

中国电子
商务协会
副会长李一杨
作序推荐

凤凰高新教育 魏应峰◎编著

淘宝、天猫 微店

网店美工

从入门到精通

丰富的教学视频

与书同步的6小时视频教程
6小时Photoshop照片处理视频教程
手把手教你把新品打造成爆款视频教程

超实用电子书

新手开店快速促成交易的10种技能
不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案
你不能不知道的100个卖家经验与盈利技巧
10招搞定“双11”“双12”营销活动

超人气素材

28款详情页设计与描述模板
46款搭配销售套餐模板
162款秒杀团购模板
200套首页装修模板
396个关联多图推荐格子模板
330个精美店招模板
660款设计精品水印图案
2000款漂亮店铺装修素材

配套的PPT课件

制作精美，拿来就用

赠送



配套光盘

+

网店美工

必备
配色手册

网店美工必备
配色手册



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝、天猫 微店

网店美工

从入门到精通

凤凰高新教育 魏应峰◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书全面、系统地讲解了淘宝、天猫、微店三大平台网店的店铺设计与装修技能，旨在帮助从事网上开店的新手，以及想从事网店美工岗位的新手学到经验，少走弯路。

全书分为4篇，总共10章内容。

第1篇为网店美工基础篇（第1~3章）：网上开店对店铺的装修与设计就显得尤为重要，可以这样说，网店设计与装修的好坏，也是直接决定网店经营成功与否的关键因素。本篇主要讲解了网店装修与设计的原则、步骤，网店视觉营销的意义、设计要素与法则，以及网店设计中字体、颜色、版式的正确搭配与应用等知识。

第2篇为淘宝、天猫网店设计篇（第4~7章）：淘宝、天猫是当前网上开店的两个重要的平台。本篇主要针对淘宝店铺、天猫店铺讲解了装修与设计的相关技能和经验。

第3篇为微店店铺设计篇（第8~9章）：移动端智能手机购物的发展，催生了当前活跃的微店平台。本篇主要讲解了手机店铺、微店的装修与设计技能。

第4篇为PS宝贝图片优化技能篇（第10章）：对于大部分卖家而言，自己并非专业的摄影师，拍摄出的宝贝图片难免会存在各种各样的问题。使用Photoshop处理宝贝图片，可以使宝贝看起来更自然和完美。本篇主要给读者介绍使用Photoshop对宝贝图片进行优化处理的必备技能。

本书内容全面，讲解清晰，图文直观。既适合网上开店的店主学习使用，也适合想从事网店美工而又缺乏设计与实战经验的读者学习参考，同时还可以作为大中专院校、各类社会培训机构学习的教材参考用书。

图书在版编目（CIP）数据

淘宝、天猫、微店网店美工从入门到精通 / 凤凰高新教育，魏应峰编著. —北京：北京大学出版社，2017.7

ISBN 978-7-301-28311-0

I. ①淘… II. ①凤… ②魏… III. ①电子商务—网站—设计 IV. ①F713.361.2 ②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第109556号

书 名	淘宝、天猫、微店网店美工从入门到精通 TAobao、TIANMAO、WEIDIAN WANGDIAN MEIGONG CONG RUMEN DAO JINGTONG
著作责任者	凤凰高新教育 魏应峰 编著
责任编辑	尹 毅
标准书号	ISBN 978-7-301-28311-0
出版发行	北京大学出版社
地 址	北京市海淀区成府路205号 100871
网 址	http://www.pup.cn 新浪微博：@北京大学出版社
电子信箱	pup7@pup.cn
电 话	邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653
印 刷 者	北京大学印刷厂
经 销 者	新华书店
	787毫米×1092毫米 16开本 17.75印张 彩插2 457千字
	2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷
印 数	1-3000册
定 价	49.00元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系。电话：010-62756370

Foreword

前言

致读者

无论是淘宝、天猫，还是微店，都是基于互联网，通过在线进行交易的一种购物方式。顾客购物时通常是以品牌、视觉、销量为重要导向，这有别于传统线下渠道购物方式，传统线下购物时顾客可以通过观察、触摸、环境、试用效果等多种方式来建立购买意图。因此，网上开店对店铺的装修与设计就显得尤为重要，可以这样说，网店设计与装修的好坏，也是直接决定网店经营成功与否的关键因素。

产品质量好、物流服务好、客服响应快、服务好，这些都是影响产品销售的因素。但是，好的店铺装修设计，一定会让你的店铺销量如虎添翼。而主要负责店铺装修与设计的重要岗位就是网店美工，因此，一个好的网店一定要有一位优秀的美工。

网店装修设计的要素与原则有哪些？

店铺设计中字体、颜色与版式如何正确应用？

网店首页、推广图、海报如何设计？

网店详情页、视频卖点如何设计？

手机店铺、微店如何正确设计？

本书主要针对网上开店的用户，以及想从事网店美工岗位的读者，一一解答上述问题，教会你如何科学合理、快速有效地进行店铺的设计与装修。

本书特色

本书充分考虑网上开店用户的实际情况，通过通俗易懂的语言、翔实生动的实例，系统完整地讲解了淘宝、天猫、微店设计与装修的相关知识，具有以下特色。

● 真正“学得会，用得上”。全书围绕当前最实用、最流行的三大创业平台淘宝、天猫、微店来讲述网店装修与设计的相关知识。即使读者以前完全不懂网店装修，也能快速入门，通过本书学习，让你学会如何设计与装修网店。

● 案例丰富，参考性强。全书通过相关案例进行分析讲解，完整地剖析了网店装修的原则、步骤及相关设计方法与技能。并且总结了34个“大师点拨”的内容，汇总优秀网店美工的成功经验与心得，教会你如何规范合理、科学有效地设计与装修店铺，如何通过网店的“视觉营销”来提高店铺的销售量。

● 配套视频，直观易学。本书还配有与书同步的多媒体教学视频，书盘结合学习，立竿见影。让你花最少的时间，学到最实用的技能。

◆ 超值光盘

本书配套光盘内容丰富、实用、超值，全是干货。不仅赠送与书同步的网店装修的教学视频，还赠送了皇冠卖家运营实战经验、运营技巧的相关电子书。另外，还为新手开店的卖家提供了丰富的网店装修模板。具体内容如下。

一、实用的开店视频教程

- (1) 与书同步的6小时视频教程，手把手教你装修出品质店铺。
- (2) 6小时Photoshop照片处理的视频教程。
- (3) 手把手教你把新品打造成爆款视频教程。

二、超值实用的电子书

- (1) 你不能不知道的100个卖家经验与盈利技巧。
- (2) 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案。
- (3) 新手开店快速促成交易的10种技能。
- (4) 10招搞定“双11”“双12”营销活动。

三、超人氣的网店装修与设计素材库

- 28款详情页设计与描述模板。
- 46款搭配销售套餐模板。
- 162款秒杀团购模板。
- 200套首页装修模板。
- 396个关联多图推荐格子模板。
- 330个精美店招模板。
- 660款设计精品水印图案。
- 2000款漂亮店铺装修素材。

四、PPT课件

本书还提供了较为方便的PPT课件，以便老师教学使用。

◆ 读者群体

本书尤其适合以下类型的读者学习参考。

- 在淘宝、天猫、手机端平台开店的店主。
- 淘宝、天猫、微店的美工人员。
- 品牌企业的电商部门人员。

- 互联网运营专员。
- 电商产品经理。
- 各类院校或培训机构电子商务相关从业人员。

本书由凤凰高新教育策划并组织编写。本书作者为电商实战派专家，在淘宝、天猫、微店装修与设计方面有很深的造诣。本书同时也得到了淘宝、天猫、微店众多运营高手及美工高手的支持，他们为本书道出了自己多年的实战经验，在此向他们表示衷心的感谢。同时，由于互联网技术发展非常迅速，网上开店的相关规则也在不断地变化，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请广大读者及专家指正。

读者信箱：2751801073@qq.com

投稿信箱：pup7@pup.cn

读者QQ群：218192911

Preface

序言

“电子商务”开创了全球性的商业革命，带动商业步入了数字信息经济时代。近年来我国电子商务发展迅猛，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了新的就业增收渠道，为“大众创业、万众创新”提供了新空间，同时加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。

在商务部、中央网信办、发改委三部门联合发布的《电子商务“十三五”发展规划》中，预计到2020年将实现电子商务交易额超过40万亿元，同比“十二五”末翻一番，网络零售额达到10万亿元左右。电子商务正以迅雷不及掩耳之势，进入到百姓生活的方方面面，可以说，电子商务已经成为网络经济中发展最快、最具潜力的新兴产业，而且是一个技术含量高，变化更新快的行业，要做好电子商务产业，应认清行业的发展趋势，快速转变思路，顺应行业的变化。电商行业的发展呈现了以下5个较为鲜明的发展趋势。

移动购物。2016年天猫“双十一”全天交易总额为1207亿元，其中无线端贡献了81.87%的占比，这是阿里巴巴举办“双十一”8年来的最高交易额，比2015年全天交易额的912亿元、无线端贡献的68%，有了大幅度增长。随着智能终端和移动互联网的快速发展，移动购物的便利性越来越突出。在主流电商平台的大力推动下，消费者对于通过移动端购物的接受程度也大大增加，用户移动购物习惯已经养成。无线购物正在迅猛发展，21世纪不仅仅是PC端网购的时代，更是无线端网购的新时代。

电子商务向三、四、五线城市及农村电商渗透。如果说前10年是电子商务的起步和发展阶段，一、二线城市享受着电子商务带来的产业升级变化和大众的生活便利，那么，后10年会是三、四、五线城市，以及农村电商发展的黄金时期。随着国家政策的大力扶持，以及交通运输、网络物流的改善，电商正在逐渐渗透到三、四、五线城市及农村电商市场。

社交购物。社交购物的模式大家一定不陌生，在我们的社交平台上已经充斥着各种各样的电商广告，同时通过亲人、朋友等向我们推荐，作为我们的购物参考。社交购物可以让大家在社交网络上更加精准地营销，更个性化地为顾客服务。

大数据的应用。大家知道如果以电子商务的盈利模式逐渐作为一个升级，最低级的盈利是靠商品的差价。往上一点的是为供应商商品做营销，做到返点。再往上一点的盈利是靠平台，通过流量、顾客，然后收取平台使用费和佣金提高自己的盈利能力。再往上一点是金融能力，也就是说为我们的供应商、商家提供各种各样的金融服务得到的能力。而在电子商务迅猛发展的今天，我们要通过电子商务顾客大量的行为数据，分析和利用这个大数据所产生的价值，这个能力是当前电子商务盈利的最高层次。

精准化营销和个性化服务。这个需求大家都有，都希望网站为我而设，希望所有为我推荐的刚好是我要的，所以以后的营销不再是大众化营销，而是精准化营销。而这个趋势也是基于数据应用来实现的，通过数据的分析为顾客提供个性化的营销和服务。

然而，随着我国电子商务的急剧发展，互联网用户正以每年 100% 的速度递增，电子商务人才严重短缺，预计我国在未来 10 年大约需要 200 万名电子商务专业人才，人才缺口相当惊人。行业的快速发展与人才供应不足的矛盾，形成电子商务领域巨大的人才真空。从社会调查实践来看，大量中小企业正在采用传统经济与网络经济相结合的方式生产经营，对电子商务人才的需求日益增加。

面对市场对电子商务人才的迫切需求，人才的培养已得到普遍重视，国内很多大学及职业院校都已开设了电子商务专业，力争在第一时间将符合需求的专业人才推向市场。目前市场上关于电子商务的图书很多，但很多图书内容时效性差、技术更新落后、理论多于实际操作。北京大学出版社出版的这套电子商务教程，结合了当前几大主要电商运营平台（淘宝、天猫、微店三大平台），并针对电商运营中重要的岗位（如网店美工、网店运营推广）和热点技术（如手机淘宝、大数据分析、爆款打造）等，进行了全面的剖析和系统的讲解。我相信这套教程是中国电子商务人才培养、产业发展创新的有效补充，能为电商企业、个体创业者、电商从业者带来实实在在的帮助。互联网的发展很快，电商的发展更是如此，相信电商从业者顺应时代发展，加强学习，一定能做出自己更大的成绩。

中国电子商务协会副会长

李一杨

Contents

目录

第1篇 网店美工基础篇

第1章 网店装修与设计快速入门

- 1.1 网店装修设计的重要性 / 3
 - 1.1.1 为什么要进行网店的装修设计 / 3
 - 1.1.2 网店装修与设计的注意事项 / 4
 - 1.2 网店装修设计的原则 / 10
 - 1.2.1 把握网店的整体风格 / 10
 - 1.2.2 网店设计审美的一般原则 / 11
 - 1.3 6步搞定网店设计 / 11
 - 1.3.1 第1步：准备设计素材 / 11
 - 1.3.2 第2步：运用图片存储空间 / 12
 - 1.3.3 第3步：规划网店装修风格 / 13
 - 1.3.4 第4步：规划网店页面布局 / 14
 - 1.3.5 第5步：规划网店的设计元素 / 15
 - 1.3.6 第6步：应用软件完成设计 / 15
- 本章小结 / 16

第2章 网店设计中的视觉营销

- 2.1 什么是网店视觉营销 / 18
 - 2.1.1 视觉营销在电商中的定位 / 18
 - 2.1.2 视觉营销的根本目的 / 18
 - 2.1.3 网店视觉营销的意义 / 18

- 2.2 网店视觉营销的4个基本原则 / 19
 - 2.2.1 统一性 / 19
 - 2.2.2 差异性 / 19
 - 2.2.3 有效性 / 20
 - 2.2.4 审美性 / 20
 - 2.3 视觉营销数据化分析的4个关键指标 / 21
 - 2.3.1 店铺首页停留时间 / 21
 - 2.3.2 页面点击率 / 22
 - 2.3.3 店铺访问深度 / 23
 - 2.3.4 跳失率 / 23
 - 2.4 网店视觉设计的5个要素 / 26
 - 2.4.1 产品要素 / 26
 - 2.4.2 季节要素 / 27
 - 2.4.3 色彩要素 / 27
 - 2.4.4 布局要素 / 27
 - 2.4.5 用户对象要素 / 27
 - 2.5 网店视觉设计的4个法则 / 28
 - 2.5.1 法则一：快速吸引住客户 / 28
 - 2.5.2 法则二：视觉感官享受 / 28
 - 2.5.3 法则三：让客户记住产品 / 28
 - 2.5.4 法则四：促进客户的购买欲望 / 29
- 本章小结 / 29

第3章 网店设计的三大要素——色彩、文字、版式

3.1 色彩 / 31

3.1.1 色彩的种类 / 31

3.1.2 色彩三要素 / 32

3.1.3 色调的心理与倾向 / 33

3.2 文字 / 37

3.2.1 常见的字体风格 / 37

3.2.2 了解文字的编排规则 / 38

3.2.3 字体的正确选择 / 40

3.2.4 字体的创意设计 / 41

3.3 版式布局 / 44

3.3.1 版式设计的形式法则 / 44

3.3.2 版式布局中图片的处理 / 46

3.3.3 了解版式布局中的视觉流程 / 48

3.3.4 版式布局中的对齐方式 / 49

本章小结 / 54

第2篇 淘宝、天猫网店设计篇

第4章 淘宝、天猫店铺模块化设计

4.1 个性化 Logo 设计 / 57

4.1.1 Logo 设计的基本要求 / 57

4.1.2 设计静态 Logo / 58

4.1.3 设计动态 Logo / 60

4.2 个性化店招设计 / 64

4.2.1 店招设计的基本要求 / 64

4.2.2 促销活动店招设计 / 65

4.2.3 特殊节日店招设计 / 67

4.2.4 设计动态店招 / 70

4.2.5 将店招应用到店铺 / 71

4.3 店铺收藏、关注、广告栏的设计 / 73

4.3.1 确定设计尺寸等基本要求 / 73

4.3.2 设计静态收藏、关注图标 / 73

4.3.3 设计动态收藏、关注图标 / 75

4.3.4 设计公告栏 / 76

4.4 宝贝分类模块设计 / 78

4.4.1 宝贝分类模块设计基本要求 / 78

4.4.2 宝贝分类标题按钮设计 / 79

4.5 导航、客服模块设计 / 81

4.5.1 导航、客服设计的基本要求 / 81

4.5.2 设计导航栏 / 81

4.5.3 设计客服模块 / 83

4.5.4 把导航、客服模块应用到店铺 / 84

本章小结 / 93

第5章 店铺页面及运营推广图设计

5.1 店铺首页设计 / 95

5.1.1 店铺首页设计的基本要求 / 95

5.1.2 店铺首页设计的基本思路 / 96

5.1.3 店铺首页设计包含的模块 / 98

5.1.4 店铺首页设计方法 / 100

5.1.5 店铺首页设计切图及应用到店铺 / 101

5.2 店铺运营推广图设计 / 110

5.2.1 产品主图的设计 / 110

5.2.2 直通车推广图的设计 / 112

5.2.3 钻展图的设计 / 114

5.3 首页海报 / 轮播图设计 / 120

5.3.1 海报的视觉要点 / 120

5.3.2 海报图制作 / 121

5.3.3 全屏海报图设计 / 124

5.3.4 全屏轮播图设计 / 125

本章小结 / 126

第6章 网店的详情页设计

6.1 详情页的设计思路 / 128

- 6.1.1 宝贝详情页的作用 / 128
- 6.1.2 宝贝详情页的组成元素 / 128
- 6.1.3 设计详情的前提 / 131
- 6.1.4 设计前的市场调查 / 133
- 6.1.5 宝贝卖点挖掘 / 134
- 6.1.6 详情页的视觉呈现 / 135

6.2 详情页的设计内容 / 138

- 6.2.1 模特图展示 / 138
- 6.2.2 产品整体展示 / 139
- 6.2.3 产品细节图片 / 140
- 6.2.4 产品宣传广告图片 / 141
- 6.2.5 产品参数图片 / 141

6.2.6 产品介绍 / 143

6.2.7 产品特色卖点 / 143

6.2.8 产品对比展示 / 144

6.2.9 产品使用场景展示 / 145

6.2.10 产品包装展示 / 146

6.2.11 产品售后说明 / 147

6.2.12 品牌文化和企业实力 / 148

6.2.13 关联广告位展示 / 148

6.2.14 促销活动展示 / 149

6.2.15 详情页的情感营销 / 151

6.3 详情页的设计要点 / 157

6.3.1 满足客户需求 / 157

6.3.2 控制页面内容 / 158

6.3.3 进行合理布局 / 159

本章小结 / 163

第3篇 微店店铺设计篇

第7章 网店装修中的视频制作

7.1 视频拍摄 / 165

- 7.1.1 淘宝商品拍摄流程 / 165
- 7.1.2 视频构图的基本原则 / 166
- 7.1.3 景别与角度 / 169

7.2 认识会声会影视频制作软件 / 170

- 7.2.1 会声会影工作界面 / 170
- 7.2.2 视频制作流程 / 174

7.3 淘宝视频制作 / 176

- 7.3.1 9秒主图视频制作 / 177
- 7.3.2 详情页视频制作 / 181
- 7.3.3 为视频添加 Logo / 181
- 7.3.4 为视频配音 / 182

7.4 上传与应用视频 / 184

- 7.4.1 上传视频到淘宝 / 184
- 7.4.2 主图视频的应用 / 186

本章小结 / 188

第8章 手机淘宝的视觉设计

8.1 手机淘宝 / 191

8.1.1 无线端与PC端的区别 / 191

8.1.2 淘宝无线端装修设计要点 / 193

8.2 无线端首页装修 / 195

- 8.2.1 使用首页模块 / 196
- 8.2.2 设计无线端店招 / 200
- 8.2.3 设计焦点图 / 201
- 8.2.4 设计优惠券 / 203
- 8.2.5 设计分类图 / 206
- 8.2.6 首页备份 / 209

8.3 手机详情页装修 / 210

- 8.3.1 PC端详情页导入 / 210
- 8.3.2 利用“神笔”快速制作无线详情页 / 212

8.4 手机店铺其他装修 / 220

- 8.4.1 自定义菜单 / 220
- 8.4.2 手机海报 / 223

8.4.3 自定义页面装修 / 224

本章小结 / 227

第9章 有赞微商城的设计与装修

9.1 首页设计 / 229

9.1.1 店铺主页设置 / 229

9.1.2 使用模板设计主页 / 233

9.1.3 设置页面导航 / 234

9.1.4 设置自定义模块 / 235

9.1.5 设置公共广告 / 236

9.2 详情页设计 / 236

9.2.1 详情页设置 / 237

9.2.2 导入淘宝的详情页 / 237

本章小结 / 241

第4篇 PS 宝贝图片优化处理技能篇

第10章 Photoshop 网店宝贝优化
必备技能

实战1：调整倾斜的图片并突出主体 / 244

实战2：去除多余对象 / 245

实战3：宝贝图片降噪处理 / 247

实战4：宝贝图片清晰度处理 / 249

实战5：珠宝模特美白处理 / 250

实战6：衣服模特上妆处理 / 253

实战7：模特人物身材处理 / 255

实战8：虚化宝贝的背景 / 258

实战9：更换宝贝图片的背景 / 259

实战10：宝贝图片的偏色处理 / 262

实战11：修复偏暗的宝贝图片 / 264

实战12：修复过曝的宝贝图片 / 266

实战13：修复逆光的宝贝图片 / 267

实战14：添加宣传水印效果 / 269

实战15：宝贝场景展示合成 / 272

本章小结 / 274

附录 电子商务常见专业名词解释
(内容见光盘)

第 1 篇

网店美工基础篇

网店发展经历了最初的卖货时代、视觉营销时代，再到目前的视觉营销 2.0 版时代。为何会出现视觉营销 2.0 版？因为当下在网店视觉设计上，通过产品图片处理、装修风格酷炫等已经无法更好地满足用户需求，需要更深层次的以产品风格、卖点、差异化等元素来对网店进行设计以提高用户体验。

提到设计，我们需要了解由 Tim Brown 提出的 Design Thinking 概念，即“设计思维”。设计思维早期应用于工业设计上，目的是让制造的产品更方便于消费者使用。目前被广泛地应用于视觉设计上，可以理解为更加符合用户体验的设计。

设计思维的核心就是以用户为核心，可以说设计思维就是用户思维。本篇，我们将带着明确目的，以“逆向”的思维方式进行网店设计，避免新手在设计中走许多不必要的弯路。

第1章

网店装修与设计快速入门

本章导读



网店是基于互联网络，通过在线支付进行交易的店铺，所以顾客购物通常是以品牌、视觉、销量为重要导向，这有别于传统线下渠道顾客购物可通过观察、触摸、环境、试用效果等多种方式来建立购买意图，所以网店装修就显得尤为重要。我们应该如何装修店铺来提升视觉效果？如何高速有效地达成我们的装修目的？通过本章内容的学习，这些问题将得以解决。

知识要点



- 网店装修设计的重要性
- 网店装修设计的2个审美原则
- 6步搞定网店设计

淘

1.1 网店装修设计的重要性

有部分卖家会很疑惑：网店不做装修就不能卖出产品了吗？理论上讲是可以的。

服务好、产品质量好、物流服务好、客服响应迅速等，其实都是影响产品销售的因素。但是，好的装修设计，一定会让你的店铺销量如虎添翼。从淘宝上线开始的产品摆拍、挂拍，从棚拍发展到外景，从抠图、裁剪发展到如今的文案排版、创意合成，都表明装修设计对网店的重要性。

1.1.1 为什么要进行网店的装修设计

随着生活环境的变化，在审美观不断进步的同时，人们却始终没有脱离“以貌取人”的意识形态，而装修设计，正是以网店“外貌”的层面存在。有美感、有冲击力的视觉作品，不但能吸引住大众眼球，还能让顾客在产品页面停留更长时间，从而提升点击率、转化率，最终增强顾客对品牌的黏性，实现利益最大化。如图 1-1 所示，我们能直观感受到装修设计给店铺带来的影响。

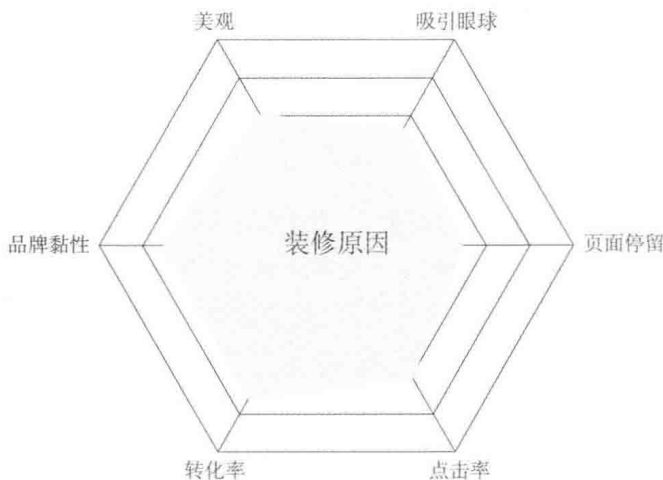


图 1-1

与此同时，我们调研了一家新开的、高客单价的男装店铺，在无直通车、钻展推广等干扰数据情况下，通过对比活动装修前后的停留时长、订单数、转化率等数据情况，如图 1-2 所示三张图中，不难看出，装修设计对网店的销量是有很大影响的，这也再次说明了其对整个网店经营的重要性。

智能版 (PC+无线 店铺)	
① 电脑无线两端装修整合	⑪ 倒计时模块 (即将上线)
② PC1920宽屏装修	⑫ 无线悬浮框 (即将上线)
③ 活动页同步无线	⑬ 3套SDK装修模板
④ 潜力新品模块	⑭ 1套多端同步模板
⑤ 新客热销模块	⑮ 支持微海报H5装修
⑥ 大图热区切图	⑯ 可订购CSS, 完全自定义装修
⑦ A/B 测试	⑰ 支持JS模板
⑧ 优惠券模块	⑱ 不同页面可设置不同背景
⑨ 模特图模块 (即将上线)	⑲ PC悬浮框 (即将上线)
⑩ 店铺搜索底纹自定义	⑳ 宝贝批量上传

专业版 (PC店铺)	
① 3套SDK装修模板	
② 1套多端同步模板 (仅基础功能)	
③ 支持微海报H5装修	
④ 可订购CSS, 完全自定义装修	
⑤ 支持JS模板	
⑥ 不同页面可设置不同背景	

基础版 (PC店铺)	
① 1套SDK装修模板	
② 1套多端同步模板 (仅基础功能)	
③ 支持微海报H5装修	

图 1-3

件在使用 GIF 图像文件。

GIF 分为静态 GIF 和动画 GIF 两种, 扩展名为 .gif, 是一种压缩位图格式, 支持透明背景图像, 适用于多种操作系统, “体型” 很小, 网上很多小动画都是 GIF 格式。其实 GIF 是将多幅图像保存为一个图像文件, 从而形成动画, 最常见的就是通过一帧帧的动画串联起来的 GIF 图。如图 1-4 所示, 所以归根到底 GIF 仍然是图片文件格式, 但 GIF 只能显示 256 色。

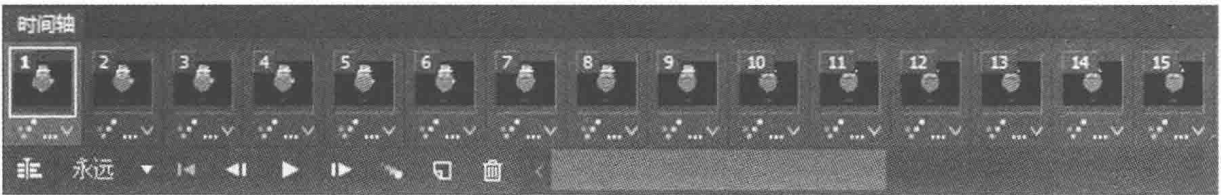


图 1-4

(2) JPEG 格式

JPEG 由联合照片专家组 (Joint Photographic Experts Group) 开发并命名为 “ISO 10918-1”, JPEG 仅仅是一种俗称。扩展名为 .jpg 或 .jpeg, 是目前网络传播中应用非常广且灵活的格式。具有调节图像质量的功能, 允许用不同的压缩比例对文件进行压缩, 支持多种压缩级别, 压缩比率通常在 10 : 1 到 40 : 1 之间, 压缩比越大, 品质就越低; 相反地, 压缩比越小, 品质就越好, 也可在图像质量和文件尺寸之间找到平衡点。JPEG 格式压缩的主要是高频信息, 对色彩的信息保留较好, 适合应用于互联网, 如图 1-5 所示。

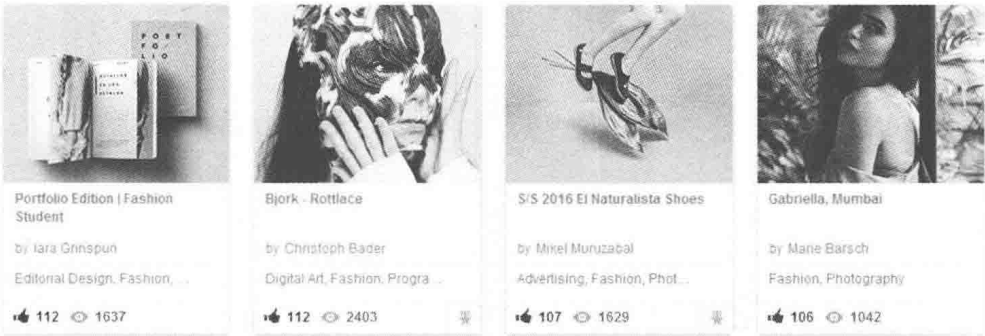


图 1-5

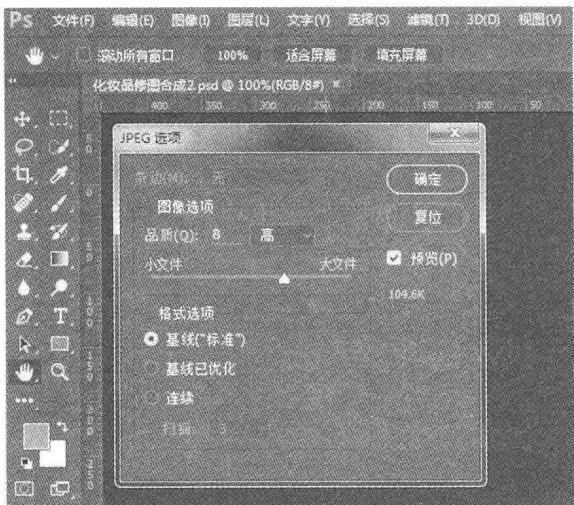


图 1-6

JPEG 格式可减少图像的传输时间，可以支持 24bit 真彩色，也普遍应用于需要连续色调的图像，是可以把文件压缩到最小的格式，并且兼容性好。在 Photoshop 软件中以 JPEG 格式储存时，提供 13 级压缩级别，以 0~12 级表示。其中 0 级压缩比最高，图像品质最差。即使采用细节几乎无损的 12 级质量保存时，压缩比也可达 5 : 1。如图 1-6 所示，经过多次比较，采用第 8 级压缩为存储空间与图像质量兼得的最佳比例。

由于 JPEG 优异的品质和杰出的表现，它的应用也非常广泛，目前各类浏览器均支持 JPEG 这种图像格式，因为 JPEG 格式的文件尺寸较小，下载速度

快，使 Web 页有可能以较短的下载时间提供大量美观的图像，JPEG 同时也就顺理成章地成为网络上最受欢迎的图像格式。换言之，就是可以用最少的磁盘空间得到较好的图像质量。

(3) PNG 格式

PNG 图像文件存储格式，其设计目的是试图替代 GIF 和 TIFF 文件格式，同时增加一些 GIF 文件格式所不具备的特性。PNG 支持透明效果，可以为原图像定义 256 个透明层次，使得彩色图像的边缘能与任何背景平滑地融合，从而彻底地消除锯齿边缘，是 GIF 和 JPEG 所不具备的。PNG 同时还支持真彩和灰度级图像的 Alpha 通道透明度，应用非常广泛。例如在网店中，产品或模特背景抠图，水印制作等。

(4) PSD 格式

PSD 是 Adobe 公司的图形设计软件 Photoshop 的专用格式。PSD 文件可以存储成 RGB 或 CMYK 模式，能够自定义颜色数并加以存储，还可以保存 Photoshop 的图层、通道、路径、参考线等信息，是目前唯一能够支持全部图像色彩模式的格式。由于能保存原图像的所有数据信息，利于图像后期调整，所以在图像制作完成之前，除了保存为通用的格式之外，通常都会存储一个 PSD 的文件以作备份，如图 1-7 所示。

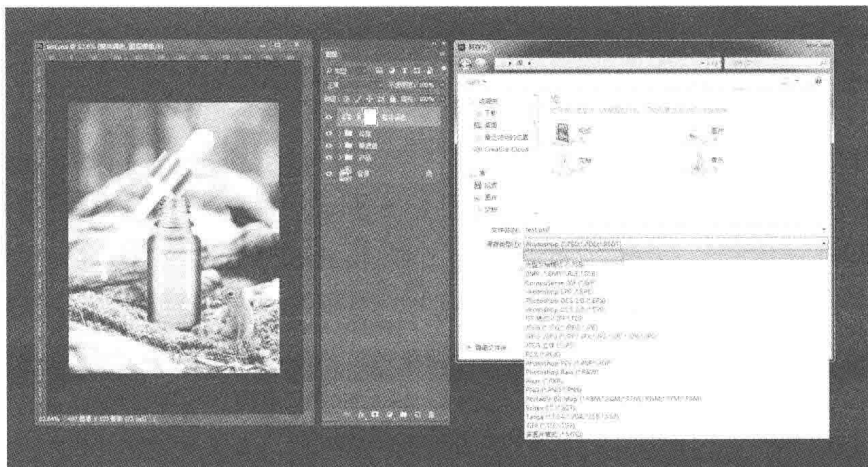


图 1-7