

项目一

网店初创必备技能

项目背景

小雅想开一间淘宝服装店，敲定供货商并完成了开店注册，在网店装修时她遇到了难题，于是她找到经营网店多年的大伟求助。大伟告诉她，网店和实体店一样，都需要通过店铺装修来展示自己的定位和特色，醒目的店招、个性化的风格、合适的配色、品牌的特点等都要能尽快吸引客户的眼球，引起客户的兴趣。只有这样，才能让顾客产生进一步了解商品的欲望，从而转化为销售业绩。其实，网店美工并不难，就像经营实体店铺一样，从第一步店铺装修开始，一步步进行就可以啦！

学习目标

1. 能够针对所经营的商品特色进行网店风格定位，并完成色彩构成与搭配。
2. 能够合理搭配道具、商品构图，掌握拍摄商品图片的方法和技巧。

学习任务

- 任务一 定位装修风格
任务二 拍摄图片素材
教学微视频

任务一 | 定位装修风格

店铺风格由经营的商品和定位来决定,体现着网店独特的格调。色彩的搭配要符合整个店铺的主题,需要体现出店铺的品牌文化及形象,用图文来展示说明,便于顾客记忆。

任务目标

为小雅的淘宝店铺设计符合所经营服装商品的店铺风格,并完成网店的色彩搭配。

任务准备

淘宝网店账号一个、计算机一台。

知识链接

风格是一种感觉,它可以欢快,可以严肃,也可以平易近人。风格定位很重要,它是做好网店视觉营销的基础。那么,如何把握店铺的整体风格呢?

一、突出主题,展示个性风格

专业的商家都有自己的目标与方向,如突出主题,做好实际的经营与设计,而装修设计要有明确的定位,要有一个核心主题,如运动、休闲、儿童用品的舒适,或者奢侈品的高端精致。有了核心主题再做细节的设计,就会使店面在整体上更加和谐,从而形成一个舒适的购物环境、一个让人看得到个性的气场之地。

二、店铺风格定位的总原则

1. 要有依据

店铺风格定位不能仅凭个人喜好或猜测,还要有依据。

(1) 明确目标客户,即网店服务哪类客户群。例如,目标客户是有消费能力、喜欢网购的20~35岁的白领。只有先确定好客户群,才能成功定位网店的风格。

(2) 思考目标客户的需求及购买动机。例如,工作繁忙的白领每个月都可能网购护肤品。

(3) 确定网店如何服务于目标客户。例如,可以为白领提供物美价廉的护肤品,同时有多种品牌任其挑选。

2. 色彩搭配有主次、有对比

整个店铺不能通篇都是一种颜色,以免给人带来单调、压抑的感觉。

3. 主色不宜过多

主色最好在3种以内,以塑造网店的整体统一感。

4. 少用鲜艳色，尽量采用中间色（冷暖色系如图 1-1 所示）

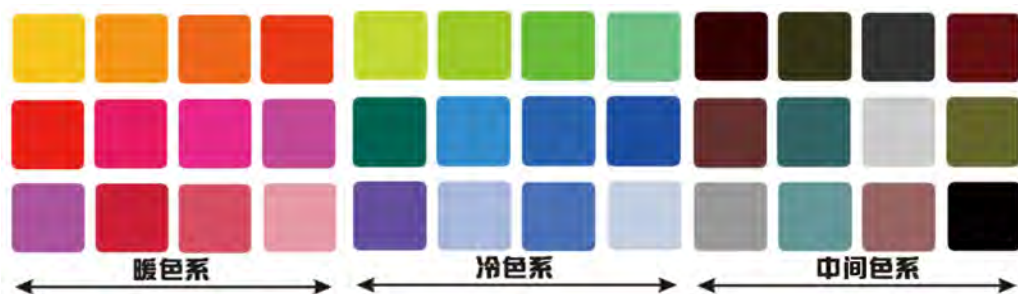


图 1-1

(1) 鲜艳色：刺眼、轻佻，不舒服。鲜艳色喧宾夺主，会抢商品的风头。装修真正的主角是商品，而不是装修，装修只是衬托或点缀。

(2) 暖色系：一般来说，暖色系是很容易亲近的色系，如红色、黄色等，比较适合购买人群是年轻阶层的店铺使用。同色系中，粉红、鲜红、鹅黄色等是女性喜好的色彩，对妇女用品店、婴幼儿服饰店及商品华丽的高档店铺较合适。

(3) 冷色系：蓝色、绿色、紫色都属于冷色系，这一类颜色会使人联想到海洋、月亮、冰雪、青山、绿水、蓝天等景物，产生宁静、清凉、深远、悲哀等感受，有端庄肃穆的感觉，更适合高档商务男装店铺使用。

(4) 中间色系：温和，有中性的感觉，适用于各品类店铺。

5. 模块的整合

版块的搭配要统一、简洁。店面的装修风格设定后，版块相关的搭配也是至关重要的，无序的版块叠加只会给买家凌乱的感觉，还能期待将流量转化成购买量吗？习惯于在网上购物的人一般都会浏览大量的店铺，只有整体风格一致、简洁大方的店面才可能让买家在店里多驻留片刻。

三、鲜明的店铺风格

1. 店铺 LOGO

设计一个符合所经营商品的 LOGO，对店铺风格的形成及品牌发展必不可少，如图 1-2 所示。

2. 背景色

对于普通显示器而言，中间的 950 像素（950px）就是淘宝店铺的标准页面，也是店铺的展示区。而对于宽屏显示器而言，两边会空余一些像素，可以设置纯色或大的图片。

3. 主色调

淘宝系统提供的主色调，可选择 27 种配色，如图 1-3 所示。主色调一般应用于店招、标题栏和重要文字。

4. 辅助色

如主调用紫色，则按钮、标签、重要文字可用橙黄色和蓝绿色，如图 1-4 所示。这种颜色的搭配会让人感觉清新、明快，较适合女装行业。辅助色一般应用于按钮、标签和重要文字。



图 1-2



图 1-3



图 1-4

5. 商品特性

商品都有性能、尺寸、外观、功能、材质、价格等特性。分析商品的特性可以从多个方面入手，如价格水平、消费群体、文化内涵。其中，性别、年龄、职业、文化水平、收入水平决定了消费群体的个体特征和共性。

6. 时节特性

针对不同的节日、不同的季节，店铺应采用不同的风格，如图 1-5 所示。



图 1-5

7. 回复风格

回复风格一般指网店客服回复顾客的语气、文字、表情的表达方式。形成有特色的表达沟通方式非常必要，容易让人记住，如图 1-6 所示。目前，大部分网店的客服回复方式都大同小异，毫无风格可言。



图 1-6

【案例 1-1】

一个女式牛仔裤卖家，店铺人群定位在学生，商品价格为 59~69 元，买家是喜欢萌萌的、可爱的东西的小姑娘。客服定位是一个可爱的小精灵形象，旺旺的头像是一个小精灵，名字叫萌萌，旺旺第一条自动回复是“宝宝你好，我是 ××× 家的购物小精灵萌萌，宝宝有任何需要都可以让萌萌来帮助你哦，萌萌一定会把自己知道的一切都如实和宝宝说哦！”后面的对话，全都以这种小精灵的口吻来和买家交流。

分析

网店塑造属于自己的风格,可以让买家在购物过程中眼前一亮,甚至有些掌柜就是靠着个性回复让店铺火起来的。

任务实施

为小雅的女装店铺定位风格。

STEP 01 分析小雅经营的网店的主要商品,如图 1-7 所示。



图 1-7

分析

商品主要为流行女装,风格主要为清新、淑女、流行类型;价格为 59~69 元;主要目标客户群为 18~25 岁女性,适合讲究穿着、追求变化、自信、收入一般的小白领。

STEP 02 根据小雅店铺的商品特点,为她挑选的主色调是黑色和白色,辅助色是灰色和红色,如图 1-8 所示。界面设计以简洁为主,突出商品,符合客户需要。优惠券样式采用强对比色,给人一种高档、明快、干练的感觉,如图 1-9 所示,从而使得整个店铺的商品品质在视觉感受上有质的提升,性价比从用户体验的角度也大大提高。



图 1-8



图 1-9

STEP 03 根据选定的色调设计 LOGO 样式、优惠券样式、商品列表样式、商品详情页样式、定义字体与字号的样式，部分示例如图 1-10~图 1-15 所示。



图 1-10



图 1-11

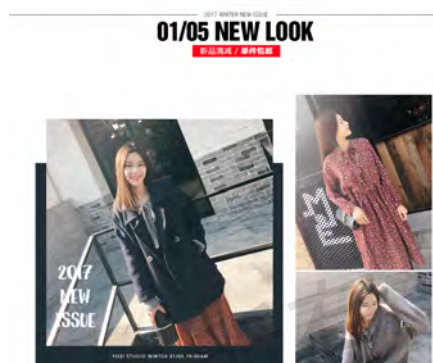


图 1-12



图 1-13



图 1-14



图 1-15

任务评价

每名学生对自己在整个学习过程中的表现进行自评, 并请学习小组成员和教师对自己在本任务学习中的表现做出评价, 从定性和定量两方面填写评价表, 如表 1-1 和表 1-2 所示。

表 1-1 “定位装修风格”学习活动学生表现评价量化表

班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____

序号	评价项目	描述性评价		量化评价			
		具体评价内容	填写具体事实	满分	自评	互评	师评
1	提出问题	① 店铺风格与商品目标人群定位是否合理 ② 主色调和辅助色选择是否合理 ③ 对比色是否突出商品 ④ 版式结构是否合理		20			
2	设计实施方案	能否自行设计合理的方案实施步骤		20			
3	实施操作	能否小组分工合作完成, 操作步骤是否衔接妥当		20			
4	分析并得出结论	能否根据商品、目标客户人群的喜好把握好色调、样式、统一的版式设计, 从而可以较快地找到适合自己网店的风格		20			
5	表达和交流	是否具有与他人合作、表达与交流的能力		10			
6	反思, 提出新问题	合理化版块排列及整体调色搭配如何执行		10			
等级			总分	100			
评语 (教师填写)							

表 1-2 “定位装修风格”学习活动学生表现评价权重结果

班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____

自评 (×20%)	小组互评 (×50%)	教师评价 (×30%)	总评

任务二 | 拍摄图片素材

店铺风格确定后就要开始收集图片素材了, 有条件的店铺还需要对商品进行场景布置并拍摄细节图。

任务目标

为小雅的淘宝店铺所经营的服装商品收集图片素材, 并完成细节图的设计和拍摄。

任务准备

淘宝网店账号一个, 计算机一台, 单反相机一个, 柔光灯箱一套。

知识链接

在传统的实体店中，顾客可以接触到商品，并对商品的各种细节进行查看，但是网上购物却无法做到这一点。如何让消费者直观地感受到商品？唯有提供清晰、真实、多方位的商品图片，才有可能激发消费者的购买欲望。那么，如何拍摄出清晰有效的商品图片呢？

一、拍摄工具

拍摄工具中最重要的是照相机，现在最常用的是数码单反相机。画幅是画质的重要因素，画幅越大，容纳的真实像素就越多，画质就越好，如图 1-16 所示。商家可以根据使用需求和购买能力选择适合自己的数码相机。



图 1-16

如果在室外拍摄，使用的光源为自然光，可能会用上反光板，如图 1-17 所示。如果在室内拍摄，节能灯、摄影灯及外置闪光灯等都涉及光的选择，也可以配置一个专业的柔光摄影棚。



图 1-17

二、布光技巧与场景的选择

1. 布光方式的选择

常见的布光方式如图 1-18 所示。

2. 场景的选择

根据不同的商品选择不同的场景，如图 1-19 所示。例如，商业气氛浓厚的闹市区非常适合拍摄时装，临街的商场、路灯和广告牌都是很好的布景；人流量较少的酒吧街或欧美风格建筑物的一角也是不错的取景选择，可以很好地表现出服装的潮流感、品位和时尚感。

利用摄影棚内的背景纸进行拍摄是比较简单的做法。例如，拍摄男装时可以使用男性较喜欢的黑色、灰色等作为背景色，只要与服装风格协调，拍出的画面就会显得简洁而时尚，酷感十足。

在室内搭建实景进行拍摄比利用摄影棚内的背景纸进行拍摄更具有立体感、现场感和真实感，对比也更加强烈。可以充分利用室内的每个角落、每件家具来布景，也可以放置一些自制的木板箱、小柜子、几何体和小装饰物等作为拍摄道具。要充分考虑到这类布景与拍摄主体的协调性，还要注意不能使其喧宾夺主。

常见的布光方式

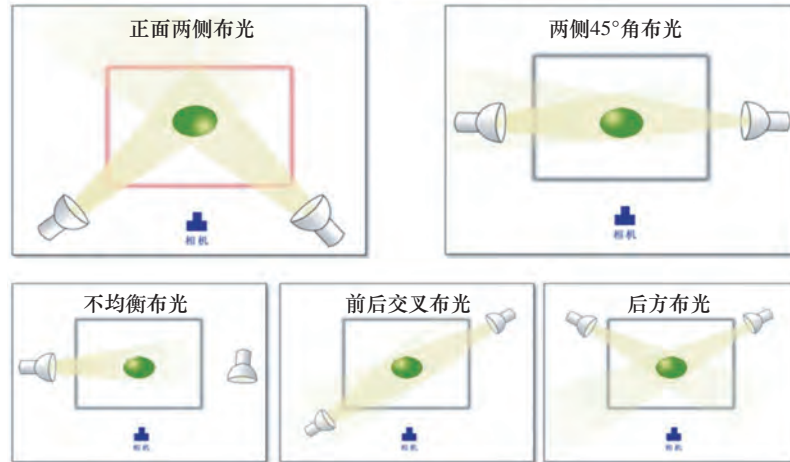


图 1-18



图 1-19

3. 道具的选择

当采用在室内搭建实景进行模特实拍或衣服摆拍、挂拍的时候，可以在商品摆放和构图时适当添加一些与服装搭配的小首饰、围巾、鞋帽和包包。鲜花、杂志、相框、玩具也都可以拿来使用，以使商品照片显得更加生活化。

如果想在墙上或者地上添加小装饰物来增加构图上的美感，漂亮的衣架、鲜花、玩具，还有书籍、小家具等也是不错的选择，如图 1-20 所示。也可以直接将服装挂在白色或者原木色的小架子上，利用架子的摆放角度来打破原来贴墙悬挂时呆板的横平竖直的构图。穿拍的时候，使用小装饰物做配景的方式可以让图片更加灵活，使模特的表情和姿态可以有更大的发挥空间，如图 1-21 所示。



图 1-20



图 1-21

三、拍摄构图

1. 中心构图法

中心构图法，即将商品放在图片正中间，拍清晰即可，若能用大光圈单反镜头将背景虚化，效果会更好，如图 1-22 所示。

2. 三分（九宫格）构图法

三分（九宫格）构图法，即将画面划分为九等份，也就是形成一个“井”字。因为人看东西时习惯向右偏移，所以卖家可以将商品放在图片右侧展示，从而提升买家的视觉体验，如图 1-23 所示。

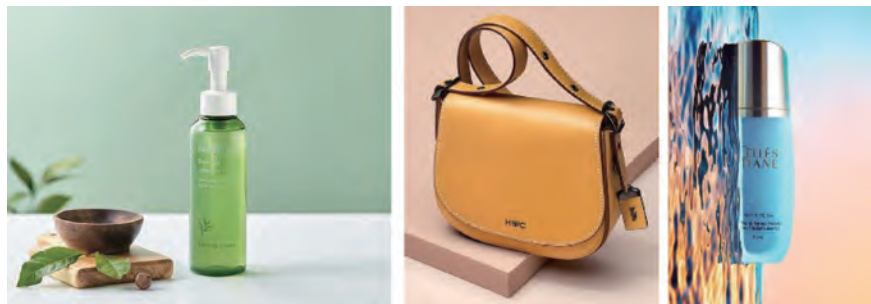


图 1-22



图 1-23

3. 均衡式构图法

均衡式构图法需要足够的拍摄经验才能自如运用,一旦成片,效果将非常赞,有助于提升商品图片品质,有兴趣的同学可上网自学相关知识,如图 1-24 所示。



图 1-24

四、商品拍摄技巧

1. 对象静止

商品拍摄的最大特点是所拍摄的对象大多是静止的物体。现在也会用视频的方式去展示商品。

2. 摆布拍摄

商品拍摄可以根据商家的意图、商品的特点进行摆布、构图、布光,有序地完成商品组图。

3. 还原真实

商品拍摄主要是展示商品的形、质、色,不必过于追求意境,否则会丢失物品的本来面

貌，如图 1-25 所示。



图 1-25

(1) 形，指的是商品的形态、造型特征及画面的构图形式。看下如图 1-26 所示的造型对比图例，谈谈你的感受。



图 1-26

(2) 质，指的是商品的质地、质量、质感。商品拍摄对质的要求非常高，所体现的质的影纹层次必须清晰、细腻、逼真。尤其是细微处，以及高光和阴影部分，对质的表现要求更高。用恰到好处的布光角度，恰如其分的光比反差，可以更好地完成对质的表现，如图 1-27 所示。



图 1-27

(3) 色, 商品拍摄要注意色彩的真实和统一。色差是一直让电商卖家头疼的问题, 很多顾客收到货后, 发现图片和实物色差极大, 要求换货, 导致电商卖家售后成本提高, 如图 1-28 所示。



图 1-28

五、图片的收集方法

(1) 在网上查找相同品类的商品店铺装修, 挑选出 3~5 个符合自己风格的店铺, 截选相关素材, 如菜单栏、详情页面、广告设计、物流配送信息等参考图。

(2) 在网上查找相似商品摆拍、挂拍、模特实拍的参考图, 用于指导拍摄。

(3) 建立文件夹, 分类收藏参考图片, 注意统一照片的格式为 JPG 或 GIF。



任务实施

STEP01 在网络上收集图片素材并准备拍摄器材、布局道具及模特, 同时填写好表 1-3。所需道具:

分析: 根据目标客户群, 应选择年轻时尚的模特, 请在班上挑选适合的模特。

表 1-3 记录表 1

序号	岗位	任务描述
1	模特	
2	助理	
3	摄影师	

STEP02 根据店铺主色调进行拍摄设计同时填写好表 1-4。

表 1-4 记录表 2

序号	图片类型	造型设计 (数量及简单描述)
1	平铺 (细节图)	
2	挂拍	
3	模特实拍	

STEP 03 根据设计方案进行拍摄，并在表 1-5 中记录完成情况及问题。

表 1-5 记录表 3

序号	内 容	完成情况及问题
1	场景选择	
2	布光方式	
3	模特实拍	

STEP 04 导出图片并进行分类整理。



任务评价

每名学生对自己在整个学习过程中的表现进行自评，并请学习小组成员和教师对自己在本任务学习中的表现做出评价，从定性和定量两方面填写评价表，如表 1-6 和表 1-7 所示。

表 1-6 “拍摄图片素材”学习活动学生表现评价量化表

班级：

姓名：

学号：

序号	评价项目	描述性评价		量化评价			
		具体评价内容	填写具体事实	满分	自评	互评	师评
1	提出问题	① 店铺风格与商品目标人群定位是否合理 ② 主色调和辅助色选择是否合理 ③ 对比色是否突出商品 ④ 版式结构是否合理		40			
2	分析并得出结论	是否根据商品、目标客户人群的喜好把握好色调、样式、统一的版式设计，从而可以较快地找到一个适合自己网店的风格		30			
3	表达和交流	是否具有与他人合作、表达与交流的能力		15			
4	反思，提出新问题	合理化版块排布及整体调色搭配如何执行		15			
等级			总分	100			
评语（教师填写）							

表 1-7 “拍摄图片素材”学习活动学生表现评价权重结果

班级：

姓名：

学号：

自评（×20%）	小组互评（×50%）	教师评价（×30%）	总评



项目实训

实训 01 请按图 1-29 提供的网店首页及商品详情页设计一个合适的店铺风格。



图 1-29

实训 02 男装细节图打标实训。

根据表 1-5~表 1-7 的提示挑选一件男装 T 恤, 完成细节图打标 (5 张 800 像素 × 800 像素的主图、正反面图各 1 张及 3 张细节图), 细节图打标是指对该件商品的款式设计细节、做工细节、材质纹理细节、辅料细节等进行图片展示。

表 1-5 外套设计细节

外套设计细节	
款式细节	领型、袖口、肩扣、褶皱、里布、内口袋、外口袋、拼接、袋盖、绣标、下摆、LOGO 绣标等
做工细节	走线、里料、接缝、内衬、拷边等
面料细节	微距拍摄面料、材质、面料纹路、颜色等
辅料细节	腰带五金、拉链、纽扣、铆钉、水洗标、商标等
图例	

表 1-6 裤子设计细节

裤子设计细节	
款式细节	褶皱、前口袋、后口袋、拼接、袋盖、绣标、裤型、LOGO 绣标等
做工细节	走线、里料、接缝、内衬、拷边等
面料细节	微距拍摄面料、材质、面料纹路、颜色等
辅料细节	拉链、纽扣、铆钉、洗水唛、标签、商标等
图例	

表 1-7 T 恤设计细节

T 恤设计细节	
款式细节	领型、袖口、绣花、图案、下摆、LOGO 绣标等
做工细节	走线、里料、接缝、内衬、拷边等
面料细节	微距拍摄面料、材质、面料纹路、颜色等
辅料细节	洗水唛、标签、商标等
图例	



教学微视频

