

## 项目二 网店装修

### 知识目标

1. 了解网店装修的基本步骤；
2. 了解视觉营销的基本元素。

### 技能目标

1. 能够通过分析店铺，制定网站装修方案；
2. 掌握店招、促销区的设计方法；
3. 掌握店铺公告的制作方法。

本项目包含了三个学习任务，具体为：

任务一 店招设计

任务二 促销区设计

任务三 店铺公告制作

在明确店铺装修需求的基础上，对现有店铺进行装修布局设计，并对店招、促销区及公告等进行制作，使得店铺整体在视觉上更具引导性。

### 任务一 店招设计



#### 任务导入

#### 一、任务情境

小王是一个刚大学毕业的应届毕业生，在各类校园招聘会拼搏了几个月后，

终于在农享信息技术公司找到了自己满意的工作。小王在校期间对平面设计这一领域有极大的兴趣，来公司后，他想在美工设计方面深入发展。

部门经理安排小王对公司将要举行的店铺活动进行装修策划，为店铺带来一个全新的展示风格以吸引用户。小王决定先对店铺的商品进行深入了解、提取卖点信息后，再进行店铺的整体装修策划。

小王了解到公司是一家食品类的传统企业，为推动公司发展，现在开始进军电子商务领域。

## 二、任务分析

- (1) 认识网店店招；
- (2) 设计与制作网店店招。

### 任务实施

小王对公司背景、企业文化以及经营商品等基本信息了解后，决定首先进行店招装修设计。

### 一、认识店招

店铺的店招，也就是指店铺的招牌，它是网店装修中最重要的模块之一。店招是顾客认识店铺的第一步，是卖家展示自身店铺名称和形象特点的重要途径，可以由文字和图案组成，表现方法十分灵活。网店店招的作用主要体现在留客的环节上，因此在设计网店的店招时要更多地从留客的角度去考虑。

在查看了一些淘宝店铺的店铺招牌后，小王发现店铺店招的装修设计主要有两种展现形式：静态图片与动态图片。不同的装修展现形式具有不同的制作效果，静态图片展现的形式比较自主和简单，可以用简单的图片设计制作而成。如在店招中添加爆款商品，购物车等快捷窗口。静态店招表现形式如图 2-1 所示。



图 2-1 静态店招表现形式

动态店招主要使用的是 GIF (Graphics Interchange Format，图像互换格

式)动画,表现手法生动活泼,也可以通过Flash动画形式来展示。动态店招表现形式如图2-2所示,该店铺以动态店招来展示他们的设计。



图 2-2 动态店招表现形式

网店店招默认的表现形式为“背景图片 + 店铺名称”,这种设置非常简单,其中的背景图片不但可以更换,还可以使用店铺默认的招牌背景图片。因此很多卖家会选择简单的店招形式来表现店铺的第一吸引力。

另外,淘宝店铺店招顶部模块基本默认为 $950 \times 150\text{px}$ ,顶部模块包括店铺招牌和导航条,但在实际设计店招的过程中不应超过 $150\text{px}$ ,以 $120\text{px}$ 为最佳,因为 $150\text{px}$ 会挡住底部导航栏,因此对于卖家来说在设计店招过程中一定要注意店招的高度标准。

## 二、店招的设计与制作

在认真观察分析了店铺招牌之后,小王基本掌握了店招设计方法和要素,他开始制作两种类别的店招内容。之所以选择制作两款店招,是为了从中选优,保证最终的店招是与店铺最相符的店招。

### 1. 静态店招制作

店招作为访客进店的第一印象,在设计和制作内容上需要紧密结合店铺的定位与品牌的特性,从这两个方面挖掘诉求,店招更具自身优势。

小王选择了 $960\text{px} \times 120\text{px}$ 的尺寸制作静态图片店招,利用PhotoShop软件可以很好地得出图片精确的尺寸设置,如图2-3所示。

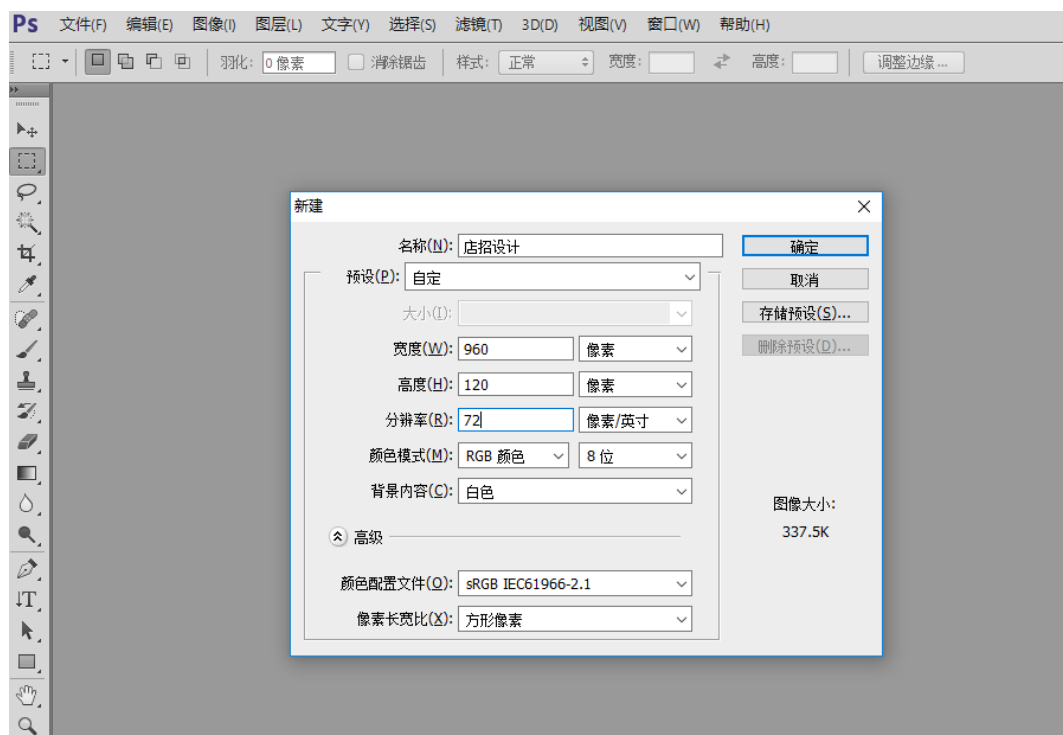


图 2-3 制定店招尺寸

店招制作风格在很大程度上和店铺经营的产品相关，所以要讲究店招、产品、店铺风格的统一。店招处在网上店铺第一屏中最为醒目的位置，是传达信息最好的阵地。因此，具有鲜明个性的店招可以直观地传达出店铺的经营信息、所属的行业信息以及产品的特点。

小王的店招设计理念很好地突出了这一点。首先在店招的底色选择上，为了体现农享信息技术公司的特点，决定以大自然的绿色为底色，将找到的绿色图片置入到图层中，如图 2-4、2-5 所示。

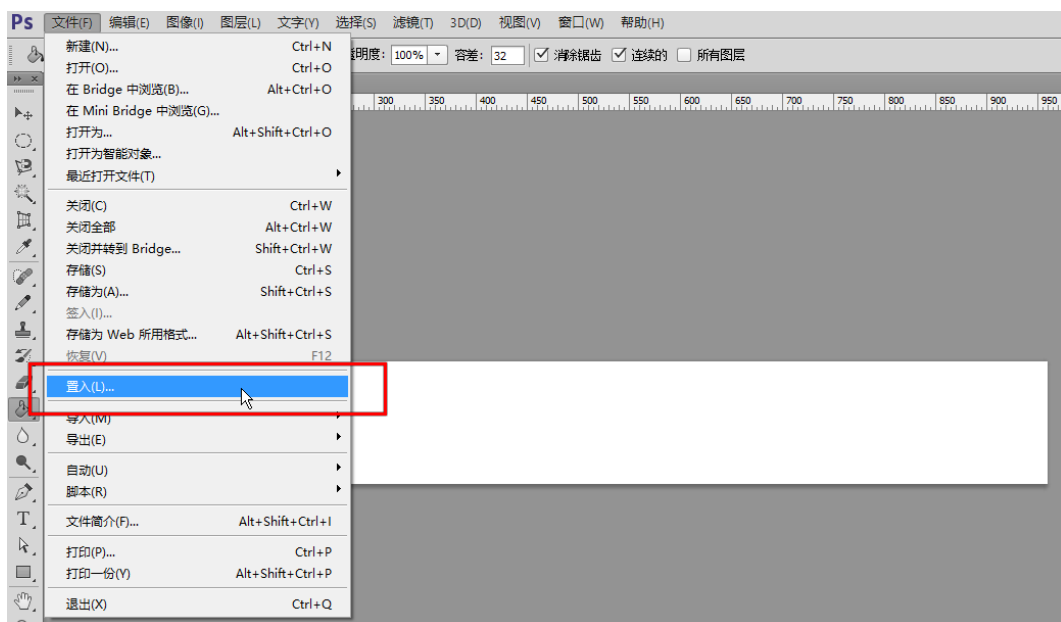


图 2-4 置入功能

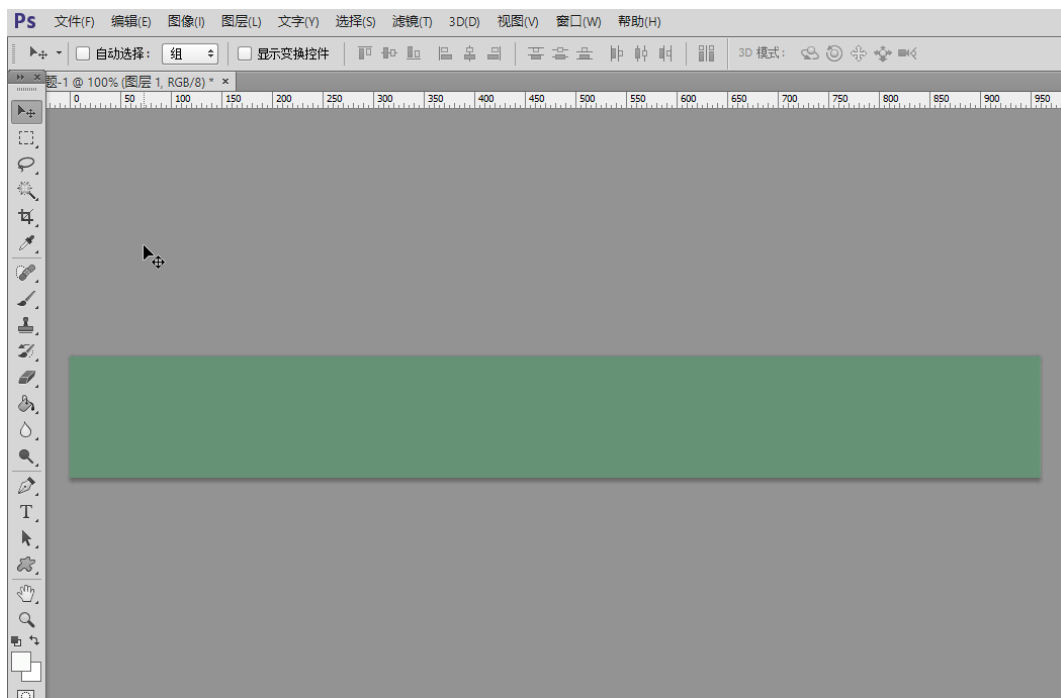


图 2-5 置入背景图片

在店招背景设计完成之后，接下来就需要添加店铺名称。文字内容由店铺名称与店铺的简介构成，店铺的简介可以加深顾客对店铺的印象。点击 Photoshop 软件工具栏中的文字工具，即可添加文字，如图 2-6、2-7 所示。

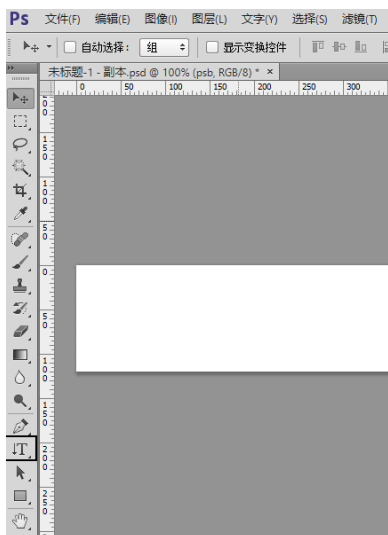


图 2-6 Photoshop 文字工具

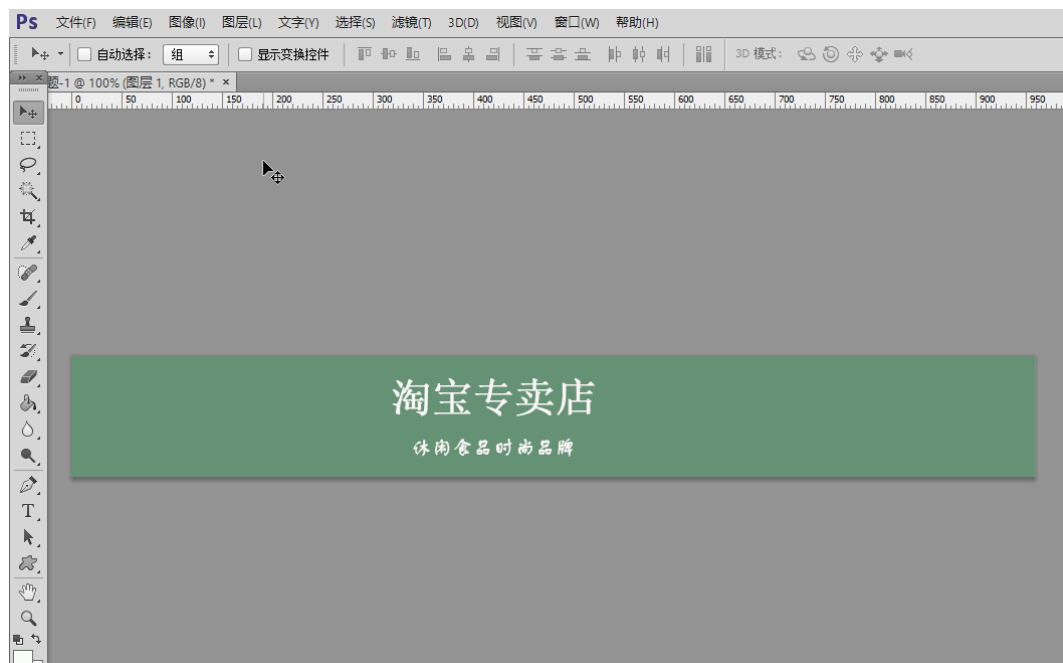


图 2-7 店招添加文字

由于食品行业的特殊性，人们对网上购买食品或多或少存在疑虑，为了保证和树立自身品牌的形象，小王在店招上添加了“真实拍摄”“如实描述”“品质保证”的字样。这样不仅可以将自然、健康、绿色的店铺理念呈现给顾客，同时也能提高顾客对店铺的信任度。添加方法与添加店铺名称相同。添加店招素材如图 2-8 所示。

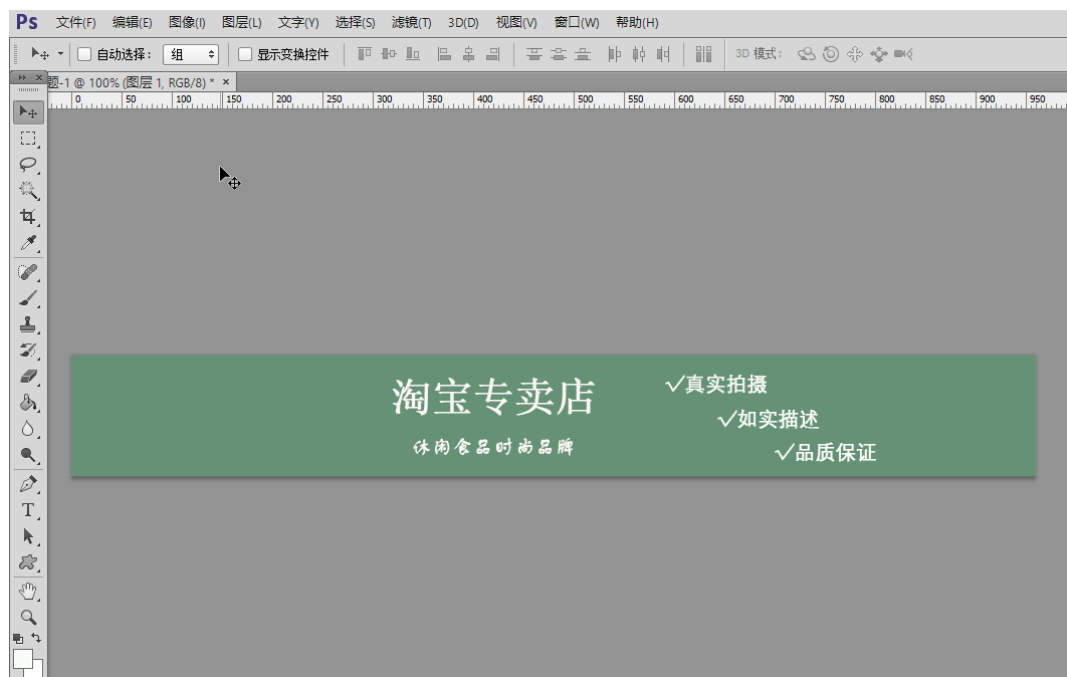


图 2-8 添加店招素材

添加完店招名称和上面的文字之后，还可以在店招上面添加欢迎光临、收藏本店等字样吸引客户。如图 2-9 所示，在店招空白的左侧添加“WELCOME”和“本店新品已经上架，欢迎抢购”字样，在右侧添加“收藏本店”字样。



图 2-9 制作完成的店招

添加完之后，调整完位置，文字颜色、大小等等之后，一个简单的店招就已经设计好了。

最后，将制作好的店招图片保存即可。点击“文件”菜单中的“存储”或“存储为”都可以保存文件，这里点击“存储为”，选择存储的格式及位置，点击保存即可，如图 2-10 所示。这里保存两种格式，一种是 jpg 图片格式，一种是 psd 格式。

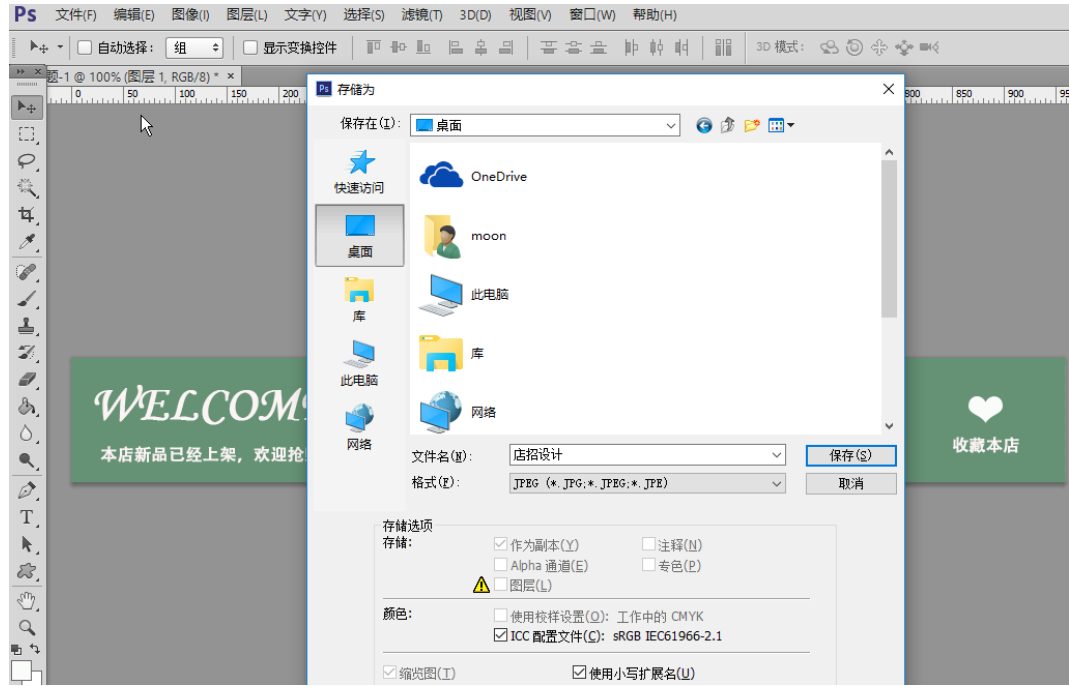


图 2-10 保存店招文件

## 2. 动态店招制作

相比静态店招的制作，动态店招需要提前准备好相关设计素材，如制作动画的素材图片等。因为之前已经制作了静态店招，所以可以使用静态店招的素材制作动态店招，如图 2-11 所示，打开之前保存的 psd 文件。





图 2-11 打开文件

在制作动态店招的时候,我们需要用到 Photoshop 软件中的“时间轴”工具,如图 2-12 所示,点击 Photoshop “窗口”菜单,勾选“时间轴”,即可在软件下方显示“时间轴”。

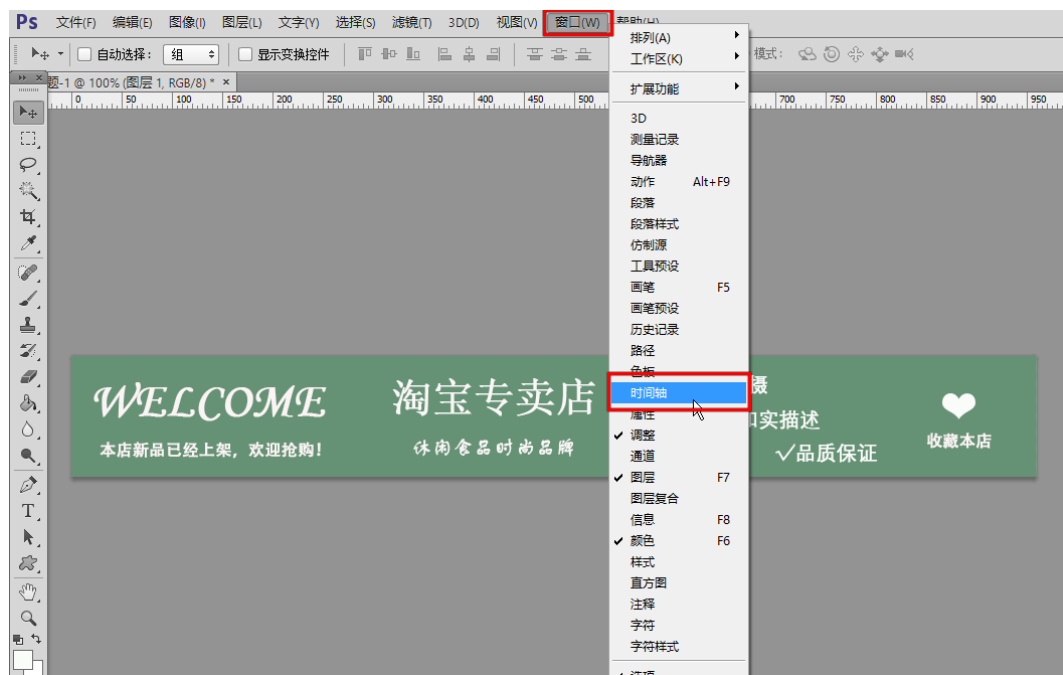


图 2-12 勾选“时间轴”

这里可以将“真实拍摄”“如实描述”“品质保证”做出动态的效果。如图 2-13 所示,在时间轴的第一帧中,将“真实拍摄”“如实描述”“品质保证”的图层隐

藏，并设置时间为 0.5 秒。

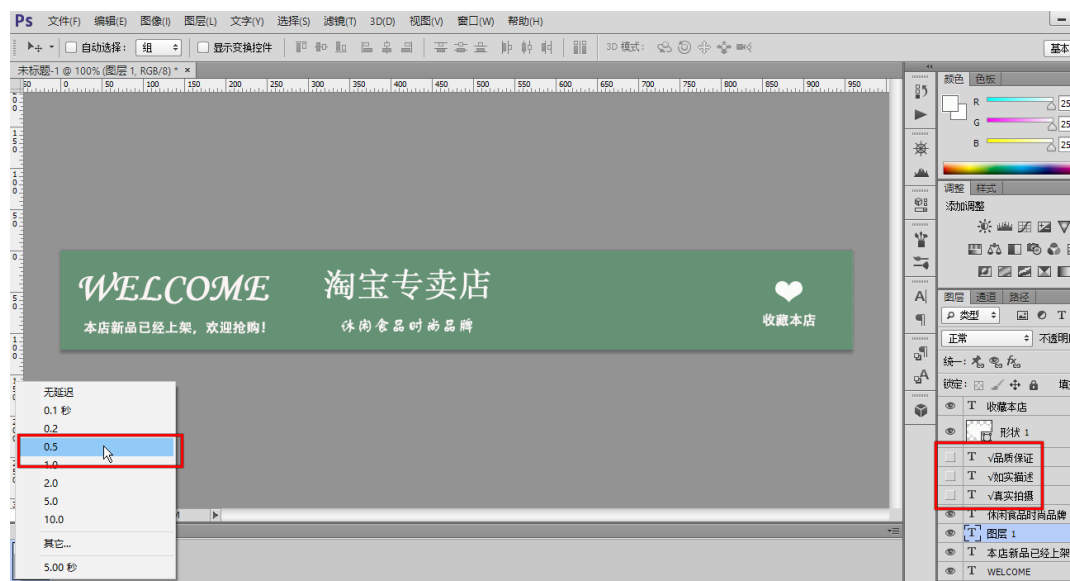


图 2-13 设置第一帧

之后点击“时间轴”右方的箭头，点击“新建帧”，新建一帧，如图 2-14 所示。

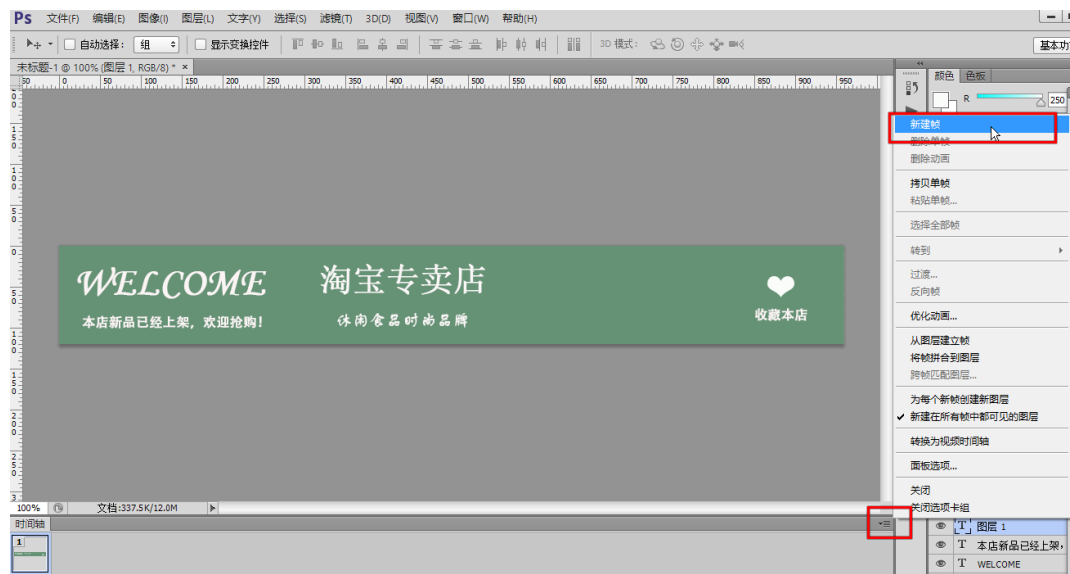


图 2-14 新建帧

在新建的第二帧中，显示“真实拍摄”“如实描述”“品质保证”所在的三个图层，并将第二帧的时间也设置为 0.5 秒，如图 2-15 所示。

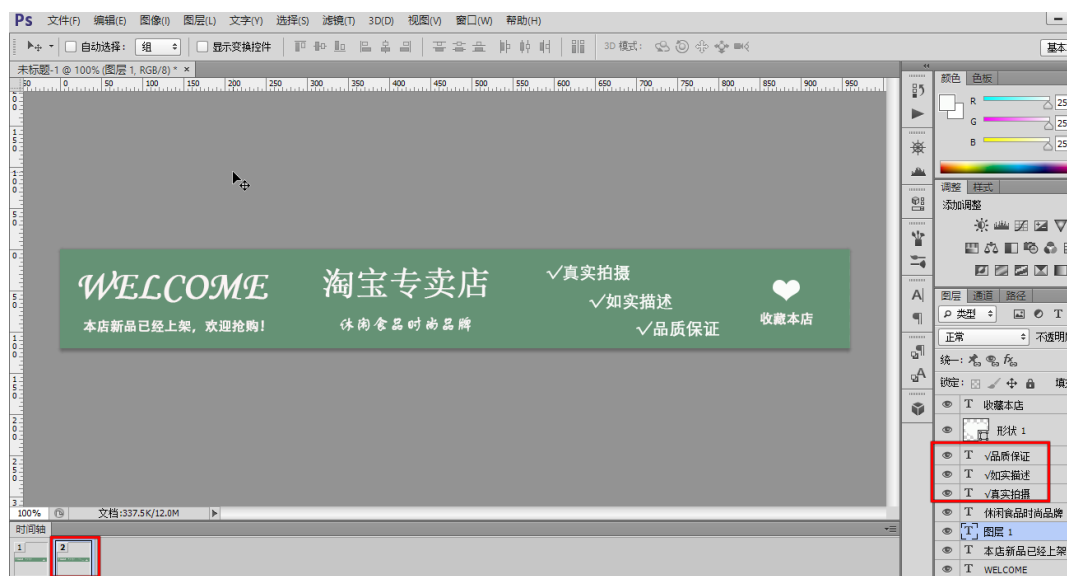


图 2-15 设置第二帧

这样一个简单的动态店招就做好了, 可以点击时间轴下方的播放按钮来查看制作的效果。如果不满意, 可以继续修改, 直到满意为止。

制作修改完成之后, 就可以进行保存了。与保存为 jpg 图片不同的是, 在保存时, 要在“文件”中选择“存储为 Web 所用格式”, 如图 2-16、2-17 所示, 图片格式选择 GIF 格式, 确认无误后, 保存即可。

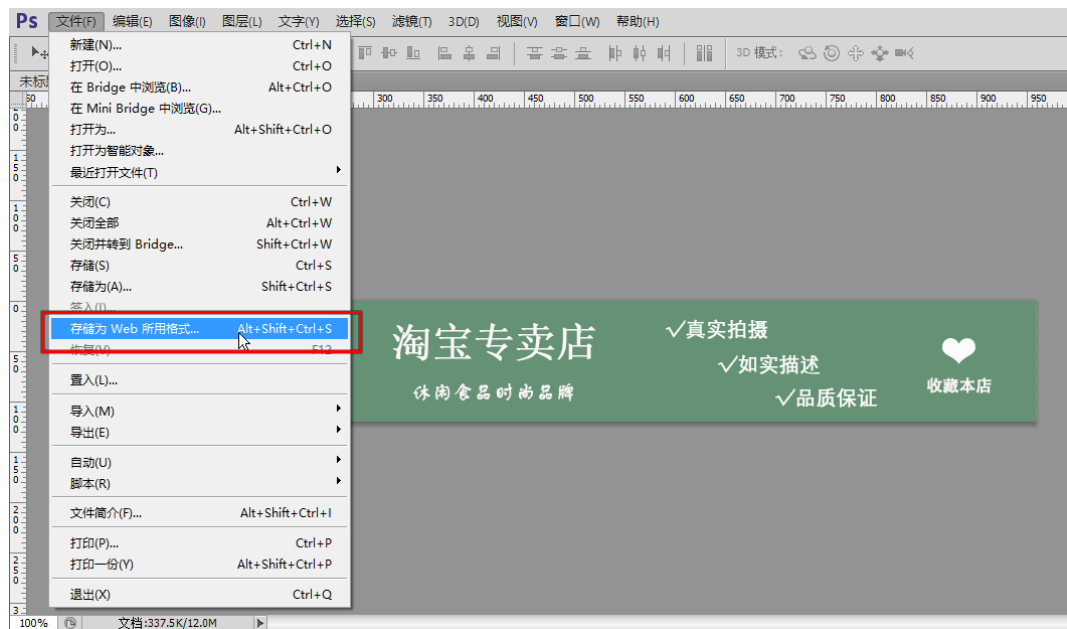


图 2-16 选择“存储为 Web 所用格式”

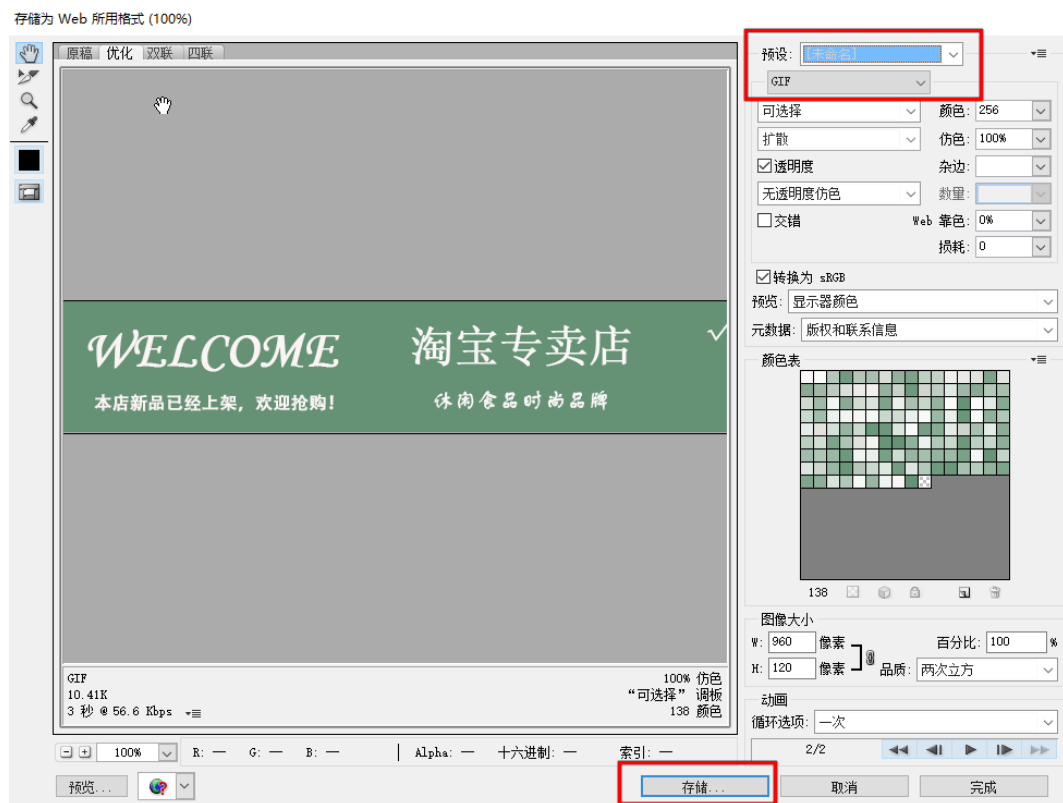


图 2-17 存储为 GIF 格式

## 知识储备

### 一、店招的概念

店招就是店铺的招牌。近年来随着网络交易平台的发展，店招也延伸到网店中。即虚拟店铺的招牌。店招一般都有统一的大小要求，淘宝网的店招大小为 960x120px，格式为 jpg 或 gif。

### 二、网店店招的作用

消费者打开淘宝网店首页时最先看到的地方是最醒目的地方——店铺的店招。它的功能不只是突出显示店名、装饰店铺这么简单。小小的店标有深层的意义，现代店标设计的信息化、视觉化、现代化是当前的世界潮流。就淘宝而言，一个好的店标图片可以让消费者在浏览淘宝网店时体会店主的良苦用心，同时还会对淘宝网店产生比较深刻的印象，从而增加交易的可能性。

## 同步实训

### 一、任务描述

学生在教师的带领下进入博星卓越电子商务运营技能平台，并按照实训提供素材如平板电脑、拉杆箱、衣服与手机等进行实际操作，在操作过程中讨论店招设计的基础要素及店招设计需要注意的事项，教师给予指导。完成店招设计完成之后上传至店铺，教师通过评委账号对学生的自助操作内容进行评审并打分。

### 二、任务实施

首先学生进入博星卓越电子商务运营技能平台，进行账号注册。注册完成并登录后，在登录页面可以看到“我的网店”的字样，点击“我的网店”，可以看到在右侧菜单栏中包括了“商品信息管理”与“网店管理”在内的两大栏目，其中包含了网店所有操作的内容。对于刚注册的账号，首先需要进行商品采购。可以单击左侧的“网店商品采购”，也可以通过快捷入口进入“网店商品采购”页面进行采购。商品采购的主要商品内容是根据实训教师提供的四类素材进行操作的，因此学生可以根据团队的选择决定自身经营的商品。“我的网店”页面如图 2-18 所示。



图 2-18 开店页面

单击网店“商品采购”，进行商品采购。在商品采购之前，学生可以查看相关产品的行业背景介绍，不同的商品有不同的行业背景，学生可以了解与学习将

要销售的商品行业背景。商品采购时只要选择需要进货的商品，点击“网店进货”，输入进货数量，点击确定就采购成功了。商品采购页面如图 2-19、2-20 所示。



图 2-19 商品采购页面



图 2-20 进货页面

商品采购完成，也就确定了主营商品的类型。单击“网店基本设置”，如图 2-21 所示，可以看到“网店名称”“网店资金”“网店 Logo”等内容。网店名称可以包括店铺的名称，也可以是品牌名称，这里需要强调的是在网店名称撰写的时候，一定要考虑网店定位与品牌建立等因素。

[去管理>>](#)

商品信息管理

网店商品采购

商品分类管理

库存商品列表

上架商品列表

商品直通车

商品关键词优化

网店管理

网店基本设置

网店布局设置

网店客服系统

网店基本设置

保存

重新开店

网店名称：

☐ 首页商品列表区背景透明

网店资金：

网店Logo： 未选择任何文件

\*推荐尺寸：100px \* 100px，目前支持的图片格式为jpg，gif，jpeg，bmp。

简约时尚

模板介绍

模板介绍:该模板简单大方，商品模块色调以灰色为主，能够有效突出商品本身。同时，导航可选色彩多样，配合主色调清新脱俗。该模板能够满足多数商品品类需要。

阳光明媚

自定义布局

退出全屏

图 2-21 网店基本设置

除了网店名称之外，网店资金是针对后期学生将要进行的营销活动设定的，教师可以自定义预备资金。这里的资金为虚拟的货币。在基本信息完善之后，学生不仅需要设计店招，还要设计店标（即店铺的标志）。店标的设计需要结合店铺商品的定位与商品的特性制定，这样设计不仅可以帮助访客更好地记忆店铺，而且从长远来看，有利于建立自身的品牌影响。店标的尺寸为 100px×100px，不能超出规定的范围，否则会使得图片变形。

对于学生来说最重要的还是店招的设计，店铺店招的设计不仅需要结合上述学习任务，还需要学生对不同的商品素材进行卖点挖掘，熟知商品特性，只有这样才能使店铺店招展示良好的效果。

### 三、任务评价

在学生实训完成之后，教师根据学生的实训内容进行相应的点评与打分。

任务编号	2-1	任务名称	店招设计
任务完成方式	小组协作完成 个人独立完成		
评价点			分值
网店店招大小适宜，比例准确，没有压缩变形			30

能够体现网店所销售的商品，与商品类别具有一定关系					20
设计独特，具有一定创意					50
本主题学习单元成绩：					
自我 评价	(20%)	小组 评价	(20%)	教师 评价	(60%)
存在的主要问题					

### 拓展任务

学生在教师的带领下讨论店招设计核心要素与商品卖点挖掘。

## 任务二 促销区设计

### 任务导入

#### 一、任务情境

小王在农享信息技术公司待了一段时间后，发现公司的店铺最近一段时间销量并不是特别好，有下滑的趋势，于是小王建议部门经理做一些促销活动，以促进商品销售。经理接受了他的建议，并安排小王制作促销区的图片。

#### 二、任务分析

- (1) 认识促销区；
- (2) 制作促销图。

### 任务实施

#### 一、促销区的认识

通过设计店招的工作，小王掌握了企业经营商品的基本信息，考虑到店铺的



营销发展，小王决定将这些信息灵活地糅合在促销区设计中，通过促销区的装修设计为店铺带来更多的转化率。

促销区是企业文化展示中非常重要的展示区，企业可以根据自身经营活动的需要设计和组织页面内容。使用好促销区不仅能合理展示企业商品，还能很好地促进店铺的商品销售。

一般情况下，为了页面的美观，促销区图片的高度不超过 600px，插入的图片的格式为 jpg 或 gif。根据对促销区的理解，小王将促销区分为 5 种类型，分别是品牌形象推广区、促销商品集中区、单一促销活动宣传区、公告展示区、综合内容区。

### 1. 品牌形象推广区

品牌形象推广区着重突出店铺或商品的品牌形象，适合走品牌化营销的卖家，以品牌拉力带动长期持续销售，如图 2-22 所示。它的特点在于页面庄重、简洁、不花哨，重点突出品牌标志和标语。



图 2-22 三只松鼠旗舰店品牌形象推广区

### 2. 促销商品集中区

促销商品集中区适合商品种类较多的店家，它是店铺永远的目标，把所有促销商品放到最显眼的位置是个非常有效的方法，如图 2-23 所示。促销商品集中区的特点在于它的页面花哨，尽可能地抓住买家眼球，在页面上会有很多商品展示并且突出商品价格，用夸张的文字突出促销内容。

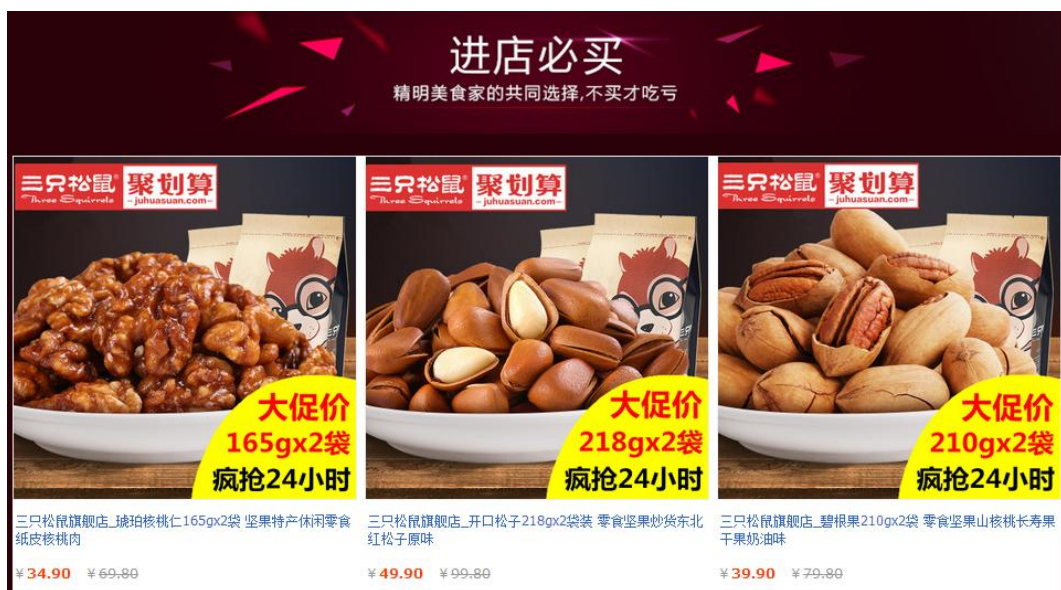


图 2-23 三只松鼠旗舰店促销商品集中区

### 3. 单一促销活动宣传区

单一促销活动宣传区适合所有店家,它突出宣传店铺短期内的单一促销活动,集中资源带动销量。它的特点在于页面主题突出,图片和商品都是围绕一个促销活动设计,并且带有与活动介绍相关的文字和价格,如图 2-24 所示。



图 2-24 西域美农旗舰店单一促销活动宣传区

### 4. 公告展示区

公告展示区同样适用于所有店家，它的主要目的是加强跟消费者的沟通，把近期内的所有公告内容做成文案放在促销区。公告展示区的特点是使用大篇幅的文字，少量图片，内容复杂，有促销、推广、商品介绍等信息，如图 2-25 所示。



图 2-25 西域美农旗舰店公告展示区

5. 综合内容区

在综合内容区里，店铺形象、促销商品、公告信息、推广活动等都会出现，不浪费任何页面空间，充分利用促销区黄金地段展示店铺内所有信息，如图 2-26 所示。其缺点在于没有一个统一的主题，商品图片、价格、促销等亮眼标志比较多。



图 2-26 三只松鼠旗舰店综合内容区

二、促销图制作

促销区设计的标准要素是主题突出，目标明确和形式美观。小王决定做一张



单一活动促销区的图片。活动促销区图片中包括活动名称、商品名称、商品展示图片、商品价格、活动规则。

小王继续使用 PhotoShop 软件制作促销区图片。首先，新建一个宽 740px、高 500px、分辨率为 72ppi 的图像，将找到的苹果的图片作为背景，将图片置入到图层中，如图 2-27 所示。

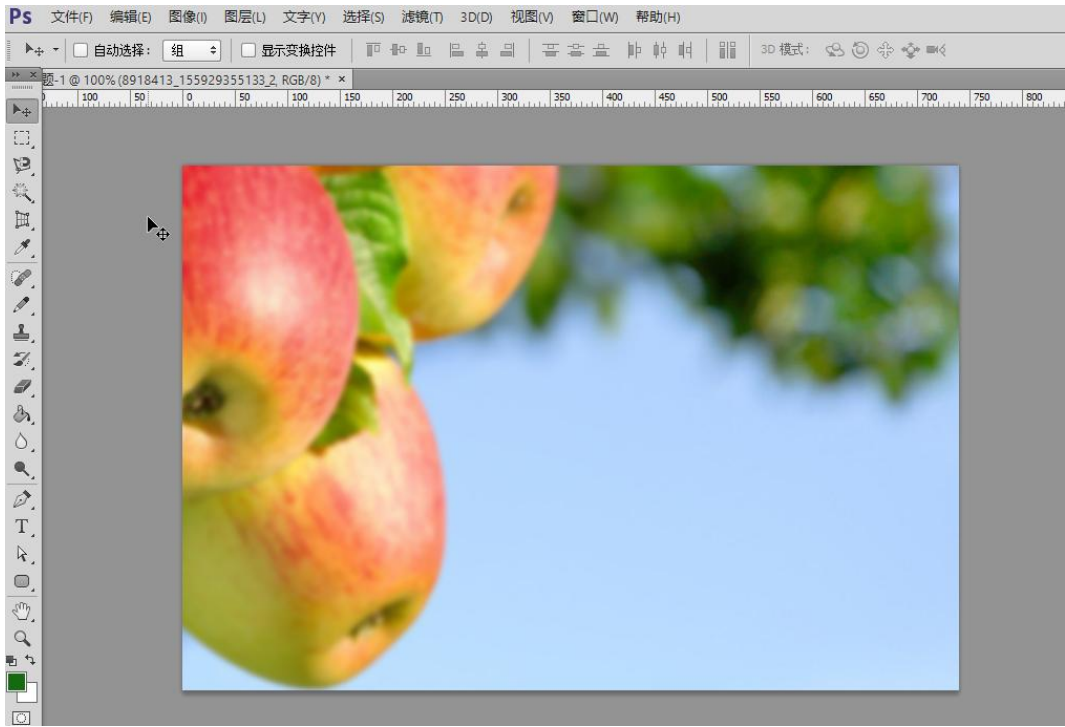


图 2-27 置入背景图片

之后将活动名称“4 月吃货节，苹果 5 折抢”添加到图层中，并设置相应的字体和颜色，如图 2-28 所示。

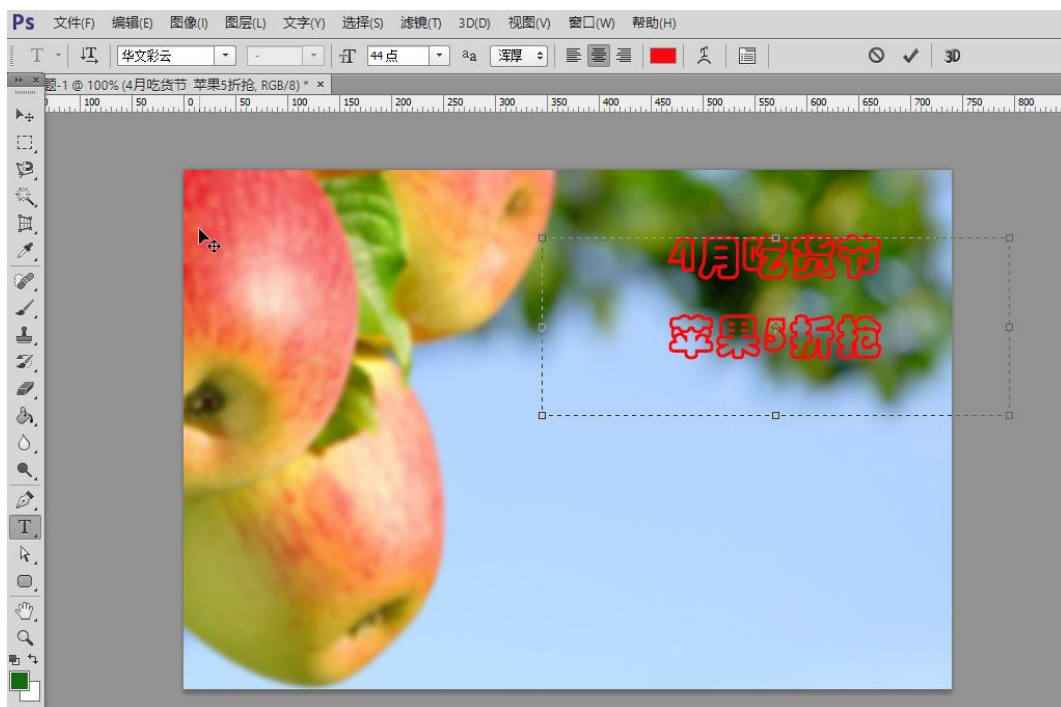


图 2-28 添加店铺名称

之后添加活动时间和活动内容，活动时间设置为4月15日到4月20日，活动内容为“下单即送红包！收到商品后扫描售后卡上二维码有惊喜礼包，前200名还送草莓500g一盒”。如图2-29、2-30所示。



图 2-29 添加活动名称



图 2-30 添加活动内容

最后是商品的价格,这里活动价格为 58 元,添加上去即可。如图 2-31 所示。



图 2-31 添加商品价格

这样,一个简单的活动促销图做好了。

## 知识储备

### 促销区图片设计的两大要点

设计促销区的图片，最重要的就是能够传递信息。首先传递的信息就是以第一印象博取好感，让主图有一种吸引力，吸引顾客能够继续浏览下去。因此图片的整体设计效果会在很大程度上影响点击率。那么促销区图片在设计时要注意哪些事项呢？

#### 1. 创意卖点

促销区图片诉求的卖点并不一定是促销内容，而是吸引顾客眼球的亮点，是商品的核心竞争力。这个促销区图片出现在顾客面前时，会马上刺激他们的眼球，进而刺激他们的冲动购物神经，让他们马上联想到这个商品最突出的优点，这样促销区图片的目的就达到了。

#### 2. 促销信息

由于消费者喜欢做促销、有折扣的商品，所以在进行店铺促销时，将促销折扣信息设置到商品图片上，可以提高点击率。比如“限时抢购”“最后 1 天”等促销文案让消费者有紧迫的错失感。但是促销信息应尽量简单，字体统一，字数尽量保持在 10 字以内，要做到简短、清晰、有力，避免促销信息混乱、喧宾夺主、字体比例失调等问题。

## 同步实训

### 一、任务描述

学生在教师的带领下进入博星卓越电子商务运营技能平台，并按照实训内容提供素材如平板电脑、拉杆箱、衣服与手机等进行实际操作，在操作过程中讨论促销区图片设计的基础要素及促销区图片设计需要注意的事项，教师给予指导。促销区图片设计完成后上传至店铺，教师通过评委账号对学生的自助操作内容进行评审并打分。

在进行促销区图片设计时，学生需要抓住促销区图片设计的要点如尺寸规范、促销标签形式美感、相似色和对比色配色合理搭配、图片锐化处理、背景虚化处

理等。并且文案要简明，卖点要一看就懂，切记文字冗长。商品品牌或者店铺品牌要突出显示，打造店铺的个性风格。

## 二、任务实施

学生使用账号登录博星卓越电子商务运营技能平台，进入“我的网店”页面，在页面中选择左侧的“网店布局设置”，点击网店 Banner 右侧的设置按钮，如图 2-32 所示。

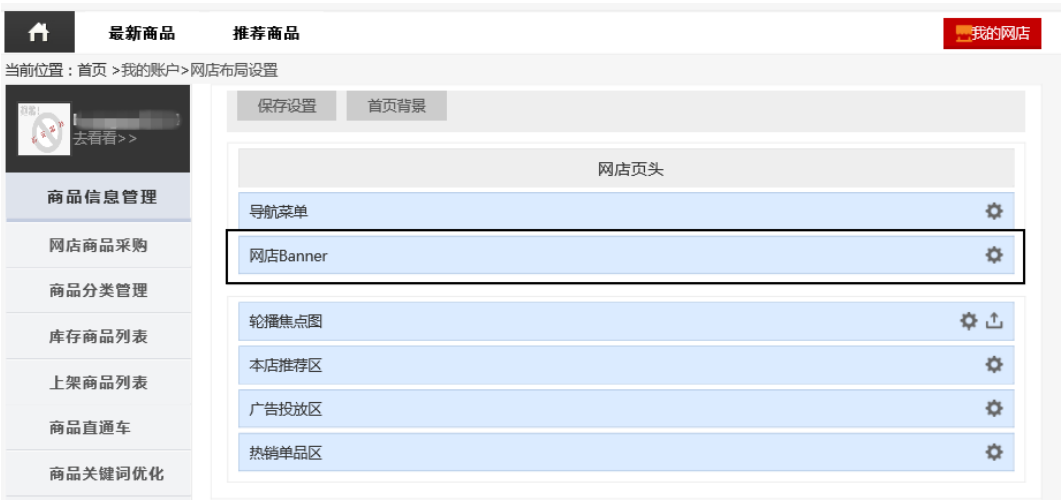


图 2-32 网店 Banner

在博星卓越电子商务运营技能平台中，促销区图片的展示与店铺公告是融合在一起的，学生可以编写代码，制作动态促销区图片展示效果，上传已设计好的促销区图片。需要注意的是，为了防止图片变形，应将促销区图片的宽度尺寸控制在 120px 以内，如图 2-33 所示。





图 2-33 上传网店 Banner

促销区图片设计不仅需要结合上述的学习任务，还需要学生根据不同的商品素材展现商品的卖点与特色，只有这样才能更好地突出店铺商品的优势，从而拉动店铺的营销。

### 三、任务评价

学生完成实训后，教师根据学生的实训内容进行相应的点评与打分。

任务编号	2-2	任务名称	促销区图片设计		
任务完成方式	小组协作完成 个人独立完成				
评价点				分值	
促销区主题与网店所经营的商品具有相关性				30	
促销区设计具有吸引力和营销导向				40	
促销区所推荐的商品描述详实、丰富				30	
本主题学习单元成绩：					
自我 评价	(20%)	小组 评价	(20%)	教师 评价	(60%)
存在的主要问题					

### 拓展任务

学生在教师的带领下讨论：设计促销区图片应该突出商品的哪些细节？

## 任务三 店铺公告制作

### 任务导入

#### 一、任务情境

在完成了促销区的装修设计之后，小王已经掌握了企业的需求，但小王也明白了要想营销成功单靠促销区是不够的，还需要结合店铺公告合理宣传。因此，小王对店铺公告做了一系列合理的规划。

#### 二、任务分析

- (1) 认知店铺公告；
- (2) 制作店铺公告。

### 任务实施

为了规划好企业店铺公告的展示，小王先从认知店铺公告分类着手，从中选取最佳的公告形式。

#### 一、认知店铺公告分类

店铺公告是买家了解店铺的一个窗口，同时也是店铺的一个宣传窗口。通过店铺公告，可以让买家迅速了解店铺，同时也可以宣传店铺的产品，一举两得，所以写好店铺公告就显得尤为重要。店铺公告的写法有很多种，大体可分为简洁型、消息型和详细型三种。

简洁型公告通常是一句话或者是一段话，例如，“本店新开张，欢迎光临，本店将竭诚为您服务！”“小店新开，不为赚钱，只为提高大家的生活质量，欢迎常来！”简洁型公告如图 2-34 所示。



图 2-34 简洁型公告

消息型就是将店铺的促销活动或者商品上新通过店铺公告告诉大家。例如，

“在10月2日—10月20日期间凡购买本店商品即送50元优惠券一张，每个用户限送一个，先到先得！”“本店最近上新某某商品，从厂家直接拿货，质量可靠，价格更低，现在购买即送某某商品。”消息型公告如图2-35所示。



图 2-35 消息型公告

详细型公告即将购物流程、联系方式、产品概述、小店简介等统统都写上去。详细型的公告内容比较多，建议给每个内容都添加一个小标题，这样有利于访客迅速了解店铺的公告内容。详细型公告如图2-36所示。

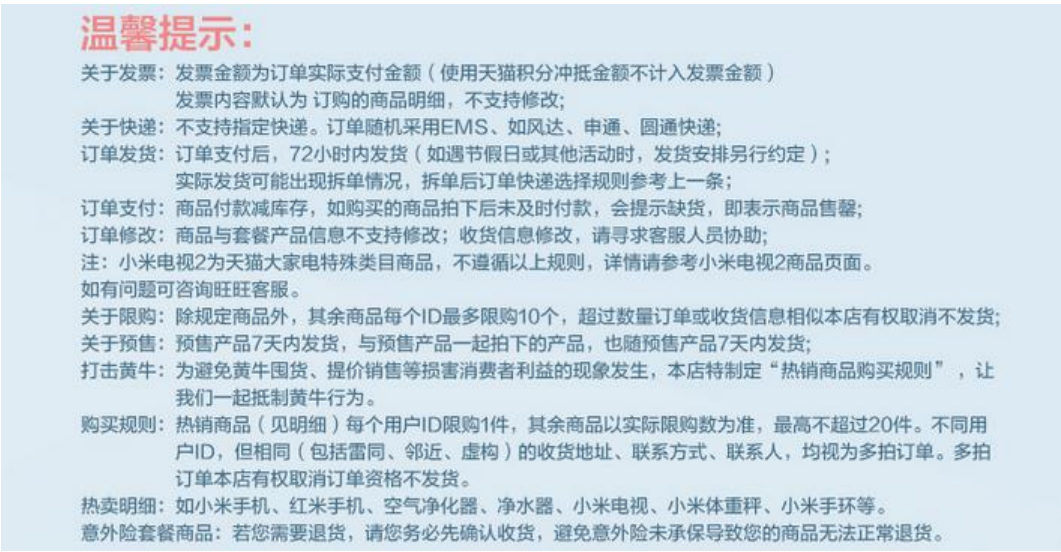


图 2-36 小米官方旗舰店详细公告

综合上述分析，小王明白了不同的公告写法具有不同的优势，最好的办法就是根据店铺的实际情况如实填写，这样容易令访客产生信任感。另外，店铺公告并不是一成不变的。比如当店铺商品需要做活动的时候，就会用到新的店铺公告。

## 二、制作店铺公告

小王掌握了店铺公告的分类要点后，从企业的实际出发，经过多方考虑，最终决定企业店铺的公告类型为消息型，主要目的是以简明扼要的语言集中表达出店铺的特色，第一时间告知顾客店铺的最新动态，如图 2-37 所示。



图 2-37 店铺公告

## 知识储备

店铺公告是店铺最重要的部分，是顾客了解店铺的窗口。所以如果店铺公告做得吸引人就可以帮助店铺增加不少流量。但是由于店铺公告区域有限，所以在设计公告时一定要言简意赅，一针见血。那么应该怎样设计吸引人的店铺公告呢？可以从以下两点着手。

### 一、把公告做成广告

在公告上做广告不能太复杂，要让买家一看就懂，把产品或服务概念清晰地传递给顾客。广告应为你的目标消费者量身定做，让他们容易接受。为此你要研究目标消费者的偏好，按他们的“口味”设计广告，要让你的广告能给买家留下深刻的印象，并能和其他卖家的广告区分开来。另外，设计广告不是为了娱乐自己，而是要让买家产生心动、想要购买的感觉。所以广告要重点明确，要符合店铺的形象，紧密联系品牌，从而强化你的品牌在消费者心中的地位。广告要设计得新奇有趣，因为目前喜欢网上消费的大多都是年轻人，他们更愿意接受耐人寻味、极富趣味的信息。

## 二、把公告做成信息栏

信息发布时公告的信息大致如下：

### 1. 促销活动

这些活动包括一元起拍卖、购物优惠、店铺开张纪念日优惠等。把这些信息放入公告栏，光临店铺的买家一眼就可以看到卖家精心策划的促销活动。

### 2. 店铺新变化

店铺新变化包括新品到货、产品结构调整和分店开张等信息。

### 3. 其他一些信息

在没有活动信息或者最新消息时，可以发布一些优美的欢迎辞，符合产品属性的宣传语、开店宗旨等，或者干脆讲个人的故事，如创业经历等。



## 同步实训

### 一、任务描述

学生在教师的带领下进入博星卓越电子商务运营技能平台，并按照实训提供素材如平板电脑、拉杆箱、衣服手机等进行实际操作，在操作过程中讨论店铺公告设计的基础要素及店铺公告制作时需要注意的事项，教师给予指导。店铺公告完成后上传至店铺，教师通过评委账号对学生的自助操作内容进行评审并打分。

学生在进行店铺公告设置时，应该注意突出对商品信息、店铺活动等方面的描述，由于店铺公告的形式比较灵活，可以通过图片或文本等形式呈现。但无论哪种方式，都要将店铺公告的内容交代清晰。

### 二、任务实施

学生使用账号登录博星卓越电子商务运营技能平台，在网店布局设置页面的轮播图片设置中完成店铺公告的设计。学生可以根据自身创建的店铺风格，设计一张至数张轮播图片公告，但若学生选择图片形式的展示店铺公告，应注意图片尺寸高度小于 480 px，如图 2-38 所示。



图 2-38 店铺公告设置

店铺公告需要学生结合店铺素材展现店铺的风格与特色，要求清晰地表达出店铺的主旨。

### 三、任务评价

学生完成实训后，教师根据学生实训内容进行相应的点评与打分。

任务编号	2-3	任务名称	店铺公告
任务完成方式	小组协作完成 个人独立完成		
评价点			分值
店铺公告能让买家快速了解店铺			40
店铺公告能让买家清楚明了地了解所要传递的内容			30
店铺公告突出店铺特色			30
本主题学习单元成绩：			

自我 评价	(20%)	小组 评价	(20%)	教师 评价	(60%)
存在的主要问题					

### 拓展任务

学生在教师的带领下讨论店铺公告设计的要点。

### 巩固与提高

#### 一、单项选择题

1. 淘宝店铺实际设计店招的时的最佳尺寸是（ ）
  - A.  $950 \times 120\text{px}$
  - B.  $950 \times 150\text{px}$
  - C.  $900 \times 120\text{px}$
  - D.  $900 \times 150\text{px}$
2. 促销信息应尽量简单，字体统一，字数尽量保持在（ ）字以内，要做到简短、清晰、有力，避免促销信息混乱、喧宾夺主、字体比例失调等问题。
  - A. 20
  - B. 15
  - C. 10
  - D. 25
3. 页面上有很多商品展示，并且突出商品价格，用夸张的文字突出促销内容是哪种促销区的特点？（ ）
  - A. 品牌形象推广区
  - B. 促销商品集中区
  - C. 公告展示区
  - D. 综合内容区

4. 博星卓越电子商务运营技能平台促销图片的高度应该尽量控制在（ ）以内。

A. 120px

B. 130px

C. 150px

D. 160px

5. 店铺公告的作用不包括（ ）

A. 买家通过店铺公告了解店铺信息

B. 店铺公告可以宣传店铺产品

C. 店铺公告可以让买家快速联系到店铺

D. 好的店铺公告可以促进店铺商品的销售

## 二、简答题

1. 网店店招的作用有哪些？

2. 促销区图片设计的两大要点是什么？

## 三、论述题

1. 简述促销区的分类及每一类的特点。

2. 简述将店铺公告做的吸引顾客的方法。

## 四、操作题

选择实训中未选择的一种商品，进行整个网店装修的操作，包括店招设计、促销区设计、店铺公告设计。