

【手绘POP设计职业培训精品教材】



创意海报

纪晓旭 主编



印刷工业出版社

【手绘POP设计职业培训精品教材】

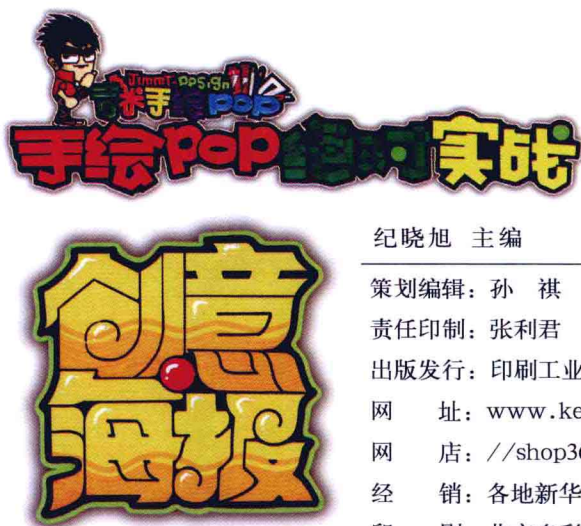


图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP绝对实战. 创意海报/纪晓旭主编. —北京: 印刷工业出版社, 2011.6
ISBN 978-7-5142-0082-9

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第038079号



纪晓旭 主编

策划编辑: 孙 祺

责任编辑: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京多彩印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 200千字

印 张: 9.25

印 次: 2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷

定 价: 45.00元

I S B N : 978-7-5142-0082-9

如发现印装质量问题请与我社发行部联系。 发行部电话: 010-88275602。

前言

手绘POP绝对实战系列丛书详细地介绍了POP海报的创意和制作方法。内容侧重于解析绘制技法和技巧的本质，从理论指导到实际操作由浅入深。大量的操作分解图片让学生能够自学精通，如老师亲临指导。区别于市面上大部分以作品欣赏为主的类似书籍。本系列书籍适合作为POP爱好者的自学指导，更可作为专业院校POP课程的规范教材。

《手绘POP绝对实战——创意海报》是吉米手绘POP绝对实战系列丛书之一。本书的侧重点是完整海报的创意制作过程。分类讲解了无插图白底海报、精致白底海报、彩底海报、异型海报、立体POP等的制作方法 and 创意解析，由简到繁。作品范例涉猎各种内容题材，大量的分解绘制图片让读者对制作过程一目了然，解密了大量看似繁复的制作技巧。色彩的巧用、合理的排版、精彩的版面装饰都作为重点内容作了详细介绍，让海报的创意制作变得简单。丰富的素材，真实的案例，精彩的绘制过程，本书绝对是POP设计及爱好者不可多得的一本好书。

感谢各界朋友、网友多年来对吉米手绘的支持与关爱！我们将再接再厉，更好地为中国的手绘POP事业服务。

特别感谢在本书编撰过程中给予大力支持和帮助的亲朋好友：我的老爸纪绍臣先生，老妈王志兰女士；我的妻子芳芳；兄弟康斌、杨宇舟老师；学员朱勇；北京北大方正电子有限公司王海朝先生。

2011年4月21日 沈阳

纪绍臣



目录



第一章

POP海报概述 1

手绘POP的特点与作用 2

手绘POP的表现形式 3

手绘POP的分类 3

第二章

色彩常识 9

色彩的三要素 10

色彩的分类 11

色相的解析 11

色彩的搭配 15

第三章

构图与排版 21

第一节 POP海报的结构 22

主标题 23

副标题 25

正文 26

插图 27

装饰框 29

第二节 版式构图 30

第三节 海报装饰框 33

第四章

白底海报 43

第一节 简易白底海报 44

《多力大豆油》 44

《2楼出租》 46

《贵宾通道》 49

《吉米手绘》 51

《激发》 53

《水嫩》 56

《雅艺POP手绘》 59

《VIP征集》	61
《小·周摄影周年庆》	64
第二节 精致白底海报	67
《兴趣培养》	67
《小心DE滑》	70
《儿童美术培训》	72
《防晒BB霜》	75
《生日快乐》	78
《右脑开发》	82
《儿童美术招生》	85
第三节 不同创意白底海报	88
《精品英语》创意一	88
《精品英语》创意二	91
《精品英语》创意三	94
《精品英语》创意四	97

第五章

彩底海报 101

第一节 拼色白底海报	102
《吉米POP手绘培训》	103
《少儿POP》	106
第二节 彩底海报	110
《内衣小店》	116
《吉米淘》	123
《醉拳》	127

第六章

异型海报 131

《烘焙时间》	133
《兔年大吉》	135
《亦真亦美》	139



POP海报概述

POP广告形式出现在20世纪50年代的美国，自助性商店（超市）的产生催生了这种自助性广告招贴，商品的陈述通过POP海报来表达，让顾客对商品的了解具有了主动性，节省了售货员的推销时间。80年代现代手绘POP来到了中国，并被大范围推广和应用。其实在中国古代这样的广告就已经被应用在各个行业，如药房前悬挂的“膏药”装的挂帆，客栈饭馆前矗立的酒幌等。现代手绘POP的制作更精致，内容更具体。通过绚烂的色彩，逗趣的图画，精辟的语言来达到吸引眼球的广告效果。



1. 手绘POP的特点与作用

（1）内容丰富，形式生动活泼，更容易被理解与接纳。这个特点也是POP被人喜爱的重要原因之一，所以设计师一定要以此为前提，创意出最具特色和活泼可爱的POP作品。时刻提醒自己：我是一个孩子！

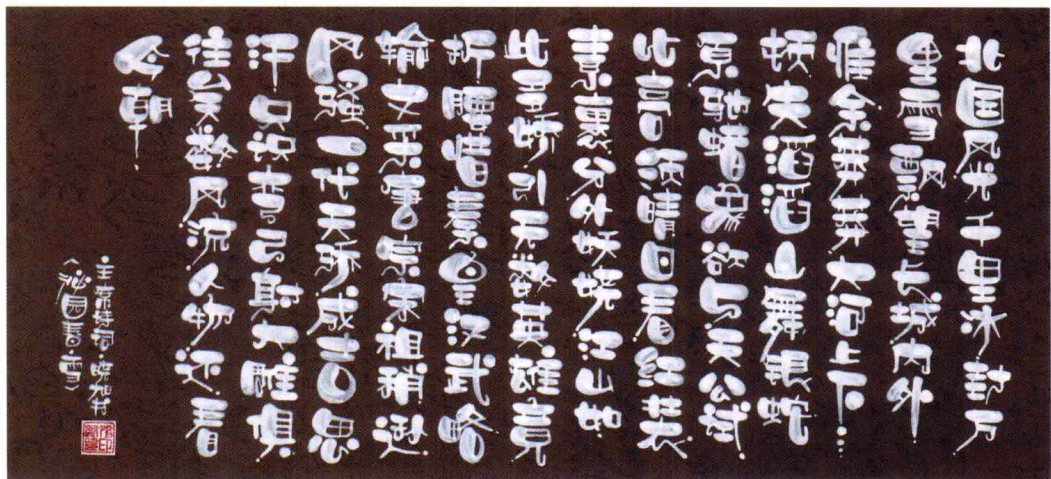


（2）制作简单，成本低廉。手绘POP的制作成本应该是所有广告形式中最低价的一种，一套较完整的工具配置大概三百元就可以了，一元钱的纸张，一张桌子就可以开始从事广告事业啦！如果综合平均制作成本，每张作品除了我们的创意无价外，其实物质成本应该在5元以内。时刻告诉自己：我是广告人！

（3）凸显文化，彰显个性。每一张手绘POP作品都是一个艺术作品，在被无数广告充斥的现代社会中，手绘POP海报以其独特的形式成为视觉浪潮中的点睛之笔，用笔杆直接传达诉求，极大地发挥中国汉字的美。因为设计师个人的书写绘画习惯和文化的差异，又变化出极具个人特色的作



品。每一张作品都是唯一，即使是同一个设计师，同一个内容。要让手绘POP成为艺术品。时刻默念：我是艺术家！



（4）制作速度更快，及时传达广告诉求。在手绘POP的学习和练习中，制作效率也是不容忽视的训练重点，直接手绘远比其他形式要快速。时刻不忘速度的练习：我是印刷机！

（5）替代销售员，传播最大化。详细具体的广告内容能让顾客对广告产品一目了然，并且同一张POP海报可以被更多的人，更多遍地观看了解，而省去了售货员反复的语言介绍。告诉销售同事：你得谢谢我！

（6）装点环境，美化空间。POP海报除了其广告的功用以外，还可以作为装饰品来陈列布展，纯手工制作让每件作品都带着设计师的体温，而且更环保。告诉每一个人：我最环保！

2. 手绘POP的表现形式

（1）平面POP。在我们的课程中包括白底海报和彩底海报，用一个平面的纸张来完成内容创作。可以张贴、悬挂、衬框等。

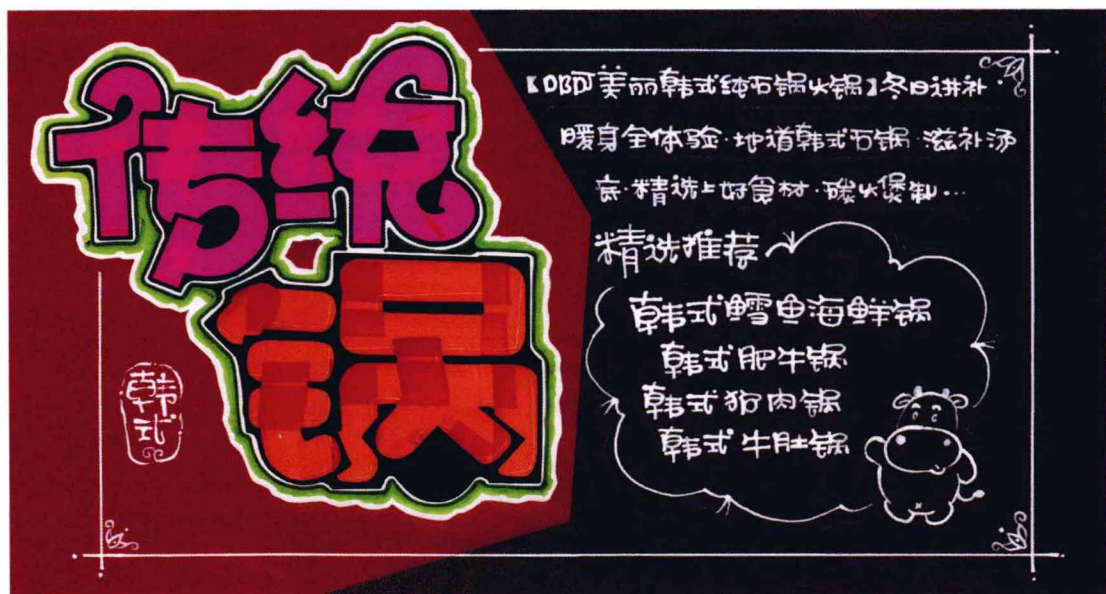
（2）立体POP。立体POP包括很多的范畴，像陈列布景、橱窗展示、立体造型等。在我们的课程中介绍的主要包括纸雕、刻字、拓印、折纸等。

3. 手绘POP的分类

（1）商业POP。商业POP海报最常用，主要应用于商场、超市、销售门店等，内容大部分是广告产品价格、折扣、特色、名牌等。数字算是商业POP海报的重中之重，明确醒目是必须要做到的。色彩的搭配在商业POP制作中更多是要尊重企业VI色或产品VI色。版式可以更灵活，不拘一格，文字内容要准确以免产生不必要的纠纷。



(2) 餐饮POP。饮食讲究色、香、味，色排在第一位，所以对于POP创作来说，色彩的使用也是最重要的，用鲜明的色彩来体现美食的口味特点。





比如：南方菜就要符合南方人清淡的口味特点，在用色上也尽量使用比较淡雅的色调，不要过于浓重。川菜以香辣著称，颜色上常选代表辣椒的红色，红油的橙色，油光的黄色，浓重的焦黑色等；北方的饮食就比较大气、朴实，颜色上也多选纯色，大红大绿大黄。

咖啡色是一种安慰色，低调恬静，非常适合酒廊、咖啡吧、茶馆，这样的颜色能让人更加放松。

健康的绿色让人吃得放心，蓝色带给人的清凉感受常作为水吧冷饮店的主色调。橙色是最有食欲的色彩，在餐饮类POP中使用率最高。

（3）节庆POP。包括节日、店庆、周年庆、开业等一些欢庆的活动海报，制作时要用精辟诱惑的语言来吸引眼球，如新春特惠、过年送大礼、惊喜圣诞、周年大庆等。当然喜庆的色彩也是不可或缺的重点。





新年与春节中的红、橙、黄色都是中国人最喜爱的几种颜色，也是周年店庆中的常用色，还有像圣诞节的红和绿、端午节的绿、情人节浪漫的粉色与紫色等。

(4) 美容美发POP。这类作品重点突出插图，精美时尚的插图设计在作品中要得到放大。

(5) 休闲娱乐POP。包含的行业有很多：KTV、洗浴中心、健身中心、酒吧等。制作时要考虑的重点除了色彩要符合气氛外，对于文字效果的处理要更独到。时尚前卫炫酷的文字造型非常符合酒吧或KTV等潮流场所，洗浴和健身中心要把文字处理得更动感和舒展，不能太酷、太局促而影响了识别性。





(6) 校园POP。重要的是文字内容的知识性和严谨性。高素质人群不可缺少时尚元素但不宜过于露骨。

(7) 公益POP。要么强烈的文字突出，要么精彩的插图表述。



(8) 装饰POP。没有明确的内容要求，是设计师最喜欢的类型，可以大胆发挥创意与制作技巧，色彩不影响整体环境色调就好。立体POP的表现形式最适合制作此类作品。



张贴在洗手间门外的装饰文字



挂在电表箱外部的装饰插图

以上列举的都是一些比较普遍的内容类型，制作时还需要大家灵活运用，举一反三，有规则的是设计，无规则的是创意，让创意飞翔，手绘POP设计师可以做到任何想做的，相信自己！





色彩常识

我们生活在一个色彩的世界里，环顾四周，天空、山川、河流、花草无不呈现着各种不同的造型与色彩。可以说一切视觉的表象都是由色彩所产生的。在设计中色彩的重要性更不容忽视，它是设计的灵魂。



在POP的制作中，色彩种类相对自然界中的色彩要简单得多（油性笔常用颜色约12种，水性笔约20种，其他各类笔色也都包含于这20种内）。那么如此简单的色彩又怎样能绘制出精彩的海报呢？

1. 色彩的三要素

色相：是指色彩本身的相貌，即色彩的特征，区别于其他色彩的名称。如红色相、黄色相。三种原色和三种间色：红色、橙色、黄色、绿色、蓝色、紫色等每一种色彩都代表一类具体的色相。

明度：是指色彩的明暗与深浅的程度。在色相环中最上方的黄色明度最高，最下方的紫色明度最低。在无彩色中黑色明度最低，白色明度最高。

彩度：指色彩的鲜艳程度，饱和度和纯度。在色彩中，红色的纯度最高，蓝绿色的纯度最低。

三要素的关系：无彩色没有色相与彩度；色相的纯度大小与明度不成正比；高纯度的色相具有不同的明度，改变其明度，彩度就会下降。





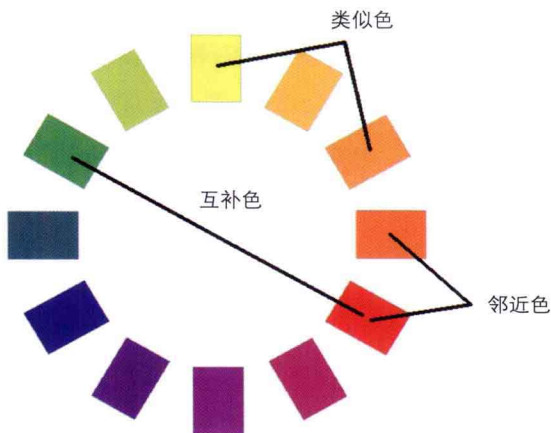
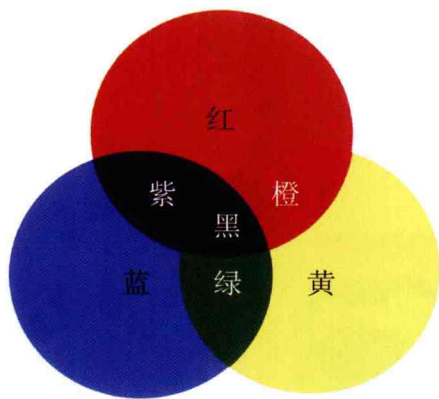
2. 色彩的分类

原色：不能用其他颜色混合而成的颜色称为原色，物理色彩中的三原色为红色、黄色、蓝色。

间色：两种原色混合产生的颜色为间色，包括橙色、绿色、紫色。

复色：三种原色或两种以上间色按不同比例混合产生的丰富多彩的颜色为复色。

补色：两种颜色混合产生黑色，那么这两种颜色称为互补色，即补色。最具代表性的补色有红色与绿色、黄色与紫色、蓝色与橙色及无彩色中的黑与白。



对比色：在色环上任一直径两端相对之色（含其邻近色）称对比色。

无彩色：是指黑色与白色，还有黑色白色混合后产生的不同深浅的灰色统称为无彩色。

类似色：在色相环中90度内相邻接的色统称为类似色。例如，红 - 红橙 - 橙；黄 - 黄绿 - 绿；青 - 青紫 - 紫等均为类似色。类似色色相对比不强烈，给人有色感平静、调和的感觉，因此在配色中经常使用。

邻近色：在色环上任一颜色同其毗邻之色称为邻近色。邻近色也是类似色关系，仅是所指范围缩小了一点。

从同类色、类似色、邻近色的含义来看，都是含有共同色素。采用此类色彩配合会给人以统一而调和的感觉。

3. 色相的解析

红色：红色是纯度最高的一种颜色，它的色彩表情丰富，空间穿透力强，极易引起注意。它表达的情感也非常复杂：战争中的红色会让我们联想到血腥、恐怖；太阳的红色又会让我们联想到热烈与兴奋；节日喜庆中的红色又会让我们联想到吉祥、幸福与温暖；红色的信号灯又让我们联想到危险、禁止等。红色能刺激我们兴奋，在海报制作中，红色醒目的标题最能吸引眼球，红色的背景又极大地增加了画面的吉祥喜庆效果。