提示 店铺商标这个区域，大家可根据实际工作需求将自家淘宝店铺商标放上来。

第 7 步：设置前景色为白色，选择工具箱中的“圆角矩形”工具，绘制一个半径为 10 像素的矩形，并设置为水平居中对齐，如图 7-68 所示。

第 8 步：设置前景色为 # e72e34，选择工具箱中的“横排文字”工具，在工具选项栏中设置相关参数，并输入相关文字，如图 7-69 所示。

图7-68　绘制圆角矩形

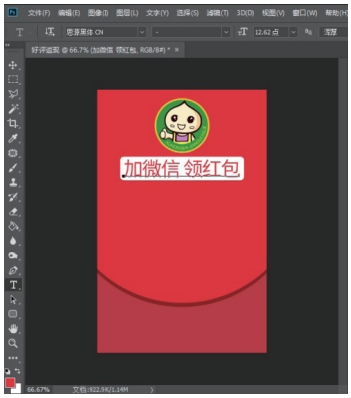

图7-69　输入文字

提示 文字颜色除了在工具选栏中设置外，还可以直接设置前景色，文字工具默认以前景色为当前文字颜色。

第 9 步：设置前景色为白色，选择工具箱中的“横排文字”工具，在工具选项栏中设置相关参数，并输入相关文字，如图 7-70 所示。

第 10 步：按住鼠标左键，向右拖曳即可单独选择“5 元”两个字，在工具箱中单击“前 / 背景色”色块，在弹出的“拾色器（前景色）”对话框中选择黄色，并单击“确定”按钮，即可将该两字设置为黄色，如图 7-71 所示。

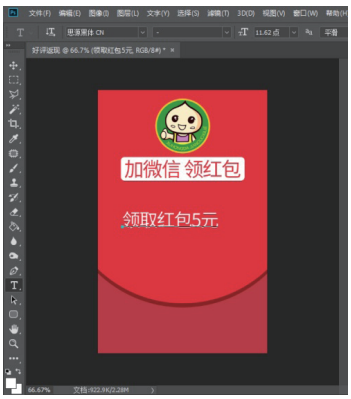

图7-70　输入文字

图7-71　设置文字颜色

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文1.indd 175　2021/11/4 8:57:51

第 11 步：使用鼠标分别单独选择“5”字和“元”字，在工具选栏中分别设置其字号大小为 30 点和 18 点，如图 7-72 所示。

第 12 步：设置前景色为白色，继续选择工具箱中的“横排文字”工具T，在工具选项栏中设置相关参数，并输入相关文字，如图 7-73 所示。

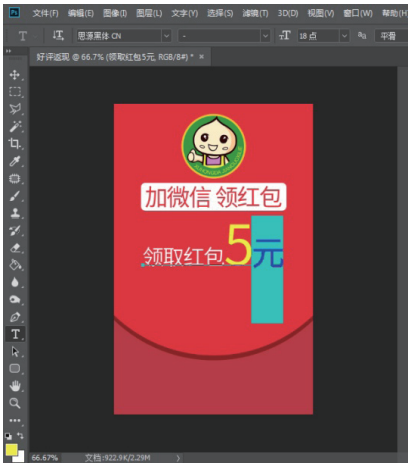

图7-72　设置文字颜色和字号

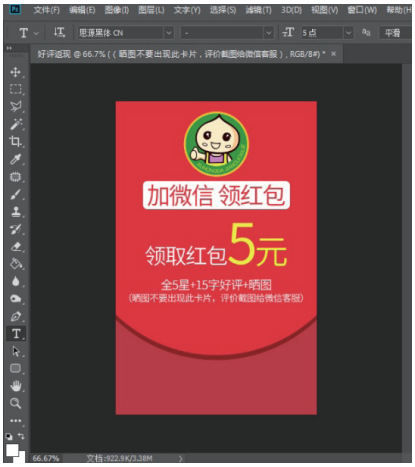

图7-73　输入文字

第 13 步：打开素材包 \ 素材文件 \ 第 7 章 \7.3\“二维码”和“五星”图像文档，将商品图像拖曳导入到文档窗口中，并设置为水平居中对齐，最终效果如图 7-74 所示。

图7-74　最终效果

提示 此处为了方便制作图片，特地将二维码处理成空白图片，大家可根据实际工作需求将自家淘宝店铺二维码放上来。

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文1.indd 176　2021/11/4 8:57:52

高手秘笈

技巧 1：制作渐变描边文字效果

在 Photoshop 中，除了对文字进行创意设计外，还可以为文字添加一些特殊的效果，如描边、制作渐变效果、外发光、投影等。

下面将介绍如何为文字添加渐变和描边效果，具体操作步骤如下：

第 1 步：打开素材包\素材文件\第 7 章\高手秘笈\“扫地机器人”图像文档，选择工具箱中的“横排文字”工具T，在工具选项栏中设置相关参数，并设置前景色为白色，如图 7-75 所示。

第 2 步：在文档窗口适当位置输入相关文字，单击工具箱中的“移动”工具退出文字编辑模式，如图 7-76 所示。

图7-75　设置文字颜色和字号

图7-76　输入文字

第 3 步：单击“图层”面板中的“添加图层样式”按钮fx，在弹出的下拉列表中选择“描边”选项，如图 7-77 所示。

第 4 步：在弹出的“图层样式”对话框中，设置相关参数，并设置颜色为 #5c060a，如图 7-78 所示。

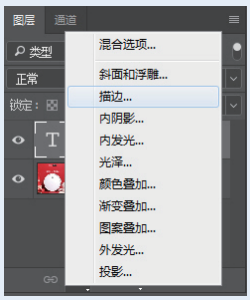

图7-77　添加图层样式

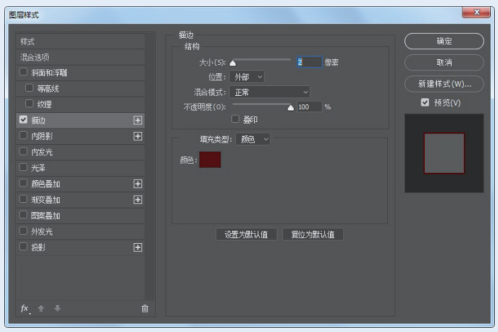

图7-78　设置描边相关参数

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文1.indd 177　2021/11/4 8:57:52

第 5 步：单击左侧的“渐变叠加”选项，在右侧设置相关参数，并设置渐变颜色为 #ffe691 和白色，如图 7-79 所示。

第 6 步：单击“确定”按钮，最终文字效果如图 7-80 所示。

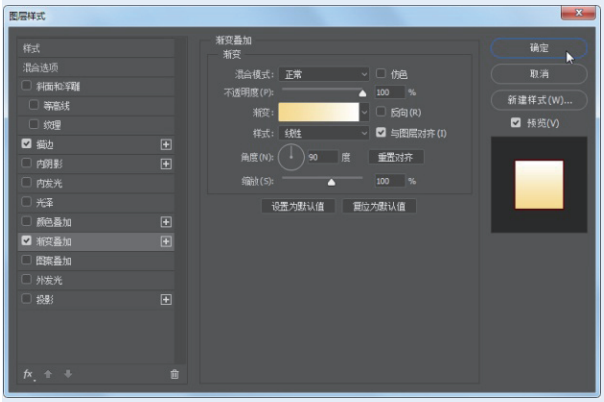

图7-79　设置渐变叠加效果

图7-80　最终效果

技巧 2：点文字与段落文本的快速转换

使用文字工具在图像文档中单击后输入的文本，称为点文本。在输入点文本时，文字不会自动换行，如需要换行，按 Enter 键即可。点文本一般用于输入少量的文本，例如图片标题等。使用文字工具在图像文档中拖曳鼠标绘制文本框，在文本框中输入的是段落文本，具有自动换行的功能，在商品详情中使用频率较高。

根据实际工作需求，可以快速地在点文字与段落文字之前转换，具体操作步骤如下：

第 1 步：打开素材包\素材文件\第 7 章\高手秘笈\“面霜”图像文档，选择“图层”面板中文字图层，如图 7-81 所示。

第 2 步：在文字图层单击鼠标右键，在弹出的快捷菜单中选择“转换为段落文本”选项，如图 7-82 所示。

图7-81　选择文字图层

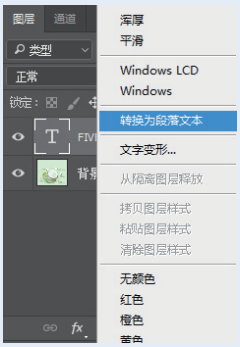

图7-82　选择快捷选项

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文1.indd 178　2021/11/4 8:57:53

第 3 步：选择工具箱中的“横排文字”工具T，单击文本进入文字编辑状态，此时文本已转换成段落文本，如图 7-83 所示。

第 4 步：选择“图层”面板中文字图层，单击鼠标右键，在弹出的快捷菜单中选择“转换为点文本”选项，如图 7-84 所示。

图7-83　段落文本效果

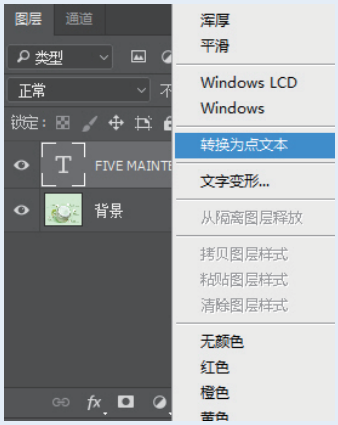

图7-84　选择快捷选项

第 5 步：单击图像文档中的文本进入文字编辑状态，此时文本已转换成点文本，如图 7-85 所示。

图7-85　点文本效果

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文1.indd 179　2021/11/4 8:57:53

第8章

网店首页设计

本章导读

网店的首页设计是店铺装修设计最重要的环节，本章通过对首页布局及首页基本元素设计与制作的方法、思路进行详细讲解，让读者快速掌握首页设计与装修的常用方法与技巧。希望读者能学以致用，得心应手地进行网店首页设计。

知识要点

- 首页的基本组成模块
- 首页的布局
- 制作静态店标
- 制作店招
- 制作导航条
- 制作优惠券

8.1 认识网店首页

首页是顾客进店后能快速寻找到商品的主要源头，在进行首页设计时要根据商品的特征，有条不紊地展示商品，给顾客舒适的购物体验。

8.1.1 首页的作用

店铺的首页相当于一个实体店的门面，是店内流量分配的中转站和分配中心。在首页中买家能看到店铺的商品、优惠活动、风格，其影响不亚于一个商品的详情描述，店铺首页装修的好坏直接影响客户的购物体验和店铺的转化率。

8.1.2 首页的主要模块组成

首页分为店铺页头、活动促销、店铺商品、店铺页尾几个区域，下面分别介绍各区域的模块组成。

1. 店铺页头（页头区）

店铺页头包含店招和导航条，位于店铺的最顶端，如图 8-1 所示。

图8-1　店铺页头

- 店招：店招即店铺的招牌，淘宝店招位于店铺最上方的长条形的区域，用来展示店铺的名称、标志、宣传语、店铺收藏图标、优惠券等，也可以在店招上展示主推商品。
- 导航条：导航条的主要功能是快速链接到店铺相应的指定页面。导航条的内容一般有首页和分类，有的还有会员须知、品牌故事等，具体需要根据自己店铺的内容而定。

2. 活动促销（内容区）

活动促销区包括全屏海报、轮播海报、优惠券等内容，主要用于呈现店铺促销内容，位于店铺醒目的位置。

- 全屏海报：全屏海报主要用于店铺重大公告、折扣优惠、主打商品推荐等，让客户一进入首页就能看到店铺的重点。因为全屏海报能带来强大的视觉冲击力，所以在店铺装修中使用的频率是最高的，如图 8-2 所示。

图8-2　全屏海报

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文2.indd 181　2021/11/4 8:58:52

- 轮播海报：轮播海报主要用于推广商品的促销内容，可以做成促销海报吸引买家。轮播海报用于展示店铺主打商品，一张好的轮播海报可以将买家吸引到商品详情页。
- 优惠券：优惠券主要用来提高交易成功率，促成购买。优惠券是将实体店面的打折方式带入网店，以营销消息的形式提高商品交易成功率，如图 8-3 所示。

图8-3　优惠券

3. 店铺商品（内容区）

店铺商品区包括主推商品与商品分类，它是店铺商品的展示区域。

- 主推商品：设置主推商品前先要了解自己的商品，选择其中优势比较明显的作为主推商品，这样的商品一般具有高性价比的特点。将资源集中在主推商品上面，展示在显著位置，如图 8-4 所示。

图8-4　主推商品

- 商品分类：设计商品分类模块，一是为了方便店铺管理，二是为了方便客户选购商品，如图 8-5 所示。商品可以按价格、功能、属性等进行分类。对于商品数量较多的店铺，合理的分类非常重要，直接影响到顾客能否快速地找到满意的商品。

图8-5　商品分类

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文2.indd 182　2021/11/4 8:58:52

4. 店铺页尾（页尾区）

店铺的页尾和页首一样重要，一个好的开头一定要有一个好的结尾相呼应。店铺页尾模板必须符合网店的风格以及主题，内容可以展示消保、售后服务、7 天无理由退换货、购物流程、联系方式等，如图 8-6 所示。

图8-6　店铺页尾

- 客服中心：客服中心可以设置在页面上方或左右两边，也可以设置在页尾。大部分店铺装修针对客服模块都是简单化处理，没有重视其对点击率带来的影响，好的客服模块设计或许就是顾客询单的理由。
- 发货须知：添加发货须知可以增加买家对店铺的信任，统一的发货时间可以让店家免去回复过多的咨询，节省时间。
- 关于我们：可以介绍网店的特色、文化、内容等，还可以介绍网店加入了哪些保障服务。

8.2 首页布局

网店的首页设计与装修是店铺装修设计最重要的环节，进行首页设计的第一步就是对首页进行布局，对首页的各模块进行规划。

8.2.1 首页布局的几种常见形式

淘宝店铺首页布局因不同的营销方向有不同的布局形式，常见的首页布局有分流型、聚流型和品牌推广型三种类型。

- 分流型。分流型的淘宝店铺首页装修布局是最常见的布局形式，分流型是在首页陈列大量商品，其目的是为了展示更多的商品，增加曝光率和点击率。
- 聚流型。聚流型是在首页集中展示主推商品，用大图吸引买家点击，主要用于商品数量较少的网店，多适用于标品。

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文2.indd 183　2021/11/4 8:58:52

- 品牌推广型。品牌推广型页面多用于天猫或品牌店铺，适用于有大量忠实客户的网店，其作用主要是加深品牌化运营。

8.2.2 根据营销目的规划布局

淘宝店铺设计首页布局时要从营销的角度进行规划，以满足客户需求为第一要务，让客户一看就知道店铺卖什么商品，商品的品质如何。在进行首页布局规划时需要重点把握以下几个要点。

1. 店铺招牌

（1）明确告诉顾客本店铺是卖什么商品的；

（2）向顾客展示进入店铺的理由；

（3）合理设置主页分类导航，方便顾客进入店铺浏览。

2. 店铺首屏

店铺首屏是指店铺首页的第一屏，其展示的内容是至关重要的，可以展示顾客最感兴趣的内容，顾客能得到什么利益，比如：顾客能得到哪些优惠、顾客能得到哪些优质的服务等。

3. 商品大图

商品大图主要用来吸引顾客的眼球，向顾客展示商品的特色和品质，从而打动顾客。

4. 分类商品

将店铺的商品进行合理、规范地分类，不仅可以让顾客一目了然地了解店铺有哪些商品，还方便顾客快速找到自己想要的商品，提高购物体验。

5. 其他内容规划

除了以上规划内容外，首页还有常见的模块内容，比如，新品上市、人气商品、分享有礼、关联商品以及商品排行榜等。

8.2.3 根据规划设计并绘制草图

规划好店铺的布局后，美工就可以根据规划对店铺进行设计，并绘制草图。美工在设计首页布局时应从以下三个方面着手。

1. 确定风格

通过交流，熟悉客户要展示的内容和效果，提炼出网店的关键词以确定风格，比如：高端、简洁、复古、小清新等。

2. 收集参考案例

模仿是最好的老师，在设计布局时，多参考同行优秀网店的布局与设计，收集一些优秀网店的资料进行研究并参考。从颜色、排版、营销广告等不同的角度去收集合适的参考案例，以供客户参考，了解客户的喜好，确定设计方向。

3. 创意设计

结合客户的实际需求进行一些创新，添加一些自己的设想，设计出与商品所需风格相符

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文2.indd 184 2021/11/4 8:58:53

且与众不同的网店。

完成上面一系列工作之后，便可以进行素材收集，初步确定首页各模块的位置，绘制出一个大致的设计框架草图。

淘宝店铺有基础版、专业版和智能版，基础版装修店铺会受到很多限制。如图 8-7 所示的首页布局图是以专业版为基础设计的，由店招、导航条、海报、商品分类、客服旺旺、商品展示、店铺页尾、店铺背景等几部分组成。

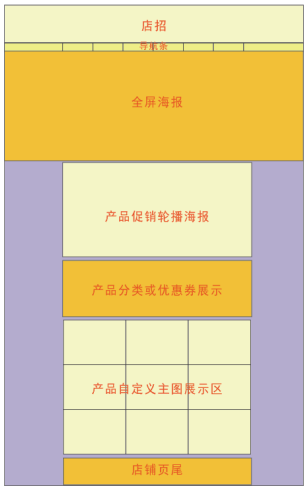

图8-7　布局草图

8.2.4　细化处理并完善首页布局

设计好草图后便可对每个模块进行装修设计，设计时要注意店铺整体风格的统一，对每个模块的图片、文字要合理地安放，如图 8-8 所示。

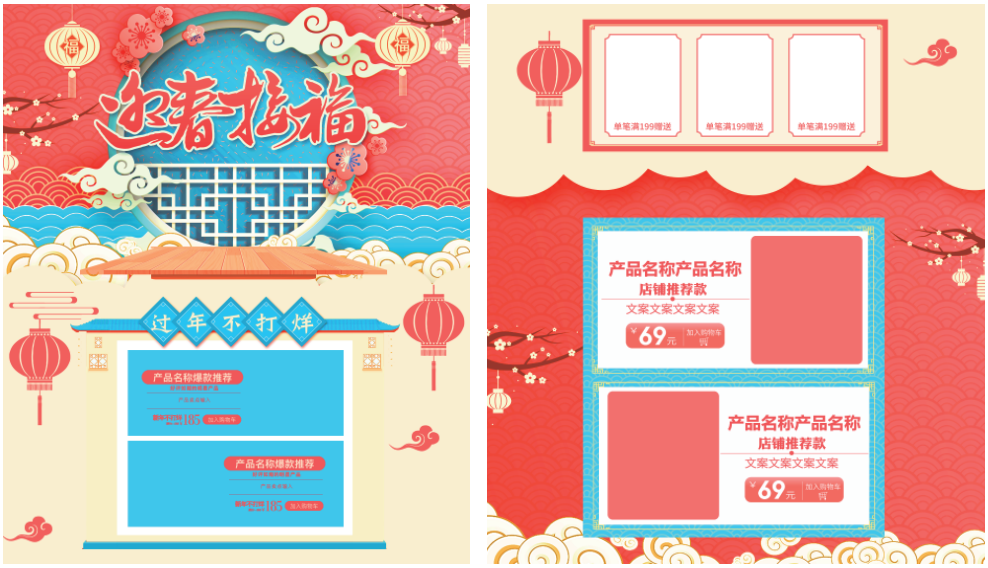

图8-8　完善首页布局

下面介绍首页各模块设计时的一些注意事项：

- 页头：在店招处可以放一些活动内容、店铺收藏链接等。因为店招在任何单页、描述页都可以看到，就像一本书的封面一样，所以一定要充分利用。
- 首焦：首焦位于店铺首页显著的位置，设计时可将主推商品、优惠活动等内容置于此处，就像一本书的内容提要。
- 导航：导航就像一本书的目录，商品较多的店铺最好加上类目导航，商品有分类才可以提供便捷的用户体验。
- 主推商品：主推商品就像一本书的主打内容，用于展示店铺中主要的商品，设计时应

设计无忧——电商美工Photoshop实战技术 三校 正文2.indd 185　2021/11/4 8:58:53