



直通车 视觉营销
聚划算 钻展

淘

2014版

网店美工宝典

上上签设计
王楠 / 编著



直通车 视觉营销

聚划算 钻展

淘

2014版

网店美工宝典

上上签设计
王楠 / 编著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

本书将结合作者多年的装修设计和实战经验,从实用的角度出发,帮助读者学会如何设计制作一个属于自己独特风格的网店。全书共分为 12 个章节。第 1 章和第 2 章主要介绍上传商品图片前的准备工作;第 3 章至第 6 章,主要介绍了淘宝店铺装修的基础模块设置与优化装修功能等内容;第 7 章至第 11 章是整个装修设计的升级篇,介绍了如何定制适合自己的店铺装修设计,从而达到提升客单量的目的;第 12 章是结合新手在店铺装修方面常犯的错误整理出的常见问题解答篇,便于读者解决常见问题,顺利完成店铺装修设计。

本书是为想要学习装修设计的卖家、美工以及装修爱好者等,量身打造装修设计与 Photoshop 相结合的实例操作型教程。

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

网店美工宝典:2014 版 / 王楠编著. —北京:电子工业出版社,2014.1
ISBN 978-7-121-22100-2

I. ①网… II. ①王… 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(2013)第 294968 号



策划编辑:林瑞和

责任编辑:付 睿

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:三河市鹏成印业有限公司

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:19 字数:377 千字

印 次:2014 年 1 月第 1 次印刷

册 数:4000 册 定价:79.00 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。

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

自我做淘宝装修以来，有很多朋友通过旺旺、新浪微博等途经同我讨论问题。在交流的过程中，我发现无论是刚刚加入淘宝的新成员，亦或是已经进行了长期经营的老卖家，都对淘宝装修的宗旨与方法存在着或多或少的疑问与误解。因此，我想通过本书为想要学习装修设计的卖家、美工以及装修爱好者等，量身打造装修设计与 Photoshop 相结合的实例操作型教程。我将结合多年的装修设计和实战经验，从实用的角度出发，帮助读者学会如何设计制作一个属于自己独特风格的网店。

本书主要内容

全书共分为 12 个章节。第 1 章和第 2 章主要介绍上传商品图片前的准备工作，包括如何拍摄出好照片、优化商品主图、优化商品描述图片以及如何使用淘宝图片空间等内容，其中重点介绍了如何利用 Photoshop 制做出吸引买家的图片。第 3 章至第 6 章主要介绍了淘宝店铺装修的基础模块设置与优化装修功能等内容，其中穿插了店铺装修的模块功能与使用技巧，并且利用 Photoshop 的实例操作，使读者能够轻松地设计出令人满意的装修效果。第 7 章至第 11 章是整个装修设计的升级篇，文章结合页面布局、色彩搭配、字体运用、品牌形象以及隐藏的装修功能，介绍了如何定制适合自己的店铺装修设计，从而达到提升客单量的目的。第 12 章是编者结合新手在店铺装修方面常犯的错误整理出的常见问题解答篇，便于读者解决常见问题，顺利完成店铺装修设计。

关于作者

本人旺旺 ID 吵吵 ing，大家都叫我吵吵，真实姓名王楠，现任淘宝四合院明星讲师、阿里学院资深讲师、淘宝视觉营销学院讲师、淘宝装修市场专业设计师、淘宝干活吧视觉专家、淘宝旺铺论坛分坛主等职位。曾参与 2012 新旺铺模板内测设计，优化了淘宝若干设



计类模块，并一直致力于店铺装修设计。

本人 2006 年加入淘宝，有 8 年网店设计实战经验，擅长用户的视觉体验分析。于 2007 年成立自己的设计团队——上上签设计，从事专业的网店设计等业务。团队通过专业的技术和真诚的服务，为所有对淘宝有执着信念并不懈努力的人们，提供了美化店铺的优质服务，并获得了广泛好评。

其他参与本书编写工作的人员有：王超男、王锋、李丹丹、姜启迪、宋阳、宋月、李畅、宋歌、丁宁、刘玉莲、王耀成、王晓萍、李春来、王耀东、孙凤莲。本书在编写过程中，力求精益求精，但由于时间仓促，存在一些不足之处，衷心希望读者批评指正。读者使用本书时如果遇到问题，可以登录淘宝网“上上签设计”(<http://ssqdesign.taobao.com>)店铺给我留言，或者登录新浪微博“吵吵 oO 小巫婆”(<http://weibo.com/witcho0>)与我进行在线交流。

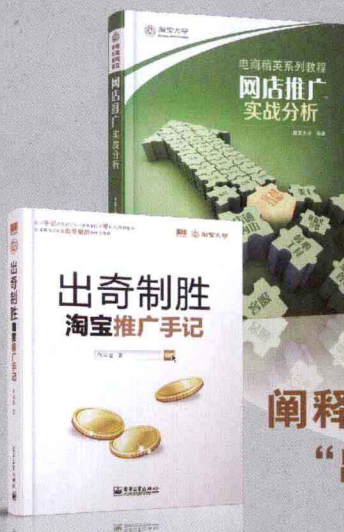
编 者

博文电商旗下作家智库



电商图书
领导品牌

· 提升作家品牌 服务广大电商



《网店推广：实战分析》

书号：978-7-121-17357-8

史上最权威开店教材

《出奇制胜：淘宝推广手记》

书号：978-7-121-20770-9

**阐释淘宝创业
“出奇制胜”的生存策略**

佟国金（淘宝ID：壹品学子）
淘宝大学讲师，淘宝生存策略专家

从事品牌电商运营咨询服务，拥有多年电商运营实战经验。曾亲自操盘，帮助多位卖家突破生意瓶颈，走出低谷。因其白手起家，遂在服务品牌电商之余仍不忘帮助中小卖家。曾独立编著创业型书籍《铸造新商业文明网商利剑》，参与编著《淘宝网新手开店7步通》、《网店推广实战分析》、《零基础学习网上开店》等书。自主研发《玩转商家工具》、《另眼看瓶颈》、《客服职业化》、《网商突破之道》、《先入为王》等多门实战课程。曾在北京、上海、杭州、武汉等全国多个城市授课，授课企业包括方太集团、阳光集团等多家实力型企业，与机构合作培训服务过1号店、麦包包、柠檬绿茶等几十家TOP型品牌电商。

博文电商
拥有百万电商读者



@网商武器库



微信公众号

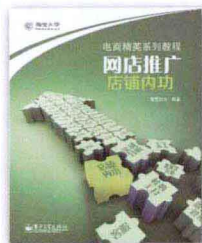
网商武器库



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

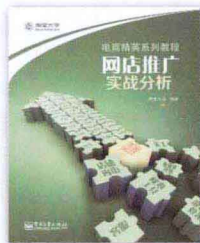
电子工业出版社电商类畅销书

淘宝大学 电商精英 系列教程



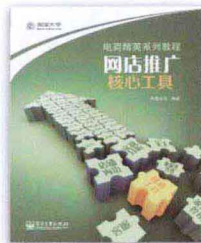
《网店推广·店铺内功》

定价：69.00 元



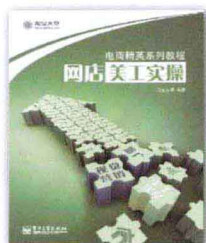
《网店推广·实战分析》

定价：79.00 元



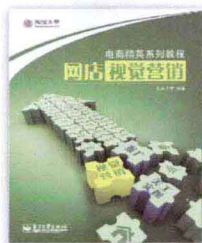
《网店推广·核心工具》

定价：69.00 元



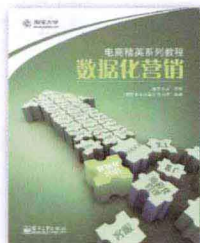
《网店美工实操》

定价：59.00 元



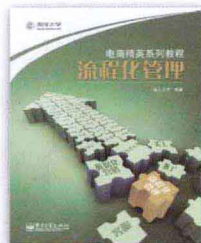
《网店视觉营销》

定价：59.00 元



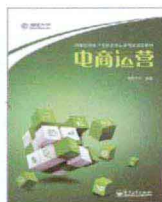
《数据化营销》

定价：68.00 元



《流程化管理》

定价：68.00 元



《电商运营》

淘宝大学 编著

ISBN: 978-7-121-17853-5

定价：45.00 元



《实战网络营销宝典：网站赚钱谋略大全》

刘徽 著

ISBN: 978-7-121-21622-0

定价：69.00 元



《淘宝店铺网络营销赢家手册（第2版）》

孙东梅 编著

ISBN: 978-7-121-21785-2

定价：49.00 元



《出奇制胜：淘宝推广手记》

佟国金 著

ISBN: 978-7-121-20770-9

定价：49.00 元



《网络营销推广实战宝典》

-13852-2



北航

C1709468



《网商大智慧：走出淘宝创业迷局》

meys 阿加加菲 树袋熊和枝树 zgy_l_2001 著

ISBN: 978-7-121-20725-9

定价：49.00 元

目 录

第 1 章 拍照和优化

1

1.1 拍出好照片	2
1.1.1 场景布置	2
1.1.2 光线的角度	3
1.1.3 拍摄构图	6
1.2 Photoshop CS6 的基本操作	8
1.2.1 Photoshop CS6 的工作界面	8
1.2.2 Photoshop CS6 的菜单栏	9
1.2.3 Photoshop CS6 的选项卡	10
1.2.4 Photoshop CS6 的工具箱	11
1.2.5 Photoshop CS6 的控制面板	12
1.2.6 Photoshop CS6 的常用快捷键	15
1.3 使用 Photoshop 优化图片	16
1.3.1 调整曝光不足或曝光过度的图片	16
1.3.2 让图片背景变模糊	19
1.3.3 修改图片尺寸	20
1.3.4 为图片添加装饰边框	22
1.4 优化商品主图	24
1.4.1 主图的尺寸与要求	24
1.4.2 主图背景色的学问	25
1.4.3 好主图提高点击率	27
1.4.4 上传主图的方法	37
1.5 优化商品描述图片	39
1.5.1 描述页面的不同规格	39
1.5.2 上传描述图片的方法	41
1.5.3 提高视觉舒适感的布局	42



1.5.4 使用 Photoshop 体现图文结合	45
1.5.5 使用 Photoshop 制作细节放大效果	48
1.5.6 使用 Photoshop 组合图片	52

第 2 章 玩转图片空间

56

2.1 图片空间介绍	57
2.1.1 什么是图片空间	57
2.1.2 如何进入图片空间	57
2.1.3 图片空间的价格	58
2.1.4 图片空间的优势	58
2.2 图片空间功能介绍	58
2.2.1 上传优化好的图片	59
2.2.2 获得更大空间	63
2.2.3 可恢复的回收站功能	64
2.2.4 多尺寸选择	64
2.2.5 图片替换功能	65
2.2.6 图片搬家	66
2.3 管理空间	68
2.3.1 图片空间排序方式	68
2.3.2 图片授权	69

第 3 章 店铺装修的基础模块

71

3.1 旺铺专业版揭秘	72
3.1.1 什么是旺铺专业版	72
3.1.2 旺铺专业版的优势	73
3.1.3 新增功能	74
3.2 店招的制作	76
3.2.1 店招的设计原则和要求	76
3.2.2 常规店招	77
3.2.3 通栏店招	82
3.2.4 上传店招到店铺中	85
3.3 打造精美公告栏	88
3.3.1 在显著位置添加公告栏	88

3.3.2 文字公告栏	89
3.3.3 图片公告栏	92
3.3.4 动态公告栏	96
3.4 图片轮播模块	101
3.4.1 不同轮播图的尺寸要求	101
3.4.2 添加轮播模块的方法	101
3.4.3 轮播模块的功能	104
第 4 章 店铺装修的辅助模块	
4.1 商品分类模块	108
4.1.1 默认商品分类模块	108
4.1.2 横向商品分类模块	114
4.2 导航模块	116
4.2.1 认识旺铺专业版导航条	117
4.2.2 在导航条上添加分类信息	117
4.2.3 自定义导航页面	118
4.2.4 管理导航内容	120
4.3 友情链接模块	122
4.3.1 认识友情链接	122
4.3.2 添加友情链接模块	123
4.3.3 设置友情链接模块	124
4.4 收藏模块	126
4.4.1 制作收藏图片	127
4.4.2 添加收藏模块	132
4.5 搜索模块	136
4.5.1 认识搜索模块	136
4.5.2 设置搜索模块内容	137
第 5 章 店铺装修的营销功能	
5.1 客服无处不在	140
5.1.1 设置子账号 /E 客服	140
5.1.2 添加左侧客服中心	144
5.1.3 悬浮客服的设置	148



5.1.4	制作客服区	150
5.2	活动的设置	157
5.2.1	满就送（减）	157
5.2.2	店内团购	161
5.3	友好的快递服务展示	165
5.3.1	快递模板的设置	165
5.3.2	制作快递服务展示图	168
5.3.3	在详情页投放快递展示图片	172
5.4	售后服务的美化展示	174
5.4.1	退换货流程图	174
5.4.2	售后承诺图	179
5.4.3	5星好评图的制作	182
第6章	店铺装修的推广功能	189
6.1	海报宣传	190
6.1.1	海报的类型	190
6.1.2	制作最炫首焦图	191
6.1.3	设置全屏海报	195
6.2	店铺动态推广	199
6.2.1	店铺动态的优势	199
6.2.2	管理店铺动态	200
6.2.3	添加店铺动态组件	205
6.3	二维码	207
6.3.1	二维码的应用	208
6.3.2	二维码的妙用	208
6.3.3	二维码的引流作用	210
6.3.4	在店铺中添加二维码	211
第7章	我的装修我做主	213
7.1	大图展示	214
7.1.1	在Photoshop中制作大图模块	214
7.1.2	分割图像	218
7.1.3	使用表格制作模块	221

7.2	在线制作装修模块	225
7.2.1	放大镜模块	225
7.2.2	推荐模块	230
7.3	页面背景不再裸奔	232
7.3.1	平铺背景	233
7.3.2	纵向平铺背景	235
第 8 章	店铺装修的页面布局	240
8.1	店铺布局的原则	241
8.1.1	合理布局，分清主次	241
8.1.2	区域划分，条理清晰	243
8.1.3	结合海报，突出重点	244
8.1.4	布局丰满，应有尽有	245
8.2	布局管理的设置	245
第 9 章	店铺装修的多样点缀	248
9.1	店铺色彩加减法	249
9.1.1	色彩传达的意义	249
9.1.2	色彩搭配的原则	252
9.1.3	定位店铺色彩形象	253
9.2	字体也是美工	256
9.2.1	字体的分类	256
9.2.2	字体在页面中的运用	258
9.3	做有声有色的店铺	260
9.3.1	搜索背景音乐	260
9.3.2	添加背景音乐	261
第 10 章	店铺装修的个性化包装	263
10.1	店标设计	264
10.1.1	静态店标的制作	264
10.1.2	动态店标的制作	267
10.1.3	将店标应用到店铺中	268
10.2	LOGO 设计	269
10.2.1	LOGO 的意义	269



10.2.2 LOGO 的分类	270
10.2.3 制作店铺 LOGO	271
10.2.4 为商品添加 LOGO	274

第 11 章 隐藏的秘密

277

11.1 模板颜色的变换	278
11.2 自由的背景设置	280
11.3 店铺装修的还原与备份功能	282
11.4 多样化的宝贝描述模板	284

第 12 章 常见问题解答

288

第1章

拍照和优化

- 1.1 拍出好照片
- 1.2 Photoshop CS6 的基本操作
- 1.3 使用 Photoshop 优化图片
- 1.4 优化商品主图
- 1.5 优化商品描述图片



1.1 拍出好照片

网上店铺与传统店铺最大的区别在于：网上店铺并没有实物可供买家实际感受与挑选，买家仅仅通过图片观察商品细节从而做出决定进行交易。所以，要博得买家的青睐，拍摄出成功的商品图片，就一定要在保证真实性的前提下别出心裁地进行设计，使之能够吸引买家的目光，激发其了解所展示商品的兴趣和购买的欲望。拍摄出一张成功的商品图片主要包括三个因素：场景布置、光线的角度和拍摄构图。

1.1.1 场景布置

网上店铺因其虚拟的特性，买家触不到、摸不着，全凭眼睛去观察，所以，为了防止买家将过多的注意力消耗在无谓的商品背景之中，场景布置的第一原则就是简单整洁。在拍摄过程中，简单的场景布置最利于拍摄出好照片，场景布置简洁明了，自然能够轻易地将买家的目光引向拍摄的焦点；而杂乱的场景布置只会喧宾夺主，分散买家的注意力，从而严重影响买家的购买欲望。

那么，如何进行简单并且效果好的场景布置呢？最重要的一点就是根据商品属性布置商品场景，先来看两张甜甜圈的图片，如图 1-1 和图 1-2 所示。



图 1-1 甜甜圈 1

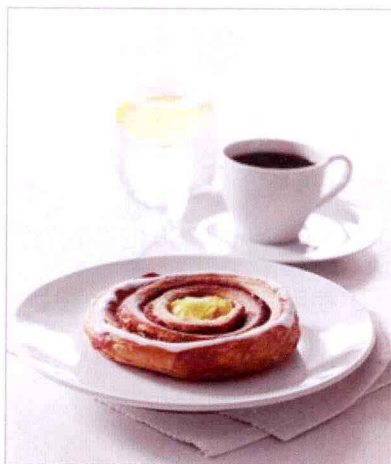


图 1-2 甜甜圈 2

图 1-1 和图 1-2 的拍摄图片都是甜甜圈，两张图片都把甜甜圈的形态清晰地呈现出来

了，然而这两张图片哪张更让买家有购买欲望却是显而易见的。为什么图 1-2 比图 1-1 更吸引买家呢？我们观看图 1-2 的时候，是否联想到了自己午后休闲地坐在沙发上，品着咖啡吃着甜甜圈这样惬意的生活，这就是关键所在。通过两张图片的清晰对比，可以看到为了体现甜甜圈这个休闲的零食，拍摄者将它与咖啡置于一个场景中，从而使整个场景灵动了许多。午后阳光的渗入，又为整体场景增添了几分浪漫的色彩，使场景更加活灵活现。

1.1.2 光线的角度

光是色彩之源，光的变化会影响买家对商品的外在感官，人们只有在适当的光线下才会充分感知到物体的色彩。要拍出适合实物感观的图片，光线角度的选择将起到决定性的作用。在专业摄影领域，光源的位置选择很有学问，如侧光、侧逆光等；而我们在实际拍摄中，只需要把光分为主光、背景光、辅助光等几种即可。因为刚开店不宜投入过多的资金，可以利用白布和台灯等制作小型摄影棚，摄影棚的原型可参考图 1-3。

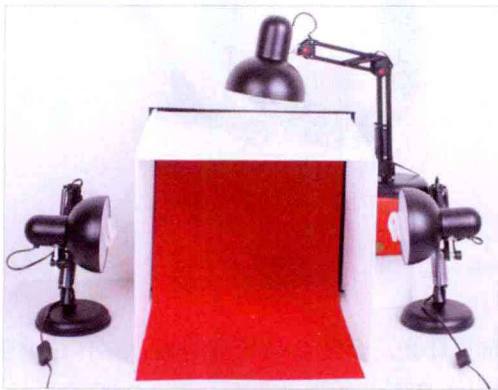


图 1-3 摄影棚的原型

在布置光线角度的时候，应首先重点把握主光的位置，可以在最前方，也可以在顶部，然后再利用辅助光，来调整画面上由于主光的作用而形成的反差，从而突出整体画面的层次感。下面介绍三种不同商品的光线角度选择。

1. 无暗角拍摄法

从正面的两侧布置灯光，投射出来的光线全面而且均匀，可以散布到商品的表面，使商品没有暗角，展现得非常清晰。拍摄布局图如图 1-4 所示，拍摄效果图如图 1-5 所示。

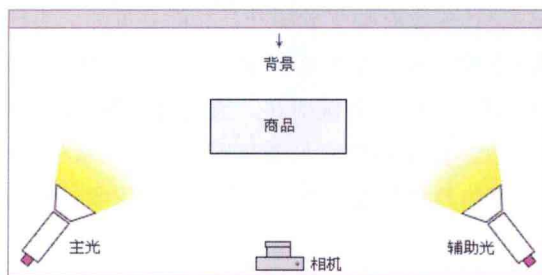


图 1-4 拍摄布局图 1



图 1-5 拍摄效果图 1

2. 立体感拍摄法

从商品的前后交叉布置灯光，会使商品轮廓明显，立体感增强，在背景上产生小投影的效果。拍摄布局图如图 1-6 所示，拍摄效果图如图 1-7 所示。

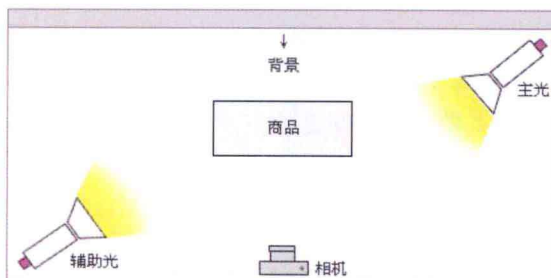


图 1-6 拍摄布局图 2