

电商逆袭

旺铺海报专题设计

夏志丽 编著

轻松学：讲透19个旺铺海报设计案例，轻松套用

直接用：56个海报素材、200个网店模板免费赠送

高流量：有效引流，突出产品卖点，提升转化率



CD-ROM

电商逆袭

旺铺海报专题设计

夏志丽 编著



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书是一本使用Photoshop进行电商海报设计制作的案例教程,语言浅显易懂,配合大量精美的电商页面设计案例,讲解了有关电商海报设计的相关知识和使用Photoshop进行电商海报设计制作的方法和技巧,使读者在掌握电商海报设计各方面知识的同时,能够在电商海报设计制作基础上做到活学活用。

随书光盘提供了本书所有案例的源文件、素材及视频教程,方便读者借鉴和使用。

本书适合经营淘宝店铺的新手或者准备开淘宝店铺的朋友,以及设计爱好者阅读,也可以为一些淘宝美工人员,以及相关设计制作专业的学习者提供参考。

赠送的店铺模板请到<http://www.fecit.com.cn/files/download/>下载。

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。

图书在版编目(CIP)数据

旺铺海报专题设计 / 夏志丽编著. -- 北京:电子工业出版社, 2016.3

(电商逆袭)

ISBN 978-7-121-27951-5

I. ①旺… II. ①夏… III. ①商业广告-计算机辅助设计-图形设计 IV. ①J524.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第314955号

责任编辑:田 蕾

文字编辑:赵英华

印 刷:北京嘉恒彩色印刷有限责任公司

装 订:北京嘉恒彩色印刷有限责任公司

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:16.5 字 数:422.4千字

版 次:2016年3月第1版

印 次:2016年3月第1次印刷

定 价:69.80元(含光盘1张)

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zlts@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

随着电子商务的快速发展、电商企业的规模不断扩大,对人才专业化、细分化的需求更为迫切,然而实战型的电商人才匮乏,已成为电商行业快速发展的瓶颈。网店跟实体店一样,也需要宣传,电商海报设计现今已发展成为一种趋势,一件产品或者一个活动必须要有一个有力的宣传海报,这样才能激发消费者的购买欲望,促进消费者购买产品。

本书从电商海报设计的理念为出发点,配以专业的图形处理软件Photoshop做讲解,重点向读者介绍了电商海报设计的相关理念。通过电商海报设计案例的分析和制作,让读者掌握实实在在的设计思想。

本书章节安排

本书内容浅显易懂,简明扼要,从电商海报结构的设计思想出发,向读者传达一种新的设计理念,专业的理论知识讲解与精美案例制作的完美结合,循序渐进地讲解电商海报设计中的有关知识,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。本书的章节安排如下。

Chapter 01 了解电商海报,介绍了关于电商海报设计的相关基础知识,包括电商海报的作用、电商海报的分类、制作电商海报需要的工具,以及如何制作电商海报,使读者对电商海报设计有更加深入的认识和理解。

Chapter 02 把握海报设计中的配色,主要从同色相搭配、邻近色搭配、对比色搭配、纯色搭配和海报设计中的调性五个方面对海报设计中的配色进行细致的了解,帮助读者制作出具有视觉冲击力,能够激发消费者购买欲望的海报。

Chapter 03 说说电商海报设计的层次,主要从预热海报、正式海报和延续海报三个方面进行细致的层次分析。通过案例的赏析制作掌握海报的层次,以便于制作出层次清晰、宣传主题清晰的电商海报。

Chapter 04 把握海报设计中的字体,主要讲解了电商海报设计中的字体的相关知识。

Chapter 05 把握海报设计中的主题,主要介绍了电商海报主题的设计,从选词逻辑、标题组合和排名监控三个方面进行细致的讲解。同时还向读者讲述了几种常见的标题排列方式,分别为平行式排版、纵列式排版和对称式排版。

Chapter 06 海报设计与营销风格,主要介绍的是如何将营销与海报设计相结合,最终达到吸引消费者消费的目的。

Chapter 07 优秀电商海报案例,主要以商业案例的形式,并且综合前面所学的知识向读者讲述电商海报制作的过程。

本书特点

全书内容丰富、条理清晰,通过7章的内容,为读者全面、系统地介绍了电商海报设计的知识,以及使用Photoshop进行电商海报设计的方法和技巧,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,涉及大量电商海报设计的知识讲解,帮助读者深入了解电商海报设计。

- 实例涉及面广，几乎涵盖了电商海报设计中的各个领域，通过设计讲解和案例制作帮助读者掌握各个领域海报设计的知识点。

- 注重设计知识点和案例制作技巧的归纳总结，知识点和案例的讲解过程中穿插了软件操作和知识点提示等，使读者更好地对知识点进行归纳吸收。

- 每一个案例的制作过程，都配有相关视频教程和素材，步骤详细，使读者轻松掌握。

参与本书编写的有夏志丽、高金山、张艳飞、鲁莎莎、吴漾超、田晓玉、余秀芳、王俊萍、陈利欢、冯彤、刘明秀、解晓丽、孙慧、陈燕、胡丹丹。书中难免有错误和疏漏之处，希望广大读者朋友批评、指正。

目 录

Chapter 01 了解电商海报 001

1.1 认识电商海报 002

1.2 电商海报结构 003

1.2.1 黄金比例分割构图 003

1.2.2 三等分构图 004

1.2.3 对角线构图 005

1.2.4 三角形构图 005

1.2.5 金色螺旋线构图 006

1.3 电商海报的分类 006

1.3.1 食品类 007

1.3.2 婴幼儿类 008

1.3.3 服装类 008

1.3.4 家居类 009

1.3.5 数码产品类 009

1.4 电商海报的使用位置 010

1.4.1 店内海报 010

1.4.2 直通车海报 010

1.5 制作电商海报的常用工具 011

1.5.1 Photoshop 011

1.5.2 CorelDRAW 012

1.5.3 Illustrator 013

1.6 电商海报中的文案 014

1.6.1 广告文案信息编码 014

1.6.2 提炼宝贝卖点 015

1.6.3 凸显品牌气质 015

1.6.4 展现折扣度 016

1.7 产品图 017

1.7.1 产品图居左 017

1.7.2 产品图居右 017

1.7.3 产品图居中 018

1.8 准确的尺寸 019

1.8.1 直通车海报 019

1.8.2 淘宝店铺店标 019

1.8.3 淘宝店招 020

1.8.4 旺铺促销海报 020

1.8.5 宝贝描述海报 021

实战案例 | 家居产品宣传海报 023

1.9 本章小结 028

Chapter 02 把握海报设计中的

配色 029

2.1 色彩的基础知识——

三属性 030

2.1.1 色相 030

2.1.2 明度 031

2.1.3 纯度 032

2.2 无彩色和有彩色 033

2.2.1 有彩色 033

2.2.2 无彩色 034

2.3 色彩象征意义 034

2.3.1 红色 034

2.3.2 黄色 035

2.3.3 绿色 035

2.3.4 蓝色 035

2.3.5 紫色 036

2.3.6 白色 036

2.3.7 黑色 037

2.3.8 灰色 037

2.4 简单实用的配色——同色

相搭配 038

2.4.1 了解同色相搭配 038

2.4.2 动手实践——同色相搭配 039

实战案例 | 女士夏装宣传海报 042

2.5 加强效果的配色——邻近色

搭配 046

2.5.1 红色系 047

2.5.2 动手实践——红色的邻近色搭配 047

2.5.3 橙色系 049

2.5.4 动手实践——橙色的邻近色搭配 050

2.5.5 黄色系	052
2.5.6 动手实践——黄色的邻近色搭配	052
2.5.7 绿色系	054
2.5.8 动手实践——绿色的邻近色搭配	055
2.5.9 蓝色系	057
2.5.10 动手实践——蓝色的邻近色 搭配	058
2.5.11 紫色系	060
2.5.12 动手实践——紫色的邻近色 搭配	061
实战案例 女式裙装宣传海报	063

2.6 强烈醒目的配色——对比色

搭配	068
2.6.1 冷暖对比色搭配	068
2.6.2 动手实践——色彩冷暖的强对比 搭配	070
2.6.3 动手实践——色彩的冷暖弱对比 搭配	072
2.6.4 色相对比搭配	074
2.6.5 动手实践——原色对比搭配	075
2.6.6 动手实践——间色对比搭配	078
2.6.7 纯度对比搭配	079
2.6.8 动手实践——纯度对比搭配	081
2.6.9 明度对比搭配	083
2.6.10 动手实践——明度对比搭配	084
实战案例 女式凉鞋宣传海报	086

2.7 简单直接的配色——纯色

搭配	091
实战案例 女士纱巾宣传海报	094

2.8 掌握海报设计中的调性 ... 098

2.9 本章小结 ... 100

Chapter 03 说说电商海报设计的

层次 ... 101

3.1 预热海报	102
3.1.1 节日预热海报——第一时间传达 信息	102
3.1.2 案例修改意见	104
3.1.3 扩展设计方案	104
3.1.4 动手实践——预热海报制作	105
3.2 正式海报	107
3.2.1 节日正式海报——清晰准确传达 信息	107

3.2.2 案例修改意见	109
3.2.3 扩展设计方案	109
3.2.4 动手实践——正式海报制作	110

3.3 延续海报 ... 111

3.3.1 节日延续海报——持续营销的 保证	111
3.3.2 案例修改意见	113
3.3.3 扩展设计方案	113
3.3.4 动手实践——延续海报制作	114

3.4 掌握电商海报制作层次 ... 116

3.4.1 确定海报主题内容	116
3.4.2 导入核心产品图片	117
3.4.3 核心文字的摆放	117
实战案例 男鞋促销海报	118

3.5 本章小结 ... 130

Chapter 04 把握海报设计中的

字体 ... 131

4.1 字体色彩——三种颜色 ... 132

实战案例 制作女士冬装海报	134
-----------------------	-----

4.2 字体风格——三种字体 ... 138

4.2.1 海报中常见的字体	138
4.2.2 由字体内空间进行区分	140
4.2.3 动手实践——字怀对文字的影响	141

4.3 由海报宣传内容决定字体 ... 142

4.3.1 男性产品的宣传海报	142
4.3.2 女性产品的宣传海报	143
4.3.3 儿童产品的宣传海报	145
4.3.4 昂贵产品的宣传海报	146
4.3.5 节日促销类宣传海报	147
4.3.6 毛笔字体宣传海报	150
实战案例 制作女士夏装海报	152

4.4 字体排列——三段文字 ... 158

4.4.1 齐行型	159
4.4.2 居左型	160
4.4.3 居右型	161
4.4.4 居中型	162
4.4.5 自由型	163
实战案例 制作茶叶海报	164

4.5 字体的大小对比 ... 170

4.6 本章小结 ... 170

Chapter 05 把握海报设计中的

主题 171

5.1 精细化产品标题——选词

逻辑 172

5.1.1 根据产品选词 172

5.1.2 动手实践——产品选词 173

5.1.3 根据活动选词 174

5.1.4 动手实践——活动选词 175

5.1.5 根据发布时间选词 176

5.1.6 动手实践——根据发布时间选词 176

实战案例 | 手机宣传海报 178

5.2 精细化产品标题——标题

组合 182

5.2.1 关键词拆分 182

5.2.2 动手实践——使用关键词 182

5.2.3 关键词在标题位置对权重的影响 184

5.2.4 动手实践——关键词在标题中
位置的影响 185

5.2.5 标题中关键词空格的理解 186

5.2.6 动手实践——标题中使用空格 187

实战案例 | 制作时尚女装海报 189

5.3 精细化产品标题——排名

监控 193

5.3.1 动手实践——发布时间选词 193

实战案例 | 制作夏季女装海报 195

5.4 常见标题排列方式 199

5.4.1 掌握视觉焦点——平行式排版 199

5.4.2 动手实践——平行式排版 199

5.4.3 确定可视范围——纵列式排版 201

5.4.4 动手实践——纵列式排版 201

5.4.5 图片文字的一致——对称式排版 202

5.4.6 动手实践——对称式排版 203

实战案例 | 制作舒适女鞋海报 205

5.5 本章小结 210

Chapter 06 海报设计与营销

风格 211

6.1 最简单的病毒营销——暴力

视觉 212

6.1.1 病毒营销的概念 212

6.1.2 海报中的病毒营销——暴力视觉 212

6.1.3 动手实践——暴力视觉 213

实战案例 | 优惠促销海报 215

6.2 最实用的绿色营销——创意

视觉 222

6.2.1 绿色营销概念 222

6.2.2 海报中的绿色营销——创意视觉 222

6.2.3 动手实践——创意视觉 222

实战案例 | 电器产品海报 224

6.3 最完美的整合营销——写实

视觉 228

6.3.1 整合营销的概念 228

6.3.2 海报中的整合营销——写实视觉 228

6.3.3 动手实践——写实视觉 228

实战案例 | 汽车配件海报 230

6.4 本章小结 234

Chapter 07 优秀电商海报案例 235

7.1 设计服装网店推广海报 236

7.1.1 海报配色分析 236

7.1.2 海报层次分析 237

7.1.3 海报文案分析 237

7.1.4 制作步骤 238

7.1.5 案例扩展 242

7.2 设计图书网店推广海报 243

7.2.1 海报配色分析 243

7.2.2 海报层次分析 244

7.2.3 海报文案分析 244

7.2.4 制作步骤 245

7.2.5 案例扩展 249

7.3 设计红木家具网店推广

海报 249

7.3.1 海报配色分析 250

7.3.2 海报层次分析 251

7.3.3 海报文案分析 251

7.3.4 制作步骤 252

7.3.5 案例扩展 256

7.4 本章小结 256

01

Chapter

了解电商海报

海报这一名称，最早起源于上海。曾经上海人喜欢把职业性的戏剧演出称为“海”，而把从事职业性戏剧的表演称为“下海”。作为剧目演出信息，具有宣传性的招揽顾客用的张贴物，人们便把它叫作“海报”。

海报设计是视觉传达的表现形式之一，通过版面的构成在第一时间吸引人们的目光，并获得瞬间的刺激，这要求将图片、文字、色彩和空间等要素进行完美的结合，以恰当的形式向人们展示出宣传信息。

随着时代与科技的发展，人们不再满足于实体店消费带来的服务，从此网店涌入了消费者的视线，于是电商的营销手段成为了经营者不断突破的领域。随着电商的普及，也将海报从原本的实体化演变成了现在的虚拟化，目的是为了更加吸引消费者的注意。

1.1 认识电商海报

电商海报是目前进行电商宣传的一种方式, 电商可以通过海报将自己的产品以及产品的特点以一种视觉的方式传播给消费者。相反消费者可以通过电商海报宣传对产品进行简单的了解。

在进行电商海报设计制作之前首先要了解什么是电商海报。所谓的电商海报就是被用在网店等购物网站中, 起到宣传和导航作用的宣传广告。如图1-1所示即为某购物网站的一款促销海报。



图1-1

影响海报设计的因素很多, 首先来了解一下电商海报的结构。好的结构可以使海报主题突出, 目的明显, 如图1-2所示。相反, 结构不合理的海报会混淆客户视听, 破坏整个促销活动。



图1-2

从图1-2中可以看到,整个海报页面中大体分为产品图和文案两部分。编号1的位置放置着海报的产品图。而编号2~6的区域则是海报的文案区域。在文案的区域内含主标题、副标题、附加内容、装饰和正文。

TIPS

有些海报中只会有主标题、副标题和附加内容,这些内容会根据海报中要给浏览者提供的信息进行添加或者删减。但是不论如何添加或者删减都不会多于这些内容或者没有标题。

在对海报文案设计进行分段时需要注意以下两点。

- 1.段间距不要大于行间距。
- 2.上下左右也要有适当的留白。

设计中的留白也是很有讲究的。“高端”“大气”“上档次”是我们口头对设计的要求,可什么是“大气”呢?图1-3是某品牌的宣传海报,简单的产品图、简单的文案,留有很大的空白,简单明了又“大气”。可以说要想“大气”就要多留白。换一句话说,“大气”就是浪费,要敢于浪费更多的空间。



图1-3

1.2 电商海报结构

了解海报的结构有助于设计人员设计出具有视觉冲击力的作品。海报设计的结构通常都要遵循黄金比例分割。也可以使用三等分、对角线、三角形和金色螺线等布局方式。使用正确的布局方式可以使海报整体看上去更规范,获得更好的宣传效果。

TIPS

黄金比例分割是指把一条线段分割为两部分,使其中一部分与全长之比等于另一部分与这部分之比。其比值是一个无理数,近似值是0.618。

1.2.1 黄金比例分割构图

黄金比例分割构图符合大多数用户的审美标准,可以使得海报看起来更美观、更合理。而且在实际生活中,黄金分割也有很多的应用,例如最美的人体和最美的脸庞都是遵循黄金分割比例的。如图1-4所示为一张符合黄金分割比例的电商产品海报。

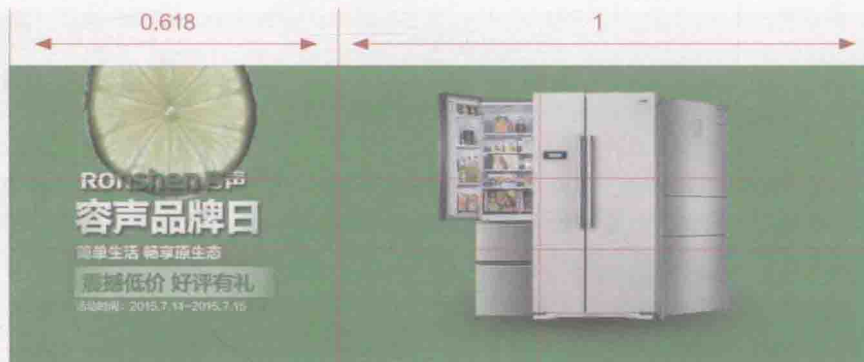


图1-4

案例分析

海报中文案和产品图分别位于两端。产品所占的位置与文案所占的位置的比大致为1:0.618,这恰恰是黄金分割的比例。整个海报虽然内容不多,但看起来丝毫没有空的感觉,反而给人设计紧凑、主题明确的感觉。

1.2.2 三等分构图

三分法构图是黄金分割的简化,其基本目的就是避免对称式构图。这种构图表现鲜明、简练。图上任意两条线的交点就是视觉的兴趣区域,这些兴趣点就是放置主题的最佳位置。这种构图适合多形态平行焦点的主体,如图1-5所示。



图1-5

案例分析

这是一款宣传女性产品的海报,使用三等分原理将所要宣传的产品分别置于三等分线的两条线的焦点位置。这样的位置摆放更容易吸引浏览者的视线,是一个不错的设计。

TIPS

三等分的构图方式是黄金分割构图的衍生,设计师除了集中摆放产品外,也可以将海报的主要内容放置在线条两两相交的位置。

1.2.3 对角线构图

对角线构图也是利用黄金分割法的一种构图方法。对角线构图与三等分构图类似,利用倾斜的四条线将视觉中心引向任意两条线相交的交点,即视觉的兴趣区域所在点,如图1-6所示的电商促销海报就采用了对角线构图。



图1-6

案例分析

本海报是一款宣传电子产品的海报。海报中使用了明亮的黄色,并将宣传产品摆放在对角分割线的焦点位置,即浏览者视觉兴趣点所在的区域。同时将宣传文案放置在页面的另一个焦点位置,简单且明确。这样的构图更有助于吸引浏览者的视线。

1.2.4 三角形构图

这种构图是以三个视觉中心为对象的主要位置,有时也会以三点成面的几何构成来安排对象,形成一个稳定的三角形。这种三角形可以是正三角,也可以是斜三角或倒三角。其中斜三角较为常用,也较为灵活。三角形构图具有安定、均衡但不失灵活的特点,如图1-7所示。



图1-7

案例分析

在本海报中使用的是三角形构图方案，将主要产品图与文案标题置于三角形的顶点与边的部位，此位置是视觉兴奋的位置，可以吸引浏览者的视线，可以起到更好的宣传作用。

1.2.5 金色螺旋线构图

这种辅助线被称为“黄金螺旋线”，通过在螺旋线周围安排对象，引导观者的视线走向画面的兴趣中心。图片的主体作为起点，就是黄金螺旋线绕得最紧的那一端。这种类型的构图通过那条无形的螺旋线条，会吸引观察者的视线，创造出一个更为对称的视觉线条和更为引人注目的视觉体验，如图1-8所示。



图1-8

案例分析

在本海报中采用了金色螺旋线构图方式，将产品宣传文案摆放至螺旋线的路径上，将产品图放置在螺旋形的结束位置，可以顺利地逐步吸引浏览者的注意力，引导浏览者浏览并购买产品。

TIPS

金色螺旋线具有很强的动态感，比较适合应用于具有运动感的设计。例如运动产品宣传海报和汽车宣传海报。

1.3 电商海报的分类

优秀的电商海报可以通过吸引浏览者的注意，达到增加店铺销售业绩的作用。

无论海报在店铺的任何位置，其最主要的目的都是为了激发顾客的购买欲望，最终达成交易。所以无论何种类型产品的海报，都具有大致相同的组成内容。



图1-9

如图1-9所示的海报中左面是文案，右面放置了商品图，粗大的主题文字与较为纤细的说明文字整齐排列。为了使整个设计更加紧凑，使用了一个线框将所有文案内容组合成了一体。高清显示的产品给浏览者带来很强的视觉冲击力，使浏览者在了解海报主题的同时，也对产品产生了浓厚的兴趣。整个设计神秘又不失优雅，体现出了高端手表产品的品位和价值。这也是为海报加分的重要因素。

作为一个合格的设计师，面对任何一种产品时，都要遵循设计原理，设计出符合大众审美的海报作品。接下来针对网店中常见的几种产品分类进行逐一分析。

1.3.1 食品类

食品类海报主要向客户传递美味可口的感觉，但随着人们对于健康养生的理念日益增强，开始转向关心产品是否纯天然、是否健康等方向。所以除了使用传统的设计方法外，也要尝试从健康、环保等角度设计作品，向浏览者传达放心食用的理念。如图1-10所示为一种休闲食品的宣传海报。



图1-10

案例分析

这是一款食品类的海报，设计师大胆地使用了产品原料作为主要的产品图，向浏览者传达健康的

主题,展现产品的纯天然性。同时使用了具有香甜口感的淡黄色作为背景色,更加刺激浏览者的味蕾,促进购买。

不足的地方在于整个海报中没有产品的图片,会误导浏览者,错过最佳的销售时机。

1.3.2 婴幼儿类

在制作此类产品的海报时,通常会使用可爱的婴儿照片作为主图,文案则会使用主题明确的编排方式,向浏览者传达放心、健康和舒适的理念,海报整体设计多使用柔和背景,以符合婴幼儿纯洁、天真的特点,如图1-11所示。



图1-11

案例分析

这款海报以儿童的图片作为主图,将宣传的对象面对婴幼儿市场。海报展示了一个健康可爱的婴儿,会刺激相关人员的爱心,从而引起共鸣,促进消费。设计师在设计此类产品海报时,首先想到的就是婴幼儿的特点,天真、懵懂、可爱等。文案的编写要直截了当,不要做过多的修饰。

1.3.3 服装类

服装类电商海报是目前比较常见的海报之一,由于面对的人群比较多,所以设计人员可以根据不同对象在海报设计中使用不同的色彩。比如男士服装要使用深色的色调,如深蓝色,可以彰显男士沉稳的性格。女士服装要使用严厉的色调,如粉色、绿色,可以展现出女性的美感。儿童服装可以采用黄色或者粉色等,突出纯真的童心。如图1-12所示就是一幅服装类海报。



图1-12

案例分析

本海报宣传的是运动系列的服装,主图内容主题明确,一目了然。标题文字创意十足,吸引浏览者的注意。黄色背景的使用动感十足,给人一种活力四射的感觉,与绿色、红色和粉色的产品图搭配,更体现出运动的活力。

不足的地方就是产品图过于分散,标题内容层次不明确,排列过于混乱。

1.3.4 家居类

家居产品类海报也是比较常见的，此类海报不宜设计得过于复杂，简单明了，将宣传主题清楚表达即可。即使设计得再花哨，不需要的就是不需要。家居产品的海报中常常使用蓝色与绿色作为背景，向浏览者传达整洁、清爽的感觉。家居类产品海报的主要宣传主题为节能、环保、健康，如图1-13所示。



图1-13

案例分析

在本海报的画面中，所宣传的产品为冰箱和榨汁机等家用电器，将背景颜色设置为蓝色，为体现出产品的健康配有云朵和树叶等自然元素，给人一种比较清新健康的感觉。

不足之处在于海报中标题的颜色和背景颜色同为冷色，反差较小，不易引起浏览者的注意。

1.3.5 数码产品类

数码产品类的宣传海报给人一种比较神秘、高科技的感受，所以背景颜色要选择比较稳重、神秘的颜色，如蓝紫色、黑色等。文案与产品图的搭配上要比其他产品的海报整齐，这样才可以给人一种较为严肃的感觉，才可以体现出产品的品质，如图1-14所示。



图1-14