

淘宝双主图技术的特殊用法有哪些？

产品名称	淘宝双主图技术的特殊用法有哪些？
公司名称	重庆灵目文化传媒有限公司
价格	12.00/件
规格参数	
公司地址	陕西省西咸新区泾河新城泾干街办封家村封家组
联系电话	18315113774

产品详情

淘宝双主图技术的特殊用法

双主图，就是手机端和电脑的主图不一样，而达到这种不一样。

可以用三种方法实现，首先是利用白图代码，让电脑端的主图显示白图，手机端显示违规图；

第二种是利用GIF动图制作出闪图，从而实现电脑端是正规图，手机端是违规图；

第三种是利用服务器，把电脑图和手机图制作成一个可以电脑端和手机端显示不同的图片网页,然后利用FD进行主图替换。

下面请忽略

淘宝双主图技术，是指在淘宝平台上，商家可以为同一商品设置两张主图，这项技术主要是为了适应不同用户的浏览习惯和提高商品展示的多样性，从而提升用户体验和商品转化率。淘宝双主图技术的应用，对于提升商品页面的吸引力以及加强品牌形象具有显著效果。下面我们就来探讨一下淘宝双主图技术的一些特殊用法。

1. 季节性产品展示

对于季节性强的产品，比如服装、鞋帽等，可以利用双主图技术分别展示适合夏季和冬季的商品形象。这样不仅可以全年吸引不同需求的用户，还可以让用户根据季节的变换，快速找到适合当前季节的产品

2. 功能性强调

一些具有多功能的商品，通过双主图的设计，可以同时强调商品的不同功能特点。例如，一个既能冷压也能热压的榨汁机，可以通过一张主图展示冷压功能的特点，另一张主图展示热压的特色，这样可以让潜在买家更全面地了解商品的多功能性。

3. 不同角度展示

商品从不同的角度展示，可以给消费者提供更多的信息，这对于一些设计复杂或者细节丰富的商品尤为重要。通过双主图技术，商家可以选择商品的两个能够吸引买家、能够展示商品特点的角度进行展示，提高用户的点击率和购买意愿。

4. 场景化应用

一个好的场景可以让商品更加生动，更易于激发消费者的购买欲望。商家可以利用一张主图来展示商品的实际应用场景，另一张主图展示商品的细节或实物图。比如，一张主图显示的是一款沙发在温馨的家庭环境中的应用场景，而另一张主图则可以是沙发的特写，详细展示其材质和做工。

5. 用户群体差异化

对于面向不同用户群体的商品，通过双主图技术可以分别展示针对不同用户群体的商品特点或设计。例如，一款电子产品，一张主图可以针对年轻人群体突出时尚、科技的设计感，另一张主图则可以针对中老年人群体突出操作简便、功能实用等特点。

6. 促销信息的展示

在促销活动期间，商家可以利用双主图中的一张来突出促销信息，如折扣力度、限时优惠等，而另一张主图则保持商品的正常展示。这种方法可以有效地吸引消费者的注意力，同时也不会忽视对商品本身特点的展示。

7. A/B 测试

利用双主图技术，商家还可以进行A/B测试，分别采用不同的主图设计来观察哪一种设计更能吸引用户点击，从而优化商品的展示效果。这种方法对于提高商品的转化率有着直接的促进作用。

结语

淘宝双主图技术为商家提供了一个展示商品的新视角和新平台，其特殊用法的运用可以极大地增加商品的吸引力和转化率。商家应根据自己商品的特点和目标用户群体，灵活运用双主图技术，以实现商品展示的大化效果。随着电子商务竞争的日益激烈，掌握并有效利用这项技术，对提升店铺的竞争力具有重要的战略意义。