

通信篇

辽海出版社

简仁吉 大师及其团队  
最新力作

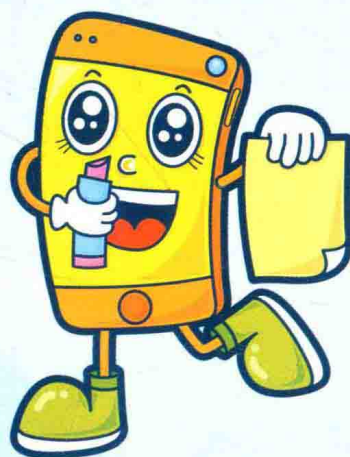
# 实战 手绘POP 海报



# 实战 手绘POP 海报

通信篇

创意手文化 编著



辽宁科学技术出版社  
沈阳

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

实战手绘POP海报. 通信篇 / 创意手文化编著. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2015.6

ISBN 978-7-5381-9238-4

I. ①实… II. ①创… III. ①广告—宣传画—设计  
IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第099314号

---

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市北陵印刷厂有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 7

字 数: 50 千字

印 数: 1 ~ 4000

出版时间: 2015 年 6 月第 1 版

印刷时间: 2015 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 魔杰设计

版式设计: 晓 娜

责任校对: 徐 跃

---

书 号: ISBN 978-7-5381-9238-4

定 价: 42.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

<http://www.lnkj.com.cn>

# 前言



## 前言

POP 作为一种零售行业重要的营销工具，多年来一直在超市、连锁药店等销售渠道大量运用。在通信行业，POP 大约在 2014 年才开始广泛运用，比其他行业晚了近 10 年。

在经历“电脑设计印刷海报”的风潮之后，许多通信营业厅的一线人员发现，印刷海报或许因为太过泛滥，或许因为设计手法不恰当，对消费者来说已经变得毫无吸引力，而成为“背景”一般存在。相反，手绘 POP 由于视觉效果强烈，信息简单明确，能够吸引消费者的目光，同时能把关键信息快速传递出去，使消费者快速作出购买决定。

手绘 POP 的需求涌现，但由于培训学习的资源不够充分，导致我们经常看到营业厅看到不堪入目的“大字报”，这种“大字报”甚至连字都让人不能识别，更别说吸引消费者了。因此，创意手文化在总结了近百场通信 POP 海报培训的经验，彻底了解通信行业的需求之后，开始着手编辑这本实用的参考书。从最基本的字体书写技巧、数字英文写法、插图、字形装饰到海报编排，一应俱全，希望用最简单的说明，让读者用最少的时间学会 POP。

另外，为了让读者有更多元丰富的参考资料，除了我之外，还特别邀请了刘林峯老师、张鲁娟老师、王俐心老师、杨彦虎（乐手绘）老师、刘涛老师、周百灵老师等 POP 业界首屈一指的名师共襄盛举，创作出 170 幅作品，这些作品风格各异、创意丰沛、技巧多变，让读者在临摹的同时，可以接触到不同的想法，进而迸发出更多的创意。

在作品内容方面，本书包含了三大运营商的套餐业务介绍、单品介绍、多种产品促销、网络宽带业务、融合业务、节庆活动促销等全方位的需求，希望做到“想做什么海报这里都有”，节省了到处找范例模版的时间。同时，我们还详细地说明了创作 POP 海报的原理观念，希望读者在经过几次的临摹之后，能渐渐地学会这些创作技巧，能够自己想文案，自己独立制作出精美的海报。

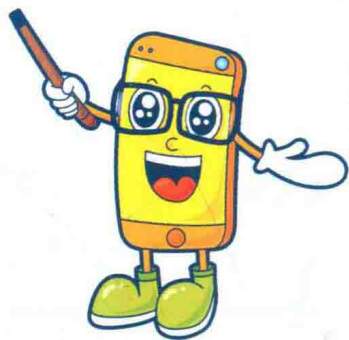
想跟读者说的话很多，想教给读者的技巧与观念也源源不绝，但篇幅有限，我们只能尽可能在有限的篇幅内，把最重要的部分告诉大家。因此，如有任何疏漏、错误之处，还请诸位读者多多包涵，并随时指正。您的宝贵意见对我们至关重要，我们会继续努力，尽可能把事情做得更加完美。同时，也要感谢您的支持，让我们在推广 POP 的路上有您陪伴，永不寂寞。也请您继续支持我们，将我们的努力分享给更多的朋友。

**加入 POP，学习 POP，永远都不嫌晚。**

简仁吉

# 目录

|                       |           |                       |           |
|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| <b>1. 好用的 POP 工具</b>  | <b>5</b>  | <b>5. 通信 POP 海报精选</b> | <b>59</b> |
| POP 简介                | 6         | 单一产品海报                | 60        |
| 工具介绍                  | 7         | 多种产品促销海报              | 66        |
| <b>2. 千变万化的 POP 字</b> | <b>9</b>  | 话费套餐海报                | 76        |
| 基本运笔法                 | 10        | 宽带业务海报                | 80        |
| 正体字书写公式               | 11        | 数字电视海报                | 82        |
| 个性字书写公式               | 14        | 靓号海报                  | 83        |
| 特殊字                   | 18        | 营业厅告示海报               | 84        |
| 常用部首写法                | 19        | 开幕招聘海报                | 86        |
| 字组的写法                 | 20        | 节庆活动海报——春节            | 88        |
| 圆头笔小字的写法              | 20        | 节庆活动海报——中秋节           | 90        |
| 主标题的字组变化              | 21        | 节庆活动海报——元宵节、端午节       | 92        |
| POP 字体变化              | 22        | 节庆活动海报——清明节、植树节、重阳节   | 93        |
| <b>3. POP 的好帮手——</b>  |           | 节庆活动海报——春夏秋冬          | 94        |
| <b>数字、英文与插画</b>       | <b>29</b> | 节庆活动海报——开学            | 95        |
| 数字的写法                 | 30        | 节庆活动海报——母亲节           | 96        |
| 英文字母的写法               | 31        | 节庆活动海报——父亲节、儿童节       | 98        |
| 绘制插画的八大技巧             | 32        | 节庆活动海报——情人节、七夕        | 100       |
| 绘制插画的步骤               | 34        | 节庆活动海报——圣诞节、元旦        | 102       |
| 插画范例                  | 35        | 节庆活动海报——国庆节           | 104       |
| <b>4. POP 海报制作技巧</b>  | <b>43</b> | 节庆活动海报——劳动节、青年节       | 106       |
| 字形装饰                  | 44        | 节庆活动海报——建军节、建党节       | 108       |
| 海报的构成要素               | 50        | 节庆活动海报——教师节、妇女节       | 109       |
| 主标题的位置                | 52        | 节庆活动海报——双 11、双 12     | 110       |
| 海报的编排                 | 53        |                       |           |
| 海报制作步骤                | 54        |                       |           |



# 实战 手绘POP 海报

通信篇

创意手文化 编著



辽宁科学技术出版社  
沈阳

## 图书在版编目(CIP)数据

实战手绘POP海报. 通信篇 / 创意手文化编著. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2015.6

ISBN 978-7-5381-9238-4

I. ①实… II. ①创… III. ①广告—宣传画—设计  
IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第099314号

---

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市北陵印刷厂有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 7

字 数: 50 千字

印 数: 1 ~ 4000

出版时间: 2015 年 6 月第 1 版

印刷时间: 2015 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 魔杰设计

版式设计: 晓 娜

责任校对: 徐 跃

---

书 号: ISBN 978-7-5381-9238-4

定 价: 42.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

<http://www.lnkj.com.cn>

# 前言



POP 作为一种零售行业重要的营销工具，多年来一直在超市、连锁药店等销售渠道大量运用。在通信行业，POP 大约在 2014 年才开始广泛运用，比其他行业晚了近 10 年。

在经历“电脑设计印刷海报”的风潮之后，许多通信营业厅的一线人员发现，印刷海报或许因为太过泛滥，或许因为设计手法不恰当，对消费者来说已经变得毫无吸引力，而成为“背景”一般存在。相反，手绘 POP 由于视觉效果强烈，信息简单明确，能够吸引消费者的目光，同时能把关键信息快速传递出去，使消费者快速作出购买决定。

手绘 POP 的需求涌现，但由于培训学习的资源不够充分，导致我们经常在营业厅看到不堪入目的“大字报”，这种“大字报”甚至连字都让人不能识别，更别说吸引消费者了。因此，创意手文化在总结了近百场通信 POP 海报培训的经验，彻底了解通信行业的需求之后，开始着手编辑这本实用的参考书。从最基本的字体书写技巧、数字英文写法、插图、字形装饰到海报编排，一应俱全，希望用最简单的说明，让读者用最少的时间学会 POP。

另外，为了让读者有更多元丰富的参考资料，除了我之外，还特别邀请了刘林峯老师、张鲁娟老师、王俐心老师、杨彦虎（乐手绘）老师、刘涛老师、周百灵老师等 POP 业界首屈一指的名师共襄盛举，创作出 170 幅作品，这些作品风格各异、创意丰沛、技巧多变，让读者在临摹的同时，可以接触到不同的想法，进而迸发出更多的创意。

在作品内容方面，本书包含了三大运营商的套餐业务介绍、单品介绍、多种产品促销、网络宽带业务、融合业务、节庆活动促销等全方位的需求，希望做到“想做什么海报这里都有”，节省了到处找范例模版的时间。同时，我们还详细地说明了创作 POP 海报的原理观念，希望读者在经过几次的临摹之后，能渐渐地学会这些创作技巧，能够自己想文案，自己独立制作出精美的海报。

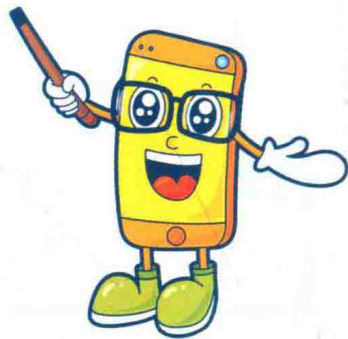
想跟读者说的话很多，想教给读者的技巧与观念也源源不绝，但篇幅有限，我们只能尽可能在有限的篇幅内，把最重要的部分告诉大家。因此，如有任何疏漏、错误之处，还请诸位读者多多包涵，并随时指正。您的宝贵意见对我们至关重要，我们会继续努力，尽可能把事情做得更加完美。同时，也要感谢您的支持，让我们在推广 POP 的路上有您陪伴，永不寂寞。也请您继续支持我们，将我们的努力分享给更多的朋友。

**加入 POP，学习 POP，永远都不嫌晚。**

**简仁吉**

# 目录

|                       |           |                       |           |
|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| <b>1. 好用的 POP 工具</b>  | <b>5</b>  | <b>5. 通信 POP 海报精选</b> | <b>59</b> |
| POP 简介                | 6         | 单一产品海报                | 60        |
| 工具介绍                  | 7         | 多种产品促销海报              | 66        |
| <b>2. 千变万化的 POP 字</b> | <b>9</b>  | 话费套餐海报                | 76        |
| 基本运笔法                 | 10        | 宽带业务海报                | 80        |
| 正体字书写公式               | 11        | 数字电视海报                | 82        |
| 个性字书写公式               | 14        | 靓号海报                  | 83        |
| 特殊字                   | 18        | 营业厅告示海报               | 84        |
| 常用部首写法                | 19        | 开幕招聘海报                | 86        |
| 字组的写法                 | 20        | 节庆活动海报——春节            | 88        |
| 圆头笔小字的写法              | 20        | 节庆活动海报——中秋节           | 90        |
| 主标题的字组变化              | 21        | 节庆活动海报——元宵节、端午节       | 92        |
| POP 字体变化              | 22        | 节庆活动海报——清明节、植树节、重阳节   | 93        |
| <b>3. POP 的好帮手——</b>  |           | 节庆活动海报——春夏秋冬          | 94        |
| <b>数字、英文与插画</b>       | <b>29</b> | 节庆活动海报——开学            | 95        |
| 数字的写法                 | 30        | 节庆活动海报——母亲节           | 96        |
| 英文字母的写法               | 31        | 节庆活动海报——父亲节、儿童节       | 98        |
| 绘制插画的八大技巧             | 32        | 节庆活动海报——情人节、七夕        | 100       |
| 绘制插画的步骤               | 34        | 节庆活动海报——圣诞节、元旦        | 102       |
| 插画范例                  | 35        | 节庆活动海报——国庆节           | 104       |
| <b>4. POP 海报制作技巧</b>  | <b>43</b> | 节庆活动海报——劳动节、青年节       | 106       |
| 字形装饰                  | 44        | 节庆活动海报——建军节、建党节       | 108       |
| 海报的构成要素               | 50        | 节庆活动海报——教师节、妇女节       | 109       |
| 主标题的位置                | 52        | 节庆活动海报——双 11、双 12     | 110       |
| 海报的编排                 | 53        |                       |           |
| 海报制作步骤                | 54        |                       |           |



# 1. 好用的POP工具



# POP 简介

POP (Point of Purchase) 是销售场所的一种广告形式,运用文字、图案、色彩及适当的编排,吸引潜在顾客的注意,传递关键信息,促使消费者作出购买决定。

从制作方式上来说,POP 可以是手绘的,也可以是电脑绘图后喷绘或印刷出来的。本书主要讲的是手绘 POP 的部分。手绘 POP 具有时效性,可以用很快的速度制作完成,不必经过烦琐的设计、输出、制版、印刷等过程。手绘 POP 更有创意性,能够发挥我们的创新想法,做出每一张都独一无二的海报。同时,手绘 POP 没有数量上的限制,在小量制作时,比起印刷海报更加便宜经济。因此,手绘 POP 在这个追求个性化的社会中,在同质竞争激烈的商业环境中,都会持续占有一席之地。

从 POP 的功能来说,POP 是无声的销售员,能够在无需人力的情况下,传递销售信息,促使消费者作出购买决定。POP 也是空间的美化者,经过仔细规划的用色、摆放,在花费极少的情况下,让门店在视觉上更活跃、更漂亮。

从 POP 的形式来说,大多数人所认知的 POP 通常是指手绘海报。但更广义地来说,POP 也包含了爆炸贴、价签、标价卡、吊牌、告示牌、指示牌,甚至商品的陈列、码堆等,种类繁多、外形各异的宣传媒体,都包含在 POP 的范围内。

一个好的 POP,必须要达到几个效果:能够准确地传递关键营销信息;能够引起潜在消费者的注意;能够有适当的编排,使消费者容易阅读;最后,要能具有美感与创意,让消费者在接收信息的同时有赏心悦目之感,使门店的形象有所提升。因此,在学习 POP 时,除了学习字体写法、装饰、配色、编排等技术之外,也别忘了提升文案创作能力及抽丝剥茧提炼出关键信息的能力。

本书从最基本的运笔、字体写法、插图,到整体文案构思、装饰、编排都很有系统,简单易学,更有多达 170 张范例作品,包含了通信领域常用的营销活动、单机促销、节庆活动等类别,可以说是应有尽有。在文案创意、编排形式上,也尽可能包含更多变化,是通信 POP 的宝典。期许读者可以仔细阅读,如果能够给读者带来些许帮助,就不枉费 7 位 POP 大师的精心创作了。



# 工具介绍



## 1. 马克笔的分类

### ① 以笔头样式分

可分为平口式、斩刀式（斜尖式）、圆头式的笔头。一般来说，大型马克笔要用平口式的，中型马克笔用斩刀式的，小型马克笔用圆头式的比较好。

平口式



斩刀式



圆头式



### ② 以墨水属性分

可分为油性与水性两大类。油性笔鲜艳、防水，可写在任何材质上，缺点是带有臭味较不健康，易晕开，笔头容易干掉。水性笔较便宜、颜色多，健康环保，缺点是不防水。



各式各样的 POP 大马克笔。

## 2. 各种马克笔的介绍

### ① 大马克笔（12 ~ 30mm）

大马克笔用来写海报的主标题，能够吸引消费者的目光。一般来说，30mm 的笔用在全开以上的超大海报，对开以下的海报用 12 ~ 20mm 的笔就足够了。另外，还有带有厚度的笔头，可以写出不同的粗细变化。

在颜色上，八大主色（黑、蓝、紫、红、绿、咖、橙、黄）是每个品牌必备的颜色。国内很多品牌都制作了漂亮的浅色系列（如粉红、浅绿、浅蓝），用于叠字非常合适。



雄狮 960 是水性大马克笔，可写出 17mm 及 10mm 两种粗细不同的笔画。



利百代超大双头马克笔是油性大马克笔，一头可写出 17mm 及 10mm 两种粗细不同的笔画，另一头则是 10mm。



## ② 中型马克笔 (3 ~ 6mm)

中型马克笔用来书写海报的副标题或是大型海报的说明文。这种粗细的笔要选择斩刀式(斜尖式)的,比较符合一般的书写习惯。此类笔品牌众多,建议挑选颜色多的,制作出来的海报才能千变万化。



小精灵水性马克笔有24色,颜色经过精挑细选。浅色有类似色组合,用在上色时可以做出立体渐变,制作装饰则可以做出多种层次。深色则主要用来书写海报内的文字。



12色油性双头记号笔有粗细两头,适合用来书写文字及制作装饰,可惜浅色太深,颜色也不够多。此类马克笔品牌众多,品质良莠不齐,读者要仔细选购,笔头要够硬,不要选择纤维粗硬毛糙的。



美辉水性马克笔宽约3mm,另有双头型号,另一头为0.5mm圆头极细。

## ③ 小型马克笔 (2mm 以下)

小型马克笔用来书写海报的指示文,或是制作爆炸贴等小型作品时使用。这么细的笔一定要用圆头的,书写方便。也可以用中型笔的尖头代替。



大雄狮奇异笔笔头约2mm,是书写指示文及绘制插画的必备品。



小雄狮双头奇异笔一头约1mm,极细为0.5mm,功能多,绘制插图必备。

## ④ 其他工具

制作POP可能会用到很多文具,但都是很常见的用品,在此给大家一些建议。



尺要选择有格线的。



剪刀要选手柄大的,方便把手指都伸进去,比较省力。



美工刀要选30°刀片的,比较锐利,铁制的最好。

## 2. 千变万化的POP字



# 基本运笔法

## 1. 握铅笔的姿势



以虎口握笔，位置往下靠近笔头。

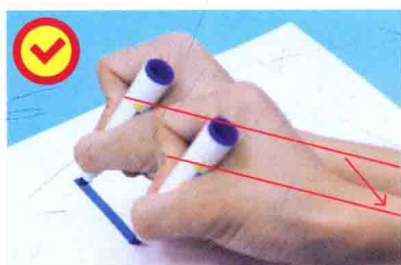
## 2. 笔跟纸张成 45° 角



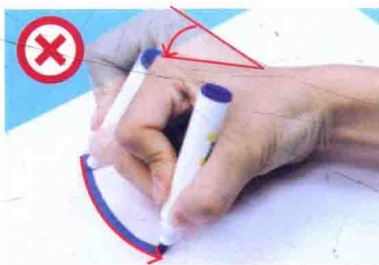
这样运笔比较滑顺，笔头不会挡视线。



## 3. 动手臂不动手腕

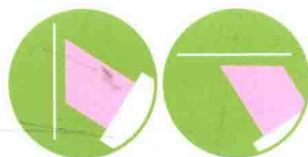


动手臂书写，笔画一气呵成且平稳。



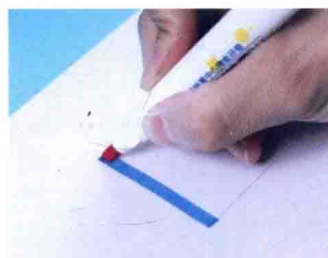
用手腕写会出现弧度，写起来不自然。

## 4. 横线、竖线



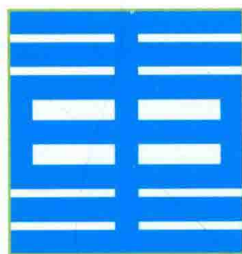
书写时笔尖朝着左上方，施力适中，使笔画平稳流畅。

## 5. 笔画交接渗入 1/2 ~ 2/3



笔画交接时要渗入 1/2 ~ 2/3，对齐上一个笔画的边缘，避免产生突出、没接到、小缺口等缺点，使笔画凌乱。

## 6. 满格



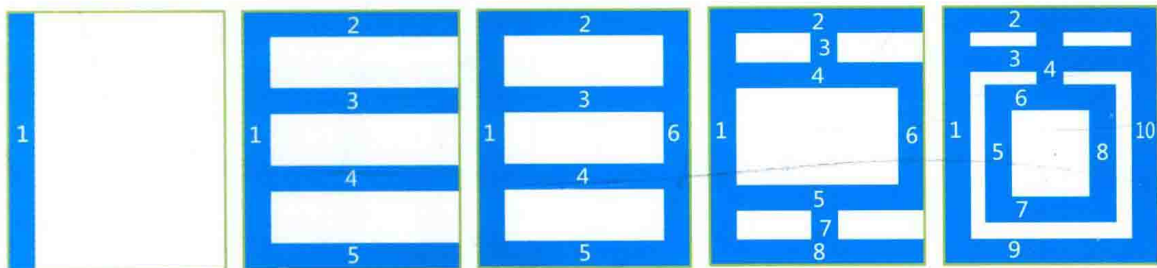
书写正体字，一定要撑满一个长方格，一点缝隙都不要留。

正方格比较呆板，不适合正体字。字形一定要撑满格，四周不可留空间。

# 正体字书写公式

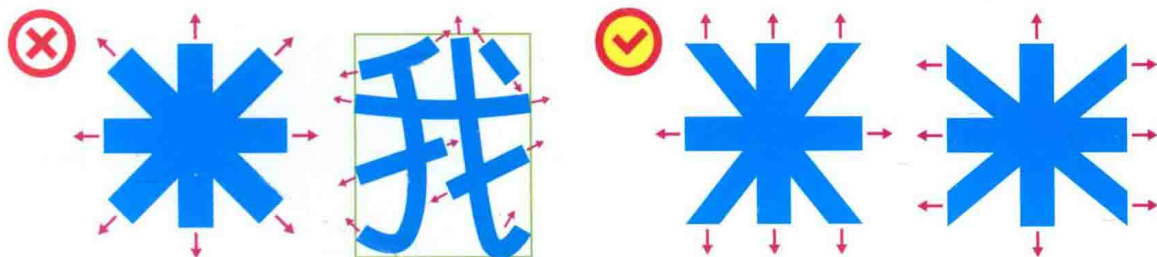


## 1. 由左至右写，由上至下写



按照这个顺序写，能将笔画的间距及比例作最妥善的分配，笔画多的字也能往外延伸，不会塞不下。

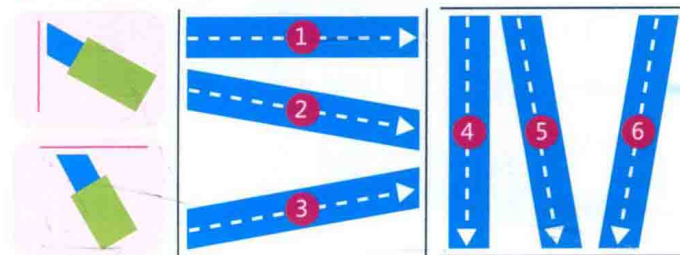
## 2. 方向感



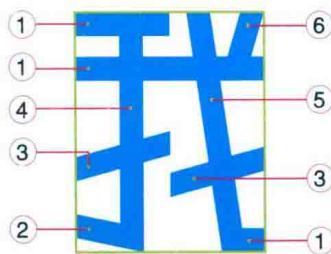
每个笔画都朝不同的方向，会让字显得十分凌乱。

每个笔画都只有“东西南北四个方向”，显得整齐。

### ① 起笔是平的

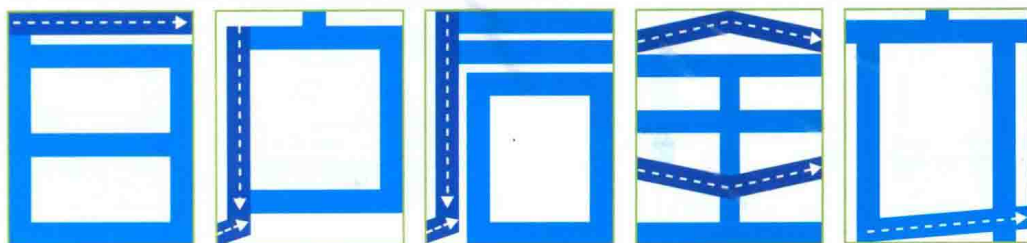


横线笔画要对齐竖的格线，竖的笔画要对齐横的格线。



所有字都由这 6 个笔画构成。

### ② 接近横的写横的，接近竖的写竖的



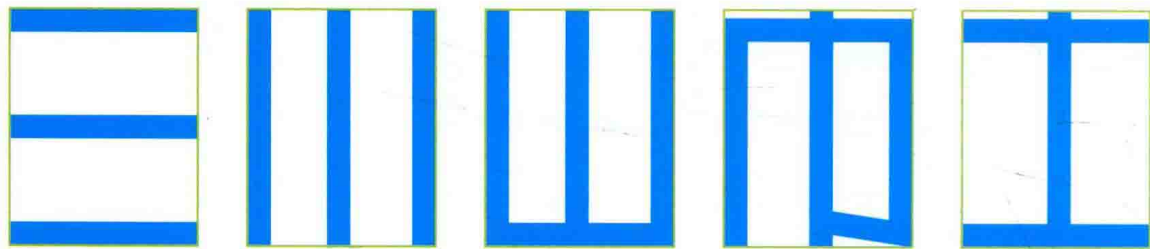
接近横的笔画写成上图中①②③的写法，接近竖的笔画写成上图中④⑤⑥的写法，有些笔画需由 2 笔构成。





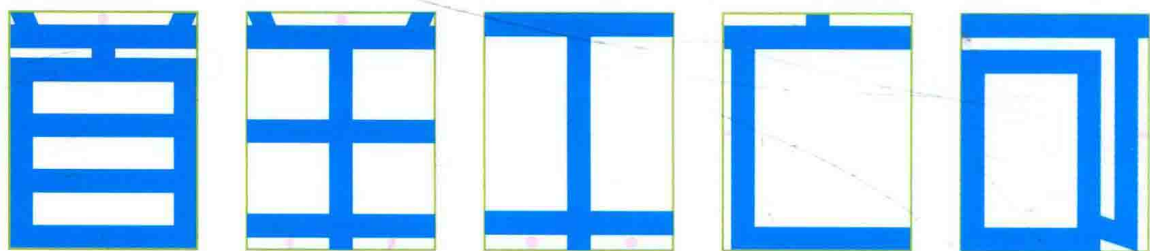
### 3. 起点跟终点的关系及扩充

① 上面写多长，下面跟着写多长；左边写多长，右边跟着写多长。



只要平行的笔画等长，就能够达到满格的效果，让字形变得更加饱满。

② 扩充原则——上下左右只留一点点



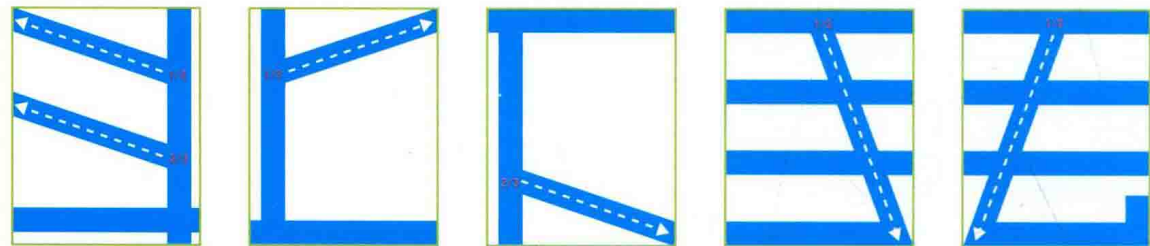
笔画出头的地方，要“只留一点点”，这样字形会更满格。很多个笔画并排时，要等分空间。

③ 遇口即扩充



当遇到口以及类似口字形时，必须扩充书写。但口字四周有其他字形，最多扩充至  $\frac{2}{3}$ 。

④ 视觉引导



当笔画少斜线多时，可运用笔画的方向引导读者的视觉，达到扩充的效果，也就是把笔画带到格子的四个角落。