

目 录

1	网店视觉设计需求分析	1
1.1	项目背景	1
1.2	项目需求分析	1
1.3	色彩设计	2
1.4	字体规范	2
2	网店页面原型图分析与设计方案	3
2.1	首页	3
2.2	搜索结果页	5
2.3	Banner 页	5
2.4	商品详情页	6
2.5	登录注册页	9
2.6	购物车	9
2.7	订单结算页	10
2.8	个人中心	11
3	网店页面视觉效果设计与制作	12
3.1	首页视觉设计与制作	12
3.1.1	设计思路	12
3.1.2	设计效果	13
3.2	搜索结果页视觉设计与制作	15
3.2.1	设计思路	15
3.2.2	设计效果	15
3.3	产品详情页视觉设计与制作	15
3.3.1	麦片巧克力产品设计思路	16
3.3.2	麦片巧克力产品设计效果	16
3.4	登录注册页视觉设计与制作	18
3.4.1	设计思路	18

3.4.2 设计效果.....	19
3.5 购物车视觉设计与制作	19
3.5.1 设计思路.....	19
3.5.2 设计效果.....	20
3.6 订单结算页视觉设计与制作	20
3.6.1 设计思路.....	20
3.6.2 设计效果.....	21
3.7 个人中心视觉设计与制作	21
3.7.1 设计思路.....	21
3.7.2 设计效果.....	22
4 总结	22
参考资料	24

青食网店视觉方案设计

1 网店视觉设计需求分析

1.1 项目背景

我国目前经济体系中，电商已经成为不可分割的一环。而从当下电商品类的发展来看，只要是跟产品销售相关的类目产品，其经营者基本上都会通过电商进行相应的辅助销售。也就是说随着电商的发展，电商吸纳了传统行业，而传统行业的进入又再一次壮大了电商的发展，循环往复之下电商目前已经成为我国经济体系中的重要一环，电商经营也已经成为传统行业的基本经营体系之一。所以就实体产业而言，在当下经济环境中，知名品牌基本上都会架设自己的独立网店，从而为品牌的发展“保驾护航”。

青食是青岛食品股份有限公司的品牌。青岛食品股份有限公司创建于1950年，主要生产饼干面食品、花生制品、红小豆制品、巧克力糖果、调配米粉、休闲食品、奶粉等七大类100多个花色品种，“青食”产品畅销全国，远销海外，在国内外市场具有较高的知名度和美誉度。“青食”牌钙奶饼干、花生酱、红豆馅、高粱饴等产品多次荣获国家银质奖、全国优秀儿童食品奖、轻工业优质产品等荣誉称号。近年来，“青食”牌钙奶饼干被评为山东名牌产品，“青食”牌红豆馅、花生酱被评为青岛名牌产品，“青食”商标被认定为省著名商标，“青食”牌产品被授予国家质量达标信誉品牌。不过目前对于青食品牌而言，其公司的电商经营思路还是靠传统电商平台，比如借助京东平台进行产品的线上销售，就目前市场销售情况而言，青食公司急需一个具有购买功能的独立品牌网店。

1.2 项目需求分析

青食品牌产品主要以饼干制品为主，属于食品品类中的休闲零食一类。其对应的目标消费者主要以儿童和老年人群体为主，首先这部分消费群体在消费能力上有所困难，对于复杂的网页设计也往往容易找不到视觉重点，并且对于产品的营养质量有较高要求。以其为目标受众，进行网站设计，必须直观的展现出产品营养丰富，价格低廉的特点，以产品特质来感染消费者。

就目前青食品牌而言，最能够与消费者引起共鸣的就是产品本身的美食属

性。单纯就零食产品而言，饼干类产品具有非常高的能量补充价值，并且本身青食品牌的产品包装精美，便于携带。而饼干类产品本身制作工艺并不复杂，成本较低。对于没有消费能力的儿童以及消费能力较弱的老年群体而言，产品价格在很大程度上决定了最终的购买力度。所以在网站设计的过程中除了针对性的产品描述以外，还要凸显出产品的促销力度，以及相应的销售方案，从而提高产品的性价比。

1.3 色彩设计

青食品牌本身以饼干类产品为主，并且热门产品的红黄色搭配的外包装经过长期销售，已深入人心，所以网站的标准颜色应该以产品包装色彩相关联。所以网站整个底色应该以亮黄色为主，其中点缀红色的元素。而为了突出产品的层次感，在底色选择上，应使用深浅橙黄色进行不同区域的区分。（如图1所示）



图1 标准色（深橙、过渡橙、浅橙）

1.4 字体规范

字体使用方面，本身产品属于日常休闲零食，因此采用字形相对圆润的字体进行网站设计，可以给消费者一种能量充足的心理暗示。所以整个网站的字体规范以微软雅黑和华光准圆两种字体为主。（如图2所示）

青食（微软雅黑）
青食（华光准圆）

图2 标准字体

2 网店页面原型图分析与设计方案

2.1 首页

首页方面整体布局分为七个版块，其中店招部分就产品 logo、广告语进行介绍，并加入相应的优惠券领取等功能。第二个版块是对网站区域进行分类，设置导航条。之后是 Banner 图区域，通过第一屏大篇幅的内容向消费者展现网站产品。之后是品牌介绍、产品分类推荐等板块，最后是页尾部分，对青食品牌对于购物指南、会员专区以及企业新闻资讯等进行链接管理。（如图 3 所示）

2.2 搜索结果页

搜索页是整个网站的搜索功能呈现，具体搜索功能所呈现出来的是针对产品的搜索结果。在搜索页方面，除了店招、导航条以及页尾固定区域之外，整个版式以搜索结果和推荐产品为主。（如图 4 所示）

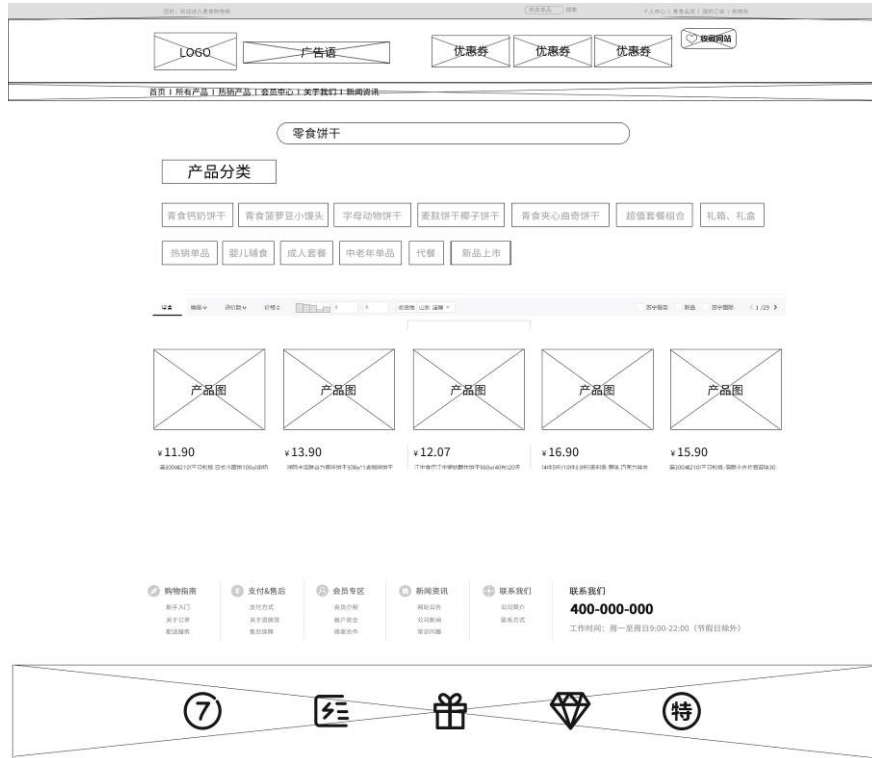


图 4 搜索结果页原型图

2.3 Banner 页

Banner 是网页导航图片，通常都体现了网站的中心主旨，因此需要格外精心设计，对于此部分，给出两种设计方案，都是以产品图与对应文案为主要设计内容。两种方案的区别在于整体布局上的不同，一种布局以突出产品图片为主，对应文案为辅；另一种布局则抛弃了重点的概念，以舒适的视觉效果为主。（如图 5、图 6 所示）

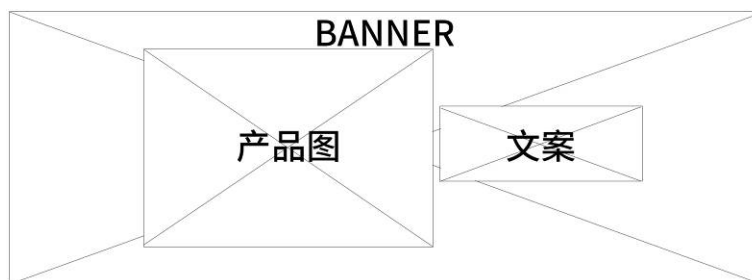


图 5 Banner1 原型图



图 6 Banner2 原型图

2.4 商品详情页

商品详情页主要功能与京东平台的宝贝详情页相类似。其中，除了 logo、广告语之外，针对产品主要信息展示方面，仍旧有左主图，右信息的形式进行展示。其中主图以正方形图片进行展示，右面是产品名称、配料以及规格相应信息。与京东详情页不同的是，作为网店的商品详情页，其在详情介绍方面，更加细致突出产品特质与产品的样式，可以方便消费者快速选择心仪产品。（如图 7 所示）





图 7 商品详情页原型图

2.5 登录注册页

登录注册页面将直接决定商铺会员数量的多少，也是网站的主要会员功能的提现，页面主要以登录功能和注册功能的入口为主。除了店招、导航条以及页尾固定区域之外，在页面的正中央是网站的登录方式选择。（如图 8 所示）

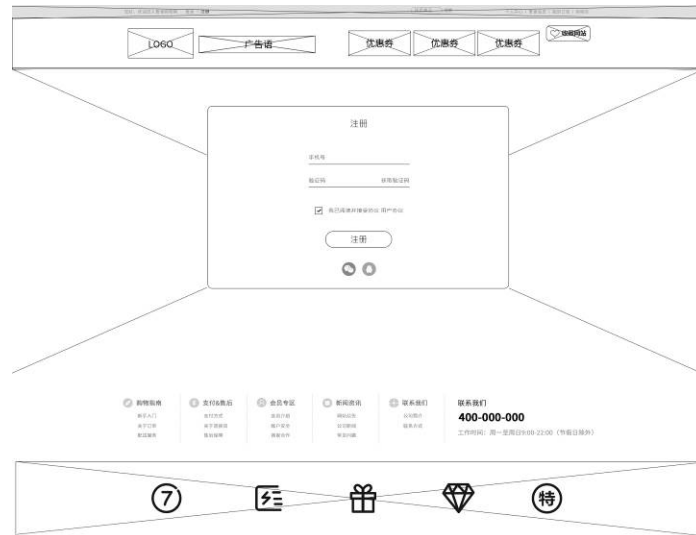


图 8 登录注册页原型图

2.6 购物车

购物车是网站购买功能的主要体现，也是商城类功能的重点，消费者可以通过选择产品加购物车的形式，集中订单一起支付，一次性完成产品采购。页面展示方面，除了店招、导航条以及页尾固定区域之外，购物车页面主要是对消费者选中产品进行整理和展示。之后，在全部商品上方，设置相应的隔日送达、增值发票以及个性服务等，作为营销布局方式之一。（如图 9 所示）

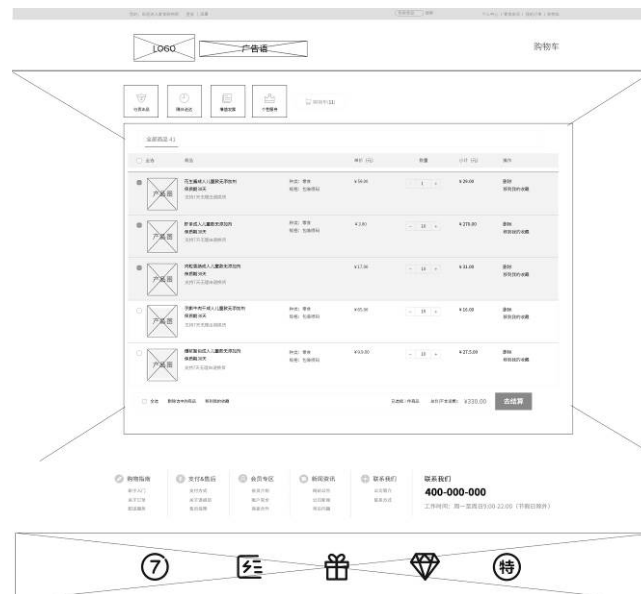


图9 购物车原型图

2.7 订单结算页

订单结算页面作为网站支付功能中最重要的一环，其页面主要功能是核对订单的信息，包括地址信息、支付方式以及产品购买信息三个内容。在页面的布局上需要依据销售人群特点进行设计。除了店招、导航条以及页尾固定区域之外，在订单支付功能中，加入了计算器，能够直接计算产品的最终支付价格，并直观看到优惠之前的价格，感受到商铺的活动力度。（如图10所示）

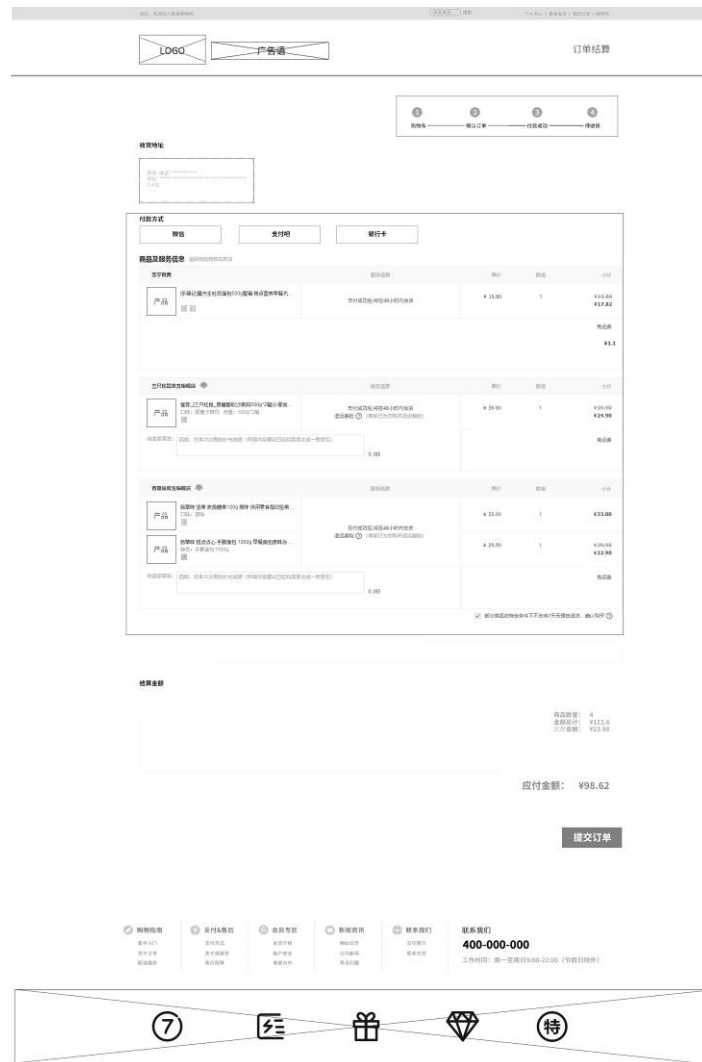


图 10 订单结算页原型图

2.8 个人中心

个人中心是整个网站的基础架构，直接链接到会员数据库。所以个人中心是会员在网站上的信息板块呈现，除了店招、导航条以及页尾固定区域之外，在主要区域展示会员账户信息、曾经在网站产生的订单，以及相应的会员等级制度。（如图 11 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/395340303113011144>