



学习任务一 网店美工概述

学习目标：

1. 能够描述网店美工的基本概念
2. 能够运用网店装修的配色原理
3. 掌握广告法与电商平台知识产权保护的法律法规
4. 通过广告法的学习，培养法律意识、知法懂法

建议课时：

6 课时

情境描述：

网店视觉营销是店铺运营中非常重要的环节，所谓视觉营销就是以营销为目的，对店铺进行视觉设计与装修，网店美工作为这一过程的执行者，必须掌握相关的知识。

工作流程与活动：

1. 初始网店美工
2. 网店装修配色
3. 法律条款与平台规则
4. 任务测评
5. 任务总结与评价

学习目标:

- 1.能够描述网店装修的意义
- 2.能够灵活运用网店装修的必备知识

建议课时:

2 课时

情景描述:

网店美工是店铺的装饰者,他们从视觉角度上快速地提高店销形象,帮助树立网店品牌,吸引更多顾客进店浏览。**Photoshop**在网店的应用领域逐步扩张,应用形式也越来越广泛,并深入生活中的各个细节中。因此,在了解网店装修不仅要从**Photoshop**基础知识入手,还应该深入地挖掘网店的市場应用及发展,这样才能在同类网店中体现出自己店铺的特色。

一、网店美工的定義

美工一般是指对平面、色彩、构图和创意等进行处理的职业,传统的美工指平面美工和网页美工等。而网店美工是随着淘宝发展而新生的职业,主要的工作是对网店商品、页面和广告进行美化,在给消费者更好的视觉体验的同时,达到引导销售和提高销售额的目的。网店中的图片不单单只是一张照片这么简单,充分的图文结合更能体现商品的价值。作为网店美工最应该掌握的基本知识就是商品图像处理、文案运用、图文结合首页的装修效果。

二、职业要求

网店美工在技能上,要求懂平面设计、网页设计、三维设计等,如果从业人员还懂营销和电子商务、商品摄影、美学、绘画等,将具有更强的竞争力。

在网上开店,也需要漂亮的门面,这样才能吸引广大消费者。好的店铺装修,不管是商品的排列还是店铺的整体风格设计,都井然有序,极大地提高了店铺的美观性和人气。视觉是人们的第一印象,要让买家对店铺留下印象,取决于店铺的页面设计,其中包含了店铺风格定位。

三、网店装修的意义

买家在网店中看不到商品的实体，而合理的布局设计、精美的色彩搭配及一张张精心制作的商品图片，这些才是买家最先接触到的内容，只有通过这些将买家注意力吸引过来，下一步才是价格或服务。

店铺生意的好坏，跟店铺的视觉、产品、品牌、流量、客户、价格等一系列因素相关，相辅相成，缺一不可。好的店铺视觉可以提升整店品牌形象、点击率、转化率以及买家的购物体验。

一个完整的网店页面都是由各个功能元素组成的，每个元素都具有其独特的功能，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、店铺公告、宝贝展示、宝贝排行、宝贝描述等。

1、店标

大到国际连锁品牌，小到零售网店，一般都会有自己的独特标志。标志能够代表一个品牌，一种形象，更能够给消费者留下深刻的印象，并稳定扩展店铺的客户群。淘宝店标正是担当这一重要目标的载体，可以代表店铺的风格、店主的品位、产品的特性，也可起到宣传作用。店标按类型可分为动态与静态两种,在淘宝网中按照店铺进行搜索时，会看到每个店铺的店标。

2、店招

店招顾名思义就是店铺的招牌，从品牌推广的角度来看，在繁华地段，一个好的店招不光是店铺坐落地的标志，更是起到户外广告的作用。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，是招揽买家的一个缩览。

店招的作用是让买家直观的知道店铺的经营范围与当前促销信息。一般设计店招时，会通过店招展示店铺的名称、品牌LOGO、品牌广告语及相关功能性内容呈现品牌定位、产品定位、店铺竞争优势等信息。活动型店铺一般通过店招传达产品信息和优惠促销活动。



通过店招进行流量引导及提示收藏等功能性内容，可以方便买家收藏、搜索、提高客户体验。建议将店内搜索放在店招中，方便买家完成店内搜索，预防跳出。



3、促销广告

在淘宝网中,对于产品直观展现给买家并制作出相应广告效果的区域,是最受消费者关注的区域之一。自定义促销区域在淘宝旺铺中可分为通栏广告效果、750px自定义广告、150nx自定义广告及陈列区广告等,在制作时要考虑到淘宝店铺对于图片装修尺寸的要求。



4、产品分类

在网店中，如果上传的宝贝过多，那么买家在查看时就会变得非常麻烦，此时，如果将相同类型的产品进行归类,将宝贝放置到与之对应的分类中，再进行查找就变得十分轻松。产品分类可以按销量、新品、价格、收藏、品种系列、口味、功效等，也可以在分类中加入店铺活动相关信息，比如特价专区、包邮专区、清仓、断码等，这些不同的分类维度呈现都能让买家快速检索到想要的产品。

分类产品的视觉呈现形式，可以是图片形式，也可以是纯文字形式，主要是配合页面设计风格和模块搭配的美观度。



连衣裙/套装
01

外套/针织
02

雪纺/衬衫
03

T恤
04

裤装
05

半身裙
06

图片型分类模块

旗下品牌
CUSTOMER SERVICE

YAN&DU
SINCE 2003

聚划算

YANDU系列

YANYING系列

热门推荐
周二上新
YANDU系列
YANYING系列

周二上新
07月24日
07月17日
07月10日

外套
风衣/外套

上衣
毛衣/针织
卫衣/衬衫

下装
半身裙
裤装

连衣裙
雪纺连衣裙
蕾丝连衣裙

图片和文字结合型分类模块

5、在线客服

在首页的分类导航、悬浮窗口、页尾等位置放售前及售后客服链接，以提高客户体验。可以根据店铺风格设计个性的在线客服模块界面，再使用“旺遍天下”页面生成旺旺在线代码并编辑到模块当中。自行设计的在线客服模块，能很好地融入店铺风格，并根据需要调整在线客服的数量。

6、店铺收藏

在淘宝网中添加收藏功能，可以方便消费者在浏览后对店铺进行收藏，收藏后消费者在后台可以通过“已收藏”进店，而且店铺的收藏人气会影响店铺的搜索排名。由于店铺收藏设置意义在于引起买家的注意，吸引更多的消费者自愿收藏店铺，所以在设计与制作时首先要求醒目，其次才是其他考虑事项。

YANYING 欧美时尚品牌

关注

¥30 满399用

¥60 满599用

¥100 满799用

收藏有礼 10元无门槛券

全场2件包邮

搜索框

T恤 连衣裙 牛仔裤

导航位置收藏功能



STORE ACTIVITY

CLICK ON



FASHIONABLE PIONEER

新品/TOP
低至7折

时间：7.28-7.31



限时放价
低至300元起

时间：7.28-7.31

无门槛券

30

收藏店铺 ❤️

购物先领券

时间：7.28-7.31

中间位置收藏功能

5、在线客服

在首页的分类导航、悬浮窗口、页尾等位置放售前及售后客服链接，以提高客户体验。可以根据店铺风格设计个性的在线客服模块界面，再使用“旺遍天下”页面生成旺旺在线代码并编辑到模块当中。自行设计的在线客服模块，能很好地融入店铺风格，并根据需要调整在线客服的数量。

6、店铺收藏

在淘宝网中添加收藏功能，可以方便消费者在浏览后对店铺进行收藏，收藏后消费者在后台可以通过“已收藏”进店，而且店铺的收藏人气会影响店铺的搜索排名。由于店铺收藏设置意义在于引起买家的注意，吸引更多的消费者自愿收藏店铺，所以在设计与制作时首先要求醒目，其次才是其他考虑事项。

7、店铺二维码

在PC端淘宝网店中添加二维码，买家即可通过手机扫描二维码，快速进入相应的手机淘宝店铺，这样更加方便买家在任何地方查看卖家的商品。



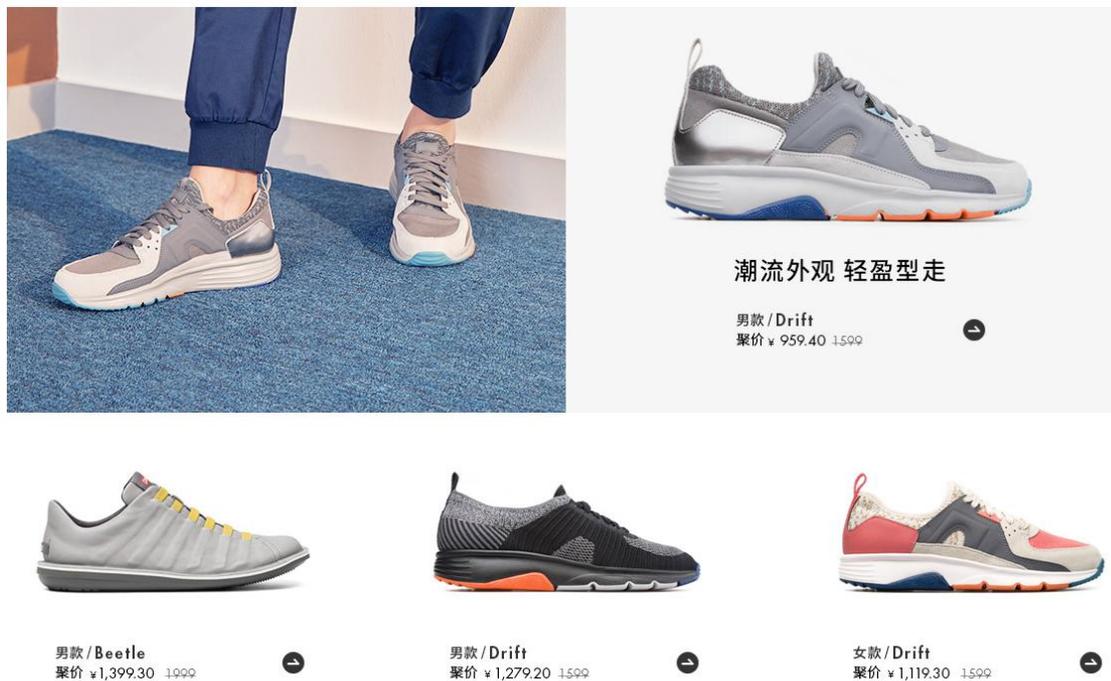
8、店铺公告

如何才能让买家快速知道本店的促销活动呢？最好的方式就是宣传，宣传的方式有很多种：一种是直接在自定义区域输入文字，优点是内容醒目、直接，缺点是将影响整个店铺装修设计的美感；另一种是直接将促销文字与图像相结合，以图文的方式呈现在自定义区域中，优点是可以兼顾网店的装修设计，缺点是更换图片不是很便利；第三种是以公告文字动态形式出现在自定义区域中，优点是直观、醒目、内容替换方便，缺点是需要掌握一定的代码知识。在店铺公告中可以让买家直接了解本店的促销活动与店铺动态。



9、宝贝陈列

宝贝陈列是把流量直接引导至产品详情页，系统自带的产品陈列方式分自动推荐和手动推荐两种。也可以根据店铺风格设计个性化的产品陈列，在自由设计中，可对模块的版式、文字使用、色彩等进行自由发挥，有利于视觉美感的呈现。



10、搜索模块

搜索的主要作用是对流量的精准引导，缩短买家购物路径。搜索框推荐放在店招或导航上，页中区域也可以根据需要进行适当放置，以达到对需要特定产品的买家进行引导。



四、美工必备知识

作为网店美工，必须掌握的网店装修相关知识。

1、图像分辨率

图像分辨率指图像中存储的信息量,是每英寸图像内有多少个像素点，也可以理解为像素分布的密度，分辨率的单位为像素(PX)。图像分辨率一般被用于 Photoshop中，用来改变图像的清晰度。网店装修中使用的图片分辨率是72像素英寸，意思是1英寸长度中有72个像素点。通常情况下，图像的分辨率越高，成像尺寸越大，图像就越清晰。图片的分辨率是根据它的展示媒介决定的，平时所接触的显示器分辨率大多是72像素英寸，所以网店图片使用的分辨率为72像素/英寸即可，是为了在媒介设备上达到最佳的显示效果。

2、像素

像素(PX)是图片的组成元素，是图片尺寸的最小单位。在网店装修中，新建文件、文件尺寸大小都是以像素为单位；;装修后台的每个模块尺寸，都是以像素为单位，而不是以厘米或毫米为单位。当把一张图片放大显示时，就能够看到图片是由一个个小方块组成的，这个小方块就是像素，调整图片颜色实际上就是调整像素颜色，文件的宽度和高度是多少像素，就是指宽和高有多少个像素点。

3、文件格式

图像的格式有很多种，常用的有JPEG、PNG、GIF和PSD等。下面在 Photoshop中分别介绍这几种图像格式。

4、软件知识

网店美工必须掌握的一些设计类软件。

图像编辑软件：拍摄商品时，会因各种因素导致照片不够美观，不能很好地体现商品卖点。因此，拍摄完成后还需要进行一定的编辑，图像编辑软件很多，常用的专业软件有Photoshop。

网页编辑软件：网店的动态页面装修会使用到网页编辑软件，常用的网页编辑软件Dreamweav。

视频编辑软件：淘宝店铺支持主图、首页和详情页添加视频。以影像动态呈现产品，可以有效地在短时间内提升买家对商品的认知和了解程度。视频的制作与编辑则会用到视频编辑软件，常用的有Premiere，它简单易学，且功能强大。

三维设计软件：随着电商行业的发展,买家对风格的需求差异化，特别是高端产品，目前CINEMA4D已经渗透到电商行业。CINEMA4D简称“C4D”，是德国 Maxon Computer 公司的旗舰产品，以极高的运算速度和强大的渲染插件著称。随着素材版权越来越被重视，而使用C4D可以自己创造素材，可以规避在设计中的版权风险，另外提高视觉设计表现能力。

5、淘宝店铺组成概述

淘宝店铺主要是由店铺首页、店铺列表页和店铺详情页等多个页面组成。

店铺首页：店铺首页就是打开店铺域名的第一页，是整个店铺索引和展示宝贝的地方。首页的基本框架包括页头、左侧栏、促销区、推荐宝贝和页尾等几个板块，在装修时，可以根据需求来调整框架。



列表页：即是单击某一宝贝分类所打开的展示店铺此类目宝贝的页面，每一个类目打开的列表页下的宝贝不同。网店中的商品分类就是为了让买家以最便捷的方式找到自己想买的商品，在店铺中对于宝贝分类可以按照网店的整体色调进行设计，好的宝贝分类可以让买家一目了然。

详情页：即是单击某一宝贝所打开的展示此宝贝所有相关信息的页面。在淘宝网中想成功推销店铺的商品，需要在宝贝详情描述中下一番功夫，以此来吸引买家并达成交易。



6、淘宝常用图片尺寸

网店美工在开始设计之前，往往第一步要做的就是修图。因为从摄影师那边拿回来的照片，无论是图片大小，还是图片细节都不可能正好符合设计师的需求。网店图片根据摆放位置的不同，所需的尺寸也不同。此时，就需要对图片的大小进行裁切。

7、网店装修流程

网店美工在开始对店铺进行装修设计前，需要先了解整个工作流程。

风格规划：根据店铺品牌特色、风格或活动主题首先进行装修规划，如周年庆、双十二等不同的主题所策划的方向会不同。

素材准备：规划后就是素材的准备，包括广告图、产品图、视频及其他相关素材。

图片/视频美化处理：使用图像处理软件对商品图进行美化处理；制作广告图、首页或详情图;使用Premiere对视频进行剪辑输出等。

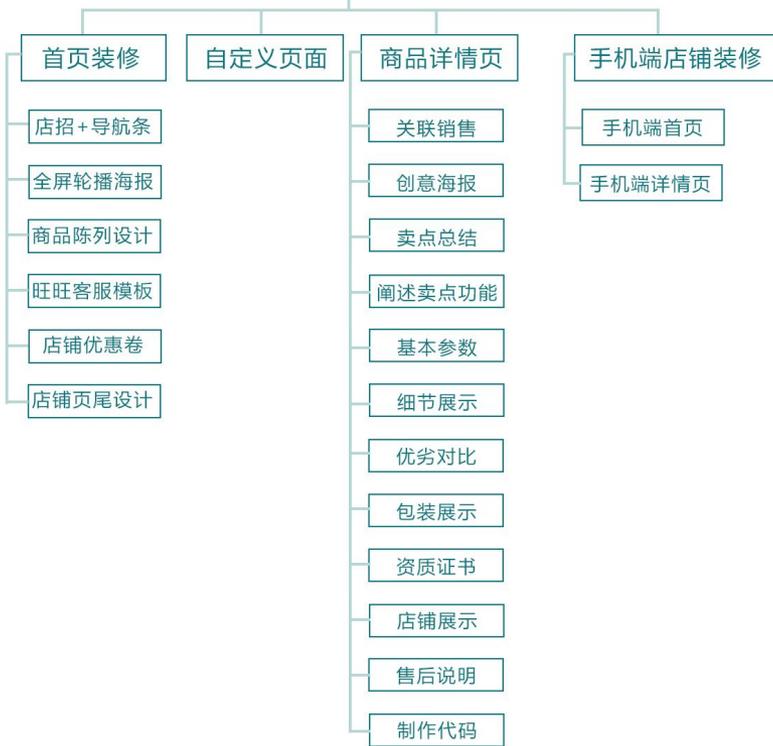
上传图片到素材中心：将存储的图片上传到淘宝素材中心。

添加热点或链接：使用Dreamweaver打开图片或代码,为图片添加热点或为代码修改链接等。

应用到店铺：将代码装修到店铺中。

淘宝店铺装修流程图

掌握PS和DW软件



学习目标：

- 1.能够描述网店色彩应用的基础概念
- 2.能够灵活地使用色彩模式
- 3.能够运用配色技巧进行网店装修设计

建议课时：

2 课时

情景描述：

色彩是淘宝网店装修中的重要构成元素之一，在无形之中能体现店铺广告的主题内涵。色彩应用在淘宝网店中具有很强的识别性，能够突出页面的视觉感，同时决定广告氛围的意向特征，影响主题内涵的传达。

一个网店拥有漂亮的颜色搭配，比其他任何设计要素都重要。因为色彩是主导消费者视觉的第一因素，它不但能给消费者留下深刻的印象，而且还可以产生极强烈的视觉效果，所以装修店铺时在色彩格调的使用上需要深思熟虑。但是，并不是每个人都能够通过天生的色感在脑海中勾勒出比较好的色彩搭配，而是需要通过孜孜不倦的学习和脚踏实地的训练，才能够提高后天的色感。

一、色彩的搭配

不同的色彩会给人不同的感觉，色彩是品牌识别中的一个根本性元素，它能引发情感上的反馈并留下持久的印象。适当的色彩运用可使品牌识别度提升80%，而品牌识别度与消费者的信任直接挂钩。

淘宝、天猫的色彩与风格是浏览者进入店铺中首先感受到的东西，因此色彩是做好店铺视觉营销的基础。很多网店美工在装修店铺的时候，喜欢将一些炫酷的色块随意地堆砌到店铺里，让整个页面的色彩视觉杂乱无比，给买家造成视觉疲劳。好的色彩搭配不仅能够让页面更具亲和力和感染力，而且还能提升浏览量，因此，在店铺装修时，色彩搭配尤为重要。

1、色彩的基础知识

色彩是来自光的产物，生活中所看到的色彩并不是物体的固有色彩，而是它们对光的反射所产生的。根据现代科学划分的色彩分类，主要分为有彩色系与无彩色系。

2、色彩的概念

1)有彩色系

有彩色系是指带有某一种标准色倾向的色，光谱中的全部色都属于有彩色,基本的色相包括红、橙、黄、绿、青、蓝、紫。在这些基本色相的基础上，不同色相比例的混合可产生成千上万种有彩色。

2)无彩色系

无彩色系是指黑色、白色以及各种明度的灰色,无彩色之间只具备明度的变化。以这三种色调为主构成的画面也是别具一番风味,在进行网店装修的配色中为追求某种意境或气氛,也会使用无彩色系来搭配。无彩色系没有色相的种类,只能以明度的差异来区分,无彩色没有冷暖的色彩倾向,因此也被称为中性色。



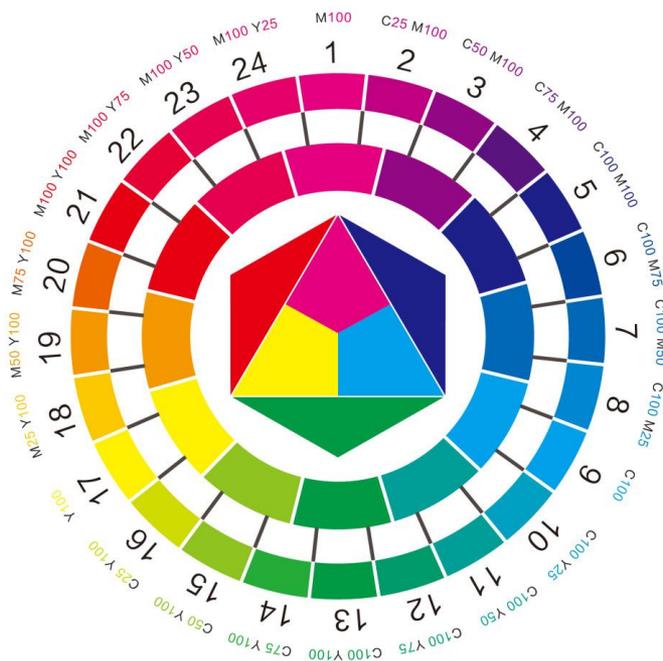
3、色彩三要素

色彩三要素,色彩可用色相(色调)、纯度(饱和度)和明度来描述。人眼看到的任一彩色光都是这三个特性的综合效果,这三个特性即是色彩的三要素,其中色调与光波的波长有直接关系,亮度和饱和度与光波的幅度有关。

1) 色相: 色相即色彩的相貌,是一种色彩区别于另一种色彩的表象特征和主要依据,如可见光谱中的红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等。



色相条

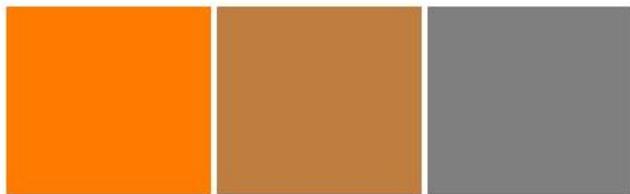


色相环

2) 明度：明度即色彩的明暗程度,也称深浅度,是表现色彩层次感的基础。

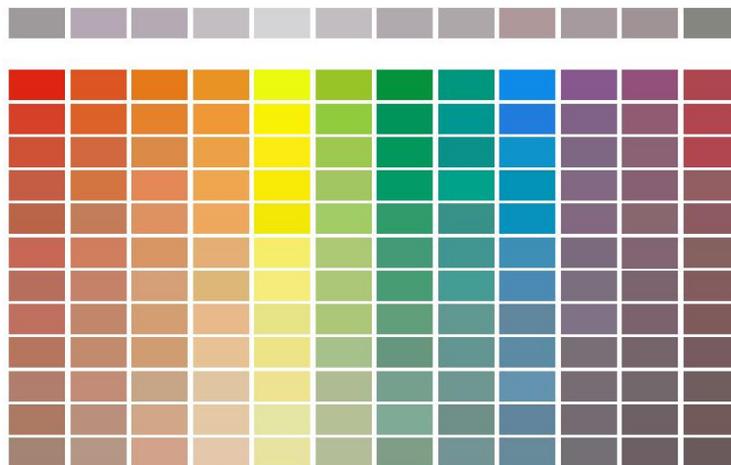


3) 纯度：纯度即彩度或鲜浊度,也称饱和度。具体来说,是表明一种色彩中是否含有灰的成分。





纯度色标



纯度表

二、色彩模式

色彩模式决定显示和打印电子图像的色彩模型,即一幅电子图像用什么样的方式在计算机中显示或打印输出。常见的色彩模式包括位图模式、灰度模式、双色模式、**HSB**(表示色相、饱和度、亮度)模式、**RGB**(表示红、绿、蓝)模式、**CMYK**(表示青、洋红、黄、黑)模式、**lab**模式、索引色模式、多通道模式以及**8位/16位**模式,每种模式的图像描述和重现色彩的原理及所能显示的颜色数量都不同。色彩模式除了确定图像中能显示的颜色数之处,还影响图像的通道数和文件大小。这里提到的通道数也是**Photoshop**图像具有一个或多个通道,每个通道都存放着图像中颜色元素的信息。图像中默认的颜色通道数取决于其色彩模式。例如,**CMYK**图像至少有四个通道,分别代表青色、洋红、黄色和黑色信息。



1、灰度模式

灰度模式只存在灰色,由0-256个灰阶组成。当一个彩色图像转换为灰度模式时,图像中的色相及饱和度等有关色彩信息将会被消除,只留下亮度。



“信息”对话框



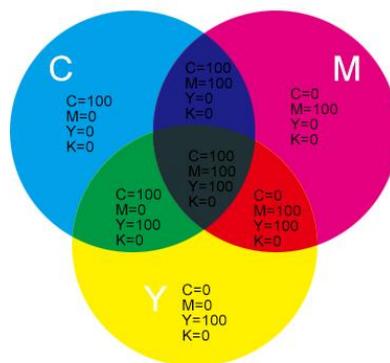
灰度模式的黑白图像



彩色图像

3、CMYK颜色模式

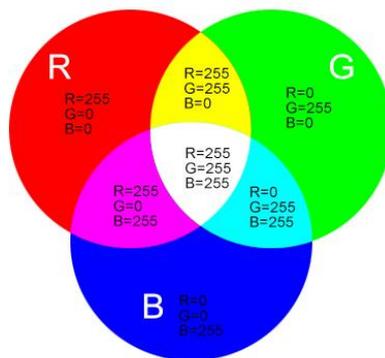
CMYK代表印刷上用的四种颜色，C、M、Y、K分别代表“青色、洋红、黄色、黑色”。



CMYK颜色模式图

2、RGB颜色模式

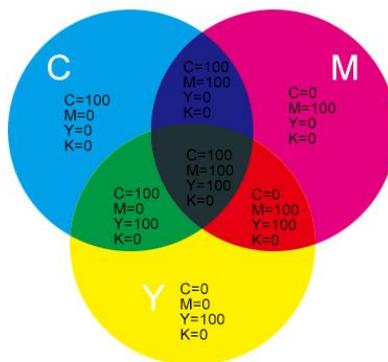
在Photoshop中RGB颜色模式使用RGB模型,并为每个像素分配一个强度值。在8位16位/32位通道的图像中,彩色图像中的每个RGB(红色、绿色、蓝色)分量的强度值为0(黑色)到255(白色)。



RGB颜色模式图

3、CMYK颜色模式

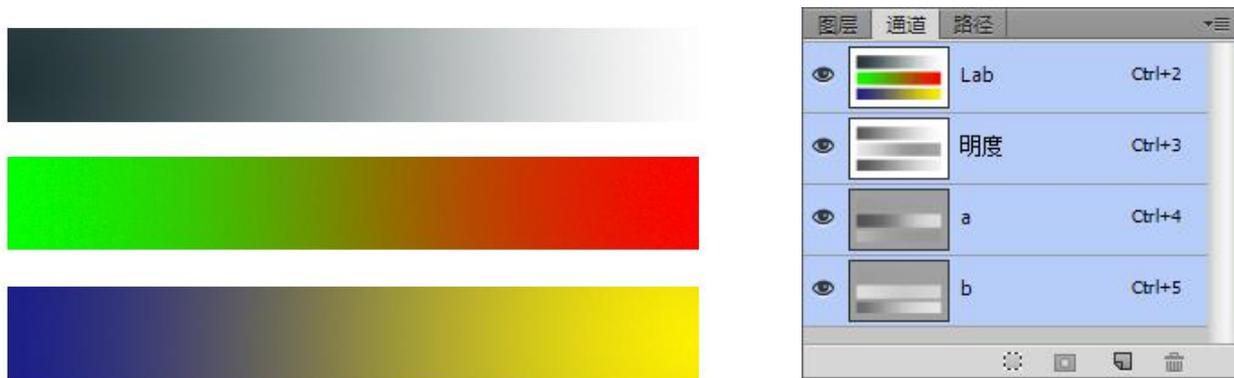
CMYK代表印刷上用的四种颜色，C、M、Y、K分别代表“青色、洋红、黄色、黑色”。



CMYK颜色模式图

4、Lab颜色模式

颜色模式（Lab）基于人对颜色的感觉。Lab中的数值描述正常视力的人能够看到的所有颜色。



Lab颜色模式图

三、网店配色

在网店装修的诸多因素中,色彩搭配是网店设计中的灵魂、是树立网店形象的关键,也是一种重要的视觉表达元素,不同的色系搭配能够烘托出不同的设计环境,店铺色彩处理好可以使之锦上添花,达到事半功倍的作用。色彩搭配一定要合理,要与店铺产品相符合,这样会给人一种和谐、愉悦的感觉。

1. 主色、辅助色、点缀色

如果一个品牌总是惯用一种主色调,那么也会增加老客户的识别度。美工在搭配店铺的颜色时,并不是随心所欲的,而是需要遵循一定的比例与程序。对于色彩的应用一般不应超过三种颜色,分为主色、辅助色、对比色。主色就是在每个页面都会出现的颜色;辅助色可以随着四季、促销活动变化而变化;对比色就是在主色和辅助色上都很突出的颜色,用来突出或强调某一信息。

在色彩搭配中,主色、辅助色与点缀色是3种不同功能的色彩,具体介绍如下:

1) 主色:主色调是页面中占用面积最大,也是最受瞩目的色彩,它决定了整个店铺的风格,主色调不宜过多,一般控制在1-3种颜色,过多容易造成视觉疲劳。主色调不是随意选择的,而是系统性分析品牌受众人群的心理特征,找到群体中易于接受的色彩,如童装喜欢选择黄色、粉色、橙色等暖色调作为主色。如图所示的渐变色作为设计中的主体色。

2) 辅助色:辅助色是指占用面积略小于主色,用于烘托主色的颜色,合理应用辅助色能丰富页面的色彩,使页面显示更加完整、美观。如图所示,模特背面的色块作为辅助色。

3) 点缀色:点缀色是指页面中面积小、色彩比较醒目的一种或多种颜色,合理应用点缀色,可以起到画龙点睛的作用,使画面主次更加分明、富有变化。



2、配色技巧

配色的目的就是制造美的色彩组合,而和谐是色彩美的首要前提,它使色调让人感到愉悦,还能满足人们视觉上的需求以及心理上的平衡。总的来说,色彩的对比是绝对的,而调和是相对的,调和是实现色彩美的重要手段。淘宝页面大多是色彩饱满丰富的,给人很强的视觉冲击力。制作色彩饱满有冲击力的画面需要运用一些色彩搭配技巧。色彩搭配要合理,避免采用容易造成视觉疲劳的、纯度很高的单一色彩。在设计网店色彩时应该了解一些搭配技巧,以便更好地应用色彩。

1) 色彩的鲜明性: 网店色彩要鲜明,引人注目,给受众耳目一新的感觉,画面要做到明亮一致,纯度一致。



2) 同种色彩搭配: 同种色彩调和配色,首先选定一种色彩,通过调整色彩的透明度或饱和度,将色彩变淡或加深,使页面看起来色彩和谐统一,有层次感。



3) 对比色彩搭配: 一般来说,色彩的三原色最能体现色彩间的差异;色彩的对比强,进一步增强网店的视觉冲击力,能很好突出网店的特色和重点。

4) 邻近色彩搭配: 邻近色是指在色环上相邻的颜色。采用邻近色可以使配色避免色彩杂乱,易于达到配色的和谐统一。



5) 无彩色: 无彩色与无彩色搭配可以传达出经典,永恒的美感。无彩色的色彩个性不明显,所以与任何色彩搭配都能取得调和的色彩效果。



学习目标：

- 1.能够说出国家知识产权保护相关法律条款
- 2.能够清晰的选择可商用字体
- 3.能用法律的武器保护自己以及网上交易行为

建议课时：

1课时

情境描述：

随着《中华人民共和国广告法》正式实行，对知识产权的重视，网店美工需要了解平台相关规则与相关法律条款，避免在工作中给店铺造成损失。

一、不当使用他人权利

天猫一直致力于为会员提供优质的经营、购物及服务体验,并将知识产权看作是商家的核心价值。为了维护天猫健康的市场秩序,为诚信商家提供良好的平台环境,为消费者提供安全安心的网购环境,天猫拟对不当使用他人权利相关规则及其实施细则做进一步的调整。

其中包括:未经他人许可,在商品信息、店铺名、域名中使用他人的商标(包括文字商标图形商标等)或作品(文字作品、图案作品)等。

根据《天猫规则》第二十五条商家若发生以下任一情形,天猫有权清退:

- (一) 未经商标注册人同意,更换其注册商标并将该更换商标的商品进行销售的;
- (二) 向天猫提供伪造、变造的商家资质或商品资料;
- (三) 商家违反《天猫招商标准》的;
- (四) 商家多次违反本规则特定规定的;
- (五) 严重违规扣分达四十八分。

第七十八条不当使用他人权利,是指用户发生以下任一行为

- (一) 商家在所发布的商品信息或所使用的店铺名、域名等中不当使用他人商标权、著作权等权利的;
- (二) 商家出售商品涉嫌不当使用他人商标权、著作权、专利权等权利的;
- (三) 商家所发布的商品信息或所使用的其他信息造成消费者混淆、误认或造成不正当竞争。

若商家发生上述任一行为的,淘宝将对其所发布的不当使用他人权利的商品或信息进行删除。同时,淘宝将按照如下规定对商家进行处理:

- (一) 商家不当使用他人权利的,每次扣两分;
- (二) 商家不当使用他人权利情节严重的,每次扣六分,情节严重达三次及以上的每次扣四十八分;
- (三) 商家不当使用他人权利情节特别严重的,视为严重违规行为,每次扣四十八分。

二、字体使用版权

运营网上店铺需要有版权意识,除了素材图片需要有版权,在使用字体时也需要有版权意识,不经过授权的字体,是不可以随意使用的。如果遇到投诉可能会导致商品被删除。

阿里巴巴已经取得华康字型的**45**款简体字体的全媒体广告授权,此授权包含阿里巴巴集团旗下平台商家可以使用这**45**款字体制作网页登载限于阿里巴巴旗下的网站。淘宝天猫商家可以根据自己的设计需求,随心所欲应用。但请注意,如需要在阿里巴巴集团旗下平台之外使用该字体,必须另行获取华康字体公司的正式授权。

全网可免费商用的字体,思源黑体, **Adobe**与**Google**推出的一款开源字体,有七种字体粗细,这套字体美观比较强,包含内地(**SC**)、港澳台(**TC**)两个版本,并针对常规、粗体两种字体推出了**HW**(等宽)版本,主要是英文字形上的差异,文字宽度一致。单从版权上来说,不仅可以商用,也可以修改。

The image shows the Chinese characters '思源黑体' (Siyuan Heiti) in a bold, black, sans-serif font. The characters are displayed within a light green grid that serves as a guide for their proportions and alignment. Each character is contained within its own square cell of the grid.

三、设计时注意遵守广告法

淘宝网根据新《广告法》及《价格法》、《商标法》、《反不正当竞争法》等法律法规的规定,结合淘宝网卖家实际经营情况,明确了淘宝天猫不能使用的违规禁词。

- 1、与“最”有关
- 2、与“一”有关
- 3、与“级极”有关
- 4、与“首家/国”有关
- 5、与品牌有关
- 6、与虚假有关
- 7、与权威有关
- 8、与欺许有关
- 9、与时间有关



学习任务三 图片的切片与管理

学习目标：

1. 能够熟练应用切片工具及技巧
2. 能够应用与维护淘宝素材中心

建议课时：

4 课时

情境描述：

现在网店商家都在追求为买家提供一个好的购物体验，买家主要是通过浏览宝贝详情页来了解产品，从而形成转化。而宝贝详情页的打开速度取决于服务器的响应速度和文件大小，抛开服务器响应速度，宝贝详情页占用的字节越小则打开速度越快。所以网店美工在设计完图片后都会进行切片操作，比如对推广海报、宝贝详情页、店招等做切片操作。

工作流程与活动：

1. 图片切片
2. 素材中心管理
3. 任务评测
4. 任务总结与评价

学习目标：

- 1.能够描述网店装修的意义
- 2.能够灵活运用网店装修的必备知识

建议课时：

2 课时

情景描述：

网店美工是店铺的装饰者，他们从视觉角度上快速地提高店铺形象，帮助树立网店品牌，吸引更多顾客进店浏览。Photoshop在网店的应用领域逐步扩张，应用形式也越来越广泛，并深入生活中的各个细节中。因此，在了解网店装修不仅要从Photoshop基础知识入手，还应该深入地挖掘网店的市場应用及发展，这样才能在同类网店中体现出自己店铺的特色。

2.切片技巧

进行网页切片时,为了保证切片的合理性、精准性,需要掌握一定的技巧。

借助参考线：从标尺上拖动鼠标，为图像创建切片的辅助线，在切片时可沿着该辅助线拖动鼠标创建切片。

切片位置：切片时不能将一个完整的图片区域断开，应尽量按完整图片切割，避免在网速过慢时图片被断开，不能完整地呈现。

切片储存的颜色：在储存切片时，需要保存为Web所用格式。由于Web格式是用来放在网页上用的网页安全色，而网页安全色是各种浏览器都可以无损失无偏差输出的色彩集合。

2.切片技巧

进行网页切片时,为了保证切片的合理性、精准性,需要掌握一定的技巧。

借助参考线：从标尺上拖动鼠标，为图像创建切片的辅助线，在切片时可沿着该辅助线拖动鼠标创建切片。

切片位置：切片时不能将一个完整的图片区域断开，应尽量按完整图片切割，避免在网速过慢时图片被断开，不能完整地呈现。

切片储存的颜色：在储存切片时，需要保存为Web所用格式。由于Web格式是用来放在网页上用的网页安全色，而网页安全色是各种浏览器都可以无损失无偏差输出的色彩集合。

二、标尺、辅助线的应用

在创建切片时,可通过标尺、辅助线来精准的测量或定位图像,使切片更精确,达到提高切片的工作效率。

标尺:执行“视图”|“标尺”命令,或按“Cm+R”组合键,即可在打开的图像文件左侧和顶部显示或隐藏标尺,通过标尺可查看图像的宽度与高度。



辅助线:参考线是浮动在图像上的直线,分为水平参考线和垂直参考线。主要用于给设计者提供参考位置,参考线不会被打印出来,是切片时常用的辅助工具。

将光标置于窗口顶部或左侧的标尺处,按住鼠标左键不放并向图像区域拖拽,可根据需求快速地创建参考线。创建参考线后,按“Ctrl+,”组合键即可隐藏或显示参考线。上端与左端为标尺,中间的绿色线条为辅助线,通过辅助线即可很明确地看出相关图像的显示区域。



学习目标：

- 1.能够描述网店色彩应用的基础概念
- 2.能够灵活地使用色彩模式
- 3.能够运用配色技巧进行网店装修设计

建议课时：

2 课时

情景描述：

色彩是淘宝网店装修中的重要构成元素之一，在无形之中能体现店铺广告的主题内涵。色彩应用在淘宝网店中具有很强的识别性，能够突出页面的视觉感，同时决定广告氛围的意向特征，影响主题内涵的传达。

一个网店拥有漂亮的颜色搭配，比其他任何设计要素都重要。因为色彩是主导消费者视觉的第一因素，它不但能给消费者留下深刻的印象，而且还可以产生极强烈的视觉效果，所以装修店铺时在色彩格调的使用上需要深思熟虑。但是，并不是每个人都能够通过天生的色感在脑海中勾勒出比较好的色彩搭配，而是需要通过孜孜不倦的学习和脚踏实地的训练，才能够提高后天的色感。

一、图片空间的优势

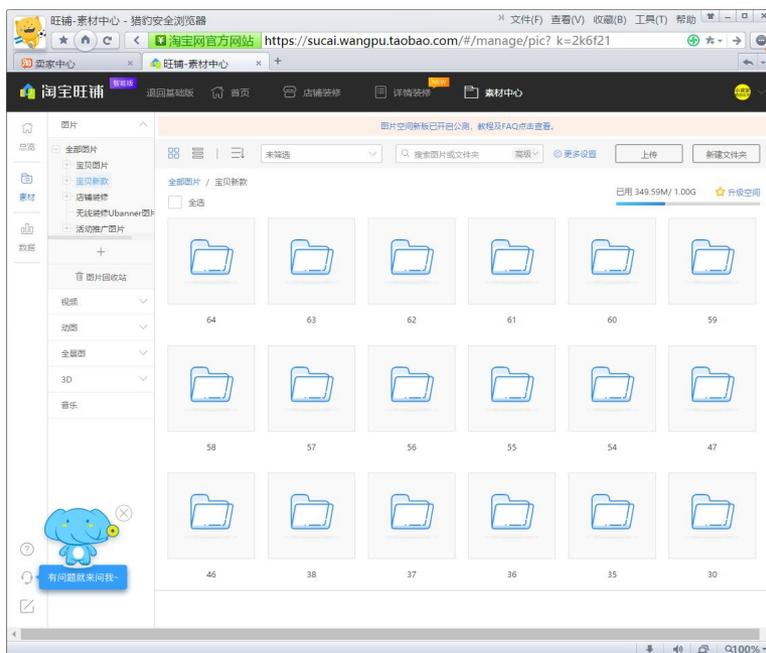
图片空间对于淘宝卖家而言是不可或缺的一部分,因此使用稳定、安全的图片空间尤为重要。淘宝图片空间不断完善的功能,能让网店装修、经营更加得心应手。淘宝官方提供的图片空间具有以下3个优势:

- 1.淘宝图片空间属于淘宝官方产品,在图片安全、稳定等方面较为有保障。
- 2.淘宝图片空间功能较为全面,包括替换、引用、搜索、筛选和批量处理等。
- 3.页面打开速度快,能提高浏览页面的客户体验度,提高浏览量。

二、如何进入图片空间

进入淘宝图片空间的方法有如下两种:

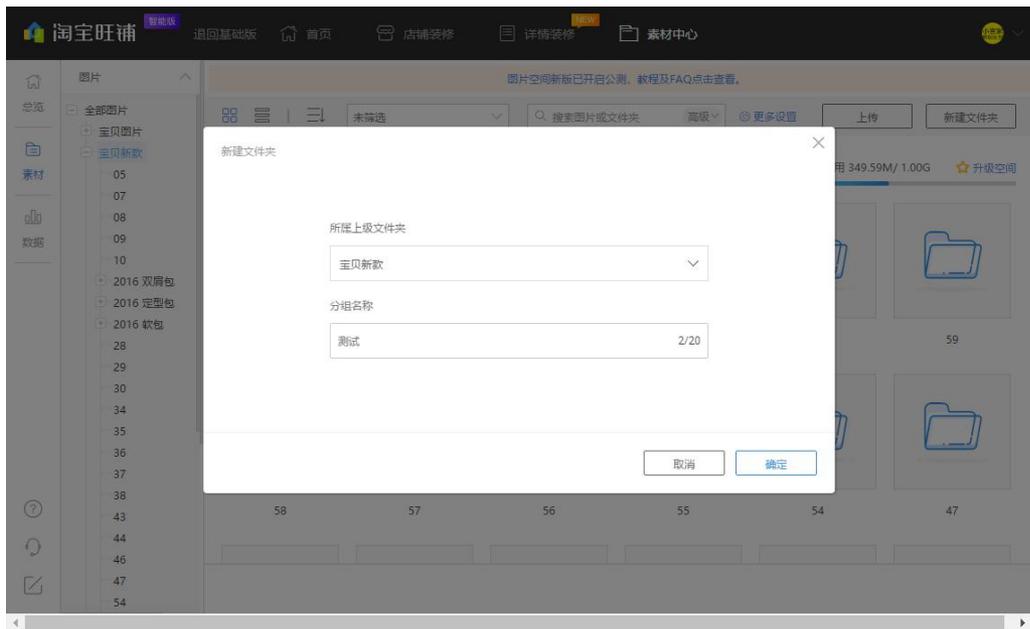
- 1.在浏览器的地址栏中输入网址“<https://tu.taobao.com/>”,登录淘宝账号即可进入淘宝“素材中心”页面。
- 2.登录淘宝网账号,进入“卖家中心”页面,单击“店铺管理”栏中的“图片空间”选项,即可打开“素材中心”页面。



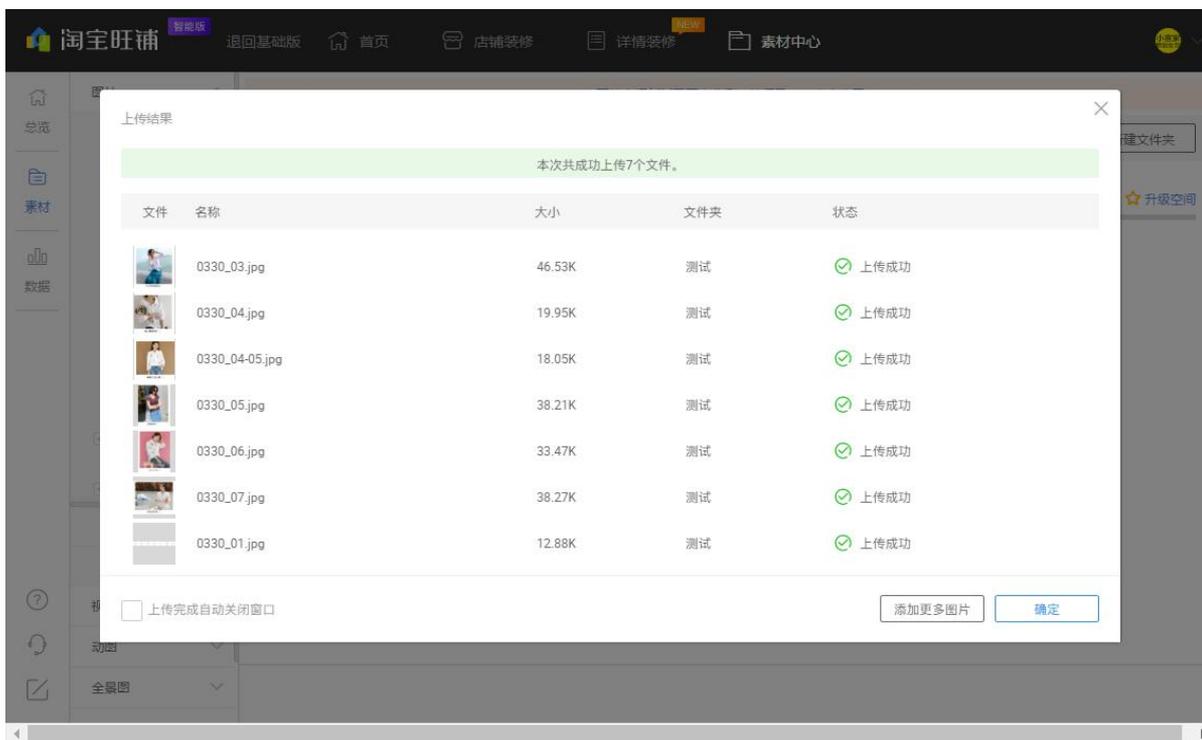
三、图片空间管理

1. 图片文件夹的新建

单击左侧“图片”选项下的十按钮,弹出“新建文件夹”对话框,在“所属上级文件夹”选项中选择上级文件夹,“分组名称”文本框中输入分组名称,单击“确定”按钮即可完成。使用相同的方法,可以新建所需的子文件夹。



2. 图片上传



淘宝旺铺 智能版 [退回基础版](#) [首页](#) [店铺装修](#) [详情装修](#) NEW [素材中心](#) 小密神

图片空间新版已开启公测，教程及FAQ点击查看。

未筛选 高级 [更多设置](#) [上传](#) [新建文件夹](#)

全部图片 / 宝贝新款 / 测试

已选中1个文件 [编辑](#) [复制](#) [删除](#) [替换](#) [更多](#)

已用 349.59M/ 1.00G [升级空间](#)

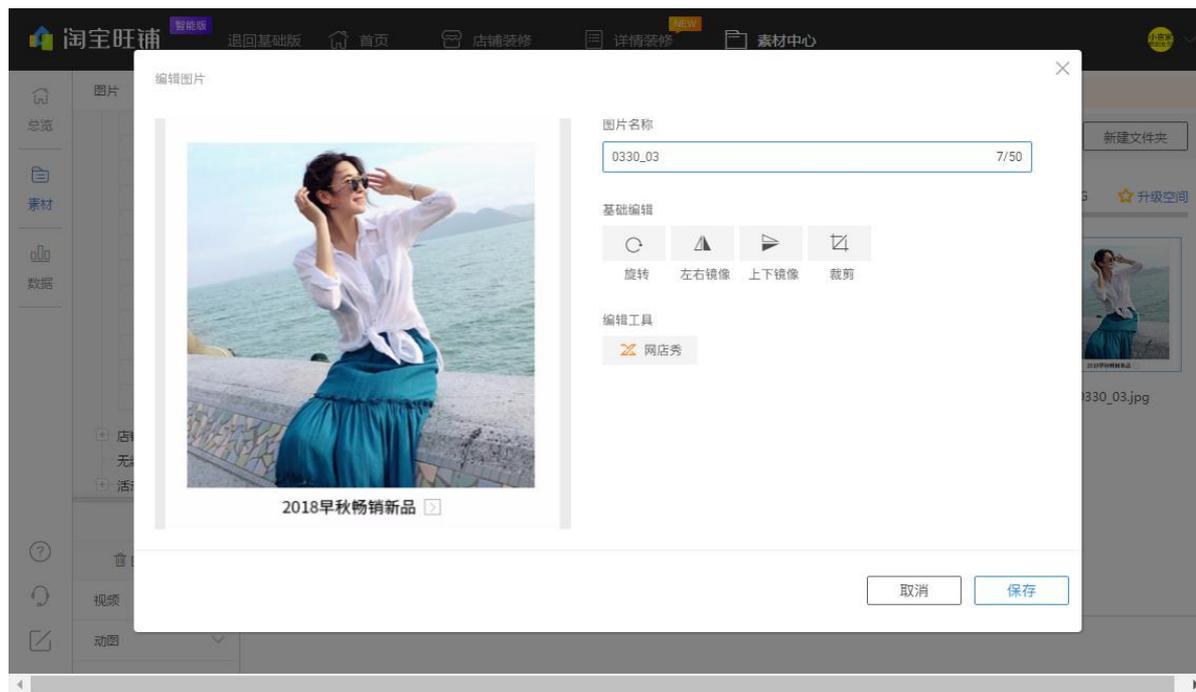
0330_01.jpg	0330_07.jpg	0330_05.jpg	0330_06.jpg	0330_04-05.jpg	0330_03.jpg

0330_04.jpg

左侧菜单：
- 图片 (47-64, 测试)
- 店铺装修
- 无线装修Ubanner图
- 活动推广图片
- 图片回收站
- 视频
- 动图

3. 图片操作

单击选择图片后，可对图片进行“编辑”、“复制”、“删除”、“替换”、“移动”、“适配手机”等操作。



淘宝旺铺 智能版 [退回基础版](#) [首页](#) [店铺装修](#) [详情装修](#) NEW [素材中心](#) 小助手

图片空间新版已开启公测，教程及FAQ点击查看。

未筛选 [高级](#) [更多设置](#) [上传](#) [新建文件夹](#)

全部图片 / 宝贝新款 / 测试

已选中2个文件 [复制](#) [删除](#) [移动到](#) [适配手机](#) 已用 349.59M / 1.00G [升级空间](#)

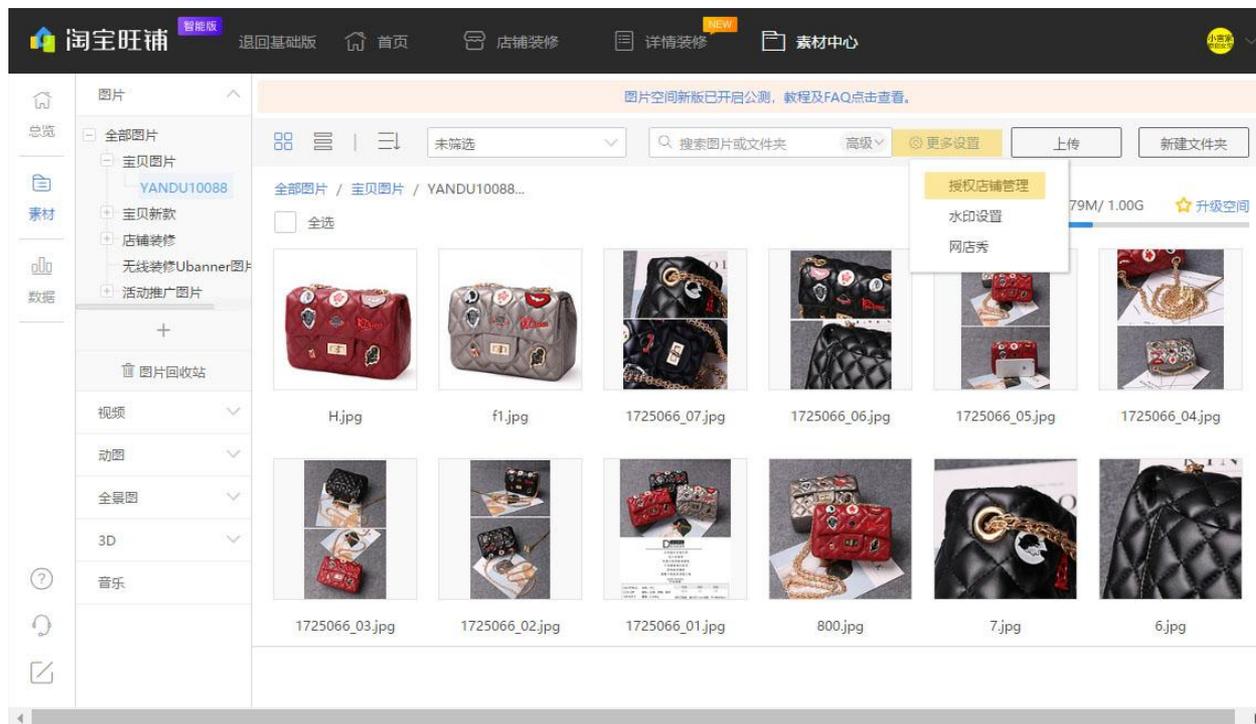
					
0330_01.jpg	0330_07.jpg	0330_05.jpg	0330_06.jpg	0330_04-05.jpg	0330_03.jpg



0330_04.jpg

四、图片授权

图片上传到淘宝素材中心后，图片只允许卖家自己使用。当卖家有多家分销商时需进行销售同类商品，就需要重新上传图片。那么卖家即可通过图片授权功能将图片授权给其他店铺使用。





学习任务五 店铺视觉推广图设计

学习目标：

1. 能够描述推广图的设计原理
2. 能够运用制作技巧，设计直通车、钻石展位等推广图

建议课时：

14 课时

情境描述：

众所周知，广告是商品生产者、经营者及买家之间沟通信息的重要手段，是企业占领市场、推广商品、提供服务的重要形式。当买家在浏览商品及淘宝、天猫店铺时，视觉所能接收到的信息只有三种：色彩、文字和图形，其中图形的吸引力最为突出。

淘宝、天猫常用推广方式有：直通车、钻石展位、淘宝客及平台活动等。当卖家做推广时，优秀的设计图可以最大化的提高点击率与推广效果。

工作流程与活动：

1. 网店推广图概述
2. 直通车推广图
3. 钻石展位推广图
4. 任务评测
5. 任务总结与评价

学习目标：

- 1.能够描述网店装修的意义
- 2.能够灵活运用网店装修的必备知识

建议课时：

2 课时

情景描述：

网店美工是店铺的装饰者，他们从视觉角度上快速地提高店铺形象，帮助树立网店品牌，吸引更多顾客进店浏览。Photoshop在网店的应用领域逐步扩张，应用形式也越来越广泛，并深入生活中的各个细节中。因此，在了解网店装修不仅要从Photoshop基础知识入手，还应该深入地挖掘网店的市場应用及发展，这样才能在同类网店中体现出自己店铺的特色。

学习目标：

- 1.能够描述网店色彩应用的基础概念
- 2.能够灵活地使用色彩模式
- 3.能够运用配色技巧进行网店装修设计

建议课时：

2 课时

情景描述：

色彩是淘宝网店装修中的重要构成元素之一，在无形之中能体现店铺广告的主题内涵。色彩应用在淘宝网店中具有很强的识别性，能够突出页面的视觉感，同时决定广告氛围的意向特征，影响主题内涵的传达。

一个网店拥有漂亮的颜色搭配，比其他任何设计要素都重要。因为色彩是主导消费者视觉的第一因素，它不但能给消费者留下深刻的印象，而且还可以产生极强烈的视觉效果，所以装修店铺时在色彩格调的使用上需要深思熟虑。但是，并不是每个人都能够通过天生的色感在脑海中勾勒出比较好的色彩搭配，而是需要通过孜孜不倦的学习和脚踏实地的训练，才能够提高后天的色感。

学习目标：

- 1.能够描述网店装修的意义
- 2.能够灵活运用网店装修的必备知识

建议课时：

2 课时

情景描述：

网店美工是店铺的装饰者，他们从视觉角度上快速地提高店铺形象，帮助树立网店品牌，吸引更多顾客进店浏览。Photoshop在网店的应用领域逐步扩张，应用形式也越来越广泛，并深入生活中的各个细节中。因此，在了解网店装修不仅要从Photoshop基础知识入手，还应该深入地挖掘网店的市場应用及发展，这样才能在同类网店中体现出自己店铺的特色。