

第5章

网店的其他装修

5.1 为商品添加水印

一般可以将店铺的 logo 或店铺的网址作为水印,添加水印主要起到防止图片被盗和宣传店铺的作用,添加水印注意不要让水印显示很大,水印的不透明度可以降低,不影响到商品的视觉效果即可。

下面通过文字工具创建文字来制作水印。

1. 文字水印

(1) 使用 Photoshop 软件打开素材图片,如图 5.1 所示。

(2) 单击“文字”工具,选择“横排文字工具”,设置文本的颜色为橘黄色,输入 logo 文本,随后调整图层的不透明度至 30%。如图 5.2 所示为调整图层的不透明度。

(3) 全部设置完成后,保存文件,完成文字水印的添加。

2. 图片水印

可以使用 logo 作为图片水印,下面来制作图片水印。

(1) 打开素材图片。

(2) 打开水印素材图片,logo 水印背景要透明。如图 5.3 所示为透明的 logo 水印。

我们需要水印 logo 图片是透明的,这样更容易给素材添加水印。注意在制作水印图片的时候,将水印 logo 保存为 PNG 格式。

(3) 将水印 logo 拖曳到素材图片上,通过“自由变换”命令或者快捷键 Ctrl+T 缩



图 5.1 打开素材



图 5.2 调整图层的不透明度

放水印大小,并将 logo 调整到合适的位置,调节图层透明度。

(4) 完成水印制作,存储文件。

3. 批处理

批处理可以批量地给照片调色,批量地加画框或者批量地添加水印。这里可以制

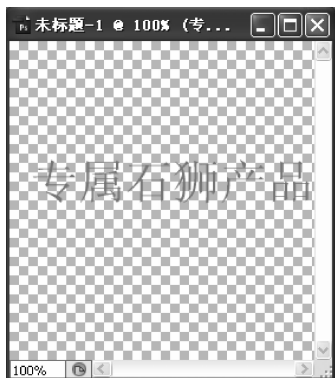


图 5.3 logo 水印

作动作,针对批量图片处理的话,运用动作即可。

- (1) 打开素材图片。
- (2) 打开“动作”面板,单击“创建新组”图标,弹出新建组,输入名称。
- (3) 单击“确定”按钮,单击“创建新动作”按钮,单击“记录”按钮,开始记录操作步骤。
- (4) 新建曲线调整图层,预设选择“增加对比度”。如图 5.4 所示为调整曲线。

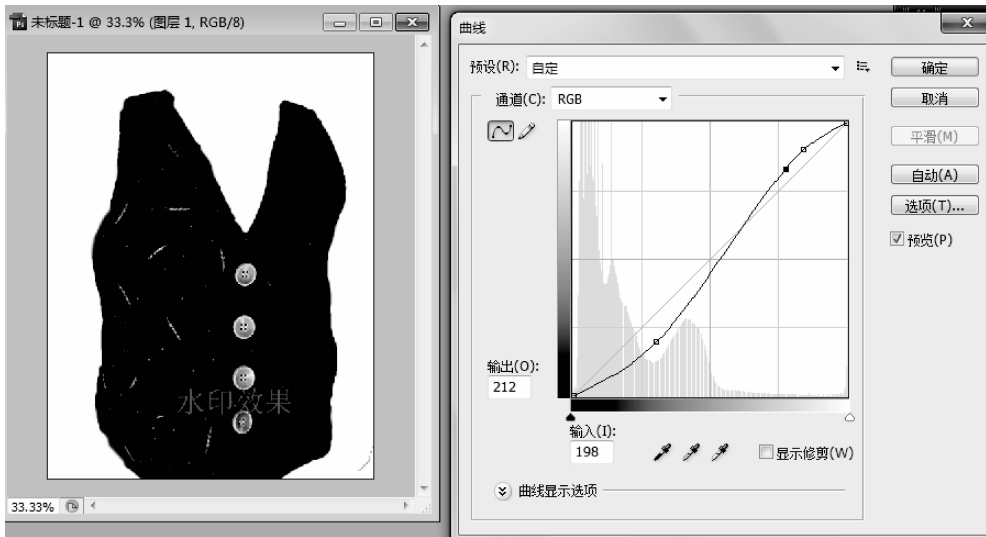


图 5.4 调整曲线

- (5) 选择“文字工具”输入文字水印效果,不透明度设置为 50%。
- (6) 单击“文件”→“存储为”命令,将文件存储到新建的文件夹内,文件格式为 JPG 格式。

- (7) 关闭制作的文件,我们来看“动作”面板。
- (8) 我们制作的动作将被记录下来,单击“停止动作”按钮,完成动作的制作。
- (9) 打开其他素材图片,单击“播放选定的动作”执行动作,动作执行后自动关闭文件。
- (10) 打开执行动作后的图片,查看效果,所有的图片上都添加了对比度和水印效果。

4. 淘宝产品图片加水印注意事项

宝贝图片加水印是用来防止别人盗取自家店铺宝贝图片以及起到一定的宣传作用的一种手段。宝贝图片加水印是需要一定技巧的,做得好还能提高商品图片的美观,也能显示店铺的档次。不过水印的运用是有学问的,它的功能除了防盗之外,作为一个视觉元素,美观和适合也很重要。所以下面分享几点宝贝图片加水印注意事项。

(1) 如果淘宝店铺已经有标志,那么最好就利用店铺标志来做水印。一来可以抓住每一个让人记住店铺的机会,二来可以体现出店铺系统化、规范化的感觉。

(2) 水印的设计应该符合店铺气质。这一点很好理解,如果店铺卖的是少女装,就用可爱的水印;如果卖的是男装,就用阳刚一点儿的水印。需要注意的是,如果卖的宝贝很多样,那么就应该选择尽量简洁的,看起来没有性别倾向、行业倾向的水印,这样水印放在任何一张宝贝图片上就不会显得不协调。

(3) 不管卖的是什么产品,水印都应该尽量简洁。简洁,不仅是设计界的趋势,而且在宝贝图片中,水印毕竟是水印,不是商品,不能喧宾夺主。所以纯文字排列的、几何形的、线条干练的水印是最佳选择。

(4) 水印里的店铺名称与店铺网址应该清晰易识别。虽然不知道是否有人会照着水印上的店名和网址去搜索,但是应该为这样的可能性提供机会,让任何人在任何情况下都能通过水印提供的信息找到店铺地址,更何况,那是自己的店名和店址,当然一定必须要看得清。

(5) 水印的大小和位置应该大致相同。作为一个有条理的店铺,当然不能让水印像个游魂一样一会儿出现在这儿、一会儿出现在那儿,显得杂乱且随便,最好固定一个大致位置,大小以图片宽度的 $1/3$ 为最佳。

(6) 水印的颜色以黑白灰为最佳。这与第三条追求简洁是一个目的,还因为每张宝贝图片颜色都不一样,所以为了保证水印放在每张图上都协调,就不宜有色彩。比如一个红色水印它适合红色宝贝,但如果是一个绿色宝贝,可能就会不恰当了。

5.2 为商品制作边框模板

在图像中添加边框使图像有凝聚感,视觉更集中,表达主题更直接。通过 Photoshop 软件可以制作有多种样式的边框效果。例如,使用“图层样式”中的“描边”选项,或者通过创建选区来添加边框,再或者利用边框素材进行修饰。其具体操作如下所示。

1. “描边”样式添加边框

使用“描边”图层样式可以为商品照片添加上相等宽度的边框效果,具体效果如图 5.5 所示。



图 5.5 添加边框效果图 1

2. 创建选区制作边框效果

使用边框工具或者选区工具创建选区,为选区填充上适当的颜色,也可以为商品照片添加边框效果。如图 5.6 所示为使用选区添加边框的效果图,在其中可以看到这种方式添加边框的样式相比较“描边”选项来说显得更加丰富,更具变化性。

3. 使用素材制作边框

使用素材制作边框是添加边框效果中最为常用的一种方法,也是最实用的一种方



图 5.6 添加边框效果图 2

法,根据素材的变化,可以实现多种边框效果。如图 5.7 所示为添加花卉素材后制作的边框效果图。



图 5.7 添加边框效果图 3

值得注意的是,这种添加素材而制作的边框效果,在很多时候需要进行抠图处理,编辑过程较其他方法显得更为烦琐。

4. “描边路径”绘制边框

在此介绍另外一种方法:使用“描边路径”可以画出任何想画的边框。使用矩形工具(圆形、圆角矩形、多边形都在这里)画出来的就是路径,而不是实心的填充色。然后单击鼠标右键,选择“描边”命令,输入描边宽度,确认颜色、位置为内部,即可完成描边。也可以在单击鼠标右键后,选择“填充”命令,直接在选区中填充所需的颜色。

5.3 为网店添加计数器

网店计数器又叫流量统计器,它是一个可以记录访客来源地址(包括 IP、转入地址、搜索引擎地址、关键词、IE 浏览器型号等),被访问页面地址(受访页面、停留时间、转出地址等)的数字递增的源代码程序。

源代码放置在网页中,每次有用户浏览到这个网页时就会触发这个源代码程序工作,然后全程记录所有信息,并以数字递增的方式把结果统计出来传到服务器,再到程序的服务器后台进行具体分析并实时保存,这就是网店计数器的原理。

1. 概念与区别

1) 什么是 IP、PV、UV

IP(独立 IP): 即 Internet Protocol,指独立 IP 数。00:00~24:00 内相同 IP 地址只被计算一次。

PV(访问量): 即 Page View,即页面浏览量或点击量,用户每次刷新即被计算一次。

UV(独立访客): 即 Unique Visitor,访问店铺的一台 PC 客户端为一个访客。00:00~24:00 内相同的客户端只被计算一次。

2) IP、PV、UV 的区别

IP(独立 IP): 某 IP 地址的计算机访问网店的次数,具有真实性,所以是衡量网店人流量的重要指标。

PV(访问量): PV 反映的是浏览网店的页面数,所以每刷新一次也算一次。就是说 PV 与来访者的数量成正比,但 PV 并不是页面的来访者数量,而是网店被访问的页面数量。

UV(独立访客): 可以理解成访问网店的计算机的数量。网站判断来访计算机的身份是通过来访计算机的 Cookies 实现的。如果更换了 IP 后但不清除 Cookies,再访问相同网店,该网店的统计中 UV 数是不变的。

2. 指标

被访页面: 顾名思义,就是受访的页面,停留了多长时间,又转向到哪个页面

去了。

来源页面：你的这个 IP 是从哪里来的（如浏览器直接输入，有啊社区，百度引擎，友情链接店铺，百度空间还是站外广告等）。

小时统计：什么时间网店访问量最多，什么时间最少（可以根据这个调整商品上下架时间）。

天数统计：与时间统计相似，但分析方式不一样（这个月的哪一天访客人多，多的那一天卖了多少单，少的那一天有没有生意等）。

月数统计：与天数统计一样，统计数据越多分析就更具权威性。

关键词与搜索引擎：这个主要是来源页面其中的一项结果。（可以根据关键字看出网友是搜索什么关键字来的店铺，哪些关键词网友用的最多，这样就可以调整商品名称。或者分析这些关键字是从哪里来的，如百度引擎、雅虎中国，还是谷歌来的等，这样可以根据引擎来源做网店的优化。）

3. 为网店添加计数器

网店和实体店一样，有人流才有钱流，实体店的人流量可以精确统计，但网店流量就不是凭人力所能统计的了，需要一个流量统计器。一般在淘宝箱里面可以加一个流量计数的计数器。为了节约成本，最好是使用免费的，比较了量子统计、好店铺，在此使用 51la 对添加计数器做说明。

选择 51la 统计器的原由是其强烈的设计图标风格、强大的统计功能，对于适用淘宝店铺来说可查看 IP 来源、IP 数、PV 流量、受访页面、省份城市、操作系统等。

（1）在使用之前，需要先注册一下网店信息和站长信息。搜索打开 51la 的统计器官方网站 www.51.la，如图 5.8 所示。

（2）登录过后，找到菜单“添加统计 ID”打开后，详细写上要添加的网站信息。

（3）提交过后，51la 会自动创建统计 ID，稍等几秒钟。统计 ID 创建成功后，直接打开“获取统计代码”，找到“特殊用途代码”，复制其中的蓝色底纹一段代码，这是淘宝店铺中需要的代码。

（4）复制过后，再打开淘宝店铺管理界面中编辑宝贝分类的页面，新建一个分类，命名为“51la 统计”并且添加分类图片，将刚刚复制的蓝色底纹代码粘贴到分类图片中。确定过后，再保存就可以了。

此外，51la 也可以用于独立网站的流量统计，方法很简单：直接将“统计计数代码”复制粘贴到网页的统计代码区就行了。



图 5.8 51la 的统计器官方网站

5.4 拓展知识：店铺装修的色彩提炼

淘宝店铺装修之色彩的提炼法则

甩手网 2016 年 8 月 31 日

(资料来源：<http://www.shuaishou.com/school/infos18942.html>)

只要开了淘宝店,想让店铺涌入更多的流量,淘宝店铺装修是必不可少的,可大部分人对这方面都不是很懂,更不会色彩的运用,因此,这里就主要来与各位分享在淘宝店铺装修过程中如何提炼出占领消费者心智的专属颜色。

提到梦露大家除了会想到她招牌性的动作,梦露丰满诱人的红唇应该也会浮现在你的脑海中。那么红唇就变成了记忆点,大家是不是一看到红唇就会想到梦露呢?这就是色彩的奥秘。

今天我想讲一讲线下的传统大牌和线上的互联网品牌之间的共性,这些品牌其实在色彩的应用上都有很强的思维逻辑,比如可乐红,喜力绿,当一个品牌占领了一种颜色,它在老远就能唤醒你的注意!

其实不只有一个品牌会使用红色作为品牌的主色调,但我们在线下购物时,看到红色会自然联想到可乐,这是因为可乐在使用红色的时候,同时向消费者传递着一个

理念,那就是“开启快乐”。

我们再来看看线上的淘品牌,大家可以看到阿芙精油的店铺色调与 logo 的色调是由绿色和黑色组成,我们可以把绿色理解成天然的,黑色又代表优雅。店铺中反复使用到这两个颜色,这是因为颜色只有反复强调才能深入人心!

接下来以案例的方式讲解一下色彩的提炼法则,让大家能够玩转色彩!

1. 从品牌 logo 提炼

比如图 5.9“黑豆先生”这个品牌,它的 logo 是一个带着圆帽子的豆子,logo 的色调以黑色和黄色为主,这两种颜色分别代表着黑豆和黄豆,那么店铺的主色调也全篇以这两个颜色为主,给消费者带来统一和谐的美感。



图 5.9 “黑豆先生”网站

2. 从产品色调提炼

第二种色彩提炼方式是从产品的色调提炼,图 5.10 是一个厨具品牌,它的产品色彩主要由红、黑、灰三种颜色组合而成,而且品牌的 logo 也使用红色。店铺中底色使用灰色,产品文字使用黑色,而最需要突出的文字部分则使用了红色,让消费者能够在不知不觉中记住这个品牌。



图 5.10 某厨具品牌网站

3. 从人群特点提炼

图 5.11 是一个家具类目的品牌,首先来分析它的 logo。它的品牌 logo 主要由桔色和黑色构成,在店铺的首页上可以在被子的地方看到桔色的出现,而在被子上则可以看到黑色。

这个品牌是针对儿童的,那么我们来分析一下儿童有什么特点,小孩子普遍不喜欢一个人睡觉,他们害怕黑暗,缺乏陪伴,缺乏有趣的东西,总是被大人束缚着,没有属于自己的小空间。

所以我们可以看到店铺首页上的点亮专属空间,代表着:

- (1) 点亮房间、空间的概念。
- (2) 小孩子来到世界,每天醒来感受到最智慧、最自然的光。
- (3) 是父母对于孩子的一种祝福和期盼。

4. 从竞争对手提炼

美的挂烫机最大的优势在于:将时尚和对生活的理解融于挂烫机的设计中,是一个有辨识度、有态度的时尚品牌,所以美的的品牌定位是:百变时尚、美的挂烫,如图 5.12 所示。



图 5.11 某家具类目品牌网站



图 5.12 美的网站