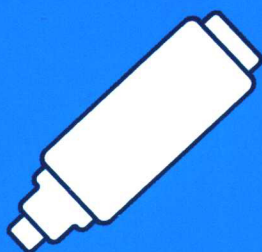


完美图库



Point of Purchase  
最全面的手绘POP实战宝典

最新技法 一点就通  
详细讲解 一学就会

# 手绘POP字体设计

主编 王猛

长江出版传媒



湖北美术出版社

最全面的手绘POP实战宝典

# 手绘POP字体设计

主编 王 猛

 长江出版传媒



湖北美术出版社

主 编：王 猛

编 委：王 丹 于 涛 吴 君 王 威 王 铃

霍卫健 张 旺 曲萌萌 孙 鹏 张飞韵

王 勇 房 琦 陈 明 张 宇 张 瑶

林 枫 张国贺

整体设计：郝丽菲 穆莎丽

技术编辑：程业友

## 图书在版编目（C I P）数据

手绘POP字体设计 / 王猛主编.

— 武汉 : 湖北美术出版社, 2015.9

(完美图库. 最全面的手绘POP实战宝典)

ISBN 978-7-5394-7882-1

I. ①手…

II. ①王…

III. ①广告—美术字—字体—设计

IV. ①J292.13②J293

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第194235号

出版发行：长江出版传媒 湖北美术出版社

地 址：武汉市雄楚大街268号B座

电 话：(027)87679520/21/22

传 真：(027)87679523

邮政编码：430070

印 制：武汉精一印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：7

印 数：3000册

版 次：2015年9月第1版

2015年9月第1次印刷

定 价：40.00元



## Point of Purchase

本书为泰山手绘POP培训教材之字体速成篇，从手绘POP字体基础角度出发编写，不但涵盖各种技法技巧，而且提供了大量的实例给大家参考。

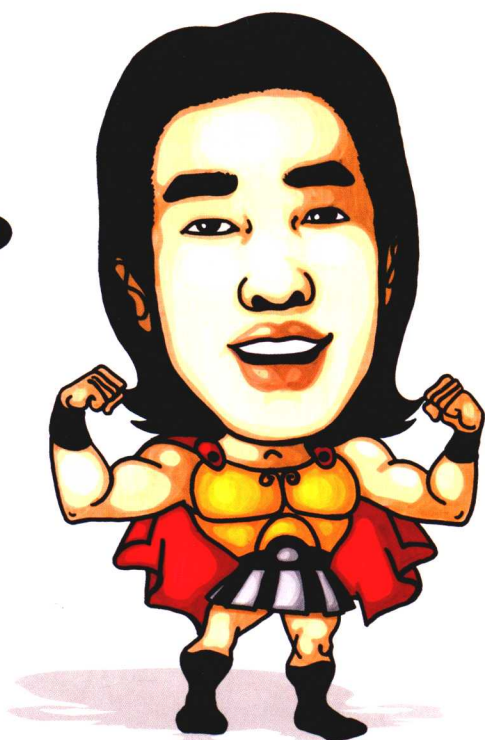
当今社会，对手绘POP设计已经不再陌生，各种场所几乎随处可见，而手绘POP最基础的部分就是字体的设计。丰富的创意，可以让文字更具魅力，也可以更好地发挥手绘POP的广告效应。此书不但可以作为各大专院校的培训教材，更可以成为各位喜欢手绘POP同学的自学教材。

希望本书的编写，可以让更多的同学喜欢上手绘POP设计，让同学们的创意思维得以全面展现，通过动手动脑，来完成让人满意的手绘作品。



2015年5月于泰山POP工作室





# Contents

# 目录

## 第一章 手绘POP概述

- 1. POP基础知识 ..... 2
- 2. POP工具 ..... 10
- 3. POP字体分类 ..... 18

## 第二章 字体基础

- 1. 正体字 ..... 20
- 2. 活体字 ..... 30
- 3. 变形字体 ..... 40
- 4. 字体组合 ..... 46

## 第三章 字体装饰

- 1. 主标题的装饰 ..... 52
- 2. 副标题的装饰 ..... 66
- 3. 正文的装饰 ..... 74

## 第四章 实例参考练习



# 第一章

## 手绘POP概述

1. POP基础知识
2. POP工具
3. POP字体分类







# 1. POP基础知识

POP广告是商场促销的最佳广告形式之一，凡是应用于商场，提供商品信息，促使商品得以成功销售出去的广告、宣传品，都可以称为POP广告。

那么“POP”这三个英文字母的具体含义又是什么呢？其实POP是英文“Point of Purchase”的译名，可以翻译成“购买点的广告”，又可以称为“店头广告”，它可以说是当今很流行的新兴广告媒体。

POP起源于上世纪30年代的美国，第一次世界大战后，全球经济普遍低靡，市场也因之萧条不振，广告费用成为厂商及卖方极大的负担，再加上美国超市如雨后春笋般地兴起，因此，在经济、速度、机动性以及人力的考虑下，POP广告逐渐攻占其它媒体，节庆需要它，售卖商品需要它，店面布置需要它，可以说它是一种最为实际、最为有效的广告形式。

上世纪60年代，POP传到日本、韩国等亚洲地区。一般而言，美国的POP广告着重在制造商的市场，可提供给商场的帮助较少，而日本及韩国的POP则是随着经济的快速发展而起步，侧重点也以商场的POP广告为主，所以大街小巷的商场较能呈现生动、活泼的气氛。





在我国，现代意义上的POP广告主要是从台湾地区传过来的，但在我国古代，早就已经有类似于现代POP的广告，如古代客栈、酒店外挂着的灯笼、旗帜等，打铁铺门前挂着的大刀、药铺门前挂着的膏药等，至今我们仍可以看见修车铺门口挂着的车圈、修锁铺门口挂着的大锁头等，这都是具有该行业特色的广告宣传品。

我国的POP广告虽然起步较晚，但随着改革开放，大力引进外资企业，国外的零售业也纷纷抢滩中国市场，它们在带来先进的经营理念的同时，也促进了国内POP行业的发展。雨后春笋般发展起来的百货商场、超市、购物中心等都以其独特的POP广告形式吸引着顾客的视线，它已经成为商家必不可少的促销手段之一。目前进入中国大陆的欧美日韩及港澳台知名零售商集团已近300家，在各大中城市开设经营点1400多个，加上地方性本土连锁超市的迅猛发展，导致了零售商们对美工人才需求的急剧增加，据北京《人才周刊》《北京晚报》《娱乐信报》等报刊报道，仅北京市场就缺少POP美工3000多人，其求人倍率为10.08，也就是说一个美工人才就有十个职位等待他去选择，由此可见，POP的发展是非常有前景的。POP人才需求日益增强，也使我国POP行业不断扩大，学校、书籍、网络等各种途径都可以让你掌握这一极具商业前景的技术。

POP广告是商家最为有效的一种广告形式，既可以宣传商品，又可以提升店面整体形象。



在商场和超级市场里，POP广告不但可以宣传和促销商品，而且可以把一些商家的优惠信息及时地传递给顾客，同时，其幽默、活泼的绘制风格不仅可以提高商家的形象，也可以营造一个轻松、活泼的购物氛围，而在商场、超市工作的美工师，也相当于商家的美容师，其职位和发挥的作用不容忽视。



国外众多学者对消费者的购买行为做过各种各样的研究，得出了基本一致的结论：“顾客在销售现场的购买行为中，约三分之二属非事先计划的随机购买，约三分之一为计划性购买。”有效的POP广告，能激发顾客的随机购买（或称冲动购买），也能有效地促使计划性购买的顾客果断决策，实现即时即地的购买。不论哪种购买形式，有效的POP广告都要经过以下三个功效层次的递进，完成促销功能的实现。

### （1）诱客进店

既然在实际购买中有三分之二的人是临时做出的购买决定，那么很显然，零售店的销售与其顾客流量成正比。POP广告促销的第一步就是要引人入店。应利用店面POP极力展示商店的自我特色和经营个性。首先应明确告知商店的经营特征，如麦当劳快餐店门口的“M”标志等；其次，应利用店面POP海报及时告知商店的个性化服务，如24小时营业、打折特价、短缺商品的供给等；另外在节日来临之际，POP广告更能渲染特定节日的购物气氛，促进关联商品的销售。

### （2）驻足商品

商品必须要产生使顾客驻足详看的力量，其POP广告必须紧紧抓住顾客的兴趣点。别出心裁、引人注目的POP广告能诱发顾客的兴趣。现场操作、试用样品、免费品尝（食品）等店内活广告，也能极大地调动顾客的兴趣，诱发购买动机。

### （3）最终购买

激发顾客最终购买是POP广告的核心功效。必须抓住顾客的关心点和兴奋点。导致顾客产生购物犹豫的原因是他们对所需商品尚存有疑虑，有效的POP广告应针对顾客的关心点进行诉求和解答。价格是顾客的一大关心点，所以价目卡应置于醒目位置；商品说明书、精美商品宣传单等资料应置于取阅方便的POP展示架上。



矗立在商品周围的特价POP可以很好地吸引消费者，同时也能更有效地刺激消费者的购买欲望。

POP广告种类繁多,形态各异,我们为了更有效、更快速地掌握它,可以按照其使用功能和制作工艺进行分类。我们先来看一下按照使用功能的分类。

### 按照使用功能分类的POP广告

可以分为店面POP广告、吊挂POP广告、立地POP广告、壁面POP广告等。店面POP广告大多以店面招牌的形式表现,制作材质和工艺很多,主要有灯箱、木雕、喷绘布等。



店面POP广告可以说是代表了商家的形象,商家通过它展示经营特征和自我个性,可以说店面POP广告是商家的一张名片。

吊挂POP广告主要是悬挂在天棚顶部的一种POP广告,比较节省地面的空间。



吊挂POP广告可以更为直观地向顾客传递广告信息,同时也可以起到引导和指示的作用。在大多数商场或超市里,吊挂POP更多地用在渲染氛围上,它可以为顾客营造出一个轻松、愉快的购物环境。





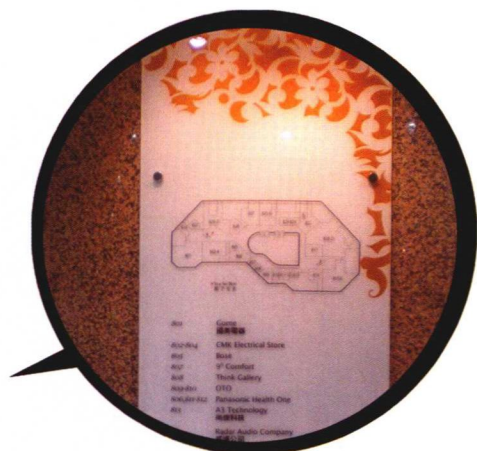
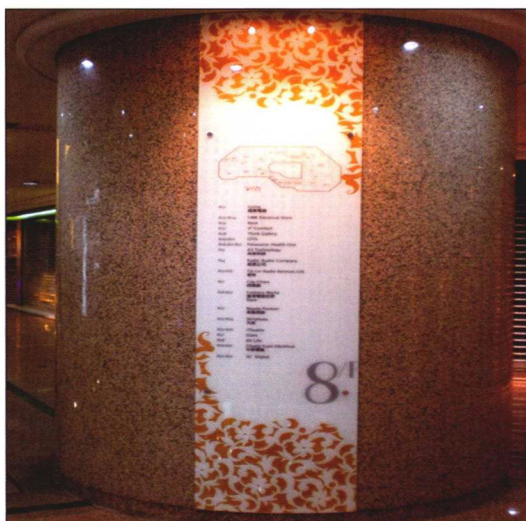
立地POP广告是最为立体的一种广告形式，它可以以模特造型的方式出现，也可以用水牌进行展示。



以模特造型出现的立地POP广告大多是用来展示商品和制造节日氛围的，而水牌式立地POP广告则是用来传递商家的广告或促销信息的。前者较为直观和立体，以环境和氛围感染顾客，后者虽然形式简单，但也是最贴近顾客的，商家的一些活动、规则、说明等文字性的信息也主要通过它来表现。



壁面POP广告是张贴在墙壁上或柱子上的一种广告形式，它多数以海报或灯箱的形式出现。



壁面POP广告通常是长期使用的，比如这里的壁面POP广告是用压克力工艺制作的楼层导视图。



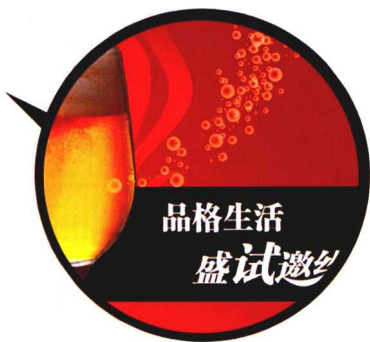
## 按照制作工艺分类的POP广告

可以分为印刷POP广告、喷绘POP广告和手绘POP广告等。

印刷POP广告主要是通过电脑排版、印刷机输出等工序制作的一种可以大批量生产的POP广告形式。



印刷POP广告主要应用在印制大批量的DM和宣传单上，它不受量的限制，可以很广泛且很有效地向顾客传递商家的信息。



喷绘POP广告是用电脑排版，然后用喷绘机输出，它的应用范围很广，小到海报，大到背景板、灯箱等。



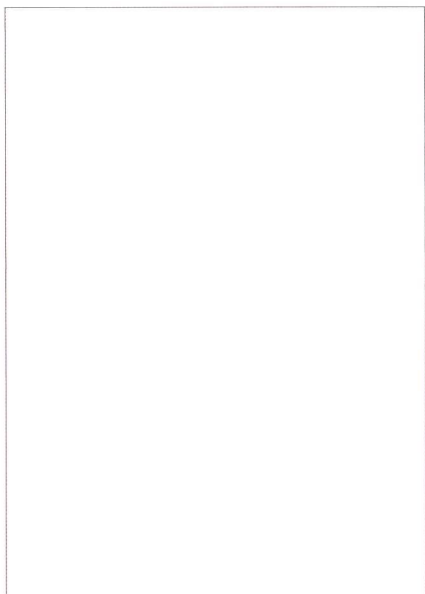
左图中漂亮的背景画面就是喷绘POP广告，它不受场地、大小、数量的限制，可以根据实际需要，通过电脑设计出各种样式的POP广告，然后通过大型的喷绘机进行输出，最后安装在商场里。喷绘POP是近年来我国应用最为广泛的一种POP广告，一些大型的广告画面都是通过喷绘来完成的，但它的制作成本比较高。



喷绘POP广告有很多优点：制作出来的效果逼真、耐久性强，很适合大型的广告画面及长期使用。但它也有缺点：必须通过电脑等高科技来完成，需要电脑设计人员、喷绘人员、制作安装人员等，所以它的成本相对来讲也比较高。

手绘POP广告主要是用手工绘制的方式来完成的POP广告，它更机动，更实用，更灵活。

“手绘”的英文为 handwriting，有“手迹”“书法”之意，意思是“徒手写出来的文字或图案”。以“手绘”方式表达促销之意的广告，我们可以称它为“手绘POP广告”，这也是本书要重点向大家讲述的一类POP广告。手绘POP广告相对于前几种POP广告来讲，成本更为低廉，一张手绘POP海报的成本也就在几元之内，而且它制作速度快，也不需要电脑等科技元素配合作业，所以几十分钟便可以完成。手绘POP广告最大的优点就是有较强的生命力，同时也很具有亲和力，这也是印刷POP和喷绘POP所没有的。但手绘POP看似简单，它需要创作者掌握一定的技能才能完成，比如写一手漂亮的美术字和绘制精美的插图。手绘POP里面的每一个组成部分，都需要创作者认真地去绘制，可以这么说，手绘POP是用手来写，用心来绘，创意和创新是手绘POP最大的生命力和发展力。





POP广告现今已经充斥着我们生活的每一个角落，可以这么说，只要是存在商家或买卖关系的地方就有POP广告存在的价值，随着社会的进步和经济的发展，POP广告行业也会日益壮大。

因为本书主要为大家讲述的是手绘POP，所以这里我们就手绘POP这一行业为大家进行分析和介绍。

很多人认为，手绘POP只应用在商场或超级市场，学完手绘POP只能在商场或超级市场从事美工的工作，实际上，这种想法是错误的且局限的。手绘POP的市场远远不仅如此，实际上手绘POP应用的范围非常广泛，如酒店、咖啡厅、蛋糕店、西餐厅、网吧、电影院、KTV、健身中心、儿童乐园、迪厅、培训学校、服饰品店、美容院、化妆品店、发廊、手机市场、数码广场、便利店等等，而且收入不像美工那样每月固定，可以按张数计算。现今，很多从事美工行业的朋友觉得在商场或超级市场写一些时效性、简单迅速的手绘POP海报就足够了，实则不然，我们抛开商场或超级市场的工作范畴，在其它的商业场所制作的精美手绘POP所带来的经济效益远远高于美工的工资。

手绘POP广告的前景比较广阔，我们可以从以下几点对手绘POP的未来进行展望：

- (1) 手绘POP广告具有较强的生命力和亲和力，电脑印刷和喷绘的POP无法取代；
- (2) 手绘POP广告易学易懂，可以在短期内熟练掌握，同时可以解决就业问题；
- (3) 手绘POP广告投资小，回报高，一张成本几元的手绘POP广告可以收到十倍以上的回报；
- (4) 手绘POP广告任何人都可以学，不受年龄限制，只要你有兴趣就可以；
- (5) 手绘POP广告时效性强，可以根据要求短时间内完成和更换；
- (6) 手绘POP广告题材广泛，任何存在买卖关系的场合都适用。

手绘POP广告以其诸多的优点越来越受到商家的喜爱与认可，它的应用范围也随之越来越广。



店面的玻璃上张贴手绘POP广告会显得更有亲切感，也更容易被顾客接受，手绘POP广告在宣传讯息的同时也美化了店面形象。



## 2. POP工具

绘制手绘POP的笔材种类很多，而且每一种笔材都有各自的特性和书写方法，这一小节我们就来学习一下常用的一些笔材知识及其用法。

### 油性马克笔

油性马克笔含有易挥发的化学材质，所以挥发得较快，书写后快速变干而且不易沾污纸面。油性马克笔的规格是按照笔头的宽度来划分的，常用的规格有30mm、20mm、12mm、10mm、6mm等。

水产

在油性马克笔中，30mm笔头是最粗的，它适合在全开海报上写标题字，能达到醒目的效果。



支持你

20mm的油性马克笔的笔头比30mm油性马克笔略窄一些，它适合在对开和四开海报上写标题字。



泰山手绘

12mm的油性马克笔可以书写海报中的副标题，也可以用来书写较小海报上的主标题字。



美工培训

10mm的油性马克笔的笔头是圆的，所以书写出来的笔触也是圆头，我们经常用它来书写圆头字。



可在大赠送

在油性马克笔中，6mm的笔头是最窄的，我们经常用它来书写海报中的正文或篇幅较多的小字。





## 水性马克笔

水性马克笔挥发较慢，书写后不易干，所以使用的时候要格外注意，以免弄脏纸面。

水性马克笔不但可以书写文字，而且可以为插图着色、为海报绘制装饰图案等。

没有失败的人  
只有放弃的人

3mm宽的笔头可以书写海报中的正文部分，有时候海报中的文字篇幅比较多，用它来书写可以节省空间，但水性马克笔书写的文字不能被阳光长时间照射，不然会出现褪色现象，所以要格外注意张贴的环境。



水性马克笔的颜色丰富，可以绘制各种图案效果。有了这些图案，可以使海报更醒目，但一定要注意，装饰图案尽量选择颜色较浅的笔来绘制。



水性马克笔丰富的颜色可以绘制各种题材的插图，而且每种颜色都有过渡色进行衔接。



## 双头马克笔

双头马克笔有两个笔头，一个是斜口的笔头，另一个是圆形的笔头。

双头马克笔应用起来更方便，而且成本低廉，用一支笔就可以完成两种字体的写法。

# 写海报练字体最实用

用斜口笔头书写出来的文字粗壮有力，初学者掌握起来极为容易。



圆形笔头书写出来的文字精巧细致，极具艺术效果。

## 小号圆头字体靠它来完成

泰山美工培训班  
辽宁沈阳和平区  
真正的手绘艺术  
让您学到真技能  
你也是手绘高手  
泰山老师亲授课  
全面全新最系统



双头马克笔的颜色也有很多，我们可以根据不同的需要选择不同颜色的双头马克笔书写文字，平时可以用来练习字体。

