

新锐商业POP 海报模板

67个实用商业POP模板
全部附带电子文档，实用高效
设计师不可多得的POP实战参考
商家难求的POP促销宝典

电脑硬件
家电、手机
音频设备
办公用品
摄影、摄像
其他

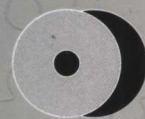
第3辑



视觉赢利顾问丛书

一世设计/编著

福建科学技术出版社
FUJIAN SCIENCE & TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE



附赠DVD
1 Disks included

新锐商业POP 海报模板

第3辑



视觉赢利顾问丛书

一世设计/编著

福建科学技术出版社
FUJIAN SCIENCE & TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

新锐商业 POP 海报模板. 第 3 辑 / 一世设计编著. — 福州: 福建科学技术出版社, 2006.2

ISBN 7-5335-2731-3

I. 新… II. 一… III. 商业广告 - 宣传画 - 计算机辅助设计 IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 000735 号

书 名 新锐商业 POP 海报模板 第 3 辑
作 者 一世设计
出版发行 福建科学技术出版社 (福州市东水路 76 号, 邮编: 350001)
网 址 www.fjstp.com
经 销 各地新华书店
印 刷 福建彩色印刷有限公司
开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张 5
图 文 74 码
版 次 2006 年 2 月第 1 版
印 次 2006 年 2 月第 1 次印刷
印 数 1-3 000
书 号 ISBN 7-5335-2731-3
定 价 35.00 元

书中如有印装质量问题, 可直接向本社调换



一世设计 (IS DESIGN) 自创立之日起, 便专注于商业设计与视觉营销的市场实践, 并始终保持与国际、国内著名设计师频繁交流, 尝试融汇中西方文化滋养我们的创作, 为客户提供在市场竞争中具有沟通力、推广力的成功作品, 为同业创作、学界研究提供典型的案例支持与参考。

一世设计创立于1999年初, 次年即获国际平面设计师协会联合会 (Icograda) 认可的国际商标标志双年奖银奖及优秀奖。此外, 一世作品曾获得2003年中国之星奖 (6项)、首都企业形象研究会 (CCII) 会员等权威奖项 (认证), 优秀案例屡次登载于《包装&设计》、《中国设计年鉴》等专业刊物。



前言

面对越来越激烈的市场竞争，很多商家逐步认识到POP广告对产品促销的重要作用，所以商家对POP广告的设计需求也越来越迫切。像POP这样的时效性设计，由于预算低、时间紧，不可能找专业设计公司，自然很难达到预想的效果，结果造成大量劣质设计作品充斥视野。商家明知应该用更好的设计树立自己的品牌，可是面对专业设计公司的高门槛，也只能将就了。

POP的创作形式，也因数码相机、电脑、喷绘仪的普及和成本不断降低发生了巨大的变化：由马克笔手写配插图的手绘形式，逐渐过渡到由数码照片借助电脑设计，再由喷绘公司出图的现代形式。

我们面对的是巨大的POP类广告市场的需求，而目前以80年代台湾、日本风格为主的POP书籍，显然已经不符合市场的需要了。

本书根据最新国际设计趋势，结合本公司多年设计经验，充分注重POP模板的通用性，并附带电子文件，提供设计语言新颖、风格多样的海报模板样例，以帮助设计师在最短时间内设计出高质量的、提高销售业绩的POP海报。

编者
2005年12月



目录

使用技巧部分

使用本书的诀窍	02
又快又好的设计思路	03
如何获得良好的数码照片	04
文字的字体很重要	06

模板样例部分

电脑硬件	08
家电、手机	18
音频设备	29
办公用品	42
摄影、摄像	53
其他	61



使用技巧部分



为了让您在短时间内掌握本书的使用方法，请仔细阅读本部分内容。

使用技巧部分：主要介绍与POP海报设计有关的诀窍，掌握这些诀窍，有助于设计师在短时间内掌握POP海报设计的方法。有的设计师常常会有这样的感觉：看了很多设计作品，学到了很多设计理论，却无法在实际工作中应用。本部分帮助设计师解决了这样的难题。

模板样例部分：主要展示了67款优秀的POP海报设计。每款POP海报都配有色彩变化之后的样例和风格文字描述。

记住这些图标！

记住这些图标，将大大提高您的工作效率



主模板主题描述



应着重注意的关键元素



配色及应用提示



001 该模板的光盘编号



012 该模板的光盘编号

所属行业分类



主题

本模板的适用场所



关键元素

决定这个模板效果的关键元素或处理手法



配色/应用提示

此模板的配色特点、适合的行业以及其他使用建议

主模板

变化后的模板效果



主题：平板电视产品推介



关键元素：简洁的版面划分，背景图像与产品图像的呼应



配色/应用提示：产品所在区域背景有意设为浅色，与相邻区域的深色背景构成视觉上的重心平衡



延展 1



延展 2



延展 3



如何在短时间内完成设计，又能获得良好的设计效果呢？

半天、三个小时甚至两小时就要完成一次宣传活动的POP设计任务，是POP设计师经常的工作期限。因为设计师既要配合其他部门的工作，又要照顾到制作周期，所以留给设计的时间总是很短。其实，功夫在平时！只要你善于总结和积累成功的经验，就会从容地做好POP设计。

下面是我们总结的POP设计的思维方法。常用此法，会让您的POP设计提高质量和效率。当然这并不是唯一的方法，每个人都会有好的经验，经常总结，您就会得出有自己特色的方法！

POP设计的CIPD思维法

四个字母分别代表以下含义：

C—consider 思考判断

I—idea 创意发散

P—plan 风格草案

D—design 实施设计



CIPD的具体做法

C—思考判断：阅读、理解所有关于产品信息和宣传活动规则的文案，判断、总结最关键的信息点，从中归纳出POP设计应该表现的信息重点。

I—创意发散：围绕信息重点进行发散思维，寻找尽可能的创意思路和方法，并遴选确定一个最合适的创意。最终要以创意是否表达了重点信息为衡量标准。

P—风格草案：寻找表现这创意最合适的设计表现风格，考虑色彩、构图、图像、图案、字体等处理手法，形成若干设计草图，选择其中最合适的一个。此过程应以设计风格与创意是否符合为衡量标准。

D—实施设计：把设计草图实施出来，形成最终的POP海报。这个过程需要对每一个设计元素进行细化，有许多深入的工作需要在此进行。最后应以设计草案要求的效果为目标进行比较。

CIPD思维法具体使用案例

我们以“火龙浴开业”这款POP为例，说明一下使用CIPD思维法的具体操作方式。

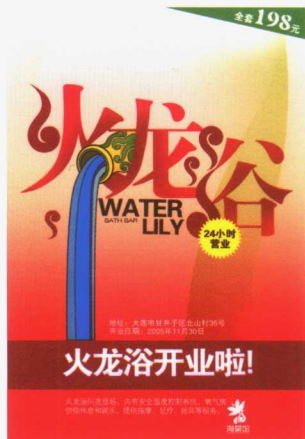
C—思考判断：这是一幅洗浴中心开业的POP海报，目的是告知广大消费者洗浴中心开业日期，引起广大消费者注意，从而扩大知名度。

I—创意发散：摒弃通常采用的美女代言方式，以洗浴中心名称作为主题，加深消费者对火龙浴品牌的印象。画面中的水与火两种设计元素作为对比，尽量烘托洗浴中心的气氛，使人有置身于其中的舒适感。

P—风格草案：在设计POP海报草图阶段，确定了以抽象图形代表“火”与“水”的思路，形元素既有火的形象，又能让人产生“汽”的联想，以此与文字组合，设计成火龙浴品牌形象。为了加强这一主体形象的艺术性，又在“泉”这幅名画启发之下，加入了水罐形象。水罐上纹样的处理手法与装饰风格相统一，体现了典雅的艺术风格。水罐中倾泻而下的水也更容易使人联想到洗浴行业的特征。



D—实施设计：在设计阶段，设计师进一步完善了背景的处理效果，采用轻柔的曲线和淡雅的色彩表现了室内水汽蒸蔚的感觉。POP画面设计成暖色调，希望能够给消费者足够温暖的感受。把消费信息放置在右上角，并以色彩衬托，进一步加强了POP的实用性。





一张好照片顶一千句话! 如何令照片更加吸引人?

数码相机应用与普及,使POP的创作方式发生了巨大变化,原来需要花费很长时间去画的东西,现在很快就可以拍到。比如菜肴,直观的照片能让消费者放心,使POP的广告吸引力倍增。POP设计师早已认识到:精彩的照片对于POP的设计效果起到决定性的作用!

POP作为经营性的促销工具,往往受到预算限制,如果设计师能够掌握一些摄影知识,自己能够拍摄出符合作品需要的照片,无疑会增加作品的感染力和工作效率。下面介绍几种可以快速提高拍摄水平的诀窍。

诀窍一 精彩的构图

构图可以理解画面的经营,大多数设计师都有这样的体会,这里不多解释。以下着重介绍几种容易得到好效果的构图方法。

1. 黄金分割法

黄金分割,是大家经常提起的最美的分割比例。在摄影时,把主体物放置在画面的黄金分割点上,一般来讲照片会比较好看、耐看一些。



使用黄金分割构图法的照片



主体落在横纵方向大约三分之二处

2. 对角线的动感

这种方法能得到比较有动感的照片,避免画面呆板,经常用到风景、人物等拍摄中。具体做法是将主体物沿着从照片一角到对角的方向排列。



没使用对角线构图法的照片



使用对角线构图法的照片

3. 精简、精简、再精简

在拍摄构思阶段,要审视画面,去除可有可无的东西。有时我们希望得到丰富的照片效果,安排了一些陪衬物或者选择了一些背景,当这些附属品说明不了问题的时候,就意味着应该去除。在产品 and 人物照片中尤其应该注重构图的精简。



精简前的照片



精简后的照片

只要您掌握了以上三种方法,照片的构图就一定不会差。这三种方法实际应用时经常结合在一起使用,只要您试着多用、多拍、多想,是很容易突破构图这一难关的!

当然,构图的方法还有很多种,不只局限于这三种,赶快拿起相机多多试试吧!

诀窍二 到户外去!利用阳光!

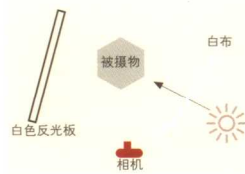
尽量在阳光充足的地方拍照。充足的阳光能使物体显示更多的细节,拍摄的照片看上去层次丰富更加逼真。一般来讲,在阳光下比在阴影中拍出来的照片色彩也更加饱和。



室内灯光拍摄效果

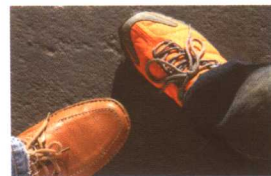


室外阳光拍摄效果

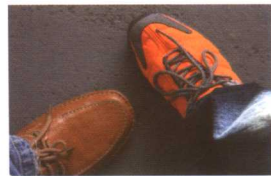


室外阳光照明时的拍摄理想布光方案

但是,在强烈阳光直射下,拍出的照片反差太大,画面会显得过于生硬,所以最好使用漫射的太阳光(如上图所示)。可以利用白布把直射光变成漫射光,有条件的话,在被摄物的阴影位置放一块白色反光板(如白毛巾、白纸或同伴的白色上衣也可以),调整到合适位置,让被摄物的背光面获得适当反光为好。



直射阳光加反光板的照片,尽管暗部获得了充足的补光,但显得过于生硬。



漫射阳光加反光板的照片(使用了上图的布光方法),画面效果很好。

诀窍三 正确使用白平衡避免偏色!

照片偏色常常因为光源的色温不同所造成。比如,在荧光灯下拍出来的照片偏蓝,而白炽灯下拍摄的照片发黄。现在的数码相机都带有自动矫正白平衡的功能,常用的方法是把白平衡设置为自动档状态,就能基本避免照片偏色。如果环境光比较杂乱,使用手动白平衡功能拍摄的照片效果会更好些。

即使正确地使用白平衡可以使照片看上去不偏色,但是,如果可能,尽量用太阳光作为光源,这样最能保证照片色彩自然逼真。



正确的白平衡



错误的白平衡

诀窍四 保证照片的清晰度

您完全不必换更好的相机，就可以拍出清晰的照片。请记住以下四点：①拿稳相机；②选择适当的感光度；③使用三脚架；④调整到较高的分辨率。

(1)大多数发虚的照片都是因为拍摄者没有拿稳照相机！因为大部分数码相机机身轻巧，在拍摄时手臂很容易抖动，造成照片发虚，所以拍照时尽量将照相机靠近身体，单手擎着照相机是不正确的。即使相机具有LCD取景方式，拍摄时也要尽量两脚分开站稳，两臂紧贴在身体上，两只手共同把持照相机。如果方便的话，靠在稳定的墙体、柱子或家具上。这样虽然姿态不太潇洒，但能拍出我们想要的清晰照片！非常值得！

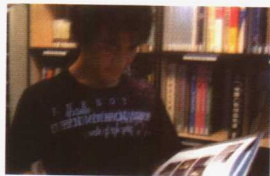


错误的姿势



正确的姿势

(2)当光线过暗时，如果您的数码相机选择的是像ISO50这样的低感光度，快门的的速度会较慢，容易造成照片发虚。设置较高的感光度试试，也许会好。如果即使设置了最高的感光度但拍出的照片仍然发虚，就要考虑使用闪光灯或三脚架了。需要注意的是：使用高感光度拍出的照片一般噪点干扰较大。



昏暗条件下选择低感光度，曝光时间长，不易拿稳相机



选择高感光度，曝光时间短，易拿稳相机

(3)专业的商业摄影师即使在户外光照很好的情况下，也使用三脚架来稳定照相机。使用三脚架，即使拍摄夜景，只要小心操作，也能得到清晰的照片。如果有条件，尽量多使用三脚架。



使用三脚架，能拍到清晰的夜景照片

(4)如果您确认没有抖动相机，拍摄现场的光照又很好，但拍出来的照片却发虚，那是分辨率的设置太低。所以最好在拍摄前把分辨率设置到最佳状态，以获得最大的文件量，为后期的图片处理留有余地。



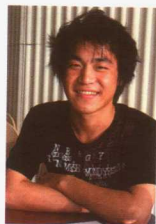
高分辨率的照片，很清晰，可以放大使用



低分辨率的照片，放大后发虚，使用受局限

诀窍五 获取生动的表情

在进行人像拍摄时，一般要喊“预备1、2、3”之类的话。记住：喊“1”的时候就按快门，因为这时被拍对象的表情最放松，也是最自然的。另外，抓拍也是获得生动表情的有效方法之一。总之，多照一些，然后选择表情自然或有趣的。



数到“3”时拍到的照片



数到“1”时拍到的照片

诀窍六 尝试新的拍摄角度

经常尝试你不常采用的拍摄角度，这样就会极大地扩展你的视野。也许你会看到平常不敢想像的美丽画面！



小贴士

不要过分依赖后期调整

目前尽管用电脑调整照片的亮度、偏色非常方便，但是除非拍摄条件不允许，否则还是一次性得到上好的照片为佳。一张好的照片有着丰富的层次与色彩，每次用电脑调整，照片都会损失细节。所以，尽量一次性拍到好照片！不要过分依赖电脑！

小贴士

数码照片拍摄前的检查

1. 电量——是否充足？
2. 存储器——是否带上？
3. 分辨率——当前设置够大吗？
4. 白平衡——与环境光源相符合吗？
5. 感光度——适度吗？



字体的风格

每种字体都有自己的风格。比如：宋体比较传统、黑体正统而权威、细倩体纤弱雅致……

选择合适的字体，特别是标题字体，能够与POP图片合理搭配，使POP画面看上去更加和谐统一。

如果您的POP设计任务很紧，没有时间斟酌使用何种字体，可参考以下建议，将会事半功倍。

标题：选用灰度较高（笔画比较粗）的字体，容易突出视觉中心。

字体处理可以采用粗细搭配、大小搭配和放大的处理手法。（关于标题处理技巧下面有专题）

正文：选用灰度较小、笔画均匀、结构整齐的非手写字体。一般来讲，正文字体比较小，整齐的字体的编排有助于顾客识别。

每种字体都有自己的风格,善用他们

简练、清晰、方正、规整而有秩序

每种字体都有自己的风格,善用他们

柔和、清晰、柔中带刚、秩序感强

每种字体都有自己的风格,善用他们

刚中有柔、略带变化

每种字体都有自己的风格,善用他们

自然有力、韵律感强、富于变化

每种字体都有自己的风格,善用他们

轻盈、洒脱、流畅、艺术感强

每种字体都有自己的风格,善用他们

稳重、扎实、刚柔相济、古韵雅风

让标题富有动感

POP海报的主要目的是吸引顾客的注意力，其中最突出的文字就是大标题了，所以标题的设计一定要有很强的视觉冲击力！一般来讲，标题设计花费的时间是整个POP设计工作量的四分之一。经过精心设计的标题在POP画面中起到画龙点睛的作用，多花一些时间多么值得！

处理标题有以下五个诀窍：①原创美术字；②不同字体穿插搭配；③字体大小穿插搭配；④中英文穿插搭配；⑤不同色彩变化。（如图例）



色彩变化、立体处理



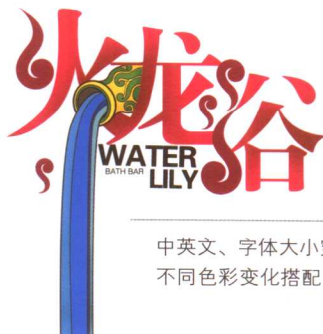
原创美术字



字体大小穿插搭配、原创美术字



中英文穿插搭配



中英文、字体大小穿插、不同色彩变化搭配



原创美术字

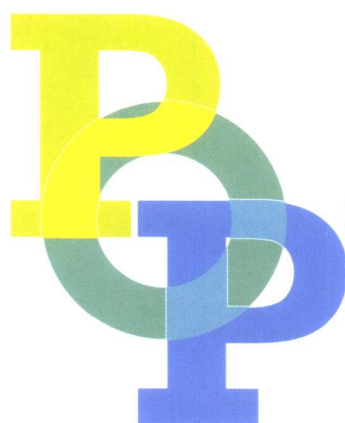
小贴士

字体使用禁忌：

1. 字体变化太多，杂乱无章
2. 字体不恰当地使用了特殊效果，导致识别不清
3. 正文使用了不适合的字体，看起来很累

使用字体宁缺毋滥

几种字体穿插使用，POP画面会更加丰富。使用过多的字体会让版面显得杂乱无章。少量的字体使POP版面井然有序，信息传达更加直观清晰。



模板样例部分



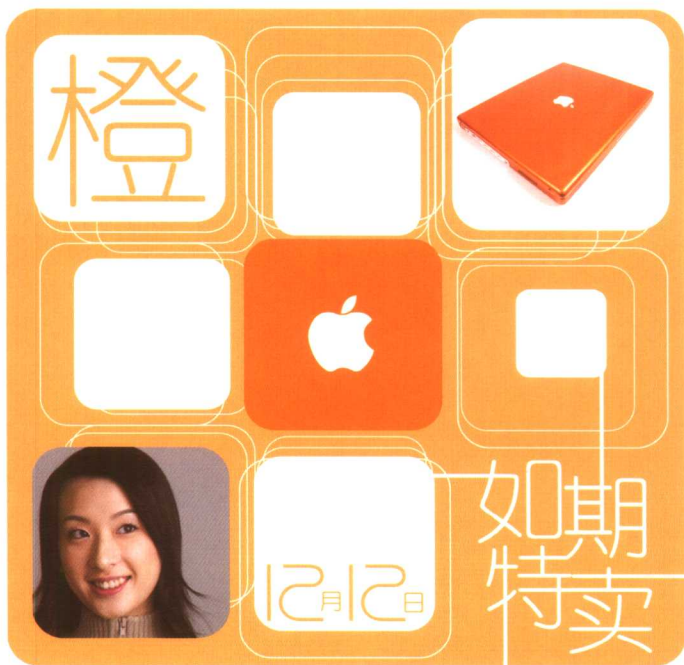
主题：笔记本电脑推介海报



关键元素：色彩搭配，构图



配色/应用提示：一系列明快的色彩，表明这是一款以年轻人目标的消费产品



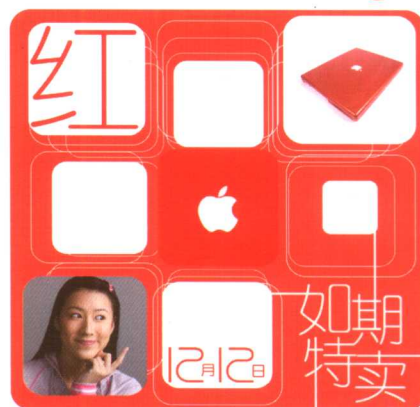
延展 1



延展 2



延展 3





主题：PC硬盘产品推介



关键元素：产品照片；色块分明的版面分割



配色/应用提示：借鉴电脑杂志封面版式设计出来的POP

硬盘

天元 TIANYUAN

Maxtor 120G/TianYuan Max10/SATA/16M

适用类型：台式机
 接口类型：SATA
 容量 (GB)：120
 传输规范：Serial ATA 1.0
 缓存：16MB
 转数 (rpm)：7200转

¥1200

延展 1

硬盘

天元 TIANYUAN

Maxtor 120G/TianYuan Max10/SATA/16M

适用类型：台式机
 接口类型：SATA
 容量 (GB)：120
 传输规范：Serial ATA 1.0
 缓存：16MB
 转数 (rpm)：7200转

¥1200

延展 2

硬盘

天元 TIANYUAN

Maxtor 120G/TianYuan Max10/SATA/16M

适用类型：台式机
 接口类型：SATA
 容量 (GB)：120
 传输规范：Serial ATA 1.0
 缓存：16MB
 转数 (rpm)：7200转

¥1200

延展 3

硬盘

天元 TIANYUAN

Maxtor 120G/TianYuan Max10/SATA/16M

适用类型：台式机
 接口类型：SATA
 容量 (GB)：120
 传输规范：Serial ATA 1.0
 缓存：16MB
 转数 (rpm)：7200转

¥1200



主题：品牌键盘推介海报



关键元素：产品形象局部，版式比例



应用提示：版式比例以突出产品形象为主，必要信息以彩色背景衬托



延展 1



延展 2



延展 3



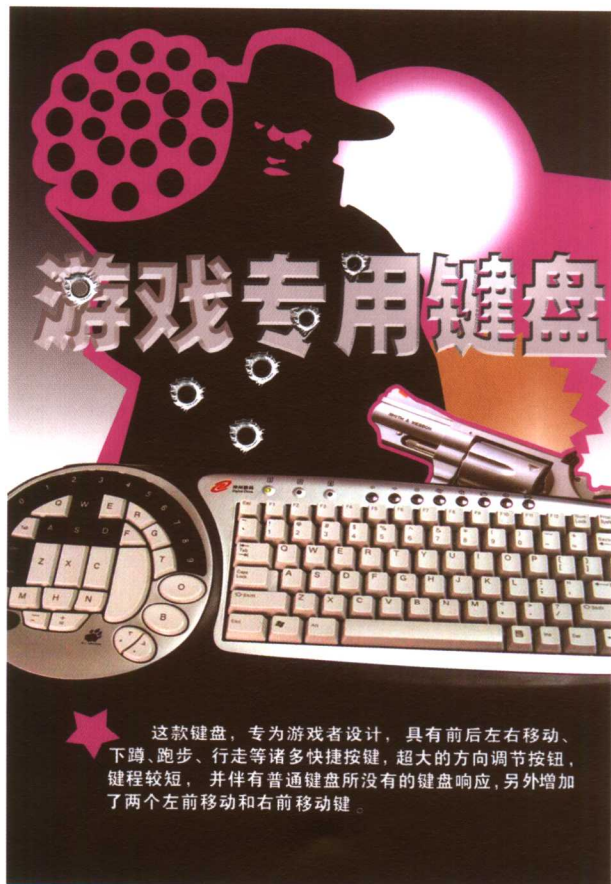
主题：游戏键盘推介



关键元素：背景创意



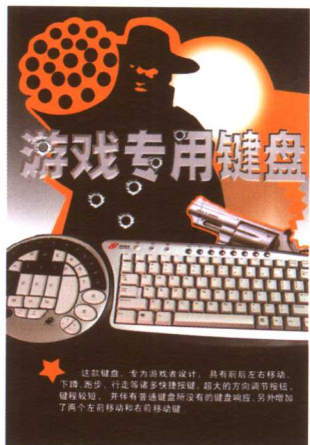
配色/应用提示：背景中的游戏人物虽是虚拟，但呼之欲出，对产品的宣传起关键作用



延展 1



延展 2



延展 3

