

淘宝店铺首页设计

薛龙

(三门峡职业技术学院 河南 三门峡 472000)

[摘要]:随着中国互联网的蓬勃发展,网络购物得到飞速发展。网络购物的兴起不仅给人们的生活带来了极大的便利与实惠,还带来了新的互联网经济模式,同时打破了原有产业格局,使得传统企业倍感压力。这其中发展最为迅速的是C2C网络购物市场。由于我国互联网普及及正处在高速发展期,C2C电子商务市场规模将保持持续快速增长。同时,网络购物正在逐步加深渗透,更多的品类加入网购行列,二线城市和农村市场也呈现快速增长。与之相应的网店维护经营等职业也应运而生,我们熟知的平面设计,网页设计,室内设计等等……的相关领域也全部打开市场。经过几年的大浪淘沙,目前国内C2C市场形成了淘宝,京东,唯品会等网商的群雄逐鹿的局面,以我的观察自认为目前带头的大哥依然是这个后起之秀的淘宝市场最为广阔。且不论C2C的市场如何,作为一名设计者只要有独特的设计理念是永远不会失业的。对于目前这样庞大市场红利我们要做的就是激流勇进,努力强化自身的力量方可立于不败之地。目前常见的平面设计项目可以归纳为十大类:网页设计、包装设计、DOM设计、海报设计、平面媒体广告设计、POP广告设计、样本设计、书籍设计、刊物设计、VI设计。在这诸多的平面设计项目中又延伸出了很多当下应用特别广泛的设计类型和设计市场。大到一个国家国旗的设计,小到一带手纸的包装设计。其实设计与我们是息息相关的,每天我们看到的事物都离不开设计者的思维创造。

[关键词] 视觉语言;海报设计;平面广告设计

1 概述/引言

1.1 选题缘由

(实际情况而定,维护店铺的工作与自身的技能息息相关)

1.2 本课题的研究情况描述

广告设计我们必须给他一个好的定位,这样我们才能更好的了解广告设计,

并且在社会生活中更好的运用它。平面广告的几个构成要素(1、图:包括插图、照片、漫画、彩色的画面等,平面广告中除了要运用文字之外,还要

还要御用图片进行视角诉求。一般情况下,图片的视觉更具有冲击力。

2、文字说明:文字主要是对图片的补充,或者是对某些意犹未尽的内容进行深度的说明。3、箱型框:这个是只用各种装饰线条或者花纹画的一个小箱子,放在平面广告的一角或者醒目的位置给阅读者以提醒。很多公司是用于给顾客提供优惠券、或者是说明活动规则等……4、企业的标示或者广告语:这些代表企业形象或者企业理念,的标准图案。5、文案:文案就是平面广告中进一步说明的广告内容文字)

所谓的平面设计,就是把不同的基本图形,按照一定的规则在平面组合成图案所表现出来的立体空间感,即用视觉语言来传递信息和表达观点。它的设计范围和门类非常广泛,如各种媒体、建筑、工业、环艺、装潢、展示、服装、广告等等,总之,有多少种需要就有多少种设计,具有广阔的发展前景。平面广告设计作品的概念元素,所谓概念元素是那些不实际存在的,不可见的,但人们的意识又能感觉到的东西。例如我们看到尖角的图形,感到上面有点,物体的轮廓上有边缘线。概念元素包括:点、线、面。平面广告设计作品的视觉元素:概念元素不在实际的设计中加以体现,它将是没有意义的。概念元素通常是通过视觉元素体现的,视觉元素包括图形的大小、形状、色彩等。平面广告设计作品的关系元素:视觉元素在画面上如何组织、排列,是靠关系元素来决定的。包括:方向、位置、空间、重心等。平面广告设计作品的实用元素:指设计所表达的含义、内容、设计的目的及功能。

广告是现代生活中必不可少的一种商业运作与活动,是对商品的一种可视化推销!在激烈市场竞争中,无论是国际还是国内的企业,都把提高设计水平作为提升竞争力的一种手段,从报纸到杂志、从电视到网络、从品牌到包装、从广告到形象设计,平面设计的功能和作用不断放大,其影响力涉及到社会生活的各个方面和各个行业。据不完全统计,目前从事广告设计的从业人员约30多万人,从事广告设计类人才培养的高等院校和教学机构近千家,而且还在不断的增加之中。对这样一支正在蓬勃兴起的文化产业大军,是发展市场经济不可缺少的重要力量。因此我们更应该重视广告教育!但是,长期以来,从业人员分散在不同的行业和领域,处在被边缘化的境地,没有明确的行业定位,没有自己的行业组织和学术机构。至于行业分工、行业标准,行业中介组织更无从谈起。面对经济和高科技飞速发展和平面设计相对滞后的局面,许多平面设计艺术的研究人员和从业人员心急如焚,纷纷要求改变现状,以求自身的发展空间。

1.3 本文要解决的问题和采用的手段

与美术、摄影、书法等其他艺术门类相比,中国当代设计体制的建设是不尽如人意的。首先,中国缺乏一个权威性的“中国设计师协会”,而仅有一些地方性或非官方的设计师组织;其次,中国设计缺乏政府支持的一个全国性设计大展,这与国际上一些重视设计的国家行为很不一样;最后,与上述体制相联系,中国设计也缺乏相应的批评、出版、学术交流等机制,这对于作为一门艺术来发展的设计是极其不利的。令人遗憾的是,上述这些判断几年之后依然没有得到质的改观。当下正值网商红利爆棚阶段从事平面设计的工作机会和机遇便会有了很高的提升空间,熟练的应用各种平面绘图软件在未来才会有更好的发展前景。

1.4 概述研究成果及意义

1.4.1 设计表现的意义

设计家的特殊的语言:设计师的想象不是纯艺术的幻想,而是把想象利用

科学技术使唤之转化为对人有用的实际产品。这就需要把想象先加以视觉化,这种把想象转化为现实的过程,就是运用设计专业的特殊绘画语言。把想象表现在图纸上的过程。所以,设计师必须具备良好的绘画基础和一定的空间立体想象力。设计师只有精良的表现技术,才能在绘图中得心应手。才会充分地表现产品的形、色、质感到遗憾,引起人们感觉上的共鸣。设计师面对抽象的概念和构想时,必须经过具体过程。也就是化抽象概念为具象的塑造,才能把脑中所想到的形象、色彩、质感和感觉化为具有真实感到遗憾的事物。设计的过程是非常微妙的。一个好构想会瞬息即逝,设计师必须立刻捕捉脑中的构想才行。设计是一项为不特定的对象所做的行为,往往要超越国界、时空等距离。可以用语言、文字来描述、传达。但是,作为人类共同语言,设计者必须具备的又不可缺少的技能——绘图。绘图的意义就像音乐家手中的五线谱一样。一目了然。所以说,设计表现的表达能力是每一位设计者应具备的本领。

1.4.2 推销产品的武器

许多产品设计公司,在生产出新型产品时,要推销产品,运用摄影技巧,加上精美的说明文,作广告宣传。但是摄像机无法表现超现实的夸张的富有想象力的画面。这时运用绘画专业的特殊技法,效果上更突出。因为人类具有很强的表现能力,可以随意添加主观想象,将产品夸张或有意的简略概括。与摄像机相比,表现图比摄像机拍出的产品多了几分憧憬和神秘感到遗憾。照相机技术无法满足无穷无际的想象。所以说,设计表现图是推销产品的武器。

1.4.3 快速

现代产品市场竞争非常激烈,有好的创意和发明,必须借助某种途径表达出来,缩短产品开发周期。无论是独立的设计,还是推销你的设计,面对客户推销设计创意时,必须互相提出建议,把客户的建议立刻记录下来或以图形表示出来。快速的描绘技巧便会成为非常重要的手段。

1.4.4 简单;粗暴

一个好的平面设计可以传达出更为简单粗,暴最为直接的销售者销售诉求。使消费者更能直观接受,了解。诱因消费者的消费欲望。

2 研究工作的基本前提

起码要有一定的美术基础,这样在色彩感觉,对形体的把握和画面的构图上会有一定的优势,而且学过美术也证明你有一定的定力和对艺术的兴趣。这里有一个误区就是有人会觉得去学习班学会photoshop,coreldrw等平面软件自己就走上这条路了,殊不知这样只能算是制作的标准,而且软件还要特熟才行。所以说软件只是当代平面设计的工具,就像是光会拿笔并不能说明就会写字是一个道理!

2.1 方案的拟定

以下是我对我所了解的平面设计之分析后所得到的基本方案拟定:

1、爱好平面设计 2、平面设计师知识结构; 3、设计排版构成; 4、色彩构成; 5、平面设计的细节把握,处理; 6、怎么与客户对接广告设计; 7、各类广告载体的制作工艺、设计要求; 8、corelDRAW、photoshop

3 平面广告设计的基本理论

3.1 版面组合

交给印刷厂复制的末稿,必须把字样和图形都放在准确的位置上。现在,大部分设计人员都采用电脑来完成这一部分工作,完全不需要拼版这道工序。但有些广告主仍保留着传统的版面组合方式,在一张空白版(又叫拼版pasteup)上按各自应处的位置标出黑色字体和美术元素,再用一张透明纸覆盖在上面,标出颜色的色调和位置。由于印刷厂在着手复制之前要用一部大型制版照相机对拼版进行照相,设定广告的基本色调,复制件和胶片,因此,印刷厂常把拼版称为照相制版(camera-ready art)。在设计过程的任何环节——直至油墨落到纸上之前——都有可能对广告的美术元素进行更改。当然,这样一来,费用也可以随环节的进展而成倍地增长,越往后,更改的代价就越高,甚至可能高达十倍。

3.2 认可

文案人员和美术指导的作品始终面临着“认可”这个问题。广告公司越大,客户越大,这道手续就越复杂。一个新的广告概念首先要经过广告公司创

意总监的认可,然后交由客户部审核,再交由客户方的产品经理和营销人员审核,他们往往会改动一两个字,有时甚至推翻整个表现方式。双方的法律部再对文案和美术元素进行严格审查,以免发生问题,最后,企业的高层主管对选定的概念和正文进行审核。在“认可”中面对的最大困难是,如何避免让决策人打破广告原有的风格。创意小组花费了大量的心血才找到有亲和力的广告风格,但一群不是文案、不是美工的人却有权全盘改动它。保持艺术上的纯洁相当困难,需要耐心、灵活、成熟以及明确有力地表达重要观点、解释美工选择理由的能力。

3.3 论述海报设计的主要方法和内容

海报设计的主要方向便是要有充分的想象力和不失卖点的创意思路;下面由我浅谈下我对创意设计方面的感悟:

1) 务实原则:了解了该知道的讯息以后,再开启智慧思想。一定要有耐心去探求消费者、市场情况、产品的详细说明以及制定下来的广告策略。不要让客户感觉到我们的广告是外行人做的广告。

2) 骨气原则:每个创意人都渴望叫座又叫好的广告,个人天分固然关系

键,客户能否接受以及个人的机遇也是影响因素。无论你的天分是否被埋没,无论你是否自认平凡,既然你选择了创意这个行业,要有“别人也会想到的想法,我不用!”的骨气。目的在于激励自己超越平庸,避免满足自己六十分创意的惰性。

设计的学习可能有很多不同的路,因为这是有设计的多元化知识结构决定的,不管你以前是做什么的,不管你曾经如何如何,在进入设计领域之后,你以前的阅历都将影响你,你都将面临挑战与被淘汰的可能,正如,想要造就伟大永远不可能是依赖人们的主观愿望所能达到的一样……因此,平面设计的目标就是:创造出富有生命力的图形物体形态。其过程是复杂的,包括:创造力动感;创造对外力的反抗感;创造生长感;创造整体感;打破朦胧感等。设计亦是在创造生命。

参考文献

[1] 杨琴.现代平面设计的创意性研究[J].大众文艺,2016,(16):106.

[2] 梁晶.色彩心理因素在广告设计中的表现[D].西北大学,2013.

[3] 苏志岩.平面设计的视觉语言研究[D].河南大学,2006.

浅谈180度动态双目真3D在VR技术中的现实作用

王庆

(重庆工贸职业技术学院 重庆 408000)

追求身临其境的沉浸感,是VR技术的核心,但人眼的视觉范围是有限的,要做到这一点,不一定非要所谓的720度(左右及上下,双360度)的全包围影像才行,或许改变一下思路,便可以更加轻松地实现更加接近真实场景的VR效果,同时大大降低生产成本,从而加快VR技术的落地。

一、人眼的3D视觉特征

人眼的3D视觉是基于双目视觉来实现的,人眼的视角范围很大,一只眼睛就能看到接近150度左右的圆形画面,相对于电视、手机上的画面,VR技术所显示的画面应当首先在视角上更加与人眼更接近,同时应当是双目真3D影像。

人眼在观察世界时是两只眼睛进行的,左右眼各有一定角度的视觉互补,加上很多时候要借助头部的转运,来弥补视角上的不足,这就使得可视范围就更大。如下图所示



左眼看到的画面偏左,右眼看到的画面偏右,并且两只眼睛看到的是有视觉的画面,双目共同作用的结果,就能看到接近180度的大视野3D场景。

二、现在初级的VR眼镜存在的主要问题

作为现在初级阶段的VR眼镜,首先是视角不够大,除了受制于广角镜的设计没跟上,更多的还受制于显示屏幕的清晰度,不能把画面放太大,否则不仅图像非常模糊,还会出现严重的纱窗效应。

毫无疑问,低分辨率、小视角,都严重影响了VR体验效果。

三、720度不是目前VR技术所必须

VR技术作为以用户体验为核心的一项技术,720度影像虽然更加接近自然真实,但因其大量占用系统资源,在VR核心技术取得巨大突破之前,是一种得不偿失的做法。

而采用双眼180度真3D影像,加上头部小范围转动,不仅可使影像资源减少一半,还更符合人们使用上的习惯,可以坐在自己的位置上进行体验,不必站在地上转圈,就能真正体验到虚拟现实技术的魅力,最关键的是可以使VR影像从制作、处理到传播的成本都大大降低。

下图一款市场上很有代表性的VR相机——米家全景相机,其采用的是两只大于180度视角的高清鱼眼镜头,最终合成影像为3456×1728点的720度全景影像,但只是单目视角的平面影像!在用现有的VR设备观看时,只能看到没有3D感觉的平面影像,虽然是可以包含全景影像,可以通过旋转身体来进行全方位体验,但沉浸感却大打折扣。



如果能在这个基础上稍加改进,把两只镜头并行排列,使镜头间的距离与一般人的两眼距离相当(镜头拍摄方向略微向两边偏一点),便可轻易地实现双目、真3D、180度的VR摄影,且不需要增加任何成本。同样大小的影像文件,在做成720度影像时只能平面,而做成180度影像时便可是真3D,这不仅能在影像内容拍摄环节节约不少成本,而且还能在后期处理、存贮、传输上节约不少成本,还能在影像展示环节少占用大量硬件资源。

因此,可以说720度VR影像并非是VR技术所必须,不仅白白占用大量资源,还无谓增加了很多的成本,从多方面影响了VR技术的普及,至少在VR技术刚刚起步的现阶段,我们完全可以只采用180度的双目真3D影像方式。

四、180度双目真3D系统是让VR技术迅速普及的关键

采用180度双目真3D系统是让VR技术,拍摄成本可大大降低,不仅可以大大节约VR软资源,还可在别的地方如3D球幕电影等上直接使用,无论从节约成本还是降低研发投入都是有百利而无一害的,但有一些关键技术必须做好。

1、定位跟踪技术,虽然只有一半球面的影像,但影像跟踪必须做好,影像必须随着人的头部转动而平滑变化,没有了影像跟踪,影像不能很好地随着头部转动,观众所体验到的沉浸感就会大打折扣。

2、适合VR显示用的高精度显示屏,VR显示,要求把影像放大到原来几倍的视角,除了要求有很高的分辨率,还必须有很小的像素盲区,即像素间隔的黑线不能太大,不然就会出现严重的纱窗效应。

这方面,可以有很多办法来解决,比如增大屏幕使用面积,采用全屏显示技术,采用最新OLED显示屏等等。

3、目镜光学系统优化,影响VR体验的其中一个关键因素就是视角角度的大小,必须尽量能接近人眼的自然视角角度,这一点单从光学元件设计上就很难实现,但考虑到人眼的观看特点,可以采用一些特殊的方式来弥补,比如,人眼对四周的影像一般都是用余光在观察,余光观察只是对运动影像特别敏感,真正清晰观看的,就只有中心区域的影像,只要能保证中心区域的影像清晰,就完全可以达到最佳的沉浸效果,要实现这一目标,完全可以采用特殊的镜片结构,在保证中心区域清晰放大的同时,保证视觉余光区域只要覆盖面积尽量大便可。

4、可以兼容720度资源,像游戏之类720度资源,完全可以直接兼容或者用180度方式兼容,180度兼容模式下,更适合人在座位上玩,不需要在地上旋转或走动,只需要转动头部便可,非常方便。

结语

对于现实影像类的VR资源,本人更建议直接用180度真3D影像的方式,可以更好地节约资源,节约成本,体验效果也更好,有利于推动VR技术的尽快普及。

参考文献

[1] 刘光然.虚拟现实技术[M],清华大学出版社出版,2011

[2] 李新晖,陈梅兰.虚拟现实技术与应用[M],清华大学出版社出版,2016

[3] 喻晓和.虚拟现实技术基础教程[M],清华大学出版社出版,2017