

21 世纪高等院校**电子商务**规划教材

# 网店美工

## 实战教程

### 全彩微课版

蔡雪梅 黄彩娥 何明勇 ◎ 主编

顾凡 许耿 刘亚男 ◎ 副主编



看  
微  
课  
视  
频



二  
维  
码  
扫  
一  
扫

9 个典型的应用实例，40 个操作案例，全程详解，各类难题轻松解决

64 个高清微课视频，扫码即可观看，边学边做，快速上手

提供全书配套的素材、效果文件、教学课件等资源，便于实践和教学



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

21 世纪高等院校**电子商务**规划教材

# 网店美工

## 实战教程

### 全彩微课版

蔡雪梅 黄彩娥 何明勇 ◎ 主编

顾凡 许耿 刘亚男 ◎ 副主编



人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

网店美工实战教程：全彩微课版 / 蔡雪梅, 黄彩娥, 何明勇主编. — 北京：人民邮电出版社, 2017.5  
21世纪高等院校电子商务规划教材  
ISBN 978-7-115-44855-2

I. ①网… II. ①蔡… ②黄… ③何… III. ①电子商务—网站—设计—高等学校—教材 IV. ①F713.361.2  
②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第031481号

## 内 容 提 要

本书共分9章。第1章至第8章主要介绍网店美工的基础知识、商品图片的拍摄、商品图片的美化与修饰、店铺装修的基本设置、装修店铺首页的制作、商品详情页的制作、店铺推广的创意装修、图片的切片与管理。第9章为综合实例,通过婚纱店铺的装修,将前面所学知识进行总结,对店铺装修的设计思路、知识要点和操作步骤做了详细讲解。本书内容层层深入且实例丰富,为读者全方位地介绍网店中各个模块的装修方法,并对代码的操作进行简单的介绍,可有效地引导读者进行网店的设计与装修。

本书可作为高等院校网店美工专业相关课程的教材,也可供有志于或者正在从事网店美工相关工作的人员学习和参考。

---

◆ 主 编 蔡雪梅 黄彩娥 何明勇  
副 主 编 顾 凡 许 耿 刘亚男  
责任编辑 许金霞  
责任印制 杨林杰

◆ 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>  
北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16  
印张：13.5 2017年5月第1版  
字数：360千字 2017年5月北京第1次印刷

---

定价：59.80元

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

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号

网店美工是基于我国互联网行业的蓬勃发展而衍生的职业，它的工作职责是通过Photoshop CC等软件对图片进行处理，并根据网店产品的要求，制作不同效果的促销页面。随着网上购物的飞速发展，美工的责任也越来越大，只会使用Photoshop软件处理商品图片已经不能满足实际需要。美工要将自己当作一名营销人员，站在消费者的角度来考虑问题，通过在图片中添加文案，将产品的卖点、促销信息和品牌文化表达出来。对于美工来说，文案的编写、颜色的搭配、图片的美化，缺一不可，因为这直接影响着消费者对网店的直观认知及对商品的购买意向。

本书从网店美工的基础知识入手，通过介绍网店页面的设计与制作方法，培养并提高读者的页面设计能力，帮助读者更好地胜任美工这一岗位。

本书共有9章内容，第1章至第8章为基础知识，第9章为综合实例。各章的具体内容和学习目标如表0-1所示。

表0-1 全书内容和学习目标

章	主要学习内容	学习目标
第1章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.网店美工色彩搭配技巧</li> <li>2.页面中的文字设计</li> <li>3.网店美工文案策划</li> <li>4.网店页面的布局</li> </ol>	掌握网店美工的基础知识，了解色彩搭配和文字设计的方法
第2章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.商品拍摄的基础知识</li> <li>2.拍摄环境与布光</li> <li>3.不同材质的拍摄方式</li> <li>4.商品拍摄的基本构图</li> </ol>	学会商品图片的拍摄方法，掌握构建拍摄环境与布光的方法，并了解不同材质的拍摄方式
第3章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.商品图片的大小调整与调色</li> <li>2.商品图片的组合</li> <li>3.商品图片的特殊处理与修饰</li> <li>4.模特图片的处理</li> </ol>	掌握商品图片的处理方法，主要包括大小、调色的处理以及各种特殊处理的方法
第4章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Logo、店标、背景的制作方法</li> <li>2.模块的管理与设置</li> </ol>	掌握Logo、店标、背景的制作技巧以及模块的管理与设置方法
第5章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.店招、导航条、轮播模块的制作方法</li> <li>2.商品分类模块、页尾的制作方法</li> </ol>	掌握首页的制作方法，并了解首页中的店招、导航条、轮播模块、分类引导模块、页尾的制作方法
第6章	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.详情页模块的设置</li> <li>2.宝贝描述的设计与制作</li> </ol>	了解宝贝描述的制作方法，并掌握其中的焦点图、商品信息描述图等内容的制作

章	主要学习内容	学习目标
第7章	1.主图、智钻图、直通车图的制作方法 2.二维码和视频的制作方法	掌握主图、智钻图和直通车图的设计方法,并了解二维码视频的制作
第8章	1.图片的切片与优化 2.图片空间	掌握图片切片和将图片上传到图片空间的方法
第9章	1.婚纱店铺首页的制作 2.婚纱详情页的制作	了解婚纱店铺首页和婚纱详情页的设计与制作方法

本书的内容主要有以下特点。

### 1. 知识系统, 结构合理

本书针对网店美工岗位,从网店美工认知入手,一步步深入地介绍网店美工所涉及的知识,由浅入深,层层深入。与此同时,本书按照“知识讲解+应用实例+疑难解答+实战训练”的方式进行讲解,让读者在学习基础知识的同时,同步进行实战练习,从而加强对知识的理解与运用能力。

### 2. 案例丰富, 实战性强

本书知识讲解与实例操作同步进行,结合真实的网店需求进行设计,案例丰富、实用,读者可以借鉴书中的案例进行设计,也可以在其基础上进行扩展练习,具有很强的可读性和可操作性。

### 3. 教学资源丰富

书中的“经验之谈”小栏目是与网店美工相关的经验、技巧与提示,能帮助读者更好地梳理知识;“新手练兵”小栏目给出了练习的任务,方便读者对知识进行巩固练习。此外,可通过扫描二维码的方式观看与实例配套的微课视频。同时,相关的素材和效果文件可登录人邮教育社区(www.ryjiaoyu.com)下载。

本书由蔡雪梅、黄彩娥、何明勇担任主编,顾凡、许耿、刘亚男担任副主编。蔡雪梅编写第1章,黄彩娥编写第2章和第3章,何明勇编写第5章、第6章,顾凡编写第4章、第7章,许耿编写第8章,刘亚男编写第9章。由于时间仓促和作者水平有限,书中难免存在不足之处,欢迎广大读者批评指正。

编者

2016年11月

# 目录

CONTENTS

## 第01章 网店美工的基础知识 ..... 1

- 1.1 什么是网店美工 ..... 2
  - 1.1.1 网店美工的定義 ..... 2
  - 1.1.2 网店美工的工作范畴 ..... 2
  - 1.1.3 网店美工的技术要求 ..... 3
  - 1.1.4 店铺装修应遵循的基本原则 ..... 3
  - 1.1.5 网店美工需要掌握的图像知识 ..... 3
  - 1.1.6 网店美工需要注意的问题 ..... 4
- 1.2 网店美工色彩搭配技巧 ..... 5
  - 1.2.1 色彩的原理 ..... 5
  - 1.2.2 色彩的分类 ..... 5
  - 1.2.3 色彩的属性 ..... 6
  - 1.2.4 色调对比 ..... 7
  - 1.2.5 色彩的搭配 ..... 8
- 1.3 页面中的文字设计 ..... 9
  - 1.3.1 文字的分类 ..... 10
  - 1.3.2 文字在网店中的运用 ..... 10
- 1.4 网店美工文案策划 ..... 12
  - 1.4.1 文案在美工中的重要性 ..... 12
  - 1.4.2 文案的策划 ..... 12
  - 1.4.3 文案的前期准备 ..... 13
  - 1.4.4 文案的写作要点 ..... 13
- 1.5 网店页面的布局 ..... 15
  - 1.5.1 首页布局 ..... 15
  - 1.5.2 详情页布局 ..... 16
- 1.6 应用实例——淘宝网店的色彩与布局鉴赏 ..... 18
- 1.7 疑难解答 ..... 21
- 1.8 实战训练 ..... 21

## 第02章 商品图片的拍摄 ..... 22

- 2.1 商品拍摄的基础知识 ..... 23
  - 2.1.1 数码单反相机的选择 ..... 23
  - 2.1.2 相机的使用 ..... 24
  - 2.1.3 辅助摄影器材 ..... 25
  - 2.1.4 商品的清洁与摆放 ..... 26
- 2.2 拍摄环境与布光 ..... 27
  - 2.2.1 构建拍摄环境 ..... 27
  - 2.2.2 常见布光方式 ..... 28
- 2.3 不同材质的拍摄方式 ..... 28
  - 2.3.1 吸光类商品拍摄 ..... 29
  - 2.3.2 反光类商品拍摄 ..... 29
  - 2.3.3 透明类商品拍摄 ..... 30
- 2.4 商品拍摄的基本构图 ..... 31
  - 2.4.1 横线构图 ..... 31
  - 2.4.2 竖线构图 ..... 31
  - 2.4.3 斜线构图 ..... 32
  - 2.4.4 黄金分割法构图 ..... 32
  - 2.4.5 其他构图 ..... 33
- 2.5 应用实例——制作摄影棚并进行拍照 ..... 33
- 2.6 疑难解答 ..... 36
- 2.7 实战训练 ..... 36

## 第03章 商品图片的美化与修饰 ..... 37

- 3.1 商品图片大小调整 ..... 38
  - 3.1.1 网店图片的常见尺寸 ..... 38
  - 3.1.2 修改图片尺寸 ..... 38

3.1.3 变换商品图片 .....	38
3.1.4 裁剪商品图片 .....	39
3.1.5 校正倾斜的图片 .....	40
<b>3.2 商品图片的调色 .....</b>	<b>41</b>
3.2.1 调整图片亮度和对比度 .....	42
3.2.2 调整图片曝光度 .....	42
3.2.3 调整图片色阶 .....	43
3.2.4 调整图片曲线 .....	43
3.2.5 调整图片色相/饱和度 .....	44
<b>3.3 商品图片的组合 .....</b>	<b>44</b>
3.3.1 抠取商品图片 .....	45
3.3.2 为商品图片添加文字 .....	50
3.3.3 添加形状 .....	53
<b>3.4 商品图片的特殊处理 .....</b>	<b>55</b>
3.4.1 设置图层混合模式 .....	55
3.4.2 设置图层样式 .....	55
3.4.3 添加滤镜特效 .....	56
<b>3.5 商品图片的修饰 .....</b>	<b>58</b>
3.5.1 污点修复画笔工具组 .....	58
3.5.2 图章工具组 .....	59
3.5.3 模糊工具组 .....	60
3.5.4 减淡工具组 .....	61
3.5.5 橡皮擦工具组 .....	62
<b>3.6 模特图片的处理 .....</b>	<b>62</b>
3.6.1 模特皮肤的处理 .....	62
3.6.2 模特身型的处理 .....	64
<b>3.7 应用实例——制作高点击率的户外 旅行包促销图 .....</b>	<b>66</b>
<b>3.8 疑难解答 .....</b>	<b>69</b>
<b>3.9 实战训练 .....</b>	<b>70</b>

## 第04章 店铺装修的基本设置 ..... 71

<b>4.1 Logo的制作 .....</b>	<b>72</b>
4.1.1 Logo的定义 .....	72
4.1.2 Logo的分类 .....	72
4.1.3 Logo的设计与制作 .....	73
4.1.4 将Logo添加到图片中 .....	74
<b>4.2 店标的制作 .....</b>	<b>75</b>

4.2.1 店标的设计原则 .....	75
4.2.2 制作静态店标 .....	75
4.2.3 制作动态店标 .....	76
4.2.4 店标的上传 .....	77

## 4.3 背景的制作 ..... 78

4.3.1 背景的设计要求 .....	78
4.3.2 制作页面背景图 .....	78
4.3.3 上传背景图片 .....	80

## 4.4 模板的管理 ..... 80

4.4.1 模板的变换 .....	81
4.4.2 模板的备份与还原 .....	81

## 4.5 模块的设置 ..... 82

4.5.1 认识基础模块 .....	82
4.5.2 模块的添加、删除和编辑 .....	84

## 4.6 应用实例——制作并添加优质男装店标 ..... 85

## 4.7 疑难解答 ..... 88

## 4.8 实战训练 ..... 89

## 第05章 装修店铺首页的制作 ..... 90

### 5.1 店招的制作 ..... 91

5.1.1 店招的设计原则与要求 .....	91
5.1.2 制作常规店招 .....	92
5.1.3 制作通栏店招 .....	93
5.1.4 上传通栏店招 .....	95

### 5.2 导航条的设置 ..... 95

5.2.1 在导航条中添加分类 .....	96
5.2.2 自定义导航条页面 .....	96
5.2.3 管理导航条内容 .....	96

### 5.3 轮播模块的制作 ..... 97

5.3.1 轮播图片的尺寸要求 .....	97
5.3.2 轮播图片的视觉要点 .....	97
5.3.3 制作轮播图片 .....	99
5.3.4 上传轮播图片 .....	101

### 5.4 分类引导模块的制作 ..... 102

5.4.1 制作分类引导模块 .....	102
5.4.2 上传分类引导模块 .....	103

### 5.5 宝贝陈列展示区的制作 ..... 104

5.5.1 制作宝贝陈列展示图 .....	105
-----------------------	-----

5.5.2	上传宝贝陈列展示图	107
<b>5.6</b>	<b>页尾模块的制作</b>	<b>108</b>
5.6.1	页尾的设计要点	108
5.6.2	制作并装修页尾	109
<b>5.7</b>	<b>应用实例</b>	<b>110</b>
5.7.1	制作淑女装店招	110
5.7.2	制作休闲鞋新品促销海报	113
<b>5.8</b>	<b>疑难解答</b>	<b>115</b>
<b>5.9</b>	<b>实战训练</b>	<b>116</b>

## 第06章 商品详情页的制作 ..... 117

<b>6.1</b>	<b>详情页设计要点</b>	<b>118</b>
6.1.1	引发顾客兴趣	118
6.1.2	激发潜在需求	118
6.1.3	从信任到信赖	119
6.1.4	促进顾客做出决定	119
<b>6.2</b>	<b>详情页模块的设置</b>	<b>119</b>
6.2.1	搜索模块	120
6.2.2	宝贝推荐模块	120
6.2.3	宝贝排行榜模块	121
6.2.4	客服中心的设置	121
<b>6.3</b>	<b>详情页中的宝贝描述设计</b>	<b>125</b>
6.3.1	宝贝描述的设计思路与前期准备	125
6.3.2	宝贝描述遵循的原则	125
6.3.3	宝贝描述主要包含的内容	126
<b>6.4</b>	<b>详情页中宝贝描述的制作</b>	<b>127</b>
6.4.1	制作焦点图	127
6.4.2	制作商品信息描述图	130
6.4.3	制作商品卖点图	132
6.4.4	制作快递与售后图	134
<b>6.5</b>	<b>应用实例——制作棉袜描述</b>	<b>135</b>
<b>6.6</b>	<b>疑难解答</b>	<b>139</b>
<b>6.7</b>	<b>实战训练</b>	<b>139</b>

## 第07章 店铺推广的创意装修 ..... 140

7.1	主图的制作	141
-----	-------	-----

7.1.1	主图的要求	141
7.1.2	主图的设计要点	141
7.1.3	制作并上传主图	142

## 7.2 智钻图的制作 ..... 144

7.2.1	智钻的定义和作用	144
7.2.2	智钻的设计要求	145
7.2.3	制作智钻图	146

## 7.3 直通车图的制作 ..... 148

7.3.1	直通车的目的和策略	148
7.3.2	直通车投放的位置	148
7.3.3	直通车投放需要注意的因素	149
7.3.4	制作直通车图	149

## 7.4 二维码的制作 ..... 151

7.4.1	二维码的应用	151
7.4.2	二维码的创建	152

## 7.5 视频的制作 ..... 153

7.5.1	视频的拍摄	153
7.5.2	淘宝视频的基本知识	156
7.5.3	制作视频	156

## 7.6 应用实例 ..... 158

7.6.1	制作棉衣主图	158
7.6.2	制作坚果智钻图	160

## 7.7 疑难解答 ..... 163

## 7.8 实战训练 ..... 163

## 第08章 图片的切片与管理 ..... 164

### 8.1 图片的切片与优化 ..... 165

8.1.1	图片的切片	165
8.1.2	切片的优化和保存	167

### 8.2 图片空间 ..... 168

8.2.1	图片空间的介绍	169
8.2.2	图片空间的功能	170
8.2.3	图片空间的管理	173

### 8.3 应用实例——切片宝贝展示图

并上传到图片空间	175
----------	-----

### 8.4 疑难解答 ..... 177

### 8.5 实战训练 ..... 178



## 第09章 综合实例——婚纱店铺 装修..... 179

9.1 制作婚纱店铺首页.....	180
9.1.1 设计思路.....	182
9.1.2 知识要点.....	182
9.1.3 操作步骤.....	182

9.2 制作婚纱宝贝详情页.....	194
9.2.1 设计思路.....	197
9.2.2 知识要点.....	197
9.2.3 操作步骤.....	197
9.3 疑难解答.....	208
9.4 实战训练.....	208

CHAPTER

# 01

## 网店美工的基础知识

---

随着网络营销的发展壮大，网店美工人员的市场需求日益增多，作为一位网店美工人员，要想在激烈的市场竞争中争得一席之地，对网店美工各种知识的掌握与应用就变得尤为重要。在学习网店美工之前需要掌握基础知识，包括网店美工概念、网店美工色彩搭配技巧、页面中的文字设计、美工文案策划和网店页面的布局等。本章分别对这些基础知识进行介绍。

---

### 学习目标：

- \* 掌握美工的工作范畴与技能要求
  - \* 掌握颜色的原理以及配色方法
  - \* 掌握文字的运用与分类
  - \* 掌握文案的编写方法
  - \* 掌握使页面布局更加合理的方法
-

## 1.1 什么是网店美工

很多人对网店美工的认知仅仅停留在图片处理、页面美化和店铺装修，其实并不尽然，网店美工是指对平面、色彩、基调和创意等进行设计与搭配的技术人才，是产品级的平面设计师，通过对某一个产品或主题进行有针对性的处理，使客户有购买的欲望，达到提高产品知名度和店铺销量的效果。下面从网店美工的定義、网店美工的工作范畴、网店美工的技术要求以及美工需要注意的问题等多个方面进行详细讲解。

### 1.1.1 网店美工的定義

传统的美工指平面美工和网页美工，而随着电子商务的迅速发展，网店美工这一新兴职业也快速兴起并成为热门的就业岗位。网店美工是淘宝、京东和拍拍等一系列网店页面编辑美化工作者的统称，这些设计人员需要熟练掌握各种制图软件，如Photoshop、CorelDRAW和Illustrator等，熟悉页面布局，了解产品的特点，并准确判断目标用户群的需要，以设计出吸引眼球的图片总而言之，网店美工不仅需要处理图片，还需要有良好的理解能力，能够洞悉策划方案的意图，并在其中加入自己的创意。若想成为一个资深的网店美工，需要付出更多的努力。

### 1.1.2 网店美工的工作范畴

网店美工与常见的美术工作者不同，主要负责网店的店面装修以及产品图片的创意处理，与普通的美工相比，他们对平面设计与软件的要求更高，往往需要掌握的知识更多。下面对网店美工的工作范畴进行介绍。

- **掌握店铺特色：**优秀的网店能给人留下良好的第一印象，而目前网店中同一类型的店铺繁多，若想在众多的店铺中脱颖而出，特色就变得十分重要。只有展示出属于自己的特点才能够吸引更多的顾客光顾，从而促使顾客选取商品，增加交易量。所以美工在美化商品过程中，创造出属于自己的店铺特色是成功的第一步。
- **商品的美化：**使用相机拍摄出的宝贝图片不一定能够直接上架，为了体现商品的效果，对商品进行美化和修饰必不可少。但是需要谨记的是，网店美工不是单纯的艺术家的，怎么让顾客接受你的作品才是最重要的。因此在处理时要根据需要对产品的拍摄原图进行美化，并适量添加文字和创意来体现产品。
- **店铺的装修与设计：**美工不只是将图片处理出来再按照淘宝自带的模块进行添加。一个好的美工不但需要掌握基本的技术方法，还要将方法运用到店铺的装修中，抓住卖点促使顾客继续看下去，并通过与代码的结合使用，让卖家花最少的成本达到最好的效果。
- **活动页面的设计：**在网店平台中，会不定期举行各种促销活动，为了达到“与众不同”，从竞争激烈的店铺页面中脱颖而出得到顾客青睐，活动的策划变得尤为重要。这时，优秀的网店美工更需要透彻理解活动意图，通过设计与装修店铺页面将活动意图传达给顾客，让顾客了解活动的内容、促销的力度，从而促进销量的提升。美工在设计时要保证契合活动主题、页面美观，拥有自己独特的亮点，通常可通过制作的海报、个性页面让活动更加直观。
- **推广的了解与运用：**推广就是将自己的产品、服务和技术等内容通过各种媒体（如报刊、电视、广播和网络）让更多的用户了解、接受，从而达到宣传与普及的目的。对网店美工来说，推广主要是通过图片将网店的產品、品牌和服务等传达给顾客，加深店铺在他们心中的印象，获得认同感。

而由于推广活动、推广手段的不同，网店推广图片规格大小不一，有时文件大小也有很多限制，这就对网店美工人员提出了更多的要求，不仅需要在现有的标准下及时并且有效地向顾客表达出设计的意图，还要体现产品的价值，文案的编写也需要言之有据，让顾客能够快速理解，并对其产生深刻的印象。

### 1.1.3 网店美工的技术要求

要成为一名合格的网店美工，首先需要有扎实的美术功底和良好的创造力，能够对美好的事物有一定的鉴赏能力；掌握最基本的图像处理与设计能力，能够熟练使用Photoshop、Dreamweaver和Flash等设计软件制作网店需要的内容。

其次，由于网店注重“产品”和“用户体验”，因此要求美工人员能够通过图片、文字和色彩搭配，表现出产品的独特性，让客户感觉到你的产品与众不同，并且从运营、推广、数据分析的角度去思考，以提升图片的点击率和转化率，实现跨越技术层面来追求更高的转化率，从而引起买家的购买欲望。以上都是一个合格的网店美工应具备的技能。

### 1.1.4 店铺装修应遵循的基本原则

网店装修是网店美工工作内容的重点，它不只是将商品摆放到网页中，而是将产品的卖点、特征，以及产品的使用或穿戴效果都体现出来。总体来说网店装修与实体店装修一样，只是处理方式不同。在网店中如何通过图片让客户感受到实体店的体验效果才是装修的关键。下面对店铺装修应遵循的基本原则进行简单的介绍。

- **突出行业属性：**每个行业都有特定的属性，每一种属性都有着独特的表相。虽然没有明确的行业规定，但这些具有特定属性的东西却时时左右着我们对事物的判断与取舍。在进行店铺装修前，一定要明白自己产品的属性以及它的行业特征，在此基础上为装修设计选择相应的色彩和插图。如五金产品可以用红色和灰色，但不适合用粉红色。
- **色彩搭配协调：**店铺主色调与产品的属性密不可分，一旦确定主色调，其他颜色的应用都必须与主色高度协调，应保证同一个页面的主色调不超过3种，辅助色应与主色相协调。切忌把店铺装修得绚丽多彩，或弄得屏幕中都是闪烁的动画，虽然表面看起来十分酷炫，其实并不能留住顾客，反而会使得客户晕头转向。
- **简洁时尚大方：**在店铺装修过程中，简洁是不变的原则。一款商品不单单是由产品的质量来决定销量的多少，还需要简洁时尚的网店装修，然后结合大方的布局，让顾客有继续看下去的动力。
- **产品分类明确：**明确的分类布局能让顾客快速查找到需要的商品。在店铺装修中，可以将产品按照种类的不同或价位的不同，分成不同的类别，如“10元区”“99元区”“活动促销区”“积分兑换区”等，让客户一看分类列表就知道目标所在，根据明确的分类直奔主题，这对网店装修来说十分重要。

### 1.1.5 网店美工需要掌握的图像知识

页面装修、产品上架等都会用到很多图片，这些图片可以通过互联网收集，也可以自己制作或拍摄，但并不是所有分辨率的图像和任何格式的图片都能符合网店的需要。下面主要对网店中涉及到的图片知识进行介绍。

## 1. 图像分辨率

图像分辨率是指图像中存在的信息量，即每英寸图像有多少个像素点。因此，图像的分辨率决定了位图图像细节的精确程度，往往是图像的分辨率越高，成像后的尺寸就越大，对应的图像也就越清晰。图1-1所示即为不同分辨率显示的不同效果。



图1-1 图像分辨率的对比效果

## 2. 文件格式

网店美工在工作过程中需要使用的图片种类并不单一，并且店铺装修时不同的模块有不同的规格要求，因此区分不同的图像格式和适用范围也成为网店美工掌握的重点。网店装修中常见的图片格式包括PSD、JPEG、PNG和GIF，下面分别对这些格式的使用方法和范围进行介绍。

- **PSD**: PSD格式是Adobe公司的图形设计软件Photoshop的专用格式。它包含多种颜色模式，如RGB或CMYK模式，能够自定义颜色数并加以存储，还可以保存图像的图层、通道和路径等信息，是目前唯一能够支持全部图像色彩模式的格式。用PSD格式保存图像时，图像没有经过压缩。所以，当图层较多时，采用该格式会占用很大的硬盘空间。PSD格式的图像在网店中并不需要，但是可以将PSD格式的文件保存为GIF、JPEG或PNG格式，然后在网店中使用，因此可以说PSD格式是其他格式的前身。
- **GIF**: GIF的原意是“图像互换格式”，是一种基于LZW算法的连续色调的无损压缩格式，其压缩率一般在50%左右。一个GIF文件中可以存多幅彩色图像，如果把存于一个文件中的多幅图像数据逐幅读出并显示到屏幕上，可以构成一种最简单的动画，但不适合用作高显示质量的图片。因此GIF图片适合以色块或单色为主的画面，并且画面中最好没有渐变或过渡效果。
- **JPEG**: JPEG格式在提供良好压缩性能的同时，具有较好的重建质量，被广泛应用于图像、视频处理领域。常见的“.jpeg”“.jpg”等格式是图像数据经压缩编码后在媒体上的封存形式，不能与JPEG压缩标准混为一谈，效果较GIF和PNG格式有明显的优势。网店中的宝贝图片、海报和详情页等颜色效果丰富的图片都建议使用该格式。
- **PNG**: PNG格式的设计目的是替代GIF和TIFF格式，同时增加一些GIF格式所不具备的特性。PNG格式用来存储灰度图像时，灰度图像的深度可多达16位，存储彩色图像时，彩色图像的深度可多达48位，并且还可存储多达16位的 $\alpha$ 通道数据。若需要透明背景的图片则适合选择该格式。

### 1.1.6 网店美工需要注意的问题

网店美工除了掌握基本的软件操作外，还需要把握产品的信息、注意事项、卖点、劣端和如何让劣端

变成优势等内容。做到突出卖点并扬长避短，是成为一个合格网店美工的标准。下面对网店美工需要注意的问题分别进行介绍。

- **思路清晰：**在装修店铺和处理图片前，需要有一个明确的思路，即确定一个“大框架”，在该框架中标明本店铺主要卖什么，产品有什么特点，可以选择哪些元素进行装修，让其不但美观而且引人注目，还能让产品真实地展现在客户面前。
- **装修时机的把握：**在装修网店的过程中，还要抓住一定的时机，如“双11”大促销、元旦促销等，网店美工应该抓住活动的时机对店铺进行装修，达到时机与装修相配合，从而促进产品的销售。
- **风格与形式相统一：**店铺装修不但要进行合理的色彩搭配，还要统一店铺和详情页的风格，因此选择分类栏、店铺公告和音乐等项目时，统一风格变得尤为重要。
- **做好文字与图片的前期准备：**在购物网站中，不是申请了某个活动后，才开始进行产品的制作，而是往往需要提前1~2个月就进行店铺的准备。因此在活动前期应抓住时机，对活动的文案进行制作，在活动来临之前完成促销信息的整理。
- **突出主次：**工作过程中，网店美工切忌为了追求漂亮、美观的效果，而对网店进行过度美化，使商品图片不突出，掩盖店铺的风格和商品的卖点，否则会适得其反。

## 1.2 网店美工色彩搭配技巧

色彩可以使卖家对网店有最直接的了解，也是网店统一设计风格的重要组成部分。一个网店成功与否，在很大程度上取决于页面色彩的运用效果。下面对色彩搭配技巧中的色彩原理、色彩的分类、色彩的属性、色调对比以及色彩的搭配分别进行介绍。

### 1.2.1 色彩的原理

在现实生活中我们见到的各种颜色是通过光、物体、眼睛和大脑发生关系的过程产生的一种视觉体验，是对不同波长的光的感知，如红红的苹果、碧蓝的天空、青翠的小草，都是光线进入我们眼内而使人产生的知觉。可以这样说，光和色彩是并存的，没有光就没有色彩，它既有其客观属性又与人眼的构造有着密切的联系。自然界中绝大部分的可见光谱可以用红、绿、蓝这三种光按照不同比例和强度的混合来表示，将它们混合在一起可以搭配出各种各样的色彩，如青、黄、洋红。如图1-2所示。

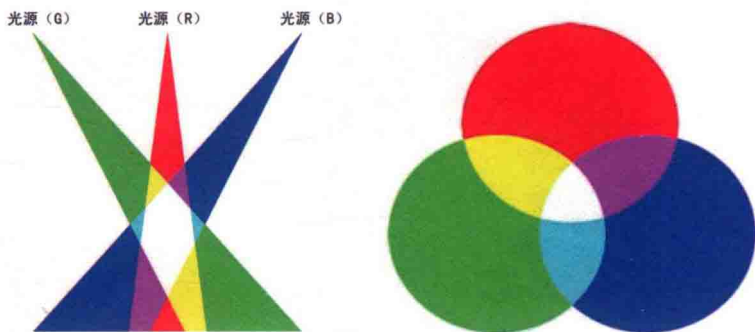


图1-2 红、绿、蓝重叠效果

### 1.2.2 色彩的分类

美工人员制作的海报、焦点图等都会涉及色彩的使用，如何通过色彩的搭配来展现商品的卖点是设计

的重点。日常生活中按照色彩的系列而言，可分为无彩色和有彩色，下面分别进行介绍。

## 1. 无彩色

无彩色的颜色是指黑色、白色和不同深浅的灰色。无彩色的颜色只有明度的变化，这里我们所说的纯灰色可以理解为由黑与白混合的各种明暗层次的灰色。把所有无彩色的颜色概括起来，可得到按比例变化的9个明度层次的颜色，从明度最亮的白色开始，按逆时针方向依次可命名为白、亮灰、浅灰、亮中灰、中灰、灰、暗灰、黑灰和黑等颜色，如图1-3所示。而在网店中，办公用品的店铺则常常使用无彩色进行黑白页面或灰色页面的制作，页面简单明了，色彩过渡和谐，如图1-4所示。



图1-3 无彩色逆时针色彩变化



图1-4 无彩色的淘宝页面

## 2. 有彩色

有彩色指带有某一种标准色倾向的颜色，光谱中的全部色彩都属有彩色。有彩色是无数的，它以红、橙、黄、绿、蓝和紫为基本色，如图1-5所示。基本色之间不同量的混合，以及基本色与黑、白、灰（无彩色）之间不同量的混合，会产生成千上万种有彩色。网店中大部分商品都是有彩色的，如销售服装、鞋包、珠宝和美妆等商品的网店几乎都采用色彩较为丰富的颜色进行装修。图1-6所示为淘宝网中有彩色的主页。



图1-5 有彩色的基本颜色



图1-6 淘宝网中有彩色的主页

### 1.2.3 色彩的属性

色相、明度和纯度是色彩最基本的三要素，是人眼能够正常感知色彩的最基本条件，熟悉并灵活应用三要素的变化是色彩设计的基础。下面分别对其进行简单介绍。

● **色相**：色彩是由于物体上的物理性的光反射到人眼视神经上所产生的视觉体验。色彩的不同是由光的波长的长短差别所决定的，而色相就是指这些不同波长的色彩情况。各种色彩中，红色是波长最长的颜色，紫色是波长最短的颜色，红、橙、黄、绿、蓝、紫和处在它们各自之间的红橙、黄橙、黄绿、蓝绿、蓝紫、红紫共12种颜色组成了色相环，在色相环中的各种颜色中调入白与灰，可以产生差别细微的多种色彩。图1-7所示为以红色为主的店铺装修。

● **明度**：明度可以简单理解为颜色的亮度，不同的颜色具有不同的明度，例如黄色就比蓝色的明度高，在一个画面中可以通过协调不同明度的颜色来表达画面的感情，如天空比地面明度低，则会产生压抑的感觉。任何色彩都存在明暗变化，其中黄色明度最高，紫色明度最低。绿、红、蓝、橙的明度相近，为中间明度。另外在同一色相的明度中还存在深浅的变化，如绿色中由浅到深有粉绿、淡绿、翠绿等明度变化。图1-8所示为儿童用品中色彩明度较高的淘宝网店铺装修。

● **纯度**：纯度指的是色彩饱和程度，光波成分越单纯，纯度越高。相反，光波成分越复杂，纯度越低。不同的色相不但明度不等，纯度也不相等。同一色相中，纯度发生变化会带来色彩属性的变化。有了纯度变化页面才会变得更加鲜活。图1-9所示为纯度较高的页面，而图1-10所示则为纯度较低的画面。



图1-7 色相的效果展示



图1-8 色彩明度较高的店铺装修



图1-9 纯度较高的页面

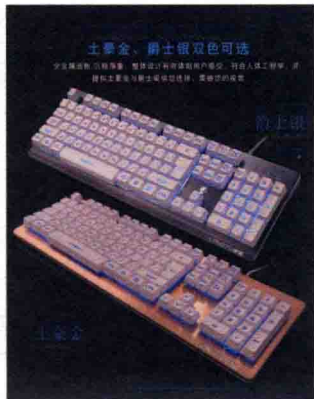


图1-10 纯度较低的画面

## 1.2.4 色调对比

色调对比主要指色彩的冷暖对比。从色调上划分红、橙和黄为暖调，青、蓝和紫为冷调，其中绿色为中间色。在美化过程中，首先需掌握色调对比的基本知识，保证在暖色调环境中冷调的主体醒目，冷色调环境中暖调突出的基本原则。除了色调的对比，还有明度对比、色相对比和纯度对比，下面分别进行介绍。



- **明度对比：**明度对比就是色彩的明暗对比，也被称为色彩的黑白对比，每种颜色都有自己对应的明度特征，而两者间的明度差别所形成的对比即为明度对比。当明度较强时，对比度高，对应的清晰度高，不易出现误差；当明度较弱时，图像不易看清，效果不好。
- **色相对比：**色相对比指因色相间的差别所形成的对比。当页面中的主色确定后，需先考虑其他色相与主色是否具有相关性，要表现什么样的内容才能增加表现力。其中色相对比还分为原色对比、补色对比、间色对比和邻近色对比这4种。图1-11即为原色对比和邻近色对比。
- **纯度对比：**色彩中的纯度对比是由不同纯度的颜色放在一起而产生的色彩间鲜艳程度的对比。纯度弱对比的画面视觉效果比较弱，形象的清晰度较低，适合长时间及近距离观看。纯度中对比是最和谐的，画面效果含蓄丰富，主次分明。纯度强对比会出现鲜的更鲜、浊的更浊的现象，画面对比明朗、富有生气，色彩认知度也较高。

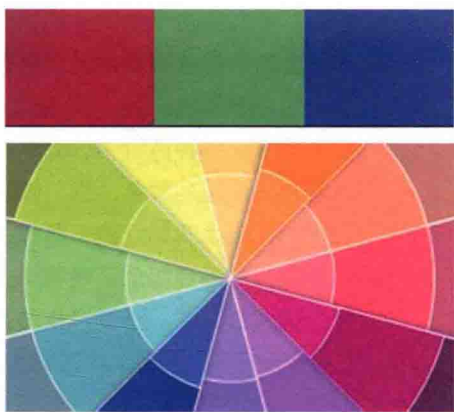


图1-11 原色对比和邻近色对比

## 1.2.5 色彩的搭配

色彩的搭配是一门技术，灵活运用搭配技巧能让网店的装修风格更具有感染力和亲和力。在选择页面色彩时，需要选择与店铺类型相符合的颜色，因为只有颜色协调才能营造出整体感。下面对不同色系应用的领域和搭配方法进行具体介绍。

- **白色系：**白色称为全光色，是光明的象征色。在网店设计中，白色具有高级和科技的意象，通常需要和其他颜色搭配使用。纯白色会带给人寒冷、严峻的感觉，所以在使用白色时，都会掺一些其他的色彩，如象牙白、米白、乳白和苹果白等。另外，在同时运用几种色彩的页面中，白色和黑色可以说是最显眼的颜色。在网店设计中，当白色与暖色（红色、黄色、橘红色）搭配时可以增加华丽的感觉，与冷色（蓝色、紫色）搭配可以传达清爽、轻快的感觉。正是由于上面的特点，白色常用于传达明亮、洁净感觉的产品种，比如结婚用品、卫生用品和女性用品等。图1-12所示为将白色系应用于卫生用品店铺的效果。
- **黑色系：**在网店设计中，黑色具有高贵、稳重和科技的意象，许多科技产品的用色，如电视、摄影机和音箱会采用黑色调。黑色还具有庄严的意象，也常用于一些特殊场合的空间设计，生活用品和服饰用品设计大多利用黑色来塑造高贵的形象。黑色是一种永远流行的主要颜色，其色彩搭配适应性非常广，无论什么颜色与黑色搭配都能取得鲜明、华丽、赏心悦目的效果。图1-13所示为将黑



图1-12 白色系卫生用品的效果



图1-13 黑色系相机类数码产品的效果