

<<赢得客户的商用配色与布局>>

图书基本信息

书名：<<赢得客户的商用配色与布局>>

13位ISBN编号：9787115225207

10位ISBN编号：7115225206

出版时间：2010-6

出版时间：人民邮电

作者：(韩)金正仁//朴慧真//Lime企划|译者:潘捷//武传海

页数：360

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<赢得客户的商用配色与布局>>

前言

饱含热情地向着成功不懈努力的网页设计者们致敬！

为了在激烈的竞争中生存下来，众多的企业开始对销售有着重要影响的网页设计越来越关注。即使没有掌握相关的复杂专业技术，但是只要能够正确理解图片配色，培养自我拼凑得体页面布局的总体感觉，相信无论是谁都可以设计出优秀出众的商品页面。

本书引导设计者了解最为基本的“配色与布局”，并在此基础上提供了诸多以基本实务为主的示例和理论，如此可以让更多的人更为容易地接触和掌握商品页面的设计。

就像对待销售的商品怀有喜爱和热烈期待一样，如果同时能够对页面设计也一样持有热情，倾注关心的话，那么我相信大家向成功又迈进了一大步。

最后，在此对到本书出版为止鼎力相助的Daum社区论坛的“Shopping mall”，“Auction”，“G Market Open Market图片代理”，“商用网页制作”等会员单位表示由衷的谢意，向提供图片资料的张镇宇理事和“Shopping Mall Bluefit”，“LAVU”，“Roseman”，“Reform House”等公司表示深深的谢意。

金正仁 本书着眼于阐述以页面配色和布局为工具，相对于其他公司做出更有竞争力的商品销售网页，并通过该商品网页的宣传，给顾客能够带来怎样的一种导购影响，并通过实际示例对此展开了说明。

对于打算在网上开店或者运营购物中心的新手，或者虽然正在运营购物商城，却为招揽顾客而忧心忡忡的经营人士，本书都不失为一本传授丰富实用技巧的导购设计书。

本书的最大优点在于为了便于读者直接应用，收录了各种各样的示例，在近期金融危机的大环境下，与其花高价购买导购网页，不如直接使用附录光盘里边的材料，并且还可以根据读者的趣向来选择可以使用的示例。

本书致力于详解页面配色和布局，希望读者通过本书的学习，能够更好地更高效地运营网上店铺或商城，从而能够招揽更多的顾客。

<<赢得客户的商用配色与布局>>

内容概要

如何让您的网上店铺在网络上脱颖而出，页面的布局和配色无疑起着重要的作用，本书对此进行了详尽的分析。

全书共7章，在前半部分详细地分析了色彩及版面这两项触动人心的网页基本构成元素；接着，以设计重点、营销重点导入至实例，调和出不同的版面设计与协调配色所给予观赏者不同感受。实例部分再细分女性和男性、食品、配件、儿童及家电产品等主题，让读者针对需求，设计能够表现出最理想的商品网页。

本书不仅包括了大量的实际商品宣传照片，而且对各种有效的配色方法进行了详细说明，让您充分了解如何能最大限度地发挥色彩与布局优势，适合所有层次的网页设计人员以及网上店铺经营者阅读参考。

<<赢得客户的商用配色与布局>>

书籍目录

- Chapter 01 熟悉商品页面颜色与布局的基础知识 Section 01 设计感觉的起点——颜色 01
颜色意味着什么？
- 02 出色的配色设计 03 网上店铺颜色市场营销 Section 02 通过实际商品页面示例
熟悉对颜色的感觉 01 不同颜色表现手法下的商品页面 02 根据颜色的形象来表现商品
页面 03 采用高效配色方案的商品页面 Section 03 高销售额成功商品页面的布局特色
 01 商品页面布局的定义 02 页面布局左右销售额 03 页面布局的设计 04 页
面布局的重点 Chapter 02 不同商品类别的布局样式与配色的实践操作 女性时装篇 Section 01
模特，商品为主 01 使用插图的商品页面 02 英文杂志感觉的商品页面 03 添加
了彩色粉蜡笔效果的商品页面 04 一次成像照片边框样式处理的商品页面 05 利用会话
标注设计可爱的商品页面 06 图钉固定横幅样式的商品页面 07 多图重叠效果的商品页
面 08 浪漫字体和曲线效果的商品页面 09 圆角边框处理的商品页面 10 曲别针
固定照片样式的商品页面 11 白色背景罗列商品照片，干脆利落型商品页面 12 强调商
品细节部分型商品页面 13 照片竖直排列单纯布局型商品页面 14 多图围棋盘式横平竖
直布局型商品页面 15 照片斜置体现多角度效果的商品页面 16 人物照片上重叠字体，
营造画报效果型商品页面 17 黑色边框胶片效果的商品页面 Section 02 玲珑丽人 18
利用会话标注设计的可爱商品页面 19 手写体式效果的商品页面 20 艺术字体或插画
型商品页面 21 写生簿彩色粉蜡笔效果商品页面 22 软木材料留言板效果商品页面
 23 低彩度古色古香型商品页面 24 用彩带，心形装饰营造可爱氛围的商品页面 25
衣架上悬挂衣物式表现手法的商品页面 26 利用时尚饰品妆扮商品页面 27 留言条样式
商品页面 28 放大镜效果的商品页面 29 木板上图钉固定图片式商品页面 30 人
物照片远近交错感夸张手法营造可爱氛围的商品页面 31 水滴花纹背景的商品页面 32
心形花纹背景装饰的商品页面 33 彩色蜡笔妆扮柔和氛围的商品页面 34 褪色形象营造
岁月沉淀感觉的商品页面 35 使用照片原色表现生机勃勃氛围的商品页面 36 利用格线
烘托出轻快之感的商品页面 37 变更字体大小以求突出商品的页面风格 38 用虚线和小
剪刀营造可爱氛围的商品页面 39 春光明媚效果的商品页面 40 清凉之夏效果的商品页
面 41 瑟瑟之秋效果的商品页面 42 雪花演绎冬之情趣的商品页面 Section 03 豪华
品牌 43 突出模特时装广告型商品页面 44 插入品牌广告的商品页面 45 用黑白
单色和重色调构筑洗练之感的商品页面 46 曲线营造洗练之感的商品页面 47 商品陈列
窗型商品页面 48 玻璃板面上商品投影效果的商品页面 49 绯紫系列模式烘托梦幻效果
的商品页面 50 高档纹理体现豪华感觉的商品页面 51 暗处商品追光灯照射效果的商品
页面 52 页面背景渐变效果的商品页面 53 花草纹理背景的商品页面 Chapter 03 不同
商品类别的布局样式与配色的实践操作 男性时装篇 Section 01 突出品牌型 54 亮色商品
名录式商品页面 55 暗色商品名录式商品页面 56 黑白单调色配上其他暖色效果鲜明的
商品页面 57 图片竖直排列并配以英文字句的商品页面 58 利用商标强调品牌的商品页
面 Section 02 一般便装 59 用时尚小饰品装点商品，体现勃勃生机的商品页面 60
利用虚线烘托可爱氛围的商品页面 61 商品图片处辅以指示线来体现商品细节的商品页面
 62 较多细节图片集中一处放置的商品页面 63 以模特为中心放射形放置细节图片的商品页
面 64 牛仔裤商品配以牛仔裤底色背景的商品页面 65 圆角外框处理整齐罗列的商品页
面 66 在浅色商品背景之上置入同一商品的页面 Chapter 04 不同商品类别的布局样式与配色的
的实践操作 饰品杂货篇 Section 01 以商品为主的表现手法 67 对商品图片进行边框处理
的商品页面 68 对商品图片进行边框处理的商品页面 69 使用指示线说明细节的商品页
面 Section 02 以品牌宣传为主的表现手法 70 使用商标和格线营造洗练氛围的商品页面
 71 用图片边框渐变效果营造高档次氛围的商品页面 72 字体上采用渐变效果来提升档次
的商品页面 73 品质保证书和包装盒与商品图片一处放置，提高可信度效果的商品页面
 74 同一商品不同颜色逐个罗列，便于顾客选择型的商品页面 75 一个外框囊括所有商品型

<<赢得客户的商用配色与布局>>

的商品页面 Chapter 05 不同商品类别的布局样式与配色的实践操作 电脑、家电、室内装饰篇
76 通过表现商品的影子营造高档氛围的商品页面 77 使用指示线有效体现商品细节的页面设计
78 暗色商品、亮色字体对比突显高档品味的商品页面 79 利用表格注明商品规格,有效体现商品性能的页面设计 Chapter 06 不同商品类别的布局样式与配色的实践操作 儿童服饰篇
80 使用引人注目的颜色修饰图片外框的商品页面 81 商品截图垂直布局商品名录型的页面设计
82 强色配以可爱字体造型的商品页面 83 图片配以圆形外框,突显商品美丽可爱效果的页面设计
84 使用插画和艺术字体营造趣味氛围的页面设计 Chapter 07 不同商品类别的布局样式与配色的实践操作 食品篇
85 商品重要信息明确标明博取顾客信赖型商品页面 86 利用圆角外框诸多商品集中介绍型商品页面
87 动手操作的商品百科全书式详细说明型商品页面

<<赢得客户的商用配色与布局>>

章节摘录

洋溢着生动感的基色颜色配色方案，可以给人以华丽和愉快之感。

彩度较高的鲜明颜色能够给人心理上以强烈的刺激。

并有传送快乐和活力的作用。

之所以能够达到这种效果，主要是因为高彩度的原色实际上能够从内激发人类的活力。

5各个年龄段的颜色爱好 每个人都有自己的趣向、性格、职业、环境等，所喜爱的颜色也各不相同。

这点对于网上店铺的颜色营销而言是相当重要的一项。

如果您作为一个销售商，首先考虑到待售商品是为什么样的消费人群准备的，把握目标消费人群的爱好的趣向，并进一步找寻满足其趣向的方法，如此这般操作的话，可以说您已经是半个成功的销售商了。

如果在选定预想的购买人群时感到有所困难，首先以年龄段为基准来考虑，不失为一个好方法。

因为根据年龄段的不同，人们所喜好的风格。

所崇尚的价值观总体上也不同。

所以在推行网上店铺颜色营销活动，选择装饰颜色时，根据年龄段不同，所喜好的颜色也不同这一理论，通过恰当颜色的选择，可以引起整个消费群体的关注，而不是简单一两个人的注意。

幼儿期： 新生儿在出生6个月以后，在视觉上才能正确区分一些基色。

在这个时期，正是婴儿脑细胞形成的旺盛期。

所以对刺激性的视觉感受有比较强的反应。

即：视线容易被明亮的色彩所吸引，主要是基色系列，特别是暖色系列中华丽的色彩，据说亮黄色最能引起婴儿的兴趣。

幼年期： 幼年期是孩子们的表现能力比较强的一个时期，也是想把自己的主张和个性比较强烈地表露出来的一个时期。

所以，这个时期的孩子们比较喜欢暖色系列的基色，并且这个时期孩子们的性别意识逐渐树立，所以一般女孩子比较喜欢粉红色，男孩子比较喜欢蓝色，有从颜色上区分性别的强烈意向。

青少年期（10岁左右）经历了身体的成长变化，是精力比较旺盛的一个时期，所以，这一时期的青少年无论是在身体上，还是心理上变化都比较大。

特别是受青春期不安定心理状态的影响，对能够让人精神活动生机勃勃的黄色和绯紫色系列比较喜爱。

<<赢得客户的商用配色与布局>>

编辑推荐

《赢得客户的商用配色与布局》依存于视觉效果的商品页面设计，只需要记住两方面足矣！
COLOR&LAYOUT。

打开顾客钱包的技巧，配色和页面布局，页面空间受限的环境下，决定网店销售成败的因素在于配色和页面布局。

配色和页面布局不同，商品页面氛围会如何变化，对销售又产生怎样的影响，这些疑问都可以在《赢得客户的商用配色与布局》中找到答案。

初学者和设计高手都需要的商品页面设计参考书对于刚涉足网店页面设计的初学者而言，《赢得客户的商用配色与布局》可以帮助大家从设计感觉开始培养自身的设计能力。

对于入行很久的设计高手而言，《赢得客户的商用配色与布局》提供了检查核对的标准，避免了在活用熟知的信息和技巧时可能产生的失误。

站在顾客立场鉴定赏析删除冗长的商品说明，用简练的文字概括出商品的核心要点，在短时间内学习到各种设计操作技能。

版面设计+协调配色+精准营销，如何让你的网店更有吸引力，分类阐述的商品页面布局和配色，打动客户的成功商品页面案例，初学者和专业设计人员可以广泛应用的实用型设计方案。

400套以上的商品型录模板 PSD文件，内含完整图层 随心所欲，即选即用

<<赢得客户的商用配色与布局>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>