



中國傳媒大學

基于营销图像关键信息识别 的电商视觉策略研究

答辩人：许悦 指导老师：王薇、左然



目录 /CONTENTS

01

研究背景

RESEARCH BACKGROUND

02

研究框架

RESEARCH FRAMEWORK

03

主要研究内容

MAIN CONTENT OF RESEARCH

04

研究总结

RESEARCH SUMMARY



中國傳媒大學

第一部分

研究背景

RESEARCH BACKGROUND

视觉驱动消费：电商视觉营销的产业价值

随着全球经济数字化转型加速，中国电商市场规模持续扩张，其中，电商视觉营销在产业竞争中具有关键价值。



行业分化与认知适配：电商视觉策略的差异化跃迁

1. 视觉营销的普适性与行业特性之间存在一定的矛盾；
2. 消费者认知与行业需求之间存在一定的动态适配性。

通用逻辑与认知阈值下的电商图像污染

1. 设计标准化与行业适配性的冲突导致的图像污染；
2. 信息过载与注意力稀缺的失衡——营销牛皮癣的认知暴力



助力实现电商视觉营销从“流量竞争”跃迁到“质量竞争”



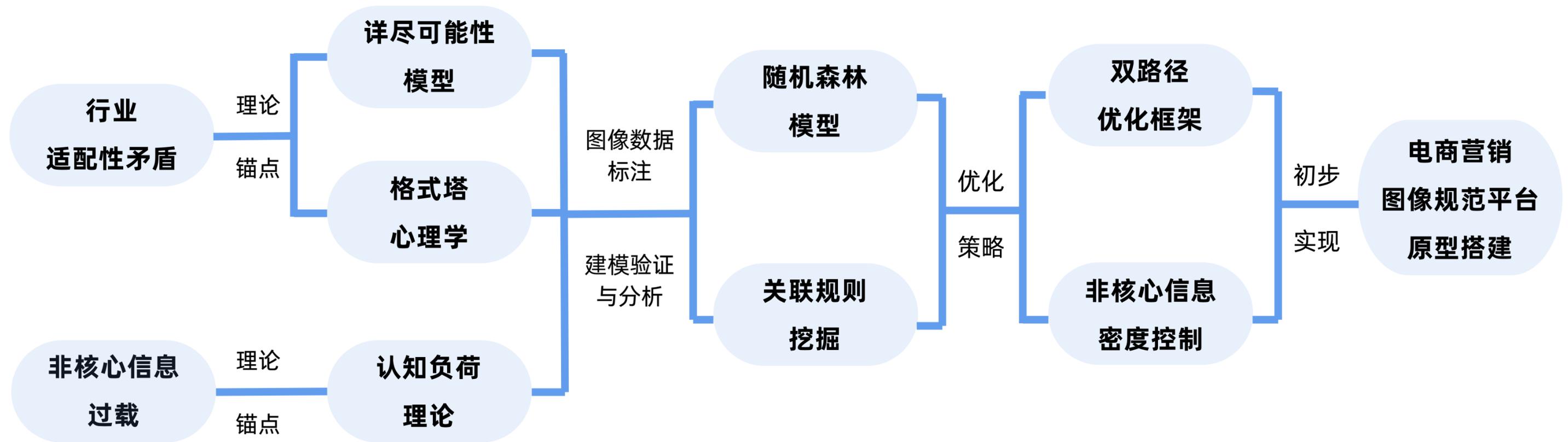
中國傳媒大學

第二部分

研究框架

RESEARCH FRAMEWORK

电商视觉营销



数据基础：由阿里合作方提供的4500份淘天平台SSKA级头部商家营销图像



中國傳媒大學

第三部分

主要研究內容

MAIN CONTENT OF RESEARCH

理论指导模型设计

模型验证与理论深化

理论-模型的应用闭环

行业
适配性矛盾

非核心信息
过载

详尽可能性
模型

格式塔
心理学

认知负荷
理论

随机森林
模型

关联规则
挖掘

双路径
优化框架

非核心信息
密度控制

电商营销
图像规范平台
原型搭建

营销牛皮
癣

LOG
淘淘小店 商品主 体 ALL COLOUR



100% 不踩雷 BUY-BACK

50% BIG SALE

Youth trend and fashion model
South Korea fashion brand 淘淘小店

营销牛皮
癣

LOG
淘淘小店 商品主 体



营销边 框

活动到手价
¥ 99.9

返厂特惠5折抢购

理论指导模型设计

模型验证与理论深化

理论-模型的应用闭环

行业
适配性矛盾

非核心信息
过载

详尽可能性
模型

格式塔
心理学

认知负荷
理论

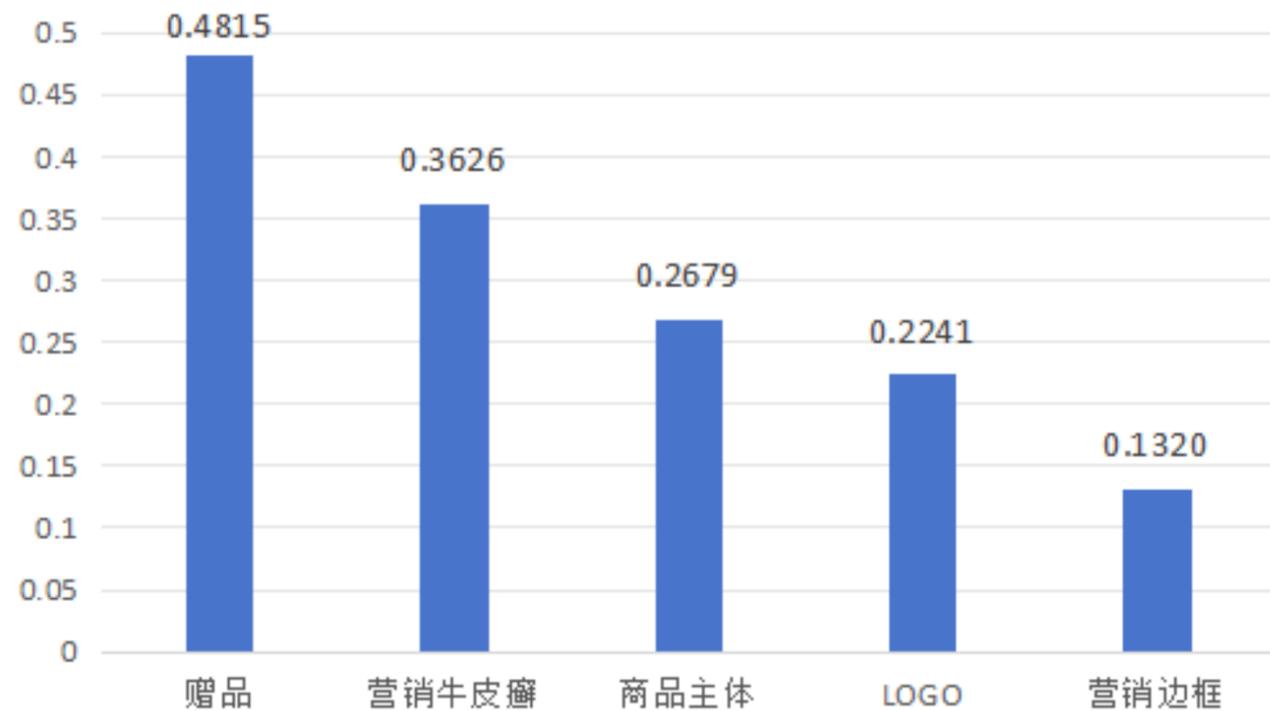
随机森林
模型

关联规则
挖掘

双路径
优化框架

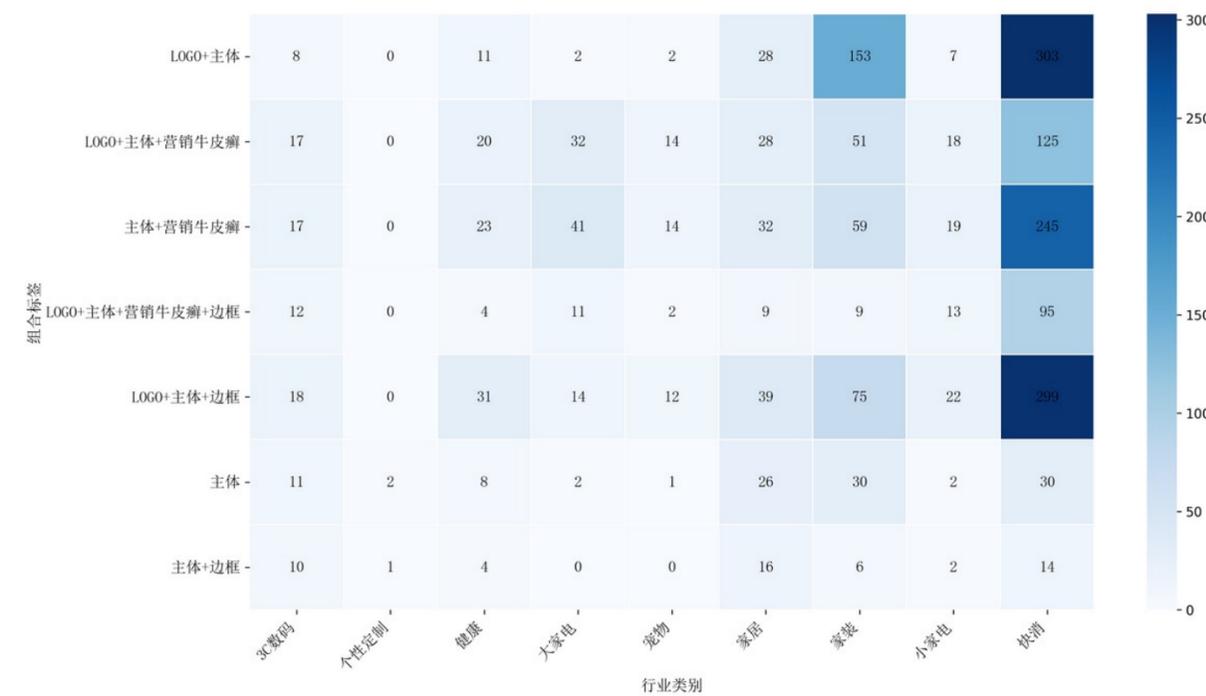
非核心信息
密度控制

电商营销
图像规范平台
原型搭建



各视觉要素对行业分类的特征重要性得分图

高频视觉要素标签组合与商品行业关联热力图



理论指导模型设计

模型验证与理论深化

理论-模型的应用闭环

行业
适配性矛盾

非核心信息
过载

详尽可能性
模型

格式塔
心理学

认知负荷
理论

随机森林
模型

关联规则
挖掘

双路径
优化框架

非核心信息
密度控制

电商营销
图像规范平台
原型搭建

高介入度商品

中央路径

增加场景化背景及
参数可视化的标签

强化消费者对于品牌的
专业信任

低介入度商品

边缘路径

增加主体的展现范
围及面积

通过主体显著性设计
与情感共鸣来提升消
费者的决策效率

服饰/快消

“LOGO+主体+营销边框”

主流行业品牌价值展示与消
费者视觉体验完整性的需求



电商营销图像规范平台

[账户密码登录](#)

[手机号登录](#)

Account 

| 

自动登录

[忘记密码](#)

立即登录

其他登录方式



[注册账户](#)



中國傳媒大學

第四部分

研究总结

RESEARCH SUMMARY

电商视觉图像行业适配性

大量非核心信息图像污染

理论框架

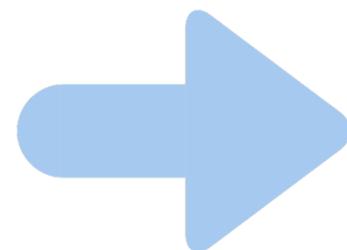
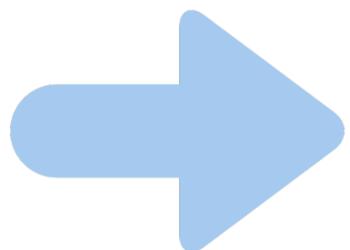


量化分析

电商平台及商家

电商视觉策略优化路径

优化消费者体验





中國傳媒大學

感谢聆听

恳请各位老师批评指正

答辩人：许悦