

手绘POP设计

HANDPAINTING ON POP DESIGN

全国数字艺术设计专业精品课程教材编写委员会 / 审定

王 猛 李 静 / 编著



- 实例辅助基础知识学习
- 分类讲解
- 大量模板范本



海军出版社

手绘POP设计

HANDPAINTING ON POP DESIGN

全国数字艺术设计专业精品课程教材编写委员会 / 审定
王 猛 李 静 / 编著

常州大学图书馆
藏书章



海洋出版社

2013年·北京

内 容 简 介

本书从手绘 POP 基础知识方面的介绍入手,通过介绍手绘 POP 字体装饰技法、手绘 POP 插图,帮助读者了解手绘 POP 海报设计的各方面知识、技巧。在后面两章,还为读者提供了手绘 POP 个性字体临摹和手绘 POP 海报临摹以帮助读者巩固所学到的绘制技巧。

书中采用的案例种类丰富,内容全面、实用,具有典型特征和时代气息,难度由浅入深。内容形式图文并茂,讲解生动具体,努力激发读者的学习兴趣和自己动手操作的愿望。书中提供的多种风格化字体和数十种题材海报范本以帮助读者开阔视野,并在熟练掌握已有技巧的基础上能够有所创新。

适用读者: 超市、商场等卖场的美工人员、POP 相关从业人员。

图书在版编目(CIP)数据

手绘 POP 设计/王猛,李静编著. —北京:海洋出版社,2013.1

ISBN 978-7-5027-8490-4

I. ①手… II. ①王…②李… III. ①广告—宣传画—设计 IV. ①J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 012044 号

整体策划:张鹤凌

责任编辑:张鹤凌

责任校对:肖新民

责任印制:赵麟苏

排 版:申 彪

出版发行:海洋出版社

地 址:北京市海淀区大慧寺路 8 号(716 房间)开
100081

经 销:新华书店

网 址:www.oceanpress.com.cn

微 博:weibo.com/1984791515

发 行 部:(010) 62174379 (传真)(010) 62132549

(010) 68038093 (邮购)(010) 62100077

技术支持:(010) 62100057

承 印:北京旺都印务有限公司印刷

版 次:2013 年 1 月第 1 版

2013 年 1 月第 1 次印刷

本:787mm×1092mm 1/16

印 张:6.75 (全彩印刷)

字 数:170 千字

印 数:1~4000 册

定 价:39.00 元(含 1DVD)

本书如有印、装质量问题可与发行部调换

前言

随着国内零售业和商业设计的不断发展,POP(Point of Purchase,即卖点广告)这种广告宣传形式越来越多地出现在人们的生活中。这种广告制作简便快捷、成本低廉,能够直接体现所宣传商品的特点,因此很快就在零售卖场普及开来。

其实,手绘POP的制作并没有看起来那么简单。制作者应该掌握基本的比例、线条和色彩等绘画技巧和知识,然后再通过适当的夸张、变形才能够绘制出有美感且体现创意、能够表达广告宣传目的POP。

现在市场上关于手绘POP的图书种类繁多,令人目不暇接。然而从基本入手帮助读者从基本美术知识开始,循序渐进掌握手绘POP绘制技巧的图书却不多,大多数都是机械地让读者临摹线条稿、简单地为线条稿填涂颜色。笔者在进行POP绘制培训时,在与之前对POP类图书有一定了解的学生的接触过程中,对此也深有感受。

《手绘POP广告设计》出版已经有4年多的时间,期间也收到了很多读者反馈的信息,通过培训过程中与学生们的沟通,结合教学中学生提出的问题,对前作进行了较大幅度的修改,推出了这本《手绘POP设计》。

本书从手绘POP基础知识方面的介绍入手,通过介绍手绘POP字体装饰技法、手绘POP插图,帮助读者了解手绘POP海报设计的各方面知识、技巧。在后面两章,还为读者提供了手绘POP个性字体临摹和手绘POP海报临摹以帮助读者巩固所学到的绘制技巧。

书中采用的案例种类丰富、内容全面、使用,具有典型特征和时代气息,难度由浅入深。内容形式图文并茂,讲解生动具体,努力地激发读者的学习兴趣和自己动手操作的欲望。书中提供的多种风格化字体和数十种题材海报范本以帮助读者开阔视野,并在熟练掌握已有技巧的基础上能够有所创新。

本书内容设计独具匠心,教学目标明确,课时安排合理。将实际案例作为范本进行步骤分解,在分解的过程中,将核心知识点、重要技能串联起来以增强读者的实际操作能力。每章后均有知识小结、基本技能自测,方便读者检验自己的学习效果。

本书创作过程中,得到了张歌燕、于涛、吴君、王丹、房琦、陈明等朋友的大力帮助,在此表示衷心的感谢!



目 录

第1章 手绘POP基础

1.1 POP简介.....	1
1.1.1 什么是POP	1
1.1.2 手绘POP的作用	2
1.1.3 手绘POP的种类	3
1.1.4 绘制POP的工具	14
1.2 马克笔字体基础技法	15
1.2.1 笔画基础	15
1.2.2 掌握字体笔画	17
1.3 本章小结	24
1.4 基本技能自测题	25

第2章 手绘POP字体装饰技法

2.1 字体轮廓装饰	26
2.1.1 实线轮廓	26
2.1.2 断线轮廓	27
2.1.3 双实线轮廓	27
2.2 字体花边装饰	27
2.3 字体背景装饰	28
2.4 内部装饰	28
2.4.1 中线装饰	28
2.4.2 字体分割装饰	29
2.4.3 高光装饰	30
2.4.4 布纹装饰	30
2.4.5 木纹装饰	31
2.4.6 字体内部封闭空间装饰	31
2.4.7 字体内部图案装饰	32
2.5 立体装饰	32
2.5.1 字体叠压装饰	32
2.5.2 字体立体笔画装饰	33
2.5.3 字体内部阴影立体装饰	33

2.6 字体变形装饰	33
2.6.1 字体基本笔画变形	33
2.6.2 字体笔画象形装饰	33
2.6.3 字体增肥装饰	34
2.6.4 字体特殊效果装饰	35
2.7 手绘数字及装饰	36
2.7.1 数字的基本写法	36
2.7.2 数字的装饰	37

第3章 手绘POP插图

3.1 插图基础	38
3.1.1 插图的概念和基本作用	38
3.1.2 插图的种类和来源	38
3.2 时尚插画基本画法	40
3.2.1 写实时尚插画类插图概述	40
3.2.2 写实时尚插画类插图范例实作 步骤	40
3.2.3 写实时尚插图范例着色步骤	41
3.2.4 写实时尚插画类插图技巧小结	42
3.3 卡通类Q版人物插图着色步骤	43
3.4 插图着色范例赏析	45
3.4.1 男性	45
3.4.2 女性	47
3.4.3 动物	49
3.4.4 其他物品	54
3.5 本章小结	55
3.6 基本技能自测题	55

第4章 手绘POP海报设计

4.1 POP色彩概述	57
4.1.1 色彩	57

4.1.2 色彩的感觉	60
4.2 POP海报设计	61
4.2.1 POP海报的结构	61
4.2.2 装饰图案在POP海报中的运用	62
4.3 白底海报制作技巧	65
4.3.1 白底海报概述	65
4.3.2 白底海报制作过程	65
4.3.3 白底海报实例制作步骤	66
4.4 彩底海报制作技巧	69
4.4.1 彩底海报概述	69
4.4.2 彩底海报制作过程	69
4.4.3 彩色海报实例制作步骤	69

第5章 手绘POP个性字体临摹

5.1 机构类POP	72
5.2 广告、通知类POP	74

5.3 节庆类POP	76
------------------	----

第6章 手绘POP海报临摹

6.1 出版物海报	77
6.2 电影海报	79
6.3 服装展示	81
6.4 化妆品	83
6.5 节日喜庆	85
6.6 美容美发	87
6.7 美食天地	89
6.8 商业展示	91
6.9 生活娱乐	93
6.10 体育竞技	95
6.11 通知公告	97
6.12 招生招聘	99

第1章

手绘POP基础

- 本章内容** ■ 介绍POP概念、分类及绘制工具，马克笔基本字体的写法
- 本章重点** ■ 写好POP字体的关键是笔画的衔接，所以在掌握好基本的马克笔写法后侧重联系笔画的衔接
- 本章目标** ■ 通过对本章的学习，要求了解POP的概念、功能和种类，对用马克笔书写的一些POP个性字体也能基本掌握，还希望大家平时多多练习

1.1 POP简介

1.1.1 什么是POP

在正式学习手绘POP之前，先来了解一下什么是POP。

POP是英文“POINT OF PURCHASE”的缩写，意为“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的最后一种广告形式，所以POP又被称为“终点广告”。

早期的POP形式比较单一，在我国古代就已经出现过，比如，茶楼门前挂的幌子，酒家墙上挂的菜牌等，都属于POP的范畴。因为POP最主要的作用是吸引人们的注意从而宣传产品，所以到了后来，美国等地的一些超市把POP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，图1-1就是放置在商场中的POP。在日本，已经把POP作为一项专门考核新员



图1-1

工的标准。中国台湾地区POP的发展尤为兴旺，那里的商业文化氛围浓厚，思维比较活跃，创作出来的POP作品风格也比较新颖、独特。目前，国内POP的制作水平较低，所以要多多借鉴和学习他人的经验，但又不能完全照搬他人的东西，只有取其精华、去其糟粕才能达到学习的最根本目的。图1-2~图1-3是几款POP成品效果范例。



图1-2



图1-3

1.1.2 手绘POP的作用

1. 成本低廉

手绘POP是所有POP形式当中制作成本最低的一种，每张手绘POP的制作成本不过数十元，它主要靠的是制作者娴熟的技巧和独特的创意来占领市场。

2. 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更进一步的了解，这就提升了商品的售出几率。

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，因此手绘POP作品总是能把最新的信息传递给消费者。

4. 提升企业形象，活跃购物氛围

新颖活泼的字体、鲜明的颜色搭配及诙谐别致的插图，都让人在了解商品信息的同时欣赏到精美的艺术品，使消费者对商家的信任度大大增加。

5. 无声的推销员

手绘POP作为商品进入到流通领域后的最后一种广告形式,不但能恰到好处地把商品的优点和基本性能、价格等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,也不会妨碍顾客的活动。

1.1.3 手绘POP的种类

POP作为一种广告,其表现形式上也是多种多样的,下面进行简要介绍。

1. 按表现形态分类

按表现形态可分为以下4类。

(1) 悬挂式(如吊牌),如图1-4所示。



图1-4 悬挂式POP

(2) 立体式(如商品模型),如图1-5所示。



图1-5 立体式POP

(3) 卡片式(如桌牌), 如图1-6所示。

(4) 张贴式(如海报), 如图1-7所示。

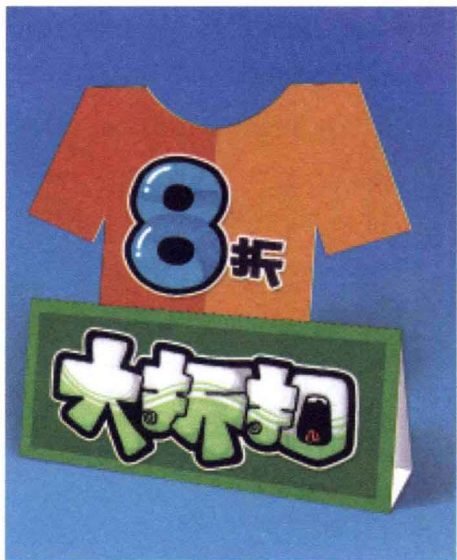


图1-6 卡片式POP



图1-7 张贴式POP

2. 按题材分类

按题材可分为以下8类。

(1) 节日庆典类(图1-8)。



图1-8 节日庆典类POP

(2) 公益广告类(图1-9)。



图1-9 公益广告类POP

(3) 出版物类(图1-10)。



图1-10 出版物类POP

(4) 招生招聘类 (图1-11)。

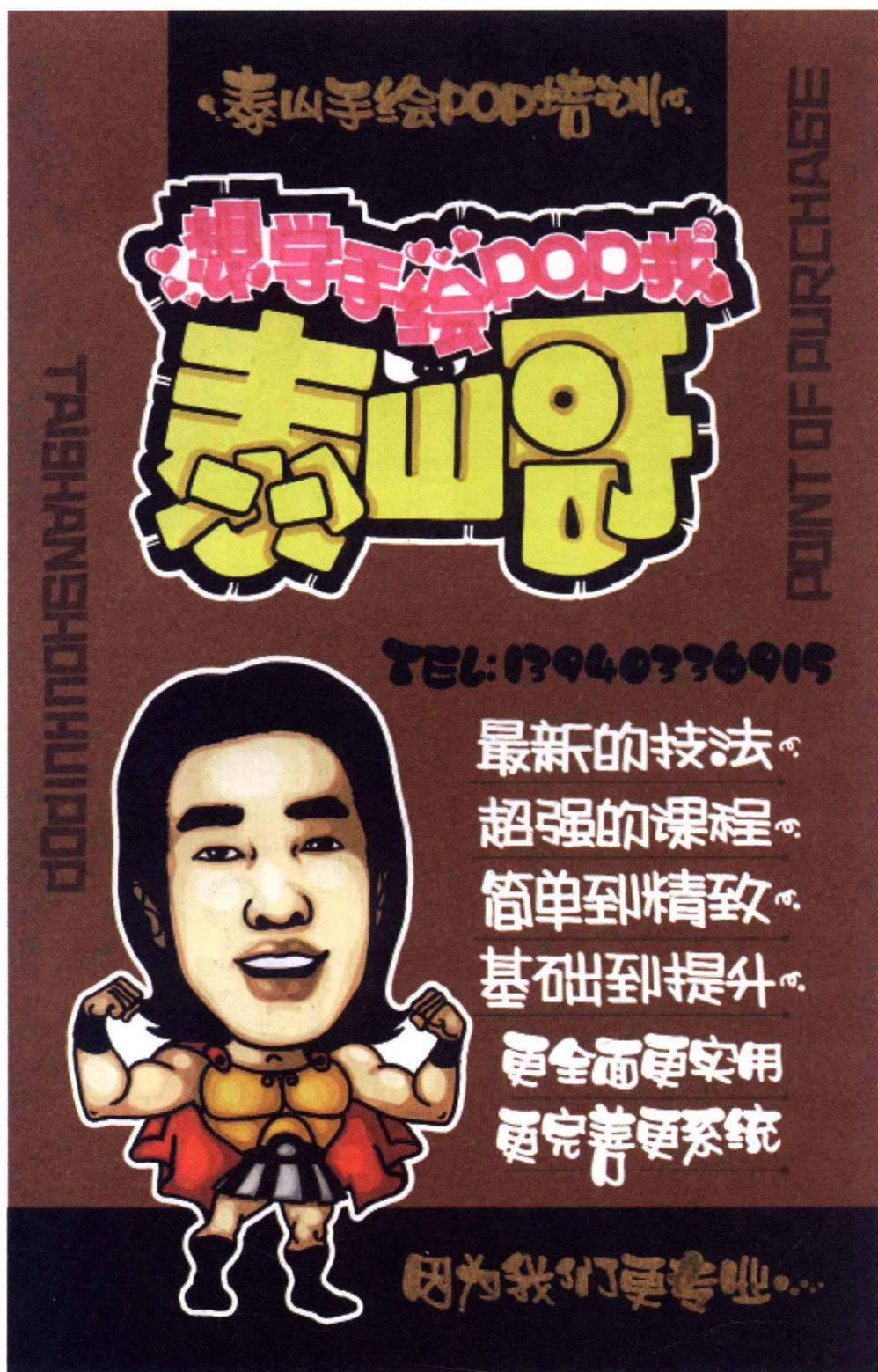


图1-11 招生招聘类POP

(5) 餐饮美食类 (图1-12)。

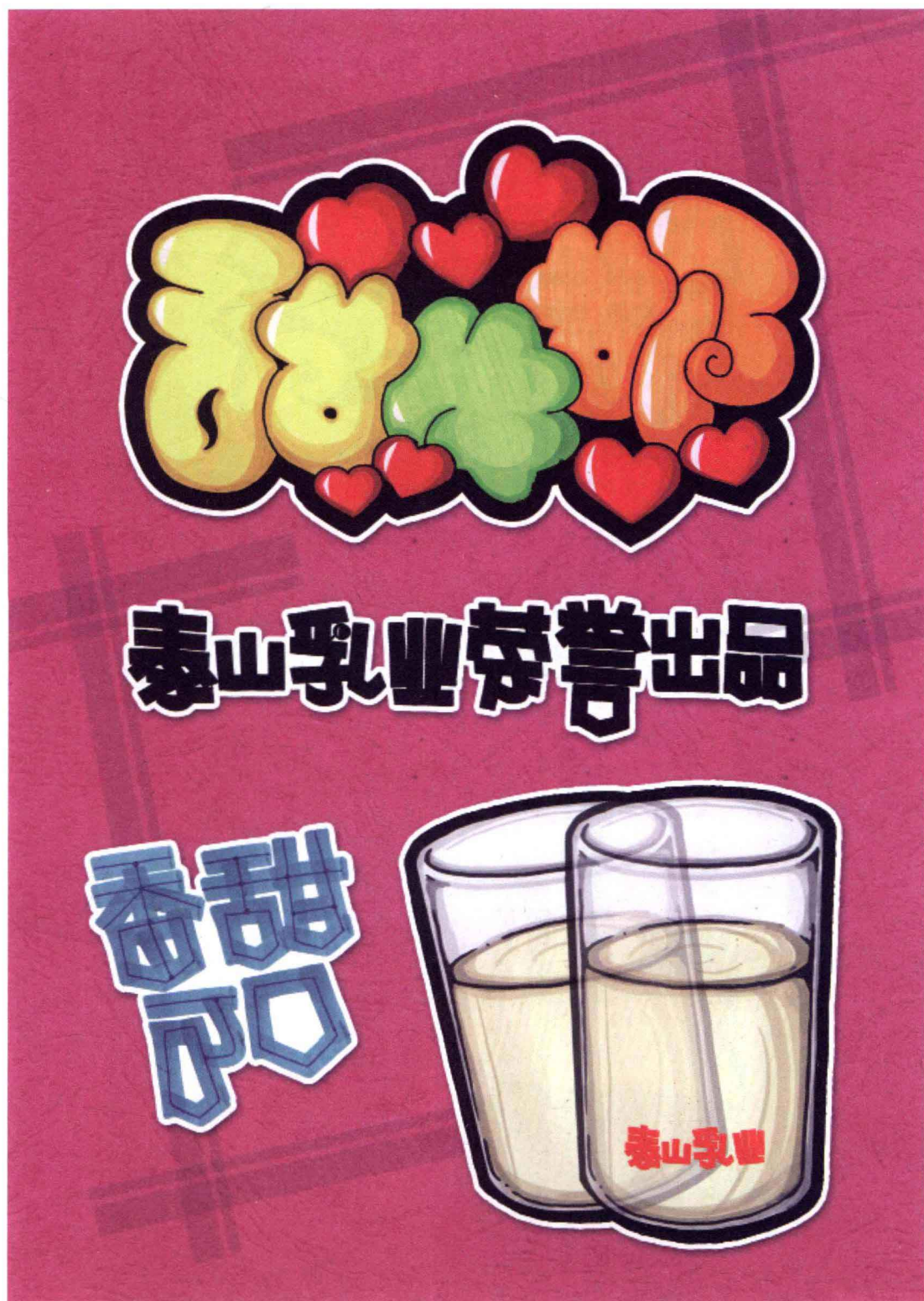


图1-12 餐饮美食类POP

(6) 美容美发类 (图1-13)。



图1-13 美容美发类POP

(7) 商场超市类 (图1-14)。

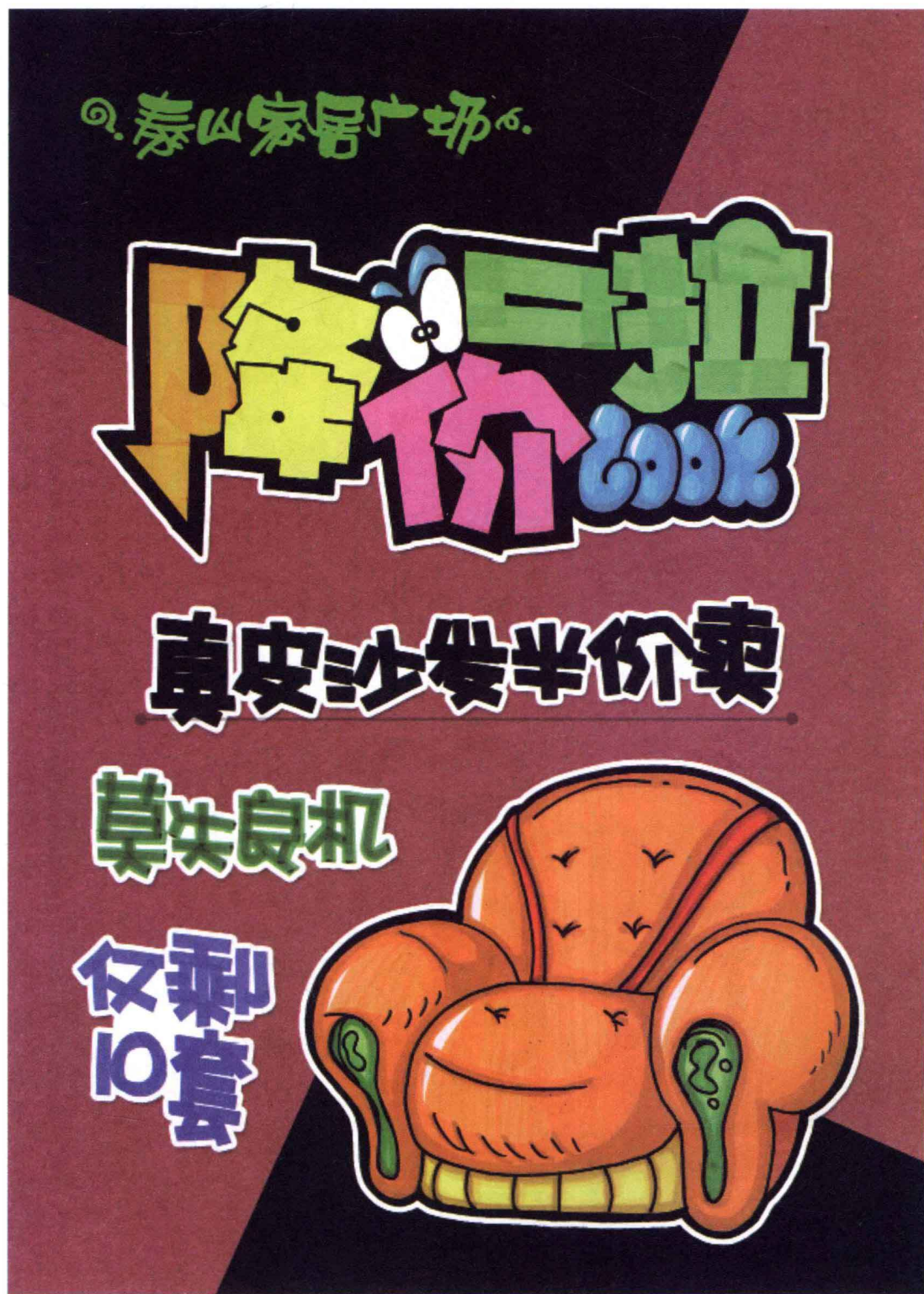


图1-14 商场超市类POP

(8) 体育竞技休闲类 (图1-15)。



图1-15 体育竞技休闲类POP

3. 按制作材料分类

按制作材料可分为以下4类。

(1) 喷绘类POP (图1-16)。

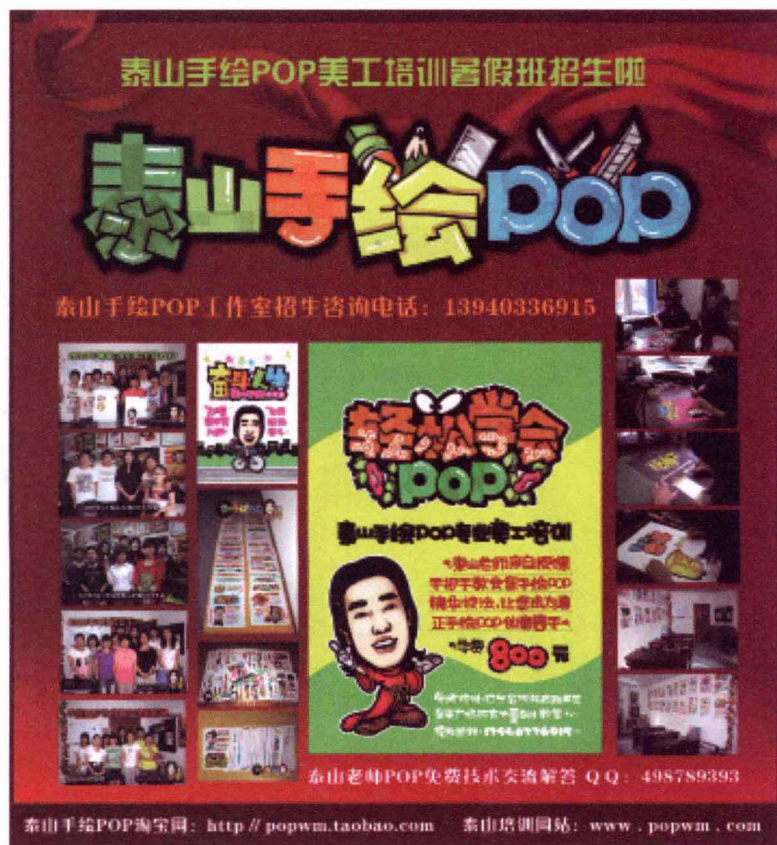


图1-16 喷绘类POP

(2) KT板类POP (图1-17)。



图1-17 KT板类POP