目录

1.设计背景 1
1.1 公司背景 1
1.2 设计目的 1
1.3 设计意义 1
2.设计思路 2
2.1 设计理念 2
2.2 设计规划 2
3.设计内容 2
3.1 品牌简介 2
3.2 首页店招分析 3
3.3 店铺热销推荐分析 3
3.4 首页店招设计 4
3.5 首页 Banner 海报设计 5
3.6 优惠券专区设计 6
3.7 店内爆款推荐设计 8
3.8 产品分类导航设计 10
4.小结 11
4.1 毕业设计成果特点 11
4.2 设计成果的实用价值 11
4.3 不足之处 12
参考文献 13

好来天猫旗舰店装修方案设计

1.设计背景

1.1 公司背景

随着消费者审美趋势的不断变化与个性化需求的日益增长，电商平台店铺的视觉呈现与交互体验成为了影响购买决策的关键因素。因此，本次设计旨在通过深入分析目标消费群体的偏好，结合好来牙膏的品牌文化与产品特性，打造一个既符合品牌调性又能激发消费者购买欲望的线上购物空间。设计需兼顾视觉吸引力与功能性，确保用户在浏览过程中能够便捷地获取产品信息，同时感受到品牌的温度与专业性。

在当前电子商务高速发展的大背景下，线上购物已成为消费者日常生活不可或缺的一部分，尤其是快消品领域，如口腔护理产品，其在线市场的竞争尤为激烈。好来牙膏，作为国内知名的口腔护理品牌，一直致力于提供高品质的口腔清洁解决方案，为了进一步提升品牌形象，增强市场竞争力，并优化用户体验，决定对天猫旗舰店进行全面的装修方案设计升级。

1.2 设计目的

好来的品牌理念是“美好因笑容而来”，为了更好的诠释品牌理念，该品牌根据不同的口腔护理，需求分别开发出针对性功效的系列产品，收货了不同阶层和年龄段的粉丝。在电商营销发展迅速的时代，网店销售是必不可少的。而好来品牌专攻的区域是线下各大商超，从而忽略了 PC 端的店铺首页设计。于是预期通过创新与细致的视觉传达策略，为好来牙膏品牌在天猫这一重要电商平台上构建一个既体现品牌文化底蕴，又符合现代审美趋势的线上展示窗口。达到强化品牌形象，优化用户体验，提升互动性与参与感，促进销售转化的目的，同时通过精心设计的商品展示、限时促销信息的突出展示、以及个性化推荐系统的应用，可以有效刺激消费者的购买欲望，有效提升转化率，为好来牙膏天猫旗舰店带来实质性的销售增长。

1.3 设计意义

店铺首页主要包括 logo、店招、Banner、优惠券、店内爆款推荐等板块组成，每个板块都具有着不同的意义。好来品牌历年以来是有一定知名度的，但是其网店的视觉营销严重缺少内容。如要更好的给大家展示品牌产品要做一些合理的优化，在突显品牌理念的前提下制作出亮眼突出的首页装修风格。一个新颖的店铺首页设计可以很好的吸引客户停留，并为品牌树立一个特别的形象提升客户对品牌的熟知度，同时能提高 DARLIE 好来旗舰店的转化率、点击率和成交额等等。通过积累实践经验，巩固电子商务专业知识，分析该店铺目前设计上的不足与缺陷，在设计过程中对电子商务内的文案写作、美工制作、数据分析提出具体的优化方案，从而提高日后在工作中，在不同企业内的竞争能力。

2.设计思路

2.1 设计理念

设计者进行色彩搭配与创新设计结合品牌的定位和风格，设计出符合 DARLIE 好来品牌理念的店铺设计方案，优化了店铺首页整体风格展现出品牌产品以“口腔护理”为目标和“美好因笑容而来”的品牌理念，设计出一个全新的店铺首页。采用蓝色为主，黄色和白色为辅作为搭配设计店铺首页，品牌产品以牙膏为主，采用蓝色为主色系更能体现出“清新口腔”，有序的排版能是客户一目了然产品以及活动介绍。合理的设计能很好地展现出产品的优势和优惠活动的介绍，还很好的诠释了品牌理念。

2.2 设计规划

通过对 DARLIE 好来品牌的发展历程进一步的了解，以及对品牌 PC 端店铺的基础分析。在这个展迅速的时代牙膏品类在逐渐增多，而 DARLIE 好来品牌作为从中脱颖而出的存在，店铺首页自然也应该是让人赏心悦目的。于是采用海滩清新配色为店铺整体的设计给客户带来眼前一亮色感觉，有序的排版配合流量较高的产品能很好的体现视觉营销效果，也能很好的展示出以“口腔护理”为目标和“美好因笑容而来”的品牌理念。当下而 DARLIE 好来旗舰店首页内容还有些缺少，所以做了一些恰当的增加和优化，店招进行了简化方便客户查找所需商品，Banner 海报设计，增加了优惠券专区、店内爆款推荐、产品分类导航、底部信息等等，改善了店铺单一的排版问题，丰富了首页内容、有序地排版能给客户带来焕然一新的体验，从视觉上产生营销效果，促使客户在店铺内产生消费从而提高店铺的成交量和销售额。

3.设计内容

3.1 品牌简介

DARLIE 好来 20 世纪 30 年代，率先使用纯天然薄荷及天然香料配方，调配出了带有独特清凉口感的黑人牙膏。

图 1 品牌 logo

在第二次世界大战前产品已行销中国、新加坡及泰国各地。好来集团旗下的口腔护理品牌将启用公司创始中文名字“好来”，代替“黑人”名称。同时，好来集团将升级品牌定位，致力成为全方位口腔护理品牌的引领者，满足消费者更细致多样化、更高层次的口腔需求；也承诺会肩负起更强的社会责任，深入探索和实施各项能推动绿色可持续发展的措施和行动，并升级公益行动。更新后的“DARLIE 好来”品牌全线口腔护理产品将于 2022 年 3 月左右陆续推出市场。焕新后的全新品牌 Logo 上的中文名字“好来”，将采用拟人化设计，更具亲和力，标志性的绅士头像洋溢着自信的笑容，彰显笑容的感染力，闪耀的星星寓意笑容可以点亮每个人的生活。

3.2 首页店招分析

进入店铺内一眼能注意到的就是店铺的店招，如图 2 所示是品牌店铺原有的店招，在配色方面还是搭配的很好的，也巧妙的利用部分区域展现当下热销产品。不过在设计层面看来还是显得些许拥挤，采用的素材搭配有点过多了。复杂化的店招容易引起客户视觉疲劳，体现不出视觉营销的效果。所以在排版搭配方面还需要做一些合理的改善，巧妙的利用品牌产品特点和不同客户提供的需求相以结合来设计一款新颖的店招。

图 2 首页店招

3.3 店铺热销推荐分析

店铺热款推荐主要是推荐店铺产品，能够帮助店铺带来销量提升产品的转化率。而如图 3 所示，作为品牌的热款推荐区域，在排版布局方面是比较合理的，不过作为热款推荐产品展示有些缺少了，可以适当的增加几款商品，能更好的促进商品的转化率。毕竟 DARLIE 好来品牌销量较好的商品还是比较多的，于是决定增加布局多推荐几款产品，这样有助于店铺的点击量、转化率等等。

图 3 店铺热销推荐

3.4 首页店招设计

店招是店铺的招牌存在，在客户进入店铺能够第一时间对店铺有一个大致的了解。包括店铺 logo、广告语和店铺导航等信息，也可以推广活动以及产品，因此店招对于店铺来说是非常重要的。如图 4 所示，是 DARLIE 好来旗舰店首页设计内容：

首先新建一个浅蓝色背景文档，清新配色能够凸显口腔清新健康，再搭配品牌 logo 和品牌“美好因笑容而来”的广告语，能够增强客户对品牌的印象。具体步骤如图 7：

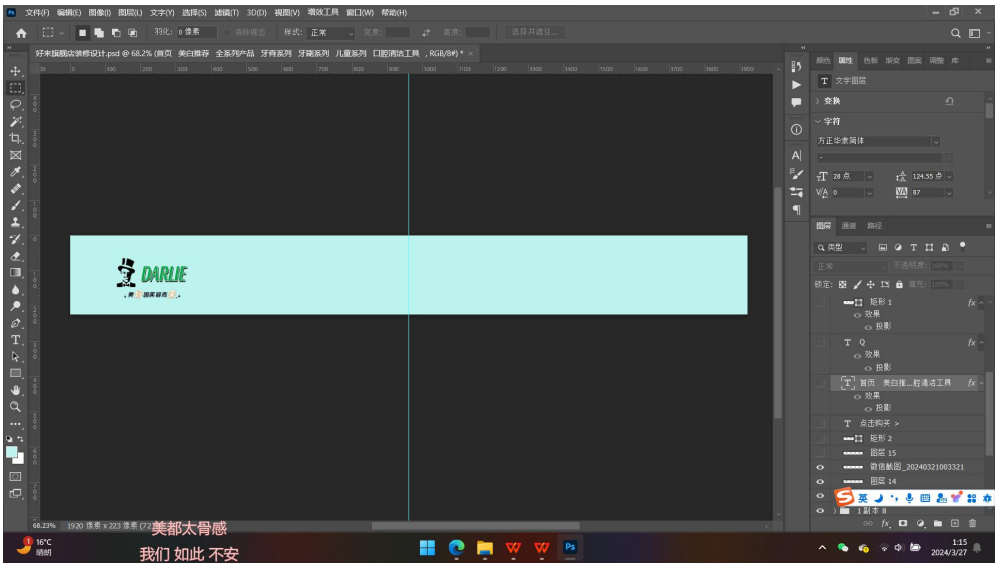

图 4 店招设计过程图 1

其次在品牌 logo 右侧增加上“首页、美白推荐、全系列产品、牙膏系列、牙刷系列、儿童系列、口腔清洁工具”分类区域，以及提供搜索框便于客户精准查找自己所需的产品。在店招最右侧添加上店铺内近期的热销产品“DARLIE 好来酵素美白牙膏”，这样能够让客户了解到品牌的基本信息，也能够了解到店铺的基本产品介绍。从视觉效果上促使客户停留，从而提高客户的停留时间和点击率，具体设计图如下：

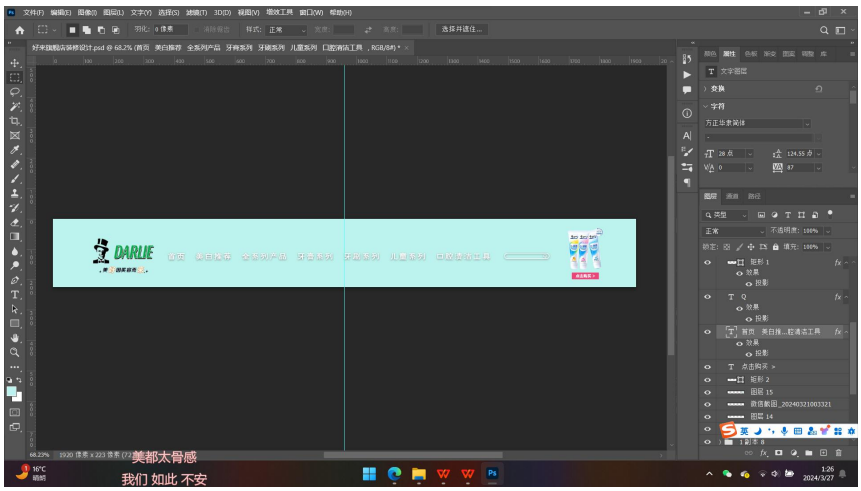

图 5 店招设计过程图 2

店招完整设计图展示如下：

图 6 店招完整设计图

3.5 首页 Banner 海报设计

Banner 海报图是店铺向消费者展示自家商品和形象的海报，所以对于店铺来说是尤为重要的。一个好的 Banner 海报图能够让消费者更容易了解店铺所销售的商品，从某种意义上来讲还能促进店铺的浏览量从而提高店铺的销量。如图 7 所示，是 Banner 海报图设计：

首先在选择蓝色系的时候就想到了沙滩，于是采用海边的形式制作海报，以沙滩、海水搭配制作成一个海边的状态，再加上海滩常见的遮阳伞、海星等等作为搭配。在相对应的位置展示出出品牌当下热销产品制作出一个投影效果。具体步骤如图 7：

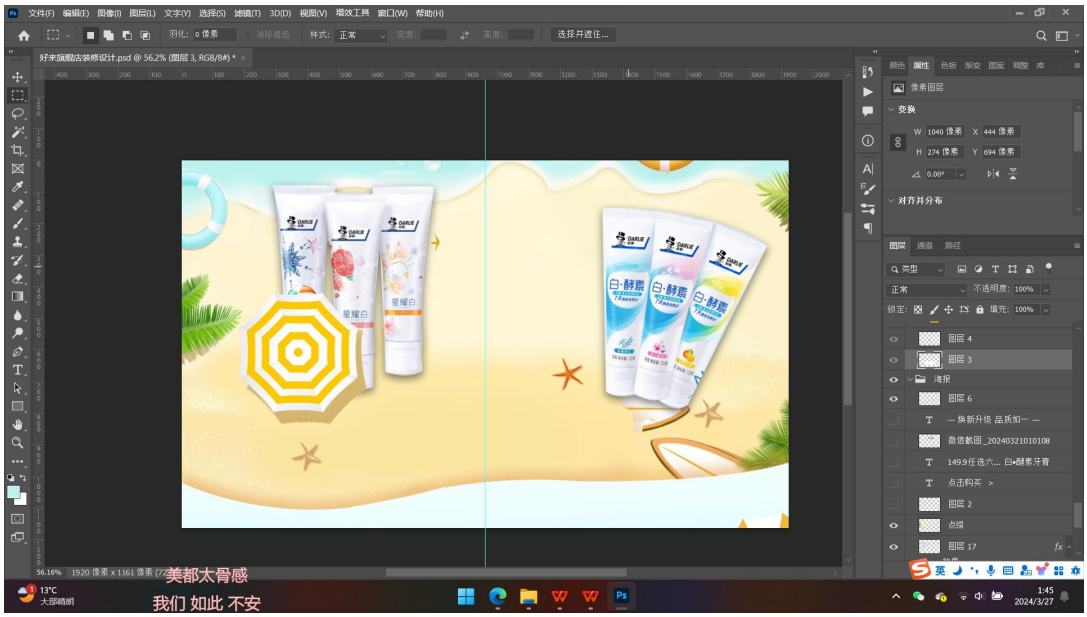

图 7 Banner 设计过程图 1

其次在产品中间空缺区域添加上“焕新升级、品质如一”、“活酵 • 溶渍科技、7 天挑战自然白”艺术字体，能更好的让客户了解到产品优势，在介绍内容下方标注产品活动吸引客户停留，在此增加点击购买引导按钮能促进客户有购买倾向使其消费，从而促进店铺的转化率以及销量，具体图如下（空白矩形工具是制作优惠券区域在下一节会详细解说）：

图 8 Banner 设计图过程 2

Banner 海报完整设计图展示如下：

图 9 Banner 海报完整设计图

3.6 优惠券专区设计

优惠券在店铺里面运用是比较广泛的，全店通用、单品优惠都是可以的。他的主要作用是提升店铺产品的转化率和提升店铺的流量，以及提高店铺整体的竞争力。

首先采用矩形工具制作一个背景色降低透明度，前面有介绍是以海边为主的搭配，于是优惠券区域采用冰块的素材显得清爽，在冰块的下方添加粉色，线条制作阴影。凉爽、清新能很好的体现出品牌产品，具体步骤如图 10：

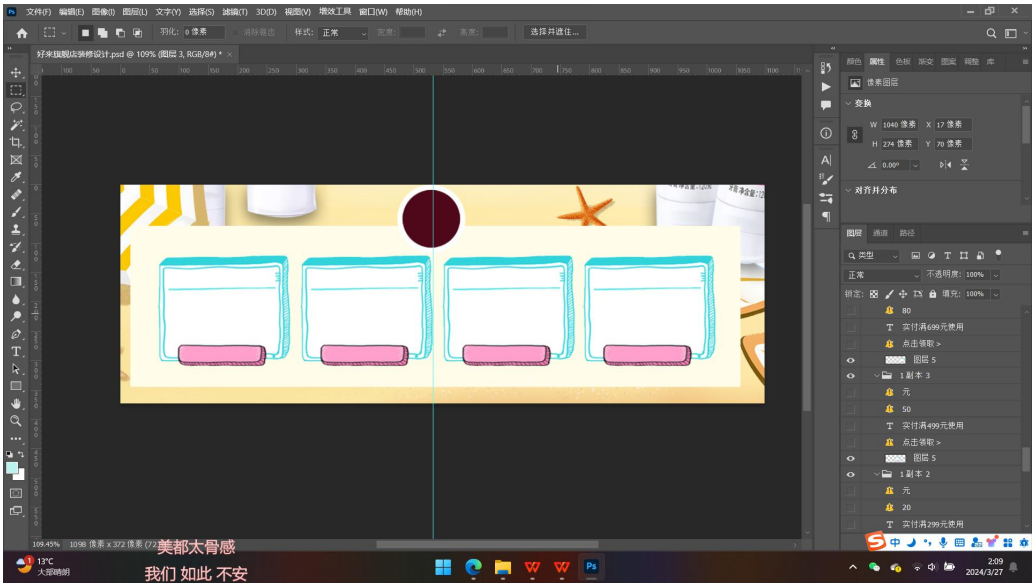

图 10 优惠券专区设计过程图 1

其次在上方圆形矩形工具内加入“券”，以及在冰块素材内加入当前所需要准备的优惠券，优惠额度根据当下产品进行适当调整。在粉色框架内加入“点击领取”艺术字体，具有特色的按钮搭配好看的字体能够吸引消费者的目光，从而引导点击进入了解。从而提升店铺的浏览量，若产生交易还能够提升转化率、成交量等等，具体图如下：

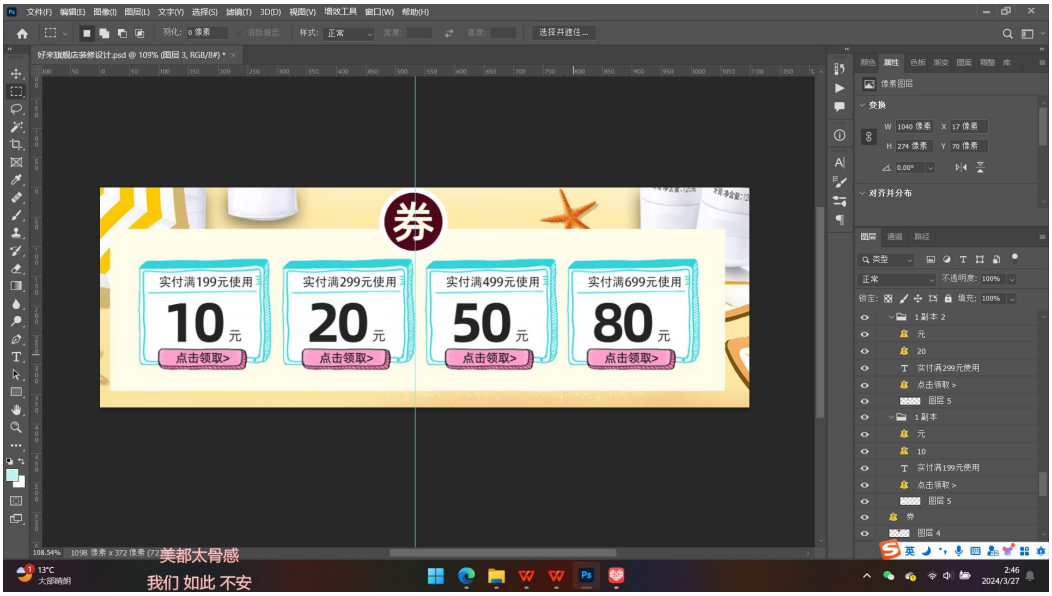

图 11 优惠券专区设计过程图 2

优惠券专区完整设计图展示如下：

图 12 优惠券专区完整设计图

3.7 店内爆款推荐设计

店内热款推荐主要是推荐店铺当下流量较好产品，或者在制作活动准备推广的产品。在这个展示位能够很好的展现产品优势，从而提升产品的销量，进一步也增加了店铺的转化率。

首先呢利用旗帜表示制作一个导航介绍“店内爆款推荐”，随之充分的利用矩形工具进行制作，再挑选分类区比较热门的几款商品进行各自摆放，并将产品的味道一一展示出来以便于客户进行了解，具体步骤如图 13 所示。

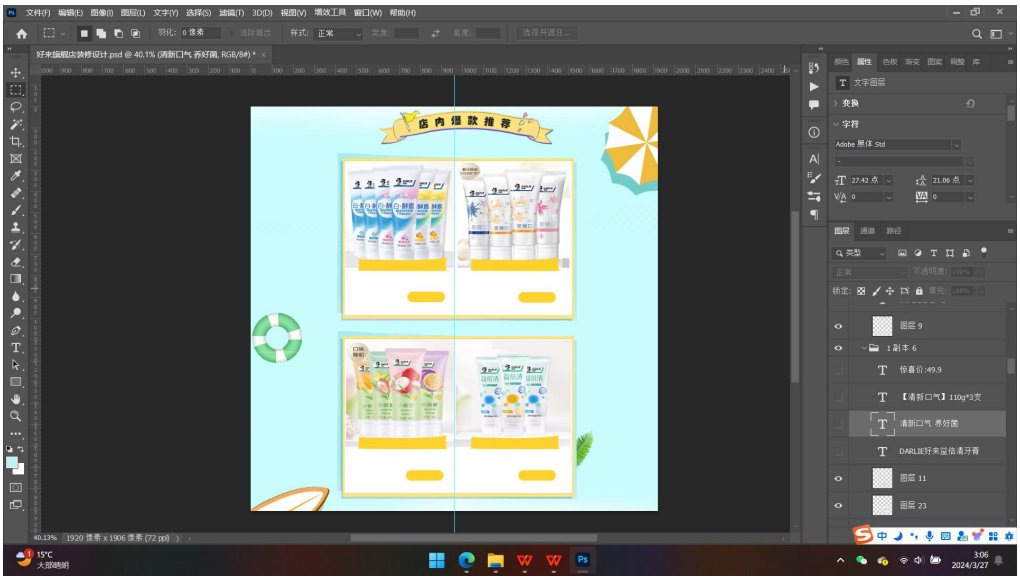

图 13 店内爆款推荐设计过程图 1

其次这次选出的产品名称都加入已经准备好的框架内，再将每款产品的功效以及产品的份量、活动价格添加在内以便于客户进行一个大概的了解。最重要的就是引导购买的按钮了，

客户有一个大概的了解之后可能会想要进一步的了解，这个引导按钮的存在就刚刚好，促使客户从本页面进行购买，不用转链接显得麻烦。产品的展示和购买的引导能进一步的提升店铺的转化率以及销售额。具体图如下：

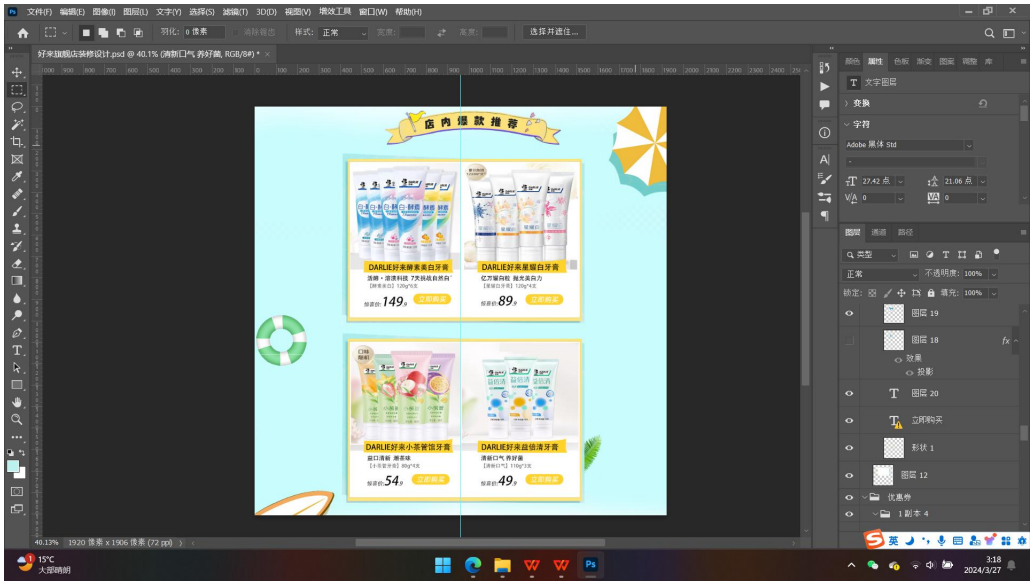

图 14 店内爆款推荐设计过程图 2

店内爆款推荐完整设计图展示如下：

图 15 店内爆款推荐完整设计图

3.8 产品分类导航设计

对于店铺来说产品分类导航也是非常重要的，它是将产品进行一个分可以有效的帮助消费者找到所需要的商品，一个清晰、合理的分类可以提高店铺的浏览体验，增加商品的曝光率，进而提高销售额。

首先还是跟热销产品的矩形工具运用是一样的，不过采用海边配色的话，热销产品的背景色为海面，而产品分类当行的背景为沙滩，起到一个承上启下的作用。让客户不会有视觉上的疲劳，同时能引起一种海边空气清新的感觉，使客户能够感受到品牌的用心，促进品牌在客户心里的分量，使其做到视觉营销的效果，具体步骤如图 16 所示。

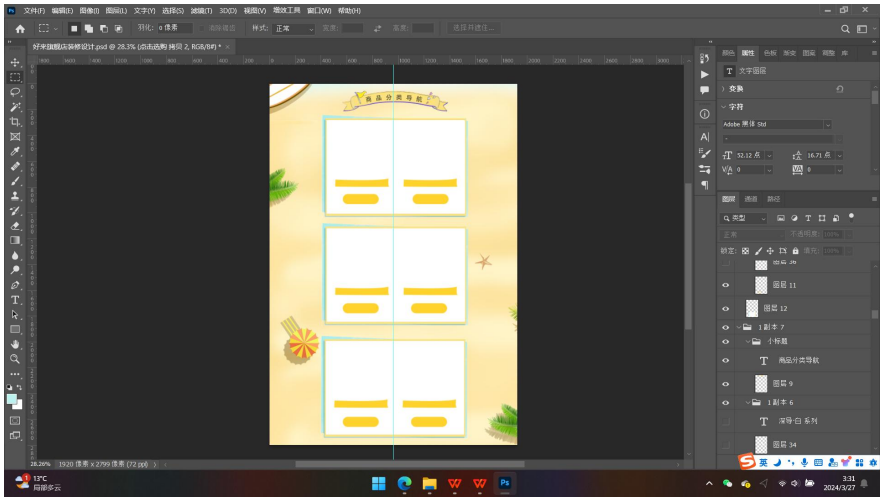

图 16 产品分类导航设计过程图 1

其次根据对 DARLIE 好来旗舰店的了解与分析，制作了六个分类“成人牙膏系列”、“儿童口腔护理系列”、“牙线盒装系列”、“深导•白系列”、“牙刷系列”、“洁牙 SPA 冲牙器系列”。从这六个分类就能很快滴了解到店铺产品，为了方便客户进行购买还制作了“点击选购”的引导按钮，从而促进店铺的点击率、转化率等等，具体设计图如下所示。

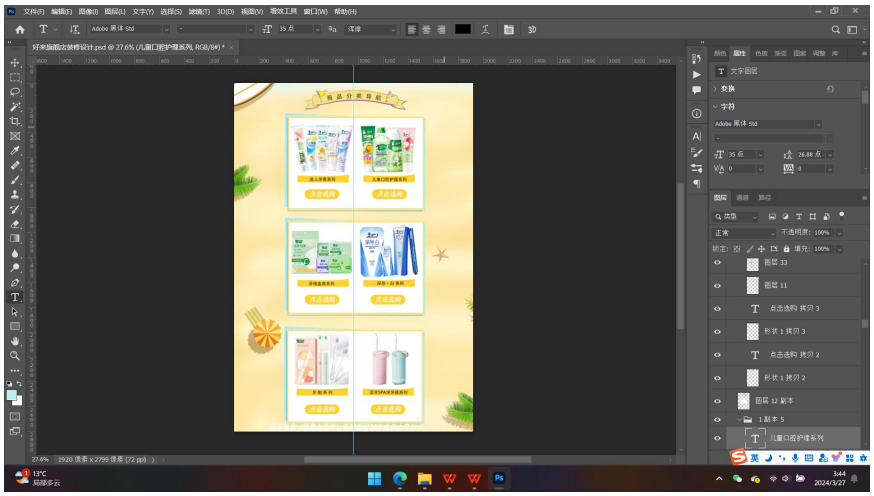

图 17 产品分类导航设计过程图 2

产品分类导航完整设计图展示如下：

图 18 产品分类导航完整设计图

4. 小结

4.1 毕业设计成果特点

此次设计完善了 DARLIE 好来旗舰店的首页设计，首页整体以清新为主题设计，有效的体现出了品牌“口腔护理”产品。店招采用 DARLIE 好来原有的 logo 设计搭配上浅蓝背景使店招整体来看清新脱俗。再者 Banner 海报设计采用的海滩风为主，制作出沙滩与海的碰撞，合理的布局产品位置与产品的精准介绍，以及产品活动介绍和购买按钮，从视觉效果上刺激客户产生消费冲动。依次增加了“优惠券专区”、“店内爆款推荐”、“产品分类导航”、“底部信息设计”四个板块，有序地排版充分展现产品，主次分明以产品优势为主，让客户对店铺产品一目了然，以及点击选购的按钮引导从视觉效果上刺激客户的消费冲动。在丰富店铺内容的同时也体现了品牌理念，能从视觉效果上吸引更多的客户，从而增加店铺的转化率、成交率等，也提升了客户对品牌的形象。

4.2 设计成果的实用价值

此次设计对 DARLIE 好来旗舰店进行了一些优化设计，在色彩搭配方面进行了调整，丰富了店铺整体内容。优化了海报设计，增加了优惠券专区、热销产品推荐等等，能促使客户

从视觉效果上感受 DARLIE 好来对店铺的用心，从而提升品牌在客户心里的形象。简洁有序的排版能够让客户浏览时不易产生视觉疲劳，促使客户在店铺进行停留，从中提升店铺的浏览量，产生消费后就能够提升店铺的转化率和成交额。

4.3 不足之处

此次设计仅仅只是对于 DARLIE 好来旗舰店当前的首页进行了相对应的设计，并未考虑到产品的主图、详情页等等进行优化设计，以及在之后还会出现各种电商类的活动，例如“618”、“双 11”、“318”、“年货节”等等，都是需要与时俱进根据当下所需进行相对应的更新的，以避免客户观赏一种风格产生疲劳。时代在不断进步所以作为店铺首页也要进行不断的更新，新颖的设计往往能更好的留住客户，从而促进店铺产品的曝光率，曝光率提高的同时转化率、成交率都会一一提升。

参考文献

[1] 李幸珊. 从线上直播带货看电商新格局——内容消费[J]. 产业创新研究,2023,(05):115-117.

[2] 马华芬. 活页式工作手册助力提升直播电商教学效果的探究[J]. 亚太教育,2023,(05):189-192.

[3]方琦,应永明,何洁. 吉林省农产品电商平台发展问题及提升策略研究——以吉林人参电商平台为例[J]. 科技和产业,2023,23(03):90-95.

[4]吴怡. 数字经济时代农村电商集群的发展路径研究[J]. 市场周刊,2023,36(01):79-82.

[5]李正华,刘芃希,葛世伦. C2C 电商平台刷评可信度及影响因素研究——以淘宝为例[J]. 江苏科技大学学报(社会科学版),2022,22(04):81-89.

[6]高峰,范丽玉,公茂刚. 农村电商产业空间分布特征与驱动因素探究——基于对环渤海地区淘宝村发展案例的分析[J]. 价格理论与实践,2022,(11):201-204.

文本复制检测报告单(全文对照)

№:BC202405102340551074750435 3　　检测时间:2024-05-10 23:40:55

篇名: 好来天猫旗舰店装修方案设计

作者:

检测范围: 中国学术期刊网络出版总库
中国博士学位论文全文数据库/中国优秀硕士学位论文全文数据库
中国重要会议论文全文数据库
中国重要报纸全文数据库
中国专利全文数据库
图书资源
优先出版文献库
大学生论文联合比对库
互联网资源(包含贴吧等论坛资源)
英文数据库(涵盖期刊、博硕、会议的英文数据以及德国Springer、英国Taylor&Francis 期刊数据库等)
港澳台学术文献库
互联网文档资源
源代码库
CNKI大成编客-原创作品库

时间范围: 1900-01-01至2024-05-10

检测结果

去除本人文献复制比: 3.3%

去除引用文献复制比: 3.3%　　总文字复制比: 3.3%

单篇最大文字复制比: 1.8% (“马丁先生”网店美工设计与实现)

重复字数:	[180]	总段落数:	[1]
总字数:	[5522]	疑似段落数:	[1]
单篇最大重复字数:	[98]	前部重合字数:	[0]
疑似段落最大重合字数:	[180]	后部重合字数:	[180]
疑似段落最小重合字数:	[180]		

指标: ☐ 疑似剽窃观点 ☑ 疑似剽窃文字表述 ☐ 疑似整体剽窃 ☐ 过度引用

相似表格: 0　　相似公式: 没有公式　　疑似文字的图片: 0

(注释: 无问题部分　文字复制部分　引用部分)

1. 202120530642-王晓倩-好来天猫旗舰店装修方案设计　　总字数: 5522

相似文献列表

去除本人文献复制比: 3.3%(180)　去除引用文献复制比: 3.3%(180)　文字复制比: 3.3%(180)

1	“马丁先生”网店美工设计与实现	1.8% (98)
	黄纲竞 - 《高职高专院校联合比对库》- 2020-04-27	是否引证: 否
2	“好来”牙膏的产品设计策略探析	1.5% (81)
	姜月 - 《大学生论文联合比对库》- 2023-05-31	是否引证: 否
3	“四叶草”网店美工设计	0.5% (27)