M4 · 职业版 电商视觉 · 第 2 讲

第 2 讲：8K 与细节表现

放大后还能看清材质

阅读约 25 分钟

练习约 30 分钟

产出：一张可放大的细节图

本节目录

客户会怎么提

本讲目标

一、什么时候需要 8K

二、正确顺序

三、四类细节

四、放大后的两个陷阱

五、文件与平台

六、30 分钟练习

七、验收清单

八、延伸阅读

客户会怎么提

> “详情页要能放大看，别一放大就糊。最好能出 8K。”

8K 不是万能药。客户真正要的是“放大后还能看清材质与做工”，而不是一个巨大的文件。

本讲目标

- 判断什么时候真的需要高分辨率；
- 用“先构图、后放大”的顺序；
- 做出四类可查验的细节；
- 控制文件大小与平台压缩。

一、什么时候需要 8K

用途	需要	说明
电商主图	不需要	平台会压缩
详情页局部放大	需要	看纹理、缝线
印刷物料	需要	300dpi 起
户外大屏	需要	远看也要清楚

先问“用在哪、放大几倍”，再决定分辨率。

二、正确顺序

1. 先在常规分辨率定构图与光；
2. 客户确认方向；
3. 再放大或重生成高分辨率；
4. 最后做局部细节与锐化。

反过来做，会在错误构图上浪费高分辨率成本。

三、四类细节

- **纹理**：金属拉丝、布料织纹、木纹；
- **做工**：缝线、倒角、按键缝隙；
- **反光**：高光形状、环境反射；
- **标识**：logo 边缘、刻字深浅。

四类里选两类作为详情页的“证据图”，不要每张都放大。

四、放大后的两个陷阱

陷阱	表现	处理
伪细节	放大后出现不存在的纹理	以原图为准，少锐化
过度锐化	边缘发白、噪点明显	锐化控制在轻微

放大只负责“更清楚”，不负责“更真实”。真实性靠参考图与后期校对。

五、文件与平台

- 单图控制在平台上限内，详情页切片后再压缩；
- 保留一份无损母版，交付用压缩版；
- JPG 质量 85–92 足够，PNG 只用于需要透明时；
- 交付前在手机上放大看一次，比在电脑上看更准。

六、30 分钟练习

1. 选一张已有商品图（5 分钟）；
2. 放大 2 倍看纹理与 logo（5 分钟）；
3. 重新生成一张高分辨率版本（10 分钟）；
4. 对比伪细节与真实纹理（5 分钟）；

5. 导出两种尺寸，记录文件大小（5 分钟）。

七、验收清单

- [ ] 明确用途与放大倍数；
- [ ] 先定构图，再做高分辨率；
- [ ] 纹理/做工/反光/标识至少两类清楚；
- [ ] 无明显伪细节与过度锐化；
- [ ] 有母版与交付版两份文件。

八、延伸阅读

- 知识库 `1.4 AI 绘画`
- 知识库 `1.9 ComfyUI 工作流`

> 下一讲：场景合成与模特。细节过关后，把产品放进真实使用场景。
