

Hand-painted
POP
combat series

手绘POP设计实战系列

商场超市
美工速成

王猛 编著
辽宁美术出版社



手绘POP设计实战系列

商场超市美工速成

王 猛 编著

美工实战必备书籍



辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

商场超市美工速成 / 王猛编著. -- 沈阳 : 辽宁
美术出版社, 2014.5

(手绘POP设计实战系列)

ISBN 978-7-5314-6086-2

I. ①商… II. ①王… III. ①商业广告—设计 IV.
①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第084050号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳鹏达新华广告彩印有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 140千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 林 枫 童迎强 光 辉 严 赫

封面设计: 范文南 林 枫

版式设计: 王 猛 光 辉

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6086-2

定 价: 48.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227



point of purchase

本书由沈阳泰山艺拓广告传媒有限公司创立人泰山（王猛）精心编著。全书以介绍商场超市美工实战技能为主，不但对手绘POP制作的方法及技巧进行剖析讲解，而且对电脑POP制作也进行了详尽的阐述，作者通过对多年来商场企划工作经验的总结，归纳整理出一本较为实用的美工技能指导教材，使制作出的POP广告更具有说服力。

本书是商场超市美工人员必备的参考书，可以应用于各大艺术院校及手绘POP培训机构的教学体系，也可以作为广大手绘POP爱好者的自学教材。希望广大读者朋友通过本书的学习，都能制作出一幅幅完整、精美的POP海报，真正地学有所成、学有所用。



王猛

contents

目录



第一章 概述

- 1. 美工的概念 6
- 2. 美工的工作范围 8
- 3. 美工需要掌握的技能 9

第二章 手绘类POP

- 1. 手绘POP基础 12
- 2. 标价类手绘POP 28
- 3. 折扣类手绘POP 40
- 4. 招聘类手绘POP 52

- 5. 告示类手绘POP 58
- 6. 提示类手绘POP 64
- 7. 节日类手绘POP 76
- 8. 庆典类手绘POP 92

第三章 电脑类POP

- 1. 爆炸签设计 102
- 2. 印刷海报设计 108
- 3. 店内POP设计 114
- 4. 店面POP设计 118

手绘POP设计实战系列

商场超市美工速成

王 猛 编著

美工实战必备书籍



辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

商场超市美工速成 / 王猛编著. -- 沈阳 : 辽宁
美术出版社, 2014.5

(手绘POP设计实战系列)

ISBN 978-7-5314-6086-2

I. ①商… II. ①王… III. ①商业广告—设计 IV.
①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第084050号

出版者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳鹏达新华广告彩印有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 140千字

出版时间: 2014年5月第1版

印刷时间: 2014年5月第1次印刷

责任编辑: 林 枫 童迎强 光 辉 严 赫

封面设计: 范文南 林 枫

版式设计: 王 猛 光 辉

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 李 昂

ISBN 978-7-5314-6086-2

定 价: 48.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227



point of purchase

本书由沈阳泰山艺拓广告传媒有限公司创立人泰山（王猛）精心编著。全书以介绍商场超市美工实战技能为主，不但对手绘POP制作的方法及技巧进行剖析讲解，而且对电脑POP制作也进行了详尽的阐述，作者通过对多年来商场企划工作经验的总结，归纳整理出一本较为实用的美工技能指导教材，使制作出的POP广告更具有说服力。

本书是商场超市美工人员必备的参考书，可以应用于各大艺术院校及手绘POP培训机构的教学体系，也可以作为广大手绘POP爱好者的自学教材。希望广大读者朋友通过本书的学习，都能制作出一幅幅完整、精美的POP海报，真正地学有所成、学有所用。



王猛

contents

目录



第一章 概述

- 1. 美工的概念 6
- 2. 美工的工作范围 8
- 3. 美工需要掌握的技能 9

第二章 手绘类POP

- 1. 手绘POP基础 12
- 2. 标价类手绘POP 28
- 3. 折扣类手绘POP 40
- 4. 招聘类手绘POP 52

- 5. 告示类手绘POP 58
- 6. 提示类手绘POP 64
- 7. 节日类手绘POP 76
- 8. 庆典类手绘POP 92

第三章 电脑类POP

- 1. 爆炸签设计 102
- 2. 印刷海报设计 108
- 3. 店内POP设计 114
- 4. 店面POP设计 118

第一章 概 述

1. 美工的概念
2. 美工的工作范围
3. 美工需要掌握的技能





1. 美工的概念

POP是英文“POINT OF PURCHASE”的缩写，译为购买点的广告，它作为视觉传达和商业推广的重要艺术形式之一，越来越受到商家及设计教育界的重视。目前很多院校相关的设计专业均开设了POP广告设计课程，很多广告设计人员也根据自身的工作需要自学或参加培训来学习POP广告设计，并把这种独具魅力的广告应用到实际的工作当中。其实在世界很多国家和地区，中学时期就开始对学生进行POP设计训练，POP现已成为每个学生必须具备的实用美术技能和艺术修养，在现代广告传播文化中，POP广告不仅以丰富多彩的艺术形式发布各种信息，同时也为作者充分展现自己的观念、个性和艺术创造力提供了广阔的空间。

POP广告主要的应用场所就是商场、百货、购物中心及超级市场，它是商家现今必不可少的最重要的促销手段之一，漂亮且具视觉冲击力的POP广告，则需要有专业的人员进行设计及制作，这样就产生了“美工”这一职业。

20世纪80年代的时候，“美工”这一词汇对我们来说还很陌生，但随着各类商场、超市及百货业不断地登陆中国，“美工”这一商家必不可少的职位也应运而生。

下面就让我们具体来了解一下“美工”的基本概念。

美工

美工这个词汇从字面上可以理解为“美术工作者”，但根据现今的商业性质，也可以理解成为商家设计及制作POP广告、美化店面、提高企业形象的“美术设计师”，所以它又可以称为“美工师”。

美工可以说是商家的美容师，无论店面形象或是店内POP海报，都凝聚着美工的辛勤劳动和汗水。



根据相应的促销主题营造欢快、轻松的购物氛围，是美工最基本也是最能体现美工职业价值的一项工作。

专职美工大多在商场、超市或购物中心等营业场所工作，拿固定薪水和奖金，负责店内的广告宣传、企业形象、美陈布置等工作；职位上可以分成美工、美工主管、企划主管、企划经理等，这种工作在第一线的员工以其专业的技术和丰富的工作经验，为商家和企业的形象贡献着自己的力量。

作为初级的美工凭借着自身的努力也有晋升的机会，可以升级到美工主管、企划经理等。现今的年代越来越多的商家开始注重企划方面的工作，企划方面做得好坏不仅关系到企业的形象，而且更影响着产品的销量，可以这么说，厂家之间是商品的竞争，商场之间则是企划的竞争。如果说一名成功的企业家值得人们尊敬的话，一名经验丰富的美工师或企划师同样也值得人们尊敬。因为他们在美化店面的同时，也为企业带来了经济效益。

美工是一个技术工种，根据城市消费水平的差异，一名专职的美工师待遇在1200元至3000元不等，而一名企划经理的薪金大约在3000~6000元之间，薪金的高低和所处的行业也有直接的关系，超市相对来说较为低一些，如果是购物中心或大型商场就会高一些。作为本书的作者，做专职工作的经历也是由美工师—美陈主管—企划—一层一层晋级的，对于广大年轻朋友来说，一开始在工作中积累经验、提高技术，为将来寻求更高的发展打好坚实的基础。

在现代手绘POP广告中，插画往往是最先吸引观众的，也是最容易打动消费者的。

据相关媒体报道，现今商业繁盛，各个城市对美工这一职业需求很大，而掌握美工专业技能的人却不多；很多应届大学生毕业后由于专业不对口等因素求职艰难，而美工这一行业在技能上可以短期内掌握，而且不受学历及资历的限制，日益增加的美工职位需求，为广大年轻朋友提供了一个就业和社会实践的机会。



只要通过努力，大家完全可以在这个领域展现自己的才能。虽然有时候工作辛苦些，但能够把自己的设计作品展现给商家及广大消费者，得到人们的认可和肯定，通过努力换来成功的那种喜悦，是无法取代的。

2. 美工的工作范围

美工的工作范围主要有POP广告的书写、巡视卖场、活动执行、装饰卖场等四个方面。

POP广告的书写

- 水牌书写（特价、招聘、快讯、促销、活动、海报等）。
- 堆头、端架特价牌书写。
- 营业前生鲜价格的书写。
- 海报期的特价书写及促销活动水牌书写（需在海报期开始前一天写好）。
- 统一按公司的色调、格调规范地进行POP广告书写。



巡视卖场

- 海报的悬挂有无破损，有没有脏乱和过期的POP广告、过期的海报是否拆下。
- 排面装饰是否有空白处；是否有脱落；是否有需要重新装饰的排面没有及时装饰；是否有新增的排面需要装饰。
- 柱子、装饰板；特价框围布；特价牌规范；是否破损、墨水是否褪色、字迹是否清晰可辨。
- 各类吊顶装饰是否脱落、是否破损。
- 收银区装饰；生鲜区装饰；食品区装饰；非食品区装饰。
- 各类指示牌或警示牌是否明显易见。
- POP价格与牌面的电脑价格是否一致；POP牌的字体、颜色、规格是否统一；POP牌的悬挂、摆放是否整齐；POP牌是否干净整洁。
- 营业过程中出现的装饰、海报、布置进行及时的维护和修补。

活动执行

- 促销活动、节日晚会、海报活动及公司企业品牌形象宣传。
- 活动前宣传背景制作、节目安排、晚会道具准备、活动中礼品派发、节目人员安排、活动后分析总结及宣传。
- 非活动期间的活动节目准备及组织节目人员。



装饰卖场

- 节日装饰（装饰区域：大门口、主通道、收银区、服务台、特价区、专卖区）。
- 主题装饰（促销堆头、端架；特价堆头、端架；折价堆头、端架等）。
- 节日性装饰时间需提前一星期以上，主题装饰需摆好商品后一天内完成。
- 装饰材料的控制方面，材料使用前需预先提出审批（装饰要求：以最快的速度、最短的时间、最省的材料、做出最好的装饰）。



3. 美工需要掌握的技能

一名合格的美工人员，不但要有新颖的设计思维，更要具备一些基本的技能，如手绘类POP海报的书写及电脑类POP的设计等，这也是本书重点要为大家讲述的课题。

手绘类POP

手绘类POP主要是要求美工人员运用马克笔等工具为商场或超市书写一些促销活动海报及价格卡等宣传用品，因为其成本低廉、制作迅速，所以也是商家对美工人员最基本的要求。

制作手绘类POP需要各种马克笔及一些辅助工具共同来完成。



油性马克笔：主要用来书写主标题及价格。



水性马克笔：用来为插图着色及书写正文。



另外，美工刀、剪刀、透明胶、双面胶、喷胶、铁丝、鱼线、修正液等都是常用的辅助工具。

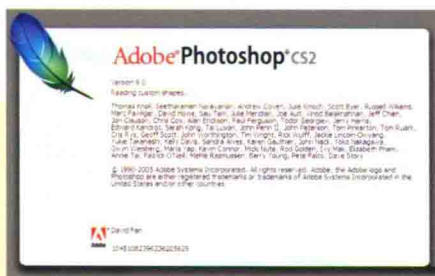


电脑类POP

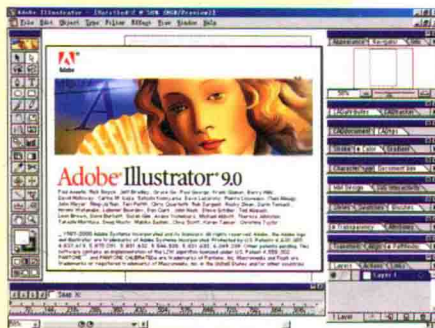
电脑类POP主要是要求美工人员运用些常用的设计软件设计一些DM宣传单、印刷海报、爆炸签等宣传品，对于一些大型的卖场，更是需要运用软件设计一些店面及店内的氛围喷绘等。

电脑类POP常用的设计软件有Adobe Photoshop（由美国adobe公司出品，著名的图像处理软件）、Adobe Illustrator（由美国adobe公司出品，著名的矢量图及多媒体图像设计软件）、Corel DRAW（由加拿大Corel DRAW公司出品，用于绘制标识、图文排版和招贴设计等）。

商场和超市里用于宣传和促销的DM宣传单及印刷海报等都是由这些软件进行设计制作而成的。



Adobe Photoshop CS2



Adobe Illustrator 9.0



CorelDRAW 12

Version 12
(c) 2003 Corel Corporation. 版权所有。

创建应用程序环境

Microsoft, the Microsoft Dynamics logo, and the Microsoft Dynamics logo are either registered trademarks or trademarks of Microsoft Corporation in the United States and/or other countries.

Corel DRAW 12

第二章 手绘类POP

1. 手绘POP基础
2. 标价类手绘POP
3. 折扣类手绘POP
4. 招聘类手绘POP
5. 告示类手绘POP
6. 提示类手绘POP
7. 节日类手绘POP
8. 庆典类手绘POP





1. 手绘POP基础

学好手绘POP，首先要对基本的笔画书写进行了解和掌握，因为马克笔的笔头较宽，笔杆较粗，和我们平时所用的其他类别的笔材感觉不同，所以都要从头开始进行学习和运用。

笔画练习

对一些常用的笔画进行练习，可以使我们更加了解和熟悉马克笔运笔的感觉和特有的书写习惯。

当马克笔的笔头和画面处于垂直状态时，我们称之为横向握笔。

当马克笔的笔头和画面处于平行状态时，我们称之为纵向握笔。



横折的书写方法

竖折的书写方法

圆的书写方法

