

目 录

1 硕果累累的小店店铺概况.....	1
1.1 水果类店铺发展现状	1
1.2 店铺现阶段发展分析	2
2 硕果累累的小店店铺视觉营销分析.....	2
2.1 店铺营销定位分析	2
2.1.1 店铺产品定位分析.....	2
2.1.2 消费者人群定位分析.....	3
2.2 店铺风格分析	3
2.3 店铺色彩分析	3
3 硕果累累的小店店铺视觉设计.....	3
3.1 店铺版式设计	3
3.1.1 首页版式设计.....	4
3.1.2 产品 1 详情页版式设计.....	6
3.1.3 产品 2 详情页版式设计.....	7
3.2 店铺文案策划	8
3.2.1 首页文案策划.....	8
3.2.2 产品 1 详情页文案策划.....	8
3.2.3 产品 2 详情页文案策划.....	8
4 硕果累累的小店店铺视觉效果制作.....	8
4.1 首页效果图制作	8
4.1.1 店招效果图制作.....	9
4.1.2 海报效果图制作.....	9
4.1.3 其他区域制作.....	10
4.2 产品 1 详情页效果图制作	12
4.2.1 主副图效果图制作.....	12
4.2.2 产品 1 详情页效果图制作.....	14

4.3 产品 2 详情页效果图制作	16
4.3.1 主副图效果图制作.....	16
4.3.2 产品 2 详情页效果图制作.....	18
5 总结.....	21
参考资料	22

硕果累累的小店淘宝店铺视觉营销设计方案

1 硕果累累的小店店铺概况

硕果累累的小店淘宝店铺成立于 2022 年，主要营销各种鲜果类产品，目标顾客很广泛，面向所有网民用户。硕果累累的小店，顾名思义“硕果累累”富含多种水果，各种鲜果，也寓意着丰收之季。

1.1 水果类店铺发展现状

随着科学技术的发展，网上购物的情况越来越普遍，生鲜水果也随之互联网化，人们随时随地可挑选自己喜欢的水果，且能够实现次日达，让人们的需要得到较快的满足，网络生鲜领域市场也因此得到了越来越多的关注。

生鲜水果类网店商城分布情况，如图 1 所示。

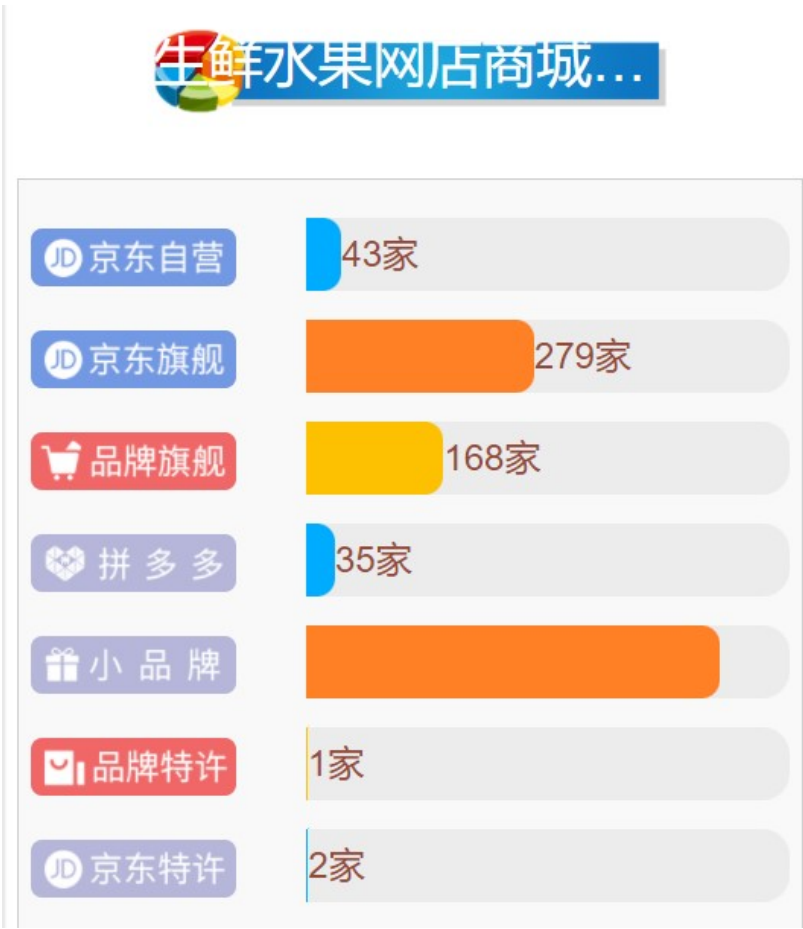


图 1 生鲜水果类网店商城分布情况

1.2 店铺现阶段发展分析

硕果累累的小店淘宝店铺现阶段主要销售生鲜水果类产品，且店铺目前主要经营的水果类型为浆果类和热带类水果，其营养价值高且果肉香甜。

水果品类专业分类图，如图 2 所示：



图 2 水果品类专业分类图

2 硕果累累的小店店铺视觉营销分析

2.1 店铺营销定位分析

鲜果类行业的竞争力越来越大，面对同行的竞争，需要从三方面进行策略营销，第一方面是产品整合营销策略；第二方面是价格整合营销策略；第三方面是服务整合营销策略。产品整合策略：将不同产品间以各种形式搭配进行组合销售，将产品以销量和利润率进行分类组合。价格整合策略：同类同质的商品，价格相似或者偏低；同款不同质的商品，就按照质量的不同来制定价格；新产品的价格须要通过市场论证后制定等。服务整合策略：由客户售前服务，客户售中服务、客户售后服务组成，主要提高客户对服务的满意度、对产品的信任度和对店铺的忠诚度。

2.1.1 店铺产品定位分析

该店铺主要销售的产品是热带类水果和浆果类水果。这两类水果既满足了客户对水果的日常摄入量，也丰富了客户对水果的多样性需求。客户在购买水果时

可以不再单一的考虑对其营养的汲取，也能得到口感上的满足，购买的频率也会大大提高。

2.1.2 消费者人群定位分析

经济的持续增长，生活水平的不断提升，人们不再仅满足于日常的一日三餐，开始追求更高质量的生活状态，饭后水果、餐前水果，变得越来越普遍。同时人们的经济收入也在提高，这为人们追求更高质量的生活提供了经济上的保障。而我们主要面向的消费群体包括在校大学生，社区居民，以及上班族等，消费群体相对广泛，可以说广大人民群众就是鲜果类市场最大的消费群体。

2.2 店铺风格分析

本店铺主营鲜果类产品，因此本店铺的风格主要以绿色清新自然为主，为消费者营造一种安全干净营养健康的感觉，从视觉上增强一点客户对店铺对产品的信任感；而这样的视觉效果也能给客户留下更深一点的印象。我们在设计首页、详情页的时候，都是以清新自然为主，与本店产品相呼应，整体的色调、排版都给人清新、自然的感觉。

2.3 店铺色彩分析

本店铺首页的背景色彩主要采用淡绿夹杂着淡黄为主，淡绿色是给人清新、自然的感觉，淡黄色有秋收的感觉；店铺的两张详情页的背景色分别采用的是绿色和黄色，因为所选的两种水果是猕猴桃和芒果，绿色既是自然的颜色也是猕猴桃的颜色，黄色是芒果的颜色，采用相似的颜色做背景色，能让画面更具整体感，画面呈现更和谐。

3 硕果累累的小店店铺视觉设计

随着信息时代的到来，电子商务孕育而生，网上购物成了大家日常生活的一部分，而随着电商的日益发展，网上店铺的数量层出不穷，店铺间的竞争也愈发激烈。从大数据分析可知，一个店铺受欢迎与否，与这个店铺的视觉设计也存在着较大的关联。消费者任意点开一个商品时，第一眼看到的是产品的主图，其次可能是副图，也可能是详情页，甚至是首页，因此做好店铺视觉营销设计是至关重要的。第一步是版式图的设计与制作，版式图是效果图的前身，只有先设计出合适的版试图才能在此基础上制作出更完美的效果图。

3.1 店铺版式设计

在版式图设计中，先确定各个板块的基本大小布局，再依次对各个板块进行更细一步的排版；还需确定整个版式图的风格类型，使这个版试图处于一个整体中，让画面更和谐。可以从销售的产品角度寻找设计灵感，比如产品类型，产品作用和产品功能等；设计出更具产品特色的版试图。

3.1.1 首页版式设计

在顾客进入一个店铺的时候，给顾客留下第一印象的就是这个店铺的首页视觉营销设计图，所以一个店铺的首页视觉设计要如何做到最大程度上吸引且留住客户，是至关重要的。那么有明确的区域划分是正确设计理念之一，一个好的店铺首页设计，往往从最顶部起是店招、导航，然后依次往下就是全屏海报区域、优惠券区域、主推产品区域、产品分类区域、产品展示区域、页尾设计区域等多个区域组成。

首页版式设计如图 3 所示：

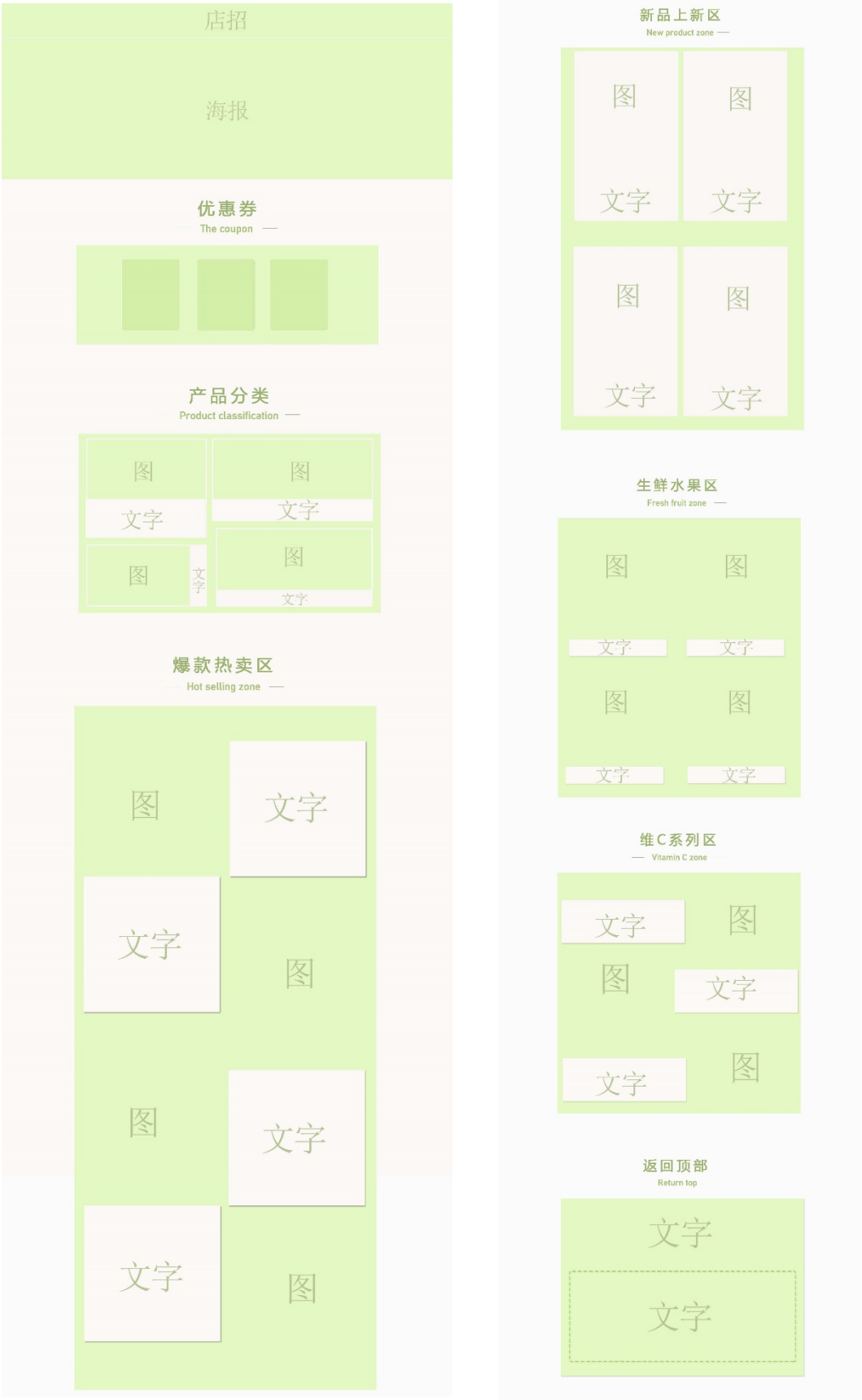


图 3 首页版式设计图

3.1.2 产品 1 详情页版式设计

消费者在浏览一个商品时，主要查看的是这个商品的详情页，故而此时详情页的呈现大概率决定了消费者对店铺的第一印象，所以产品详情页的设计如何做到最大程度给顾客留下一个好的印象，在此刻也显得尤为重要。产品详情页版式图，主要包括：首页 banner，产品卖点区，产品信息区，细节展示区，购买须知区这几个区域。

产品 1 详情页版式设计如图 4 所示：

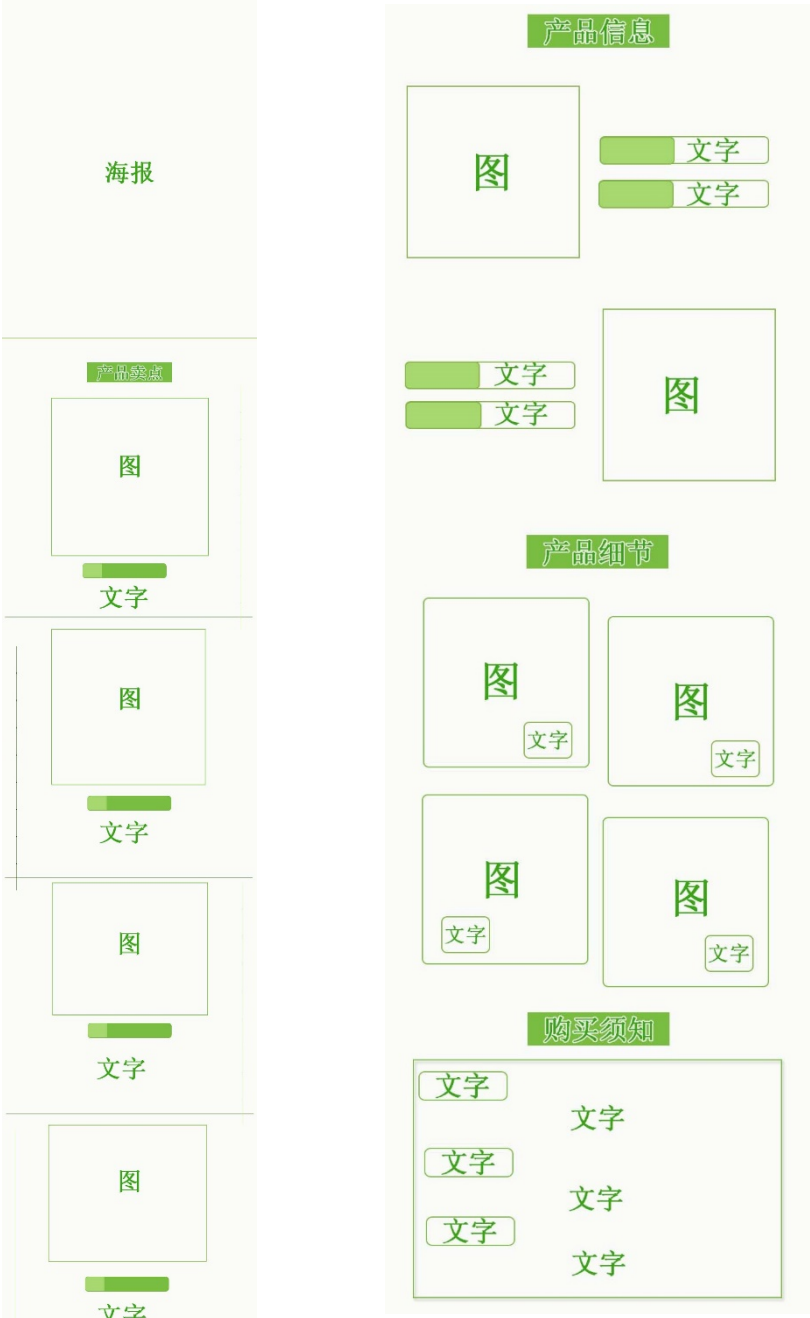


图 4 产品 1 详情页版式设计图

3.1.3 产品 2 详情页版式设计

消费者在浏览一个商品时，主要查看的是这个商品的详情页，故而详情页的呈现是消费者对店铺的第一印象，所以产品详情页的设计如何做到最大程度上留住客户，就显得至关重要。产品详情页版式图，主要包括：首页 banner，产品卖点区，产品信息区，细节展示区，购买须知区这几个区域。

产品 2 详情页版式设计如图 5 所示：

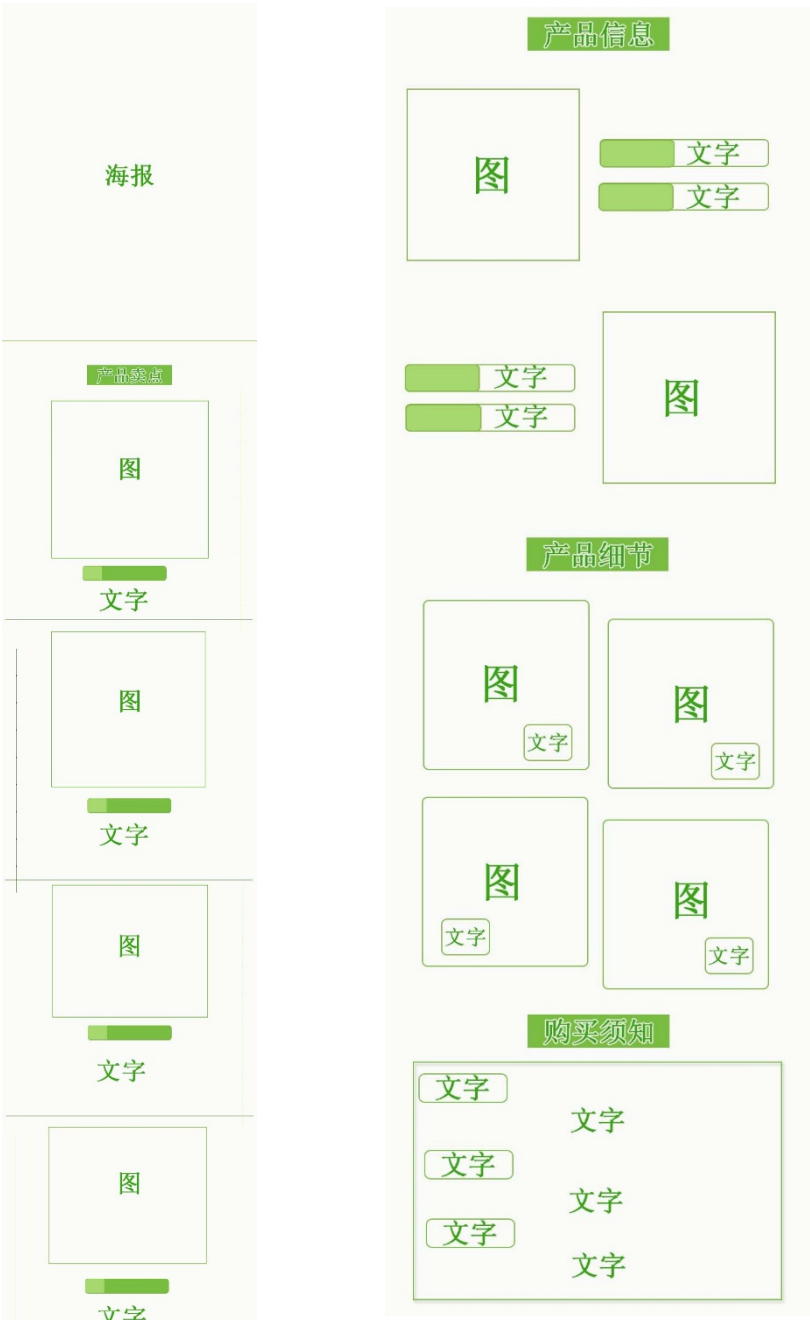


图 5 产品 2 详情页版式设计图

3.2 店铺文案策划

好的文案更能够激起消费者的购买欲望，做好文案策划，让店铺设计更具吸引力，文字的魅力是不可忽视的。文案要突出卖点，引人入胜。

3.2.1 首页文案策划

首页文案设计是店铺文案策划的核心，首页文案主要包括店招区域、导航区域、首页海报区域、主推产品区域等区域的文案策划。店招文案策划主要包括店标，搜索栏，收藏店铺，对于“收藏店铺”文字可在一旁稍做装饰吸引眼球。首页海报的文案篇幅要大，起到宣传的作用；可中英结合，既能满足更大范围的宣传作用，也能修饰整个海报的设计，不显单一。主推产品的文案可分为三个部分，产品名称、产品价格、点击购买，其字体不可超过三种，且颜色不可过于丰富，大小也需正确选择，使画面具有层次感又不显杂乱。

3.2.2 产品 1 详情页文案策划

产品 1 详情页的文案策划主要在于情景海报、产品信息、产品卖点和购买须知几个区域。首先情景海报的文案策划可以从利益点出发，使用宣传文案，字体方正，颜色亮眼，文案精辟。而产品信息文案更偏向中规中矩，没有过多的情感，仅是对产品客观的描述。在产品卖点的文案策划上可以使用软文营销的理念，以更形象生动的描述来引起消费者的共鸣，用文字的魅力吸引住客户。在购买须知中同样可以使用更得当的语言表达店铺的相关售后服务机制，委婉且清晰的告知到客户本店铺的相关服务原则。

3.2.3 产品 2 详情页文案策划

产品 2 详情页的文案策划与产品 1 思路大致相同，主要也是在于情景海报、产品信息、产品卖点和购买须知几个区域。首先情景海报的文案策划可以从利益点出发，使用宣传文案，字体方正，颜色亮眼，文案精辟。而产品信息文案更偏向中规中矩，没有过多的情感，仅是对产品客观的描述。在产品卖点的文案策划上可以使用软文营销的理念，以更形象生动的描述来引起消费者的共鸣，用文字的魅力吸引住客户。在购买须知中同样可以使用更得当的语言表达店铺的相关售后服务机制，委婉且清晰的告知到客户本店铺的相关服务原则。

4 硕果累累的小店店铺视觉效果制作

4.1 首页效果图制作

首页整体设计采用的是绿色系，绿色给人一种清新自然的视觉效果，且绿色是大自然的颜色，寓意着健康安全，这非常适合应用于鲜果类产品视觉营销设计的填充色。

4.1.1 店招效果图制作

店招包括：店铺 LOGO、店铺的名称、关注店铺、店招分类导航、收藏店铺。

店铺的 LOGO 是一个店铺的缩影。所以店铺 LOGO 的设计要突出店铺运营的产品类型，店铺的风格以及店铺的名称。在这些基础上店铺 LOGO 也要是一目了然的，要具有设计感，这能给消费者留下更深刻的印象。本店铺 LOGO 主要是由店铺名称设计而来，“硕果累累的小店”也展现出了店铺的产品类型是鲜果类产品。在店铺 LOGO 旁边是关注店铺，能增加客户的关注量；收藏店铺在右上角，在店铺 LOGO 的对称位置，视觉上起到平衡感。下方是店招分类导航，可以根据客户需求跳转页面。

店招设计效果如图 6 所示：



图 6 店招设计效果图

4.1.2 海报效果图制作

首页海报设计符合主题，以绿色为主，以红绿水果盘做装饰，文案放置海报中间位置，深绿色做背景色，与图中绿色水果相称；而绿色与红色又为互补色，视觉冲击感强，使画面更突出形象。文案字体方正大气，又用矩形框增加海报层次感，中英文字体结合使用，中文字体重点突出内容，英文字体既有辅助作用又起修饰作用。背景中的不规则形状，给海报增添了设计感，不显呆板，更鲜活。

首页海报效果如图 7 所示：



图 7 首页海报效果图

4.1.3 其他区域制作

其它区域的制作包括：优惠券区、产品分类区、爆款热卖区、新品上新区和页尾区这几个部分。优惠券区域分为三部分组成，分别是 5 元、10 元和 20 元优惠券。产品分类区分为四个部分，最外层是一个无描边的浅绿色矩形框，采用上图下文的布局方式，文字部分用无描边的白色矩形框修饰，字体加粗颜色与背景色同色系。爆款热卖区，外层与产品分类区类似，以一个无描边的浅绿色矩形框为背景层，采用左图右文的形式布局，文字部分以白色矩形框为底色，价格部分采用黑色字体，突出显示，配有“立即抢购”文案，字体为红色，醒目。新品上新区布局与爆款热卖区类似，采用的是上图下文的布局方式，多种布局方式共同使用，可减少整体的单一性。页尾区“温馨提示”四个大字，吸引客户的关注，增加客户停留时间，提高客户的下单率。

其他区域效果图如图 8 所示：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/335231034223011144>