

手绘口口口

15天速成



王 猛 编著



- 字体技法，全部口诀归纳
- 一书在手，无师自通
- 从零开始，无基础教学
- 字体、插图、海报设计 15 天搞定

Point of Purchase

手绘 POP 教材系列

手绘 POP 15 天速成

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP15天速成 / 王猛编著. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5591-0580-6

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 (2017) 第312719号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁一诺广告印务有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 10

字 数: 100千字

出版时间: 2018年3月第1版

印刷时间: 2018年3月第1次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 王 猛

版式设计: 王 猛

责任校对: 李 霞

书 号: ISBN 978-7-5591-0580-6

定 价: 48.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

<http://www.lnkj.com.cn>



作者简介:

王猛, 笔名“泰山”

中国泰山手绘 POP 品牌创始人, 1979 年生于沈阳。

座右铭: 没有失败的人, 只有放弃的人。

- 1998 年 在校就读期间任华韵书画院高级画师
- 1999 年 兼多家餐饮娱乐及商场 POP 设计师
- 2002 年 任江苏隆力奇集团沈阳分公司企划总监
- 2003 年 兼辽宁邓楷创意视觉设计公司 POP 设计总监
- 2004 年 成立泰山手绘 POP 工作室
- 2005 年 成立泰山视觉艺术设计培训基地
建立泰山 POP 培训网站 www.popwm.com
- 2007 年 任沈阳音乐学院(南校区)客座 POP 讲师
- 2008 年 任辽宁省残疾人技能中专客座 POP 讲师
- 2008 年 任沈阳华府天地美式国际购物中心企划
- 2009 年 被评为中国 POP 十大杰出设计师
- 2010 年 成立泰山艺拓广告传媒有限公司
- 2011 年 全国各大企业及公司特约手绘 POP 讲师
- 2012—2013 年 任沈阳建筑大学设计艺术学院广告学专业毕业生毕业设计答辩评委组评审
- 2014—2016 年 任全国各大医药公司、药厂特约手绘 POP 培训讲师

从 2005 年至今, 共出版手绘 POP 图书数十册, 部分图书被全国各大院校选为 POP 艺术设计专业教材, 培训手绘 POP 专业设计型人才数千人。泰山老师的教学宗旨是: 让更多的人认识手绘 POP、喜欢手绘 POP、掌握手绘 POP!

泰山老师手绘 POP 技术免费解答微信: taishanpop

泰山手绘POP教材系列

手绘POP练字必备教材



《手绘POP字体速成训练·正体字》《手绘POP字体速成训练·活体字》

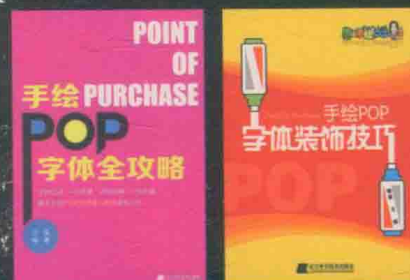
手绘POP字体基础必备教材



《手绘POP字体速成》

《手绘POP六体字典》

手绘POP字体提高必备教材



《手绘POP字体全攻略》

《手绘POP字体装饰技巧》

手绘POP海报制作必备教材



《手绘POP整体设计》

《手绘POP海报速成》

全国各大新华书店及网上书店均有销售



Preface

Point of Purchase

本书由泰山手绘 POP 工作室创立人泰山（王猛）精心编著。作者将手绘 POP 必学的字体书写与装饰、插图绘制以及各种海报制作技巧，按照从简单到复杂、从基础到综合应用的规律，编成 15 天的课程，让读者按照顺序一步一步迅速掌握手绘 POP 海报的制作。特别值得一提的是，本书的字体、插图、海报等部分，作者根据其变化规律及特点，整理出一套上口易掌握的口诀，使读者学习起来更方便、更轻松。

本书既可以作为各大培训机构及大专院校设计类专业的实用教材，也可以作为众多手绘 POP 爱好者的自学宝典。读者在学习过程中遇到问题可以通过网络与作者交流、切磋。希望本书能让更多的人喜欢手绘 POP、掌握手绘 POP、运用手绘 POP。

2017 年 2 月泰山手绘 POP 工作室

王猛



目录

Contents



第一部分 认识 POP

第一天 POP 基础知识	6
第二天 POP 笔画练习	12

第二部分 字体基础

第三天 正体字书写及口诀	16
第四天 活体字书写及口诀	28
第五天 字体组合口诀	40
第六天 经典变形字体及口诀	48
第七天 常用字体装饰技巧	64
第八天 数字及英文字母书写技巧	84

第三部分 POP 插图绘制

第九天 人物插图技法	96
第十天 物品插图技法	104

第四部分 POP 海报技巧

第十一天 海报的构成要素及编排	108
第十二天 白底海报的绘制及版式	112
第十三天 彩底海报的绘制及版式	120
第十四天 立体海报的绘制及版式	130
第十五天 各类题材海报实战应用	134

手绘 POP 教材系列

手绘 POP 15 天速成

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘POP15天速成 / 王猛编著. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5591-0580-6

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 (2017) 第312719号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁一诺广告印务有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184 mm × 260 mm

印 张: 10

字 数: 100千字

出版时间: 2018年3月第1版

印刷时间: 2018年3月第1次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 王 猛

版式设计: 王 猛

责任校对: 李 霞

书 号: ISBN 978-7-5591-0580-6

定 价: 48.00 元

投稿热线: 024-23284354

邮购热线: 024-23284502

QQ: 59678009

<http://www.lnkj.com.cn>



Preface

Point of Purchase

本书由泰山手绘 POP 工作室创立人泰山（王猛）精心编著。作者将手绘 POP 必学的字体书写与装饰、插图绘制以及各种海报制作技巧，按照从简单到复杂、从基础到综合应用的规律，编成 15 天的课程，让读者按照顺序一步一步迅速掌握手绘 POP 海报的制作。特别值得一提的是，本书的字体、插图、海报等部分，作者根据其变化规律及特点，整理出一套上口易掌握的口诀，使读者学习起来更方便、更轻松。

本书既可以作为各大培训机构及大专院校设计类专业的实用教材，也可以作为众多手绘 POP 爱好者的自学宝典。读者在学习过程中遇到问题可以通过网络与作者交流、切磋。希望本书能让更多的人喜欢手绘 POP、掌握手绘 POP、运用手绘 POP。

2017 年 2 月泰山手绘 POP 工作室

王猛



目录

Contents



第一部分 认识 POP

第一天	POP 基础知识	6
第二天	POP 笔画练习	12

第二部分 字体基础

第三天	正体字书写及口诀	16
第四天	活体字书写及口诀	28
第五天	字体组合口诀	40
第六天	经典变形字体及口诀	48
第七天	常用字体装饰技巧	64
第八天	数字及英文字母书写技巧	84

第三部分 POP 插图绘制

第九天	人物插图技法	96
第十天	物品插图技法	104

第四部分 POP 海报技巧

第十一天	海报的构成要素及编排	108
第十二天	白底海报的绘制及版式	112
第十三天	彩底海报的绘制及版式	120
第十四天	立体海报的绘制及版式	130
第十五天	各类题材海报实战应用	134

第一部分 认识POP

第一天 POP 基础知识

第二天 POP 笔画练习



第一天 POP 基础知识

POP 广告是近年来一种发展快速、使用广泛的广告形式，各商场、店铺中随处可见 POP 海报。商品的品质和销售人员的周到服务固然是吸引消费者购买商品的两大主要因素，但是若缺乏出色的广告表现和好的陈列布置，那么商品的销售也将大打折扣。一款成功的 POP 就应该具有使消费者决定购买的作用，真正发挥桥梁的功能。

POP 的概念

那么，究竟什么是 POP 呢？它是英文“Point of Purchase”的缩写，字面含义为“据点的购买”，因为它是某种商品经过研发、生产、包装、销售后的最后一种广告形式，所以我们可以称之为“终点广告”。

POP 广告是当今较为时尚、流行的新兴广告媒体。



Point of Purchase
↓ ↓ ↓
据点 的 购买



POP 广告主要起源于 20 世纪 30 年代的美国。第一次世界大战后，全球经济普遍萧条、市场低迷，巨额的广告费用成为厂商及卖方极大的负担。在这种情况下，成本低廉、制作周期短、使用方便灵活的 POP 广告逐渐兴起，节庆需要它，售卖需要它，店面布置也少不了它。

POP 广告最初产生于超市中，因为在当时超级市场这种新兴的售卖手法使经营者与消费者无法做到面对面地沟通，消费者必须自己来选购商品，消费者需要借助一种广告媒介来认知商品，在这种情况下 POP 广告应运而生。

20 世纪 60 年代，POP 这种广告形式传入到日本及韩国，后又传入我国台湾地区。改革开放以后，我国大陆地区也开始逐步应用这种广告形式。实质上，在我国古代，就早已经有了类似 POP 广告的雏形，比如客栈、酒楼悬挂的灯笼、酒幌子、旗帜，药铺门口悬挂的大膏药招牌等，都是非常具有该行业特色的 POP 广告。

今天，POP 广告已经成为时代的宠儿，虽然 POP 广告本身并不具备电视、报纸、网络般强大的促销能力，但却是速度快、变化多、易操作的广告形式，因此成为商家最常见的营销手段之一。

POP 的分类

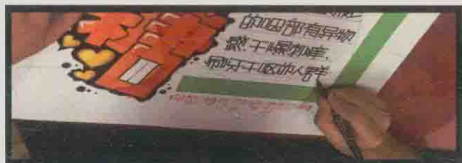
POP 广告的分类形式很多, 从使用场合上可以分为招牌 POP、灯箱 POP、张贴海报 POP、悬挂 POP、立式水牌 POP 等。

现如今, POP 广告以各种形式出现在我们生活中的各个角落。



按照制作工艺, POP 广告又可分为电脑类和手绘类。电脑类 POP 需要借助一些设备才能制作, 前面介绍过的牌匾、灯箱、印刷海报等都是通过电脑等辅助设备完成的。而手绘 POP 制作简单、迅速, 成本更为低廉。本书重点要为大家介绍和讲解手绘 POP 广告。

手绘类的 POP 广告, 更加人性化, 更具亲和力, 也更具艺术魅力和视觉冲击力。



手绘 POP 概述

以手绘的方式制作完成的 POP 广告, 都可以称之为手绘 POP。

手绘 POP 有如下优点:

- ◆ 制作成本低。
- ◆ 制作迅速、便捷, 机动性强。
- ◆ 因为是手工绘制, 所以完成的作品更加具有亲和力和艺术魅力。
- ◆ 传达信息力较强, 可以更直接地向消费者告知促销内容、价格、卖点等。
- ◆ 时效性佳, 简单易做, 不需要投入太多时间、人力、物力。
- ◆ 能配合商场装饰, 提升商家的形象, 营造轻松愉快的购物氛围。

手绘 POP 的准备工作

如果想完成一幅手绘 POP，必须对其制作的工具有所了解，现介绍一下最常用的几种工具：马克笔、铜版纸和卡纸。

马克笔也叫麦克笔，都是英文 Marker（记号的意思）音译过来的，所以也可称之为记号笔。

马克笔可以分为油性马克笔和水性马克笔两种。

油性马克笔主要用来书写文字、绘制边框、刷大面积的背景颜色等。



TEL: 13998276488

泰山老师微信: taishanpop QQ: 498789395

笔头为 30mm 宽的油性马克笔
可以用来刷大面积的底色



笔头为 20mm 宽的油性马克笔
可以用来书写海报里的主标题



笔头为 12mm 宽的油性马克笔
可以用来书写海报里的副标题



笔头为 6mm 宽的油性马克笔
可以用来书写海报里的说明文

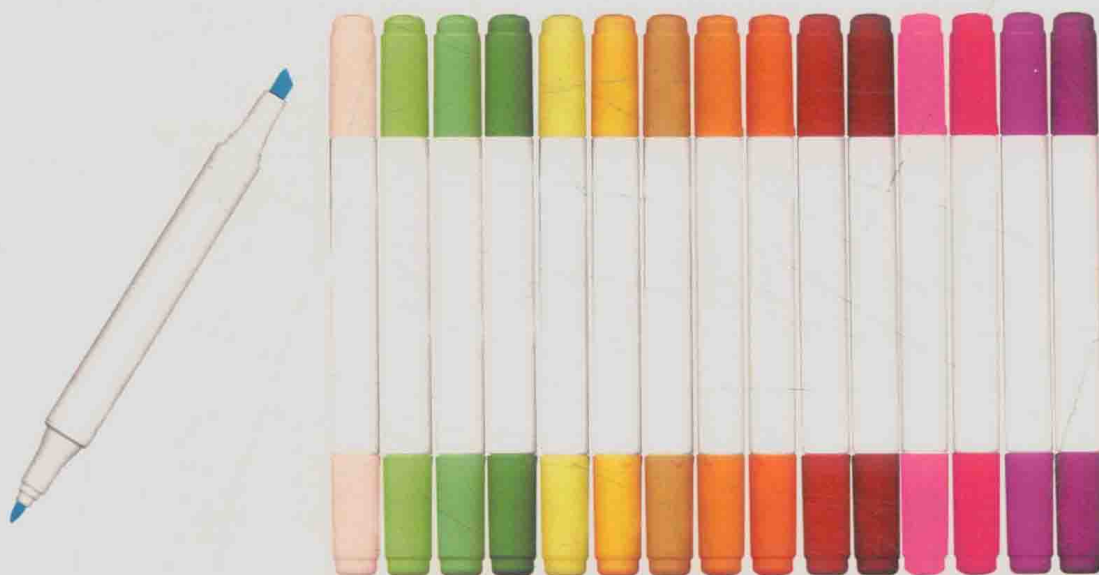


普通记号笔细头可以书写小字



常用的油性马克笔按笔头的宽度可分为 30mm、20mm、12mm 以及 6mm 几种规格，每种规格都有 12 种颜色，但大家不用全部配备，只需要选择黄色、浅蓝色、红色、橙色、浅绿色、粉色和黑色等几种常用颜色即可。另外，根据需要还可以配备一些普通双头的记号笔，为标题字和插图描绘轮廓用，还可以写一些说明文或用最细的一头写更小的文字部分，普通记号笔常用的颜色主要有红色、黑色、蓝色等。

水性马克笔主要用来做字体装饰、为空心字以及插图着色等，同时也可以为海报填充大面积底色。



水性马克笔也多为双头，属于一次性笔材，含有水彩性质，挥发性较慢，主要用来为插图着色或画装饰，如空心文字的着色、插图的着色以及大面积的背景颜色填充都会用到水性马克笔。可以根据实际需要选择常用的几种色系，如红色、黄色、蓝色、绿色、粉色、灰色、肉色等，如果想让画出来的颜色更有层次感，每种色系最好配2~3种颜色，比如黄色、深黄、土黄等，颜色越全，后期完成的作品就越鲜艳、越漂亮。