



普通高等院校“十四五”规划经济管理专业系列教材·电子商务

商品信息 采集与编辑

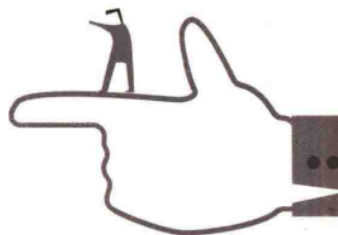
主编◎朱志强 鲍志林 付霞



SHANGPIN
XINXI CAIJI
YU BIANJI

非
外
借

- 融入“互联网+”理念
- 以二维码形式展现
- 扫码即可观看多媒体
- 知识更加形象立体



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

内 容 简 介

随着人们消费理念的升级,网络购物体验的需求也在不断变化,因此良好的店铺设计、吸睛的商品呈现方式等就显得尤为重要。商品信息采集与编辑通过对商品信息的数字化,可以更好地呈现商品信息、提高客服工作效率、建立良好的品牌形象,甚至可以促进成交,这项工作对网店运营来说至关重要。本书理论结合实际,系统地阐述了商品信息采编的基本概念、商品信息采编设计理论、商品拍摄前期准备、商品拍摄方案设计、商品素材处理、商品详情页设计、商品视频拍摄与制作等内容。

本书思路明确、逻辑清晰,适合作为本科院校电子商务等专业的课程教材用书,也适合广大电子商务研究人员与从业人员参考和学习。

图书在版编目(CIP)数据

商品信息采集与编辑/朱志强,鲍志林,付霞主编. —武汉:华中科技大学出版社,2021.6

ISBN 978-7-5680-7113-0

I. ①商… II. ①朱… ②鲍… ③付… III. ①商品信息-采集 ②商品信息-编辑 IV. ①F713.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 108621 号

商品信息采集与编辑

朱志强 鲍志林 付霞 主编

Shangpin Xinxi Caiji yu Bianji

策划编辑: 聂亚文

责任编辑: 段亚萍

封面设计: 袍子

责任监印: 朱玢

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编: 430223

录 排: 武汉创易图文工作室

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

印 张: 10.5

字 数: 282 千字

版 次: 2021 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 52.00 元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前言

Preface

伴随我国电子商务的快速发展以及消费者在线购物的普及,与电子商务紧密联系的商品信息采集与编辑(又称商品信息采编)相关岗位炙手可热。要想在激烈的竞争中占据一席之地,需要掌握扎实的商品信息采集理论知识和技能。

本书采用理论与实践案例相结合、理论与业务模型相结合的方法,帮助读者系统了解商品信息采编并掌握相应的操作技能。本书首先明确了商品信息采编的定义、价值以及不同岗位的技能要求,并指出了商品信息采编的未来发展趋势。然后,介绍了商品信息采编的设计理论,为后续的介绍奠定基础。接着按照商品拍摄前期准备、拍摄方案设计、素材处理、详情页设计、视频拍摄与制作的流程,分别介绍了吸光材质商品、反光材质商品、透光材质商品的具体操作步骤。

本书编写特色:

条理清晰、学以致用。本书的编写以应用为中心,内容注重实操性,用简洁、精准的语言描述所有知识点,满足读者希望快速掌握操作方法与技巧的需求。

图文并茂、寓意于形。本书内容通俗易懂,通过演示不同类型商品的操作过程,带领读者熟悉具体操作步骤及流程。同时,本书对相关知识点进行了丰富和拓展,以便读者掌握更多的知识与技能。

配套教材、资源丰富。为了使本书内容既适合电商运营者,又能广泛应用到院校教学中,本书配有同步教学素材,包括PPT、教学视频、案例素材等立体化的学习资源(读者可发送邮件至1129112545@qq.com索取),以帮助读者构建全方位的知识体系。

随着技术的不断发展,商品信息的采编也在不断发生变化。尽管我们在编写过程中本着细心、认真的原则,力争准确、完整,但不可避免会存在一些不足的地方,敬请读者批评指正!与各位读者共同学习,共勉之!

目录

Contents

项目 1 商品信息采编概述	/ 1	任务 4.4 透光类商品拍摄方案设计	/ 74
任务 1.1 商品信息采编的定义与价值	/ 2	任务 4.5 商品视频拍摄方案设计	/ 79
任务 1.2 商品信息采编岗位的设置及其技能要求	/ 7	项目 5 商品素材处理	/ 84
任务 1.3 商品信息采编发展趋势	/ 16	任务 5.1 商品图片要求	/ 85
项目 2 商品信息采编设计理论	/ 22	任务 5.2 商品图片的处理	/ 91
任务 2.1 视觉色彩的搭配应用	/ 23	任务 5.3 商品图片的设计与美化	/ 96
任务 2.2 视觉文字的设计	/ 31	项目 6 商品详情页设计	/ 106
任务 2.3 视觉构图的布局与规划	/ 39	任务 6.1 商品详情页设计规划与布局	/ 107
项目 3 商品拍摄前期准备	/ 45	任务 6.2 加湿器详情页设计与制作	/ 114
任务 3.1 商品拍摄器材的选择	/ 46	任务 6.3 花瓶详情页设计与制作	/ 125
任务 3.2 数码相机的操作要点	/ 50	任务 6.4 果汁茶详情页设计与制作	/ 138
任务 3.3 商品拍摄的环境搭建	/ 55	项目 7 商品视频拍摄与制作	/ 144
项目 4 商品拍摄方案设计	/ 61	任务 7.1 商品视频制作与剪辑要点	/ 145
任务 4.1 不同材质商品的拍摄方法	/ 62	任务 7.2 加湿器视频剪辑与制作	/ 148
任务 4.2 吸光类商品拍摄方案设计	/ 64	任务 7.3 花瓶视频剪辑与制作	/ 156
任务 4.3 反光类商品拍摄方案设计	/ 69	任务 7.4 果汁茶视频剪辑与制作	/ 158
		参考文献	/ 164

> 项目概要

本项目主要是围绕商品信息采编的相关基础概念展开的,包括商品信息采编的定义与价值、未来发展趋势,以及商品信息采编的岗位设置和技能要求。这些基础概念的学习是进行商品信息采编的前提,在帮助读者更好地认识与理解商品信息采编岗位的同时,还可为后面商品信息采编的实战操作奠定坚实基础。

> 学习目标

1. 了解商品信息采编的定义;
2. 理解商品信息采编的重要性;
3. 掌握商品信息采编工作的岗位设置;
4. 掌握商品信息采编岗位的技能要求;
5. 了解商品信息采编的发展趋势;
6. 具备良好的逻辑思维能力。

任务 1.1

商品信息采编的定义与价值

> 任务分析

本任务旨在让读者通过了解商品信息采编的定义与价值,对商品信息采编有清楚的认知,明确商品信息采编岗位的重要性。

1.1.1 商品信息采编的定义

商品信息采编,顾名思义,就是采集与编辑有关于商品的各类信息。在电子商务领域中,商品信息采编主要包括商品拍摄、图片处理、详情页设计等,通过适当的采集与编辑,为消费者提供准确、清晰、详细的商品资料。以图 1-1 所示的这款耳机商品为例,通过对拍摄后的商品图片进行美化设计,可以为商品的展示效果加分。

商品信息采编依托于电子商务的快速发展。用户从相关平台购买商品时,主要通过平台所展示的图片来判断商品质量、性能等,从而确定是否购买。所以,图片中展示信息的全面、图片的美观、图文的设计等都直接影响着用户的购买决定。

呈现在用户眼前的图片及信息,一般要由相关专业人员对商品进行拍摄、制作、页面设计、美



图 1-1

化等一系列相关操作来实现,实现的过程就是商品信息的采集与编辑,又称商品信息采编。

商品信息采编的流程包括三个环节:商品拍摄、图片美化、详情页设计,如图 1-2 所示。

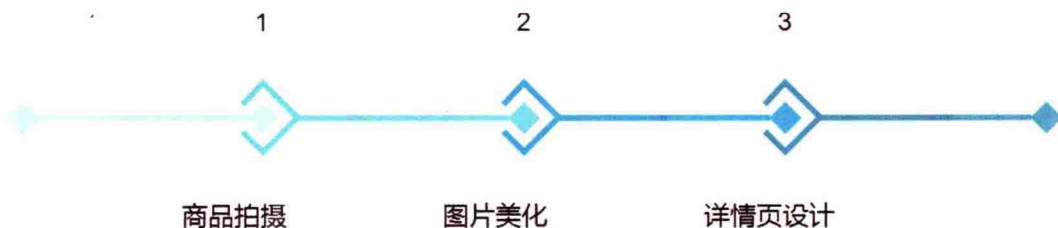


图 1-2

1. 商品拍摄

商品拍摄是采编的第一步。首先,要根据所拍摄商品的特性和实际情况,来选择拍摄场地,或是摄影棚内,或是合适的室外。其次,利用专业的摄影器材和方法多角度地拍摄商品,旨在将商品的各种信息和特点都完美地呈现出来,使得照片中的商品呈现出最好状态。商品拍摄如图 1-3 所示。

2. 图片美化

图片美化是商品信息采编非常关键的一步,一般是运用 Photoshop 等图像处理软件对所拍摄照片进行美化处理,比如调整尺寸、调整亮度(对比度)、添加滤镜、修复瑕疵等,让图片变得更为美观,从而吸引消费者。商品图片美化如图 1-4 所示。

3. 详情页设计

详情页设计是将前两个步骤中处理好的商品图片拼接起来,进行合理的图文编排,呈现出商品的详细信息。出色的商品图文详情页,不仅能够让消费者清楚地了解想要知道的商品信息,还

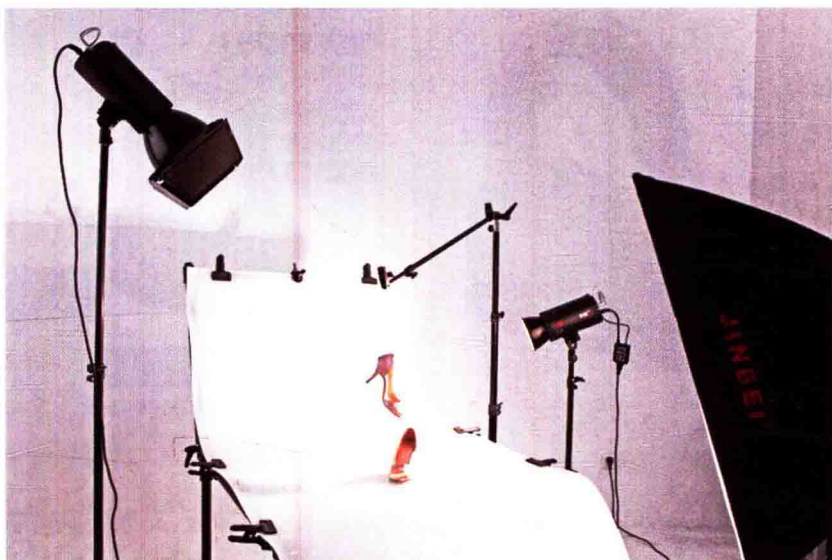


图 1-3



图 1-4

能提高商品点击率,从而促进销售。图 1-3 和图 1-4 所拍摄、美化的这款高跟鞋商品的部分详情页设计效果如图 1-5 和图 1-6 所示。

品牌: 足姿媚 (ZUZIMEI)			
商品名称: 实体店供货! 法式小高跟	商品编号: 66873801076	店铺: 足姿媚女鞋旗舰店	商品毛重: 1.0kg
货号: 8859	鞋面材质: 胎牛皮	鞋头款式: 尖头	适用人群: 青年, 中年
鞋底材质: 橡胶	制鞋工艺: 胶粘鞋	皮质特征: 软面皮	开口深度: 浅口
尺码: 41	鞋跟形式: 细跟	鞋跟高度: 跟跟(6-8cm)	闭合方式: 一字式扣带
上市时间: 2020年夏季	适用场合: 宴会	款式: 单鞋	流行元素: 浅口, 撞扣
适用季节: 夏季	风格: 韩版	内里材质: 超细纤维	图案: 纯色
颜色: 黑色			

图 1-5



8cm笔挺酒杯跟
摇曳的酒杯跟使足尖更具诱惑力
打造优雅迷人的格调魅力

图 1-6

1.1.2 商品信息采编的价值

网店与实体店最大的不同是消费者不能用多个感官去感受,而只能通过视觉查看相关文字、图片以及视频,从而确定是否购买。因此,良好的店铺设计、吸睛的商品呈现方式等就显得尤为重要了。要想达到这些目的,商品信息的采编必不可少。商品信息采编的价值主要体现在以下几方面。

1. 呈现商品信息

商品详情页是商品信息呈现的主要内容。作为店家,需要从用户的角度出发,设身处地地考虑用户真正想要了解和知道的商品信息,从而通过商品详情页把这些信息完整、准确地呈现出来。例如,京东商城在商品详情页向用户呈现了商品的四大类信息:商品介绍、规格与包装、售后保障、商品评价,如图 1-7 所示。

2. 提高客服工作效率,减少咨询

商品详情页可以看作店铺对用户咨询的回复,在精不在多。完整而清晰的商品详情页,不仅能够精准把握用户的购买心理,将有效信息及时呈现给对方,同时,还可提高用户的浏览率,使用户无须咨询相关客服,通过查看规格参数等即可确定购买与否,从而降低店铺的运营成本。换言之,用户对客服的依赖程度取决于商品详情页,只要详情页足够精细、足够准确,就可在大大降低



图 1-7

客服咨询率的基础上完成购买。如图 1-8 所示的商品详情页,就详细地介绍了商品特性,使消费者无须向客服咨询。

3. 建立良好品牌形象

商品详情页作为店铺与用户沟通的“窗口”,其精美的页面设计、专业化的商品拍摄等采编步骤,都可以通过挖掘商品信息、放大产品优势来与其他竞争产品形成差异。这种差异使得用户产生良好购物体验的同时,还能够在短时间内赢得用户的好感,有助于建立店铺积极、正面的品牌形象。如图 1-9 所示,图 1-9(a)和图 1-9(b)分别是两个不同的蚕丝被商品详情页,图 1-9(b)通过图片拍摄和良好的页面设计,不仅能让用户更为信服,也提升了品牌形象。



图 1-8

图 1-9

4. 促进成交

提高成交率是商品信息采编的终极目标。精致而又准确的商品详情页可以促进用户的成交,提升销量。如图 1-10 所示,同一款衣服使用两种不同的呈现方式,就会产生不同的效果。图 1-10(b)是通过真人模特试穿来呈现服装的立体效果,而图 1-10(a)仅仅采用较为平面的呈现方式,消费者缺乏直观感受。可见,专业的商品详情页能够更好地促进用户消费下单,提高成交率。

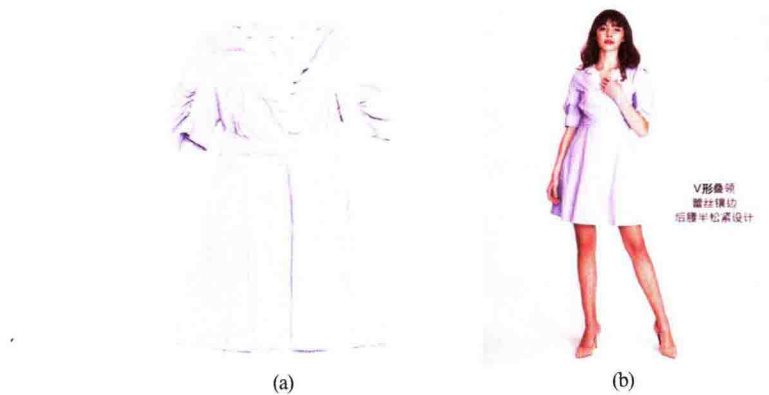


图 1-10

任务 1.2

商品信息采编岗位的设置及其技能要求

> 任务分析

用户通过商品信息采编呈现的成果与店铺沟通,商品信息采编工作关系着店铺的发展。因此,本任务将重点讲解商品信息采编岗位的设置及其技能要求。

1.2.1 商品信息采编的岗位设置

近年来,随着网络电商的快速发展,各类不同性质的电商企业如雨后春笋般涌现。在电商企业中,商品信息采编的岗位对电商从业人员提出了更高的要求。下面以三种电商企业类型来介绍商品信息采编工作的岗位设置。

1. 传统电商运营部门

大部分传统企业的电商运营部门下设多个组别,其中最为关键的通常是美工组,通常设置一

名组长、两名组员。组长负责日常工作的统筹安排与管理,配合运营完成页面推广设计及素材的总结归档工作。组员则负责商品信息的采集、整理,包括拍摄工作、图片美化、店铺页面的制作等,如图 1-11 所示。



图 1-11

为了扩大销量、提高品牌影响力,某著名日用品商家决定开设网店,并成立了电商运营部门来负责线上商城的页面设计和商品详情页的制作。该部门起初由三名员工组成,组长负责日常工作的统筹安排,另外两名美工设计则分别负责商品信息的收集及详情页的设计。

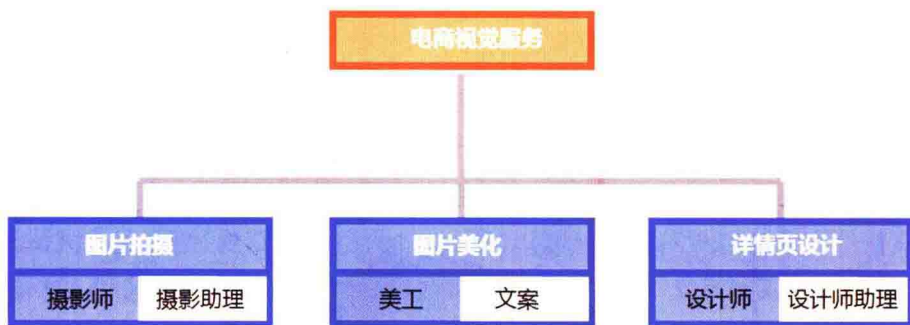
每到节假日来临,组长对线上促销的页面设计思路进行规划与整理,确定设计方向,并安排工作任务。组员则根据方案寻找素材,完成页面制作。节假日期间,由于采编部门配合得当,商品信息完善、图文美观,使得商品访问量显著提升,由此可见合理的岗位设置对于传统电商企业的重要性。

2. 专业电商视觉运营公司

上述案例中的日用品商家由于商品种类增加、规模扩大,一般的美工组已经无法保质保量地完成日常线上推广工作。因此,商家决定寻求专业的电商视觉运营公司的帮助,希望以此来完成商品详情页的设计及其他网店装饰推广工作。

专业电商视觉运营公司与该商家进行沟通后确定了设计方案。商家把需要拍摄的商品送到专业视觉运营公司,由专业的摄影师完成拍摄并进行选图,然后由美工美化照片并微调,设计师根据商家的要求完成对商品详情页的设计与制作。

由以上可知,专业电商视觉运营公司主要是负责商品拍摄、图像处理 and 店铺设计、后期包装修饰等工作,其对商品信息采编设有专门的工作岗位,组织架构图如图 1-12 所示。摄影助理负责商品拍摄的辅助工作,涉及场景挑选、灯光设置等;图片美化则由文案和美工合作完成:文案负责相关的商品文字介绍,美工则负责商品图片的美化调整;商品详情页的设计师对图片、文字及整体风格进行排版布局,设计师助理则完成设计的辅助工作。



3. 普通网店

普通小型网店由于商品种类不多、规模有限,通常是由一个人来负责商品信息的采编工作,完成商品拍摄、图片美化、详情页的设计排版等工作,如图 1-13 所示。



图 1-13

动手一试

在招聘类网站输入“网店美工”“商品采编”等关键词,记录 5 家电商平台关于商品信息采集编工作岗位的招聘要求。

1.2.2 商品信息采编的岗位技能要求

不同规模的电商企业有不同的岗位设置,但是对于商品信息采编来说,其技能要求基本是一致的,可以归纳为三种:商品拍摄、商品图片美化、详情页制作。

1. 商品拍摄岗位的技能要求

图片拍摄及创作是商品信息采编收集资料素材、创作网店原型图片的重要手段,也是这一岗

位应必备的基础能力,主要从以下两个方面切入。

1)掌握单反相机的使用方法

相机的选择对于商品拍摄可以说是至关重要的。专业的摄影师一般选择单反相机,如图 1-14 所示。单反相机功能齐全,可以拍摄较为复杂的背景下的商品,且成图效果上佳。商品拍摄岗位要求熟练掌握光圈和快门的使用方法,这一部分会在项目 3 中详细介绍。



图 1-14

2)掌握各类商品的拍摄方法

在实际拍摄场景中,专业摄影师能够做到具体问题具体对待,针对不同类型的商品使用不同的拍摄方法,选取不同的角度,从而使成图效果良好。如在拍摄金银饰品、瓷器等具有较强单向反射能力的商品时,有经验的摄影师会选择柔和的散射光线进行照明,或是采用间接照明的方法,把灯光反射到所要拍摄的商品上,这样能够创造柔和、不刺眼的照明效果,因为直射灯光照射到上述商品表面时,由于其表面光滑如镜,会产生强烈的光线改变。如图 1-15 所示的商品,就可以明显看到光照对于商品拍摄的重要性。



(a)



(b)

图 1-15

2. 商品图片美化岗位的技能要求

店铺要想销售产品,图片尤其是主图视觉的优化是重中之重。精良的图片制作及优化能产生较高的点击率、较高的转化率。

1) 掌握常用的图像处理软件

商品拍摄完成后,需要对图片进行调整、处理,以达到美观的视觉效果。一般来说,可采用 Photoshop 软件(简称 PS),它是目前最常用的图片处理软件之一,尤其是其中的裁剪工具、魔棒工具、色板工具等,这些具体的功能可对图片进行调整、修饰,如图 1-16 所示。

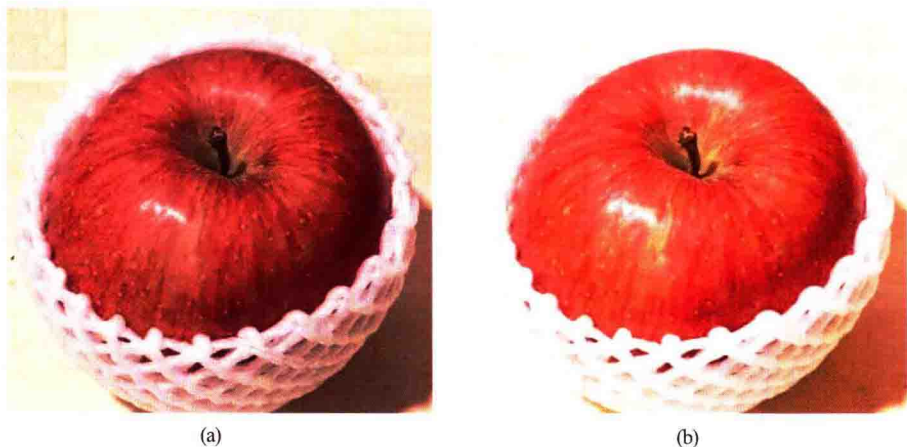


图 1-16

2) 了解基本的配色法则

配色是设计的核心,是美化图片的关键。良好的配色可以使消费者身心舒畅。配色,就是将颜色进行合理的调试与取舍,达到一种和谐、融为一体的效果。配色可改变空间的舒适感和环境气氛,从而满足消费者在视觉及心理方面的需求。

在图片美化过程中,需要根据商品的属性、特点及商品风格等,选择合适的颜色,以达到良好的观感效果。例如,页面设计的经典颜色——蓝色,其代表着广阔的天空,又让人联想到深不可测的海洋,传达出沉静、冷淡、理智、博爱、透明等情感取向。其深沉的特性也让人能够尽快进入平静、专注的状态,即使长期观看也不会产生强烈的视觉刺激,适用于学术交流、科技产品等网站。又如如图 1-17 中红色和黑色的搭配,其中红色给人一种冲击力,代表热烈、激情、主动、开放、积极,总能让人想到美好的事情;黑色则代表庄严、神秘,给人神秘莫测的感觉。所以,天猫的 LOGO 在设计上就采用了红、黑的经典搭配模式,整体呈现一种高贵、神秘的气质,如图 1-18 所示。橙色则给人一种充实、丰富、豪爽、幸福的感觉,总能带给人温暖,让人联想到丰硕的果实,所以阿里巴巴的 LOGO 则采用橙色,如图 1-19 所示。

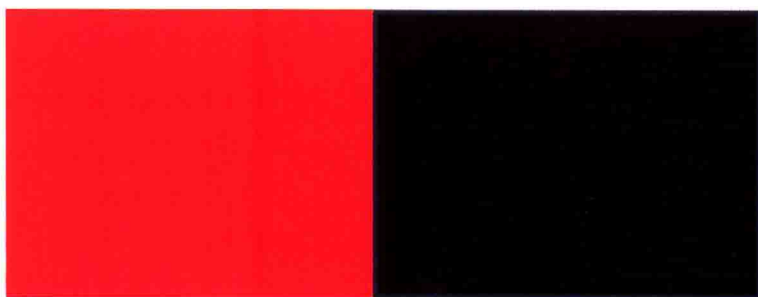


图 1-17



图 1-18



图 1-19

知识拓展

十种基本的配色设计

1. 无彩色设计: 只用黑、白、灰色, 不用任何有彩色。
2. 冲突设计: 把一个颜色和它补色左边或右边的(就色相环而言, 下同。色相环如图 1-20 所示)色彩配合起来。
3. 单色设计: 把一个颜色和它任意一个或所有的明、暗色配合起来。
4. 分裂补色设计: 把一个颜色和它补色任意一边的颜色组合起来。
5. 二次色设计: 把二次色橙、绿、紫色结合起来。
6. 互补设计: 使用互补的颜色(见图 1-21)。

7. 类比设计:在色相环上任选三个连续的色彩或其任一明、暗色。

8. 原色设计:把原色红、蓝、黄色结合起来。

9. 中性设计:掺入黑色或一个颜色的补色使该颜色的色彩消失或中性化。

10. 三次色三色设计:红橙、黄绿、蓝紫色或是蓝绿、黄橙、红紫色。在色相环上颜色之间的距离相等。

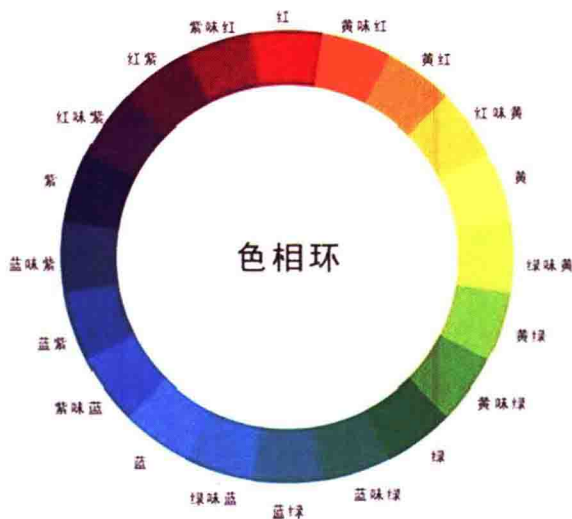
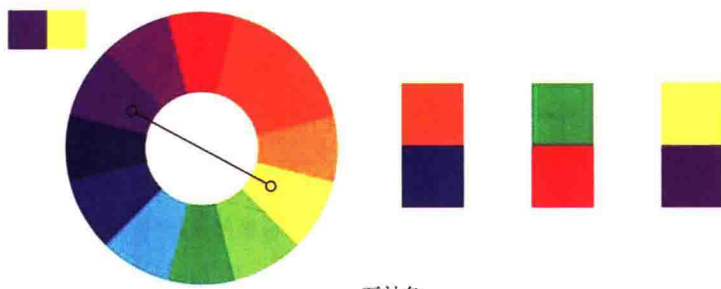


图 1-20



互补色

图 1-21

3. 商品详情页制作岗位的技能要求

商品详情页是店铺品牌展示的重要途径,也是买家对店铺第一印象的主要来源。鲜明而有特色的商品详情页对于店铺形成品牌和产品定位具有不可替代的作用。

1) 掌握 Photoshop 软件的基本操作方法

在完成商品图片美化之后,需要将图片和文字整合起来形成商品详情页,这就需要岗位人员掌握 Photoshop 软件的各类工具的操作方法和使用技巧。表 1-1 所示为几种常见的 PS 工具组合