品，了解商品的详细信息，而在网购过程中，他们只能通过网页上的图片和文字等内容了解商品信息。作为卖家需要从消费者的角度出发，了解他们想知道的内容，从而在页面中清晰完整地展示出来。如易迅网，向顾客传递了商品的4类信息：产品介绍、商品评价、规格参数、售后服务，如图1-8所示。



图 1-8 易迅网商品详情页

2. 降低运营成本

电子商务只能通过商品详情页与顾客进行沟通，商品详情页的信息不在于多，而在于精。好的商品详情页能够准确地把握顾客心理，将信息传递给顾客，使顾客无需咨询客服，仅仅通过浏览页面就能决定是否购买，从而降低了电商运营的客服成本。商品详情页可以看作是店家想要对顾客说的话，而说什么话，怎么说，都是很讲究的，页面详细程度在很大程度上决定着顾客对客服的依赖程度，因此提供尽可能详细全面的信息，使顾客无需客服就可以完成购买。

3. 提升产品品牌形象

电商企业在设计详情页的过程中需要挖掘商品信息，放大产品卖点与其他竞争企业形成差异。商品的采编过程中，专业化的商品拍摄以及富有设计感的详情页有助于形成这种差异，并让消费者产生良好的购物体验。商品详情页作为直接和消费者接触的沟通方式，其设计精美的页面可以引起消费者的好感，有助于塑造积极正面的品牌形象。图1-9和图1-10所示为商品详情页展示了不同的商品品质，并且图1-10的图片拍摄和页面设计提升了产品的品牌形象，更能让顾客信服。

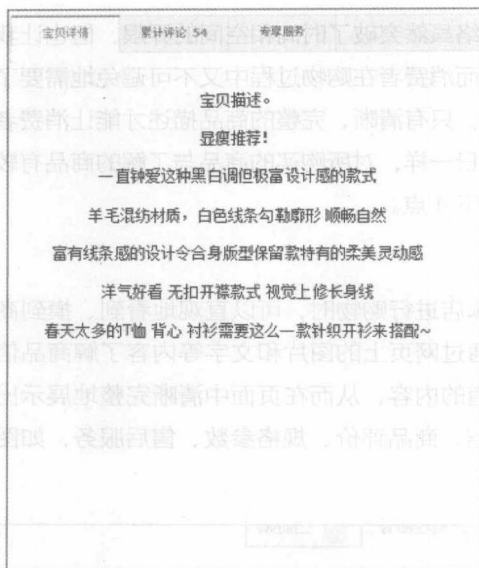


图 1-9 商品详情页文字部分

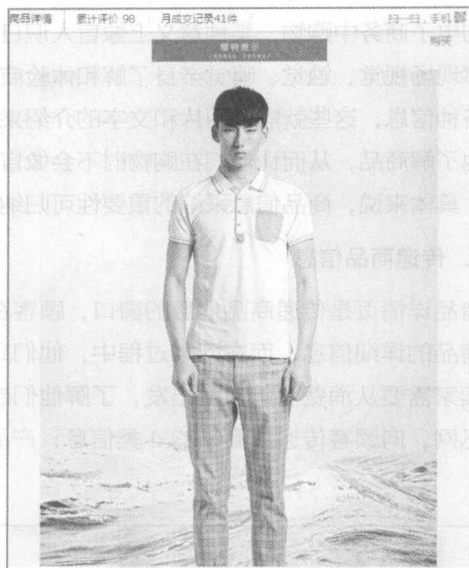


图 1-10 商品详情页模特展示

4. 提高转化率

好的商品详情页可以将顾客的意愿直接转换为购买, 从而提高商品销量。如图 1-11 和图 1-12 所示, 一款相同的衣服, 使用两种不同的展示方式, 而模特试样的图片可以给顾客提供立体的展示, 让顾客看到穿在身上的效果, 而没有模特的图片则不能给顾客这种感觉, 可见好的商品详情页可以更好地帮助顾客下单购买, 提高转化率。



图 1-11 服装摆拍



图 1-12 服装模特展示

1.1.3 商品信息采编工作岗位的设置

商品信息采编工作的正常运转直接影响到整个电商企业的健康发展, 因此有必要了解电商企业核心部门的设置以及采编工作所起的作用。根据企业性质的不同, 下面将电商企业分 3 种类型介绍其商