



按新版淘宝/天猫规则编写  
更适合教学与自学

# 网店美工

淘宝天猫店铺设计与装修

# 实操

(第2版)

冯德华 王毅 曹培强 编著



140多页  
配套PPT



70多个PSD  
源文件



140多个  
设计素材



100多段  
教学视频



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>

## 内 容 简 介

网店开启之后，能够增加网店商品销量的方式主要有运营和网店效果两种。通过视觉吸引买家注意是最经济实惠的方式，想要在此方面有所突破，美工的作用不容小觑。

本书以实例和设计理论相结合的方式，逐步体现美工在网店各个视觉模块的重要性。根据美工在装修网店时应了解的各个知识点，本书精心设计了 70 多个与网店美工相关的实例，其中包含网上开店前期企划、商品信息采集、美工在网店中的作用、在网店中定位配色与细节、能提升网店流量的图片的设计与制作、淘宝前台与后台的衔接，以及店铺可装修区域的应用等综合实例。本书由一线网店美工教师和网店店主编写，循序渐进地讲解了网店美工在装修时需要了解的知识点。

本书采用案例教程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，实用且讲解清晰，不仅可以作为初次开店想自己装修网店的初级读者和中级读者的学习用书，还可以作为大中专院校相关专业及电子商务培训的教材。

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

网店美工实操：淘宝天猫店铺设计与装修 / 冯德华，王毅，曹培强编著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2021.10

ISBN 978-7-121-41999-7

I. ①网… II. ①冯… ②王… ③曹… III. ①网店—设计—教材 IV. ①F713.361.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 191899 号

责任编辑：高丽阳

特约编辑：田学清

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：中国电影出版社印刷厂

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：17 字数：390 千字

版 次：2018 年 7 月第 1 版

2021 年 10 月第 2 版

印 次：2021 年 10 月第 1 次印刷

定 价：108.00 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](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：010-51260888-819, [faq@phei.com.cn](mailto:faq@phei.com.cn)。

# 前言

随着时代的进步，人们对于网络的依赖越来越严重了。只要有网络，买东西和卖东西都不需要在实体店内进行，对于自己喜欢的商品，只需要动一动鼠标，就能完成网上交易。对于买家而言，在网店浏览商品时，最能激发买家购买欲望的除了商品的价格和特色外，网店整体的装修格局和配色也能激起买家的购买欲望，因此作者编写了这本书。

能够产生经济效益是每个卖家的最大心愿。在商品与价格都大体相同的情况下，一个好的网店视觉界面绝对是突出商品卖点的保障，而这又恰恰是网店美工的工作。

市面上流行的网店美工书籍大多是以理论和实例两种形式存在的，而本书正好将这两点合二为一，使读者不但可以理解网店美工操作的理论，还可以通过书中提供的案例讲解来完成实践操作的过程，从而使读者了解网店美工在装修时使用的软件，少走弯路。

本书作者有着丰富的电商美工教学经验和网店经营与装修的实践经验，将自己在网店装修过程中总结的经验和技巧展现给读者。希望读者能在体会装修软件的强大功能的同时，将设计创意和设计理念通过软件反应到网店的视觉效果中来，更希望通过本书帮助读者解决开店后美工装修中的难题，提高网店的整体视觉水平，快速成为网上销售的高手。

## 本书特点

本书内容由浅入深，每一章的内容都丰富多彩，力争涵盖网上店铺装修方面的全部知识点，以实例结合理论的方式对网店装修进行讲解。

- 内容全面，涵盖了美工在网店装修中所涉及的图片、配色、视觉细节和网店装修的各个方面。本书由具有丰富教学经验的网店装修一线老师编写，从商品图片设计的一般流程入手，逐步引导读者学习装修时所涉及的各种技能。
- 语言通俗易懂，讲解清晰，前后呼应，以小的篇幅、易读懂的语言来讲解每一项功能和每一个实例，让读者学习起来更加轻松，阅读更加容易。
- 实例丰富，技巧全面实用，技术含量高，与实践紧密结合。每一个实例都包含着作者多年的实践经验，每一个功能都已经过技术认证。
- 注重理论与实践相结合，本书中实例的运用都是由软件某个重要知识点展开，使读者更容易理解和掌握，从而方便记忆知识点，进而能够举一反三。

## 本书章节安排

本书依次讲解了网上开店前期企划、商品信息采集（扫码阅读）、美工在网店中的作用、在网店中定位配色与细节、能提升网店流量的图片的设计与制作、淘宝前台与后台的衔接，以及店铺可装修区域的应用（扫码阅读）。

本书“扫码阅读”部分，请按照“读者服务”的提示扫描二维码获取。

## 本书读者对象

本书主要面向想开网店的初级读者和中级读者，是一本非常适合阅读的网店装修教材。学习任何课程都应该从掌握基础知识开始，再循序渐进地进行学习。以前没有接触过网上开店或自己装修网店的读者参照本书即可轻松入门，能够自己进行网店装修的读者可以从本书中快速了解网店配色、商品调色及视觉细节等方面的知识点。

本书主要由冯德华、王毅和曹培强编著，参加编写的成员还有王红蕾、陆沁、吴国新、时延辉、刘冬美、戴时颖、刘绍婕、尚彤、张叔阳、葛久平、孙倩、殷晓锋、谷鹏、胡渤、赵頔、张猛、齐新、王海鹏、刘爱华、张杰、张凝、王君赫、潘磊、周荣、周莉、金雨、陆鑫、付强、刘智梅、陈美荣、范雨薇、张琦、曹培军等。

由于时间仓促且作者水平有限，书中疏漏和错误之处在所难免，敬请读者批评指正。



## 读者服务

微信扫码回复：41999

- 获取本书配套资源（含 PPT、设计素材、源文件、教学视频）
- 获取“扫码阅读”部分内容
- 加入电商读者交流群，与更多读者互动
- 获取【百场业界大咖直播合集】（持续更新），仅需 1 元

# 目录

第 1 章 网上开店前期企划.....	1
1.1 客户群定位.....	2
1.2 选择经营商品.....	3
1.3 网上浏览行业旺铺.....	5
1.4 批发城实地调研.....	5
1.5 组成网店的各个功能元素.....	6
1.5.1 店标.....	6
1.5.2 店招.....	7
1.5.3 促销广告.....	7
1.5.4 宝贝分类.....	9
1.5.5 联系方式.....	10
1.5.6 店铺收藏.....	11
1.5.7 店铺二维码.....	11
1.5.8 店铺公告.....	11
1.5.9 宝贝展示.....	12
1.5.10 宝贝排行.....	13
1.5.11 宝贝详情.....	13
1.6 网上店铺的制作流程.....	14
1.6.1 规划时期.....	15
1.6.2 制作时期.....	21
1.6.3 保存与发布时期.....	21
1.6.4 维护更新时期.....	22
1.7 网上开店.....	22
1.7.1 淘宝开设店铺的特点.....	22
1.7.2 淘宝开设店铺的基本流程.....	23
第 2 章 商品信息采集【扫码阅读】.....	31



第3章 美工在网店中的作用 .....	32
3.1 宝贝图片处理 .....	33
3.1.1 裁剪与倾斜校正 .....	33
3.1.2 修饰宝贝图片 .....	39
3.1.3 宝贝图片的调色处理 .....	49
3.1.4 宝贝图片的瑕疵修复 .....	55
3.2 网店图片多种抠图技巧 .....	66
3.2.1 规则形状抠图 .....	67
3.2.2 简单背景抠图 .....	71
3.2.3 复杂图形抠图 .....	74
3.2.4 毛发抠图 .....	82
3.2.5 图层关系替换背景 .....	85
3.2.6 透明宝贝的抠图方法 .....	87
3.2.7 综合抠图方法 .....	92
3.3 图片在网店设计中的作用 .....	93
3.3.1 商品整体参与整体设计 .....	93
3.3.2 商品切断式参与整体设计 .....	94
3.3.3 不同视角参与整体设计 .....	95
3.3.4 超出范围参与整体设计 .....	96
3.4 文案在网店中的作用 .....	96
3.4.1 为什么要做文案 .....	97
3.4.2 文案怎样写 .....	97
3.4.3 文案的布局 .....	98
3.4.4 活动文案 .....	104
第4章 在网店中定位配色与细节 .....	106
4.1 网店中图片的配色 .....	107
4.2 网店配色 .....	110
4.2.1 自定义页面的主色与辅助色 .....	110
4.2.2 网店色调与配色 .....	112
4.2.3 色彩采集 .....	128

4.2.4	色彩推移 .....	129
4.3	网店页面色彩分类 .....	130
4.3.1	静态色彩与动态色彩 .....	130
4.3.2	强调色彩 .....	131
4.4	统一间距与对齐 .....	132
4.5	为网拍商品图片制作统一边框 .....	133
4.5.1	按图片颜色为其添加边框 .....	133
4.5.2	细致调整图片背景边缘 .....	135
4.5.3	统一图片边框样式 .....	136
4.5.4	商品图片边框的制作 .....	137
4.6	增加图片的细节 .....	139
4.6.1	为商品图片添加标签 .....	139
4.6.2	放大商品的局部特征 .....	140
4.6.3	调整细节增加商品视觉效果 .....	140
第5章	能提升网店流量的图片的设计与制作 .....	142
5.1	设计店标 .....	144
5.1.1	店标设计的原则 .....	144
5.1.2	店标的作用 .....	145
5.1.3	店标的设计构思 .....	145
5.1.4	店标的制作过程 .....	146
5.1.5	发布店标 .....	152
5.2	直通车图片设计 .....	154
5.2.1	直通车图片的设计原则 .....	154
5.2.2	直通车在淘宝中的位置 .....	161
5.2.3	设计与制作直通车图片 .....	162
5.3	钻展图片设计 .....	165
5.3.1	钻展图片的设计原则 .....	165
5.3.2	钻展图片主图设计与制作 .....	166
5.3.3	钻展图片右侧小图设计与制作 .....	169
5.4	店招设计 .....	171

5.4.1	店招设计的原则 .....	171
5.4.2	通栏带导航店招的设计与制作 .....	172
5.4.3	带导航的标准店招制作 .....	176
5.4.4	标准店招的制作 .....	177
5.4.5	带导航的全屏店招背景制作 .....	178
5.5	全屏通栏首屏广告制作 .....	179
5.5.1	全屏广告图设计与制作 .....	179
5.5.2	标准 950 广告图制作 .....	185
5.6	其他区域广告制作 .....	186
5.6.1	750 广告图设计与制作 .....	186
5.6.2	190 广告图设计与制作 .....	189
5.6.3	陈列区图像设计与制作 .....	191
5.6.4	项目区图像设计与制作 .....	194
5.7	宝贝分类设计 .....	196
5.7.1	宝贝分类的设计原则 .....	196
5.7.2	宝贝分类图片设计与制作 .....	197
5.7.3	子宝贝分类设计与制作 .....	201
5.7.4	悬浮导航设计与制作 .....	203
5.8	店铺收藏与客服图片制作 .....	204
5.8.1	店铺收藏图片设计与制作 .....	204
5.8.2	客服图片设计与制作 .....	206
5.9	店铺公告模板设计与制作 .....	207
5.10	详情页 .....	211
5.10.1	详情页的设计思路和操作流程 .....	211
5.10.2	详情页的格局构成 .....	212
5.10.3	详情页的设计与制作 .....	213
5.11	为图片创建切片后导出 .....	223
<b>第 6 章</b>	<b>淘宝前台与后台的衔接 .....</b>	<b>227</b>
6.1	进入图片空间的素材中心 .....	228
6.2	编辑素材中心 .....	230

6.2.1	新建文件夹管理图片 .....	230
6.2.2	删除图片空间的文件夹 .....	232
6.2.3	上传优化好的图片 .....	234
6.2.4	图片搬家 .....	236
6.2.5	恢复删除的图片 .....	238
6.2.6	全选图片 .....	239
6.2.7	替换 .....	240
6.2.8	编辑 .....	240
6.2.9	适配手机 .....	241
6.2.10	为图片添加水印 .....	242
6.3	复制图片空间中的图片链接 .....	244
6.4	Dreamweaver 工作界面 .....	245
6.5	创建表格 .....	247
6.6	编辑表格 .....	249
6.6.1	单元格选取技巧 .....	249
6.6.2	重设表格的行列数 .....	249
6.6.3	调整表格宽度 .....	250
6.6.4	调整边距/间距/边框 .....	251
6.6.5	行列的插入/删除 .....	251
6.6.6	调整行宽/行高 .....	252
6.6.7	单元格的拆分/合并 .....	252
6.6.8	嵌套表格 .....	253
6.6.9	清除表格的宽度/高度 .....	254
6.6.10	单元格的其他设置 .....	255
6.7	插入图片 .....	255
6.8	以背景方式插入图片 .....	257
6.9	粘贴图片空间中的图片链接到 Dreamweaver 代码区 .....	260
第 7 章	店铺可装修区域的应用【扫码阅读】 .....	262

# 第1章

## 网上开店前期企划

### 本章重点：

- ✦ 客户群定位
- ✦ 选择经营商品
- ✦ 网上浏览行业旺铺
- ✦ 批发城实地调研
- ✦ 组成网店的各个功能元素
- ✦ 网上店铺的制作流程
- ✦ 网上开店

在开网店之前一定要先进行一下策划，包含开店前需要做什么、店铺开起来之后需要做什么等。这样才能做到心中有数、有备无患，具体的开店导图如图 1-1 所示。

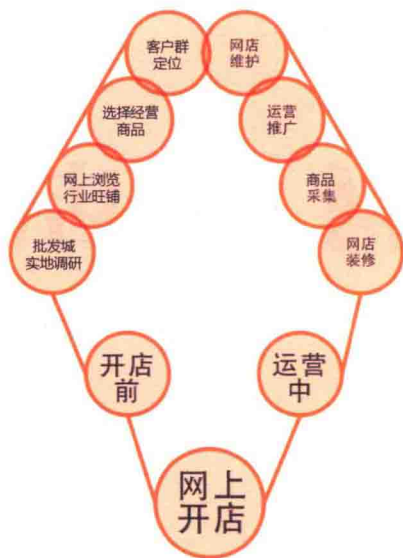


图 1-1 开店导图

做好充分的准备工作，可以让投资风险降低。本章就对店铺上线之前要做的准备进行了详细说明，包括客户群定位、选择经营商品、网上浏览行业旺铺及批发城实地调研等。

## 1.1 客户群定位

开店之前，我们需要明白自己的客户是谁。对目标客户的定位可以细分为多个维度，例如针对性别、年龄、风格的定位等。

### 性别

我们要明确目标客户的性别。有人认为这点很可笑，其实这是让卖家知道真正下单购买的人是谁。男装的目标客户就是男性吗？数据显示，有 40% 左右的男装购买者是女性，儿童用品的买家通常也是女性，这些都需要大家仔细考虑。

### 年龄

不同年龄段的人有不同的购物特点，我们需要仔细分析目标客户的年龄段。18~23 岁的消费者大多数是在校学生，有一定的消费基础，但花的都是父母的钱，所以他们通常喜欢低价或高性价比的商品。24~27 岁的消费者是刚刚走出校门或处于就业上升期的人，往往需要建立家

庭，理论上讲是比较有消费实力的，但是迫于家庭的压力，消费能力略有下降。而40岁左右的消费者大多数属于领导和管理阶层，在为父母和子女购买商品的时候，偶有大手笔的消费，消费能力呈现上升趋势。

## 风格

这里说的风格定位，是商品本身风格定位。现在，女装类目已经出现40多种风格，主流的服装风格有十几种，例如常见的民族、欧美、田园、学院、朋克、街头、简约等风格。通过对客户的定位，我们可以详细了解客户的心理需求，这样才可以使客户满意。客户满意了，店铺商品的销量也就不担心了。

## 1.2 选择经营商品

对于生意人来说，商品能否热卖关系到生意的好坏，而能否热卖就要看商品有没有卖点。有卖点意味着商品有市场，能带来利润。对于网店来说，卖点就是网店的立足点和盈利点。商品只有具备独特的卖点，才能激发顾客的购买欲望。

如今，网上的平台每天都有新店开业，竞争也开始激烈起来，网店要想盈利，店中的商品必须有较多的卖点。尤其是新卖家，级别低、没有经营经验、没有固定的顾客，想要突破开业初期的经营困境，只有发掘出具有卖点的商品，才能在竞争中站稳脚跟，这是非常关键的一步。从当前网店的销售情况与市场需求来看，热卖的商品有以下几类。

### 时尚好玩的高科技网店商品

现代科技的发展可谓一日千里，电脑或数码商品的更新换代更是日新月异，一些追求时尚的高科技爱好者总想跟上潮流，但好多商品刚买没几天就过时了，市场上又出现了升级换代的新商品。如果跟着潮流走，刚买的商品就会贬值不少，购买新商品又要花一大笔钱，着实让人心疼；不换吧，又落后于时尚，总是心有不甘。因此，不少人选择购买价格更为低廉的网店商品。

### 规格统一的商品

规格统一，标识清晰，特征容易描述，同一类个体之间无差异的商品也适合在网上销售。图书是典型的规格统一的商品，也是非常适合在网上销售的商品。从时间上来看，图书算是最早在网上销售的商品之一。美国的大型电子商务网站亚马逊最初就是靠卖书起家的，中国也有当当网等大型图书经营网站。

### 在专卖店才买得到的特色商品

随着人们经济生活水平的提高，现在有越来越多的体育用品爱好者，但体育用品大多只在

专卖店才可以买到，并且大多数专卖店一般只在大中城市才有，且经营网点比较少，一些小城市也很少有这类专卖店，所以，在网上购买体育用品便成了不少人的第一选择或唯一选择。如果有合适的渠道，在网上开一家体育用品店，应该会取得不错的经营效果。

### 针对女性与孩子的网店商品

说了这么多，到底什么商品是又好卖、又容易让店铺快速盈利的呢？一是针对女性的商品，因为在逛淘宝店铺的买家中女性约占70%，女性买家多，成交率自然就高。二是针对孩子的商品，现在的家长都不会为了节省几十元或几百元而让孩子不高兴。关键是现在大部分人的工作、生活很忙，所以很大一部分人都会选择在网上购买。因此，好卖的商品就是与女性和孩子有关的商品，而且其市场是非常大的。只要定位准确，你的店铺就已成功了一半！如图1-2所示，该店铺是卖玩具的店铺，所卖商品既是女性喜欢的又是孩子喜欢的。

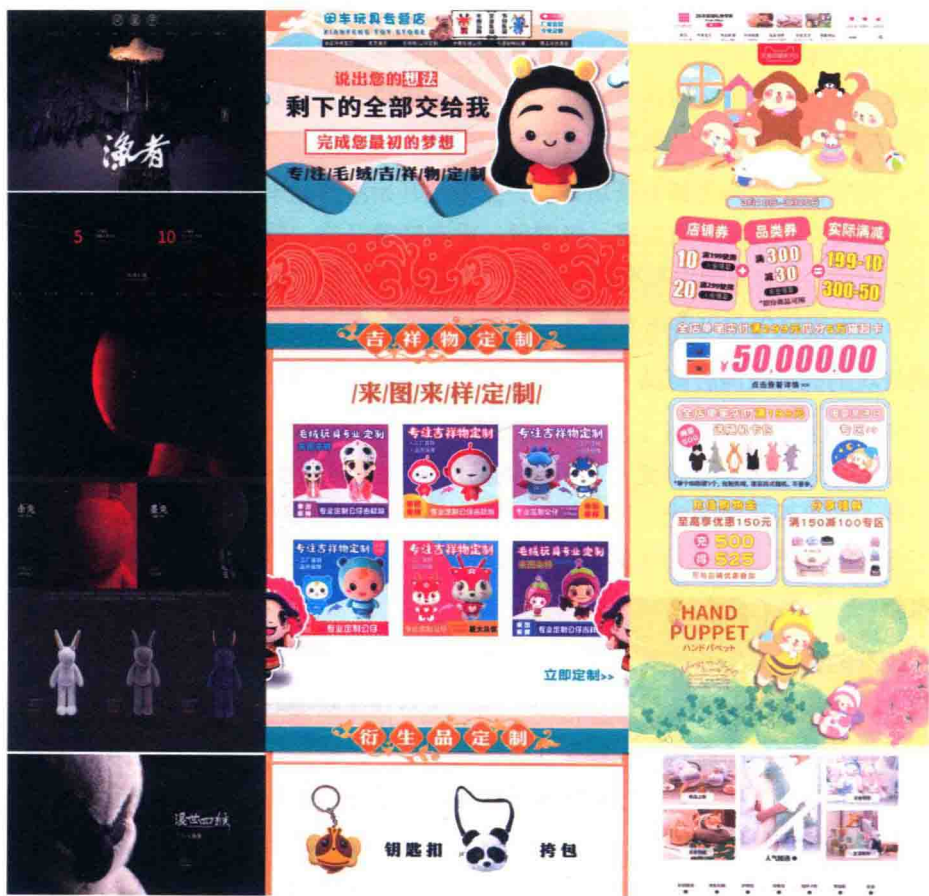


图 1-2 毛绒玩具店铺

### 1.3 网上浏览行业旺铺

在网上容易销售的东西应该是在线下很少见的东西，例如一些年轻人喜欢的新潮的东西。价格的高低也决定了生意的好坏，想要低成本，最好选择小而精、时尚、受众多的商品。网店的数量成千上万，我们可以大体上通过店铺的粉丝数量、店铺的等级、店铺的装修来选择行业旺铺，这样可以节省大把的时间。

### 1.4 批发城实地调研

在网上查看商品虽然很方便，但是不能直接感受商品，这时我们可以到自己比较认可的批发城进行实地调研。实地调研的好处是可以直接看到各式各样的商品，能够让你对所了解的商品进行直观的比对，还可以非常清楚地看到哪种甚至哪个商品出货量比较快，最直接的方法就是看进货人进哪款商品比较多，这样就能知道在网上销售时的大概出货情况；在批发城中滞销的商品，放到网上同样也会压货，因为大多数人的喜好还是差不多的。同时，我们也应了解在实地调研时会使身体产生疲劳感，如果看的商家少了就不能达到预期的效果。

在批发城进行实地调研时，不但可以查看具体商品的出货情况，还能在多种商品中找到自己要在网上卖的商品。新潮、时尚的商品在批发城里是出货量比较大的一部分，只要我们用心，找到一款自己用来网上创业的商品就不是难事，同时还可以结合网上的浏览选几样自己觉得不错的商品。图 1-3 所示为批发城中的商品。



图 1-3 批发城中的商品

## 1.5 组成网店的各个功能元素

网店视觉效果的好坏，可以直接影响一个店铺的成败，组成网店页面的各个功能元素是网店美工必须知道的。每个元素都具有自己独特的功能，其中主要包含店标、店招、促销广告、宝贝分类、联系方式、店铺收藏、店铺二维码、店铺公告、宝贝展示、宝贝排行、宝贝详情等。

### 1.5.1 店标

在开张的淘宝店铺中，店标通常指的是网店的核⼼标识，也就是店铺的 Logo。在淘宝开店主要是经营，不过一些淘宝店铺的装修等细节也是不可以忽视的，淘宝店标就是其中一个，有创意并且好看的店标容易让人记住。店标按类型可分为动态和静态两种。在淘宝中按照店铺进行搜索时，会看到每个店铺的店标，如图 1-4 所示。



图 1-4 店标

## 1.5.2 店招

店招是网店的灵魂，在网店中店招必须放置在页面的顶部，用来说明经营项目，是招揽买家的一个招牌。店招要让买家知道店铺的经营范围。

网店不需要门面，所以店招就是网店的门面，即虚拟店铺的招牌。不同的店铺设计的店招也不同，有简单的也有复杂的，如图 1-5 所示。



图 1-5 店招

## 1.5.3 促销广告

在淘宝店铺中商品直观地展现给浏览者，其中展示商品效果的广告区域，应该是最受买家关注的区域之一。自定义促销区域在淘宝旺铺中可分为通栏广告、750 像素自定义广告、150 像素自定义广告及陈列区广告等，在制作时还要考虑淘宝店铺对于图片装修尺寸的要求。图 1-6 所示为店铺的全屏通栏广告、750 像素自定义广告、190 像素自定义广告和陈列区广告效果。



图 1-6 广告内容区