

# 超速营销 · 手绘 pop

图形  
字体

超速营销 · 手绘 pop

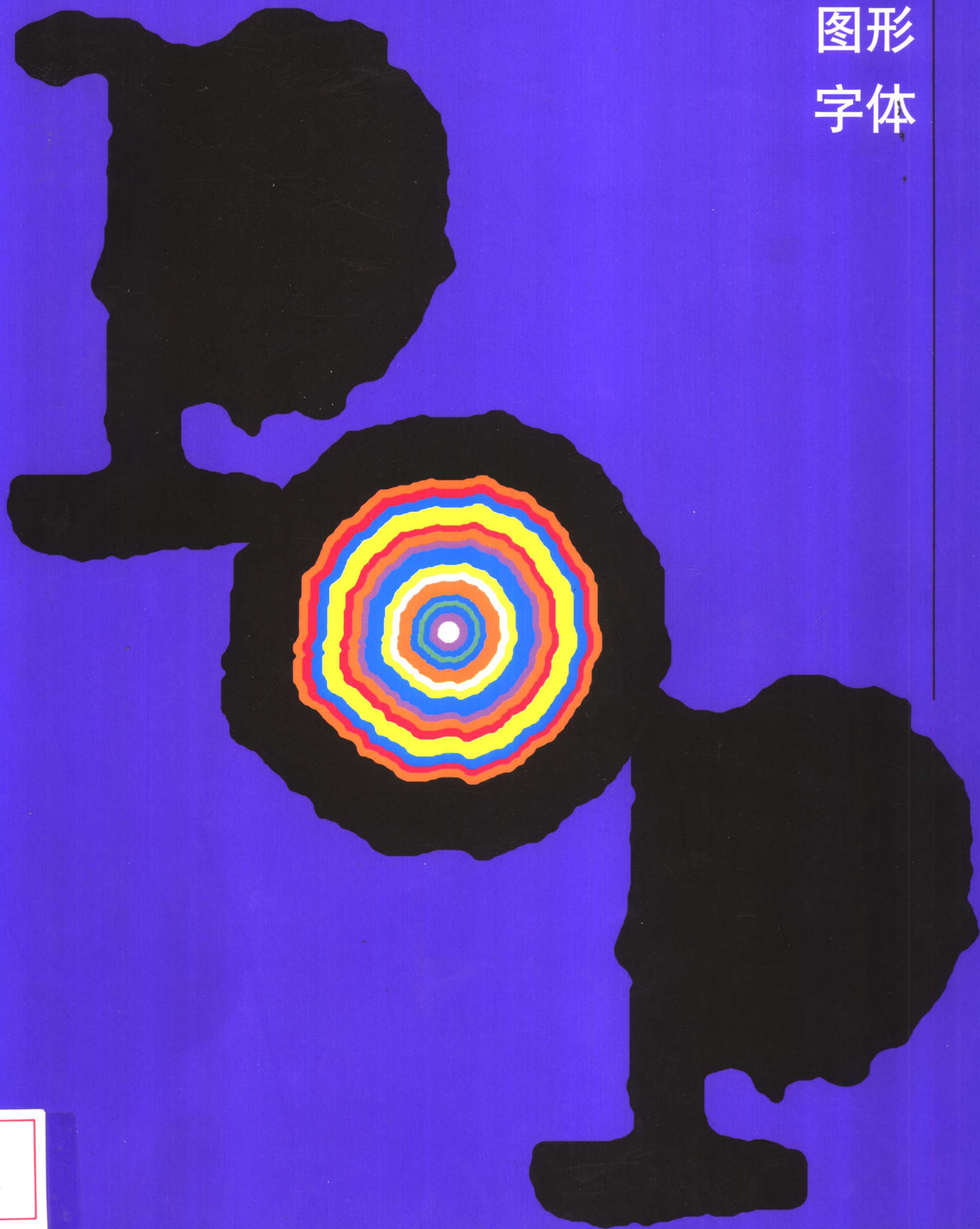
编著

陆红阳

叶颜妮

广西美

3



## 图书在版编目 (CIP) 数据

图形、字体/喻湘龙主编. —南宁:广西美术出版社,  
2003.12

(超速营销·手绘POP)

ISBN 7-80674-439-8

I. 图... II. 喻... III. ①广告—图案—设计②广  
告—美术字—设计 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第126970号

## 本册作品提供:

梁 鹏 韦 智 陆芳菲 周 柯 蔡世机 徐 妍 邓燕萍 张布雷  
陆 霞 陈 诚 潘玉珉 唐 恬 文 鹏 范根春 黄晓明 黄丹萍  
陈 歆 林 洁 卢宁宁 邹奇诚 周福纯 黄文锋 钟国伟 李 华  
谭仁生 潘 丞 韦文颖 罗和平 许菱莉 陈思诚 滕 起 肖海波  
黄 瑾 刘川丽 杨夏溪 马尔娜 赵珊珊 韦禄橙 樊海鹰 杨 扬  
刘 佳 何佩霖 邱永德 闫 玮 胡 瑾 袁飞霞 陈晓萌 张海燕  
岑昆阳 刘 佳 张 贵 黄 娟 汤荣春 李 田 赵先楚 覃旻敏  
罗 西 张 帆 朱崇萱 叶三维 徐 妍 张 姮 龚纪英 岑泓蓉  
韦显鑫 李世凯 唐香花 彭宗钰 赵先慧 朱冬梅 许长江 陈 旭  
陆红阳

## 超速营销·手绘POP 图形·字体

顾 问 / 柒万里 黄文宪 汤晓山  
主 编 / 陆红阳 喻湘龙  
编 委 / 喻湘龙 陆红阳 梁新建 黄仁明 利 江 周锦秋 张兴动  
叶颜妮 李 娟 陈建勋 游 力 熊燕飞 周 洁 叶 翔  
罗 慧 黄光良 潘 华 叶 鹏

本册编著 / 陆红阳 叶颜妮

图书策划 / 姚震西

责任编辑 / 白 桦 何庆军

装帧设计 / 阿 西

责任校对 / 尚永红 刘燕萍 陈小英

审 读 / 林志茂

出 版 / 广西美术出版社

地 址 / 南宁市望园路9号

邮 编 / 530022

发 行 / 全国新华书店

印刷制版 / 深圳雅昌彩色印刷有限公司

版 次 / 2004年1月第1版

印 次 / 2004年1月第1次印刷

开 本 / 889 × 1194 1/16

印 张 / 8.5

书 号 / ISBN 7-80674-439-8/J·338

定 价 / 40元



# 超速营销 · 手绘 pop



图形 · 字体



POP

人物图形 ⑦

动物图形 ③①

器物类图形 ⑤⑤

中文字体 ⑦⑦

英文字体 ①⑤

数字字体 ①⑤

# 序

POP广告中的图形是直接而具体的视觉形象，在POP广告中起到重要的辅助作用。作为现代营销手段的POP广告图形并不是必需的，特别是在现在许多超市的小型POP，它们往往就是悬挂在货架前，或夹插在商品前面，运用简洁有趣的字体，直接引导消费者的消费心理和行为。虽然这样，图形作为POP广告中的最为直接而具体的视觉传达手段，其作用和效果仍是不可低估和替代的。POP广告中的图形，是POP广告创意的具体化和形象化，是消费者认识和理解商品最直接有效的途径。

POP广告中的图形运用，能起到吸引消费者对广告注意（Attention），使消费者对广告内容和形式产生兴趣（Interest），引起和提高消费者的需求欲望（Desire），加深消费者对商品的印象（Memory），进而形成记忆，诱导消费者将需求欲望转化为购买行为（Action），即“AIDMA”五个作用。

POP广告中的图形作用，要结合POP广告的特点，围绕销售意向和商品特点，充分有效地体现图形在POP广告中的作用。一般来说，POP广告中的图形运用，有以下几个方面的特点：

1. 图形要适合于迅速绘制。POP是一种即时促销方法，要求方便、快捷地起到促销作用，因而图形要适合于迅速绘制，不能在绘制上消耗太多的时间，否则就失去POP方便、快捷的意义了。

2. 形象的具体和真实。POP广告中的图形和图像，一般来说是较为具体的，如果要在POP中出现商品的形象，形象的表现可适当夸张和变形，但基本要真实于现实商品，不能和现实商品相差太远，否则会对消费者产生欺骗行为。



3. 个性鲜明。个性鲜明是图形设计的原则和要求。POP所推荐的产品有什么特点和优点,给消费者带来哪方面的实惠,与其他同类产品相比有什么不同的优点,应是图形设计表现的关键和重点。只有设计独特的图形才能吸引消费者的目光,并引起兴趣。雷同、乏味、一般化的图形,则起不到唤起消费者注意的作用,其营销作用就不能有效地发掘出来。

4. 整体性强,耐人寻味。图形设计的弱、薄、散都会影响POP的整体效果。POP虽属小型的广告,但一旦消费者的目光停留在其上则要求有经得起看的东西,使消费者乐于接受,从而对商品产生良好的印象。

5. 简洁明确,以少胜多。POP广告的图形不宜过多,过于复杂。过多、过于复杂的图形必然削弱营销主题和消费的注意。图形只要寓意适当、生动活泼、创意妥当,也能起到以少胜多,给消费者留下较深刻印象的作用。相反,那种企图面面俱到、四处出击的作法,只会起到事倍功半的效果。

POP图形的创意,可以有不同的思路,常见的有写实、夸张、寓意、变异等各种手法。不论采用哪一种构思,都要求新颖活泼、生动有趣。设计者可以多多尝试,不必局限于某种模式。

POP图形的表现手法,则有摄影、绘画、剪贴、喷绘,以及应用电脑进行表现等。现代技术的发展,提供了丰富的材料,使POP的表现形式和表现手法更加丰富,介绍这方面技法的资料很多,在此不再重述。下面,我们收集了一些较为生动活泼、创意新颖的手绘图形,以供读者参考。





# 人物图形

