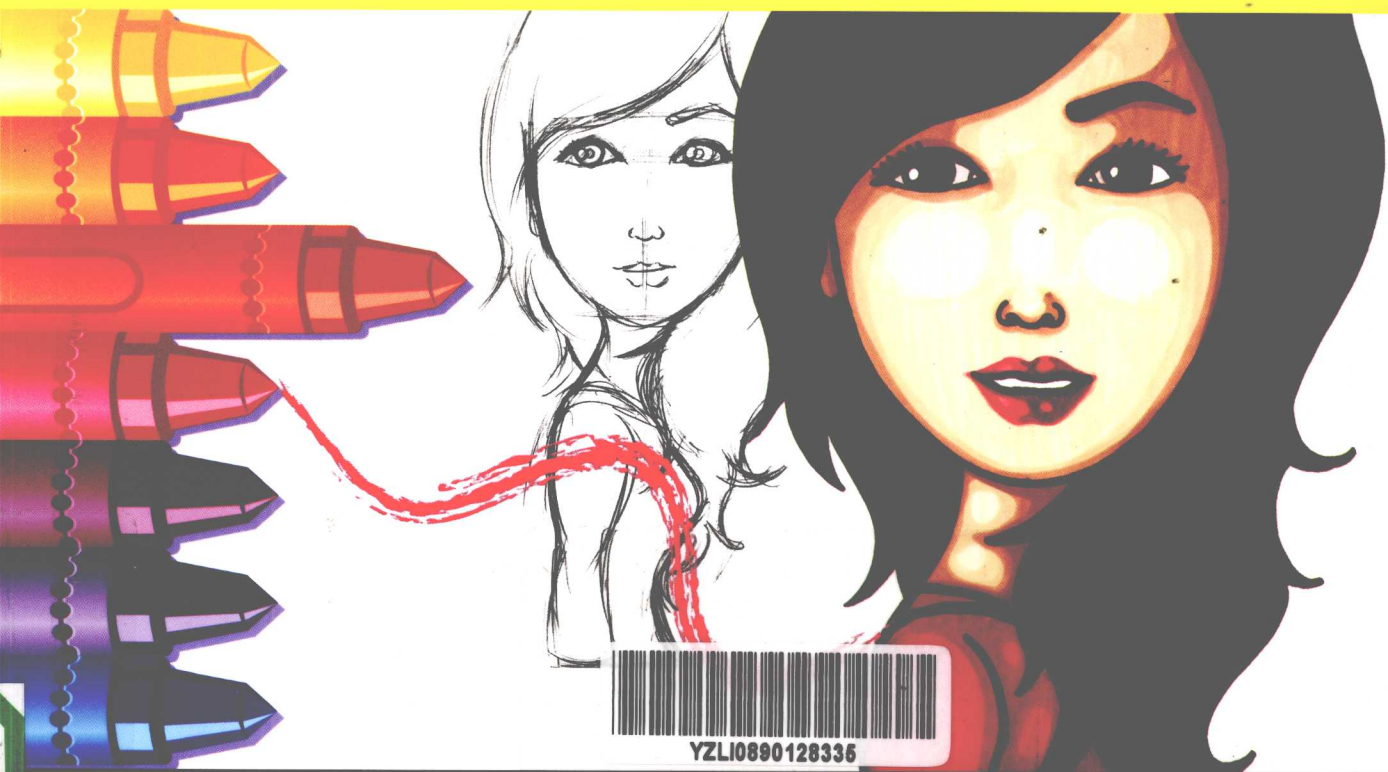


手绘POP创意广告设计

The Art of Point of Purchase

策划◎全国数字艺术设计专业精品课程教材编委会

著◎王 猛 李 静



- POP 基础知识和马克笔字体书写基本技法
- 各种流行的 POP 字体效果装饰技法
- 卡通类人物和写实类人物插图绘制技法
- 色彩的基本原理、基本要素、基本感觉

- POP 海报的题材种类及其基本结构
- POP 海报装饰图案及其装饰技巧
- 白底和彩底广告的特点、制作技法与实施过程
- 19 种风格化字体、11 类题材、40 款时尚海报范本

The Education of Digital Graphics Art

“十二五”全国数字艺术设计专业精品课程教材
数字艺术设计专业精品课程专家组/审定



手绘POP 创意设计

策划◎全国数字艺术设计专业精品课程教材编委会
著◎王 猛 李 静



YZLI0890128336

京华出版社
北 京

内容简介

本书是专门介绍如何在短时间内通过课堂教学或自学快速掌握手绘 POP 广告设计的基础知识、基本原理、基本方法和实施技巧的优秀教材。作者从教学与自学的实际出发,源于对手绘 POP 广告设计的认知、感悟,结合数年一线教学与实践的宝贵经验精心设计而成。

本书由五章构成。主要讲解 POP 的基础知识和马克笔字体基本技法;POP 字体各种常见效果的装饰技法;POP 插画的基本概念及作用,卡通类人物插图和写实类人物插图绘制方法和步骤;POP 海报有关的色彩知识,包括色彩的基本要素,色彩的感觉,POP 海报的基本结构,POP 海报装饰图案和装饰技巧,白底和彩底广告的特点、制作技法及实施的全过程;最后是 19 类 POP 风格化字体范本和 11 类题材、40 款 POP 特色海报范本供课堂临摹实训。

本书中丰富的案例时尚、典型,内容极其全面、实用,由浅入深,图文并茂,讲解生动具体,极大地激发读者的学习兴趣和自己动手操作的欲望。书中提供的数十种风格化字体和数十种题材海报范本对于开阔读者的视野、勇于创新大有益处。

本书内容设计独具匠心,教学目标明确,课时安排合理,每章后均有知识小结、基本技能自测、动手操作和范本分解。这些内容既是各章核心知识和技能的延伸全真实战,也是快速掌握其操作方法和技能的好途径。

适合对象:全国高等教育数字艺术类广告设计专业师生、社会 POP 广告设计培训班学员以及广告设计从业人员。

说明:本书备有教师用电子教案及相关教学参考资源,需要者请与 010-82665789 或 lelaoshi@163.com 联系。

特别声明

本书涉及到的图形及画面仅供教学分析、借鉴,其著作权归原作者或相关公司所有,特此声明。

图书在版编目(CIP)数据

手绘 POP 创意广告设计 / 王猛, 李静著. —北京: 京华出版社, 2010.3

ISBN 978-7-80724-834-7

I. ①手… II. ①王…②李… III. ①广告—设计 IV. ①J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 034232 号

总体企划: 周京艳

书 名: 手绘 POP 创意广告设计

作 者: 王 猛 李 静

责任编辑: 王 巍 秦仁华

助理编辑: 张 园

装帧设计: 李天楠 周京艳

出 版: 京华出版社

发 行: 北京创意智慧教育科技有限公司

发行地址: 北京市海淀区知春路 111 号理想大厦
909 室 (邮编: 100086)

经 销: 全国新华书店

编 辑 部: (010) 82665118 转 8011、8002

发 行 部: (010) 82665118 转 8006、8007

(010) 82665789 (传真)

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

版 次: 2011 年 1 月北京第 1 版

印 次: 2011 年 1 月北京第 1 次印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 9.5 (全彩)

字 数: 193 千字

印 数: 1~3000 册

定 价: 30.00 元

本书如有印、装质量问题可与 010-82665789 发行部调换。

前言

Foreword

随着广告业在我国极其快速的发展,时尚而又火爆的手绘POP广告已经深入到我们生活的方方面面。无论是在大型的国际国内超市、公共的娱乐场所、酒店、影院,或是一些大型的培训机构等,大量新颖别致、活泼可爱、风格独特的POP广告映入人们的眼帘。这种方便快捷、富于变化、新颖独特的产品的活广告,已经成为越来越多的商家必不可少的促销手段之一。

手绘POP广告的内容通常是一些以动感性、趣味性很强的人物或滑稽的卡通形象,诙谐的语言再配合独具一格的色彩相结合来吸引人们的注意,回味无穷,从而给顾客留下深刻的印象。因为它是创作者通过自己的创意再加上娴熟的手工技术来完成,在制作的同时也赋予了它生命力,具有独特的艺术魅力。

本书由五章构成,第一章手绘POP基础,介绍POP的基础知识和马克笔字体基本技法,包括手绘POP的特点,手绘POP的形态,手绘POP的工具,握笔方法,笔划衔接法,字体笔划的掌握,POP风格化字体。第二章POP字体创作与装饰技法,讲解字体外部效果、内部效果、立体效果、变形效果、数字写法和字体特殊效果等最常见的字体效果的装饰方法和技巧。第三章手绘POP插图技法,主要讲解POP插画的基本概念及作用,卡通类人物插图和写实类人物插图绘制方法和步骤等。第四章POP海报创意与设计,通过丰富的图例和范例的制作,直观生动细致地讲解了POP海报有关的色彩知识,包括色彩的基本要素,色彩的感觉,POP海报的基本结构,POP海报装饰图案和装饰技巧,白底和彩底广告的题材、特点制作方法和制作的全过程。第五章POP字体海报临摹范本,提供了19类POP风格化字体范本和11类题材、40款特色POP海报作为课堂实训临摹。

感谢京华出版社动漫图书出版中心的编辑人员、版式设计人员、排版制作人员,因为你们的忘我工作精神和认真负责的态度,才使本书如此漂亮而顺利地出版发行。

最后特别感谢您选用了本书,如在使用本书中的任何问题请直接与 www.popwm.com 泰山联系,我们将及时提供周到的服务。



王猛(泰山)

于沈阳泰山艺拓广告传媒有限公司



本书作者:王猛(泰山)

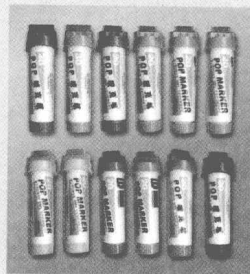
用手写字 用心绘画
没有失败 只有放弃



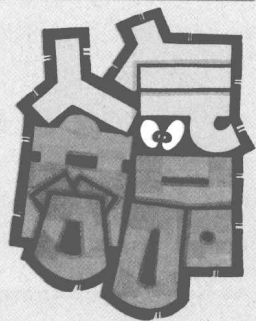
目 录

Contents

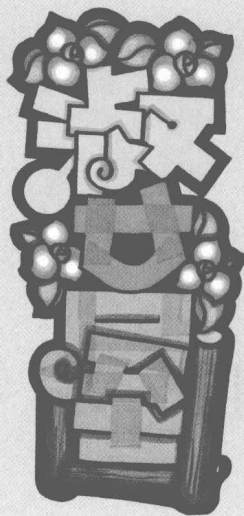
第一章 手绘 POP 基础	1
第一节 POP 基础	2
一、基本概念及用途	2
二、基本特点	3
三、表现形态	4
四、手绘 POP 工具	9
第二节 POP 字体书写技法	13
一、横向握笔法	13
二、纵向握笔法	13
三、笔划衔接方法	14
四、POP 笔划训练法	14
五、POP 风格化字体整体结构特点	18
本章小结	21
本章作业	22



第二章 POP 字体创作与装饰技法	23
第一节 POP 字体外部装饰	24
一、POP 字体轮廓装饰	24
二、POP 字体花边装饰	26
三、POP 字体背景装饰	26
第二节 POP 字体内部装饰	27
一、中线装饰	27
二、分割装饰	28



三、高光装饰	29
四、布纹装饰	29
五、木纹装饰	30
六、内部封闭空间装饰	30
七、内部图案装饰	31
第三节 POP 字体立体装饰	31
一、叠压装饰	31
二、立体笔划装饰	32
三、内部阴影立体装饰	33
第四节 POP 字体变形装饰	34
一、基本笔划变形	34
二、字体笔划象形装饰	34
三、字体增肥装饰	35
第五节 POP 数字写法与装饰	36
一、数字的基本写法	36
二、数字的装饰	37
第六节 POP 字体特殊装饰	38
本章小结	39
本章作业	39



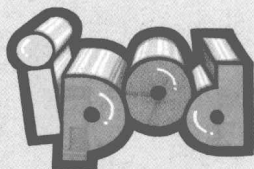
第三章 手绘 POP 插图技法	41
第一节 插图基础	42
一、基本概念及作用	42
二、插图的种类	42
三、素材的获取	43
第二节 卡通漫画类人物插图画法	43
一、人物身高比例	44
二、人物身体特点	45
三、插图着色技巧	45
四、绘制实例	46
第三节 卡通漫画类食品插图画法	50
第四节 写实类人物插图画法	51
一、人物身高比例	51
二、人物身体特点	51
三、插图着色技巧	52
第五节 人物插图赏析	53
本章小结	60
本章作业	60



第四章 POP 海报创意与设计	61
第一节 POP 色彩基础	62
一、色彩三要素	62
二、色彩的感觉	65
第二节 POP 海报的基本结构	66
第三节 POP 图案绘制与装饰	67
一、装饰技巧	67
二、装饰原则与方法	68
第四节 POP 白底海报创意与设计	70
一、基本概念	70
二、内容布局和版式设计原则	70
三、绘制实例	70
第五节 POP 彩底海报创意与设计	81
一、基本概念	81
二、绘制实例	81
本章小结	89
本章作业	89

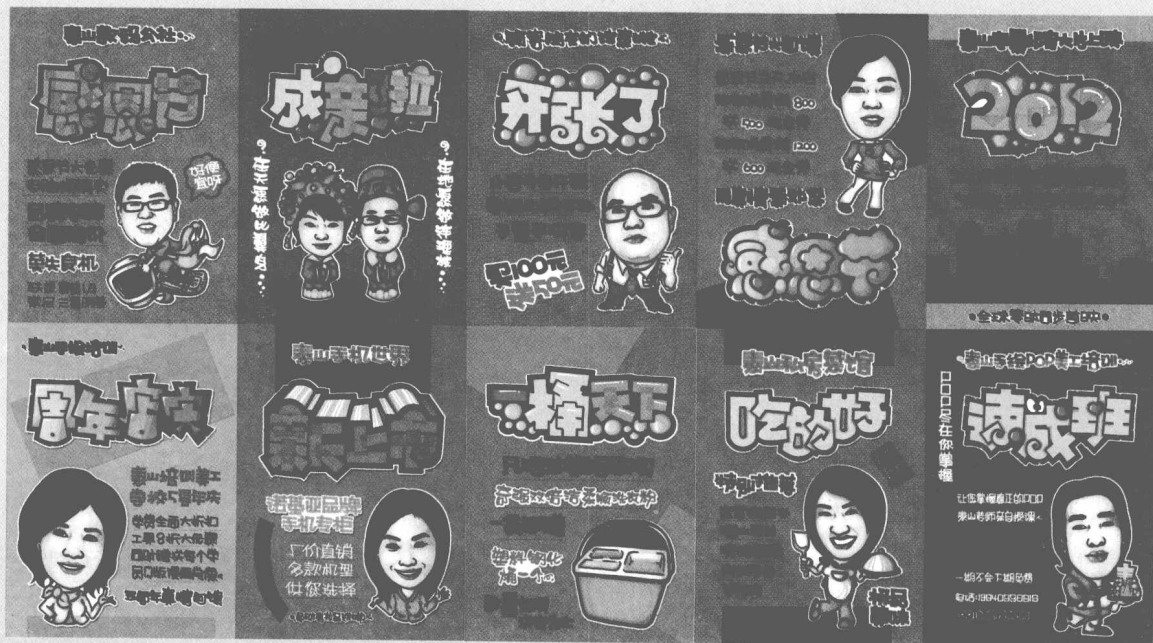


第五章 POP 字体、海报临摹范本	93
第一节 POP 风格化字体 (19 类)	94
第二节 POP 特色海报 (11 类、40 款)	96
一、节日喜庆类——“感恩节”	97
二、节日喜庆类——“成亲啦”	98
三、节日喜庆类——“开张了”	99
四、节日喜庆类——“感恩节大回馈”	100
五、电影类海报——“2012”	101
六、电影类海报——“东京攻略”	102
七、电影类海报——“变形金刚”	103
八、出版物类广告——“新书推荐”	104
九、出版物类广告——“上市了”	105
十、美容美发类广告——“木桶浴”	106
十一、美容美发类广告——“经典发艺”	107
十二、美容美发类广告——“护肤”	108
十三、美容美发类广告——“周年店庆”	109
十四、休闲娱乐类广告——“活动方案”	110
十五、招生招聘类广告——“墙画”	111
十六、招生招聘类广告——“招生中”	112
十七、招生招聘类广告——“打折啦”	113
十八、招生招聘类广告——“世界体操锦标赛”	114



十九、招生招聘类广告——“周年店庆”	115
二十、商品展览类海报——“促销价”	116
二十一、商品展览类海报——“新登场”	117
二十二、商品展览类海报——“新上市”	118
二十三、商品展览类海报——“特卖会”	119
二十四、商品展览类海报——“推荐品”	120
二十五、商品展览类海报——“一桶天下”	121
二十六、商品展览类海报——“奇强洗涤品”	122
二十七、化妆品类海报——“泰山化妆品”	123
二十八、化妆品类海报——“周年店庆”	124
二十九、服装展览类海报——“心动价”	125
三十、服装展览类海报——“会员价”	126
三十一、服装展览类海报——“布艺居”	127
三十二、服装展览类海报——“新上市”	128
三十三、服装展览类海报——“超低价”	129
三十四、美食天地类海报——“胖姐”	130
三十五、美食天地类海报——“鱼档”	131
三十六、美食天地类海报——“吃的好”	132
三十七、美食天地类海报——“扎啤”	133
三十八、通知告示类海报——“身体检查通知”	134
三十九、通知告示类海报——“小告示”	135
四十、通知告示类海报——“招商”	136

附录 POP 字体、海报练习纸	137
-----------------------	-----



本章由四节组成。主要讲解POP的基础知识和马克笔字体绘制基本技法。最后两节是本章小结和作业安排。

课时建议：
讲授6，
练习8，
合计14。

第一章

手绘 POP 基础

- POP的基本概念及用途
- 手绘POP的特点
- 手绘POP的表现形态
- 手绘POP工具
- 握笔方法
- 笔划衔接法
- 字体笔划的掌握
- POP风格化字体

手绘POP创意
广告设计

第一节 POP 基础

一、基本概念及用途

在开始我们的正式学习之前，先理解 POP 的定义和用途。

POP 是英文 “Point (点) Of Purchase (购买)” 的缩写，意为 “卖点的广告”，“购买点的促销海报”，也可称作 “店堂广告”，又称店内张贴海报，属于直接面向店内顾客传播信息的 “小众媒体”，见图 1-1。



图1-1 直接面向店内顾客的“店堂广告”示例



早期的 POP 广告形式比较单一,在我国古代就已经出现过,比如茶楼门前挂着的幌子,酒家墙上挂着的菜牌等,都属于 POP 的范畴,见图 1-2。POP 最主要的作用是吸引人们的注意以及和宣传产品。到了后来,美国等地的一些超市把它作为最主要的促销手段之一,比如用 POP 来作各种商品的价格标牌——服装标价牌、百货标价牌、生鲜标价牌、生鲜蔬果标价牌、水产熟食标价牌、猪肉标价牌、干货标价牌和蔬果框等促销标签牌等,见图 1-3。



图1-2 茶楼、酒楼门前悬挂的幌子示例



图1-3 美国超市POP价牌促销手段示例

世界许多国家都非常重视 POP 这种广告形式。在科技发达的日本,已经把 POP 作为一项专门考核新员工的标准。在我国台湾地区 POP 的应用也很广泛,作品风格新颖、独特。我们国内 POP 的制作队伍和水平也在不断发展和提高之中。

二、基本特点

POP 广告是商场促销的最佳手段,其主要商业用途是刺激引导消费和活跃卖场气氛,在商业空间、购买场所、零售商店等卖场环境,通过丰富的广告创意手段,传递产品信息,诠释品牌内涵,唤起顾客的消费欲望,将进店顾客变成消费者。有效的 POP 广告,能激发顾客的随机购买(或称冲动购买),也能有效地促使计划性购买的顾客果断决策,实现即时即地的购买。POP 广告对消费者、零售商、厂家都有着重要的用途。作为一种国际先进的营销方式,POP 广告不仅有效地减少促销人员的数量,从而达到直接降低人工成本的目的、且可以改善门店内环境,营造购物气氛,直接提升销售成绩,有“无言的促销人员”之称。

三、表现形态

1. 按表现方式可分四类

(1) 悬挂式(如吊牌), 见图 1-4。



图1-4 悬挂式POP示例

(2) 立体式(如商品模型), 见图 1-5。



图1-5 立体式POP示例



(3) 张贴式 (如海报), 见图 1-6。



图1-6 张贴式POP示例

(4) 卡片式 (如桌牌), 见图 1-7。



图1-7 卡片式POP示例

2. 按题材可分八类

- (1) 节日庆典类, 见图 1-8。
- (2) 公益广告类, 见图 1-9。

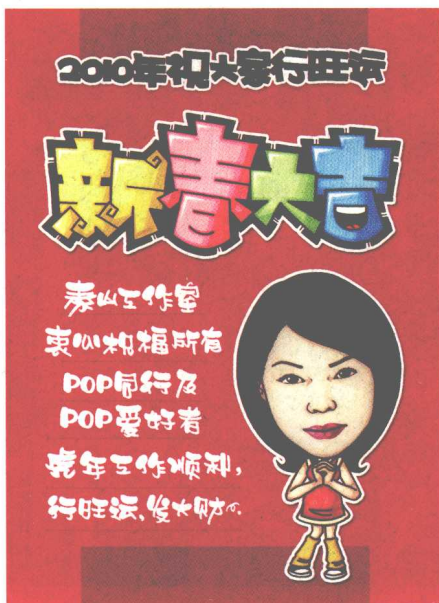


图1-8 节日庆典POP示例



图1-9 公益广告POP示例

- (3) 出版物类, 见图 1-10。
- (4) 招生招聘类, 见图 1-11。

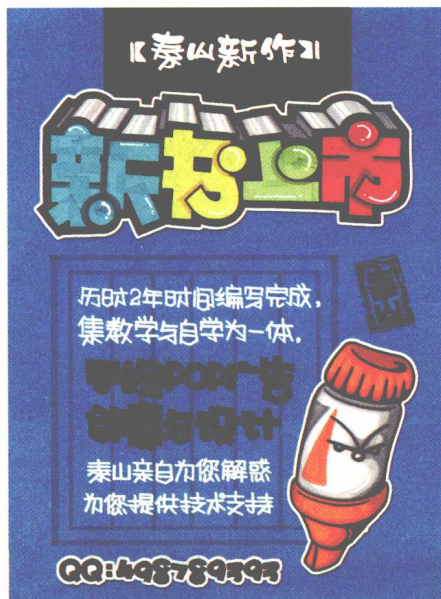


图1-10 出版物POP示例

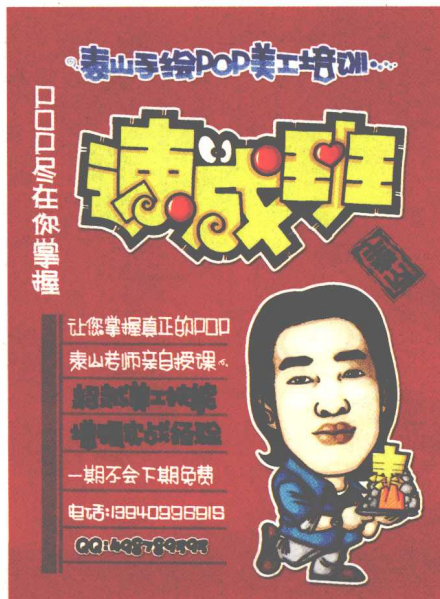


图1-11 招生招聘POP示例



(5) 餐饮美食类, 见图 1-12。

(6) 美容美发类, 见图 1-13。



图1-12 餐饮美食POP示例

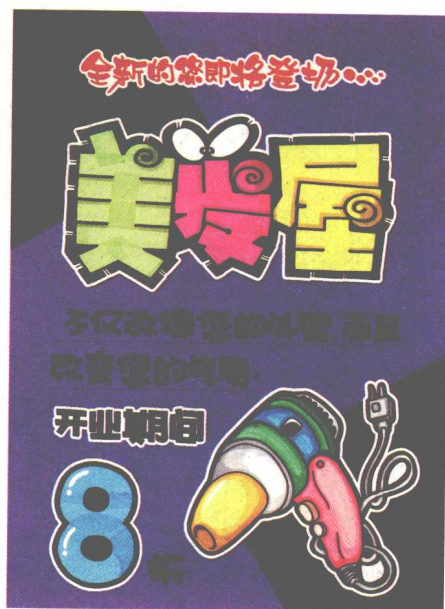


图1-13 美容美发POP示例

(7) 商场超市类, 见图 1-14。

(8) 体育竞技休闲类, 见图 1-15。

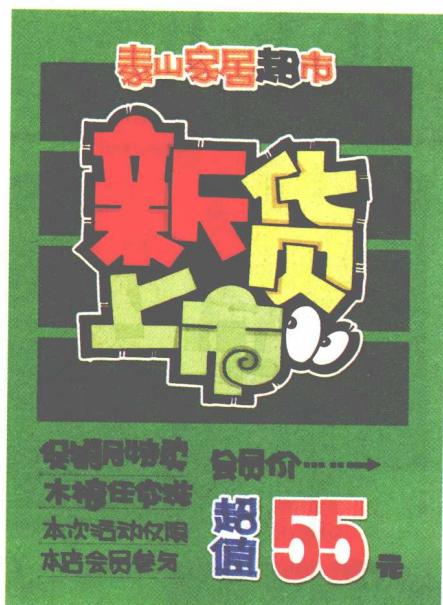


图1-14 商场超市POP示例

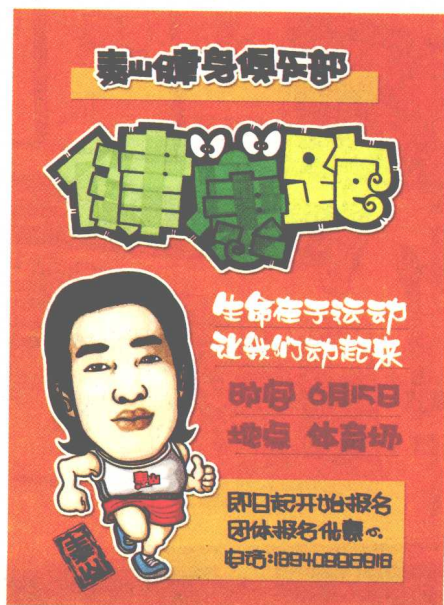


图1-15 体育竞技休闲POP示例

3. 按制作材料可分四类

(1) 喷绘类 POP, 见图 1-16。



图1-16 喷绘类POP示例

(2) KT 板类 POP, 见图 1-17。

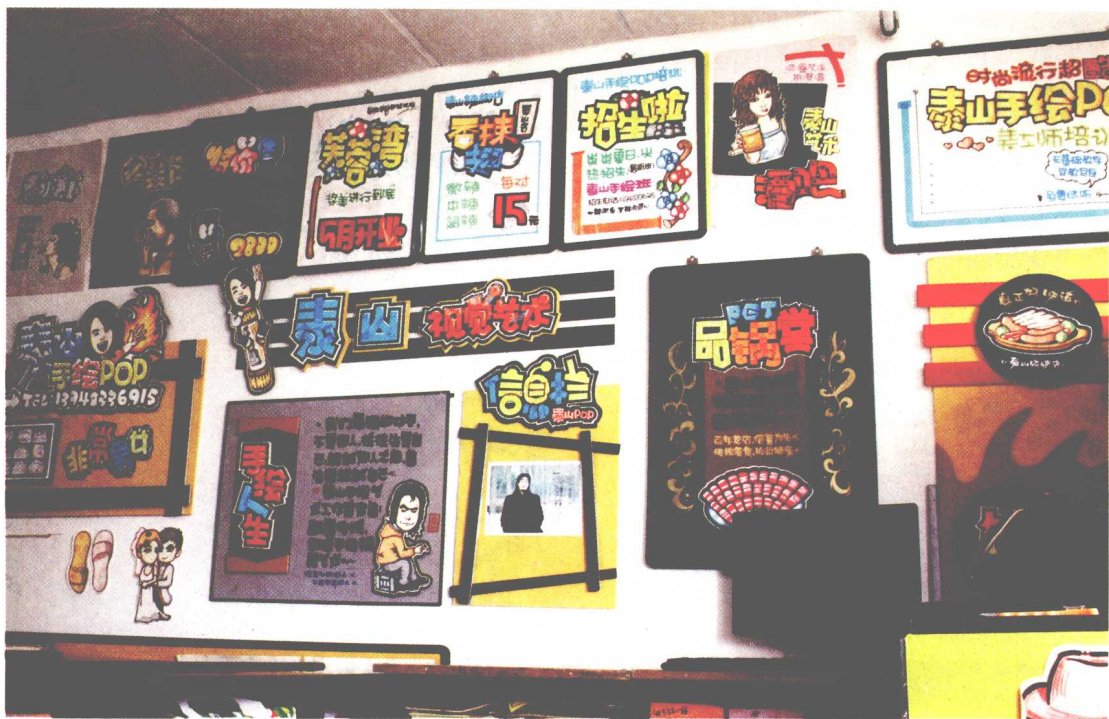


图1-17 KT板类POP示例



(3) 手绘类 POP, 见图 1-18。

(4) 印刷类 POP, 见图 1-19。

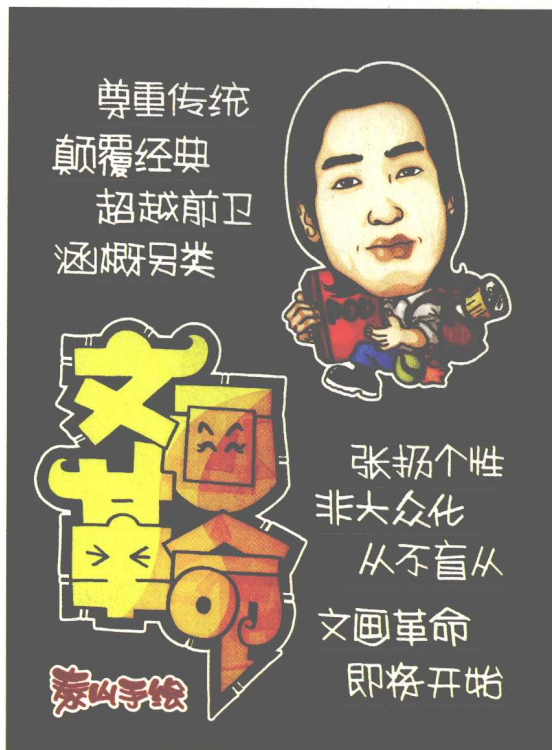


图1-18 手绘类POP示例



图1-19 印刷类POP示例

制作 POP 的方法和材料有很多种, 大家可以在日后的学习和工作当中去慢慢了解。

四、手绘 POP 工具

1. 马克笔

我们制作手绘 POP 最主要的工具就是马克笔 (也叫麦克笔)。马克笔颜色丰富, 色彩艳丽, 使用方便, 容易控制, 我们经用它们来书写文字和插图着色。

主要分为油性和水性两种。

(1) 油性马克笔: 特点是挥发性比较快, 里面含有酒精, 所以如果长时间不使用最好把笔盖严, 避免笔水都挥发掉, 我们常用的是台湾省产的利百代生产的 11 种颜色的马克笔。各种颜色配有相应的补充液, 可反复使用。

它按笔头的宽度可分为 6mm、12mm、20mm、30mm 等多种规格, 见图 1-20。

- 6mm 主要用来写一些正文;
- 12mm 主要用来写一些副标题;
- 20mm 主要用来写一些主标题;
- 30mm 主要用来涂大面积的底色和边框修饰等。