

“新商科” 电子商务系列规划教材

微课
— 版 —

网店美工

◎主 编 童海君 徐 匡

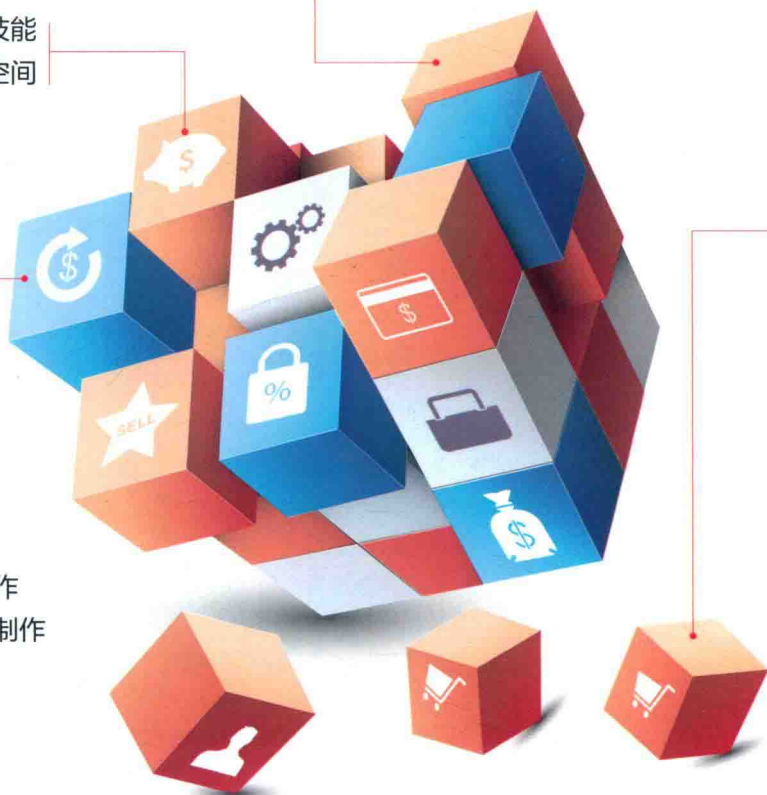
◎主 审 胡华江

基础篇+实用篇
走进视觉营销与美工设计

精通美工常用Photoshop技能
巧用光影魔术手与图片空间

PC端与移动端详情页设计制作
无线端店铺页面装修

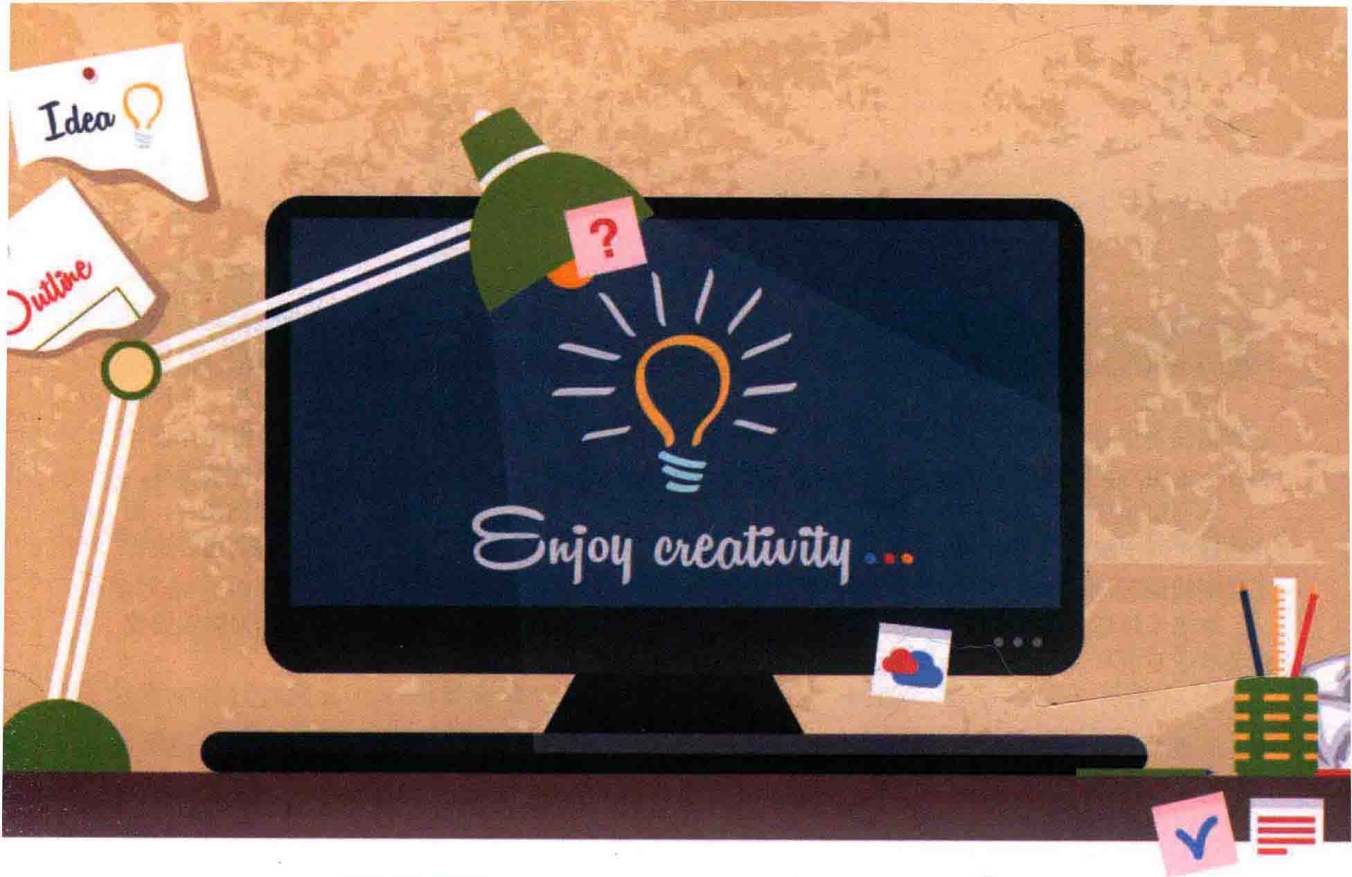
网店常用图片设计制作
主图与主图视频设计制作



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>



“新商科” 电子商务系列规划教材
浙江省社科联社科普及课题成果

微课
版

网店美工

主 编◎~~董海君~~ 徐 匡
副主编◎~~张思思~~ 李凌宇 聂军委
 ~~胡淑康~~ 张正勇
主 审◎胡华江

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

如何让您的网店在互联网上脱颖而出？基于用户需求的网店装修和图片设计至关重要。本书采用理论与案例相结合的方式，详细介绍了PC端与无线端网店美工的设计思路 and 具体实现方法。

《网店美工》分为上下两篇，上篇为基础篇，下篇为实务篇，共7个项目章节。内容包括：走进视觉营销与美工设计；精通美工常用Photoshop技能；巧用光影魔术手与图片空间；网店常用图片设计制作；主图与主图视频设计制作；PC端与移动端详情页设计制作；无线（移动）端网店页面装修等。

本书层次分明、重点突出、步骤清晰、通俗易懂，不仅包含了大量网店实际商品的案例图片，而且通过“同步阅读”“同步实训”“同步测试”“同步二维码”等环节对网店美工岗位要学习的内容进行了详细的说明，让读者可以更好、更快、更深入的掌握网店的装修和图文设计。

本书不仅适合网店/微店店主、电商美工、设计人员等电商从业者学习参考，也可作为职业院校相关专业及电商培训机构的学习教材。

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

网店美工 / 童海君，徐匡主编. —北京：电子工业出版社，2018.3

ISBN 978-7-121-32716-2

I. ①网… II. ①童… ②徐… III. ①网店—设计—高等学校—教材 IV. ①F713.361.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 230645 号

策划编辑：张云怡

责任编辑：张云怡 特约编辑：尹杰康

印 刷：北京画中画印刷有限公司

装 订：北京画中画印刷有限公司

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：787×1092 1/16 印张：13.75 字数：352 千字

版 次：2018 年 3 月第 1 版

印 次：2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价：57.00 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）88254573，zyy@phei.com.cn。



序 言

2017年5月19—20日,全国电子商务职业教育教学指导委员会在常州召开高等职业教育电子商务类专业教学改革研讨会。来自全国高职院校的近400位院校负责人和专业负责人参加会议。为在经济全球化的时代背景下,适应商业、技术和人文愈发深层次融合的新商业时代特征需求,会议提出了高职“新商科”人才培养的理念和倡议。

“新商科”人才培养理念体现新的商业思维。商业、技术和人文愈发深层次融合的新商业时代,商业人才需要逐步构建起“计算思维”、“数据思维”、“交互思维”、“哲学思维”、“伦理思维”和“美学思维”,这些思维的交叉融合是商业创新的动力源泉。

“新商科”人才培养理念探索新的商业规律。新的基础设施、新的商业模式、新的商业组织、新的价值观正在悄然地以“非中心化”的模式构建起新的社会生活,也产生了新的商业规律,比如信用成为资产、数据成为生产资料等。这些新的规律逐渐形成并产生广泛而深刻的创新。

“新商科”人才培养理念融合新的知识与技能。经济学、管理学、传播学、计算机科学技术、智能科学、数据科学等在新商业中的交叉融合应用,以及新的劳动工具使用所产生的新的技术技能积累。需要我们对财经商贸专业大类中绝大多数专业内涵与外延进行再思考。

“新商科”人才培养理念推动新的教育教学模式。基于新商业特征的新商科人才培养,要实事求是地调整人才培养结构,重构专业内涵与外延,反思培养规律与培养方法,创新培养内容与培养载体。探索跨专业的专业群建设模式和教学研究方法。

“新商科”人才培养理念提出后,得到了各界的积极响应。2017年9月11—12日,在全国电子商务职业教育教学指导委员会的倡议下,来自联合国教科文组织等22个国际组织和国家的负责人在广西共同发起成立“新商科国际职教联盟”。中国商业经济学会职业教育分会设立了32项新商科应用人才培养专项研究课题。电子工业出版社率先组织编写了这套融入新商科人才培养理念的系列教材。

“新商科”教育是新商业时代的客观需要和必然趋势。高等职业教育要把握时代机遇,主动拥抱新商业时代!

陆春阳

全国电子商务职业教育教学指导委员会副主任



编委会

主 任:

沈凤池

总主编:

胡华江

副主任: (按拼音顺序)

陈 明

嵇美华

李玉清

商 玮

谈黎红

杨泳波



前言

本书是2018年浙江省社科联社科普及课题成果（18ZC13）。

在当下这个电商高速发展的时代，网购已经成为众多消费者的生活方式。在网购买家数量增长的同时，消费者对于网络购物的用户体验要求也越来越高，可选择的面也越来越大，再加上传统企业批量进驻各电商平台，迅速抢占顾客资源和市场份额，电商卖家之间的竞争也更加激烈。这就要求卖家更加重视网店美工设计，提升网店视觉营销设计效果，从而吸引更多消费者进入店铺，增加店铺的转化率和成交率。网店美工是电子商务专业的一门核心课程，也是众多网店经营者的必修课。

如何抓住消费者眼球？

如何点燃消费者购买欲？

如何引爆单品流量？

本书采用理论与案例相结合的方式，将为您详细解析PC端与移动端网店美工设计思路及具体的实现方法。

本书分为上下两篇，上篇为基础篇，下篇为实务篇，共7个项目。内容包括：走进视觉营销与美工设计；精通美工常用Photoshop技能；巧用光影魔术手与图片空间；网店常用图片设计制作；主图与主图视频设计制作；PC端与移动端详情页设计制作；无线（移动）端网店页面装修。

本书主要特色如下：

1. 案例主导、学以致用。本书收集了涵盖店招、海报图、直通车图、钻展图、聚划算图、主图、首页、详情页等所有对学习网店美工设计有帮助的设计案例，并站在视觉营销和心理学的角度给出了详细的设计思路和操作步骤。并且通过“同步阅读”、“同步实训”、“同步测试”等环节对知识进行了详细的说明，让读者可以更好、更快、更深入的掌握网店装修和图文设计。

2. 重在实操、同步微课。本书注重设计知识和案例制作技巧的归纳总结，在知识点和实操案例的讲解过程中穿插了软件操作和近百个配套微课视频，使读者可以更好地对所讲知识进行书面和视频的双重学习和消化。



前言

3. 全彩印刷、资源丰富。为了让读者更直观地观察美工设计效果,本书特意采用全彩印刷,版式精美,让读者在赏心悦目的阅读体验中快速掌握网店美工设计的各种技能。教材配有PPT教案、案例素材、实训等配套学习资源。

本书是校企合作共同开发教材,由浙江横店影视职业学院、金华职业技术学院、台州职业技术学院、宁波城市职业技术学院与台州道有道网络科技有限公司、山东聚智慧创业服务有限公司合作开发。浙江广厦建设职业技术学院信阳职业技术学院、襄阳职业技术学院、东阳职教中心、义乌市城镇职业技术学校等院校教师共同参与策划编写,并受浙江省社科联社科普及课题项目资助。

本书由童海君、徐匡任主编,胡华江教授任主审,由张思思、李凌宇、聂军委、胡莉萍、张正勇任副主编;参与策划编写及微课视频制作的还有蔡颖、姚广灿、李海静、张学军、李乐然、张帆、张作为、郑海燕、胡金娟、刘莉萍、赵菲菲、朱海燕、孙昱、陈逸霄、王玉红、葛大庆等多位企业及院校教师;童老师助理团队孙子旻、严美梅、李素妃负责图文校对和素材整理等工作;台州市道有道网络科技有限公司总经理徐军健和义乌亚润企业管理咨询有限公司总经理叶鑫豪对本书的编写思路和框架提出了宝贵意见,在此向他们表示最诚挚的感谢!

本书不仅适合网店/微店店主、电商美工、设计人员等电商从业者学习参考,更可作为职业院校电子商务相关专业及电商培训机构的学习教材。

尽管我们在编写过程中力求准确、完善,但书中难免存在疏漏与不足之处,恳请广大读者批评指正。

编者

2018年2月



目 录

● 上篇 基础篇	1	● 任务 2 Photoshop 修图、美图与	
● 项目 1 走进视觉营销与美工设计	2	调色	29
● 项目导图	2	● 2.2.1 修图	29
● 引例	2	● 2.2.2 美图	32
● 任务 1 视觉色彩心理	2	● 2.2.3 调色	35
● 1.1.1 色彩分类与属性	3	● 任务 3 Photoshop 抠图	36
● 1.1.2 色彩搭配与网店	6	● 2.3.1 抠图工具	36
● 任务 2 视觉营销	9	● 2.3.2 简单图像抠图	36
● 1.2.1 视觉营销的目的与原则	9	● 2.3.3 复杂图像抠图	42
● 1.2.2 视觉营销的流程整合	11	● 任务 4 Photoshop 蒙版与滤镜	45
● 任务 3 网店美工认知	12	● 2.4.1 蒙版	45
● 1.3.1 网店美工简介	12	● 2.4.2 滤镜	48
● 1.3.2 网店美工运营之手	13	● 同步阅读	50
● 1.3.3 网店美工的成长	15	● 同步实训	51
● 同步阅读	18	● 实训 1 制作七夕首页宽屏海报	
● 项目小结	19		51
● 同步测试	20	● 实训 2 美图之磨皮	54
● 项目 2 精通美工常用 Photoshop 技		● 实训 3 导航栏制作	54
● 能	22	● 项目小结	55
● 项目导图	22	● 同步测试	56
● 引例	22	● 项目 3 巧用光影魔术手与图片空间	
● 任务 1 Photoshop 基础与文字特效			58
● 23		● 项目导图	58
● 2.1.1 Photoshop CS6 基础知识		● 引例	58
● 23		● 任务 1 基本操作与美图	58
● 2.1.2 Photoshop 基本操作	25	● 3.1.1 光影界面及其基本操作	58
● 2.1.3 Photoshop 文字特效	26	● 3.1.2 自动美化与手动美化	61
		● 任务 2 文字特效、水印与边框	61
		● 3.2.1 文字特效	61



目 录

3.2.2 水印	62	4.3.2 直通车图在搜索页的位置	94
3.2.3 边框	64	4.3.3 直通车图设计要点	94
任务 3 抠图与批处理	66	4.3.4 直通车图案例分析	94
3.3.1 抠图	66	4.3.5 老年服装直通车图设计案 例	98
3.3.2 批处理	67	任务 4 钻展图设计	100
任务 4 图片空间的使用	69	4.4.1 钻展图的特点	100
3.4.1 图片空间的基本功能	69	4.4.2 钻展图设计技巧	101
3.4.2 图片空间设置水印功能	74	4.4.3 审核流程	101
同步阅读	75	4.4.4 钻展推广图的位置	101
同步实训	75	4.4.5 头戴式耳机钻展图设计案 例	101
实训 光影魔术手图片处理	75	任务 5 活动图设计	105
项目小结	83	4.5.1 活动图设计规范	105
同步测试	83	4.5.2 活动图示例说明	106
下篇 实务篇	85	4.5.3 吸尘器聚划算活动图设计 案例	108
项目 4 网店常用图片设计制作	86	同步阅读	110
项目导图	86	同步实训	111
引例	86	实训 1 店招图设计——以汽车类 目为例	111
任务 1 店招图设计	87	实训 2 海报图设计——以女鞋类 目为例	112
4.1.1 店招图设计的目的	87	实训 3 直通车图设计——以蜂蜜 为例	113
4.1.2 店招图设计的类型	87	项目小结	114
4.1.3 店招图设计的结构	88	同步测试	114
任务 2 店内海报图设计	89		
4.2.1 店内海报图的分类和作用	89		
4.2.2 丝巾海报图设计案例	90		
任务 3 直通车图设计	94		
4.3.1 直通车的特点	94		



目 录

项目 5 主图与主图视频设计制作	116	任务 1 产品调研分析与文案策划	
项目导图	116		144
引例	116	6.1.1 产品调研分析	144
任务 1 主图设计与制作	117	6.1.2 文案策划	145
5.1.1 主图类别及功能	117	6.1.3 解析详情页设计思路	150
5.1.2 策划常见式主图	120	任务 2 PC 端详情页设计	150
5.1.3 设计制作常见式主图	123	6.2.1 页面内容布局	150
任务 2 辅图设计与制作	126	6.2.2 PC 端详情页设计	150
5.2.1 辅图的作用	126	任务 3 移动端详情页设计	160
5.2.2 策划辅图布局	127	6.3.1 页面内容布局	160
5.2.3 设计制作辅图	128	6.3.2 移动端详情页切片制作	
任务 3 主图视频制作	129		161
5.3.1 主图视频的优点	129	6.3.3 神笔高效率制作无线端详	
5.3.2 主图视频的要求	129	情页	165
5.3.3 巧用会声会影制作主图视频		同步阅读	168
	130	同步实训	169
同步阅读	133	实训 1 详情页 GIF 动态图片制作	
同步实训	134		169
实训 1 品牌式主图设计与制作		实训 2 手机端优惠券与关联营销	
	134	设置	172
实训 2 主图视频的设计与制作		实训 3 发布手机宝贝详情	176
	137	项目小结	178
项目小结	141	同步测试	178
同步测试	141	项目 7 无线端店铺页面装修	180
项目 6 PC 端与移动端详情页设计制作		项目导图	180
	143	引例	180
项目导图	143	任务 1 认识无线端店铺页面	180
引例	143	7.1.1 装修无线端店铺页面的原因	
			181



目 录

7.1.2 无线端店铺页面流量解析	181	7.5.4 无线端店铺活动页入口及操作	202
7.1.3 无线端店铺页面特性分析	183	同步阅读	205
任务 2 规划高转化率无线端店铺页面布局	184	同步实训	208
7.2.1 无线端店铺页面的布局	184	实训 1 免费源代码模板装修法	208
7.2.2 无线端店铺页面的风格定位	186	实训 2 布局并设计一个高转化的无线店铺首页	208
任务 3 滚动广告与分类模块	188	实训 3 设计一个店铺聚划算的活动页面	208
7.3.1 无线端店铺页面装修模块	188	项目小结	208
7.3.2 无线端店铺店招	189	同步测试	209
7.3.3 滚动广告模块	191		
7.3.4 分类模块	193		
任务 4 活动模块与自定义模块	195		
7.4.1 活动模块	195		
7.4.2 自定义模块	197		
任务 5 无线端店铺活动页(展示页)	200		
7.5.1 无线端店铺活动页的主要功能	200		
7.5.2 无线端店铺活动页的主要类型	200		
7.5.3 无线端店铺活动页的设计流程	201		



上篇

基础篇

- 项目 1 走进视觉营销与美工设计
- 项目 2 精通美工常用 Photoshop 技能
- 项目 3 巧用光影魔术手与图片空间



项目1 走进视觉营销与美工设计



重点难点

掌握色彩的分类、属性和色彩搭配；掌握视觉营销的原则及流程整合，掌握网店的岗位图表及美工岗位能力要求。



项目导图



引例

裂帛作为网店品牌，以出色的产品及高质感的视觉营销在年轻群体中迅速站稳了脚跟。它的风格无拘无束，有着狂喜、神秘、流浪、异域的意态气场。那么，裂帛究竟是通过怎样的方式向消费者展示自己的产品的呢？

不能试穿，不能触摸，只能通过图片来感知。一张优秀的图片本身就是电商优质服务的一部分，是电商与客户打交道最基本的传递方式。或许有很多朋友在卖货与做品牌两个方向的选择上纠结着，其实这两个方向是可以相互促进的。只要你细心留意就会发现，一些优秀的淘品牌店铺，他们都有自己非常完善的品牌故事页面，而这也是做品牌最容易让客户了解的方法。

裂帛的店铺视觉，从色彩定位、版面布局、品牌故事页面梳理、描述页面策划等，都追求精益求精；视觉形象分明，冲击力强；使人印象深刻。

裂帛的产品以民族风格 + 流行设计元素为主，产品以棉、麻、丝、毛等高质感面料为原料。产品图片大胆的色彩搭配以及深刻的视觉冲击让人耳目一新——让人从看到产品图片的那一刻起，就能明白设计要表达的灵魂理念，从而印象深刻。

(资料来源：<http://info.hhcz.com/article/20140507/21074.shtml>)



引例分析

通过上面的案例可以看出，裂帛作为快时尚网络品牌之所以能够成功，原因就是抓住了视觉营销这一概念。店铺的视觉，结合了品牌的特色，两者相统一，给人们带来不一样的视觉印象，表达给消费者的是品牌风格，品牌故事。消费者愿意为故事而买单，达到情感营销的效果。另外还能起到圈粉的效果，增加店铺的关注度。



任务1 视觉色彩心理

打开网店页面后，首先看到的是店铺色彩带来的视觉感受。合理的色彩搭配会对

人产生心理影响，甚至在不知不觉中左右、影响人们的情绪。不同颜色传递给人的情绪是不同的，红橙黄三种色彩明亮且充满活力，蓝绿两种色彩则让人舒心惬意。网店装修设计中的色彩搭配至关重要，色彩运用合理度可以直接影响买家对店铺的好感程度及店铺的转化率。

1.1.1 色彩分类与属性



视觉色彩心理

1. 色彩分类

色彩分为两种，一种是无彩色，另一种是有彩色，如图 1-1 所示。

色彩的分类



无色彩系是白色、黑色及由白色和黑色调合形成的各种深浅不同的灰色

图 1-1 色彩的分类

无彩色是指除了彩色以外的颜色，常见的颜色有黑色、白色和灰色。相对于有彩色而言，它们没有明显的色相偏向，任何一种颜色都能和彩色系进行调和配合。比如两种有彩色的颜色发生冲突时，可以采用无彩色来调和色彩之间的衔接问题，以达到调和效果。在无彩色中，黑色给人庄重感。如果出席重要场合相信多数人在服装颜色选择上都会选择黑色调以示庄重。白色给人以轻快、透气和清爽的感觉。灰色给人柔和多变、温和的感觉。在色彩搭配中，灰色色调从浅灰到深灰，能够增加画面的层次感。无彩色视觉海报图如图 1-2 所示。



图 1-2 无彩色视觉海报

有彩色就是除了黑色、白色和灰色以外的颜色，它的基本色包括红、橙、黄、绿、蓝、紫。该色系的颜色具有三个基本特性：色相、饱和度、明度。相对于有彩色系而言，



不同的基本色之间以不同比例混合，再加上无彩色系之间不同比例的混合，可以产生成千上万种有彩色。

有彩色在现实生活中的运用非常广泛，不管是在平面广告上还是在网络页面上，有彩色的搭配能够对视觉造成更强的冲击力，若宣传商品还能突出商品的性质和特点。有彩色（红色）视觉海报图如图 1-3 所示。



图 1-3 有彩色（红色）视觉海报

2. 色彩属性

色彩构成有三个基本要素——色相、饱和度和明度。人们平时看到的任何一种颜色都是由这三种要素组合而成的。色彩属性如图 1-4 所示。



图 1-4 色彩属性

(1) 色相

色相，顾名思义即色彩的相貌。它是由原色、间色和复色构成的。自然界中各种色彩的色相是非常丰富的，比如紫红、蓝绿、橙黄等，它们代表着不同的色相。

原色由红黄蓝三原色组成。间色是两个原色混合后得到的颜色，比如红 + 黄 = 橙、黄 + 蓝 = 绿、蓝 + 红 = 紫。复色是一种间色和另一种原色混合后得到的颜色，比如黄 + 橙 = 黄橙、红 + 橙 = 红橙、红 + 紫 = 红紫、蓝 + 紫 = 蓝紫、蓝 + 绿 = 蓝绿、黄 + 绿 = 黄绿，如图 1-5 所示。

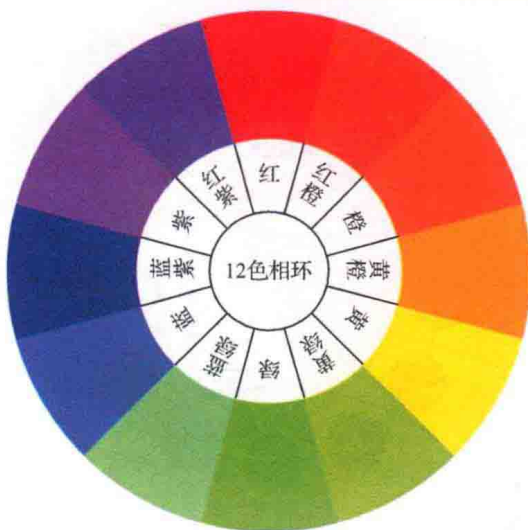


图 1-5 色环

(2) 饱和度

饱和度指色彩的纯洁性，也就是色彩的鲜艳程度。纯度越高，画面表现越鲜明；纯度越低，画面表现越暗淡，如柠檬黄就比土黄更黄，这就是说柠檬黄的色度要高。

饱和度是针对有彩色系而言的，对于无彩色系是没有饱和度的。如图 1-6 所示为饱和度对比。

(3) 明度

明度即色彩本身的明暗程度。明度越高，颜色越亮。明度不同，色相之间也会不同。如原色当中，黄色明度是最高的，接下来的颜色亮度逐渐变暗，黄色比橙色亮、红橙色比红色亮、红色比紫色亮、紫色比黑色亮。还有就是在单色中，加白色后明度就会逐渐变亮，加黑色后明度就会逐渐变暗，如图 1-7 所示。



图 1-6 饱和度对比



图 1-7 明度对比图

3. 色彩的感觉与象征

色彩作为一种客观存在，可以表现丰富的情感效应，这就是色彩的感觉与象征。

(1) 色彩的冷暖感

有些色彩会让人觉得温暖，如红、橙、黄色等，有些色彩则会让人觉得冰冷，如白、蓝、青色等。绿、紫色是中性色，而无彩色系中的黑色代表冷，白色代表暖。色彩冷暖如



图 1-8 所示。

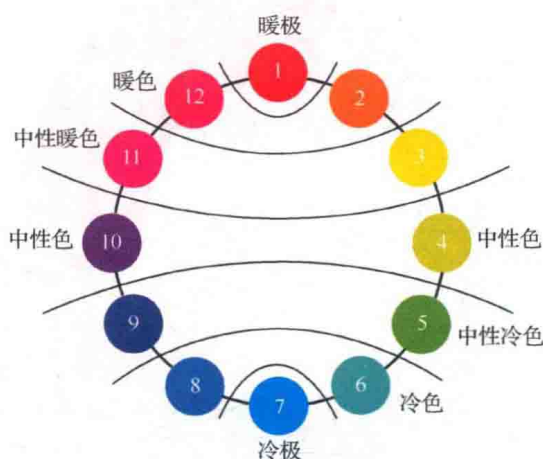


图 1-8 色彩的冷暖

(2) 色彩的轻重感

色彩的重量感主要取决于色彩的明度，高明度的色彩给人以轻飘感，而低明度的色彩则给人以厚重感。在设计时要处理好构图以达到平衡和稳定的需要。

(3) 色彩的空间感

色彩的空间感来源于各种色彩对比，如明暗对比、轻重对比等。

除此以外，色彩还给人诸多其他的心理感受。如红黄等暖色，鲜艳而明亮的色彩给人以华丽感、兴奋感、进取感；而青蓝等冷色，浑浊而灰暗的色彩给人以朴素感、沉静感、退缩感。

1.1.2 色彩搭配与网店

进行网店店铺装修前，首先要学会如何进行色彩搭配，然后再根据网店的行业特征来确定店铺的主色调。下面为大家介绍三种色彩搭配在网店页面设计中的运用技巧。



色彩在网店中的运用

1. 同类系搭配——简洁清爽

同类色是色相环中 15° 夹角内的颜色。在做网店页面设计的时候，要根据店铺的特征来选择颜色的搭配。需要注意的是，应避免使用过多的色彩，以免让人眼花缭乱，感觉店铺档次不高。另外，也并不是颜色越单一越好，以免给人单调的感觉，所以可以运用同类色来进行颜色搭配。同类色划分色环如图 1-9 所示。

对于店铺装修，如果很难决定使用哪种颜色，可以先选择一种颜色，再运用同类色使整体色彩产生变化。这样设计出来的页面，整体看起来会更加简洁、清爽。同类色网店页面示例如图 1-10 所示。