

电子商务职业细分化岗位导向型规划教材



电商美工系列

ZHUTU YU XIANGQINGYE SHEJI SHIXUN

# 主图与详情页设计实训

【京慧越商学院 编】



河南大学出版社  
HENAN UNIVERSITY PRESS

电子商务职业细分化岗位导向型规划教材

# 主图与详情页设计实训

【京慧越商学院 编】

主 编 刘奇超

副主编 杨玉良 南志光

编 委 王 雅 马红霞 郭宇扬

 河南大学出版社  
HENAN UNIVERSITY PRESS

· 郑州 ·

---

## 内容简介

随着电子商务的发展,电子商务企业的岗位用人需求趋于细分化,院校电子商务专业依据企业的变化,其课程的设置和授课形式也发生了转变,本书就是根据现在企业所需人才而定制的开始老师们授课需求的新型店铺装修教材。

《主图与详情页设计实训》是一本帮助淘宝美工学习网店店招、主图、直通车主图、详情页制作及视觉设计的书。本书通过理论结合实例的形式,以通俗易懂的语言,讲解了淘宝美工需要掌握的各方面知识。本书共7章,第1章讲解了淘宝美工需要掌握的设计理念,包括图片常见构图方法与详情页常见页面布局;第2章和第3章是对直通车主图和店招的案例制作与分析的讲解;第4章讲解了主图、详情页的重要性;第5章和第6章讲解了主图、详情页的设计案例制作与分析。本书适合淘宝店主和淘宝美工学习使用,也可作为相关培训机构和职业院校相关专业的教材。

---

### 图书在版编目(CIP)数据

主图与详情页设计实训 / 京慧越商学院编. — 郑州: 河南大学出版社, 2017.3  
ISBN 978-7-5649-2785-1

I. ①主… II. ①京… III. ①网页制作工具 IV. ①TP393.092.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第068625号

责任编辑 林方丽  
责任校对 陈冲  
整体设计 陈盛杰

出版发行 河南大学出版社

地址 郑州市郑东新区商务外环中华大厦2401号

邮编 450046

电话 0371-86059712 0371-86059701(营销部)

网址 www.hupress.com

排版 郑州市郑东新区大艺图文设计商行

印刷 郑州新海岸电脑彩色制印有限公司

版次 2017年9月第1版 印次 2017年9月第1次印刷

开本 787mm×1092mm 1/16 印张 10.5

字数 233千字 定价 51.90元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

# 电子商务职业细分化岗位导向型规划教材

## 编写委员会

主 任 邓清亮

副主任 周爱荣 梅士建

委 员 宋沛军 吕 梁 张歌凌 余根强 苏天保

      娄广立 魏 鹏 齐英兰 武建周 郭子锋

      侯冬玲 李大伟 白国祥 李进旭 李顺发

顾 问 于幸福 许志强

策 划 郑凯彬



18世纪蒸汽机的出现和广泛使用引发了第一次工业革命，机器代替了手工劳动。19世纪电力的大规模应用造就了第二次工业革命。电力革命给人类社会带来了巨大的进步。从1986年中国发出第一封国际电子邮件开始，经过30年的发展，互联网在中国有了近8亿用户，相当于欧洲人口总量，渗透率近60%，互联网已经如电力般渗透到我们日常工作生活的每一个角落。随着互联网基础设施建设的不断完善、移动互联网终端的大量普及，政府鼓励互联网产业发展，中国互联网产业正在成为全球最大的经济体。

“互联网+”早已成为国家战略，在中国互联网过往30年的发展历程中，互联网与广告、零售、银行、通信等传统行业的结合，在造就百度、阿里巴巴、京东、腾讯等互联网优秀企业的同时，也为中国的经济转型升级提供了新路径和宝贵的经验。国家正在通过“一带一路”倡议，加强国际交流和对外贸易，大力推进跨境电子商务的发展，推动“中国制造”走向全球。在万物互联的新生态中，企业不再是社会经济活动的最小单位，个人才是社会经济活动的最小细胞，企业的经营模式正在进行深入的变革，快速理解和响应每一个细胞的需求和行为，甚至和每一个不同的人进行情感交流、产生共鸣才能在新的变革中立足于不败之地。

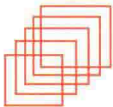
随着互联网产业的快速发展，伴随着互联网长大的“90后”“00后”逐步成为电子商务的参与者和实施者，全民电子商务近在眼前；电子商务产业在消费环境、资本环境和政策环境方面前景一片大好，当前中国正在经历供给政策改革和消费升级，电子商务是最有力的推手，作为市场的主体企业，拥抱互联网的方式正是电子商务未来的发展趋势。

(1) 内贸平台电商。内贸平台电商以阿里系淘宝、天猫、阿里巴巴，京东系为代表，目前是大多数企业在参与的模式，在未来一段时间内还会继续存在。

(2) 移动电商。移动电商是基于移动社交建立起来的电商体系，以社群为入口，以社交为信任背书，是电商当之无愧的主战场。

(3) 跨境电商。跨境电商已然成为时代的主题，也是国家“一带一路”工作的重头戏，未来的电商一定是全球化的。

(4) 产业电商。越来越多的供应链企业直接参与到产业电商的链条中，其中表现突出的



就是餐饮电商和旅游电商，主要表现形式为 O2O（线上到线下）。

互联网正在重塑中国的经济生态，互联网与各行各业的深度跨界融合给以电子商务为代表的互联网产业人才培养带来了新的挑战，主要表现为岗位需求量大、复合型强、实操性高。

校企合作共建电子商务专业群，培养符合社会和行业需要的电子商务产业人才，是院校发展的必由之路。基于此，京慧越商学院发起成立了电子商务产教联盟，校企合作共同开发电子商务专业课程体系。课程体系包含专业教材、教学资源、实训平台、产业项目输出，四位一体共同培养复合型电子商务产业人才。

电子商务，电子是手段，是术；商务是本质，是道。在长期的电子商务产业人才培养过程中，我们发现电子商务专业首先还是要解决师生商务人的意识和理念问题，所以此套课程体系采用了独特的 TOJ（training on job，在职培训）教学方法，从电子商务实际岗位出发，涵盖电商美工、电商客服、电商物流、网络营销、电商运营等岗位群，同时融合大数据、移动新媒体和跨境电子商务等主流电子商务新业态，分模块由浅入深进行实操学习。教材配套教学资源请发邮件至 [server@jinghuiyue.com](mailto:server@jinghuiyue.com) 进行联络索取。

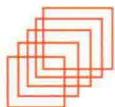
本次课程体系开发得到了京慧越商学院 40 多所合作院校领导和电子商务专业老师的大力支持与帮助，我们在这里表示真诚的感谢！我们参考了国内外大量的图书杂志和网站资料，已在本书最后附上参考文献列表，有些在文中注明了出处，在此向有关作者表达我们诚挚的谢意！由于近年来互联网产业发展迅速，大量的新技术、新应用不断产生，加上编者水平有限，因此本书尚有遗漏、不足之处，恳请读者批评指正。希望这次校企共同开发的这一套院校电子商务职业细分化、岗位导向型规划教材对院校的师生学习电子商务专业技能有所帮助。

编著 郑州京慧越科技有限公司

旗下 京慧越商学院

2017 年 7 月

<b>第1章 美工设计理念 .....</b>	<b>001</b>
1.1 设计的目标受众 .....	002
1.2 图片常见构图方法 .....	002
1.3 详情页常见页面布局 .....	007
1.4 不同布局样式的侧重点 .....	012
<b>第2章 淘宝直通车主图设计案例 .....</b>	<b>015</b>
2.1 淘宝直通车概述 .....	016
2.2 果耶果汁直通车主图设计案例制作分析 .....	019
2.3 服装直通车主图设计案例制作分析 .....	023
<b>第3章 店招导航设计案例 .....</b>	<b>029</b>
3.1 店招与导航概述 .....	030
3.2 山楂条店招与导航图片设计案例制作分析 .....	031
3.3 服装店招与导航图片设计案例制作分析 .....	040
<b>第4章 主图、详情页的重要性 .....</b>	<b>049</b>
4.1 了解产品主图、详情页面 .....	050
4.2 赏析主图、详情页面 .....	052
4.3 详情页的设计思路 .....	054



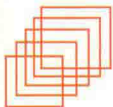
<b>第5章 主图设计案例</b> .....	<b>057</b>
5.1 新品主图设计案例制作与分析 .....	058
5.2 促销商品主图设计案例制作与分析 .....	063
5.3 爆款商品主图设计案例制作与分析 .....	071
5.4 常规商品主图设计案例制作与分析 .....	078
<b>第6章 详情页设计案例</b> .....	<b>087</b>
6.1 香水详情页设计案例制作与分析 .....	088
6.2 裤子详情页设计案例制作与分析.....	107
6.3 黑枸杞详情页设计案例制作与分析 .....	115
6.4 耳钉详情页设计案例制作与分析 .....	126
<b>第7章 移动端详情页设计</b> .....	<b>139</b>
7.1 移动端详情页的重要性 .....	140
7.2 移动端详情页尺寸要求 .....	143
7.3 移动端详情页制作分析 .....	144

FIRST

01

# 第1章 美工设计理念

- ※ 设计的目标受众
- ※ 图片常见构图方法
- ※ 详情页常见页面布局
- ※ 不同布局样式的侧重点



## 1.1 设计的目标受众

美工的工作实际上就是通过图形图像软件对商品的照片进行修饰,利用美学设计对文字和照片进行组合,给人以舒适的、直观的视觉感受,让消费者从设计过的网店中了解到更多商品信息和店铺信息。一个网店的的产品品质再好,如果没有一个合适的美工进行设计装饰,也不一定能销售出去。

美工设计的店铺决定着店铺的品味,主图决定着宣传力度。就像和商场促销产品配套的大喇叭把打折信息直观传输给消费者以及专业的销售员耐心对消费者进行讲解从而取得消费者对商品的信任、激发起他们的购买欲望一样,详情页起到的就是描述的作用。一个进行过设计装修的店铺的销量会比一个销售同样商品但是商品杂乱无章的店铺要好。

如图1-1所示,不同的商品需要不同的设计风格,即使是同类商品的不同卖点也是需要不同的设计风格的。商品同样是衣服,一个是价格优势做批发,一个是品质、品牌都很优质做单品,两个就需要不同的设计风格。所以,首先要清楚自己做的设计的目标受众是谁。

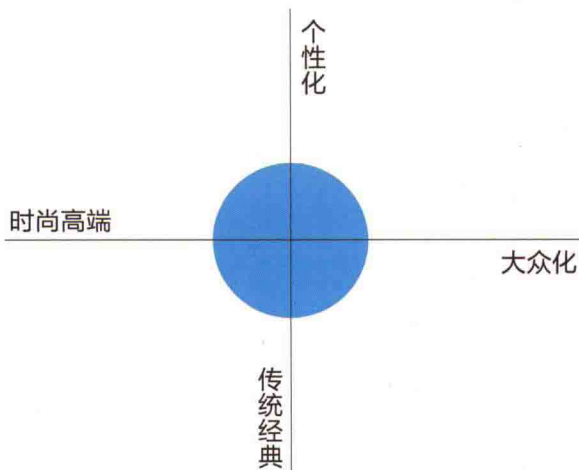


图1-1 受众群图

## 1.2 图片常见构图方法

“构图”一词来源于古老的拉丁语,其本来意思是“结构、组成或者联结”。在没有电子商务和广告之前,构图应用于摄影领域。摄影结构大师布勒松曾经说过:“一幅照片,要把题材

尽量强烈地表达出来，必须严格地建立起形式之间的联系。”构图担负着突出图片主体、吸引视线、简化杂乱、促进均衡和谐的作用。好的构图将会突出画面的中心，使画面更具故事性，并能反应作者对某一事物的认识和感情。这也是淘宝图片设计中图片构图的意义，即通过构成图片的各个素材的组合和联结，把我们想要传达的内容尽量强烈地表达出来。下面介绍几种常见的图片构图方法。

### 1.2.1 视觉均衡构图

均衡式构图可以给人平稳宁静的感觉，又避免了呆板，是比较经典的构图方法。要使画面均衡，形成均衡式构图，关键是要选好均衡点（均衡物）。

那么，均衡点是什么呢？这要从需要的艺术效果上去找。只要位置恰当，小的物体和大的物体均衡，近的物体和远的物体均衡，就是均衡点。视觉均衡构图的远近、大小处理如图1-2所示，视觉均衡构图图形示例如图1-3所示。



图1-2 视觉均衡构图

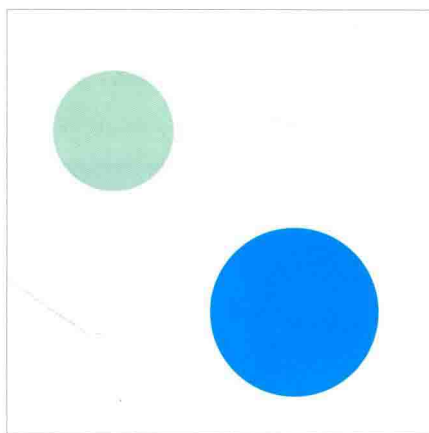


图1-3 视觉均衡构图图形示例

### 1.2.2 对角线构图

对角线构图可以获得有趣的画面，画面被对角线构图切割后呈现两部分图片内容，使死板的图片更具有想象空间，画面也更活泼。以往水平线为主的图片，在对角线构图下显得更为生动。对角线构图其实很简单，就是要把主体安排在对角线上，利用画面对角线来整体统一画面元素，以示陪衬体与主体发生直接关系。这种构图的特点是画面富于动感，显得活泼，容易产生线条的汇聚趋势，吸引人的视线，从而突出主体，如图1-4所示。对角线构图图形示例如图1-5所示。

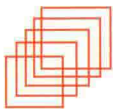


图1-4 对角线构图

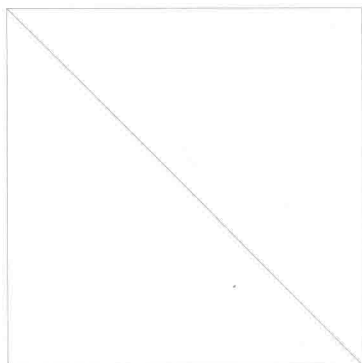


图1-5 对角线构图图形示例

## 1.2.3 特写式构图

特写就是有针对性，特写式构图是突出商品的某一个方面的一种构图形式，比如说头部特写，就是抓住头部特征，对头部进行详细刻画。特写式构图是将主体以特写的形式进行放大，令其以局部布满画面，具有紧凑、细腻、微观等特点。特写式构图如图1-6所示，特写式构图图形示例如图1-7所示。



图1-6 特写式构图

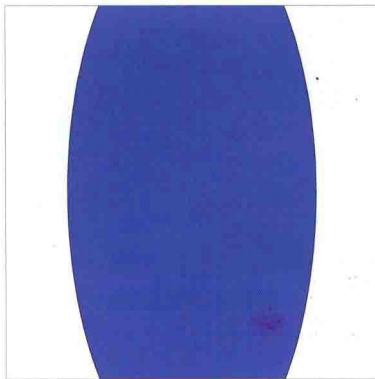


图1-7 特写式构图图形示例

## 1.2.4 九宫格构图

九宫格构图又叫三分法构图，是最常见的构图方法之一。如果把它当作一个有边框的面积，把左、右、上、下四边都分成三等份，然后用直线把这些对应点连接起来，画面中就构成一个

“井”字，画面面积就分成相等的九个方格，这就是我国古人所称的“九宫格”，四个交叉点就是视觉中心。这种构图方式可以说是最保险的一种。“井”字构图法的四个交叉点可以看作是画面的黄金分割点，如此构图可以保证拍摄画面整体的和谐性，一直以来被广泛使用。但因为其泛用性，这种构图很难有令人惊叹的照片出现。简单地说，九宫格构图就是把主体放在四个点上（或者线上），把画面分成三份，不要让主体在正中间，这样就会很美，如图1-8所示。九宫格构图图形示例如图1-9所示。



图1-8 九宫格构图



图1-9 九宫格构图图形示例

### 1.2.5 三角形构图

三角形构图就是以三个视觉中心为景物的主要位置，以三点成面的几何构成来安排景物，从而形成一个稳定的三角形。这种三角形可以是正三角形，也可以是斜三角形或倒三角形，其中斜三角形较为常见，也较为灵活。三角形构图具有安定、均衡但不失灵活的特点，如图1-10所示。三角形构图图形示例如图1-11所示。



图1-10 三角形构图

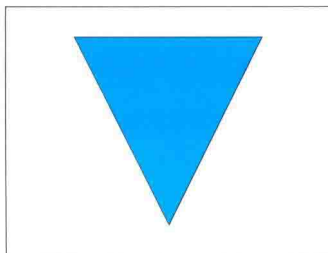
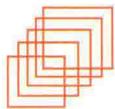


图1-11 三角形构图图形示例



### 1.2.6 画面中心构图

画面中心构图又叫中央构图，其特点在于可以让人的视线迅速集中在主体上。画面中心构图可以将主体和背景迅速分离开来，将主体构图于画面正中间，配以背景的各种色彩以及文字表述，同样可以获得具有冲击力的图片。画面中心构图是最简单的构图方式之一，就是把要表达的元素放在画面中心，这样的构图给人以稳定、庄重的感觉。这种构图方式的弊端是容易使画面显得呆板，所以使用这种构图方法时，要注意一些细节上的点缀设计，使画面有所变化，如图1-12所示。画面中心构图图形示例如图1-13所示。



图1-12 画面中心构图

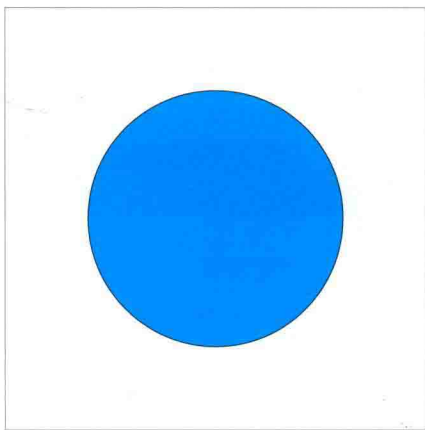


图1-13 画面中心构图图形示例

### 1.2.7 黄金分割构图

让我们从最基本的介绍开始这个话题。“黄金分割”是一种由古希腊人发明的几何学公式，遵循这一规则的构图形式被认为是和谐的，在欣赏一件形象作品时，这一规则的意义在于提供了一条被合理分割的几何线段。对许多画家/艺术家来说，“黄金分割”是他们在现时的创作中必须深入领会的一种指导方针，摄影师也不例外。

黄金分割构图是最经典的构图方式之一，在实际运用过程中，我们通常会使用近似于黄金比例的数据，比如 $2/3$ 、 $3/5$ 、 $5/8$ 、 $8/13$ 、 $13/21$ 等，它们都是接近于 $1:0.618$ 的比例，这样就更方便我们在拍摄构图时使用。

黄金分割构图如图1-14所示，黄金分割构图图形示例如图1-15、图1-16所示。



图1-14 黄金分割构图

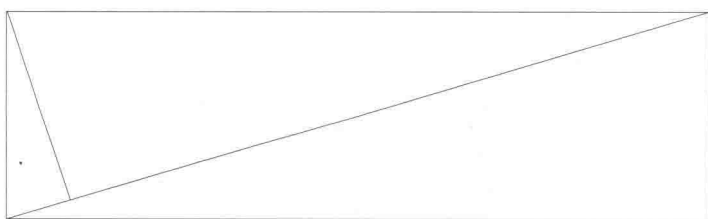


图1-15 黄金分割构图图形示例

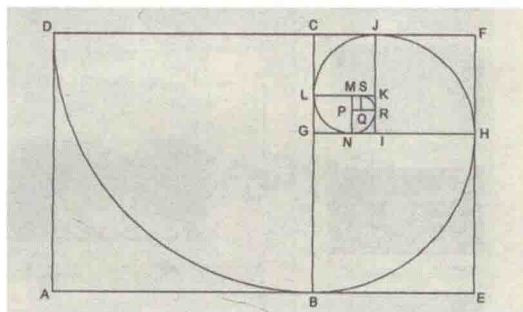
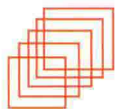


图1-16 黄金分割构图图形示例

### 1.3 详情页常见页面布局

浏览者在浏览商品详情页时，通常情况下会下意识地将图像看作一个整体，然后才会将视线定位到比较突出的位置，所以在排列图像的时候要尽量将一些希望强调的图像及文字放置在比较突出的位置。



## 1.3.1 中间对齐模式的页面布局

中间对齐模式的页面布局方式具有吸引视线的优点，但会使整体页面显得比较狭窄。通常情况下，可以调整一些图像的尺寸，将留白部分的特色发挥出来，从而清除沉闷、狭窄等弊端，给人安静稳定的感觉，如图1-17所示。



图1-17 中间对齐模式的页面布局

### 1.3.2 对角线排列的页面布局

对角线排列的页面布局适合表达一种自由奔放的情感，并且可以起到自然的Z字形视觉牵引效果，给人一种比较清爽利落的感觉。但无论是怎样的一种自由布局，都要遵循一定的准则，以指引线为准进行图片和文字的设计和布置，如图1-18所示。



图1-18 对角线排列的页面布局

### 1.3.3 棋盘式的页面布局

棋盘式的页面布局就是将图像按照棋盘表面的方格样式进行布局设计，把众多的图像一次性地展示给消费者。这种布局方式较为有效，并且也适合用在展示商品的各个细节部分上。这种页