

POP廣告

立體剪貼篇

莊景雄 著

POP
廣告叢書 3

P
OINT

O

F

P
URCHASE

美工圖書社



POP廣告(立體剪貼篇)

著 者：莊景雄

出 版 者：邯鄲出版社

發 行 人：趙聖亞

攝 影：莊景雄

美術編輯：洪慧卿 莊景雄

門 市 部：美工圖書社
台北市復興北路 35 號 B 1
電話／7403450・7405452・7401521

印 刷 所：皇甫印刷廠
台北市長泰街 297 巷 14 號

法律顧問：蕭雄淋律師
台北市羅斯福路 2 段 105 號 9 F
電話／(02)3677575—代表號

行政院新聞局出版事業登記證台業字第 374 號

版權所有  請勿翻印

1997 年 1 月 15 日出版

定價：450 元整

5.16



504487

POP廣告

立體剪貼篇



美工圖書社

立

剪

- 1 書名頁
- 2 目錄
- 4 序
- 6 第一章 何謂手繪 POP
- A 手繪的特徵
- 7 B 手繪 POP 的種類
- 8 C 手繪 POP 扮演的角色
- 10 第二章 工具介紹
- A 一般工具
- 11 B 應用筆材
- 12 C 紙材選擇
- 13 D 顏料
- 14 E 特殊材料
- 16 第三章 立體 POP 構成要素
- 18 A 文字
- 20 ■ 手繪字體 (中文)
- 44 ■ 手繪字體 (數字)
- 45 ■ 手繪字體 (英文)
- 46 ■ 剪貼字體
- 50 ■ 電腦打字
- 52 ■ 保麗龍拓印字體
- 54 ■ 卡典西德割字
- 56 B 立體造形

	■圓造形
58	■三角造形
60	■多邊造形
62	■其它
64	C 版面
68	D 插圖
	■麥克筆上色
70	■剪貼拼圖
72	■實物拓印插圖
74	■保麗龍拓印插圖
76	■摺紙插圖
78	■壓凸插圖
80	■浮雕插圖
82	■棉染
84	E 裝飾
86	E 展示
90	第四章 作品欣賞
138	第五章 簡易技巧運用
	■修補髒污
139	■修補錯字
140	■簡易雙面膠技巧
142	■背景表現與浮貼表現
144	附錄

序

手繪 POP 是美工從事者必須具備的基本能力，不可不學，但究其市販之 POP 參考書籍大多以賣場做介紹，而缺乏以初學立場之循序漸進有系統者，原因不外乎編者無暇繪製 POP、及成本考量。

繼「字體綜合篇」、「實務綜合篇」付梓之後，不斷有讀者催促本叢書之陸續發行，經過多月來的整理、再整理，才告完成此書，期望對美工設計者和賣場經營者有所幫助。

本書之內容以立體剪貼 POP 為主，發行之際，坊間尚無此相關書問市，也算是一創舉。前半段以技巧練習為主，後半段則以作品介紹為主，內容由淺至深，甚少難度。唯筆者才疏學淺，疏漏之處，敬請所諒，不勝感激。

莊景雄

86.1.1



第1章 何謂手繪POP

A 手繪的特徵

B 手繪POP的種類

C 手繪POP扮演的角色

第一章 何謂手繪 POP

A 手繪的特徵

何謂「手繪」？手繪有手跡、書法之意，意思是「徒手親自寫出來的文字或圖案」；換言之，以「手繪」方式表達、促銷之意的 POP 廣告，我們都可以將它稱為「手繪 POP 廣告」。

手繪 POP 的成效是廣受肯定的，以下便針對其優點做一番介紹。

一、製作成本低：手繪 POP 的製作開銷遠比印刷製品少，較能讓賣方接受。

POP

Point of Purchase

↓ ↓ ↓
據點 的 購買

二、親和力：手繪 POP 採用手工製作，所以作品流露較佳的親切感，更能拉攏消費者的心。

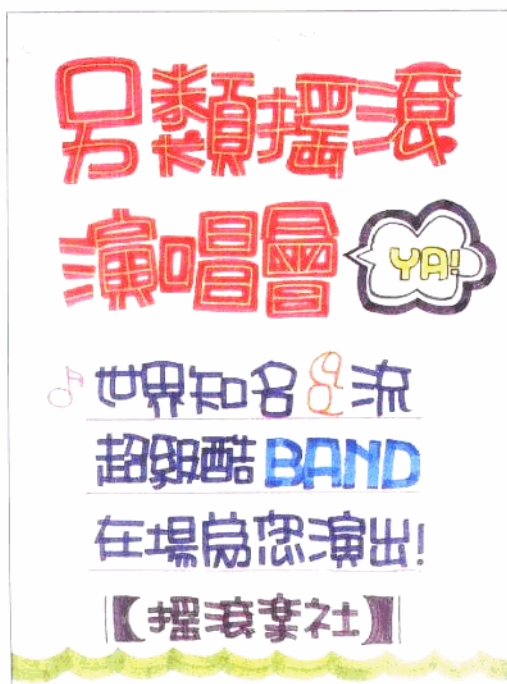
三、傳達訊息力強：賣場上的 POP 可直接對消費者傳達訊息，告知促銷內容、價格、產品推薦等，達成購買效果。

四、時效性佳：手繪 POP 易學易做，不需投入太多時間忙於構思、設計與製作，在時間就是金錢的觀念上更能體會。

五、配合賣場裝飾：手繪 POP 若能配合賣場整體格調的搭配，不但有助產品的推銷，更能營造最佳氣氛。

整體格調的搭配，不但有助產品的推銷，更能營造最佳氣氛。

手繪 POP 所帶來的效果，早已受到肯定，不過切記一點，最好於製作前了解賣場的需要再做企劃，才不易失誤。



●手繪 POP 有絕佳的親和力。



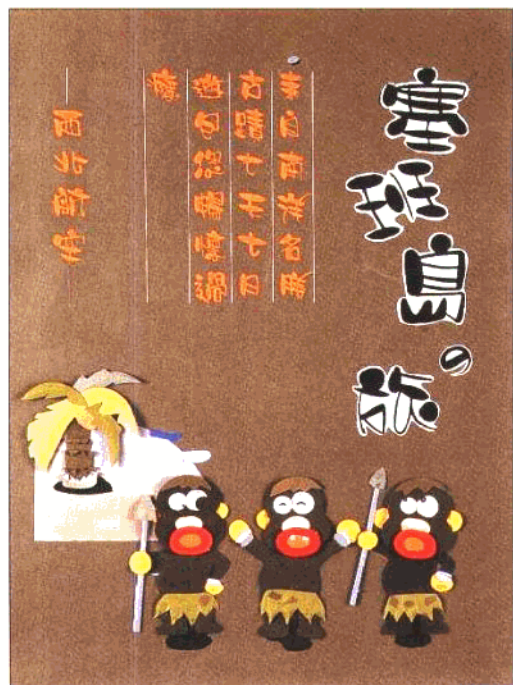
●手繪 POP 的素材表現是多样化的。

IB 手繪 POP 的種類

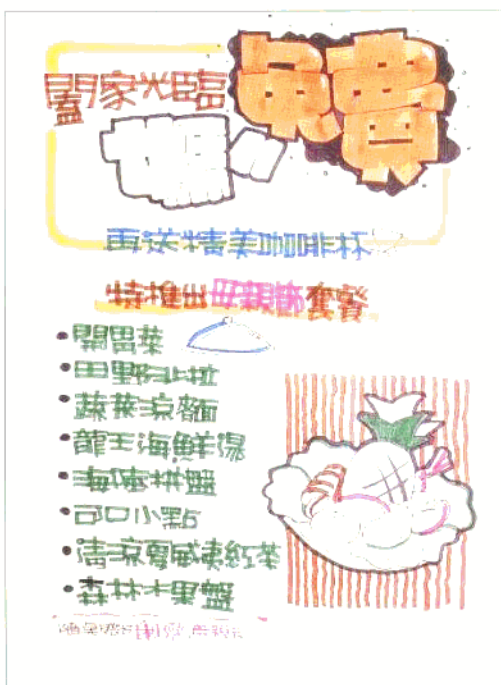
手繪 POP 的領域裡，海報始終扮演老大哥的角色，是我們最常見的一種表現形式。若單就 POP 的機能性可將其區分為 1 拍賣形 POP 2 形象形 POP 3 告示形 POP 4 訊息形 POP 5 招生形 POP 6 價目形 POP 等；若是依其表現手

法，POP 又可分為 1 標價卡 2 DM 傳單 3 海報 4 吊牌 5 懸掛物 6 立體展示 7 布旗等；在製作前首先要了解訴求主題，再依不同手法來表現。

以下照片中所介紹的是不同手法所表現的 POP，讀者可比較彼此之間的差異性。



● 信息海報。



● 價目海報。



● 吊牌 POP。



● 立體 POP。

C 手繪 POP 扮演的角色

商品的品質、服務員的熱忱固然是吸引消費者購買的二大因素，但是若缺乏出色的廣告表現，以及好的陳設與佈置，那麼商品的銷售必然大打折扣。為了刺激消費者產生購買慾望，賣場在傳達資訊情報時，必須結合 POP 廣告，一個成功的 POP 廣告，應該具有使消費者決定購買的力量，能夠真正發揮橋樑功能。

POP 廣告是「賣場」與「消費者」、「商品」與「消費者」之間的橋樑；如何做好 POP 廣告成為當前的課題，在 POP 廣告大舉入侵賣場的同時，賣場交易的情況出現了重大變革：

1. 零亂不堪的傳統海報不再吸引消費者。
2. 品牌形象的營造促使銷售業績提升。
3. 商品需附說明（價格、性能、款式、售後服務等）。
4. 經過包裝化的陳列與設計，才能吸引消費者的目光。
5. 與特賣會、週年慶等活動結合可激起消費者購買商品的決心。

6. 可自由比較商品，而不需再麻煩服務人員。

POP 廣告已成為不可缺少的促銷媒體，它所包含的發展空間無限，如何善加利用 POP 廣告的特性，才是經營成功之道。





第2章 工具介紹

A 一般工具

B 應用筆材

C 紙材選擇

D 顏料

E 特殊材料

第二章 工具介紹

A 一般工具

一般工具的配合使用使 POP 的製作更為順利。一件 POP 的完成是需要相當多的工具，從描繪的工具、裁剪的刀子、黏貼的膠類等，繪製過程中所接觸的工具不知凡幾。

一、描繪工具：簽字筆、鉛筆、奇異筆、針筆、鴨嘴筆、沾水筆……等。

二、裁剪工具：剪刀、美工刀、裁刀、圓規刀、鋸齒剪、切割墊……等。

三、測量工具：直尺、三角板、雲形板、比例尺、圓規、分規……等。

四、黏貼工具：相片膠、口紅膠、完稿膠、白膠、噴膠、泡棉膠……等。

五、其它工具：感光台、膠台、釘書機、釘槍……等。

善用身邊的工具是從事 POP 製作的一大方法，讓每樣工具都發揮到最佳的效果。



● 工具材料：剪刀、鋸齒剪、美工刀、圓規刀、圓規、釘書機、膠類、切割墊、尺等。

B 應用筆材

麥克筆

麥克筆是手繪POP應用最普遍的工具，它的特點是快速、乾淨、使用和收拾方便，充分符合POP的機動性、經濟性與便捷性。

根據麥克筆的溶劑材質，麥克筆主要可分為水性及油性兩種。1. **水性麥克筆**：水性麥克筆沒有刺激的味道，在長時間使用下，不會有頭昏目眩的感覺。水性麥克筆因為乾燥速度稍慢，所以可以製造渲染或漸層的效果，但是也要注意手汗，並留意不要用濕的手碰觸紙面，以免弄壞字體。2. **油性麥克筆**：油性麥克筆因為含有易揮發的化學材質，所以會有刺鼻的化學味道，長時間使用易造成身體的不適，故工作地點最好選擇在通風良好的場所。它的最大優點，書寫後乾燥快速且不易沾污紙面。

軟筆

軟筆類有毛筆、水彩筆、平塗筆等。軟筆類與常用的麥克筆最大不同點在於——麥克筆可以補充墨水，書寫方便而且迅速；而軟筆類必須在書寫前先調好水溶性顏料，沾著顏料後才能逐

寫出筆劃，完成後還要晾乾，因此較為費時。但是，軟筆類的繪製空間遠勝於麥克筆，筆材不但富有彈性，運筆時再依書寫者的掌握，產生千變萬化的筆法，線條極為豐富。

粉臘、粉彩筆

粉臘筆、粉彩筆依造形可分棒形、筆形等。二種筆材皆以臘質或膠質來凝固，書寫時，不同於麥克筆具有的滲透性，故紙面的附著力較差，為了使顏料不會污損畫面，在繪製完成後最好噴上保護膠，顏料才不易脫落，畫面才能保持完整。

我們可利用折斷後長短不一的粉臘筆，書寫出寬度不同、大小不同的字體，高度的機動性，是其它種類筆材所望塵莫及的。

至於粉彩筆由於單價稍高，可以選擇用剩的比較劃算。

裝飾用筆

裝飾用筆只是一個總括的名稱，舉凡勾邊筆、奇異筆、立可白、螢光筆、簽字筆等，能夠用於裝飾表現的，都可統一稱之。

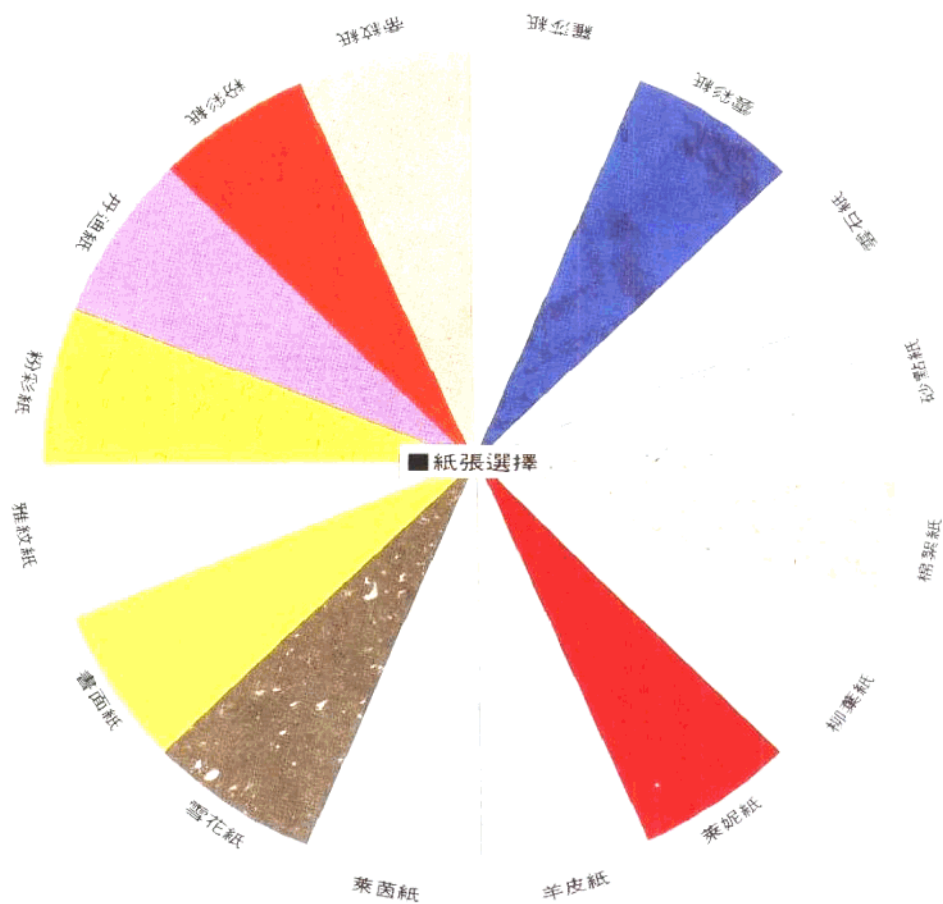


●圖①麥克筆、圖②軟筆、圖③粉臘、粉彩筆、圖④裝飾用筆。

C 紙材選擇

不同特性的紙質在紋理及彈性上，也會有不同的效果，因此適用的範圍也會有所差異。對於需要如站立、翻折、壓印、鏤雕等，就要使用彈性好、磅數較高之紙材，因此在製作POP時，紙材是最先考量的單位。

除了市面上常見的紙材外，我們也可考慮較特殊的紙材，例如卡典西德、珍珠板、厚卡紙、軟木塞板、塞璐璐片等，如POP需要較長的展示期，是不錯的選擇。



D 顏料

顏料的選擇與筆材的搭配是息息相關的，二者相輔相成，尤其是軟筆類，在沒有顏料的幫忙下，是不可能寫出字體的。

水彩、廣告顏料、墨汁、彩色墨水是目前較常用的顏料，種類顏色繁多，無論在書寫文字上，或是插圖表現上，都可做很好的表現。

水彩

水彩分為透明水彩與不透明水彩二種，由於對色彩調配之訓練相當有幫助，所以是初學者的必修課程。由於延展性強，配合不同性質的紙張，可以做出渲染、重疊、縫合等技巧，表現更為多樣化。另有一種固體水彩，狀似化粧品，使用時只要把筆沾水再沾顏料即可使用，非常的方便。

由於水彩單價稍高，用來書寫字體，感覺浪費了些，廣告顏料是另一選擇，價格便宜效果也一級棒。

廣告顏料

初學平面設計者，一定由使用廣告顏料開始其基礎訓練。廣告顏料的價格較其它顏料來得便

宜，加上色彩鮮明、不透明，所以適合於字體書寫及大塊面的塗刷。使用時，對於水份和顏料之比例，需要控制得宜，顏料太稀，飽和度便差，海報的底色便會露出來；顏料太濃，運筆滯塞，容易留下毛邊及筆觸。

廣告顏料在乾燥以後，彩度會稍稍降低，所以作品要求較高時，可先將色差計算在內。

墨汁

眾顏料裡，就屬墨汁最為陽春。墨汁價格便宜、使用方便，最適合初學者使用。

墨汁可直接用於黑色的作圖，由於濃淡適中，可省去調色麻煩，充份符合 POP 的高度機動性。

彩色墨水

顧名思義——彩色墨水即為有各種顏色的墨水，因為是墨水，所以沒有粒子，具備了高彩度及高透明度。彩色墨水雖是水溶性顏料，但是在完全乾燥後，卻有防水效果。繪製時需由淡而濃，由淺而深，這一點要特別注意。



●圖①水彩、圖②廣告顏料、圖③墨汁、圖④彩色墨水。

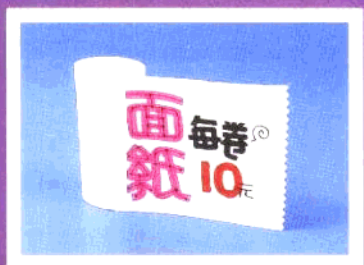
▣特殊材料

在製作立體 POP 時，也可以利用身邊的各種小物件，如各種花色的碎布、不織布、線料、亮片、緞帶、假眼睛、保麗龍球、迴紋針、鈴噹等，這樣所做出來的 POP 作品，不僅令人感覺溫馨可愛，更富獨特風格。

平常養成收集如各類鈕扣、彩色珠子等小東西的習慣，有朝一日，它們可能就因此小兵立大功。



●特殊材料——亮片、繩結、假眼睛、迴紋針、鈴噹、鈕扣、彈簧等。



第3章 立體POP構成要素

- ▣ A文字
- ▣ B立體造形
- ▣ C版面
- ▣ D插圖
- ▣ E裝飾
- ▣ F編排組合