

节日大营销 · 手绘POP

Festival Marketing · Hand-painted POP

传统节日篇

编著：张 放 曾筠毅 何莉丽



广西美术出版社

春 节 腊 八 节 元 宵 节 清 明 节 端 午 节 建 党 节 七 夕 节 中 秋 节 重 阳 节

图书在版编目(CIP)数据

节日大营销·手绘POP. 传统节日篇/陆红阳, 熊燕飞
编著. —南宁: 广西美术出版社, 2010. 2

ISBN 978-7-80746-945-2

I. 节… II. ①陆…②熊… III. 广告—宣传画—设计
IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第025005号

节日大营销·手绘POP——传统节日篇

JIERI DAYINGXIAO ·SHOUHUI POP——CHUANTONG JIERIPIAN

主 编: 陆红阳 喻湘龙

编 著: 张 放 曾筠毅 何莉丽

出 版 人: 蓝小星

终 审: 黄宗湖

图书策划: 陈先卓

责任编辑: 陈先卓

装帧设计: 熊燕飞

校 对: 罗 茵 肖丽新

审 读: 陈宇虹

出版发行: 广西美术出版社

地 址: 南宁市望园路9号

网 址: www.gxfinearts.com

邮 编: 530022

制 版: 广西雅昌彩色印刷有限公司

印 刷: 广西民族印刷厂

版 次: 2010年4月第1版

印 次: 2010年4月第1次印刷

开 本: 12开

印 张: 11.5

书 号: ISBN 978-7-80746-945-2 / J · 1193

定 价: 56.00元

版权所有 翻印必究



Part1

学习篇

- 1 入门知识 4
- 2 技法分析·字体 11

Part2

实战篇

- 春节 18
- 腊八节 40
- 元宵节 50
- 清明节 66
- 端午节 76
- 建党节 88
- 七夕节 102
- 中秋节 106
- 重阳节 122

目

录

Contents

Part 1

学习篇

1 入门知识



一、什么是POP广告？

POP广告是多种商业广告形式中的一种，英文全称为Point of Purchase Advertisement，point意为“点”，purchase意为“购买”，POP即“购买点广告”，这里的“点”，既指时间概念上的点，又指空间上的点。因此，POP广告具体就是指在一定的时间和有效的空间位置上，为宣传商品，吸引顾客、引导顾客了解商品内容或商业性事件，从而诱导顾客产生参与的动机及购买欲望的商业广告。

例如，在商业空间、购买场所、零售商店的周围和内部以及在商品陈设的地方所设置的广告物，包括商店的牌匾，店面的橱窗，店外悬挂的充气广告、条幅，商店内部的装饰、陈设、招贴广告、服务指示，店内发放的广告刊物，进行的广告表演，以及广播、录像、电子广告牌广告等这些都属于广义的POP广告。从狭义来理解，POP广告仅指在购买场所和零售店内部设置的展销专柜以及在商品周围悬挂、摆放与陈设的可以促进商品销售的广告媒体，包括吊牌、海报、小贴纸、旗帜等。（图1）



图1

二、POP广告有哪些种类?

POP广告的主要商业用途是刺激引导消费和活跃卖场气氛,一般应用于超市卖场及各类零售终端专卖店居多,它的种类繁多,分类方法也不同。

如果从使用功能上分类有:

店头 POP 广告: 置于店头的 POP 广告, 一般用来向顾客介绍商店名称和即时主打产品, 如看板、站立广告牌、实物大样本等。

(图2)



图2

垂吊 POP广告: 一般用来营造购物环境或节日气氛, 如广告旗帜、吊牌广告物等。(图3)



图3

地面 POP 广告: 从店头到店内的地面上放置的 POP 广告牌, 具有商品展示与销售功能。(图4)



图4

柜台 POP 广告: 是放在柜台上的小型POP, 主要介绍产品的价格、产地、等级等信息, 如展示架、价目卡等。展示架上通常都要陈列少量的商品。值得注意的是, 展示架因为是放在柜台上, 放商品的目的在于向顾客说明产品性质, 所以展示架上放的商品一般都是体积比较小的商品, 且数量较少。适合展示架展示的商品有珠宝首饰、药品、手表、钢笔等。(图5)



图5

壁面 POP 广告：附在墙壁上活动的隔断、柜台和货架的立面、柱头的表面、门窗的玻璃上等的 POP 广告。主要用来宣传商品形象、店内销售信息，如海报板、告示牌、装饰等。（图6）



图6

陈列架 POP 广告：附在商品陈列架上的小型 POP，传达产品相关信息、材料和使用方法等，如展示卡等。（图7）

按广告的内容来分有：商业POP广告和校园POP广告。按制作手段来分又有：印刷类POP广告和手绘POP广告。（图8）



图7



图8

三、POP广告过去、现在与未来的趋势

POP广告起源于美国的超级市场和自助商店里的店头广告。1939年，美国POP广告协会正式成立后，自此POP广告获得正式的地位。20世纪30年代以后，POP广告在超级市场、连锁店等自助式商店频繁出现，于是逐渐为商界所重视。60年代以后，超级市场这种自助式销售方式由美国逐渐扩展到世界各地，所以POP广告也随之走向世界各地。

就其宣传形式来看，早在我国古代，就已经出现POP广告的雏形。例如，酒店外面挂的酒葫芦、酒旗，饭店外面挂的幌子（图9），客栈外面悬挂的幡帜，或者药店门口挂的药葫芦、膏药等，以及逢年过节和遇有喜庆之事的张灯结彩等。



图9

POP广告在20世纪七八十年代流传到我国，到90年代由于受欧美及日韩地区的店头展示的行销观的影响，中国大中型城市的各种卖场、店面上出现大量以纸张绘图告知消费者信息的海报，形成一波流行POP广告的潮流，大量的图案及素材活泼地呈现在海报上，色彩丰富，吸引人的目光。而除了在商业上应用之外，校园内也逐潮流行起海报绘制的工作，举凡社团活动、学会宣传、校际活动，无不利用最简单的工具来绘制出五光十色的海报。近年来，随着社会经济的迅速增长，POP广告的形式不断推陈出新，POP广告文化也日趋丰富。

目前，商家已充分认识到POP广告在产品零售终端举足轻重的促销作用。在竞争激烈的市场里，他们绞尽脑汁，不断改进。为了有效地配合促销活动，在短期内形成一个强劲的销售气氛，POP广告现在已从单一向系列化发展，多种类型的系列POP广告媒介同时使用，可

以使营业额急速升高。此外,声、光、电、激光、电脑、自动控制等技术与POP广告的结合,产生出一批全新的POP广告形式,虽然成本较高,但是却能迅速吸引消费者注意力,大大提升促销效果。以手绘的办法来制作POP广告,它以方便快捷、价格低廉和极具亲和力的特点,成为各大超市的首选促销形式。

四、POP广告五大功能

1.告知产品信息和卖场指示的功能。通常POP广告,都有新产品的告知、宣传作用,此外还能起到商品及贩卖场所的指示、标志等功能。当新产品出售之时,配合其他大众宣传媒体,在销售场所使用POP广告进行促销活动,可以吸引消费者视线,刺激其购买欲望。

2.唤起消费者潜在购买意识。尽管各厂商已经利用各种大众传播媒体,对于本企业或本产品进行了广泛的宣传,但是有时当消费者步入商店时,已经将其他的大众传播媒体的广告内容遗忘,此刻利用POP广告在现场展示,可以促进对商品的注目与理解,唤起消费者的潜在意识,重新忆起商品,促成购买行动。

3.取代售货员的功能。POP广告有“无声的售货员”和“最忠实的推销员”的美名。POP广告经常使用的环境是超市,而超市中是自选购买方式。在超市中,当消费者面对诸多商品而无从下手时,摆放在商品周围的POP广告,忠实地、不断地向消费者提供商品信息,可以使消费者了解商品的使用方法,开发需要性;在特卖期间夸张式的价格表现,还能传达物美价廉的诉求,促成行动购买。

4.营造销售气氛。利用POP广告强烈的色彩、美丽的图案、突出的造型、幽默的动作、准确而生动的广告语言,再配合SP(店面促销)活动,在商品示范或演出期间使用,能增加演出的效果与气氛,塑造出购物的气氛。特别是在节日来临之际,针对性的富有创意的POP广告更能渲染出特定节日的购物气氛,促进关联产品的销售。

5.提升企业形象。优秀的POP广告同其他广告一样,在销售环境中可以起到树立和提升企业形象,进而保持与消费者的良好关系的作用。

五、制作手绘POP广告的基本原则

与一般的广告相比,POP广告的特点主要体现在它的展示陈列方式多样、时效性强、制作速度快、造价比较低廉、极富亲和力的画面效果等方面。它的制作方式、方法繁多,材料种类应用很多,其中以手绘POP最具机动性、经济性及亲和力,它的制作基本原则为:

1.单纯:在视觉传达上要单纯、简洁,使消费者一目了然,了解内容的说明。

2.注目:在内容表现上,要能瞬间刺激消费者,达到注意的目的。

3.焦点:能在消费者注意的一刹那之间,继续诱导至画面的重点。

4.循序:也就是诱导的效果,能在画面上引起注意,产生焦点并循序吸引目光,达成传播目的。

5.关联:也就是统整画面,POP内容应彼此关联,产生群化,达成统一。

6.高效率:在超市卖场中,各种促销信息需要及时、灵活地更换,因此,手绘POP的美工人员需熟练掌握其绘写技巧,才能提高促销效率。

六、手绘POP广告的构成要素(图10)

1.插图:手绘、图片、拼贴、半立体。

2.装饰图形:边框等。

3.文字:标题——主标题、副标题,说明——广告诉求内容,公司名称——广告主名称或卖场名称,其他——价目等。



图10

七、手绘POP广告的制作工具

制作手绘POP广告，工具的选择与应用非常重要，选择良好适合的工具，往往有事半功倍的效果。用来描绘或书写的材料工具种类繁多，而每一种各有其独特的表现技法及效果。

各种笔具：唛克笔、毛笔、平头笔、彩色铅笔、铅笔、勾线笔



裁剪工具：剪刀、美工刀

测量工具：尺子、三角板

粘贴工具：固体胶、胶水、喷胶、透明胶

颜料：水粉颜料、水彩颜料

纸张：各种艺术纸张



八、手绘POP广告制作步骤

有色纸的POP手绘海报制作步骤：

1. 首先针对主题设计出版式，确定标题、插图、说明文字的位置，用铅笔画好草稿。
2. 绘写标题字。
3. 绘写说明文字。
4. 对已画好的插图或文字作进一步修饰。



①



②



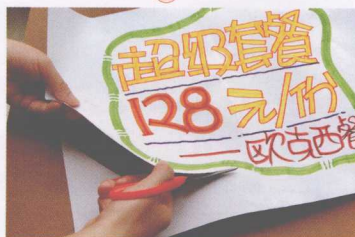
②



②



③



③



③



④



④

九、荧光板

又叫荧光广告板、电子荧光板、LED荧光板和手写荧光板。

在酒吧、宾馆、餐厅、花店、咖啡厅、超市、商场、办公室等场所都常常能看到这种文字发光，色彩绚丽，有如霓虹灯效果。光彩夺目的手写荧光板比起普通的纸质手绘POP广告要漂亮得多。它和普通手绘POP本质上是一样的，也是需要自己用笔来画和写出你想要的广告信息。它与普通手绘POP最大的不同就是绘画的材料不一样，普通手绘POP一般是画在纸上，而荧光板是画在玻璃板上。还有一个明显的不同就是底色，普通手绘POP的底色一般为白色，而荧光板为黑色，这也正是购买的专用POP荧光笔里没有黑色的原因，所以需要注意的是很多普通手绘POP里需要用黑色来表现的元素和信息，在荧光板POP里就需要用别的颜色来代替了。



落地式荧光板



玻璃板



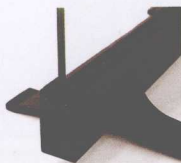
支架



台式荧光板



玻璃板



支架

荧光板POP的特点：

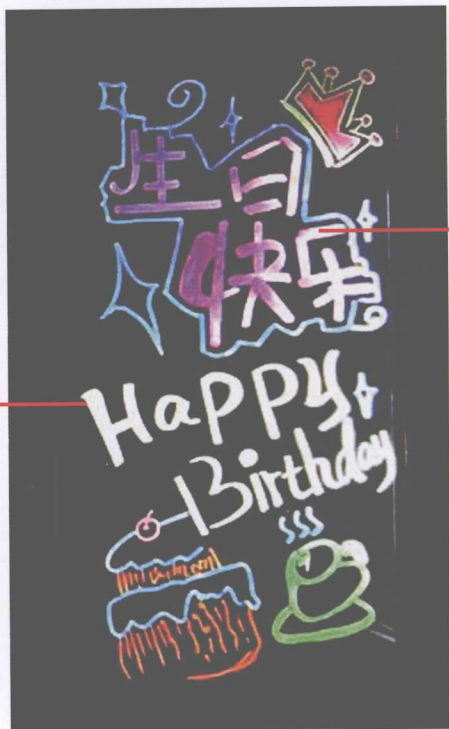
随写随改：充分发挥创造性，手写形式多样，随意中体现出别致，刻意营造不同的气氛。

反复使用：它具有可反复多次使用功能，更换广告内容时将表面的图文擦掉即可重新书写。

荧光效果：利用荧光笔书写即可让图文发出绚丽的光彩；可调节多种闪光效果（七彩荧光板）。



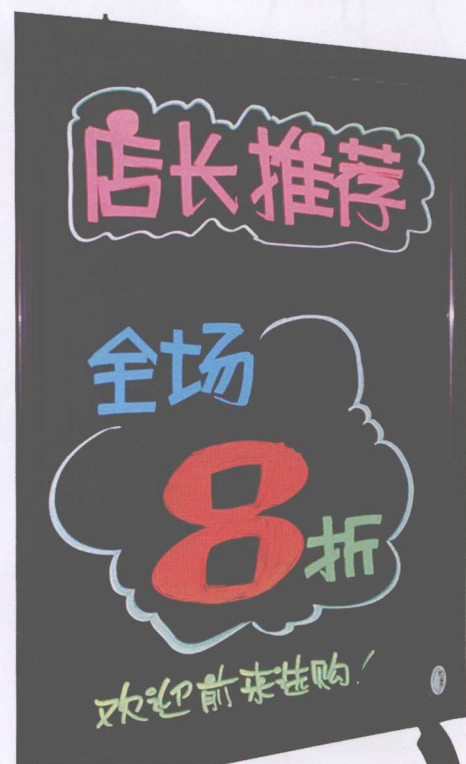
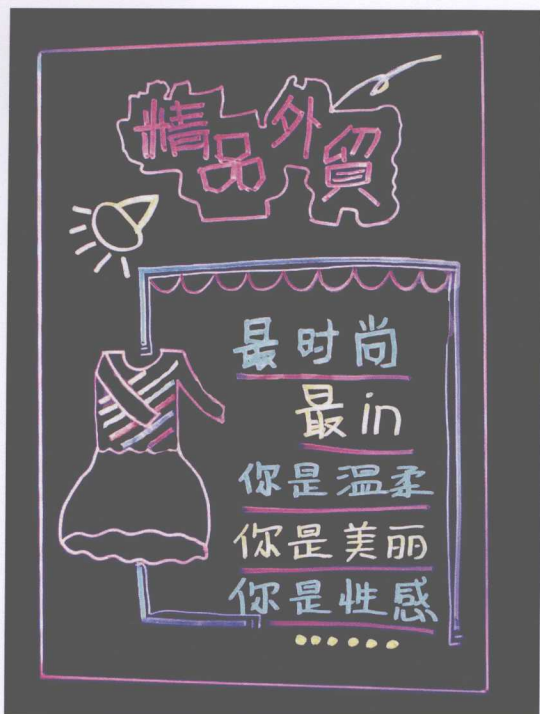
荧光笔



专用荧光笔的笔头也有粗细之分，在绘制POP的时候要注意粗细搭配，才能有更好的效果。

因为荧光板的底色为黑色，所以专用荧光笔里配有的是白色荧光笔，这里就要注意白色荧光笔的使用。

荧光板POP效果



如果您要将本书的其它手绘POP作品变成荧光广告板效果，将范画中的黑色画笔部分，用白色笔绘即可。

2 技法分析 · 字体 *



*

在绘写POP字体之前我们首先要掌握各种笔的性能，笔头较宽的平头笔绘写起来比较难掌握，因此我们可以先在草稿纸进行笔画训练（图11），掌握基本握笔方法和笔画的画法。入门阶段我们可以通过大量的临摹练习，加强对字形架构的认知，体会POP字体的绘写规律。



图11

手绘POP字体的艺术风格较黑体、宋体等印刷字体来说，更为活泼、灵巧，又带有一点“拙味”，极富亲和力。在绘写当中只要掌握其中的窍门，即可快速进入POP字体的领域：

一、基础字体绘写技巧

1. 注意运笔及笔画的方向：接近横笔写横，接近直笔写直，起笔趋平。例如撇、捺。注意运笔方向相反的笔画。（图12）

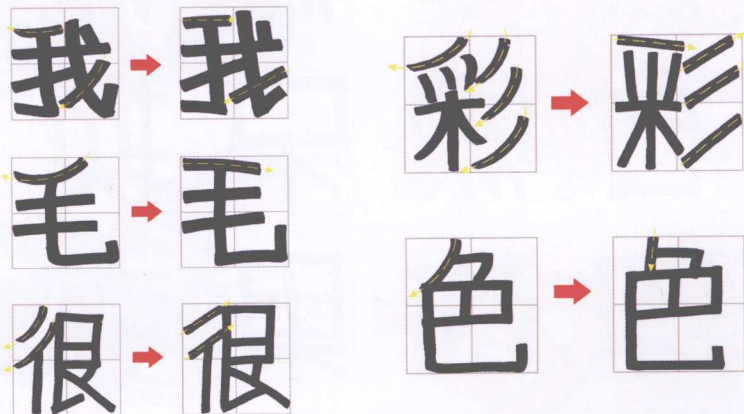


图12

2. 改变字形的正常比例。将部首缩小；遇到“口”形的笔画要夸张；上笔画重心偏离，横不平，竖不直。（图13-图15）

新佳添堆雪
炸清幕喜布
宵乳快贺乐
年轻色教欢
端午 香蕉船

图13

点 中 息 种
右 魚 呆 换
即 可 果 亮

图14

时尚品位话
套餐射箭说
国家白每吧
大→大→大 权→权→权
活→活→活

图15

3. 变换笔头方向写出粗细不同的字体。（图16）

童消眉围恩
心好凉万者
人问浪圣中
品建吧

图16

4. 变化某些笔画，增强字体的趣味感。(图17)



图17

二、趣味字绘写技巧

1. 加外框：勾外轮廓、加中线、立体字效果、变化外框线的粗细。(图18)



图18

2.表现质感：布纹、木纹、石板、雪、火。（图19）



图19

3.色彩装饰：色块字体分割、色块填充笔画。（图20）



图20

4.笔画变化（图21）



图21

5.添加背景（图22）



图22

6. 综合运用:

