

淘宝美工

抠图修图 + 页面设计 +
详情页制作 + 整店装修
附视频

◎ 互联网 + 数字艺术教育研究院 编著



内容全面，包含从页面设计到整店装修
提供教学视频，扫码即可观看
赠送素材、课件等资料



扫码看教学视频



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

淘宝美工

抠图修图 + 页面设计 +
详情页制作 + 整店装修

◎ 互联网 + 数字艺术教育研究院 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

淘宝美工：抠图修图+页面设计+详情页制作+整店装修 / 互联网+数字艺术教育研究院编著. — 北京：人民邮电出版社，2018.11
ISBN 978-7-115-48194-8

I. ①淘… II. ①互… III. ①电子商务—网站—设计
IV. ①F713.361.2②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第061200号

内 容 提 要

本书从淘宝美工的日常工作内容出发，对美工抠图、修图的基础工作和店铺页面设计，以及店铺页面上线流程进行了细致讲解，由浅入深、循序渐进地介绍了淘宝美工的相关知识，帮助读者快速了解淘宝美工的工作内容，并迅速掌握淘宝美工的工作技能。

本书采用“理论+实例”的方法介绍淘宝美工的工作，并注重淘宝美工设计思维的提升。全书分为12章，主要内容包括认识淘宝美工、认识淘宝页面、淘宝美工的好帮手、淘宝美工的技能提升、图片的后期美化、淘宝抠图实用技巧、排版是设计的基础、淘宝店铺的页面设计、淘宝页面的设计分析、产品详情页设计、淘宝后台代码制作与上传、整店装修流程。

本书既适合高等院校平面设计等专业的学生作为教材，也适合刚从事淘宝美工工作的职场新手作为参考书。

-
- ◆ 编 著 互联网+数字艺术教育研究院
责任编辑 税梦玲
责任印制 彭志环
 - ◆ 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>
河北画中画印刷科技有限公司印刷
 - ◆ 开本：787×1092 1/16
印张：16.75 2018年11月第1版
字数：470千字 2018年11月河北第1次印刷
-

定价：79.80元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

盗版版热线：(010)81055315

PREFACE

前言

目前,网购已成为一种常见的消费方式,网购的发展给网店的经营带来了挑战。网店经营者要想在茫茫的电商大军中脱颖而出,赢得顾客的青睐,就不能忽视对网店的装修。店铺的装修不只是对店铺进行美化,也是店铺品牌形象和店铺理念的展现。

本书内容

商品的修图和上架、店铺页面的设计和上线都是淘宝美工的日常工作。本书针对淘宝美工工作中的图片后期处理与页面设计,对颜色和平面构成知识进行了详细介绍,强化了美工设计的学习要点,以提升读者的设计能力。另外,本书还对一些上线店铺页面进行了设计分析,帮助读者掌握页面设计的知识点。全书共12章,主要内容概括如下。

美工相关知识(第1~2章):介绍与淘宝美工相关的知识,包括对淘宝美工的认识和淘宝页面的组成部分。

软件操作知识(第3~4章):讲解淘宝美工常用软件的操作。

美工的基础工作(第5~6章):讲解淘宝美工的抠图和修图技术。

页面排版知识(第7章):介绍页面排版的相关知识,以提高淘宝美工的排版能力。

页面设计(第8~9章):讲解页面设计的要点,强化淘宝美工的页面设计能力。

产品详情页设计(第10章):讲解产品详情页的设计,提升淘宝美工的详情页设计能力。

页面上线(第11章):讲解页面上线的操作,即从页面图片到淘宝代码的转换。

页面设计流程(第12章):讲解淘宝美工页面设计的整个流程。

内容特点

实用性强:本书所列举的案例均来源于淘宝美工的日常工作内容。

强调方法:对案例的操作演示以介绍操作思路和操作难点为主。

配套视频:书中实例除配有清晰的操作步骤外,扫描案例对应的二维码,还可在线查看操作视频。



操作演示：讲解设计思路及软件操作的难点



综合实例：详细讲解相关页面的设计方法和软件操作步骤



提示：帮助读者掌握技能要点

配套资源

为便于教师教学、学生自学，本书提供配套素材文件、PPT和微视频，请登录 www.ryjiaoyu.com 下载。

编者

2018年6月

CONTENTS

目录

01 认识淘宝美工 1

1.1 浅谈淘宝美工 2

1.1.1 电子商务 2

1.1.2 淘宝美工的起源 2

1.2 淘宝美工的崛起 3

1.2.1 由业余从业者到设计师 3

1.2.2 由简单设计到个性化设计 4

1.2.3 淘宝美工推动电子商务的发展 5

1.3 淘宝美工应该具备的素质 5

1.3.1 具备多种职业的基础知识 5

1.3.2 提高审美是提升设计的捷径 6

1.3.3 创意设计带来的显著效果 6

02 认识淘宝页面 7

2.1 网店首页的组成部分 8

2.1.1 店招 8

2.1.2 海报 8

2.1.3 功能版块区 9

2.1.4 商品区 9

2.2 产品详情页面的组成部分 10

2.2.1 主图 10

2.2.2 详情页 10

2.2.3 侧边栏 13

2.3 分类页的组成部分 13

2.4 淘宝的手机端页面 14

03 淘宝美工的好帮手 15

3.1 认识Photoshop 16

3.1.1 顶部 16

3.1.2 左侧 16

3.1.3 中间 17

3.1.4 右侧 17

3.2 建立工作区 17

3.2.1 画布的建立 17

3.2.2 图层的建立 18

3.3 商品的移动和选取 18

3.3.1 位置的移动 18

3.3.2 几何物品的选取 19

3.3.3 复杂商品的选取 19

3.3.4 商品的快速选取 20

3.4 图片的绘制和调整 20

3.4.1 淘宝设计中的画笔 21

3.4.2 图片的修复 22

3.4.3 创意形状的绘制 24

3.4.4 页面图片效果的调整 27

3.5 淘宝设计中的其他工具.....28

- 3.5.1 辅助工具.....28
- 3.5.2 橡皮擦.....30
- 3.5.3 仿制图章工具.....31
- 3.5.4 文字工具.....32
- 3.5.5 渐变工具.....32
- 3.5.6 存储图片.....33

04 淘宝美工的技能提升 ... 35

4.1 美工画笔详解.....36

- 4.1.1 画笔预设.....36
- 4.1.2 画笔.....38

4.2 强大的图层蒙版.....39

4.3 淘宝特殊效果制作.....40

- 4.3.1 样式.....40
- 4.3.2 斜面和浮雕.....40
- 4.3.3 描边.....41
- 4.3.4 内阴影.....42
- 4.3.5 内发光.....42
- 4.3.6 光泽.....42
- 4.3.7 颜色叠加.....43
- 4.3.8 投影.....43

4.4 美工的后期修图.....44

- 4.4.1 亮度/对比度调整图层.....44
- 4.4.2 色阶调整图层.....45
- 4.4.3 曲线调整图层.....45
- 4.4.4 自然饱和度调整图层.....46
- 4.4.5 色相/饱和度调整图层.....46
- 4.4.6 色彩平衡调整图层.....47
- 4.4.7 黑白调整图层.....48

4.4.8 可选颜色调整图层.....48

4.5 强大的滤镜.....48

- 4.5.1 滤镜库.....49
- 4.5.2 液化.....49
- 4.5.3 模糊.....50
- 4.5.4 扭曲.....52
- 4.5.5 像素化.....53

4.6 颜色通道.....54

4.7 神奇的混合模式.....54

- 4.7.1 溶解.....55
- 4.7.2 变暗.....55
- 4.7.3 线性光.....56

05 图片的后期美化 57

5.1 颜色的基础知识.....58

- 5.1.1 色彩的基本要素.....58
- 5.1.2 色彩的冷暖和情感.....59

5.2 页面图片调整.....62

- 5.2.1 修改图像大小.....62
- 5.2.2 裁剪图片.....63
- 5.2.3 图像调正.....64

5.3 图片的美化修图.....65

- 5.3.1 产品修图.....65
- 5.3.2 服装修图.....68

5.4 淘宝模特实拍修图.....71

- 5.4.1 模特图修形.....71
- 5.4.2 模特图调色.....73

06 淘宝抠图实用技巧 79

- 6.1 简单抠图 80
 - 6.1.1 几何物体抠取 80
 - 6.1.2 单色物体抠图 81
 - 6.1.3 渐变背景抠图 82
- 6.2 复杂抠图 84
 - 6.2.1 毛发抠图 84
 - 6.2.2 透明抠图 86
- 6.3 宠物用品主图设计 88
 - 6.3.1 小狗素材处理 89
 - 6.3.2 产品素材处理 90
 - 6.3.3 其他素材处理 93
 - 6.3.4 主图设计制作 94

07 排版是设计的基础 101

- 7.1 淘宝页面的基本要素 102
 - 7.1.1 点 102
 - 7.1.2 线 103
 - 7.1.3 面 104
- 7.2 淘宝页面的构图原则 105
 - 7.2.1 平衡构图 105
 - 7.2.2 偏左偏右构图 107
 - 7.2.3 自由构图 108
- 7.3 淘宝页面的组成部分及特征 109
 - 7.3.1 淘宝页面的组成部分 109
 - 7.3.2 页面组成部分的相互关系 110
 - 7.3.3 美工的文字排版奥秘 111
- 7.4 海报的版面设计 113

- 7.4.1 素材的抠图处理 113
- 7.4.2 左右构图版面的设计 114
- 7.4.3 细节刻画与装饰的添加 118

08 淘宝店铺的页面设计 ... 123

- 8.1 计算机端页面设计 124
 - 8.1.1 店招的设计 124
 - 8.1.2 通栏海报的设计 125
 - 8.1.3 功能模块的设计 127
- 8.2 手机端页面设计 130
 - 8.2.1 手机端海报的设计 130
 - 8.2.2 手机端产品展示页面的设计 131
- 8.3 自定义页面设计 132
 - 8.3.1 计算机端自定义页面设计 132
 - 8.3.2 手机端自定义页面设计 133
- 8.4 服饰类手机端页面设计 134
 - 8.4.1 服饰类手机端店招设计 134
 - 8.4.2 服饰类手机端海报设计 137
 - 8.4.3 服饰类手机端页面设计 141

09 淘宝页面的设计分析 ... 151

- 9.1 服饰页面设计分析 152
 - 9.1.1 页面结构解析 152
 - 9.1.2 页面配色解析 153
 - 9.1.3 页面排版解析 154
 - 9.1.4 页面元素解析 155
 - 9.1.5 页面总结 155
- 9.2 珠宝页面设计分析 157

9.2.1 页面结构解析	157
9.2.2 页面配色解析	158
9.2.3 页面排版解析	158
9.2.4 页面元素解析	159
9.2.5 页面总结	160
9.3 餐具页面设计分析	161
9.3.1 页面结构解析	161
9.3.2 页面配色解析	162
9.3.3 页面排版解析	162
9.3.4 页面元素解析	163
9.3.5 页面总结	163
9.4 页面修改	164
9.4.1 店招的修改	164
9.4.2 海报的修改	167
9.4.3 优惠券的修改	172
9.4.4 商品展示页的修改	178

10 产品详情页设计187

10.1 产品主图设计	188
10.1.1 白底阴影图	188
10.1.2 个性化主图	191
10.2 详情页设计	193
10.2.1 描述性产品详情页设计	193
10.2.2 展示性产品详情页设计	196
10.2.3 产品活动促销详情页设计	200
10.2.4 产品分流页设计	201

10.3 杯垫详情页设计	203
10.3.1 杯垫详情页海报设计	203
10.3.2 杯垫详情页产品展示设计	208

11 淘宝后台代码制作与上传...217

11.1 切片上传图片空间	218
11.2 淘宝页面代码制作工具	220
11.2.1 布局工具的界面	220
11.2.2 布局工具制作淘宝代码	222
11.3 店铺装修后台	225
11.3.1 店铺装修后台	225
11.3.2 产品详情页装修后台	228
11.4 手机端页面切片上传	231

12 整店装修流程233

12.1 店铺风格定位	234
12.1.1 现代简约风格	234
12.1.2 根据店铺定位配色	234
12.2 书店页面设计	235
12.2.1 书店海报的设计	235
12.2.2 书店优惠券设计	240
12.2.3 书店商品展示设计	244
12.2.4 切片保存	255
12.3 网店后台操作	257



认识淘宝美工

01

淘宝美工是一种新兴的职业，它是借助网络走进人们的生活而发展起来的。作为这个行业的从业者，需要对这个行业的发展历程有所了解，才能明白这个行业的意义与价值。

1.1 浅谈淘宝美工

随着电子商务（本书中简称为电商）的快速发展，从事电商行业的人也越来越多。在网上买卖商品，顾客不能直接接触到商品，而是通过图片等方式间接了解商品的信息，于是出现了服务电商视觉传达的职业。

1.1.1 电子商务

电子商务是指以网络技术为基础，以商品交换为中心的交易活动。也可以理解为在网络上进行的在线购物活动。形象地讲，就是商家通过网络与顾客沟通，进行交易，再通过物流等形式，将商品交给顾客以完成交易的一种活动。

当前的电子商务模式有4种：以商家和个人交易为主的B2C模式，如天猫、京东；以个人与个人交易为主的C2C模式，如淘宝；以批发商和商家交易为主的B2B模式，如阿里巴巴；以线下结合线上相互促进交易的O2O模式，如饿了么、美团等。

电商在经营模式上减少了传统模式的经营成本，减轻了传统模式的库存压力，也简化了传统模式的运营步骤，以较为简单的方式完成交易。电商不受地域的限制，面向各地网络用户，将信息数据采集处理与人工处理相结合，提高了人力、物力的利用率，减少了商业的运行周期，提高了商业的效率。



提示 ↓

了解必要的电商知识很重要，不仅能让淘宝美工知道什么样的图适合淘宝，还能帮助淘宝美工在工作中把握重点，加强重点部分的设计，提高商品的转化率。同时淘宝美工还应该熟悉生产到售后的整个流程，并对产品有较深的了解，这样才能让页面设计和页面信息更适合店铺的风格。

1.1.2 淘宝美工的起源

自2003年“淘宝网”在杭州成立，一些人通过“淘宝网”的“免费开店”等平台入驻淘宝网，开始了网店经营。因为网店顾客与商家在虚拟的网络环境中进行沟通交易，所以顾客主要以图片来了解商品的详情。

淘宝美工和现在的很多职业类似，也是从其他职业里细化分离出来的行业。淘宝美工属于设计这一行业，主要负责处理电商图片。设计是从艺术中分离出来并服务于人们的生活的独立的艺术学科，与艺术不同的是，艺术注重表达思想，设计注重方便生活。

美工是对事物做美化处理，把美带给人们。对美的认知似乎是人的天性，从远古时期的图案、颜色和样式，到现代构成主义的高楼，人们创造的美不断地打破传统，创造新的形式以美化人们的生活。古老的仰韶文化——半坡的小口尖底瓶水器，利用浮力和重心的知识，设计的小口尖底形状，不仅方便汲水，还利于水的搬运，其流线形的瓶身和创新的尖底，在今天依旧不失为经典造型。还有现代构成主义的建筑，打破了传统建筑的复杂烦琐，用基础的几何图形构成，不仅美观、新颖，还更利于现代人们的居住。

在商业高速发展的今天，设计为大多数的商业服务。也因为商业设计的大量需求，设计不断细化，衍生出了服务更细致的设计行业。

淘宝美工作为由设计分离发展出来的新职业，不仅继承了设计的诸多特点，同时还融入了其他行业的知识技能，如摄影手绘、营销策划、推广运营等。



简单地说，淘宝美工就是用自身的知识和技能将美带进人们的生活，解决网店美化问题的职业。

1.2 淘宝美工的崛起

淘宝美工在时代发展需要的前提下产生，再加上淘宝开店的低门槛和高收益的推动，对淘宝美工的岗位需求越来越多，淘宝美工的从业者也越来越多。

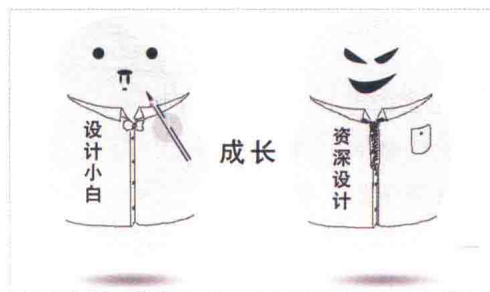
1.2.1 由业余从业者到设计师

美工从业者的专业性变化可分为起步、发展和主流三个阶段，早在2003年，就有人加入C2C模式的淘宝，这种个人与个人间的交易方式很受网民亲睐，交易内容也是多种多样，“万能的淘宝”的名号就是这样产生的，也正因为这种交易模式的性质，当时的淘宝美工工作大多数是店主自己做，设计只需要满足日常的基本运营，设计的价值并不明显。这是淘宝美工发展的起步阶段。

淘宝美工的发展阶段是指，随着淘宝的逐渐发展，个人卖家开始做大做强，原本的基础设计满足不了日益增长的设计需求，店主开始提升设计水平或寻找更专业的设计以适应新的设计需求的阶段。

网络购物的快速发展对传统行业带来了相当大的冲击。企业为拓展新的交易渠道，开始采用淘宝的线上交易模式，经营淘宝企业店铺。此阶段对淘宝店铺的设计要求更高，企业多聘请更加专业的视觉设计师来做页面的视觉和页面的互动效果。这个时候，专业设计师已成为淘宝美工的主流。因为淘宝美工的行业

缺口比较大，所以相关的培训机构也迅速发展，向淘宝输出专业的设计人才。



1.2.2 由简单设计到个性化设计

淘宝美工的发展可以分为早期的满足基本工作需要、中期的提高转化和现在的强调内容营销三个时期。

早期，淘宝美工的工作是用图片的形式表达产品，无论是对设计还是视觉都没有太多的要求，图片的美观程度取决于淘宝美工从业者的审美。

随着淘宝的逐渐发展，卖家逐渐发现，图片的美观程度影响着产品的销量，于是卖家开始注重图片的设计和美感。但此时的页面以配合运营思路为主，页面结构的功能分区明显，页面的营销目的很明确。

现在，淘宝逐渐走向“内容营销”阶段，立意在于用内容抓住买家，和买家建立稳定的联系，实现长久的经营与销售。换一种角度说，卖家和买家之间不只是买方与卖方的关系，还有诸如信息提供、时尚指导等其他为顾客服务的内容，也就是建立买家对卖家的信任。当买家认同卖家的時候，也就建立了相对稳定的关系。

淘宝上买家的流动性很大，很多时候买家购买商品后，会因发货、物流、客服态度等因素而不再访问这家店铺。这对建立了买卖关系的双方都不利，使得买卖双方不得不寻找、建立新的买卖关系，承担额外的风险。稳定的买卖关系能让卖家获得更多的利润和更稳定的发展。而买家与卖家的关系需要通过页面来建立关联，所以页面的精致化、个性化设计显得越来越重要。



1.2.3 淘宝美工推动电子商务的发展

电商与传统行业的区别是,电商交易活动大多在虚拟的网络中进行,交易活动不像传统行业那样看得见摸得着,而是依赖于其他方式来传达产品的信息,如图片、视频、文字等。

与视频相比,图片能更好地将买家的注意力聚集到产品上;与文字相比,图片具有更强的表达能力。图片在将产品的形象和信息传达给买家的同时,其精美程度也影响了买家的购买意向。

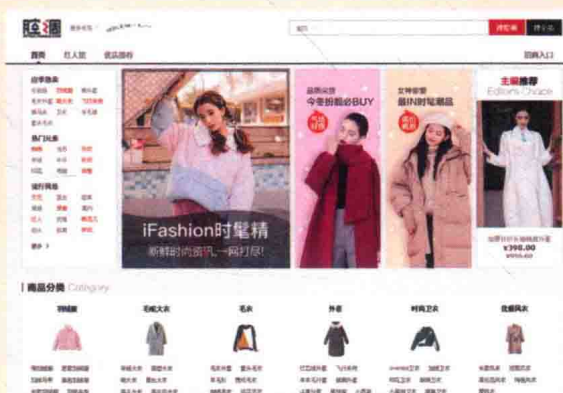
电商的销量较依赖于促销活动,如电商的“双十一”促销活动。当然,活动页面需要美工去设计。美观、合理的活动页面不仅能提升销量,还能拉近卖家和买家的距离,增加买家与卖家之间的互动。

美观、合理的淘宝页面能够起到与活动页面相同的效果,还能够引起买家的共鸣,让买家流连忘返,并主动关注、浏览店铺,从而增加店铺的客流量,让店铺信息得到更好的传播。

提示 ↓

好的店铺页面设计,不仅对店铺的销量有着极大的推动,还能吸引更多的买家关注店铺,对淘宝店铺的“内容运营”有着很好的推动作用。同时店铺页面设计的风格往往吸引喜欢同样风格的买家,当风格变化时,可能会流失喜欢原本风格的这部分买家。

例如,淘宝首页女装类目下的腔调频道,入驻的商家都有着较强的风格,正是这种商品和页面强烈的风格,让腔调频道成为了女装类目下的热门频道。



1.3 淘宝美工应该具备的素质

作为一种新兴的互联网职业,淘宝美工也有着互联网传播广、变化快的显著特征。淘宝美工从业者要有时刻学习和紧追时代的态度,才能在行业中占有一席之地。

1.3.1 具备多种职业的基础知识

身为淘宝美工,了解绘画的基础知识对日常工作有很大的帮助。淘宝美工的大多数工作还与平面设计有很大的关系,因此了解平面构成的知识对淘宝美工也很重要。除此之外,还要了解摄影的相关知识。产品图片上传到网上前,有一个很重要的步骤就是产品摄影。而摄影也是一门相对独立的艺术职业。对于服装这类需要大量摄影的类目,就更需要淘宝美工对摄影有一定的了解,这样对图片的后期修图工作有很大的帮助。

淘宝美工这个新职业涉及的领域很广,如销售心理学,了解消费者的消费心理可以让图文信息传播更精准,让买家对产品更加信任。

淘宝美工的工作最终是需要在网页上实现的,所以对网页的知识也需要有基本的了解,并能够做一些简单的页面动态效果。

现今的淘宝在页面展示方式上向多样化发展，不仅有视频展示方式，还有直播等展示方式，将来还会有虚拟展示等新方式。

总的来说，淘宝美工这个行业的发展时间不长，职业特点还没有完全形成，同时这个职业又有较强的变化性，需要淘宝美工从业者时刻学习，以适应时代的发展。

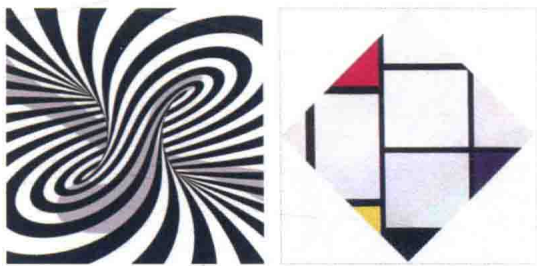


1.3.2 提高审美是提升设计的捷径

美是人们普遍共同欣赏的一种感觉，人们对于美的追求从没有停止过。而审美是对事物美感的一种感知和欣赏，审美是一种主观性很强的活动，受到思维的影响。

每个人的审美都因其所处环境、生活及其他因素的影响而有所不同。当对事物的美感知不够深刻时，所表达的事物美感也就不会太强烈。视觉上的美感是一种感性的思维认知，美感不是通过理性思维的方法加强，而是通过生活中的观察和感受来积累的。当审美的鉴赏能力提高后，对美感的表达将有质的突破。这对从事与美感相关工作的人来说是至关重要的。

世界上并不缺少美，只是缺少发现美的眼睛。提高美感的方法就是多看、多感受，例如有目标性地观看同行的作品、参观精美的艺术作品、浏览优秀的设计网站，以及学会欣赏生活中的艺术美等。



1.3.3 创意设计带来的显著效果

什么是创意呢？创意是指在现有的对事物的理解和认知上，衍生出的新的思维方法。创意往往打破常规，是新旧思维碰撞的产物。创意设计是将想法体现到设计中，让设计展现出不同寻常或耳目一新的感觉。

对一事物美的感受往往会随着时间的增加而减少，这种现象也被称为“审美疲劳”。而创意设计与常规设计的区别是，创意设计所表达的东西会使人眼前一亮，这种反常规的创意往往能够引起信息接受者的共鸣。

当网店经营到一定规模后，经营策略也会发生相应的变化，抛开运营方式和运营内容，页面设计重塑也是一种很重要的经营策略。与店铺风格契合的创意页面设计，不仅能提高店铺的形象、增加店铺的附加值，还能从视觉上吸引顾客，提高顾客的到访率。





认识淘宝页面

02

淘宝页面的基本作用是展示商品和帮助买家了解商品。在网店装修中能够满足这一基本条件的页面，就能称为“淘宝页面”。在淘宝网店的运营过程中，不断地开发页面的附加价值、增加页面与买家的互动性，可以使页面有更为完善的功能，最后形成更多的销售。

2.1 网店首页的组成部分

淘宝店铺是在虚拟的网络环境中进行交易的，它要求店铺首页具有整体性和时段性两个特征。首页承载了店铺的形象，首页的装修关系到店铺的形象塑造。同时，首页上展示的内容是当时时段较为重要的内容，是卖家要重点展示的信息。

首页，根据其不同部分的内容和功能，可以将其分为几个独立部分。各个部分之间既可以相互关联，又可以互不影响。这些部分是为了提高店铺的销量而设计的版块。

了解各个页面的功能与特点能帮助淘宝美工设计店铺页面，使页面适合店铺的运营模式，让页面兼具美观和实用两大特点。

2.1.1 店招

网店的店招在形式上相当于线下店铺的招牌，实际上远远没有线下店铺招牌的作用大。网店的店招会一直出现在各个页面中，同时还具有分类导向的作用。

打开一家淘宝店，对首页进行观察。网页窗口中的最上方是淘宝官方的功能栏和淘宝官方设定的店铺基本信息介绍，包括店铺名称、店铺信誉等级、店铺的动态评分（主要为“描述”“服务”“物流”在当前时段的评价得分）等。



淘宝官方介绍版块下就是店招，店招内容包括店铺名称和店铺标语（有关店招的设计会在页面设计的相关章节中讲述），店招的通用尺寸为1 920像素×150像素，中间蓝色950像素×120像素部分为主要信息显示区，两边的蓝灰色为背景部分。

店招下方的天蓝色条形为导航栏，内容包括“所有分类”、“首页”和“店铺活动”。导航栏中的内容可以自定义设置。导航栏是对店铺信息的分类整理，用于方便买家的浏览。



2.1.2 海报

导航栏下为海报图，即常说的“首焦图”。经过淘宝大数据的验证，它是淘宝页面上买家浏览量最高的模块，囊括淘宝页面的前三焦，即页面前三屏的内容。前三屏浏览量高，常用来展示活动的海报或单品海报，简单地说，就是放店铺重要信息的模块。图片轮播展示的是首页海报，下图的首页海报尺寸是950像素×250像素，为淘宝基础模块的默认海报尺寸，其中950像素是指海报的宽，250像素是指海报的高，高也可以在200~600像素之间任意设置。

淘宝美工常用的通栏海报尺寸，宽为1 920像素，高为500~800像素。