

手绘POP

泰山
绘制

从入门到精通

综合篇

王猛 编著

- ① 简单易学,快速掌握。
- ② 成本低廉,效果明显。
- ③ 手绘风格,魅力无穷。



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

手绘POP

从入门到精通

综合篇

王猛 编著

- ① 简单易学、快速掌握
- ② 成本低廉、效果明显
- ③ 手绘风格、魅力无穷



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

手绘POP从入门到精通. 综合篇 / 王猛编著. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2011.8
ISBN 978-7-115-25958-5

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第138425号

内 容 提 要

本书是“手绘POP从入门到精通”系列中的一本。本书专门针对手绘POP初学者编写,书中首先介绍了手绘POP的特点、书写工具、字体等基础知识,然后介绍了10大类80多个实际操作案例,最后列举了40多种常见手绘POP版式。

本书讲解清晰,案例丰富,非常适合POP初中级读者、爱好者及相关培训班、POP专业作为学习教程。

手绘POP从入门到精通综合篇

-
- ◆ 编 著 王 猛
责任编辑 郭发明
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京精彩雅恒印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 7.5
字数: 200千字 2011年8月第1版
印数: 1-4000册 2011年8月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-25958-5

定价: 39.00元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

前言

在现代的商业社会中，人们对手绘POP设计已经不再陌生，各种场所几乎随处可见，如商场、超市、酒吧、校园、公益宣传栏等。手绘POP以亲和力强、色彩鲜明、形象生动、字体特殊、制作快捷而很容易吸引人的关注。目前，不论是企业宣传人员，还是普通员工，或者是一名在校学生，如果能掌握一些手绘POP的技能，自然能很快得到同事和领导认可。

为了让更多的人快速掌握手绘POP的绘制方法和技巧，我们策划编写了《手绘POP从入门到精通》系列图书，专门为准备学习POP的初中级读者编写，从工具选择、字体练习、构图练习、图形设计练习入手，逐渐让读者掌握相应的中高级应用技巧，并最终掌握行业应用技能。

本书为《手绘POP从入门到精通》之综合篇，对手绘POP海报的各个类别进行了详细讲解，通过大量海报的实例制作步骤及重点剖析，让同学们制作及临摹起来更加得心应手。

希望本书可以让更多的同学喜欢上手绘POP设计、掌握手绘POP设计，让同学们的创新思维得以全面的展现，通过动手动脑，完成令人满意的手绘作品。





Contents

目 录

第一章 POP简介	5
第一节 什么是POP.....	6
第二节 POP的特点和前景.....	8
第三节 手绘POP的结构分析.....	10
第四节 POP书写工具.....	13
第五节 常用字体.....	15
第二章 POP常用题材	17
第一节 节日题材.....	18
第二节 庆典题材.....	34
第三节 美食题材.....	46
第四节 娱乐题材.....	60
第五节 服饰题材.....	70
第六节 美容美发题材.....	80
第七节 促销题材.....	88
第八节 招生题材.....	98
第九节 招聘题材.....	106
第十节 告示题材.....	109
第三章 常用版式设计参考	111

第一章

POP简介

第一节 什么是POP

第二节 POP的特点和前景

第三节 手绘POP的结构分析

第四节 POP书写工具

第五节 常用字体





第一节 什么是POP

POP是英文“Point of Purchase”的缩写，译为“卖点广告”，因为它是商品经过生产、包装等工序后进入到流通领域里后直接面向终端用户的一种广告形式，所以它又被称为“终点广告”。早期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。因为POP最主要的作用是吸引人们的注意以及宣传产品，所以到了后来，美国等地的一些超市把它作为最主要的促销手段之一。

现今许多国家都非常重视POP这种广告形式，比如在科技发达的日本，就已经把POP作为一项专门考核新员工的技能。在台湾地区，POP的发展也非常火爆。目前国内POP行业发展也逐渐兴盛，很多大专院校艺术专业都开设了手绘POP课程，培养了大量的POP设计人才，以适应市场需求。

POP广告包含很多种类，如喷绘POP、印刷POP、手绘POP等，其中手绘POP是本书重点为大家进行讲解和介绍的一种POP广告形式。

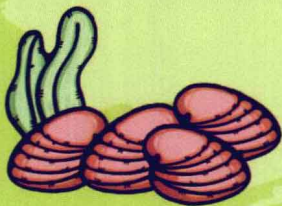


何为“手绘”？英文为handwriting，有手迹、书法之意，意思是“徒手亲自书写出来的文字或图案”。换句话说，以“手绘”方式表达促销之意的POP广告，都可以称为“手绘POP广告”。



制作手绘POP广告的形式很多,较为常用的是制作白底海报和彩底海报。所谓白底海报,就是指在白色的纸张上绘制的手绘POP海报,它制作简单、快捷,同时也是初学者入门必须掌握的一种基础海报技法。

白底海报选用的纸张以铜版纸为主,表面光滑,我们所用的马克笔的鲜艳颜色都可以完全在铜版纸上表现出来,而且铜版纸的成本也不贵,一开的铜版纸大约在1-2元左右,经过裁切,可以制作出不同规格的白底手绘POP海报。



手绘POP广告的另一主要制作形式是彩底海报。所谓彩底海报,就是指在带有颜色的纸张上绘制的手绘POP。因为纸张本身带有颜色,所以所达到的视觉冲击也较白底海报要强一些,同时其艺术氛围也更加浓厚一些。在一些档次较高或要表现特殊题材的手绘POP海报时,彩色纸张制作的海报更容易烘托主题气氛,也更容易达到广告效应。

在彩底海报制作当中,彩色纸张以彩胶纸和皮纹纸为主。

彩胶纸也叫做彩色胶版纸,纸张本身带有颜色,表面比铜版纸略粗糙一些,市场上销售的彩胶纸的颜色多达几十种,我们可以根据不同的需要选择不同颜色的彩胶纸进行制作。而皮纹纸比彩胶纸更厚一些,表面带有不同的暗纹。



第二节 POP的特点和前景

手绘POP之所以受到商家的青睐，主要有以下几个特点。

手绘POP的特点

1. 成本低廉

手绘POP是所有POP广告形式当中制作成本投入最少的一种，每张手绘POP的制作成本不过十几元。

2. 容易刺激消费者的购买欲望

一张成功的手绘POP往往很容易打动顾客的心，无论是颜色搭配还是精致的插图，都能让人感觉是一件艺术品，顾客对POP产生兴趣后，才能对其上面的内容进行了解，从而达到提升商品销售概率的目的。

3. 方便、快捷、及时

制作一张手绘POP最多不过几十分钟，而且制作不受时间和地点的限制，能最快最及时地把信息传递给消费者和顾客。

4. 提升企业形象、活跃购物氛围

新颖活泼的字体，鲜明的颜色搭配，诙谐精致的插图，都会让人在购物的同时，好像在欣赏一幅幅精美的艺术品一样，使消费者在整个购物过程中心情愉快。

5. 无声的推销员

手绘POP作为直接面向终端客户的广告形式，不但能恰到好处地把商品的优点、基本性能和价钱等信息清晰明确地传达给消费者，而且还会默默地不知疲倦地坚守岗位。



手绘POP的前景

POP广告作为视觉传达和商业推广的重要艺术形式之一，越来越受到教育界、美术设计工作者及商家的重视。目前我国，很多大学大专陆续在设计专业开设POP广告设计课程，很多美术爱好者也根据自身的工作需要选修和学习POP设计。其他国家以及我国的香港、台湾地区，在中、小学时期就开始对学生进行POP设计的训练。POP逐渐成为每个学生必须具备的美术技能和艺术修养。现代广告传媒文化中，POP广告不仅以丰富的艺术形式发布各种信息，同时也为创作者充分展示自己的设计理念、个性和艺术创造力提供了广阔的空间。

随着我国经济的蓬勃发展，各大商场及超市陆续成为消费市场的主导，知名连锁企业如沃尔玛、家乐福、乐购、百联、国美、华润、麦德龙等零售业巨头在我国开店总数多达数千家。目前进入中国大陆的欧美日韩以及我国的港澳台知名零售商集团已近300家，在各大中城市开设经营点1400多个，加上地方性本土连锁型超市的迅猛发展，使零售商对美工人才需求急剧增加。据北京《人才周刊》、《北京晚报》、《娱乐信报》等报刊报道，仅北京市场就缺少POP美工3000多人，由此可见，POP的发展是非常有前景的。

POP人才需求日益加剧，也使我国POP行业不断扩大，学校、图书、网络等各种途径都可以让你掌握这一极具商业前景的技术。

手绘POP广告不仅仅只应用在商场或超级市场，手绘POP应用的范围非常广泛，如酒店、咖啡厅、蛋糕店、西餐厅、网吧、电影院、KTV、健身中心、儿童乐园、迪厅、培训学校、服饰品店、美容院、化妆品店、发廊、手机市场、数码广场、便利店等都有需求，可以这么理解，凡是存在买卖关系的地方就会有手绘POP的需求。

手绘POP的成本：普通八开海报15元，四开海报20元一张，两开海报30元一张，一开海报50元一张，如果制作成彩底海报或立体海报，那么收取的费用也会相应的增加，对于手绘POP制作者来说，为客户提供多种选择，也会增加经济收入。





第三节 手绘POP的结构分析

一幅完成的手绘POP广告，主要包含主标题、副标题、正文、插图、装饰图案等几个部分，每个部分都有各自的功能，缺一不可，而且各个部分使用的工具也有所不同。

下面让我们先来简单了解手绘POP广告的基本结构。



手绘POP广告基本结构

副标题部分

副标题一般是对主标题进行解释和说明，所以它的位置大多存在于主标题的附近，而且它要小于主标题。

泰山手绘POP用品淘宝店

装饰图案部分
装饰图案在海报中用来烘托主题内容。

主标题部分
主标题是海报的中心思想，海报的题材、风格等都是靠它来体现，所以它的地位是最为主要的。

插图部分

插图是整张海报的点睛部分，不但可以起到辅助文字的作用，而且可以让画面更具有视觉冲击力。



正文部分

正文则是海报详细内容的体现，它的字数也比较多，为了方便区分内容，我们可以用不同的颜色来表现。

<http://popwm.taobao.com>

手绘POP广告看似简单，其实包含的内容非常丰富，它需要创意丰富的文字、协调的颜色搭配、风趣幽默的卡通插图和合理的排版布局。这几点是手绘POP海报成功与否的关键，所以我们在平时练习的时候，一定要打好基本功，也要多看书、多积累、多观察、多临摹，这样才能让自己的创意思维越来越丰富、越来越活跃，好比一台新买的电脑一样，硬盘是空的，需要我们不断积累和填充，才能在需要的时候应用自如。

主标题



手绘POP海报中的主标题，主要用20mm宽头油性马克笔进行书写，这样才够醒目和突出，同时运用黑色双头记号笔对其进行轮廓描绘，以及采用其他工具进行装饰。主标题字数不宜过多，一般为三个字到五个字，语言需要简练，但有的时候根据题材需要，也会用到八到十个字，这样我们就需要把这些文字挑重点进行突出，比如上图实例中，可以把“马克笔”三个字作为重点，采用20mm宽头油性马克笔进行书写，“美工专用品”可以采用双头油性马克笔进行书写，这样一来，既突出了重点，又保持了主题的精简。

副标题



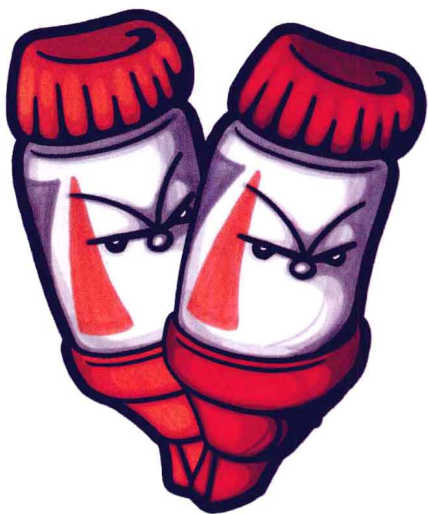
手绘POP海报中的副标题主要采用12mm油性马克笔进行书写，对于字数较多的文字，可以采用5mm双头油性马克笔进行书写，同时采用3mm水性马克笔进行简单装饰。

装饰图案



手绘POP海报中的装饰图案可以采用3mm水性马克笔进行绘制，但绘制的时候需要注意，颜色一定要浅一些，过深的颜色会喧宾夺主。

插图



手绘POP海报中的插图部分主要是采用铅笔起稿，记号笔描绘轮廓，3mm水性马克笔进行上色。因为3mm水性马克笔透明性较强，颜色比较丰富，所以为插图上色是首选笔材，而油性马克笔由于覆盖力较强，所以无法表现一些过渡效果，而且也容易出现晕水现象。

正文



6mm 7元
10mm 8元
20mm 10元
30mm 10元

桥公消应有尽有

手绘POP海报中的正文部分内容较多，所以应用的笔材也很多，我们可以根据不同的需要选择不同的笔材及颜色。一般正文可以采用双头油性马克笔直接书写，如果含有价格内容，可以采用红色或粉色油性马克笔进行书写，对于一些想要突出的文字，可以换成黑色记号笔书写软体字，同时采用3mm水性马克笔在文字底部进行简单的背景装饰。



第四节 POP书写工具

手绘POP广告具有很强的亲和力和生命力，因为它是由设计师用娴熟的技巧加上专业的工具来完成的。手绘POP的工具种类繁多，每一种都有其独特的使用方法及性质，如何选择和运用，我们除了在理论上掌握之外，也要从平时的学习中积累实践经验。

我们需要用到的工具主要有三类：马克笔、纸张、修饰工具。

(1) 马克笔

马克笔也叫做麦克笔，是由英文“marker”音译过来的，它的特点是快速、易干、使用方便，所以它是手绘POP创作必不可少的基本工具之一。根据马克笔的溶剂材质，可以把它分为油性和水性两种。其中油性马克笔又可以分为宽头油性马克笔和双头油性马克笔两种。

宽头油性马克笔

宽头油性马克笔含有易挥发性质的化学材料，所以会有刺激性气味，长时间使用会有头晕的感觉，所以我们用宽头油性马克笔书写海报的时候尽量选择通风性较好的场所。



双头油性马克笔

这种马克笔有两个笔头，较宽的一端为6mm的斜头；另一端为2mm的圆头。我们常用6mm的斜头书写海报中的正文部分，用2mm的圆头描绘标题字的轮廓或插图的轮廓。



水性马克笔

水性马克笔没有刺激性味道，可以用来绘制渲染或渐变的效果。值得注意的是，因为水性马克笔干燥速度慢，所以我们在使用时尽量避免用手去触摸纸面，以免把未干的画面弄脏。

水性马克笔笔头宽度一般为3mm，色彩艳丽。在笔的末端带有编号，从1~60号，国内市场上均可以购买到。

(2) 纸张

创作手绘POP海报常常用到的纸张规格有80g、105g、128g、157g、200g、300g等，克数指的是每平方米纸张的重量，通常情况下，克数越小的纸张越薄，克数越大的纸张越厚。

铜版纸

铜版纸是印刷厂主要使用的纸张之一，现实生活中运用也很普遍。大家看到的漂亮的挂历、书店中销售的张贴画、书籍的封面、插图、美术图书、画册等，几乎都是用的铜版纸。各种装潢精美的包装、纸质手提包、标贴、商标等也大量的使用到铜版纸。我们制作的手绘POP白底海报多为铜版纸。

彩胶纸

彩胶纸也叫做彩色胶版纸，纸张本身带有颜色，比铜版纸粗糙一些，所以吸水性较强。用有颜色的马克笔直接在彩色胶版纸上书写会发生颜色变化，比如用绿色的马克笔在黄色的彩胶纸上书写文字就会变成深绿色，而且吸水性也会影响马克笔等笔材的使用寿命。

彩胶纸颜色多达上百种，我们可以根据实际需要选择购买。



彩胶纸

皮纹纸

皮纹纸本身也是带有颜色的，而且表面较彩胶纸更为粗糙，但因其表面带有暗纹，所以也使画面更具可看性。皮纹纸要比彩胶纸略厚一些，制作出来的手绘POP作品也更上档次，在制作一些质感比较强的手绘POP作品时，皮纹纸是第一选择。



皮纹纸

皮纹纸颜色也比较多，一些深沉的颜色是我们平时较为常用，可以配备一些。

(3) 修饰工具及其他

装画工具

当我们绘制好作品后，有的时候需要运输或送递，这时就离不开画箱或画筒等装画工具。画箱主要用来装笔材工具，一般分为两层，材质为塑料或布质。画筒主要用来装绘制好的POP海报，可以伸缩，最大能装一开纸张。

修饰工具

完成一张手绘POP海报作品，还需要一些工具进行辅助修饰，比如剪刀、美工刀、铅笔、橡皮、毛笔、格尺、透明胶、海棉胶、喷胶、油漆笔、修正液、鱼线、铁丝等，可以常备。

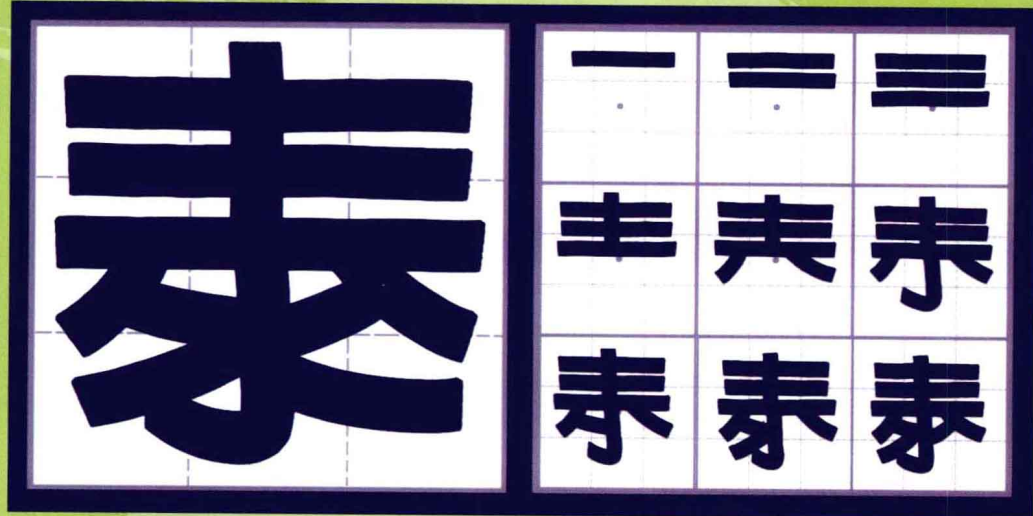




第五节 常用字体

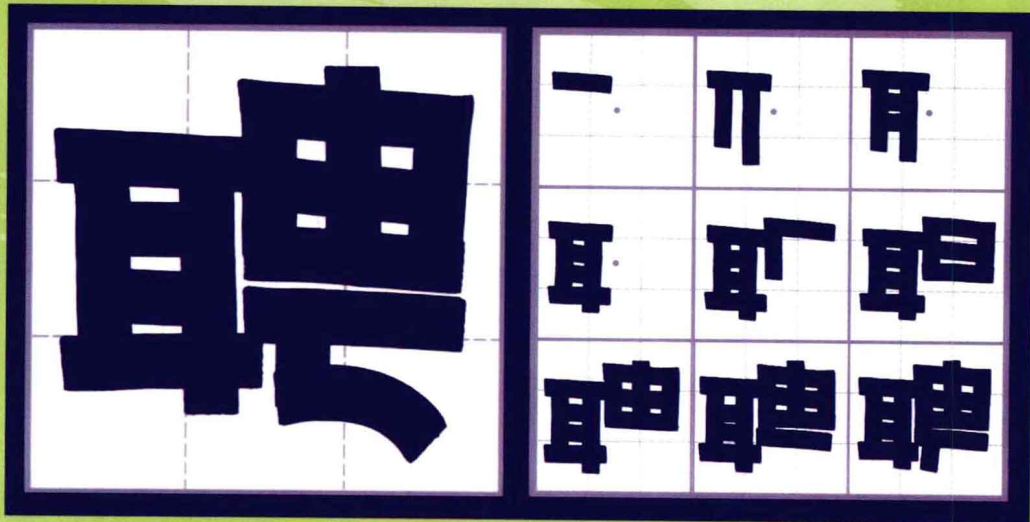
1. 正体字

正体字也叫做手写黑体字，它是所有字体里面较为正规的一种字体。因为正体字的结构严谨，比例适中，所以，手绘POP广告字体部分的学习也都是从正体字开始打基础，进而延伸到其他字体的学习。正体字的特点非常突出：方正、粗犷、朴素、简洁、无装饰，横竖笔形粗细视觉相等，笔形方头方尾，非常醒目，运用广泛。



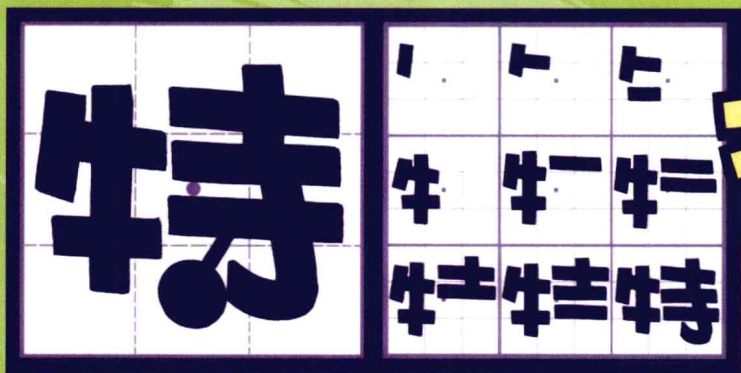
2. 活体字

活体字也叫做手写POP体字，它是手绘POP海报中最为常用的一种字体。活体字是由正体字演变过来的，正体字虽然清晰、整齐具有说服力，但缺点是有些呆板、缺乏韵律，而经过转变后的活体字活泼、韵律十足，具有较强的亲和力。活体字字体结构活泼，呈倒梯形，而且字型左高右低，上宽下窄。活体字书写时要将原本弯曲的笔画尽可能地拉直或用接近横的笔画书写，并且笔画较多的文字可以把字写得大一些，笔画较少的文字可以把字写得小一些。



3. 抻圆字

抻圆字是把文字当中带有“点”、“撇”或“捺”等笔画直接转化成抻出来的圆点图形。抻圆字是由活体字演变过来的，主要是在活体字的基础上，把某个笔画进行夸张变化，其他部分笔画及字的整体结构还是保持POP活体字的变化规律。抻圆字富有趣味性，但变化的时候一定要适度，也就是说，在文字当中，带有“点”、“撇”或“捺”的笔画的时候，只能变化一个，否则将会影响到文字的阅读。



无敌

4. 圆弧字

圆弧字就是把文字当中带有“口”字结构的部分直接用圆弧的形状进行替代。圆弧字也是由活体字演变过来的，变化的时候只需要对文字当中的“口”字部分进行变化，其他部分则继续保持活体字的基本结构即可。圆弧字体结构活泼、可爱，富有趣味性，在进行圆弧绘制的时候，通常都是采用四笔衔接，这样绘制出来的圆弧才光滑、圆润。

5. 扩口字

扩口字就是把文字当中带有“口”字结构的部分采用夸张、扩充的形式书写。扩口字也是由活体字演变过来的，变化的时候只需要对文字当中的“口”字部分进行变化，其他部分则继续保持活体字的基本结构即可。扩口字体结构活泼、可爱，富有趣味性，在进行扩充绘制的时候，通常都是采用拉长或压扁的手法进行夸张处理。



招聘了
活吧

高就业

招聘会