

THE
COMPLETE WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

手绘POP实用系列

ART DESIGN
中国美术·设计分类全集

[设计基础卷]

辽宁美术出版社

LIAONING FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

中国美术·设计分类全集

手绘POP实用系列

THE COMPLETE
WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

[设计基础卷]

■ 辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

手绘POP实用系列 / 王猛编著. — 沈阳 : 辽宁美术出版社, 2013. 3

(中国美术·设计分类全集)

ISBN 978-7-5314-5312-3

I. ①手… II. ①王… 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045610号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳新华印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 27

字 数: 600千字

出版时间: 2013年3月第1版

印刷时间: 2013年3月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 李 彤 申虹霓 郭 丹 方 伟

技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊

责任校对: 张亚迪 徐丽娟 黄 鲲

ISBN 978-7-5314-5312-3

定 价: 146.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

序言

POP广告是POINT OF PURCHASE的英文缩写，中文译为“购买点”，意为凡在消费者购买商品的销售点所展示的广告统称POP广告。换句话说，在商店内外，为争取消费者的视线，诱导他们进入店内，进而激发其购买欲望而策划、设计的一切小型宣传品都属POP广告。POP广告起源于美国的超级市场、折扣店等自助式商店的店头广告，目前在欧美和日本很流行，20世纪80年代在我国开始普及。其实类似POP的表现在中国并不是新鲜事，比如过年时贴在门窗上的“福”字，逢有喜庆时张灯结彩等，又如酒店门外悬挂的酒旗，武馆门外斜立的刀枪，理发店门外的旋转灯等，都是人们所熟悉的，今天则可称为POP广告。

手绘POP广告是一种低成本改善销售的广告方法，它代替销售员向顾客传达情报，表现商品和服务的优越性，作为一种活跃销售的低成本促销工具，可以轻松容易地重新设计和修改。

手绘POP广告和其他广告形式的目的都是为了促销，但它的表现方式又是十分独特的。它的特殊性在于其特殊的造型和所使用的图形语言大都轻松活波、幽默夸张，色彩也相应的强烈。即使是广告就必然具备一般广告的所有特点，从造型的角度看，同样包括广告造型的文字、图形和色彩三大平面广告构成的要素，并遵循着平面设计领域的形式美法则。手绘POP的主题文字应具有醒目简洁、通俗易懂的特点。手绘POP的图形语言一般分具象图形、抽象图形、混合图形三类。手绘POP广告的色彩应用主要体现人对色彩的心理反映，广告主需要选择合适的色彩方案来反映商品的特点，尽量使色彩显得饱和、鲜艳，避免不明确、含蓄、不易分清的现象，在整体上要有强烈的视觉冲击力。

此套图书包括装饰字体基础、装饰字体创意和标题字1000例等三篇章。其中基础篇是从基础的字体开始讲解，把汉字根据偏旁部首和组合结构进行分类，从黑体字入手，由浅入深，由简单到复杂，总结运笔规律，探讨手绘字体的基本形式美法则。创意篇是从正体字到变形字，从个性字到创意字的进阶教材，紧紧衔接基础篇的内容，在基本字型的基础上强调个体的艺术化处理，对主题性的文字运用变形、渲染、装饰辅助图案等综合美化手段，是更高层次的训练指导教材。标题字1000例部分列举了应用于各行各业的经典案例，较为全面地展现了手绘POP广告中标题字或文案中所涉及的一切字体技巧和书写方法，是工具书性质的速查字典，使读者不但能直观地学习到各种装饰手法的实践应用，更能为今后的工作和创作中积累素材，触发灵感，实用性比较强。

总之，本套图书是现今手绘POP同类书籍中字体较多、装饰方法较全、使用和实用性较高的工具性书籍。

Preface

POP is the abbreviation of POINT OF PURCHASE, meaning the advertisements displayed at point of sales for customers. In other words, POP advertisements are all the small promotional items that are planned and designed to attract the would-be purchasers into the shops with a strong desire to buy goods. POP advertisement, originated from on-site advertisements in such American self-service stores as supermarkets and discount stores, is now very popular in Europe, America and Japan. It has been widely accepted in China since 1980s. Items similar to POP are not actually new in China. We are familiar with many items which are now called POP advertisements, such as, the “Fu” character we stick to the door on the Chinese New Year, the decoration with lanterns and festoons for celebration, the banner of wine shops, the weapons leaning outside martial clubs, and the revolving light of barber shops.

Hand-painted POP advertising is a promotional method which can offer information and present the advantages of goods and service to customers at low cost. This method can activate sales and can be revised easily.

Hand-painted POP advertising, like other forms, is designed to promote sales, but is unique in its presentation of goods. It is specially shaped with light and humorous words and bright colours. As a form of advertising, it possesses all the features of advertisement. From the aspect of form, it has the three components of print advertisement: words, graphics and colours, and follows the formal beauty rules in the design of print advertising. Words of hand-painted POP advertisement should be concise and simple, and its graphics should be concrete, abstract, or mixed. The colour used in hand-painted POP advertisement is people's psychological reflection of

colour. As proper colour scheme should be designed to display the characteristics of goods, saturated and bright colours should be used to avoid implicitness and indistinctness and to produce visual impingement.

This series includes three chapters, Basics of Decorative Fonts, Creative Works of Decorative Fonts, 1000 Examples of Headwords, etc. The Elementary starts with the basic forms of characters, classifying the Chinese characters according to their radicals and structures. It begins with the bold type, and continues, from the simple to the complicated, to summarize the method of manipulating pen, and explores the formal beauty rules for hand printed character forms. The Originality is an advanced coursebook ranging from upright style to deformation, from special characters to original ones, which is in succession to the Elementary. It emphasizes the artistic handle of the basic type of characters; the comprehensive beautification of thematic words, such as deformation, exaggeration and decoration with subsidiary patterns. It is a high-level coursebook for training and guiding. 1000 Examples of Headwords shows some parts of classic examples from all professions and trades, displaying in an all-round way the techniques and writing methods of the types of characters in head-letters and texts in hand-printed POP advertising. It is a practical and functional reference book which shows readers the application of various decoration methods, and offers them material and brainstorming in their future work.

In one word, compared with other books on the same subject, more types of characters and decoration methods are introduced in this series, which makes them more functional and practical reference books.

总目录/CONTENTS

The Complete- Works

Chinese of
Design art Classifi-
cation
Art
Design
of Works

第一篇

装饰字体基础 / 王 猛 编著

第二篇

装饰字体创意 / 王 猛 编著

第三篇

标题字1000例 / 王 猛 编著

第一篇/装饰字体基础

The Complete-works

Chinese of
Design art Classifi-
cation cation
Art
Design
of Works
Complete

编著/王 猛



本书由泰山手绘POP工作室创立人王猛精心编著；全书以当今较为流行和实用的字体装饰方法和技巧为主，本书不仅对手绘POP的创意字体进行系统、全面、详尽的剖析，而且把每一种字体的诸多装饰方法做以讲解、归纳和总结，通过作者精心的绘编，使本书成为现今手绘POP同类书籍中字体较多、装饰方法较全、使用和实用性较高的技巧教材类书籍。

本书不仅是手绘POP爱好者不可多得的教材，同时也为广大美工企划人员提供了很好的参考资料。

contents

目录



第一章 装饰字体概述

- 1. 什么是装饰字体 **6**
- 2. 装饰字体常用的工具 **8**
- 3. 装饰字体的分类 **11**

第二章 基础装饰字体

- 1. 圆弧效果 **16**
- 2. 抻头效果 **22**
- 3. 分割效果 **28**
- 4. 裂痕效果 **34**
- 5. 火焰效果 **39**

- 6. 图形效果 **44**
- 7. 立体效果 **50**
- 8. 雪花效果 **57**
- 9. 拟人效果 **62**
- 10. 木板效果 **69**
- 11. 滴血效果 **75**
- 12. 背景效果 **82**
- 13. 斑点效果 **103**
- 14. 粘贴效果 **110**
- 15. 多彩效果 **116**



第一章

装饰字体概述

1. 什么是装饰字体
2. 装饰字体常用的工具
3. 装饰字体的分类



1. 什么是装饰字体

近年来,随着我国经济的飞速发展,商业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销售模式,各大城市的超级市场、仓储式大卖场纷纷兴起,而POP广告也以其速度快、变化快、易制作等特性,得到了国内的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为有效的手段之一。而手绘POP作为众多POP广告中的一枝奇葩,也备受推崇。

一张完整和成功的手绘POP广告,大致由主标题、副标题、说明文、插图、装饰图案、辅线框等部分组成(如下图实例所示)。

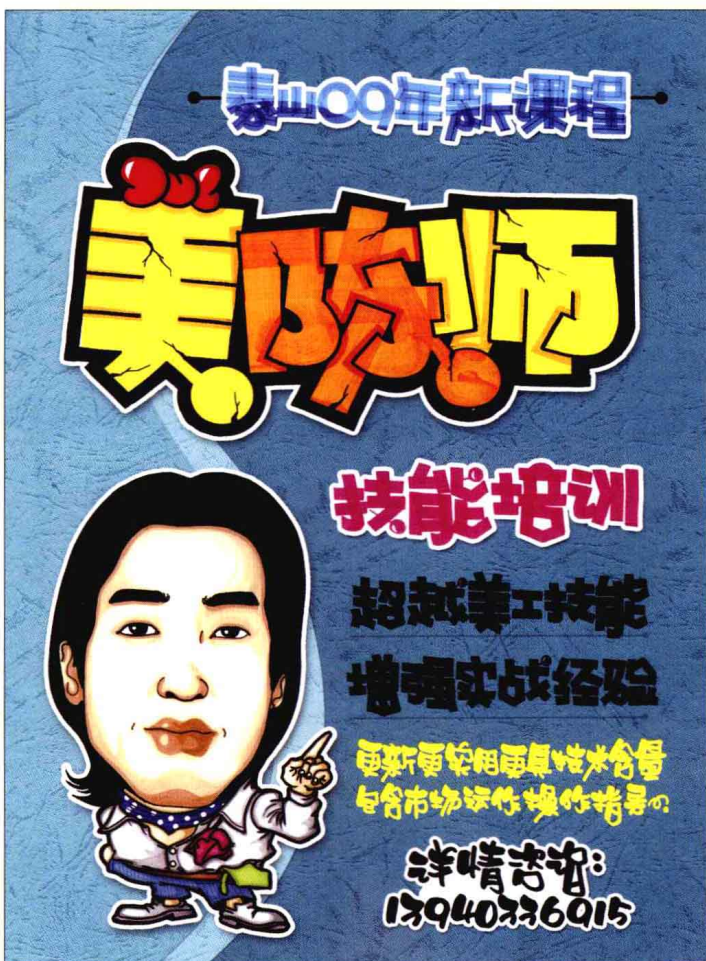


主标题部分

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。



副标题部分

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



说明文部分

说明文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。

POP海报的各个组成部分在海报中都有各自的作用和功能,根据实际需要有的部分可以省略,但只有主标题是唯一不可缺少的部分,而且它要更加醒目,更加吸引人的注意力,这也是POP海报最主要的特点之一。

由于主标题在POP海报中的地位极为重要，我们有必要在它上面多下些工夫，需要运用一些技法进行处理，这样就产生了装饰字体。

那么，究竟什么是装饰字体呢，下面就让我们先来了解一下它的基本概念。

装饰字体的基本概念

所谓装饰字体，就是指我们运用一些能够增强文字的艺术效果的技法，来让文字更加醒目；字体的装饰有很多方法，而每种方法都有各自的应用氛围，都有各自不同的表现力，漂亮的装饰不但可以让文字增添艺术感觉和气息，更主要的是它的运用大大提高了POP海报整体的档次和技术含量。

标题字部分经过装饰后，不但外形上更加突出主题，而且从字的颜色和艺术感觉上更能烘托气氛。





2. 装饰字体常用的工具

“欲善其工，先利其器”，在学习装饰字体之前，让我们先来了解一下用于装饰字体常用的工具。

在装饰字体的工具中，主要的就是笔材，各种笔材都有各自的用途，运用不同的笔材其表现的效果也各不相同。下面就让我们详细来了解一下。

(1) 马克笔

可能很多人对马克笔并不陌生，我们所创作的一些漂亮的装饰字体都是由它来书写和完成的，那么它究竟为什么叫马克笔呢？马克笔是由英文“marker”音译过来的，所以也叫做麦克笔，它的特点是快速、使用方便、易干、书写出来的文字也比较有光泽，所以它已成为POP设计人员必不可免的工具之一。

我们根据马克笔的溶剂材质，可以把它分为油性和水性两种。

油性马克笔

油性马克笔挥发性较快，使用起来也极为方便，但它的气味比较刺鼻，长时间使用会有头晕的感觉，所以我们在选择用油性马克笔书写的时候尽量选择通风性较好的场所。

油性马克笔是按照笔头的宽度来划分规格的，常用的规格有6mm、10mm、12mm、20mm、30mm等，我们可以根据实际需求选用不同规格的油性马克笔去书写不同大小的标题字。

6mm油性马克笔 10mm油性马克笔 12mm油性马克笔 20mm油性马克笔 30mm油性马克笔



水性马克笔

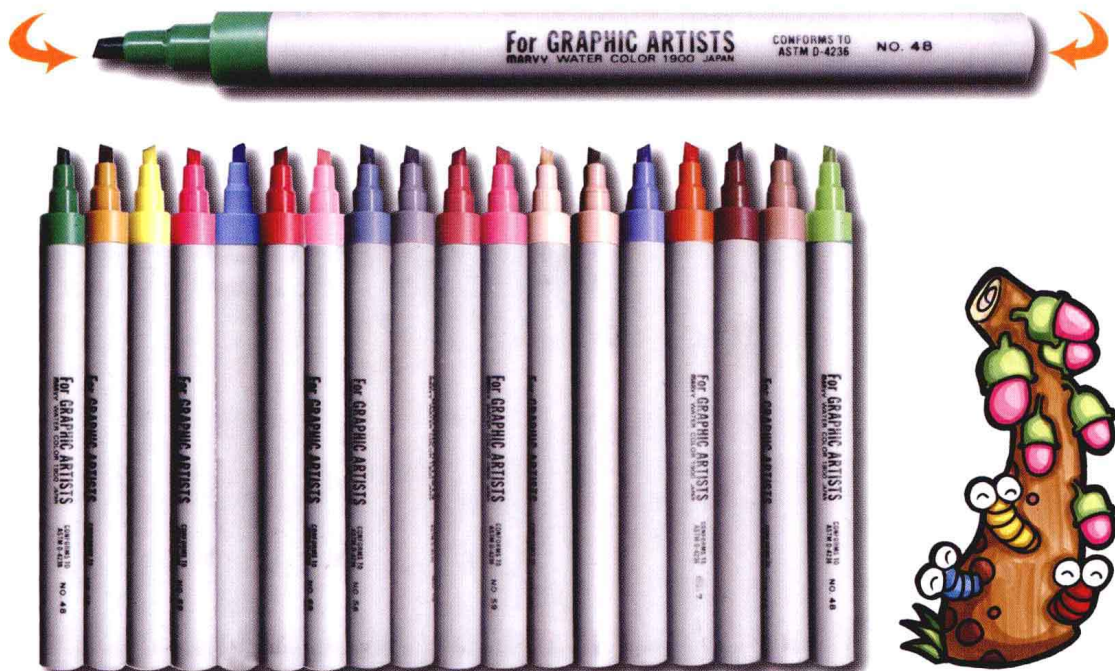
水性马克笔因为含有水性成分，所以挥发性较慢，干得也慢。但由于它颜色丰富，表现力也极强，所以也是比较重要的一种笔材。

水性马克笔最常用的一种笔头宽度为3mm，国内市场上能购买到的颜色大约有60种，在笔的末端带有编号，我们一般都以它作为区分的方法。

颜色丰富的水性马克笔不但可以书写文字，更可以为插图进行着色，可谓用途较为广泛。

3mm宽的笔头

笔末端带有编号



(2) 记号笔

记号笔大部分也属于油性，而且随处都可以买到，既方便又经济；我们大多用记号笔来描绘标题字的轮廓，或填充大面积的颜色。

这种双头的记号笔是最为实用的，一头是2mm宽的圆形笔头，另一头是6mm宽的斜形笔头。

2mm宽的圆头

6mm宽的斜头



（3）勾线笔

勾线笔是一种很纤细的笔，我们经常用它来绘制标题字或插图中的细节部分，它笔头的宽度通常只有0.1mm~0.2mm，颜色也不是很多，我们通常应用最多的就是黑色的勾线笔。

勾线笔因为笔头很细，墨水干后很容易堵住笔尖，所以我们在不用的时候要盖紧笔帽，以免挥发。

0.1mm宽的笔头



（4）其他工具

此外，要想把POP中的标题字装饰得漂亮、醒目，同时富有视觉冲击力，还需要运用到一些辅助的工具，如铅笔、橡皮、蜡笔、油漆笔、修正液、格尺等，工具配置的越全，我们创作出来的作品的表现力就越强，只要我们运用的合理、到位，同时掌握好方法，相信都会成为富有创意的POP设计师。

我们在为标题字做装饰中较常应用到的一些辅助的基本工具





3. 装饰字体的分类

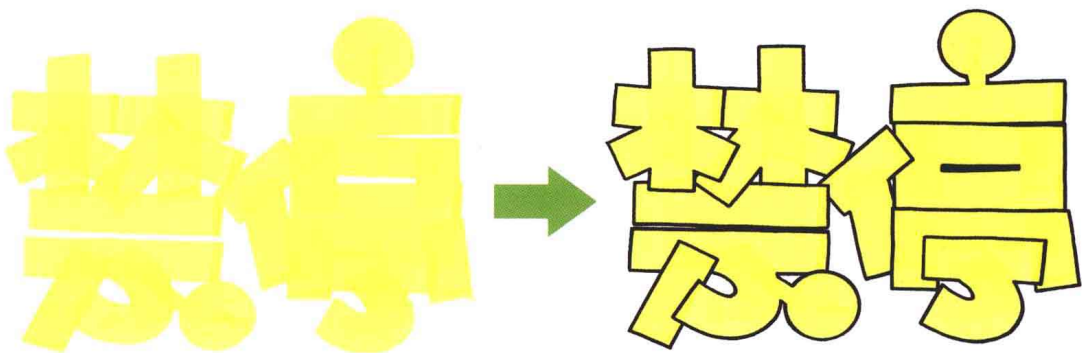
装饰字体的表现方法很多，样式和效果千差万别，我们把它们进行分门别类，这样学习起来也容易一些。

装饰字体按照使用工具的不同主要分为两大类，第一类是基础装饰字体，也是本书重点要向大家讲述的；第二类是创意装饰字体，我们将会在另一本教程里为大家进行详细讲述。

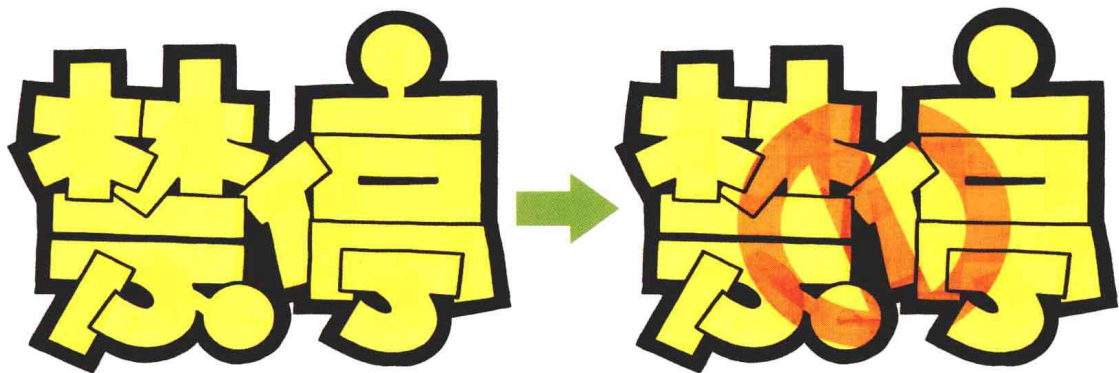
基础装饰字体

基础装饰字体指的就是用油性马克笔直接书写出标题字的基本笔画，然后运用记号笔等其他笔材对其进行装饰，从而达到某种特殊效果。

先用黄色20mm油性马克笔书写出标题字，然后用双头记号笔中的圆头描绘标题字轮廓。



再用双头记号笔中的宽头对标题字外轮廓进行加粗，最后用橙色20mm油性马克笔绘制图案。



由于基础装饰字体是先用油性马克笔书写好标题字后再采用其他笔材对其进行装饰，所以它的一些效果和创意也只能在后期进行。