

POP廣告叢書 1

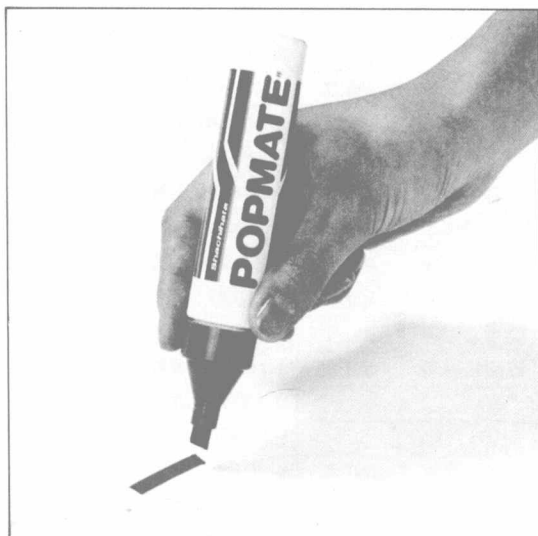
編輯部 編著

實用手繪POP廣告

• 基礎描繪 • 版面編排 • 一本適合初學者的入門教材 •



藝風堂



實用手繪POP廣告

編著者 編輯部
發行人 羅東釗
編輯 張碧珠・胡敏琪・駱水玉
美術編輯 周惠敏、江儀玲
出版者 藝風堂出版社
行政院新聞局出版事業登記
證局版臺業字第 2940 號
地址 台北市泰順街 44 巷 9 號
電話 (02)3632535
傳真機 (02)3622940
郵撥 郵政劃撥 1265604-7 號
藝風堂出版社帳號
印刷 大勵彩色印刷股份有限公司
出版 中華民國七十八年十一月初版
中華民國八十三年十月二版一刷
定價 350 元
本書如有缺頁或裝訂錯誤，請寄回更換。

版權所有・翻印必究

J524.3
9613.2

港台書室

實用手繪POP廣告

編輯部 編著



761019

序言

國內的消費水準日甚一日，流行的動向也瞬息萬變，在商業競爭如此遽烈下，如何使賣場迎合消費者的口味，及快速地提供商品資訊，以爭取更多更廣的顧客，得費點心思。

其實POP廣告就是心理學的應用，更詳細一點說，也可以說它是探求消費者購物行為的心理學，因為製作 POP 廣告必須經常分析消費者在採取購買行為時的心理變化，如此才能企劃出有效的POP廣告。而在眾多的 POP 廣告中，又以手繪 POP 廣告最能快速地掌握顧客心態，把握時效性及表現商店個別風格。

張貼在賣場中的手繪 POP 廣告，由於是第一線作戰，所以其品質的影響，不僅僅是消費者的觀感及便利，對整個企業的形象、員工心理等都有長遠的影響，尤其是台灣經濟進步之快，手繪 POP 廣告的表現方式，尤應以嚴謹的態度來製作。

一九七〇左右，日本曾有百貨公司利用拍賣期來測定 POP 廣告的效果，結果發現 POP 廣告的

設計、色彩、張貼量等，不僅能改變賣場的氣氛、提高消費者的情緒，更使營業額大大地提高。東京市的一家日本料理店使用 POP 廣告，結果發覺營業額提高了約142%，由此可知 POP 廣告的威力。

此外，一本好書的製作，除了需要有良好的編輯態度外，更仰賴資料的完整。在本書製作期間，曾不斷的外出搜尋資料，在這過程中不僅使我們結識了許多朋友，尤其是由於他們對本書的支持與協助，使得本書內容得以更多樣化且豐富，在此我們將提供作品者及廠商列於後，以表達我們最深的感謝與敬意。提供作品者：林杏櫻、甘玉求、吳碧菁、王瑋、林磐聳。提供作品之廠商：北城超市／林杏櫻、和平超市／吳碧菁、金石堂文化廣場／褚世宗、時報廣場／金玉甄、光統圖書百貨、久大書香世界／王瑋、福華飯店／柯木、鴻源百貨／曾柏壽、遠東百貨／林世健、今日百貨／唐元生、明曜百貨／連世平、三商百貨。

編輯部

實用手繪POP廣告目錄

- 2 • 序言
 - 5 • 【壹】緒論
 - 6 • (一)POP廣告
 - 6 • 功能
 - 7 • 種類
 - 8 • (二)手繪POP廣告
 - 9 • 手繪POP廣告的特點
 - 10 • 手繪POP廣告的運用
 - 11 • 【貳】工具與材料
 - 12 • (一)麥克筆
 - 14 • (二)平筆
 - 14 • (三)毛筆
 - 15 • (四)廣告顏料
 - 16 • (五)水彩
 - 17 • (六)彩色墨水
 - 18 • (七)蠟筆
 - 19 • 其他材料
 - 21 • 【參】文字篇
 - 22 • (一)麥克筆
 - 22 • 麥克筆的特性
 - 23 • 麥克筆的修整及利用
 - 24 • 數字體
 - 35 • 中文字體 / 線條粗細不均勻的字體
 - 38 • 中文字體 / 總條粗細均勻的字體
 - 42 • 細頭型麥克筆的利用
 - 43 • 總論
 - 44 • (二)平筆
 - 45 • 平筆的修整
 - 46 • 平筆的拿法
 - 47 • 平筆的運筆
 - 49 • 數字體
 - 53 • 中文字體
 - 56 • 總論
 - 57 • 【肆】插圖篇
 - 59 • (一)插圖的基本圖形
 - 59 • 線條的基礎練習
 - 60 • 線的構圖
 - 61 • 點 • 圓的構圖
 - 62 • 三角形的構圖
 - 63 • 四方形的構圖
 - 64 • 圓 • 三角形 • 四方形的構圖
 - 65 • 從大自然中獲取靈感
 - 66 • (二)插圖技法
 - 66 • 徒手描繪技法
 - 68 • 非徒手描繪技法
 - 75 • 【伍】版面編排
 - 81 • 【陸】作品欣賞
 - 97 • 附錄
 - 98 • 字體範例 / 麥克筆
 - 111 • 字體範例 / 平筆
 - 114 • 字體範例 / 毛筆
 - 117 • 英文字體範例
 - 123 • 數字體範例
 - 129 • 圖案範例
-

緒論

【壹】緒論

(一)POP廣告

POP 廣告，即英文「Point of Purchase Ad.」的縮寫。這名詞最早起源於美國的超級市場、折扣商店內的賣場廣告。「Point of Purchase Ad.」中文直譯為「購買據點的廣告」，若廣泛來說，也可以解釋為「賣場廣告」。

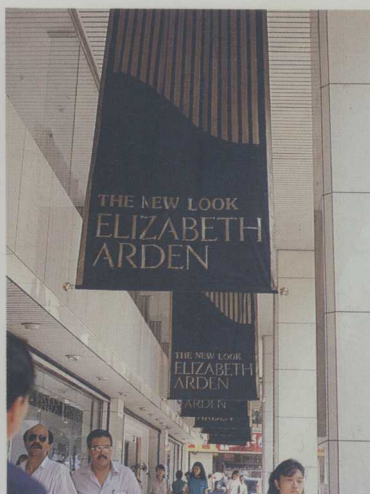
舉凡在賣場內外，所有能幫助促銷的廣告物品，都可以稱做「POP 廣告」。以這樣的定義，我們可以發覺，從建築物外懸掛的幾十丈大型吊旗，到商店內懸掛在天花板的吊旗、櫃台上放置的展示架、玻璃窗上的貼紙、商品旁的價目表、牆上的海

報、櫥窗內的展示卡等等，都屬於 POP 廣告的應有範疇。

◆功能

POP 廣告的種類和型式繁多，但其功能可大略簡述如下：

- (1)吸引逛街的人們進入店內。
- (2)讓消費者知道商品的銷售位置。
- (3)將商品的分類方式傳達給消費者。
- (4)簡要的說明商品特色。
- (5)發佈對顧客有利的消息。
- (6)明確地標示商品價格。
- (7)傳達大型活動（Event）的消息。
- (8)促進消費者的購買慾。



●各種不同性質的POP廣告。

(9)製造賣場的活潑氣氛。

(10)取代店員的推銷行爲。

◆種類

其種類若以性質來分，可分為「廠商的POP廣告」和「賣場的POP廣告」兩種。所謂「廠商的POP廣告」是指商品製造商為促銷產品，而大量生產統一型式的廣告物所做的廣告行爲；「賣場的POP廣告」則是指賣場自行製作的POP廣告，大多依賴手工，製作的樣式變化多而量少，雖然整體效率不如「廠商的POP廣告」，但只要多花點心思來設計規劃，一樣可以達到促銷效果。

賣場的POP廣告則又可分為下列3種：

(1)有關設備的廣告：主要是展示商品的櫃檯

POP廣告，這是使用時間較長的廣告，所以大多委託外界的專業人員來製作。

(2)有關商品的廣告：例如商品廣告、新產品廣告、價格優惠的商品廣告、季節性的陳列卡、品名價格卡、詳細分類標示等等。

(3)有關服務和說明的廣告：例如預告大拍賣或其他特別行事，表示櫃檯位置或營業訊息的箭頭記號等。

而在所有的「賣場的POP廣告」中，最被廣泛利用與簡便的，即「手繪POP廣告」。



●廠商POP廣告。



●傳達公司徵人訊息的POP廣告。



●品名價目卡。



●營業訊息的POP廣告。

(二)手繪POP廣告

「手繪」英文為handwriting，有筆跡、手跡、書法之意，因此也可解釋為「用手寫出來的文字、圖案」；也就是說，製作POP廣告以手繪的方式來表現者，即稱「手繪POP廣告」。

練習手繪POP廣告對學習POP廣告的製作幫助很大，而且能憑個人的技術，創造出更多的商品價值。

而製作POP廣告所能運用的方法很多，其中包括徒手描繪、印刷技術、立體加工、應用電腦等，大致可分為徒手製作和利用機器處理兩種。

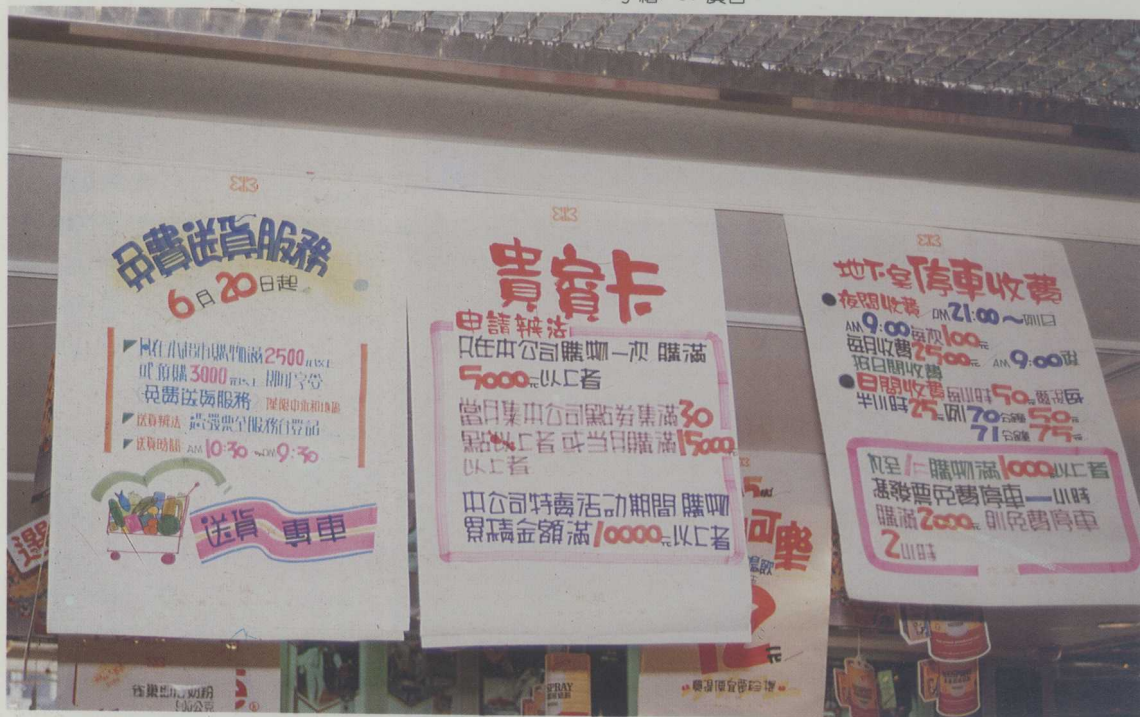
本書即以徒手描繪的製作方式為介紹對象，因此可以運用的方法有限。不過，基礎的製作技術由於輕型印刷機器的逐漸普及，其所能利用的範圍愈來愈廣，這是令人不可輕視的地方。

手繪POP廣告為賣場的POP廣告中最重要的一部份。不需花費太多的製作費用，不需精美的印刷、加工，只要一點創意，一些簡便的工具，就可以隨手書寫出一張漂亮的手繪POP廣告，其效果有時遠超過廠商企劃製作出的POP廣告。

這些手繪POP廣告，我們經常可以在一些超級市場、百貨公司、連鎖商店等場所發現，而這些POP廣告不單只是用來說明商品內容、價值、或名稱而已，也可以做為與顧客溝通感情的工具，快速地提供商品情報，進一步表現出商店的格調，強調企業本身的經營方針。在國內許多大型百貨公司、超級市場或連鎖商店大都已具備專門的人員來擔任這方面的繪製工作。



●手繪POP廣告。



●賣場的POP廣告。

◆手繪POP廣告的特點

(1)唯一的、個性的、經濟的：不需花太多的費用，只需一點別出心裁的創意，就可以表達賣場本身特有的風格，爭取更廣大的競爭空間。

(2)適合賣場本身的需要：每一個賣場的商品陳列空間均不盡相同，宣傳政策也不同，而自製的手

繪POP廣告則能符合這些需求。

(3)迅速、機動性強：手繪POP廣告不需等待，或配合印刷廠、加工廠，可以隨時應付市場的變化，使訊息的傳達不落人後。

(4)增加販賣效果：由於手繪POP廣告可以迅速地針對顧客心理、商品陳列環境及競爭目的來製作，故也是POP廣告中最具效力的一種。



●營造賣場整體氣氛的POP廣告。

◆手繪POP廣告的運用

雖然手繪 POP 廣告的運用空間彈性很大，但仍必須運用得當，才能收到最好的效果。手繪 POP 廣告運用在那一種商品最為恰當？以下我們就列舉幾項做為參考：

(1)用在較能使顧客即興購買的商品，如日用品

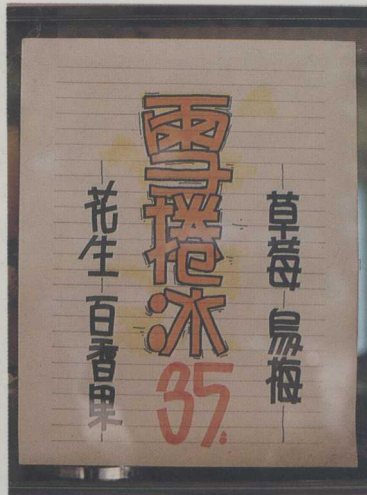
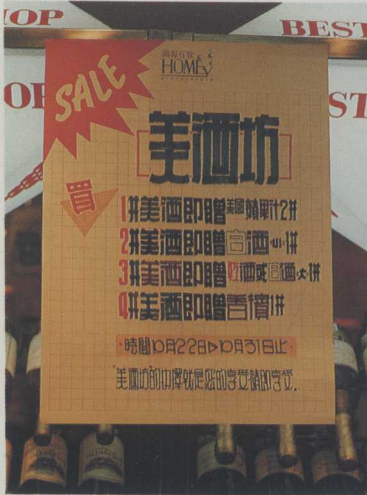
、食品。

(2)預將大力推銷的商品，如特惠品。

(3)運用在新產品及需說明其特性、使用方法時。

(4)應用在流行性、季節性、時效性的商品上。

總而言之，以使用在說明或促進購買慾上最為有效。



●手繪POP廣告運用在不同性質的商品。

工具與材料

【貳】工具與材料

繪圖所使用的工具與材料種類繁多，必須配合所要製作的 POP 插圖與文字的目的，來選擇適宜的用具。

(一) 麥克筆

麥克筆俗稱奇異筆（Magic Ink），是一種速乾性的筆。特寬型的麥克筆其筆頭寬度可由 12mm ~ 40mm 不等；普通常用的麥克筆筆頭寬度約 6mm 左右；而用來書寫細字、細線條的麥克筆，筆頭寬度可小至 0.1mm。

麥克筆依筆頭的形狀可分為圓頭型、寬平型、角頭型；而依墨水的性質則可分為油性和水性的麥克筆。油性墨水的麥克筆速乾性強，故適合用來作快速書寫，若用來著色，其速乾的特性也比較不會

弄髒畫面。水性墨水的麥克筆速乾性較差，所以畫錯時可以立即用橡皮擦擦掉，但缺點是容易弄髒畫面。



● 麥克筆。



● 各種不同類型的麥克筆。



● 表現麥克筆速乾的效果。

(二)平筆

平筆俗稱圖案筆或扁頭的水彩筆。特徵是筆頭呈扁平狀，以「號數」來標明其由特細到特寬的各種不同筆頭寬度。平筆適合描寫線條粗細均勻的字體，或使用在繪畫 POP 插圖中的平塗、修邊。

(三)毛筆

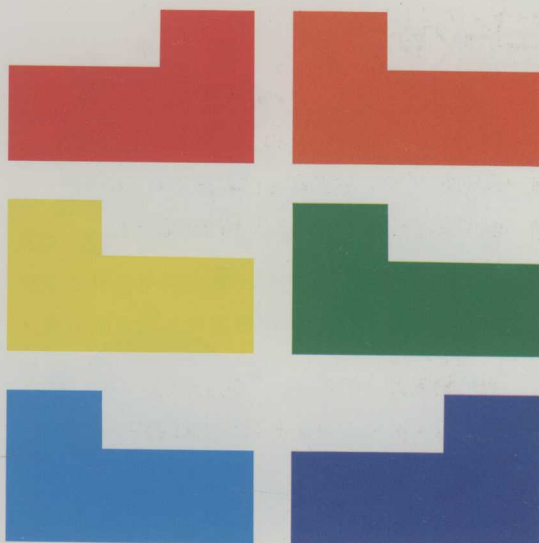
毛筆的筆頭長短不一，約可分為長、中、短數種及大頭筆。不論是用來描繪插圖或書寫文字，毛筆都能表現其獨特的個性。



●各種不同型式的毛筆、平筆。

(四)廣告顏料

廣告顏料（Poster Color）是種不透明、易乾、色彩鮮艷渾厚的顏料。顏色不僅多還可以混合調色，不過調色時須注意水份必須控制得宜。廣告顏料由於其不透明的特性，色彩可以重疊，使用起來十分方便，尤其適合大面積的塗繪。



●廣告顏料平塗出的效果。



●廣告顏料。