



零基础学移动店铺装修（配视频教学）

移动店铺企划、网店设计、图像编修、网页装修、自定义菜单、微海报、手机公众号与微淘推广全攻略

移动端 店铺 装修、运营 与推广

罗庚 陆沁 葛久平等编著



轻松开网店、用心做设计
打造与众不同的旺铺

从零开始，你的移动店铺你装修
面向新老卖家，8大模块解决网店页面设计、布局、配色、装修与推广问题
65节长达3.5小时的教学视频以及PPT学习课件

全彩印刷
视频、源文件、
素材和PPT课件
一应俱全



机械工业出版社
China Machine Press



移动端 店铺

装修、运营 与推广

罗庚 陆沁 葛久平 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目（CIP）数据

移动端店铺装修、运营与推广/罗庚等编著. — 北京：机械工业出版社，2017.12

ISBN 978-7-111-58700-2

I. ①移… II. ①罗… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.365

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第310359号

本书以实例和设计理论相结合的方式逐步体现装修在手机店铺中的重要性。根据移动端网店视觉中所应了解的各个知识点，精心设计多个商品视觉以及装修移动端网店的相关实例，从移动端店铺的策划到具体的装修实战，再到详细的推广方案，帮助用户快速掌握开移动端网店所需要的各个环节。

本书共9章，依次讲解移动端网店前期企划、移动店铺设计要领、图像处理基础、移动端网店可装修区域的图像制作、移动端店铺首页装修实战、自定义页面设计、自定义菜单的制作、微海报制作、手机公众号与微淘推广等内容。

本书采用实例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，并提供配套的PPT课件，既可以作为初次开店想自己装修店铺的初中级读者的学习用书，也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。

移动端店铺装修、运营与推广

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码：100037）

责任编辑：夏非彼 迟振春

印刷：中国电影出版社印刷厂

开本：188mm×260mm 1/16

书号：ISBN 978-7-111-58700-2

责任校对：闫秀华

版次：2018年1月第1版第1次印刷

印张：14

定价：59.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：（010）88379426 88361066

购书热线：（010）68326294 88379649 68995259

投稿热线：（010）88379604

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

P 前言 reface

随着移动端设备的盛行，在网上购物的方式也发生了根本性的变化。智能手机的普及，使移动端购物远远超过了电脑端购物。既然移动端店铺已经壮大并变为主流购物方式，那么对于移动端网店的要求也就越来越高，单纯的商品罗列已经不能吸引买家的眼球，对其进行精致的装修至关重要。

对于买家而言，最能直接引起购买欲望的除了价格和产品特色以外，还有整体网店的装修格局和配色。这两点也可以大大刺激买家的购买欲望。对于卖家而言，能够产生经济效益的店铺才是好的店铺。在价格与特点都大体相同的情况下，好的移动端店铺装修界面是提升卖点的保证。

现在市面上流行的网店装修书籍，大多数是以理论和实例两种形态存在的，本书则是将两者的特点合二为一，使网店经营者不仅可以了解装修的理论，还可以通过书中大量的实例来完成实践操作的过程，在学习时少走弯路。

本书集作者多年丰富的电商教学经验及网店经营与装修的实际设计工作经验于一体，通过阅读本书读者可以快速学到网店装修过程中的经验和技巧，解决开店装修中的难题，提高开店水平，快速成为网上销售高手。

本书特点

本书内容较为丰富，由浅入深，力争涵盖网上店铺装修中的全部知识点。主要特点如下：

- 内容全面，几乎涵盖了移动端网店装修所涉及的视觉图像、配色和整体店铺装修的各个方面。

- 理论与实践相结合，书中实例的运用都是以软件某个重要知识点展开，使读者更加容易理解和掌握，从而方便知识点的记忆，进而能够举一反三。
- 书中关键的功能及实例部分都配有相应的视频，可以让读者更快、更轻松地掌握网店装修知识。
- 配套PPT课件，让学习更加轻松。

本书章节安排

全书共9章，依次讲解了移动端网店前期企划、移动店铺设计要领、图像处理基础、移动端网店可装修区域的图像制作、移动端店铺首页装修实战、自定义页面设计、自定义菜单的制作、微海报制作、手机公众号与微淘推广等。

云下载

本书的视频、素材、源文件和PPT课件的下载地址为：

<http://pan.baidu.com/s/1mhLPSUG>（注意区分数字和英文字母之间的大小写）

若下载有问题，请发送电子邮件到booksaga@126.com，邮件主题为“移动端店铺装修、运营与推广”。

本书主要由罗庚、陆沁和葛久平编著，同时参与编写工作的还有王红蕾、时延辉、戴时影、潘磊、王君赫、刘冬美、尚彤、葛久平、孙倩、刘绍婕、殷晓峰、张叔阳、赵頔、张猛、齐新、王海鹏、刘爱华、胡渤、张杰、张凝、周荣、周莉、陆鑫、金雨、刘智梅、黄友良、张希、蒋立军、蒋岚、蒋玉、苏丽荣、谭明宇、沈桂军、关向东、刘丹、王凤展、卜彦波、袁震寰、田秀云、霍红等。由于作者水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

编者

2017年11月

前言

第1章 移动端网店前期企划.....1

1.1	什么是移动端网店.....	1
1.2	移动端店铺的组成元素.....	2
1.2.1	移动端店铺中的图片.....	2
1.2.2	移动端店铺中的文字.....	5
1.2.3	移动端店铺中的链接.....	5
1.3	移动端店铺的制作流程.....	6
1.3.1	规划时期.....	6
1.3.2	设计时期.....	9
1.3.3	保存与发布时期.....	10
1.3.4	维护更新时期.....	10

第2章 移动端店铺设计要领.....11

2.1	页面内容整体布局.....	11
2.1.1	移动端页面固定区域与可编辑区域.....	11
2.1.2	非固定区域布局.....	11
2.2	布局组成图像中的文案编辑.....	13
2.2.1	为什么要做文案.....	13
2.2.2	文案怎样写.....	13
2.2.3	文案在图像中的布局.....	14
2.2.4	活动文案.....	17
2.3	图像在设计中的应用.....	18
2.3.1	商品整体参与整体设计.....	18
2.3.2	商品切断式参与整体设计.....	18
2.3.3	不同视角参与整体设计.....	19
2.3.4	超出范围参与整体设计.....	20
2.4	页面图像配色与编辑要领.....	20
2.4.1	色调搭配.....	20
2.4.2	色彩调和.....	36
2.4.3	强调色彩.....	36

2.4.4	色彩基本原理	36
2.4.5	颜色基本设置	37
2.4.6	色彩采集	39
2.4.7	调整颜色建议	40
2.4.8	识别色域范围外的颜色	40
2.4.9	图像编修流程	41
2.5	店铺页面安全色	42
2.6	常用移动端网店图片格式	42
2.7	装修导览图	43

第3章 图像处理基础 44

3.1	图像处理软件的认识	44
3.1.1	工具箱	45
3.1.2	属性栏（选项栏）	45
3.1.3	菜单栏	45
3.1.4	状态栏	46
3.1.5	面板组	47
3.2	符合移动端网店图片的裁剪	47
3.2.1	按区域裁剪出固定大小图片	48
3.2.2	按固定大小裁剪出图片	50
3.3	图像调色处理	51
3.3.1	处理曝光不足的图片	51
3.3.2	调整图片的对比度	52
3.3.3	处理偏色的图片	53
3.3.4	增加多种商品颜色	54
3.4	图像瑕疵修复	56
3.4.1	清除图片中的日期或瑕疵	56
3.4.2	将模糊照片调清晰	58
3.4.3	对服装模特面部进行磨皮美容	58
3.5	图像抠图	61
3.5.1	规则形状抠图	61
3.5.2	智能抠图	64
3.5.3	复杂图形抠图	65
3.5.4	毛发抠图	71
3.5.5	透明图像的抠图方法	73
3.5.6	综合抠图方法	77
3.6	图像的修饰	78

第4章 移动端网店可装修区域的图像制作82

- 4.1 店标83
- 4.2 店招的设计与制作83
- 4.3 单列图像设计与制作89
- 4.4 双列图像设计与制作94
- 4.5 新/老客图像设计与制作98
- 4.6 焦点图设计与制作102
 - 4.6.1 焦点图01103
 - 4.6.2 焦点图02105
- 4.7 左文右图模块设计与制作108
- 4.8 活动头图片模块设计与制作110
- 4.9 多图片模块设计与制作116

第5章 移动端店铺首页装修实战118

- 5.1 进入手机淘宝装修首页118
- 5.2 上传制作完成的装修元素图片到图片空间120
- 5.3 店招与店标的应用122
 - 5.3.1 手机淘宝店铺中店标的更换122
 - 5.3.2 手机淘宝店铺中店招的应用123
- 5.4 插入首屏广告图片125
- 5.5 插入双列图片127
- 5.6 插入新/老客模块128
- 5.7 插入焦点图模块130
- 5.8 插入左文右图模块133
- 5.9 插入多图模块135
- 5.10 插入宝贝展示效果136
- 5.11 插入文本138
- 5.12 创建链接139

第6章 自定义页面设计141

- 6.1 进入手机淘宝装修自定义页面141
- 6.2 应用活动头图片142
- 6.3 插入展示宝贝模块144
 - 6.3.1 插入智能单列宝贝模块144
 - 6.3.2 插入智能双列宝贝模块145
 - 6.3.3 插入宝贝排行榜模块146
- 6.4 插入图文类模块147
 - 6.4.1 插入辅助线模块147

6.4.2	插入单列图片模块	147
6.4.3	插入双列图片模块	149
6.4.4	插入轮播图模块	151
6.4.5	插入左文右图模块	153
6.4.6	插入自定义模块	155
6.5	编辑链接	158

第7章 自定义菜单的制作 160

7.1	设置主菜单并创建链接	160
7.2	设置子菜单并创建链接	162
7.3	查看添加的自定义菜单	164
7.4	创建店铺活动	164
7.4.1	创建天天特价活动	165
7.4.2	在手机店铺中添加活动模块	167

第8章 微海报制作 169

8.1	通过模板快速制作微海报	169
8.1.1	在无线运营中心创建微海报	169
8.1.2	在淘宝网后台“出售中的宝贝”中创建微海报	173
8.2	自定义店铺宣传微海报	178

第9章 手机公众号与微淘推广 186

9.1	申请微信订阅号	186
9.2	编辑微信订阅号	191
9.2.1	编辑图文消息	191
9.2.2	发布图文消息	198
9.2.3	添加自定义菜单	199
9.2.4	设置自动回复	202
9.2.5	订阅号推送的技巧	204
9.2.6	订阅号如何更能吸引浏览者	205
9.2.7	订阅号如何推广会更加受益	205
9.2.8	订阅号如何与用户互动交流	206
9.3	编辑并发送微淘广播	206
9.3.1	发上新	206
9.3.2	发图片	210
9.3.3	发帖子	212
9.3.4	发链接	214

第1章 移动端网店前期企划

随着移动端设备逐渐普及，在移动端开设电子商务店铺已经不是什么新鲜事了，随时随地不受限制的方便模式，也正好符合现在年轻人的使用观念。开设并装修一个属于自己风格的移动端淘宝店铺，不但可以方便浏览者进行随时随地进行购买，还可以为卖家增加一部分不可小觑的收入。

重点提示

- ★ 什么是移动端店铺
- ★ 移动端店铺的组成元素
- ★ 移动端店铺的制作流程

正所谓市场有需求就会有供给，既方便买家又方便卖家的移动端店铺不仅仅是电脑端淘宝店铺的一个补充，很多时候这种微运营的收入已经超过了淘宝店铺的收入，如图1-1所示。

在进行移动端店铺企划前，首先要对移动端店铺中的相关知识、制作流程、页面组成及一些专有名词有初步的认识。虽然现在的店铺装修设计都是强调专业分工，可是若团队中的每一位成员都能具备上述的基本知识，对于团队的合作效率绝对有加分的作用。本章主要对移动端店铺流程中的各个部分做重点式的讲解说明，以便让初次进入移动端店铺装修领域的用户有遵循的依据。

↑ 移动端购物已成为习惯
不再是趋势!

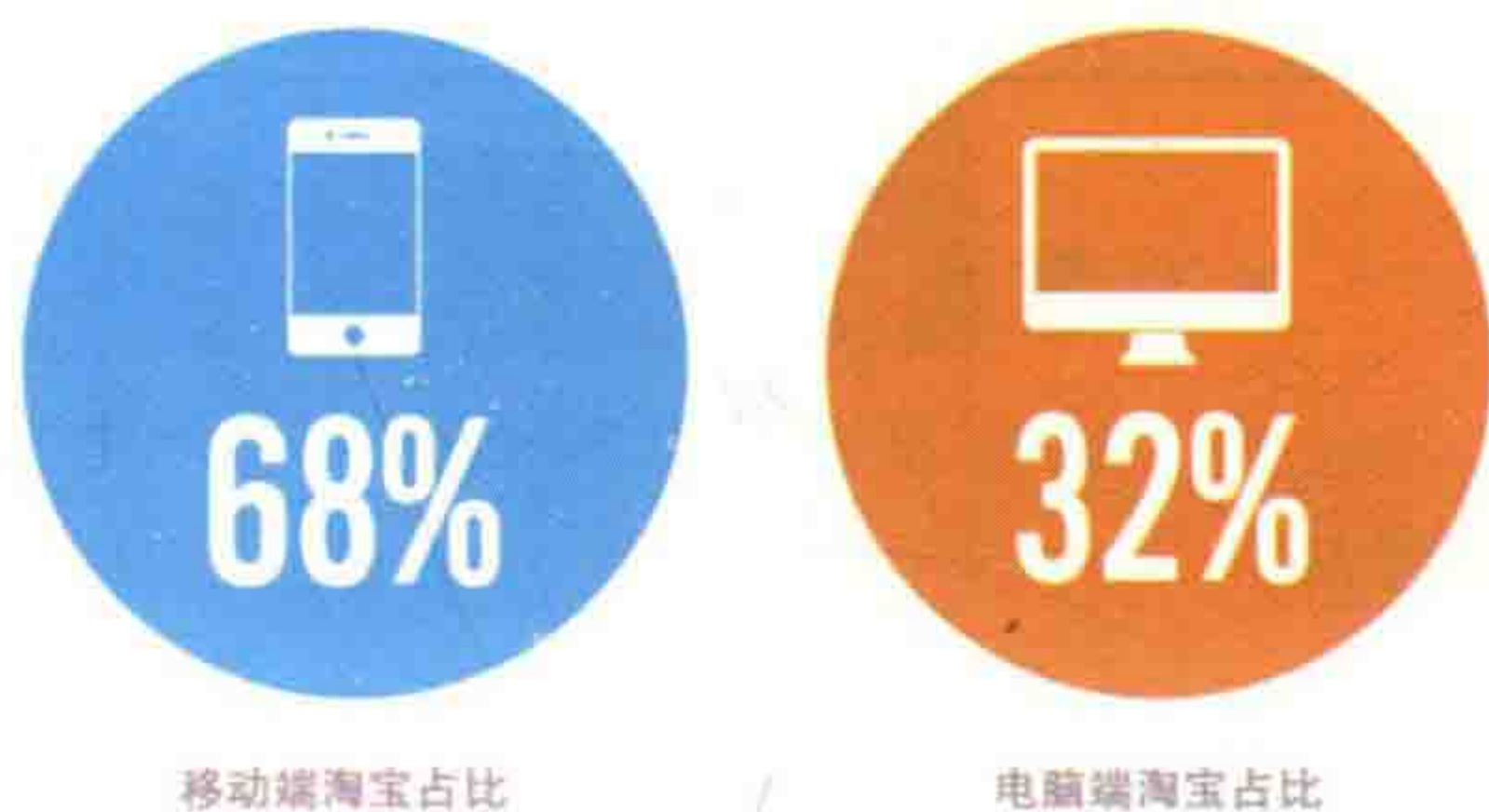


图1-1 移动端店铺与电脑端店铺占有比例

什么是移动端网店

1.1

移动端网店顾名思义就是，随身携带的手机、ipad等移动端设备中经营的网店，与电脑端相比最大好处就是方便。无论是手机还是ipad，如果想装修一个个性十足的店铺的话，必须要在电脑端进行操作，之后再通过移动端设备进行管理，淘宝网专门为移动设备开启了一个手机淘宝店铺功能。

移动端店铺有着其他微店所不具备的资源，即它有淘宝“这棵大树”作为后盾，本身在淘宝店铺中就已经有一些固定的客户了，再通过手机的便利条件绝对会增加更多的流量并带来经济效益。

当所有的宝贝界面装修完成后，接下来就要让客户通过移动网络连接到我们设计的网店上浏览，此时放置宝贝及相关元素的页面就是移动端网店店铺了，如图1-2所示的图像，便是网络、移动端店铺，以及各个装修页面之间的关系。

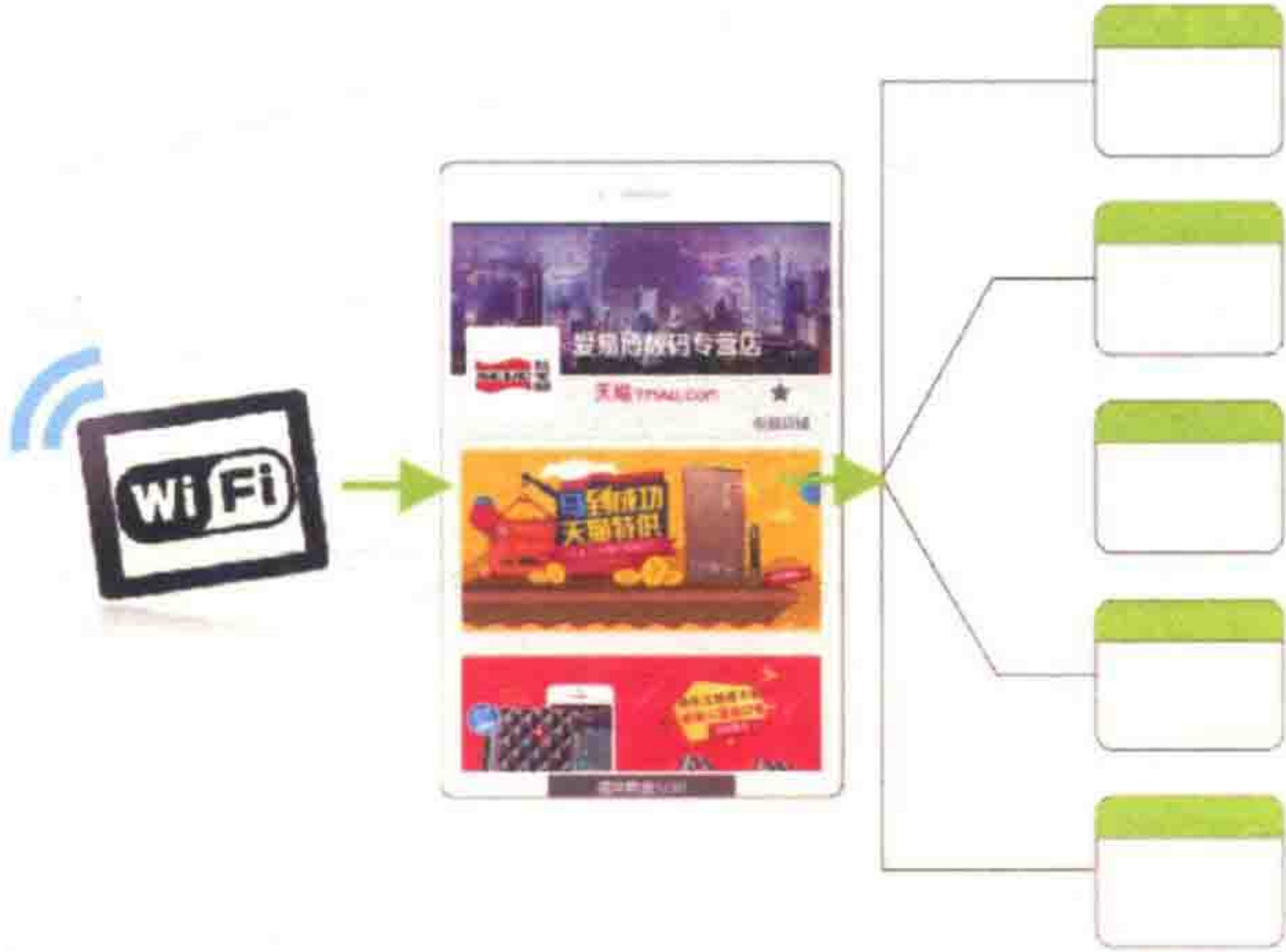


图1-2 移动端店铺的关系

其中的内容说明如表1-1所示。

表1-1 移动端网店组成名称与内容

名称	内容
手机网络	手机运营商提供的2G、3G、4G网络或通过互联网WiFi提供的网络
移动端店铺	放置网店数据的地方
页面	显示网店内容的画面
首页	浏览者最先看到的网店页面

• 温馨提示 •

为了减少买家与卖家使用手机产生的流量费用，建议大家在WIFI环境中进行浏览及管理。



移动端店铺的组成元素

移动端店铺页面中的主要组成元素有图片、文字及超链接等，其中文字和图片是用来表达手机网上店铺的商品资料内容。当然，移动端店铺中不能只有一个页面，此时页面与页面之间的相互链接就担负起了整个网店的串联工作。

1.2.1 移动端店铺中的图片

图片是移动端店铺中的重要组成元素，主要用来宣传店铺、吸引买家眼球及展示店铺中宝贝效果等，宣传部分可分为店标、店招等，吸引眼球部分可分为单列图像、双列图像、焦点图、新客与老客图像、活动头图像、多图片图像、左文右图等，如图1-3所示。



图1-3 移动端店铺中的图片

1. 店标

在开张的淘宝移动端店铺中，店标通常指的是网店的标识，也就是店铺的Logo，文件格式有gif、jpg、png，文件大小保持在80K以内，建议尺寸为80像素×80像素。

对于一个店铺而言，店标有着相当重要的地位，大到国际连锁品牌，小到零售网店，都会有自己的独特标志。标志能够代表一个品牌，一种形象，更能够给顾客留下深刻的印象，并稳定扩展自己的客户群，淘宝店标正是担当这一重要目标的载体，代表着店铺的风格。移动端淘宝店标与电脑端淘宝店标使用的是同一个，在移动端店铺中通常放置在店招的左下角位置。如图1-4所示的图片为移动端网店店标，如图1-5所示的图像为一些参考Logo。



图1-4 店标



图1-5 参考Logo

• 温馨提示 •

店铺中的店标规格大小为80像素×80像素，如果直接在Photoshop软件中设计，图片太小，放大处理会出现像素块效果,为了更好地编辑图像，我们可以新建一个与80像素×80像素等比例缩放的图像文档，如500像素×500像素，制作完毕后，再将其缩小为80像素×80像素即可，优点是便于编辑。

2. 店招

移动端店铺店招与电脑端淘宝店铺的店招作用一样不需要门面，所以店招就是店铺的门面，即虚拟店铺的招牌。店招一般都有统一的尺寸要求，以淘宝网中的移动端店铺来说，大小为642像素×200像素，格式为jpg、png。对于自己的门面当然是越吸引人越好，所以移动端店铺同样需要网店美工，一个好的店招完全可以体现出本店的特点和所售产品，如图1-6所示。



图1-6 店招

3. 宣传店铺商品的广告

在移动端店铺中起广告宣传作用的当图片莫属，在细分的各种图片模式中，目的还是为了吸引买家的目光，从而增加店铺的流量，好的图片广告效果绝对会直接或间接地增加店主的收入，如图1-7所示。



图1-7 宣传店铺商品的广告

1.2.2 移动端店铺中的文字

文字作为移动端店铺中的重要组成元素，主要用来对宝贝图片进行辅助说明、担任店铺公告或者参与图片进行美化主题等，如图1-8所示。



图1-8 移动店铺中的文字

1.2.3 移动端店铺中的链接

如果移动端店铺没有链接，那么最终显示给消费者的就是一个主页，其他的页面都不会被浏览者看到，换句话说，没有链接的网店就是一个失败页面，根本就不能称之为网店。正确的方式是要有页面来作为浏览者最先看到画面，接着再利用此页面中的超链接来继续浏览其他页面，浏览者最先看到的网店页面称为首页，其他的页面则是在首页的基础上出现的自定义页面，自定义页面之间也是存在链接交互的，如图1-9所示。“首页”也是一个单纯的网店页面，只是首页具有给浏览者最先接触的特性，因此设计者通常会对首页上的美化及网店主题性特别下功夫，以便给人良好的印象，从而为店铺增加流量和利益。

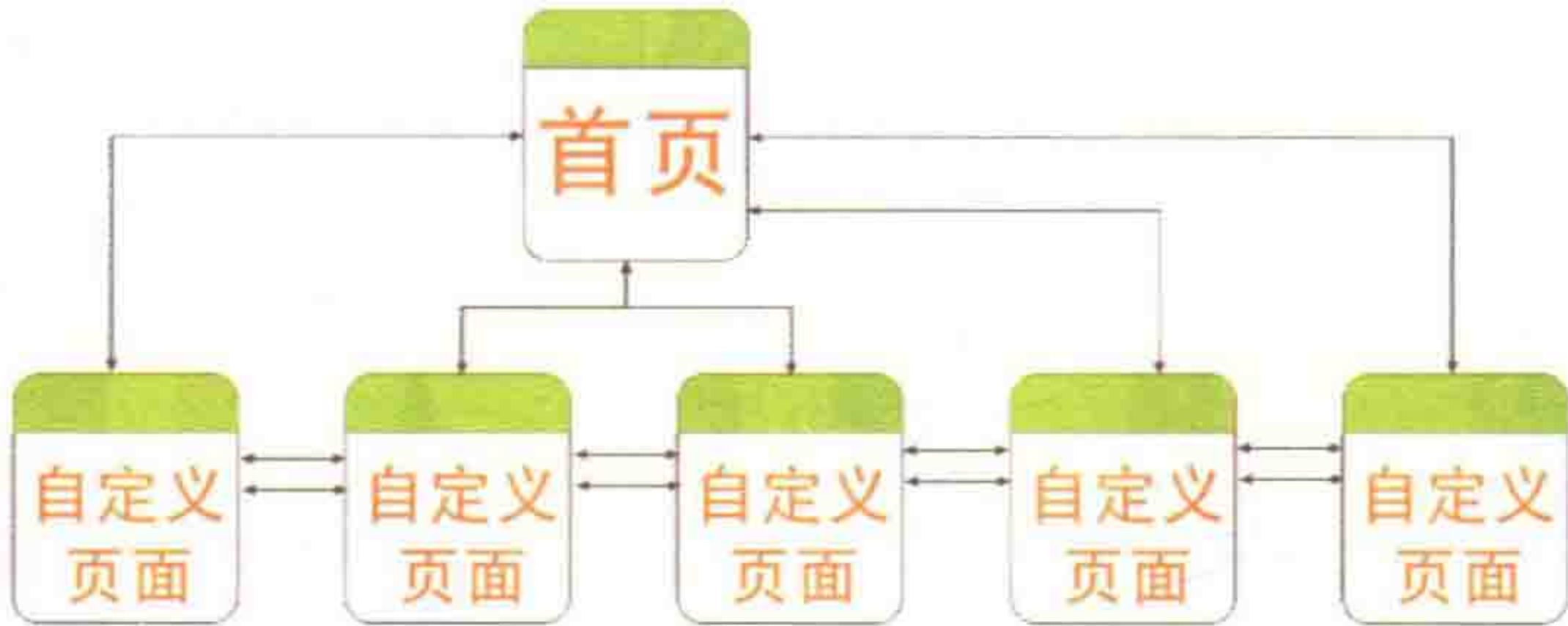


图1-9 移动端店铺中的链接

1.3

移动端店铺的制作流程

移动端店铺制作流程是指从设置主题、整体风格、建立网站架构、店铺页面组件设计，一直到最后的店铺维护与更新等一系列的步骤。如图1-10所示为移动端店铺设计与装修的主要流程架构及其细部内容。



图1-10 移动端店铺设计与装修流程图

1.3.1 规划时期

规划时期是移动端店铺在搭建之前的作业，无论是针对企业或个人网上店铺，都少不了这个时期。其实对于移动端店铺设计而言，就好比为客户做项目一样，必须经过事先的详细规划及讨论，然后才能凭借团队合作的力量，将用于移动端的店铺成果呈现出来。

1. 设置移动端网店的主题及客户群

“移动端网店主题”是指移动端网上店铺的内容及主题诉求。以服装移动端店铺为例，具有时尚女装主题、将时尚女装作为主题，针对年轻女性而展现的全方位服装店铺为网店客户群诉求，如图1-11所示。



图1-11 主题鲜明的移动端网店

至于“客户群体”可以解释为会进入移动端网店页面的主要对象，就好像商品交易的市场调查一样，一个越接近主客户群的产品，其市场的接受度也就越高。同样的宣传主题，但是针对的人群不同，在设计时就要考虑不同的页面风格，只有这样才能更加贴近客户群体，从而使自己制作的移动端网店更加具有竞争力。如图1-12所示为针对儿童服装的移动端店铺。



图1-12 针对儿童服装的移动端店铺

其实为移动端搭建网上店铺也算是商业行为的一种，要怎么让移动端店铺具有高浏览率是在设计之前的规划重点，虽然我们不可能为了设计一个移动端店铺而进行市场调查，但是若能在移动端店铺建立之前，先针对“网店主题”及“客户群体”多与客户及团队成员讨论，以取得一个大家都可以接受的共识，必定可以让这个移动端店铺更加成功。同时也不会因为移动端店铺内容不符合客户的需求，而导致人力、物力及财力的浪费。

2. 绘制移动端网上店铺的页面规划

移动端网上店铺页面规划架构图是整个移动端店铺的组织结构，也可称之为店内中页面的分类方式，我们可以根据“网店主题”及“客户群体”来设计出移动端网上店铺中需要哪些页面来放置商品及数据。这里按照“户外商品”的移动端网上店铺作为规划，为其设置一个“首页”和4个二级页面，如图1-13所示。

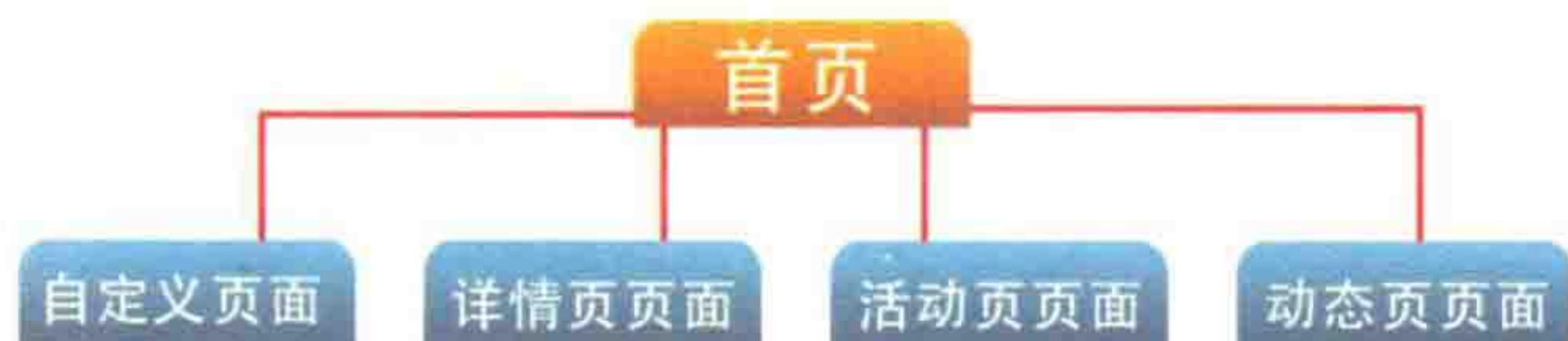


图1-13 移动端店铺的页面规划

3. 链接交互设计

浏览导航就像是商场中的不同店铺，这些导航会导引大家到想要去的地方而不会走错。不过微网页上的链接就不能这么直观地来引导浏览者，此时链接按钮的设计就显得非常重要。

垂直链接顺序

垂直链接顺序是将所有的导航功能放置于首页页面，用户必须回到首页之后，才能继续浏览其他页面，优点是设计容易，缺点则是在浏览上比较麻烦。如图1-14所示图像中的箭头符号就是代表浏览者可以链接的方向顺序。



图1-14 垂直链接顺序

垂直与水平链接顺序

水平链接指的是在可以同级页面之间互相链接，同时具有水平及垂直链接顺序的导航设计，优点是浏览容易，缺点是设计比较复杂，如图1-15所示。

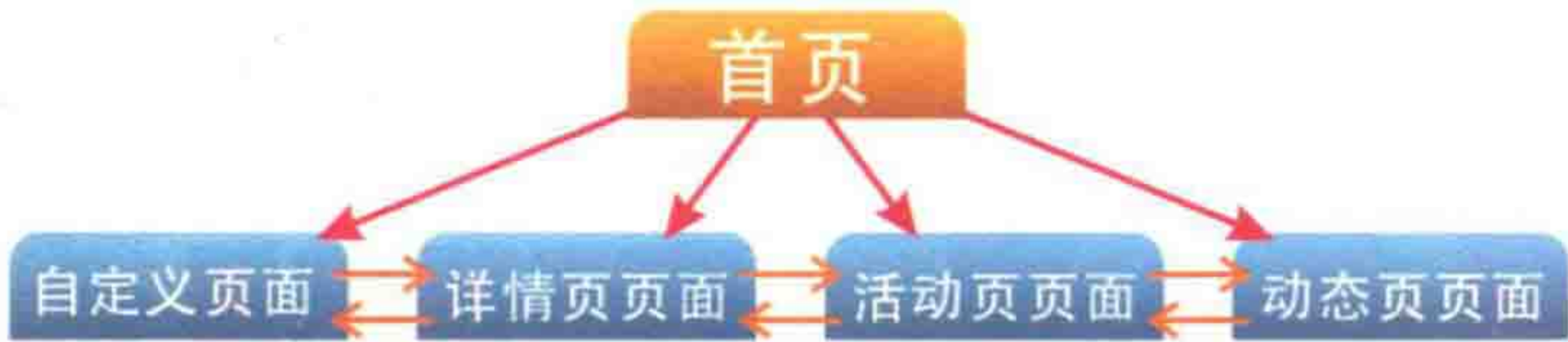


图1-15 水平与垂直链接顺序

• 温馨提示 •

不管采用哪种设计，都要经过详细的讨论与规划，在每个页面中都放置可直接回到首页的链接。

4. 设置移动端店铺的整体风格

页面风格就是移动端店铺页面的美术效果，这里可再细分为“首页”及“二级页面”的画面风格，其中“首页”属于移动端店铺的门面，一定要针对“移动端店铺主题”及“客户群体”两大需求来进行设计；至于“二级页面”，因为是放置移动端店铺中的各项内容，所以只要风格与“首页”保持一致即可，界面不需要太花哨，否则会让浏览者感觉无所适从，找不到重点。

在移动端店铺图像广告设计中颜色搭配最好保持在三种色系以内，这样的页面看起来会非常轻松，使浏览者不会产生厌烦感。

另外，各个页面中的链接文字或图片数量则是依据“移动端店铺主题”进行设计的，在此建议先在纸上绘制相关草图，再由客户及团队成员共同决定，最后将其设计成微网站效果。这样可以减少反复修改的麻烦，也会让客户有一种被重视的感觉。

5. 前期预算

预算费用是移动端店铺设计中最不易掌控的部分。无论是移动端店铺布局、图像编修，还是请专人设计相关组件、视频动画、店铺动态等，都是必须支出的费用。无论如何，大家都要将可能支出的费用及明细详列出来，以便进行预算费用的掌控，这样做的好处是尽量避免后期与客户产生经济纠纷。

6. 工作分配及制定时间表

专业分工是目前市场的主流，在设计团队中每个人依据自己的专长来分配移动端店铺开发的各项工作，除了可以让移动端店铺内容更加精致外，还可以大幅度缩减开发时间。

不过专业分工的缺点是进度及时间较难掌控，因此在分工完成后，还要再制作一个开发进度