

手绘POP

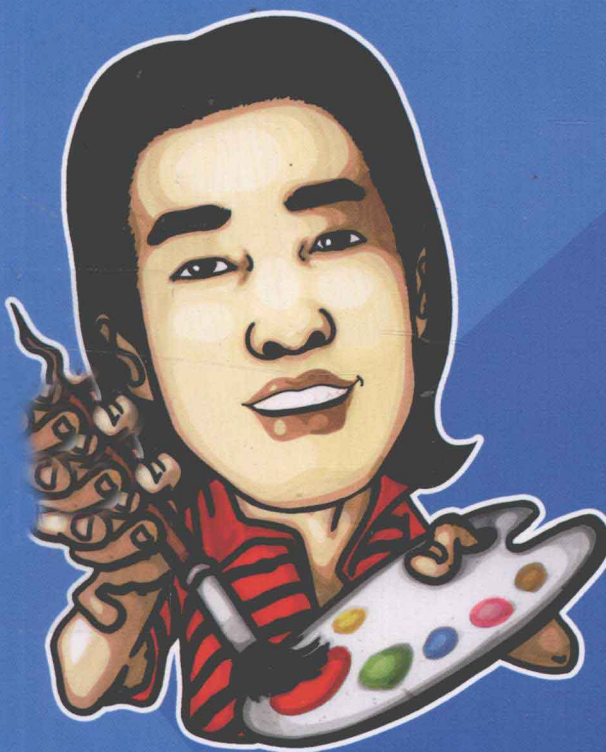
泰山
绘制

从入门到精通

字体设计篇

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

泰山
绘制

从入门到精通

字体设计篇

王猛 编著

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



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

手绘POP从入门到精通. 字体设计篇 / 王猛编著. --
北京: 人民邮电出版社, 2011. 7
ISBN 978-7-115-25388-0

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第101331号

内 容 提 要

本书是“手绘POP从入门到精通”系列中的一本。本书针对手绘POP的字体设计而编写, 重点介绍了正体字、活体字、抻圆字、圆弧字、扩口字、胖胖字和棱角字的特点及设计方法, 近100个各式字体的设计案例。

本书讲解清晰, 案例丰富, 非常适合手绘POP爱好者及相关培训班、社团作为学习教程。

手绘 POP 从入门到精通字体设计篇

- ◆ 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: 219千字 2011年7月第1版
印数: 1-4000册 2011年7月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-25388-0

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。

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》之字体设计篇，从手绘POP字体基础角度出发编写，不但涵盖各种技法技巧，而且提供了大量的实例供参考和临摹练习，是一本系统且完整的校园POP学习教材。

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，让同学们的创意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基础

第一节	什么是POP	6
第二节	POP基本结构	8
第三节	POP工具介绍	10

第二章 POP字体设计

第一节	正体字	16
第二节	活体字	30
第三节	抻圆字	50
第四节	圆弧字	74
第五节	扩口字	88
第六节	胖胖字	101
第七节	棱角字	110

第三章 POP字体创意实例

第一章

POP基础

第一节 什么是POP

第二节 POP基本结构

第三节 POP工具介绍





第一节 什么是POP

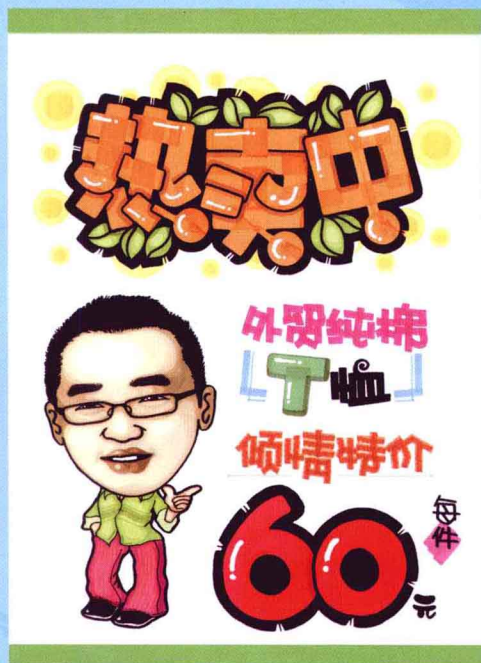
POP的起源与发展

POP是英文“point of purchase”的缩写，可以译为“购买点的广告”，因为它是某种商品进入到流通领域后的最后一种广告形式，所以也称之为“终点广告”。

从20世纪20年代开始，在美国等一些西方国家，零售业的经营模式发生了翻天覆地的变化，老式的经营模式被逐步取代，大型超级市场如雨后天春笋般兴起，并飞速发展，成为零售业的主流业务。在新的销售模式下，为充分传递商品信息，POP广告应运而生，成为超级市场营销的主要手段，并逐步得到普及，同时也开始攻占其他媒体的宣传阵地。POP广告得到了商家和消费者的一致认可，在广告业的地位不断上升。

伴随着改革开放，我国的市场经济驶上了高速路，零售业抛弃了陈旧的销售模式，大力引进国外的超级市场经营方式，各大城市的超级市场、仓储式大卖场纷纷兴起，国外的零售业巨头也纷纷抢滩中国市场。家乐福、沃尔玛、麦德龙等相继在中国大陆市场占有了自己的地盘，并在不断扩充。在这样的形势下，POP广告由日本、中国台湾、中国香港走进中国大陆地区，大显身手。

POP广告因具有速度快、变化快、易制作等特性，也得到了国内商家及消费者的认可和接受。如今POP广告已成为商业竞争中最有效的手段之一。



POP广告的功能

国外众多学者对消费者的购买行为做过各种各样的研究，得出基本一致的结论：“顾客在销售现场的购买中，2/3左右属非事先计划的随机购买，大约1/3为计划性购买。”而有效的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。不论哪种购买形态，有效的POP广告都要经过以下3个功效层次地递进，完成促销功能的实现。

（1）诱客进店

既然在实际购买中有2/3的人是临时做出购买决策的，很显然，零售店的销售与其顾客流量成正比。POP广告促销的第一步就是要引人入店。应利用店面POP极力展示商店的自我特色和经营个性，首先应明确告知商店的经营特征，如麦当劳快餐店门口的“M”标志等；其次，应利用店面POP海报及时告知商店的个性化服务，如24小时营业、打折特价、短缺商品的供给等，在节日来临之际，POP广告更能渲染特定节日的购物气氛，促进关联商品的销售。

（2）驻足观看商品

若使商品产生顾客驻足详看的力量，其POP广告必须紧紧抓住顾客的兴趣点，别出心裁、引人注目POP展示能引起顾客的兴趣。现场操作、试用样品、免费品尝（食品）等店内活广告形式，也能极大地调动顾客的兴趣，诱发购买动机。

（3）最终购买

激发顾客最终购买是POP广告的核心功效，必须抓住顾客的关注点和兴奋点。导致顾客产生购物犹豫心理的原因是他们对所需商品尚存有疑虑，有效的POP广告应针对顾客的关注点进行诉求和解答。价格是顾客的一大关注点，所以价目卡应置于醒目位置；商品说明书、精美商品传单等资料应置于取阅方便的POP展示架上。

·当今最具魅力的行业

手绘POP



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



第二节 POP基本结构

一张完整的手绘POP广告主要由主标题、副标题、正文、插图、装饰图案等部分组成。
下面让我们以实例的方式为大家讲解一下手绘POP的各部分结构。

手绘POP广告基本结构

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的，所以它的地位是最主要的。

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。

副标题部分
副标题往往是对主标题进行解释和说明，所以它的位置大多位于主标题的附近，而且它的字号要小于主标题。

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



手绘POP海报是讲究创新和创意的，所以海报中的每个组成部分都不容忽视，无论是标题字还是插图，我们都要认真对待，这样一来我们创作出来的手绘POP海报作品才有价值，也能更有效地发挥其广告效应，更主要的是能发挥手绘POP的真正魅力。

一幅完整的手绘POP海报包含主标题、副标题、正文、插图、装饰图案等几个部分，但有的时候，如果受到外界因素的影响，比如制作的时间不允许，在海报中，插图部分往往可以省略，但海报中的文字必须要有，而且要书写得活泼、清晰可读，可见POP海报当中，文字部分及设计是非常重要的。



手绘POP字体的设计及装饰，也是本书重点要为大家讲解和介绍的，我们会在今后的章节里为大家进行详细分析，这里暂且不做过多介绍了，只要大家认真学习，认真练习，在动手的同时多动脑思考，绘制一手漂亮的POP字体是非常轻松的。



手绘POP海报中，文字的设计非常重要，富有创意的文字不但可以营造活泼、欢快的气氛，而且可以有替代插图的作用，比如下图海报实例中，就是在文字当中进行创意，把插图融入到了文字当中，这样不但节省了绘制插图的时间和精力，而且让文字部分看起来也更加富有内涵和艺术魅力。

泰山手绘POP淘宝



书籍
工具
海报
Q版
纸张

泰山手绘POP淘宝店主营马克笔、纸张、手绘POP书籍、画筒等专业用品；泰山老师亲自为您服务，手绘POP方面有问题请加泰山老师QQ咨询... 泰山QQ:408789393

泰山淘宝店地址
www.popwm.taobao.com

第三节 POP工具介绍

手绘POP广告之所以有较强的亲和力和生命力，是因为它是由设计师娴熟的技巧加上专业的工具来完成的。我们在正式掌握手绘POP的各种技巧之前，首先要对其制作工具有所了解。

手绘POP的工具种类繁多，每一种工具都有其独特的表现方法及性质，如何选择和运用，我们除了要掌握理论知识外，也要从平时的学习中积累实践经验。

我们先来看一下笔材类。

(1) 马克笔类

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，我们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。

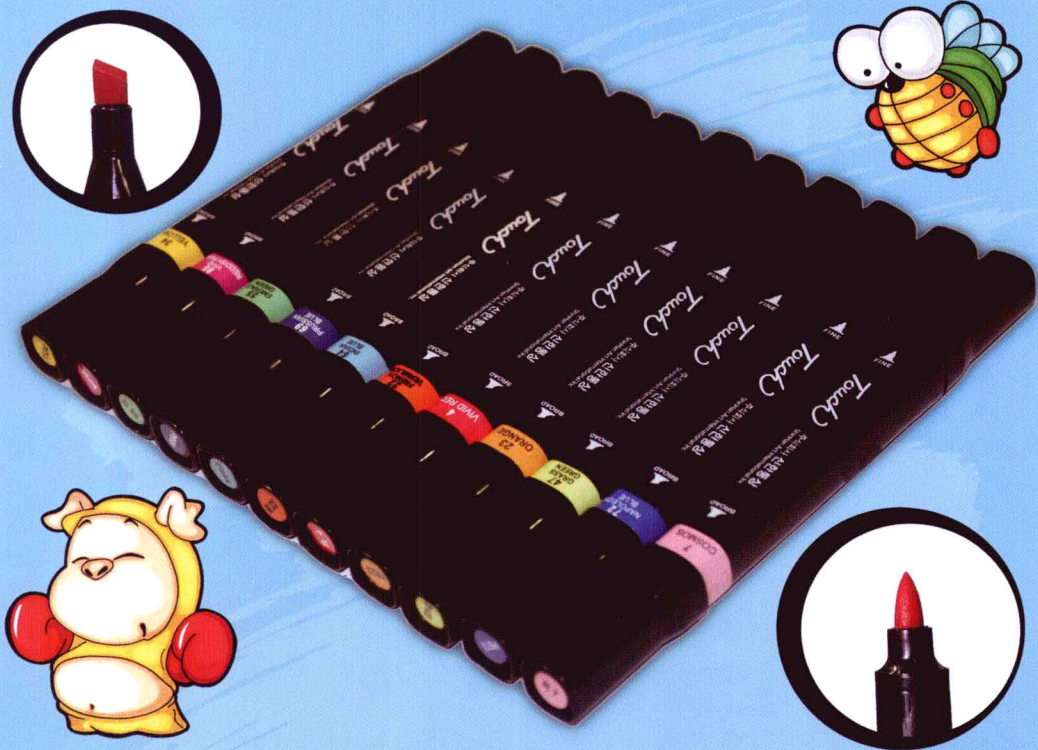
宽头油性马克笔

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，可以用来制造渲染或渐变的效果。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，以免弄脏未干的画面。

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



作为手绘POP的载体，纸张是不可缺少的工具之一，让我们再来了解一下关于纸张的一些知识。

（2）纸张类

我们创作手绘POP海报常接触到的纸张规格有80g、108g、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

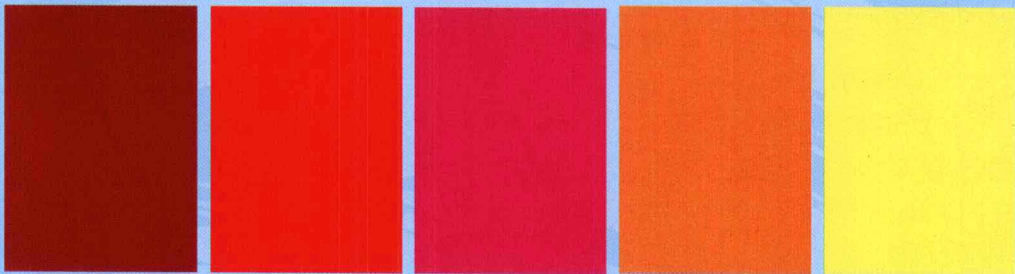
铜版纸是印刷厂主要使用的纸张之一，在当前生活中运用很普遍。大家看到的漂亮的挂历、书店中销售的张贴画、书籍的封面、插图、美术图书、画册等，几乎都是用的铜版纸，各种精美装潢的包装、纸质手提包、标贴、商标等也大量使用到它。我们制作的手绘POP白底海报多为铜版纸。



彩胶纸

彩胶纸也叫做彩色胶版纸，纸张本身带有颜色，比铜版纸较为粗糙，所以吸水性较强，但有颜色的马克笔在彩色胶版纸上直接书写会发生颜色变化，比如我们用绿色的马克笔在黄色的彩胶纸上书写的文字就会变成绿色，而且吸水性也会影响马克笔等笔材的使用寿命。

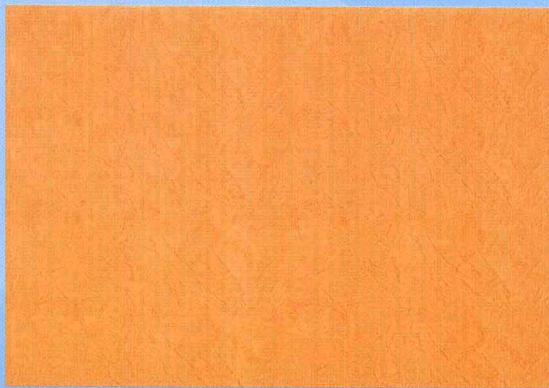
彩胶纸颜色多达上百种，我们可以根据实际需要选择性地购买一些平时较为常用的颜色。



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，所以也使画面更加具有可看性，皮纹纸要比彩胶纸略厚一些，制作出来的手绘POP作品也更加上档次，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。

皮纹纸颜色也比较多，一些深沉的颜色是我们平时较为常用的，平时可以配备一些。



(3) 装画工具

当我们绘制好作品后，有的时候需要运输或送递，这样就离不开画箱或画筒等装画工具。

画箱

画箱主要用来装笔材等工具，一般分为两层，材质主要有塑料和布质两种。



画筒

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。



(4) 附加工具

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



第二章

POP字体设计

第一节 正体字

第二节 活体字

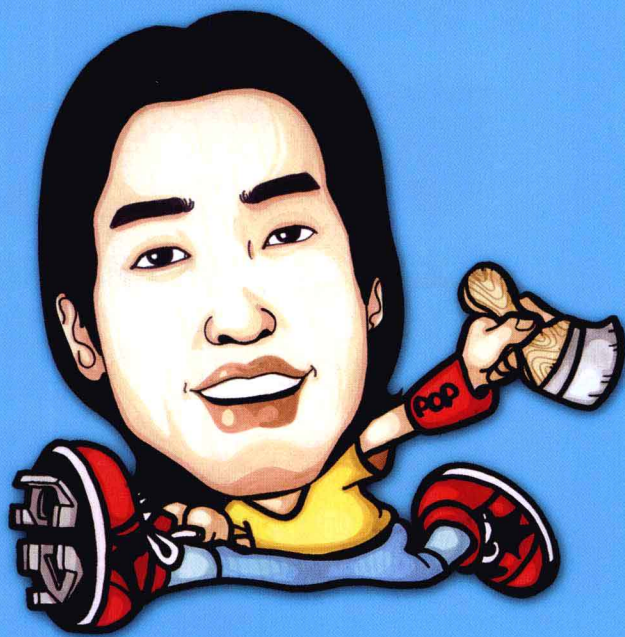
第三节 抻圆字

第四节 圆弧字

第五节 扩口字

第六节 胖胖字

第七节 棱角字





第一节 正体字

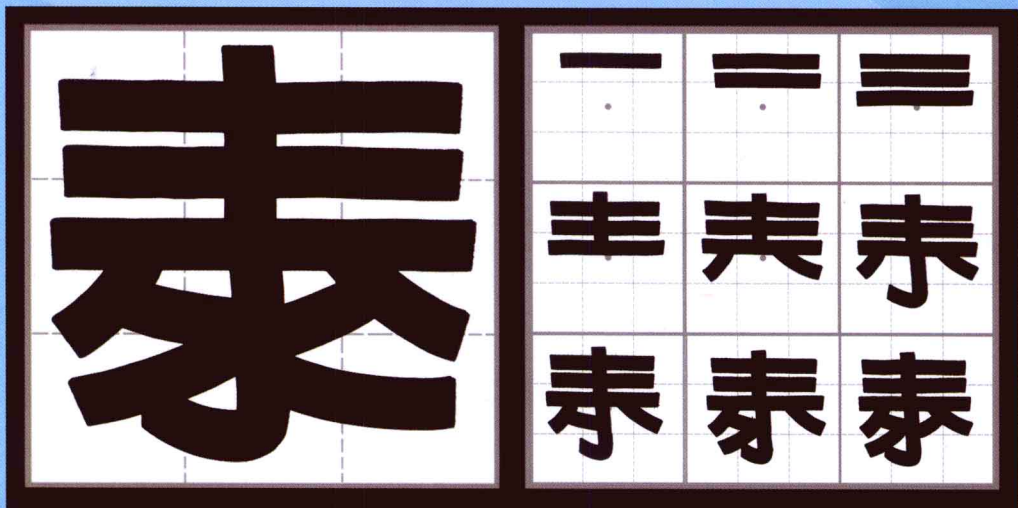
1. 什么叫做正体字

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的，进而延伸学习其他字体。

2. 正体字的特点

正体字的特点非常突出：方正、粗犷、朴素、简洁、无装饰、横竖笔形的粗细视觉相等、笔形方头方尾，因此非常醒目，所以其运用也非常广泛。



正体字结构严谨，呈方块体，而且横平竖直，比例均匀，每个笔画不可以随意进行变化。

泰山美工培训
努力刻苦用功
创新创意创作