

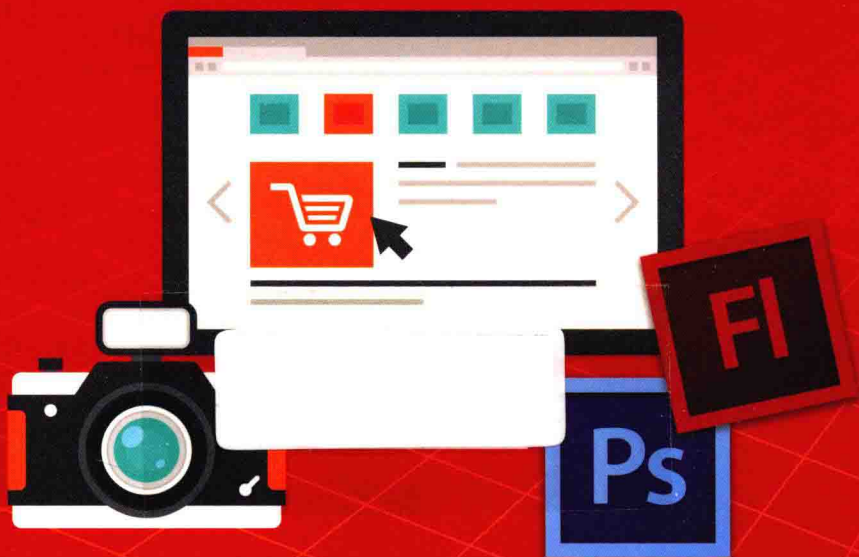


网店美工的案头秘籍

网店视觉法宝

全彩

曹培强 胡渤 张希 等著



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

网店视觉 法宝



曹培强 胡渤 张希 等著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书以设计理论和实例相结合的方式逐步体现装修在网店中的重要性。根据网店视觉设计中所应了解的各个知识点,精心设计了多个商品视觉及网店装修的相关实例,其中包含用宝贝图像吸引买家的设计方法、宝贝配色和图像调色、店铺配色及网店装修等各个方面的综合实例。本书由一线网店装修教师和网店店主编写,循序渐进地讲解了网上店铺装修时所需要的全部知识。

全书共分6个章节,依次讲解了吸引买家的价格、吸引买家的商品特色、吸引买家的色彩、吸引买家的布局、网店中可装修模块的设计、店铺装修实战与推广等内容。

本书采用案例教程结合理论的编写形式,兼具技术手册和应用技巧参考手册的特点,技术实用,讲解清晰,不仅可以作为初次开店想自己装修店铺的初级和中级读者的学习用书,而且可以作为大中专院校相关专业及电子商务方面培训班的教材。

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

网店视觉法宝 / 曹培强等著. —北京: 电子工业出版社, 2016.7

ISBN 978-7-121-26467-2

I. ①网… II. ①曹… III. ①电子商务—网站—设计 IV. ①F713.36②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 142303 号

责任编辑: 徐津平

印 刷: 北京市大天乐投资管理有限公司

装 订: 北京市大天乐投资管理有限公司

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: 787×980 1/16 印张: 15.25 字数: 364 千字

版 次: 2016 年 7 月第 1 版

印 次: 2016 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 69.00 元

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, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: 010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

目录

第 1 章 吸引买家的价格	1
1.1 在价格中吸引人之折扣	2
1.1.1 总是低于整数的小数价格	3
1.1.2 主导优惠的错觉折价	3
1.1.3 时间优惠的折价方案	4
1.1.4 用限时折扣吸引买家的连带销售	4
1.1.5 吸引眼球的直观打折	5
1.1.6 降价折扣图片的制作	5
1.2 在价格中吸引人之奖品攻略	9
1.2.1 买一送一	9
1.2.2 百分之百中奖	10
1.2.3 箱箱有礼	11
1.2.4 收藏有礼	11
1.2.5 积分换礼品	12
1.2.6 生日送蛋糕	13
1.2.7 奖品攻略图片的制作	13
1.3 在价格中吸引人之变相折扣	17
1.3.1 抹零化整的变相折扣	17
1.3.2 多买多送的变相折扣	17
1.3.3 加量不加价的变相折扣	18

1.3.4	组合销售的变相折扣	19
1.3.5	变相折扣图片的制作	20
1.4	在价格中吸引人之熟人买卖	24
1.4.1	再次购买本店商品可以享受打折优惠	24
1.4.2	会员区间价格	25
1.4.3	累计返现	25
1.4.4	会员优惠图片的制作	26

第2章 吸引买家的商品特色31

2.1	通过商品功能吸引买家	32
2.1.1	直接描述商品的功能	32
2.1.2	通过图片对比凸显商品的功能	33
2.2	通过商品特色吸引买家	34
2.2.1	用特色店招来吸引买家	34
2.2.2	用商品本身的特点吸引买家	34
2.2.3	通过宝贝描述来吸引买家	35
2.3	通过凸显商品自身吸引买家	35
2.3.1	虚实对比凸显商品	36
2.3.2	大小对比凸显商品	36
2.3.3	通过调整背景细节凸显商品	37
2.4	通过添加图片标签吸引买家	37
2.4.1	添加打折或限价标签	38
2.4.2	添加限时购标签	39
2.4.3	添加新品以及正品保证标签	39
2.4.4	添加精品标签	40
2.5	通过添加情趣对话吸引买家	44
2.6	通过对商品图片进行后期美化吸引买家	47
2.6.1	修正拍歪的图片	48
2.6.2	修正拍照时产生的晕影	50
2.6.3	修正曝光不足的照片	52

2.6.4	消除照片中的瑕疵	54
2.6.5	替换背景	56
2.6.6	改变商品色调吸引买家	57
2.6.7	改变商品清晰度吸引买家	58

第3章 吸引买家的色彩.....59

3.1	认识网店色彩	60
3.2	色彩原理	61
3.3	色彩理论	63
3.3.1	色彩与视觉原理	63
3.3.2	色彩分类	65
3.3.3	色彩三要素	68
3.4	色彩颜色管理	71
3.4.1	识别色域范围外的颜色	72
3.4.2	色彩模式	73
3.4.3	色彩模式转换	77
3.4.4	调整颜色建议	78
3.5	网页安全色	78
3.6	网店配色	80
3.6.1	自定义页面的主色与辅助色	80
3.6.2	网店色调与配色	81
3.6.3	色彩推移	98
3.6.4	色彩采集	100
3.7	色彩与网店页面	101
3.7.1	色彩对比	101
3.7.2	色彩调和	109
3.8	网店页面色彩分类	109
3.8.1	静态与动态色彩	109
3.8.2	强调色彩	110

第4章 吸引买家的布局..... 111

4.1 网店栏目和页面设计策划	113
4.1.1 策划在制作之前的作用	113
4.1.2 网店栏目策划	113
4.1.3 网店的页面策划	116
4.2 网店布局的基本元素	118
4.2.1 店招	118
4.2.2 促销广告	119
4.2.3 宝贝分类	120
4.2.4 联系方式	121
4.2.5 店铺收藏	121
4.2.6 店铺公告	122
4.2.7 宝贝展示	123
4.2.8 宝贝排行	124
4.2.9 宝贝描述	124
4.3 版面布局设计	125
4.3.1 版面布局原则	126
4.3.2 网店页面内容的排版	128
4.4 为商品图片制作统一边框	128
4.4.1 用边缘色彩添加边框	129
4.4.2 调整图片背景边缘	131
4.4.3 统一边框样式	132
4.4.4 商品图片边框的制作	135
4.5 基本构图与商品摆放	137
4.5.1 横式构图	137
4.5.2 竖式构图	138
4.5.3 斜式构图	138
4.5.4 黄金分割法构图	139
4.5.5 对称式构图	139
4.5.6 其他形式的构图	140

第 5 章 网店中可装修模块的设计	142
5.1 店标设计与制作	143
5.2 店招设计与制作	148
5.3 宝贝分类设计与制作	152
5.3.1 宝贝分类设计	152
5.3.2 子宝贝分类设计	158
5.4 右侧自定义促销区设计与制作	161
5.5 左侧自定义促销区设计与制作	165
5.6 店铺收藏图片与联系我们图片设计与制作	168
5.6.1 店铺收藏图片设计与制作	169
5.6.2 联系我们图片设计与制作	170
5.7 焦点图图片设计与制作	172
5.7.1 焦点图 1	172
5.7.2 焦点图 2	174
第 6 章 店铺装修实战与推广	178
6.1 改变店铺名称	179
6.2 替换店标	180
6.3 统一店铺的样式	183
6.4 更换店招	184
6.5 通栏店招的使用	188
6.6 焦点图的应用	190
6.7 自定义广告的应用	196
6.8 宝贝分类的应用	203
6.8.1 应用宝贝分类	203
6.8.2 应用子宝贝分类	207



6.9	店铺收藏的应用	210
6.9.1	获取店铺收藏的代码	210
6.9.2	店铺收藏的应用	212
6.10	联系我们的应用	216
6.10.1	为制作的图片创建切片并导出网页	217
6.10.2	在 Dreamweaver 中生成代码	218
6.10.3	在旺遍天下中获取代码	219
6.10.4	在 Dreamweaver 中应用代码并替换图片的代码	220
6.10.5	联系我们的应用	222
6.11	手机淘宝的店招应用	224
6.12	店铺推广	227
6.12.1	线下推广	228
6.12.2	线上推广	229

第 1 章

吸引买家的价格

本章重点：

- 在价格中吸引人折扣
- 在价格中吸引人奖品攻略
- 在价格中吸引人变相折扣
- 在价格中吸引人熟人买卖

本章的重点是对网店销售中商品的价格进行详细地剖析，同样的商品、同样的宣传口号、同样的服务，两家店如果在同一个平台进行较量的话，可以快速让买家进行“秒杀”的就只剩下价格了。在卖家不会赔钱的基础上，与原价相差不是很多，或只是在原有价格上的轻微折扣，在图片中的视觉和买家心理上就会起到一个绝对的主导作用，这就是价格的魅力，将价格直接以视觉的方式加在商品图片中就会起到推波助澜的作用，如图 1-1 所示。



图 1-1 价格促销

1.1 在价格中吸引人之折扣

网店中宣传得再好的商品，如果和价格脱离的话，最后的结果也不会很出色，因为买家虽然会被所宣传产品的功能或特点吸引，对商品产生一些兴趣，但由于没有吸引买家的折扣作为卖点，最后买家会选择“查看其他店铺中同类商品”的操作。如何将买家直接留在本店并且做出购买的选择，至关重要的就是商品广告中的价格折扣。很多人买东西都是一时的冲动，冷静下来后会拒绝购买，让顾客在购买欲最强烈的时候完成交易才是店家最想要的。价格促销在店铺中是一把“双刃剑”，有时会为店家带来更多的利润，但有时也会给店家带来许多的无奈，所以在折扣上做文章绝对是一件需要技巧的事情。

1.1.1 总是低于整数的小数价格

给浏览网店的顾客造成一个视觉错误，从而将商品轻松售出是一个非常有效的方案。例如将卖 10 元的商品定价为 9.9 元，此时在视觉和买家心理上都会起到一个不小的冲击，在商品销售上也会起到推动的作用，因为在买家的心理上都会有一个共识，就是 9.9 元比 10 元少，甚至会有买家觉得这个商品不到 10 元，很超值。如图 1-2 所示的效果为整数和低于整数的小数的价格促销，从中不难看出更具有吸引力的图片是小数价格，虽然每个商品少赚了 1 角钱，但是多卖出的商品绝对会比整数价格时得到的利润大很多。



图 1-2 整数价格与低于整数价格的对比



提示

在对商品照片进行价格编辑时，应该避开商品的第一视觉，让买家先看到商品的品牌，然后再看到商品的促销价格，这样的好处是可以让买家在心理上产生对当前品牌商品的价格接受度，从而达到成交的目的。

1.1.2 主导优惠的错觉折价

错觉折价可以更直观地体现出本商品的价值，例如花 100 元买 140 元的商品，在广告式的价格促销中让买家看到优惠所在，虽然等同于打 6 折，但从侧面给买家的印象却是本商品不是打折货物而是正品。错觉折价实际上也是一种打折的促销模式，但是给大家的印象却是一种非常实惠的省钱方案，如图 1-3 所示为直接标注价格和错觉折价价格的对比，从中我们不难看出哪个更有竞争力。



图 1-3 直接价格与错觉折价的对比

1.1.3 时间优惠的折价方案

所谓时间优惠的折价方案，就是商品的价格随着时间的推移出现阶梯式的变化。比如：新品上架第一天按 5 折销售，第二天 6 折，第三天 7 折，第四天 8 折，第五天 9 折，第六天原价销售。这样给顾客造成一种时间上的紧迫感，越早买越划算，减少买家的犹豫时间，促使他们“冲动购物”。当然时间优惠的折价方式有很多，店家可以根据自己的实际情况来设定，宗旨就是既吸引客户又不会让店里亏本。

如果网店经营的是时令商品，保质期较短，我们还可以采用一种逆向式的阶梯折价方案。有一则国外的真实案例，有一家蛋糕店的老板，对当天卖不完的蛋糕在第二天做了打折，只要原价的一半，第二天基本上就将蛋糕卖完了。当美国爱德华法宁的商人知道了这个事情以后，有了灵感，提出了这样的一个自动降价促销方案：“销售初期 1~5 天全价销售，5~10 天降价 25%，10~15 天降价 50%，15~20 天降价 75%”。

这个方案内的降价幅度对于不同的行业可以指定不同的标准，对时间限制较严格的商品可以加大商品的折扣力度，反之则拉长降价区间。

对于时令性商品，特别是容易过期或者过时的商品，如果商家不及时处理，那么商品就会成为废品。废品是没有价值的，与其浪费生产成本，还不如获取尽可能多的利润。

1.1.4 用限时折扣吸引买家的连带销售

用限时折扣吸引买家的连带销售，主要是指打出“本店商品在早上 8:00 至 8:10 之间部分商品 2 折销售”之类广告，从时间上对买家进行约束，让买家将浏览的目光聚集在本店中。买家无论来得早或晚，都会对本店的商品进行查看，做到心中有数，这样买家脑海中无形中会留下一些商品的痕迹，知道店铺中商品的特色，从而可以促成后期的交易，如图 1-4 所示为商

品的限时折扣宣传广告。



图 1-4 限时折扣吸引买家

1.1.5 吸引眼球的直观打折

直观打折无论是在实体店还是网店，都是使用最频繁的一种价格促销方式，该方案可以对浏览的买家直接进行折扣刺激，在激发购买冲动的同时完成交易，以此来达到增加网店营业额的目的。比如直接在商品照片上加上“3折”或者“降价后再3折”这样的促销文字，在销售中绝对可以吸引买家的眼球，让买家来“秒杀”，如图1-5所示。



图 1-5 直观打折

1.1.6 降价折扣图片的制作

降价折扣比直接折扣更具竞争力，本节以男士服装作为样板制作一个降价折扣的图片宣传广告，具体操作如下。



操作步骤

1. 启动 Photoshop，打开一张男装照片，如图 1-6 所示。此时发现当前的照片有一些发暗，需要将其调整得亮一点，这时我们可以使用“色阶”工具对其进行调整。

2. 执行菜单中“图片/调整/色阶”命令，打开“色阶”对话框，其中的参数值设置如图 1-7 所示。



图 1-6 男装素材



图 1-7 “色阶”对话框

3. 设置完毕单击“确定”按钮，效果如图 1-8 所示。此时照片已经变亮。



图 1-8 调整后

4. 下面进行折扣宣传文字的制作，使用 **T**（横排文字工具）在图片的右面键入文字，选择其中的关键数字，将其设置为红色，并调整大小，如图 1-9 所示。

5. 新建一个图层，在文字下面绘制一个红色矩形，如图 1-10 所示。

6. 执行菜单中“图层/图层样式/描边和投影”命令，分别打开“投影”面板和“描边”面

板, 其中的参数值设置如图 1-11 所示。



图 1-9 键入文字



图 1-10 绘制矩形



图 1-11 图层样式

7. 设置完毕单击“确定”按钮, 效果如图 1-12 所示。
8. 使用文字工具在红色矩形上键入白色文字, 如图 1-13 所示。



图 1-12 添加样式



图 1-13 键入文字

9. 选择  (画笔工具) 按 F5 键打开“画笔”面板, 其中的参数值设置如图 1-14 所示。



提示

使用画笔工具绘制虚线时, 最主要的设置就是“画笔”面板中的“间距”选项。

10. 按住 Shift 键在两组文字之间绘制水平白色虚线, 效果如图 1-15 所示。

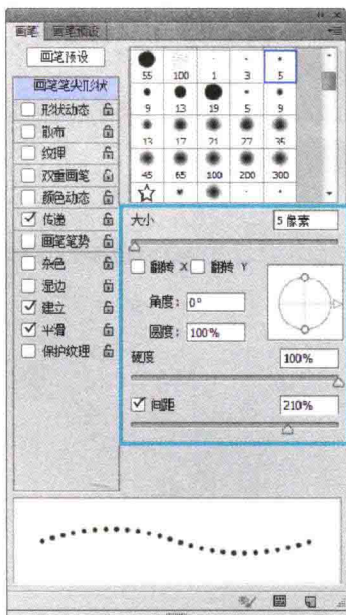


图 1-14 画笔面板



图 1-15 绘制虚线

11. 新建一个图层, 选择  (自定义形状工具), 在“属性”栏中的“形状拾色器”中选择“箭头”形状, 如图 1-16 所示。