



第 1 章

网店美工入门基础

网店装修是店铺运营中非常重要的一环。网店美工不仅要会使用软件，还要会拍摄、会剪辑，更需要对色彩搭配、文字设计、版式布局、文案策划、页面构成、风格定位、装修流程等方面进行了解和学习。本章主要对网店美工的入门知识进行介绍。

1.1 网店美工知识概述

在学习网店视觉设计之前，要对网店美工的一些基础知识进行了解。例如，网店美工的定義、工作内容以及技能要求。

1.1.1 网店美工的定義

网店美工是对在淘宝、天猫、京东、拼多多等电商平台（图1-1）进行网店页面美化与设计工作者的统称。有别于传统的平面美工，网店美工不仅要掌握图像处理、页面设计与店铺装修，还应具备相应的营销思维，是“美工设计+运营推广”的复合型职业人才。



图 1-1

1.1.2 网店美工的工作内容

网店美工需要根据店家的要求，围绕商品的特点、店铺的风格、活动的主题进行视觉设计，下面对网店美工的工作内容进行详细介绍。

1. 拍摄并美化商品图片

部分网店美工会接到拍摄商品实物图的任务，需结合商品特点，对光线、布局、场景进行调整，将商品的优势与细节呈现出来。拍摄好的商品原片是不能直接使用的，需要进行裁剪、修饰、调色等后期处理，以保证商品可以呈现出比较理想的视觉效果，如图1-2所示。

2. 设计活动推广物料

各大电商平台会不定期举办促销活动，网店美工需要根据活动主题，设计与之相符的海报、主图、宝贝详情页、活动页等，如图1-3所示。



图 1-2



图 1-3

3. 店铺的装修和商品的维护

根据商品的类型确定店铺的装修风格。必须定期美化页面、活动专题。善于研究消费者的购物心理，提炼商品卖点，优化对应商品的文案、标题与主图图片，完成商品与店铺内容的日常更新与维护。

1.1.3 网店美工的技能要求

网店美工要熟练的掌握的技能主要有以下两方面。

1. 技能方面

- 熟练使用相机、闪光灯、遮光罩、柔光箱等摄影棚工具，拍摄商品图片以及展示视频。
- 熟练操作Photoshop软件，了解其他视觉设计相关的软件。
- 掌握基础视频剪辑方法。

2. 能力方面

- 掌握基本的美学知识，懂得色彩搭配、版式布局与视觉营销。
- 有一定的美术功底、丰富的想象力与良好的审美能力。
- 有良好的创意思维和理解能力，能及时把握客户的需求，和运营有效交流。
- 熟悉店铺装修制作流程，能独立处理店铺装修中的各项工作。

1.2 网店装修的设计要点

本节将从色彩搭配、文字设计以及版式构图三大方向介绍网店装修的设计要点。

1.2.1 色彩搭配

恰当的网店店铺色彩搭配可以给买家营造一个愉快的购物环境。在进行页面设计时，应对主色、辅助色和点缀色进行科学搭配。

1. 主色

画面中占比最多、最醒目的色彩为主色，决定整个画面的基调，确定店铺主色可以从店铺LOGO、店铺/商品风格、消费人群等因素进行考虑。

2. 辅助色

辅助色仅次于主色，起到补充作用，可使整个画面更加饱满。辅助色可以从类似色、邻近色、对比色以及互补色中进行选择。

(1) 类似色

色相环中夹角为 60° 以内的色彩。例如，红橙和黄橙、蓝色和紫色，如图1-4所示。类似色色相对比差异不大，给人统一、稳定的感觉，如图1-5所示。

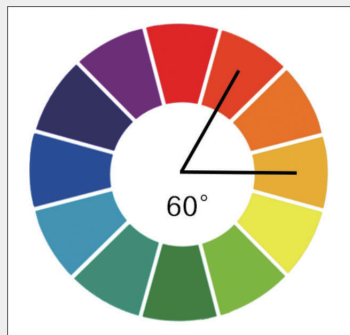


图 1-4



图 1-5

(2) 邻近色

色相环中夹角为 $60^{\circ} \sim 90^{\circ}$ 的色彩,例如,红色和橙色、绿色和蓝色等,如图1-6所示。邻近色色相彼此近似,和谐统一,给人舒适、自然的视觉感受,如图1-7所示。

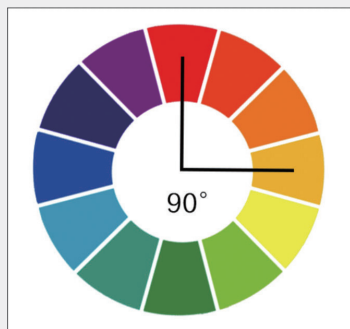


图 1-6



图 1-7

(3) 对比色

色相环中夹角为 120° 左右的色彩,例如,紫色和黄橙色、红色和黄色等,如图1-8所示。可使画面具有矛盾感,矛盾越鲜明,对比越强烈,如图1-9所示。

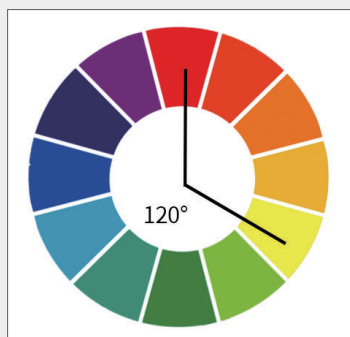


图 1-8



图 1-9

(4) 互补色

色相环中夹角为 180° 的色彩为互补色,例如,红色和绿色、蓝紫色和黄色等,如图1-10所示。互补色有强烈的对比效果,如图1-11所示。

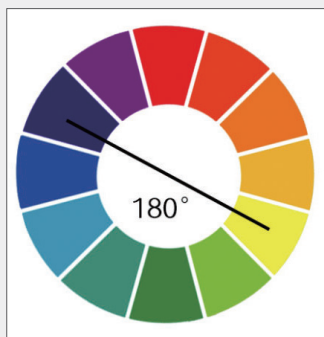


图 1-10



图 1-11

3. 点缀色

点缀色不止一种，可以是多种颜色，主要是起到画龙点睛与引导的作用。

知识链接

认识色相环

色相环是以红、黄、蓝三色为基础，经过三原色的混合产生间色、复色，彼此呈等边三角形的状态。色相环有6~72色多种。以12色色相环为例，主要由原色、间色、复色、类似色、邻近色、互补色、对比色组成。其中原色、间色、复色的含义如下。

- **原色**：色彩中最基础的三种颜色，即红、黄、蓝。原色是其他颜色混合不出来的，如图1-12所示。
- **间色**：又称第二次色，三原色中的任意两种原色相互混合而成，如图1-13所示。如红+黄=橙；黄+蓝=绿；红+蓝=紫，如图1-14所示。三种原色混合出黑色。

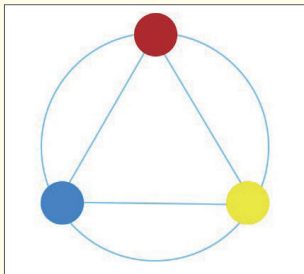


图 1-12

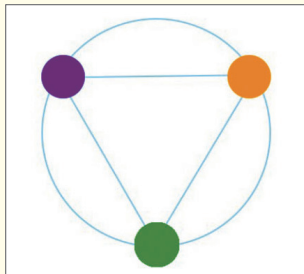


图 1-13

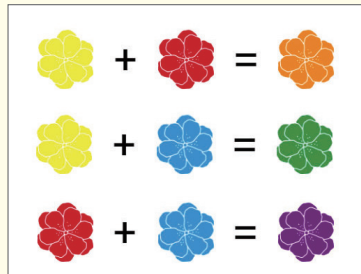


图 1-14

- **复色**：又称第三次色，由原色和间色混合而成，如图1-15所示。复色的名称一般由两种颜色组成，如黄绿、黄橙、蓝紫等，如图1-16所示。

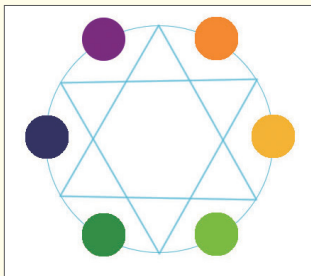


图 1-15

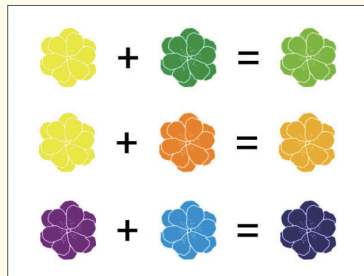


图 1-16

1.2.2 文字设计

在进行页面设计时应选择适合画面风格的字体。常用的字体可以分为宋体、黑体、书法体以及美术体。

(1) 宋体

该类型字体的笔画有粗细变化，通常是横细竖粗，末端有装饰部分，点、撇、捺、钩等笔画有尖端，属于衬线字体。宋体字有着纤细优雅、文艺时尚的特点，常用于珠宝首饰、美妆护肤等类型的店铺中，如图1-17所示。

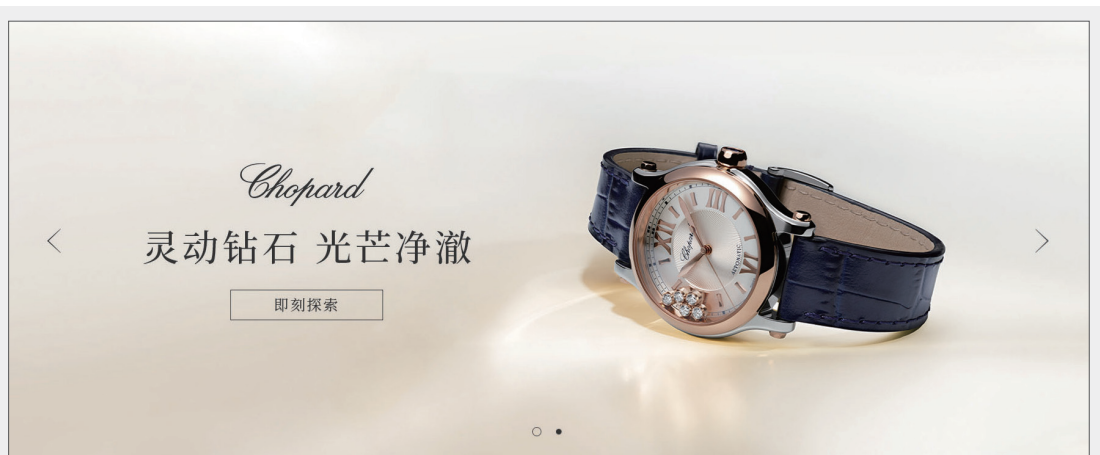


图 1-17

(2) 黑体

该类型字体又称为方体或等线体，黑体字字形端庄，笔画横平竖直，没有粗细之分，结构醒目严密，笔画粗壮有力，撇捺等笔画不尖，易于识别阅读。常用于电子数码、家电等类型的店铺中，如图1-18所示。



图 1-18

(3) 书法体

该类型字体有五种，即行书体、草书体、隶书体、篆书体和楷书体。适用于男性用品、茶饮类、国风等类型的店铺中，如图1-19所示。

湖笔工艺美术大师

四十余载·匠心文房

品质 / 原创 / 专业 / 传承

图 1-19

(4) 美术体

该类型字体是指非正式的、特殊的印刷字体，可以起到美化的效果。美术体字有着美观醒目、变化丰富的特点，适用于各种商品广告，既可用于展示促销信息，又可用于表现商品调性，如图1-20所示。



图 1-20

【注意事项】 | 字体选择的标准 |

在字体的选择上，一般需要参考以下三个标准。

- **易读性：**清晰易读的文字可提升页面转化率。考虑到大部分人的文化背景和识别文字的能力，在设计时尽可能保证文字的易读性，让用户轻松识别与阅读。
- **统一性：**页面的文字字体不宜过多，一般选择1、2种中文字样式，1种英文样式，若品牌字体有明确规定，可以选择品牌文字贯穿。
- **著作权：**字体和设计作品一样，受版权保护。页面中字体需购买其版权，或选择免费可商用的字体，以降低字体侵权风险（免费可商用的字体：思源系列字体、优设免费字体、站酷免费字体、庞门正道免费字体、阿里平台免费字体等）。

1.2.3 版式布局

不同的版式布局可以给消费者带来不同的视觉感受，在设计时，应根据需求选择合适的版式布局，作出协调的画面。

1. 居中构图

该类型构图是指将主体放置于画面的中心位置，能够快速吸引消费者的目光，并表现出稳定、均衡的感觉，如图1-21所示。

2. 左右构图

该类型构图是指将画面根据黄金比例进行分割，主体可放置于画面的左侧或右侧。这种构图极具美学价值，能够表现出和谐感与美感，如图1-22所示。



图 1-21



图 1-22

3. 三角形构图

该类型构图是以3个视觉中心为主要位置，形成一个稳定的三角形，可以是正三角，也可以是斜三角或倒三角，其中斜三角较为常见，也较为灵活。这种构图方法具有稳定、均衡又不失灵活的特点，如图1-23所示。

4. 对角线构图

该类型构图是指将主体放置于画面的斜对角位置，这种构图能够更好地呈现主体，表现出立体感、延伸感和运动感，如图1-24所示。



图 1-23



图 1-24

1.2.4 文案策划

商品上新以及活动促销都需要相应的文案，可以有效地引导销售，展示商品特点，增加品牌力度。在店铺中的不同位置需要不同的文案。

在首页中，有店铺说明、优惠信息、活动信息、分类导航、商品信息、店铺公告等内容，图1-25所示为商品文案。在主图中，有商品宣传广告语、商品卖点、活动信息等内容，如图1-26所示。



图 1-25



图 1-26

在详情页中，有活动信息、优惠信息、商品详情、购物须知等内容，如图1-27所示。在店铺会员中，有会员信息、优惠信息、会员专享福利等内容，如图1-28所示。



图 1-27



图 1-28

1. 在编写文案之前需要做的准备工作

- 了解商品的基本信息，提取关键词。
- 了解市场信息，明确商品受众和消费群体。
- 分析对手信息，根据自身特点，中和文案。
- 明确活动主题，收集相关商品图、广告图。

2. 如何写好文案

- 主图文案需简明扼要，可以从活动主题、优惠力度下手。
- 详情页文案循序渐进，可以从优惠信息、商品描述、买家须知等方面下手。
- 高价商品强调价值，活动商品强调优惠力度。
- 深挖买家痛点，强调自身优势，引起买家兴趣，刺激购买欲望。
- 使用精短语句，便于阅读。
- 追求真实有效，切勿虚假宣传。
- 展示权威认证以及售后服务信息，消除买家顾虑。

1.3 网店装修的页面构成

本节将分别介绍PC端和移动端的店铺首页、商品详情页的页面构成。

1. 店铺首页页面构成

在PC端，店铺首页通常由店招、导航、轮播海报、促销优惠展示、分类导航、商品展示、店铺公告和底部信息等模块组成。移动端的首页除了和PC端的尺寸不同，内容几乎相同，可根据实际需求添加直播、猜你喜欢、排行榜或更多商品等模板。图1-29、图1-30分别为卫龙食品旗舰店PC端和移动端的首页构成。



图 1-29



图 1-30

2. 店铺详情页页面构成

在PC端和移动端详情页都是由主图和详情区域组成，但尺寸有所不同，如图1-31、图1-32所示。在部分的PC端详情页左侧区域还会显示商品内容信息。



图 1-31



图 1-32

1.4 网店装修的风格定位

网店装修的风格主要有极简风、中国风、科技风、C4D（Cinema 4D）风和插画风。

- **极简风**：该风格一直深受设计者喜爱，有大量的留白，画面简洁干净。去掉了烦琐的装饰，一目了然地突出商品特点，因此需要极强的商品表现力。该风格多用于数码电器、服装、家居类等品牌店铺，如图1-33所示。
- **中国风**：该风格一般建立在中国传统文化的基础上，使用中国元素进行设计，例如，书法、山水、戏曲、图腾、传统样式等。该风格多用于食品、珠宝、化妆品等品牌店铺，如图1-34所示。



图 1-33



图 1-34

- **科技风**：该风格在每年的节日促销中都会被用到，静雅时尚的灰、白、蓝，高饱和的红、蓝色调和部分故障效果，可以产生冷静的机械感、迷幻的未来感与科技感，给人较强的视觉冲击力。该风格常用于数码电器、食品等店铺，如图1-35所示。
- **C4D风**：该风格可以更好地表现立体的场景感，更好地突出氛围感，多用于食品、饮料、母婴类店铺，此外也多用于各种活动大促，例如，双十一、年货节、年中促销等，如图1-36所示。



图 1-35



图 1-36

- **插画风：**该风格应用范围广泛，原创性高，根据品牌特征以及画手的绘画风格，可以绘制多种多样的原创风格，因此，该风格多见于儿童商品、食品、母婴类店铺，如图1-37所示。



图 1-37

1.5 网店装修的常用软件

网店装修的常用软件包括视觉设计类软件和视频剪辑类软件两类。

1. 视觉设计类软件

常用的视觉设计类软件有Photoshop、Illustrator和Cinema 4D，如图1-38所示。Photoshop为图像后期处理软件，主要用于商品图片后期抠图、修图、调色，店铺装修、营销海报设计（合成）、GIF动图制作以及详情页切片处理。Illustrator为矢量图形绘制软件，主要搭配Photoshop使用，用于页面中字体与图标的设计。Cinema 4D为三维立体设计软件，主要用于制作复杂的三维动画和模型，轻松创建真实世界中任何形状的物体。

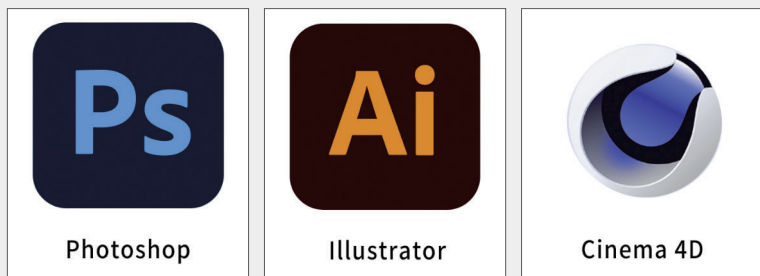


图 1-38

2. 视频剪辑类软件

视频剪辑类软件可以使用专业的Premiere，或者智能化、易上手的剪映、爱剪辑等，如图1-39所示。主要用于主图、详情页、首页的商品介绍以及广告视频的剪辑。



图 1-39

1.6 网店装修的基本流程

网店装修的基本流程可以细分为需求分析、素材规划、视觉设计、审核修改、完稿切图以及上传装修，如图1-40所示。



图 1-40

- **需求分析：**针对项目进行分析，明确商品的卖点、文案主题、消费群体，以确定装修页面的风格。
- **素材规划：**根据确定的风格收集整理素材，为后续的视觉设计做准备。
- **视觉设计：**使用Photoshop、Illustrator、Cinema 4D等软件，通过绘制插画、合成、调色、修图等方式制作相关页面的物料。
- **审核修改：**根据修改意见完成设计稿的修改。
- **完稿切图：**设计稿完成校对后，使用Photoshop等软件对页面进行切图导出。
- **上传装修：**将完稿的切图上传至后台的素材中心，进行网店装修、编辑文案、发布商品。



新手答疑

1. Q: 网上开店有哪些方式?

A: 具体可以分为以下三种方式。

- **网店与实体相结合:** 在线下实体店的支持下, 可以更容易取得消费者的认可和信任。
- **全职经营网店:** 经营者将全部精力投入到网站的经营上, 网店的收入是个人收入的主要来源。
- **兼职经营网店:** 将经营网店作为副业, 全职主妇、在校大学可以利用休息和课余时间经营网店。部分职场人员也可以利用工作的业余时间开设网店, 以增加收入。

2. Q: 新手如何开通网店?

A: 在开通网店前, 首先要选择适合自己的电商平台。进入官网注册商家账号, 确定店铺的类型, 选择商品和供货商。然后拍摄商品图像和视频, 设计宝贝主图、商品详情页、首页等素材。最后进入卖家后台, 设置店铺信息、发布宝贝(上传主图、商品详情页、视频等)、装修店铺、设置推广渠道、关注客户评价、优化店铺运营等。

3. Q: 网店铺装修需要准备哪些材料?

A: 需要准备商品图、商品文案、促销方案和价格。

4. Q: 零基础小白学网店美工需要做什么准备?

A: 零基础的小白想从事网店美工方面的工作, 可以先从熟悉操作软件开始, 打好基础后通过浏览设计网站和素材网站提高审美能力, 结合实际操作对比差距, 分析短板后找到适合自己的风格。

5. Q: 网店装修有哪些误区?

A: 网店装修布局和产品的转化率挂钩, 在装修店铺时需要避开以下误区。

- 网店装修全凭个人喜好, 与产品风格、品牌形象、消费人群不协调。
- 只看点击率来判断装修效果。
- 使用网上的字体、图片, 不注意版权问题, 造成侵权。
- 随意注册店铺的名称、设计店铺的LOGO。
- 店铺装修配色复杂, 影响视觉效果。
- 装修使用的图片过大, 加载过程长。
- 宝贝详情页入口太多, 分化流量。
- 首页、详情页设计得过长。
- 忽略首页的搜索功能, 不能让消费者第一时间找到商品。