

Point of Purchase

手绘

王 猛 编著

POP

设计

医药篇

Point of Purchase
手绘 POP 设计 医药篇

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社
沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP设计. 医药篇 / 王猛编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5591-0215-7

I. ①手… II. ①王… III. ①广告—宣传画—设计 IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第068014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25号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁一诺广告印务有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 10

字 数: 50千字

出版时间: 2017年5月第1版

印刷时间: 2017年5月第1次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 王 猛

版式设计: 王 猛

责任校对: 栗 勇

书 号: ISBN 978-7-5591-0215-7

定 价: 48.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

[http: //www.lnkj.com.cn](http://www.lnkj.com.cn)

目录

Contents



第一章 医药行业 POP 概述

- 1. POP 的概念及分类 6
- 2. 医药类 POP 的需求及应用..... **12**
- 3. 制作 POP 的基本工具 **14**

第二章 POP 字体基础

- 1. 笔画练习 **18**
- 2. 结构比例 **22**
- 3. 常用部首及实例 **28**
- 4. 字体组合 **34**
- 5. 数字书写 **38**

第三章 POP 字体装饰

- 1. 字体装饰概述 **46**
- 2. 标题字的装饰 **47**
- 3. 说明文的装饰 **74**

第四章 医药行业海报基础

- 1. 结构分析 **82**
- 2. 构图排版 **88**
- 3. 单色海报 **92**
- 4. 双色海报 **100**
- 5. 多色海报 **116**

第五章 医药行业海报形式

- 1. 售卖海报 **128**
- 2. 活动海报 **130**
- 3. 产品宣传海报 **132**
- 4. 健康宣传海报 **134**
- 5. 企业宣传海报 **136**
- 6. 各种促销卡 **138**

附 医药行业海报实例

Point of Purchase
手绘POP设计 医药篇

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社
沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP设计. 医药篇 / 王猛编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5591-0215-7

I. ①手… II. ①王… III. ①广告—宣传画—设计 IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第068014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25号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁一诺广告印务有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 10

字 数: 50千字

出版时间: 2017年5月第1版

印刷时间: 2017年5月第1次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 王 猛

版式设计: 王 猛

责任校对: 栗 勇

书 号: ISBN 978-7-5591-0215-7

定 价: 48.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

[http: //www.lnkj.com.cn](http://www.lnkj.com.cn)



Preface

POP 作为视觉传达的一种广告形式,大量应用于零售业,是商场、超市、药店及通信等行业经常使用的一种营销方式。但这些行业的许多一线销售人员并没有掌握手绘 POP 的制作技巧以及表现形式,很难合理且有效地利用好手绘 POP。

本书是一本医药行业专属手绘 POP 教程,也是国内第一本医药行业手绘 POP 专用图书,是笔者通过总结近百场医药 POP 培训课程的经验,专门针对医药行业对 POP 的需求而创作的。内容从最基本的字体书写技巧、数字写法、字体装饰到海报编排,一应俱全。

特别在字体部分,本书提供了大量的医药行业专业术语实例,更便于读者在创作当中进行参照和运用。在海报制作部分,本书从药店实际需求出发,既讲解了成本低廉的单色海报、双色海报,也讲解了色彩鲜艳丰富的多色海报,创作技法多样。

特别感谢辽宁科学技术出版社领导和编辑在选题及出版上的支持并提出了多项宝贵意见,笔者经过反复甄选、修订,才得以完成此书。感谢一点阳光赵祖杰老师引领我进入医药培训行业。感谢步长制药营销总监何鹏飞总经理,包头市场部姜艳总经理,武汉建民集团徐胜总裁以及昆中药、太极集团、东昌医药等各大药厂和医药公司的领导提供平台。也感谢全国各大医药连锁企业领导和员工的积极参与、配合,让手绘 POP 这种实用且独具魅力的广告形式在医药行业得以更好地发展。

最后,让我们共同努力,用 POP 的广告形式,在辅助提升企业销售业绩、提高企业及药店形象、美化店面的同时,把一场视觉盛宴带给广大顾客和消费者。

本书可以作为医药行业 POP 培训专属教材,药企、药店员工自学图书以及全国各大医药 POP 比赛参考书。

泰山手绘 POP 工作室

2017年2月2日

中国第一本医药行业手绘 POP 著作



目录

Contents



第一章 医药行业 POP 概述

- 1. POP 的概念及分类 6
- 2. 医药类 POP 的需求及应用..... 12
- 3. 制作 POP 的基本工具 14

第二章 POP 字体基础

- 1. 笔画练习 18
- 2. 结构比例 22
- 3. 常用部首及实例 28
- 4. 字体组合 34
- 5. 数字书写 38

第三章 POP 字体装饰

- 1. 字体装饰概述 46
- 2. 标题字的装饰 47
- 3. 说明文的装饰 74

第四章 医药行业海报基础

- 1. 结构分析 82
- 2. 构图排版 88
- 3. 单色海报 92
- 4. 双色海报 100
- 5. 多色海报 116

第五章 医药行业海报形式

- 1. 售卖海报 128
- 2. 活动海报 130
- 3. 产品宣传海报 132
- 4. 健康宣传海报 134
- 5. 企业宣传海报 136
- 6. 各种促销卡 138

附 医药行业海报实例

第一章 医药行业 POP 概述

1. POP 的概念及分类
2. 医药类 POP 的需求及应用
3. 制作 POP 的基本工具





1. POP 的概念及分类

POP 是商场促销的一种广告形式。凡是应用于商场，提供有关商品信息，促使商品得以成功销售出去的所有广告、宣传品，都可以称为 POP 广告。

Point Of Purchase

POP 的基本概念

POP 是英文 “Point of Purchase” 的缩写，可以翻译成 “购买点的广告”，又可以称为 “店头广告”，是当今一种很流行的新兴广告形式。

POP 起源于 20 世纪 30 年代的美国。第一次世界大战后，全球经济普遍低迷，市场萧条，广告费用成为厂商及卖方极大的负担。此时的美国，各种超市兴起，相对于其他费用昂贵的广告，经济实用、制作方便的 POP 逐渐兴起，节庆需要它、售卖商品需要它、店面布置需要它，POP 成为一种最为实用、有效的广告形式之一。

20 世纪 60 年代，POP 陆续传到日本、韩国等亚洲国家。

在购物场所，无论是店门、店内或是橱窗，都有 POP 的身影。



POP 的应用范围非常广泛，店头的标识、橱窗的促销广告或宣传单，都是 POP 的表现形式。



我们现在普遍意义上的 POP 广告主要是从我国台湾地区发展过来的。但在我国古代,其实早已有了类似于现代 POP 的广告,如古代客栈、酒馆外挂着的灯笼、旗帜,打铁铺门前挂着的大刀,药铺门前挂着的膏药等,这些都是具有该行业特色的广告宣传品。如今,不同种类、不同形式的 POP 广告存在于我们生活的各个角落。

种类繁多、外形各异的 POP 广告,已经逐渐成为商业促销宣传的主流媒介。



种类如此繁多的 POP 广告，让人眼花缭乱。想要进一步了解 POP，需要对它的一些基本分类有所了解。

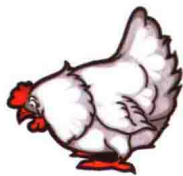
POP 的分类

首先从制作工艺上进行区分，POP 可以分为印刷类、喷绘类以及手绘类 3 种。

印刷类 POP 主要是指一些批量制作的宣传单、DM 单、商品说明书、商品促销海报等。



印刷类 POP，需要用电脑、印刷机以及相关的设计软件来完成，属于批量制作的广告产品，可以大面积分发、张贴，覆盖面相对较广，但制作周期较长，成本较高，灵活性和机动性略显不足。



喷绘类 POP 主要是指一些室内或户外的大型广告牌匾、灯箱、易拉宝展架、活动促销背景板等。



喷绘类 POP，也需要用电脑、喷绘机以及相关的设计软件来完成，有时还需要一些特殊的材料，比如立体感较强的亚克力板材等。这种形式的 POP 多用于店头的牌匾、灯箱等，制作成本较高，但给人的视觉冲击力较为强烈，使用寿命也要长一些。



手绘类 POP 主要以手工绘制为主，用相应的纸张、笔材来完成。



盐酸特比萘芬片...

治疗灰指甲效果好

无效退款



手绘类 POP，主要是通过手工绘制来完成的，所以也叫“手绘 POP”。相对于前两种形式的 POP 来说，手绘 POP 成本最低廉，用马克笔、铜版纸等工具即可完成，创作时间短，也容易上手。

POP 按题材进行分类,可以分为节日类、餐饮类、校园类、招生类、通信类、医药类、商超类、文化类等,其中医药类的 POP 是本书重点要介绍的。

节日类 POP、餐饮类 POP、校园类 POP、招生类 POP



餐饮类

校园类

招生类

节日类



教师节快乐

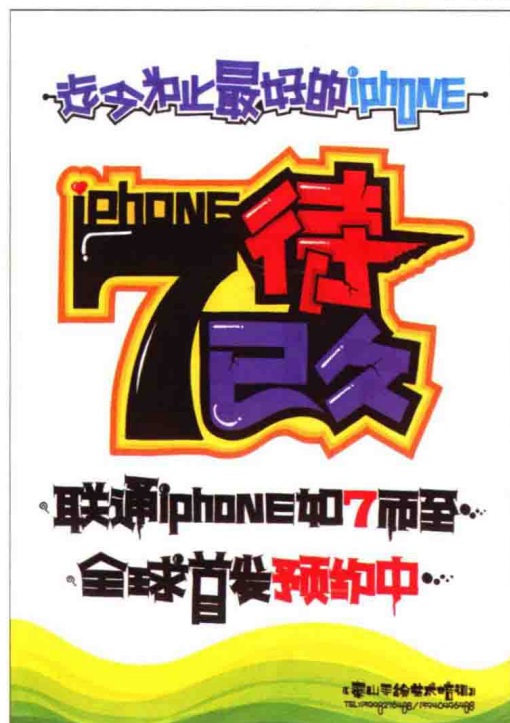
在成长路上,是您给我们插上理想的
翅膀,感谢您,老师,在这一天,让我们
衷心地对您说一声:老师,您辛苦了!

泰山手绘



通信类、医药类、商超类、企业文化类

通信类



商超类



医药类



企业文化类





2. 医药类 POP 的需求及应用

随着医药行业的发展，一些大型的连锁药店在各大中小城市越来越多，也越来越趋于规范化。手绘POP因能直接、快速有效地让顾客了解药品，成为医药企业和药店不可缺少的营销手段。

在药店里，手绘POP不但为顾客展示药品的价格、功效，同时也大大提升了药店的整体形象。



由于医药行业对手绘 POP 的需求日益增大, 各大医药企业及药店也把手绘 POP 作为员工的一项考核标准。很多药企会定期邀请一些专业的手绘 POP 讲师进行专项培训, 训练员工的手绘 POP 书写能力, 同时也会举办一些比赛活动来鼓励员工学习手绘 POP。

笔者也是各大医药企业及连锁药店的特约手绘 POP 讲师。

