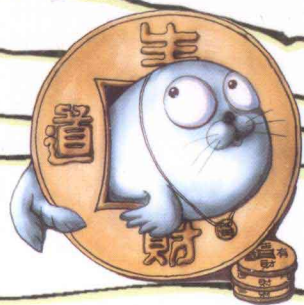




手绘POP 海报全攻略

任立红
李艳辉 编著

化学工业出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP海报全攻略/任立红, 李艳辉编著, —北京:
化学工业出版社, 2011.9
ISBN 978-7-122-12178-3

I. 手… II. ①任… ②李… 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174788号



责任编辑: 王清颢

装帧设计: 尹琳琳

责任校对: 宋 夏

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 北京方嘉彩色印刷有限责任公司

787mm × 1092mm 1/16 印张8 2011年10月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 50.00元

版权所有 违者必究



序

POP广告之所以在华人世界里广为流行，就是因为中文字是世界上最优美的文字。POP字体不仅字形、字架优美，每个字都有十分耐人寻味的含意；而且麦克笔书写便利，入门的门槛低，也是POP流行的一大主因。

2009年，首届海峡两岸POP交流会举办之后，POP的推广上了一个新的台阶。在众多大师的全力推广与相互支持之下，POP文化已经在高校、药店、商超、中小学引起一阵阵学习风潮，让更多的人了解和认识了POP的趣味性与丰富性，为POP增加了许多生力军。大家一起开创POP的未来。

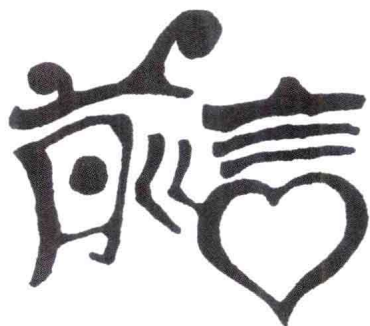
李艳辉老师的POP技法，尤其软笔字的功力，更是一枝独秀。这些年来，李老师也不断地在POP领域中努力推广，用心播种，可谓桃李满天下，对POP发展贡献非常大。尤其把POP这项技能发展到职业技教育当中，不但让职业教育体系学生能够学会一门真正实用的技能，同时也为POP发展做出了一定的贡献。

这本全方位POP新书的诞生，势必为POP做了一个最新最好的批注。李老师多年的POP教学及商业营销实战经验，可为POP新手提供一个很好的学习依据。POP多元的表现技巧与多功能的用途，在这本书中都做了很好的诠释，相信这本书可以带领POP新手轻松进入有趣的POP世界，也能为POP从业人员带来很好的创意与启发。

最后祝福李老师在POP推广领域中持续坚持，将最实用最有创意的POP呈现给大家，把POP精神发扬光大。



简仁吉（台湾POP推广中心创始人）



POP流行于美国、韩国、日本，后传入大陆，被广泛应用于商场、学校社团和生活领域。随着市场经济的发展，人们内心对亲和力和人情味的渴求也越来越强烈，POP的概念由最初的“point of purchase”（即卖点广告）的单纯含义，不断扩展出很多含义，其应用领域也越来越广泛，水派赋予POP的“play of painting”（玩出来的艺术）的观点也进一步演绎成play of paper（纸戏，在纸上做游戏），融趣味书画与广告策划为一体，并突出大众艺术的特色，大大深化了POP在现代社会存在的意义。

作者多年从事手绘POP教学，积累了很多实战经验，并尝试将POP的应用领域逐渐扩大，将POP设计职业化、生活化、艺术化，使POP在吃、穿、住、用、行各个行业中得到广泛应用。POP可以为商家解决视觉营销的问题，还在校园、生活、情感等领域应用，以其个性、可爱、亲和力强的形式呈现出POP的独特魅力。

同时本书内容还是POP职业教育课程设计的尝试与探索，正在申请吉林省教育厅2011年度职业教育研究项目课题。结合高等职业教育特点，比较直观地将理论知识以点评的方式深入浅出地融入教材，结合作品介绍POP工具的特殊性、POP字体的设计、POP版式设计、POP色彩搭配、POP特色技巧等内容，注重实践体验，以学生课堂作业和原创作品为基础，将POP职业教育课程设计与实践研究通过这本教材完整地呈现出来。POP教学是针对目前市场的需求设立的创新课程，POP教学在教育中的应用，势必会成为当今学生增加就业的砝码。

本书汇集大量成功、优秀作品和大家分享，希望对学习POP的爱好者能有所启发。同时在POP教学中，激发教师对学生进行深度挖掘、认真创作，从而使多元教育功能得以充分发挥，对开发学生的潜能也有重要意义。将POP理论与学生的培养进行系统的模块化，更广泛地传播POP在现实生活中的应用，体现了POP在生活、校园、商业领域的综合运用。这本书是作者多年教学成果的积累，不当之处在所难免，欢迎读者给予指出。

特别感谢王兴国、王雁苓、常宏、姚谦、李媛媛、杨扬等课题组成员对本课题的大力支持，特别感谢简仁吉（台湾）、黄可心、赵准胜、钱雅莉、南云飞、曲磊、张昇、吴迪、夏远昭、乔昱、刘伶、姚悦、刘林峰（台湾）等老师的无私帮助！特别鸣谢吉林电视台、吉盛伟邦、卓展、高丽王朝、天鹅湖宾馆、老昌食品等合作企业以及为本书出版做出贡献的好朋友，可爱的水分子即作者的学员们，谢谢你们！

任立红，李艳辉（泡泡李）

目录

基础篇

材料准备	7
基本方法	10
色彩搭配	18
特色技巧	23

商业篇

美食	24
茶艺酒吧	31
通信网络	38
节日类	45
企业文化	54
鞋业服饰	60
招生招聘	66
其他	76

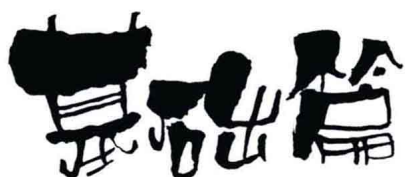
生活篇

POP主题	83
公益篇	88
生活感受	94

校园篇

校园活动	116
个性介绍	123





请大家从这一刻起
在你的大脑中
安装一个手绘POP设计系统
熟悉基础知识
熟练各种字体
开始尝试创作POP吧



材料准备

一、荧光笔



主要用于初学者练习基础字体时使用，亮丽的荧光色也适合平涂，但必须和重色相互搭配才能凸现出来色彩的亮丽，主要有红、橙、黄、蓝、绿、紫6种颜色，请大家一定要准备齐全哦！

二、水性马克笔



这种笔含有水性成分，它的颜色丰富，表现力也极强，是常用的一种笔材。笔头宽度较细，国内市场上能够买到的颜色约有100种，在笔的末端有编号，一般用来区分颜色。水性马克笔多为一次性使用，笔内墨水有中国、日本、韩国三个产地，其中日本墨水色泽匀称一些。

三、十二色油性马克笔



这种笔属于油性，而且随处都可以买到，分两头使用，一头为圆头，一头为方头，既方便又经济。常用这种笔来描绘标题字的轮廓，或填充大面积的颜色。

四、宽头马克笔



宽头马克笔使用起来极为方便，但它的挥发性较强，气味比较刺鼻，长时间使用会有醉酒的感觉，所以在选择用油性马克笔书写的时候尽量选择通风好的场所。按照笔头的宽度来划分，常用的规格有12mm、20mm、30mm，每种规格有12种颜色。这种油性马克笔配有相应颜色的补充液，可以反复使用。建议初学者每种规格买一只即可。

工具使用小贴士：

荧光笔和十二色油性马克笔价格便宜，练习时注意色彩搭配，交换使用，既练习了色彩对比，又延长了每只笔的平均使用寿命。水性马克笔和宽头马克笔价格昂贵，初学者可以不用购买齐全，购买常用色即可。

五、黑杆马克笔

双头黑杆马克笔有两个笔头，一端为斜头，另一端是圆头，常用这种马克笔斜头书写POP海报中的正文部分，用圆头绘制海报中的装饰图案或线框部分。上色特别均匀。



六、蜡笔

蜡笔是将颜料掺在蜡里制成的笔，可有数十种颜色。蜡笔没有渗透性，是靠附着力固定在画面上，不适宜用过于光滑的纸、板，在POP海报当中经常用它的排水性来制作特殊效果。



七、丙烯颜料

适合墙体画、设计文化衫、绘制个性板鞋，可用水稀释，利于清洗，速干，颜料在落笔后几分钟即可干燥，干后不再溶于水。画时注意先画浅色后画深色。



八、水粉

水粉是水粉颜料的简称，在我国有多种称呼如广告色、宣传色等。常作为初学者学习色彩画的入门画材，一般在手绘POP海报制作时与呢绒笔和毛笔配合使用。



九、中性笔

书写介质的黏度介于水性和油性之间的圆珠笔称为中性笔，书写手感舒适，油墨黏度较低，经常用于线稿勾边，也可以在日记本上用这种笔书写手绘POP日记和画精细漫画线稿。



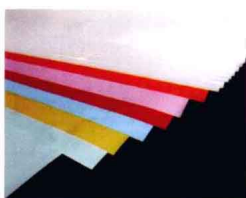
工具使用小贴士：

黑杆马克笔在购买时皮肤同类色可多购买几只。蜡笔、丙烯颜料、水粉买18色盒装即可，中性笔买0.2mm、0.5mm、0.8mm笔芯各一支即可。



十、彩色铅笔

彩铅是一种非常容易掌握的涂色工具，画出来效果较淡，彩色铅笔也分为两种，一种是水溶性彩色铅笔（可溶于水），另一种是普通彩色铅笔（不能溶于水）。一般市面上买的大部分都是普通彩色铅笔。水溶性彩色铅笔蘸水之后就会变成像水彩一样，颜色非常鲜艳亮丽，而且色彩很柔和。



十一、彩胶纸

彩胶纸就是通常所说的POP纸，是有色的双胶纸经过超级压光做成的高档纸张，POP广告多用到彩胶纸。颜色和规格可以随客户需求而定，颜色有几十种，初学者准备红、橙、黄、蓝、绿、紫、奶白即可。



十二、漫画钢笔

这种笔是借助笔头倾斜度制造粗细线条效果的特制钢笔，被广泛应用于漫画领域，是POP插画常用的工具。漫画钢笔它可以像一般钢笔一样书写汉字、数字和字母。把笔尖立起来用，就可以画出细密的线条；把笔尖卧下来用，就可以画出宽厚的线条。



十三、辅助工具

一张完整的POP海报还需要用到一些辅助工具，如修正液（可当白色笔使用）、剪刀、美工刀、填充液、透明胶、毛笔、墨汁、双面胶、喷胶等。

工具使用小贴士：

彩色铅笔用24色即可。漫画钢笔条件好的可以买进口的。有一定基础的除了用彩胶纸还可以准备一些像布纹纸、皮纹纸、陶纹纸、硫酸纸、珠光纸、云彩纸、粉彩纸等各种材质的纸，也可以准备一点波音软片比较方便。墨汁建议买一得阁的，比较好用。学习到一定阶段也可以准备一把花剪，可以剪出各种花型边。

基本方法

一、POP字体书写基本方法

POP字体的书写方法，一般要根据POP字体书写工具使用特点进行变化。

(1) 硬笔

常用油性马克笔、水性马克笔和荧光笔等，其共同特点是均有一个斩刀型笔尖。斩刀型笔尖可以写出：粗细一致的笔画(图1)，书写过程中，保持斩刀笔尖切面与运笔方向垂直，笔尖适当旋转，匀速走笔(图2)。

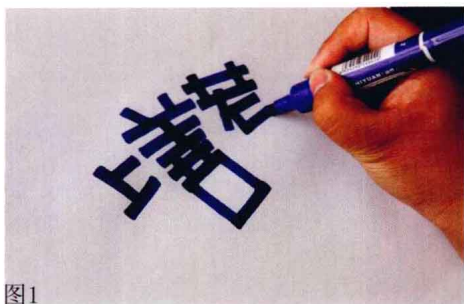


图1



图2

横细竖粗或横粗竖细的笔画如图，书写过程中，不用旋转笔尖，自然顺势，注意对比即可(图3)。



图3

粗细变化多端的笔画，不断改变笔尖朝向，适当旋转笔杆，顿挫有力，可以写出软笔风格的笔画(图4)。



图4



图5



图6

圆头油性马克笔和勾线笔可以写出单线条的笔画：可写小字内容(图5)。也可以画双线条的笔画：可写大字内容。比如空心字，如图，这种字实质是用双线条勾勒出字体笔画，但讲究叠压和趣味图形创意(图6)。



图7

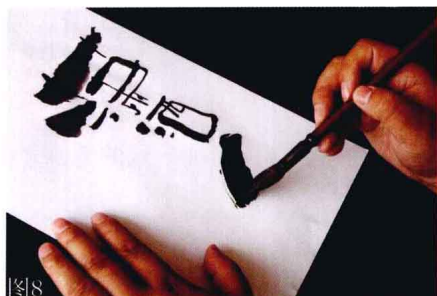


图8

粗的油性马克笔，通常有30mm、20mm、12mm、6mm宽度的直角形笔尖，由于30mm、20mm比较粗，在书写时，握笔时呈手握手榴弹状，笔头朝下，这样可以很灵巧的书写或旋转(图7)。其余方法可根据所表现笔画的形状来定，基本和前面笔型中斩刀型笔尖方法一致。

(2) 软笔

POP软笔字笔画有一些粗细变化幅度很小，适合写小字，而有一些变化幅度相当大，适合写标题字。(图8)使用的工具有圆头的传统毛笔、水彩笔和扁头的水粉笔、板刷、扇形笔、油画笔等。



图9

圆头的软笔，如果笔杆始终保持与纸面垂直且匀速运动，则所写出的字形变化不大，如果笔杆一旦发生倾斜，且倾斜的角度不断变化，速度时快时慢，即侧锋用笔，则可以写出非常夸张的笔画和字形。

扁头的软笔，书写时，握笔方向和书写速度同样可以影响字体的造型。如果像前面斩刀型笔尖握笔姿势，则可以替代斩刀型笔尖所写出来的笔画字形(图9)。

一旦运用到软笔则要充分发挥笔尖的柔韧性特点，配合所蘸颜料的浓淡，打破传统书法的书写惯例，融进作者的理解，适当留有飞白，追寻一种笔飞墨舞的现代书法感觉，往往可以使作品更加富有感染力(图10)。

(3) 其他笔型

由于手绘POP的特点，凡是可以留下印记的东西均可作为POP字体书写工具。请大家看一下用鼠标在PS中也可以写出很炫的POP字体(图11)。

无论哪种笔型变化，书写POP字体时都要注意以下几个问题。



图10



图11

笔画衔接：粗细一致的笔画之间连接处要完全衔接住，不可出现缝隙或交叉口(图12)。

笔画分配：把字里面的某一个空间夸张成较大的空白，产生强烈的松紧对比。笔画之间要见缝插针，尽量形成更加紧凑的空间布局(图13)。

笔画形状：区别传统美术字的中规中矩，可谓变化多端。遇到封闭的或半封闭的空间，要进行夸张或变形(图14)。甚至添加一些图形，师法自然，体现POP字体的趣味性。

字体外形：打破中国汉字的传统方块字外形特点，比如说梯形，圆形、多边形等(图15)。

重心偏移：POP字通常是词组或句子形式出现，单字重心要偏移，依靠的是词组或句子的整体视觉心理的平衡调节。

(4) 词组或句子书写的方法

词组或句子的书写，通常和笔型无关，只是在书写时要求整体在达到一种力量的视觉平衡后在风格统一中有变化就行。

节奏控制：在书写时字体要有大小、位置、方向的变化，单个字就像在跳舞，整个句子就会产生水流的节奏韵律感(图16)。

虚实避让：如果把词组或句子看成实，字与字之间、行与行之间的空白则是虚，而相邻字的笔画之间、相邻的行与行之间要做到虚实避让，见缝插针。

呼应照顾：在书写POP字体时，字里行间的笔画变化元素、空白布局、位置、大小、方向均要有呼应。

知白守黑：在设计字体时，不要眼睛直盯着笔画实体——俗称黑，而是要看字里行间的空白，如何让所留下的白更加烘托我们的笔画，或如何让所留下的白成为感动人心的焦点，这是每个书写POP字体的人首要考虑的问题，也是一个人POP字体设计精彩与否的关键。

书写POP字体实际上就是在意识识别的前提下打破常规的一个过程，如何让POP字体能更加吸引人的眼球或更能表露自己的心声，没有一个走不寻常路的思维是无法实现的。

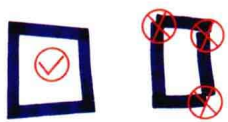


图12

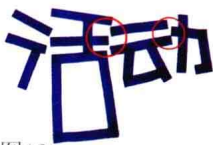


图13



图14



图15



图16

二、POP插画的基本方法

POP的插画表现方法主要有摄影插画、手绘插画(包括写实的、抽象的、漫画卡通式的、图解式的等)和立体插画三大类。摄影插画是最常用的一种插画,因为一般消费者认为照片是真实可靠的,它能客观地表现产品。作为POP广告的摄影插画要尽量选用表达商品的特征、扩大产品的真实感、达到广告创意要求的图片。重点解决是现成的摄影作品与海报融合的问题,可以选用裱贴法、手撕法、PS合成法等。

POP的插画类型很多,主要表现的形像有产品或事物本身,可以采用拟人的表现手法,也可是产品的某部分,运用借代的表現手法。手绘插画多少带有作者主观意识,它具有自由表现的个性,无论是幻想的,夸张的,幽默的,时尚的还是可爱的,都能自由表现。手绘插画中,漫画卡通形式最常见。根据要传达事物的主要特征或主题思想,归纳和提炼出的点、线、面,运用夸张或变形的手法组合在一起,除表现出漫画卡通特有的幽默性外,更要强调POP插画趣味性的特点,使人在轻松之中接受广告信息,在愉悦环境之中感受新概念,并且印象深刻。

(1) 平涂法

平涂法是在运笔上色时色彩均匀,无变化的涂满画面,由简洁规律的形与适当的对比而达到有力的表现。可用来平涂着色的颜料有脱胶的水粉颜料,油性马克笔,水性马克笔等,可以沿着水平方向、垂直方向、倾斜方向、延边方向等平涂(图17)。

(2) 裱贴法

裱贴法在手绘POP的运用上十分普遍而且相当实用,表现出来的视觉效果也非常好,利用报刊中各种不同的图片,分别选择、裁剪手撕合成的表现手法,粘贴在一张海报版面内,利用剪贴、手撕的边缘自然的肌理,往往可以创造出许多富有奇异性、幽默型或超现实的画面来。也可以直接使用彩胶纸、铜版纸、波音软片、不干胶等材料直接贴在纸上(图18)。

(3) 喷刷法

把加水调匀的颜料用笔蘸到金属丝网上,再用牙刷把颜料刷下去以后,色料便如雾状地洒在画纸上。喷画即为此种技巧的机械化,目前已趋于普遍的运用的是多种颜色的自喷漆。若是我们同时制作一些模板,使用刷子或画笔等修剪过的自制工具从事创作时,可以得到不同的效果,比起机械的喷笔,对于手绘POP的制作来的实用、简便,在画面的表现上,亦更富变化而活泼动人。这是一种利用喷泵的空气输送,将颜料透过喷笔来作画的技法。它的特点在于没有一般绘画所造成的笔触,且画面过渡自然,应用价值很高(图19)。

随着科技的发展,手绘板大大方便了POP爱好者,压感笔与PS等设计软件的综合运用为手绘POP提供了极大的方便(图20)。

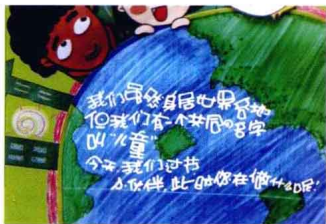


图17



图18



图19



图20

三、手绘POP海报版式设计的基本方法

(1) 设定版式，打小草稿 [图21 (a)]

根据环境和内容需要来确定横版、竖版或是海报的外轮廓形状，然后打小草稿，确定画面各组成部分的位置和大小比例，整个编排可以采用水平、垂直、倾斜、曲线、折线、十字、环形、扇面、三角形、远近法、S形等多种形式表现。

(2) 创作主标题 [图21 (b)]

主标题是POP设计的眼，除了位置要放在画面黄金分割点上外，主标题字数不要太多，抓住人们一瞥的关键三秒。字体一定要醒目、清晰、容易阅读。主标题文案有趣才能令人印象深刻，直白才能一目了然。

(3) 插图 [图21 (c)]

用图说话会更吸引人，解决了单纯用文字表达的POP的单调问题，用插图是调节画面情趣的好办法，一般以可爱或个性的形式会更有吸引力。在用插图时尽量和版式融为一体。

(4) 书写说明文字 [图21 (d)]

说明文字是手绘POP中充分说明内容的文案，书写时要注意：

简明扼要，做到断句合理；

最具魅力的信息应写在前面，并用色彩和字体突出，诱使读者往下阅读；

书写行数尽量在5行之内，每行不要超过15字，行距要紧凑。

(5) 点缀副标题，装饰及块面分割 (图22)

如果主标题无法充分说明内容，或为了使内容更能吸引观众。副标题的补充说明是必要的，所以副标题具有画龙点睛的作用。装饰框是线分割的一种手段、图案底纹是较常用的方法。在分割画面的时候尽量形成黑白灰的层次，而且主次分明，在符合人们的视觉流程的前提下，使人阅读起来一目了然。其中标题字的修饰很重要，请记住：大字多修饰，小字修饰会妨碍阅读。版式与整个版面色彩搭配协调。

构图要注意以下几个问题：均衡不能过度对称；色调、形状不能等份重复；几个物体不要排在一条直线上；画面不要上下、对角线等分；多个对象的外形边缘不要重复在一条直线上；不能紧缩不展；不能散乱无联系等。落笔时要注意四边留有二指左右空间。

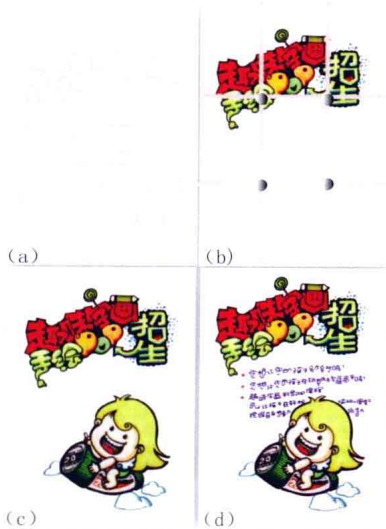


图21



图22

四、POP文案创作基本方法

第一步：在大脑系统中安装资料库。收集与产品有关的资料，再与客户沟通进行广告创意，提取文案力求简洁。

第二步：以发散性思维去审查原料，专注地思考问题，寻求突破点。自觉或下意识地将产品信息与市场状况相关联，寻找那些原材料之间的关系，将每一份资料相互组合，找出创意点，注意体现的观念要明确。

第三步：找到闪光的东西。对文案的正确性、可行性，进行精确的分析，考量其是否符合广告创意的需要。要避免虚假的大话、避免空洞的套话，紧扣创意，最巧妙地将创意融入标题，准确地直指核心。

第四步：资料变作料。大脑中找到了好的创意，必须使它能够成为最终作品。注意使用个性化的语言，能有助于体现产品的特性。被消费群体记住。

下面结合一幅“通缉”主题POP海报的文案创意阐述如下。

案例背景：为手机卖场诺基亚专柜最新推出的一款手机做销售型POP海报，商家要求海报设计要有个性且新颖。首先收集这款手机相关资料：手机名称为诺基亚7610S，功能有双LED闪光灯、320万像素的相机，另外15mm 超薄镜面外壳也是亮点。其次寻找突破点。商场里常见的POP海报如何能一下抓住进店消费者的心，这是难点？！从拨“通”手“机”到“通缉”运用了相关的联想，找到突破口。再次深度挖掘创意。表面上通缉与“卖手机”并没有联系，但仔细挖掘发现“通缉”内容和手机宣传点相对应，在茫茫手机卖场寻找到一款手机和在茫茫人海中寻找通缉犯一样令人激动万分，这就是创意之源。最后提取文案。笔者以拟人的手法、采用“通缉”令的形式吊起了消费者的好奇心，出乎人意料又在情理之中。为了体现这样一个创意，除主标题运用惊悚装饰的“通缉”字眼外，内文也用“罪行、线索、绰号”等紧张敏感字眼来渲染气氛和紧扣主题，这些都成为整幅海报的作料，产品的特性让消费者过目不忘（图23）。

“兵器不分高下，威力全在心法”。POP广告文案应该视消费者在购买不同产品时的理性和感性投入程度而



图23