

吉郎 POP 设计师系列

手绘POP基础

丛 斌 主编

国内第一套原创手绘pop丛书

美工人员必备工具书

市场营销人员实战参考书

高水平、高质量、高信息量

吉林美术出版社

吉郎POP设计师系列

手绘POP基础

丛斌 主编



吉林美术出版社

POINT OF PURCHASE

图书在版编目(CIP)数据

手绘POP基础 / 丛斌编著. — 长春: 吉林美术出版社, 2001.5
ISBN 7-5386-0534-7/J.283

I. 手... II. 丛... III. 广告—宣传画—技法(美术) IV.J283

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第032497号

手绘POP基础

出 版 人：刘丛星
主 编：丛 斌
责任编辑：未 兵
发行总监：石志刚
出版发行：吉林美术出版社
长春市人民大街124号
制 版：吉郎美术设计有限公司
印 刷：深圳华新彩印制版有限公司
版 次：2001年6月第一版第一次印刷
规 格：889 × 1194 毫米 1/16
印 张：9
印 数：1-4000 册
书 号：ISBN7-5386-0534-7/J.283
定 价：48.00 元

开 篇

Kai Pian



大约两年前，偶然一日流连于书店美术部，听到身旁几个学生模样的年轻人在轻声低语，原来他们正在寻找有关手绘POP设计方面的书籍。书店里仅有的两部台湾繁体字版的。对他们来说，这两本书一则阅读起来比较困难，二则价格昂贵，不是他们所能承受的。看着他们失望地走远，作为专门从事手绘POP设计工作的我不禁感慨万千，拥有十几亿人口的中国内地，竟然连一本自己编写的POP专著都没有，不能不说是一种遗憾。此时我心中涌起一阵阵冲动，同时也感到了肩上的责任，这也正是我出版此书最初的动因。

在编纂此书的过程中，我力求使它适合内地读者的需要，让作品的内容更加贴近我们的日常生活。同时，与港台版同类图书相比较，本书在作品的创意上，更加注重思想内涵，以留给观众更多的回味，并不是仅仅为了展示绘画技巧，单纯地用马克笔描绘所要宣传的对象。

在编纂本书伊始，我几个年轻的朋友给了我很大的帮助，他们思维更活跃，总是带给我很多新意，在此向他们表示感谢，是他们勤奋努力促使我能尽快完成现在的《手绘POP基础》一书。

编绘组成员:



丛斌 (左一)
公司经理、主编

毕超 (左二)
手绘 POP 设计、制作

丛清 (左三)
纸雕设计、电脑排版

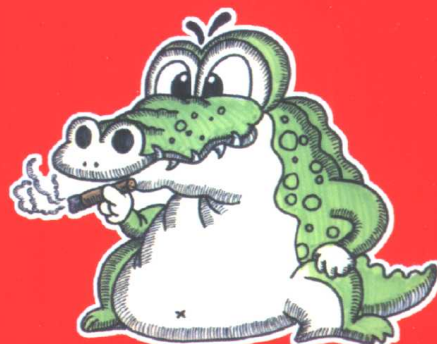
郑聪 (后排)
电脑排版



吉郎 POP 设计师系列

《手绘 POP 基础》
《手绘 POP 百科图典》
《商业实战手绘 POP》
《精致美食手绘 POP》
《精彩 POP 快乐 DIY》
《手绘 POP 插图精粹》
《手绘 POP 宝典》
《美工实战致胜秘笈》

哇！
都很精彩哟！





C O N T E N T S

目 录

第一章	认识POP	1
第二章	制作POP 前的准备	3
第三章	制作手绘POP	9
制做实例		13
商务篇		16
公益篇		50
美容美发篇		56
美食篇		66
节庆篇		100
商品篇		110
编后话		140

第一章 初识POP

第一节 什么是POP

嗨!大家好,首先感谢大家选择本书!从现在开始,我将和各位共同学习有关手绘POP制作的一系列课程。

好,现在开始上课!(不用起立了!)

在学习其他课程之前,让我们先来认识一下POP。“POP”是英文POINT OF PORCHARE ADRERTISING的英文缩写。意为售卖点广告,是商品进入流通领域后的最后一种广告形式,所以又被称为“终点广告”。

POP这一广告形式早在我国古代就已出现了,例如酒馆门前面的酒幌子,药铺门前挂的大膏药的模型,以及当铺门面挂的“当”字的招牌等等。像这些能够引起人们注意,并且能够起到宣传产品作用的小型广告都可称为“POP”。

现代意义的POP最早起源于美国的超市,具体时间已无从考证。后盛行于日本及我国台湾地区,尤其在台湾地区得到了空前发展。台湾地区的手绘POP制作工艺十分精湛,在日后工作中希望各位读者多多借鉴和学习。

80年代初期POP开始进入中国内地,在它进入初期,并未引起人们,尤其是商家的足够重视。因此其在国内的发展较为缓慢,甚至于有些经营者连POP是什么都不清楚,更谈不上去运用它了。

随着改革开放逐步深化和市场经济的蓬勃发展,尤其是外资企业的大量涌现,将一系列全新的现代化的经营理念展现给消费者,绚丽多彩的广告形式充斥了生活的每一个角落。手绘POP,作为众多广告形式中的一种,以其制作简便,成本低廉,富于变化和适用领域广阔等优点,成为商家必不可少的促销手段之一。



第二节 POP的种类

在上一节,我们简单地认识了POP,那么它又有哪些种类呢?

POP是个大家族,分类方法很多,细分起来可以分出几十个种类,这里我们仅就日常常见的几种作以介绍。

1. 从制作工艺上分,可分为:

手绘POP,印刷POP,喷绘POP等。

2. 从表现形式上分,可分为:

平面POP和立体POP。

其中平面POP又可分为:

张贴式(如海报),悬挂式(如挂旗),摆放式(如价目牌)等。

3. 从内容上可分为:

商业POP,金融业POP,餐饮娱乐业POP,公益POP,节庆POP等。

本书主要向大家介绍的是手绘POP。

第三节 手绘POP的作用

既然我在这里极力向各位推介手绘POP这一广告形式,那么它又有什么作用呢?换句话说他又给商家带来哪些利益呢?总结起来大致有如下六点:

首先,手绘POP的制作成本低廉。

在纷繁复杂的广告形式中,手绘POP的制作成本是最低的,每一件作品的制作费至多不过几十元。与其他形式的广告制作费用相比,这点钱简直是微不足道。

其次,手绘POP易于制作和更改。

手绘POP的制作方法快捷方便,能够及时地根据季节和市场行情的变化进行相应调整,总是能将最新的商品信息及时地传递给顾客。在这一点上手绘POP具有着无可比拟的优势。

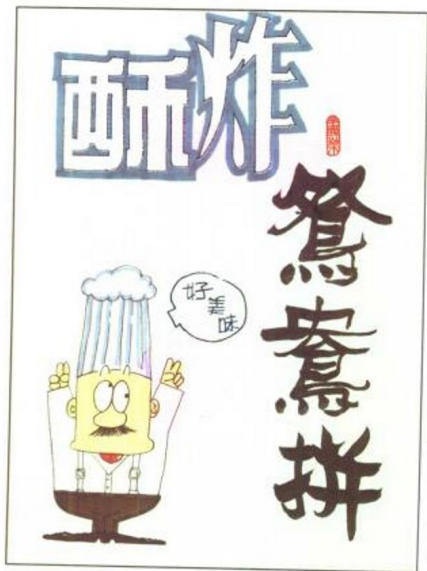
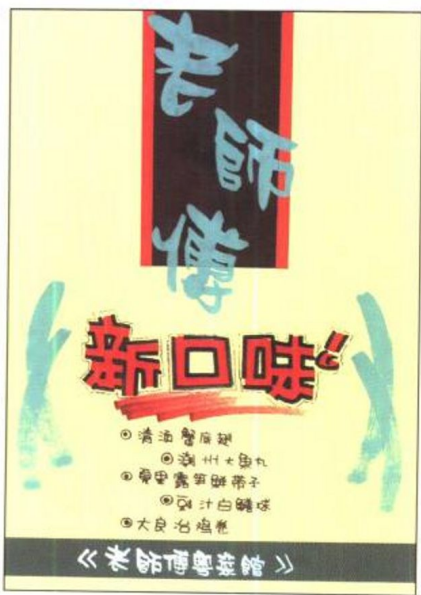
第三,宣传新商品的作用。

在新商品上市时,及时地制作手绘POP配合宣传,把商品的性能、特点、价格等内容传达给顾客,让顾客一目了然。商场如战场,谁能抢在同行业广告竞争的最前锋,谁就占有了这场商战的主动权。在如今这些残酷的商战中,可以说手绘POP就是商家抢占市场、赢得顾客的一把利器。

第四,刺激消费者的购买欲。

经常听到商场经营者说:“逛庙的多,烧香的少”。这就说明了一个问题,很多逛商场的人并没有明确购买目的,都带有一定的盲目性,这就给了手绘POP充分发挥所有才能的机会。

一件制作精美的POP作品,能够给人以强烈的视



觉刺激,顾客从喜欢这件POP作品开始,进而对其所宣传的商品产生兴趣,刺激消费者潜在的购买欲望,这样就大大增加了消费者购买该商品的机会。

第五,营造良好的购物氛围,提升企业形象。

由于近年来市场经济的飞速发展和逐步完善,商业竞争日益激烈。为了在商战竞争中立稳脚根,取得胜利,各商家纷纷导入CI战略,而CI系统中最重要、最具传播性的是视觉部分即VI系统。消费场所是最直接面对消费者的,可以说消费场所是各商家CI战略中的第一战场,也是最重要的一个战场。商店里,一幅幅制作精美、规范的手绘POP作品,既美化了购物环境,介绍了新产品,也提升了企业形象,扩大了企业知名度,一举数得。

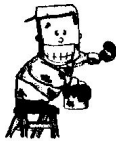
第六,替代售货员的作用。

POP具有“沉默的推销员”之称,又有“最忠实的员工”之美誉。一经投入使用,它即默默地不知疲倦地向每一位顾客展示该商品的所有优点及特点,绝不会因劳累而偷懒或因不耐烦而发脾气冲撞顾客。



小结

本章我们简单地了解了POP以及它的作用。如果你是某企业的职员,而你所在的企业直到现在还没有引入POP这一广告形式的计划,那么拿这本书去给你的老板看吧!如果你是企业的经营者,而你的企业还未引入POP,那么看了这本书以后,就赶快将它列入你的经营战略吧!



第二章 制作POP前的准备



第一节 工具和材料的准备

“工欲善其事,必先利其器”,不可想像一个没有工具或不会使用工具的美术设计人员会是什么样子。因此在学习制作POP之前,有必要先来熟悉一下工具。

1. 马克笔

马克笔颜色丰富,色彩艳丽饱满,表现力极强。使用起来卫生、方便、易于掌握,是每个POP制作者必不可少的主要工具。

我在制作每一幅POP时,几乎都要用到马克笔。无论绘制插图,还是书写文字,我都愿意首先选择它。当然它也将成为你最得力的助手。

马克笔分为油性和水性两种。油性笔不怕水,水性笔的颜色沾到水就会洇开。但无论油性笔或是水性笔都有一个共同的弱点,即长时间受日晒后会褪色,因此在日后张贴的时候要考虑到这一特性。



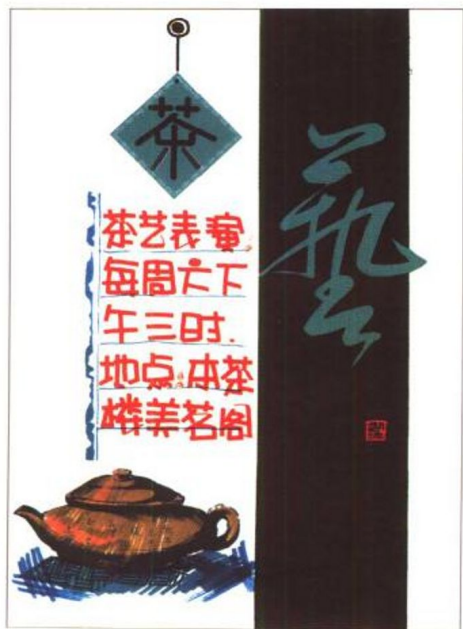
制作POP必备的工具



彩色铅笔的笔触



马克笔的笔触



马克笔按笔头宽度的不同，可以分出很多规格，最常用到的是4mm和6mm宽的两种。

在日常的工作中，我准备了如下几种规格：

笔头宽4mm和6mm的两种，无论是绘制插图或是书写文字，都很适用。水性和油性的笔我各按其不同颜色准备了30支左右。这两种规格的笔，每支售价在10元至20元不等。

笔头宽15mm的，我选择常用的颜色准备了10支左右。这种笔适合写较大的字。如书写醒目的标题字或口号性文字等。这种规格的笔每支售价30至50元左右。

还有一种50mm的特宽型的笔，这种笔最适合大面积地涂色，价格较贵，每支售价近百元。

另外再介绍一种十分实用的马克笔。这种笔带有两个笔头，一端是宽的，另一端是窄的。勾轮廓线、刻画细节和涂色、写字只用一支笔就可完成，免去了来回报换型号的麻烦。

马克笔有一次性使用的，也有可添加补充液的，虽然补充液稍贵一些，但一支笔可以反复添加补充液，仔细算来，还是这一种比较合算。

目前，市场上还没出现国产马克笔，上述这些都是由日本或德国等国家进口的，价格较昂贵，购买时要量力而行。可以先选择一些常用的颜色，然后慢慢积累，颜色就会越来越丰富，我的全部家当也是这样一支支积攒下来的。

2. 彩色铅笔

很多美术设计人员不喜欢用彩色铅笔。也许是因为它使用起来不太方便，或是不喜欢它的表现风格，但我却一直对它情有独钟。在一幅手绘POP作品里，根据主题所要表现的不同风格和物体的不同质感，而将彩色铅笔和马克笔等工具相互配合使用，定会达到令人满意的效果。我所使用的彩色铅笔是英国产的72色套装，读者在购买时可以买散支的，选择一些常用的颜色，这样可以节省很多钱。现在市场上有很多合资企业生产的彩色铅笔，质量不错，价格也不贵，读者可以根据自己的需求选购。

3. 毛笔

毛笔也应该多准备一些，如大白云、提斗、花枝梢、叶筋等，不同型号各有用处，都应该准备齐全。但不需要都买新的，可以找几只旧的，哪怕是上小学时用过的，笔毛已经快秃没了也可以，当你写一些个性字或作一些特殊效果处理时，这些光秃秃的“老家伙”就可以大显神通了。

4. 纸张

纸张作为手绘POP的载体是非常重要的。一件POP

作品要经过剪贴、勾画、涂抹以及日后张贴时的风吹日晒，因此，不宜选择太薄的纸，至少得在105克以上。

铜版纸：有单铜和双铜之分，即单面有光和两面有光。马克笔的一切特点可以在铜版纸上得到很好的展现，并且会使作品有一种印刷品的感觉。

色纸：文具店里色纸的种类很多，分为高、中、低档，颜色更是应有尽有，选购时要注意纸张的吸墨性能如何，是否适合制作POP。

宣纸：宣纸适合于书写毛笔字，而且墨迹干后不会出现褶皱。除了白色宣纸外，还有彩宣和仿古宣，可在制做不同风格的作品时选用。

此外还有必备的工具，如美工刀、美工剪、胶带、两面胶、水彩色、广告色、墨汁等，我们在日常工作中经常使用，这里就不一一介绍了。

制作手绘POP的材料来源很丰富，没有什么限制，只要能够达到想要表现的主题、质感和气氛也就行了。在日后实践过程中，读者们自己接触的材料多了，使用的多了，也就掌握了各种材料的性能和特点，知道该如何去“折腾”它们了。

本小节介绍的这些工具和材料在大型的文具商店都可以买到。



第二节 POP作者应具备的基本素质

首先，要有扎实的绘画功底。

我们制作的是一种广告，是要向顾客推销商品，那首先就要求这个广告作品应该是美的，能给人们视觉享受，这就要求我们每一位作者都要有良好的审美情趣，有一定的美学修养，并能把它融入到作品中去，用你尽力所能表达的美去感染顾客，感染每一个阅读广告的人。

在本书中，重点介绍手绘POP。既然是手绘，那就跟绘画分不开了。假如将一幅POP作品比作一个人，那么这幅作品中的插图就是这个人的眼睛，就是“点睛”的部分。没有眼睛的人是痛苦的，没有好插图的POP无疑是失败的。

如果你经过了美术院校正规而系统的基础课训练，那么以你的绘画功底来制作POP插图不会有什么困难；如果你是半路出家或是个业余爱好者，那么你平时就要多多练习美术基础课了。

1. 素描和色彩

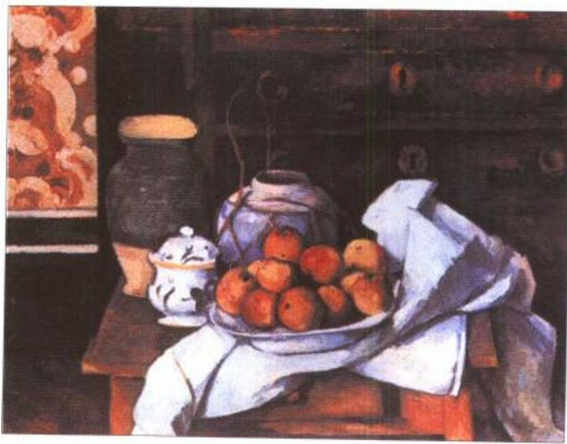
首先是素描，素描是所有绘画课程中最基础的一门功课。就仿佛建筑工地盖楼房是在牢固的地基上一砖一石盖起来的，如果不先打好地基，楼房是不会稳固的。

画素描可以使你加强造型能力。形态各异的石膏、



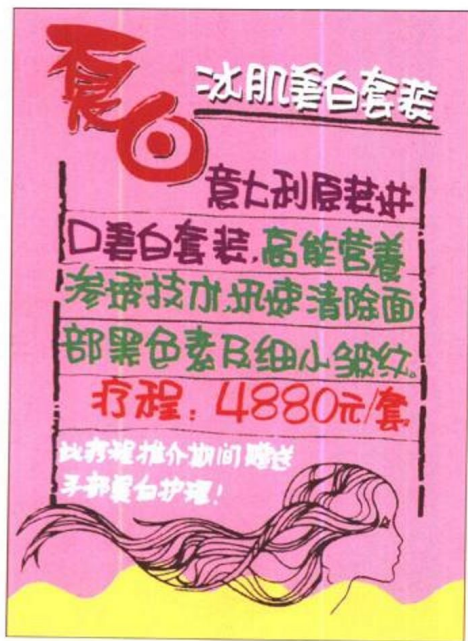
拉奥孔头像

〔俄〕伊万诺夫



静物

〔法〕塞尚



静物、动物、风景，为我们提供了丰富多彩的描绘对象，通过写生绘画不断地进行分析和研究，根据自己的需求，在画面上作反复的修正和推敲，直到将模特描绘得十分精确为止。从加强造型功力方面来讲，素描是无可替代的训练手段。

素描是单色的，在绘画时，使我们无需去考虑千变万化的色彩，能够专心地研究光线、明暗、调子、结构等方面的特征。

再有就是色彩，无论是画水彩写生、水粉写生还是油画写生，是画静物、人物还是风景，都能很好地训练你对颜色的认识，对各类颜料性能的了解，以及对各种不同颜色之间搭配所能产生的不同效果的感受，这对日后制作POP至关重要。

有关素描和色彩训练的专著有很多，读者可以自行选择适合于自己的教材，本书中不作重点介绍。

2. 漫画和人体基础

有很多受过美术院校正统训练的学生，对漫画这种艺术形式不屑一顾，他们总认为这些漫画只有不懂事的小孩子才会喜欢。其实不然，漫画这一艺术形式并不像他们想像的那么简单。它不仅仅停留在幽默和喜剧，而是向经济、哲学甚至悲剧等多领域发展。

例如：张乐平先生作的《三毛流浪记》就是反映旧社会人们苦难生活这一严肃题材的。台湾蔡志忠先生编绘的《中国古典哲学漫画系列》和《中国古典文学名著系列》，史无前例地将枯燥无味、晦涩难懂的古代哲学和文学名著用漫画的形式将其变为通俗易懂而又幽默风趣的“通俗文学”。这可以说是漫画艺术的一次飞跃，也是哲学和古代文学的一次革命。日本漫画家石森章太郎的《漫画日本经济入门》又率先运用漫画表现经济学这一枯燥题材。

石森章太郎在他的《万画宣言》中称：“漫画即是万画，它能表现所有的事物和现象”“漫画是适合所有人嗜好的传播媒介。”“漫画具有无限的想像力”。确实，每个人都不可能不受到漫画魅力的影响。你可以不知道沃尔特·迪斯尼，但你不会不知道米老鼠和唐老鸭。有哪个人不喜欢加菲猫，又有谁能够忘记其貌不扬，却善良可爱的小鼯鼠？

我在这里说了这么多，只是想让读者重新认识漫画的艺术价值。手绘POP的主要艺术风格是轻松、活泼、充满幽默气氛，而漫画的主要表现形式也是轻松、幽默和活泼。因此手绘POP和漫画是分不开的。从现在开始，认真练习画漫画，找几本漫画书，认真地临摹吧！

等你把某几个人物形象临摹得滚瓜烂熟了，达到信

手拈来的程度时，将其各自的特征加以变化，再添加一些自己的个性风格，那么这些人物形象就属于你私人所有了，如果有谁在偷偷使用，可别忘了向他们收取版权费哟！

谈到了漫画就不能不谈到人体。漫画的主要内容是画人，连人体的基本比例和结构都不清楚，画出的人肯定是滑稽可笑的。有人会说，漫画中的人物都是夸张变形的，有没有人体基础都无所谓。其实不然，夸张和变形是需要基础的。就像前面讲过的地基的例子，没有地基的楼不会稳固，没有人体基础想要画好漫画也是不可能的。

如果你不是经美术院校培养的专业人员，没有机会进行实际的人体写生训练，那也没有关系。画不到真人模特，我们可以画石膏人体。石膏人体很容易买得到，并且对于初学者来说，从石膏画起是非常适合和重要的。石膏像色泽洁白，性质单纯，不存在质感上的复杂变化，受光均匀，能呈现明显的轮廓和体积感。这就使初学者能集中精力研究石膏本身的结构、形体的明暗关系、形象特征和比例，而不致受过多的外在因素的影响和干扰。但石膏像也不是没有缺点，第一是占用空间较大，笨重且不易搬动；第二是形象单一、动作单一、没有变化。尤其第二条缺点阻碍了我们画人体素描所要达到的目的。

各类人体摄影画册帮助我们解决了上述问题。书中那些动态丰富，形象各异的模特，为我们提供了庞大的模特资源。在这些画册中，你可以观察到各种体态的人。在素描过程中，你要严格抓住他们各自拥有的特征。通过大量的素描训练，能够有机地捕捉和掌握人体的动态和构造。对人体外表的比例和特征有了大体了解后，就应该找一些人体结构解剖方面的书，研究一下人体结构：肌肉、骨骼和关节等器官是怎样有机地结合在一起的。我们日常的每一个动作都要受到解剖学的制约，而不能像万向轮一样向任意方向运动。

如此反复，循序渐进地进行训练，一直画到你的老婆或女友嫉妒得向你大嚷大叫为止。再以后就试着给这些模特穿上各式各样的衣服，这样你制作插图的功底就基本具备了。

3. 写一手漂亮的美术字

POP被称为沉默的推销员，既然它不会说话，那么它怎样向消费者介绍商品呢？

一 文字，只有文字才是POP的语言，是消费者通过POP了解商品内容的惟一途径。一幅POP配上一篇非常漂亮的手写字，常常会让人赏心悦目，进而对该商品的信任程度大大提高。相反，如果一幅POP作品



写满了拙劣的甚至潦草得惨不忍睹的字迹，常常会使人读不下去，无法对其宣传的产品产生兴趣，同时对于商家、厂家的信任程度也会大打折扣，又怎么谈得上让他消费呢？

可见写一手漂亮的美术字，对于制作POP来说是何等重要。要想写好美术字是没有任何捷径可走的。还是那句话，先打基础，读者应该先从宋体和黑体字练起。

其次，要具有开朗幽默的性格。

一个人只有热爱生命、热爱生活才能充满活力，才能有足够的热情和精力投入到事业中去。开朗的性格总会使人充满希望，不致于因一点点挫折而失去追求理想的信心。幽默总会给人带来开心和快乐，在具有幽默性格的人眼中，生活永远是美好的。

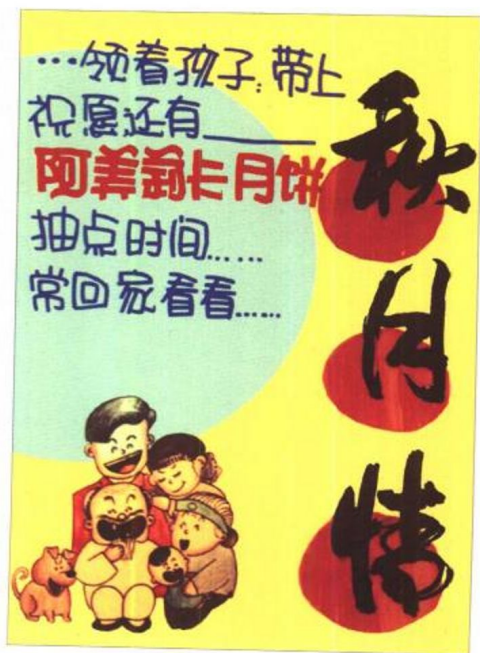
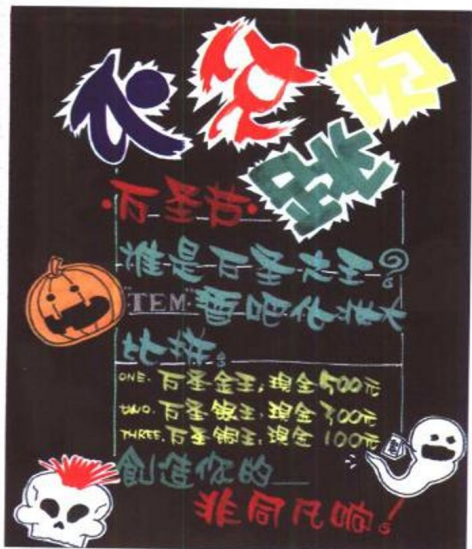
手绘POP是一种较特殊的广告形式，它的轻松、活泼、幽默的艺术特征，在各种广告形式中是独树一帜的。很难想像一个性格古板，表情呆滞，对生活缺乏热情的人如何能制作出一幅成功的POP作品。即使做出来了也会在不知不觉中将他的古板和冷漠传染给消费者。靠这种POP宣传的产品想要畅销是很困难的。所以，我在这里希望大家都能将自己培养成一个开朗幽默的人，多读一些让你开心的书，听听相声，这既有益于身心健康，又能在潜移默化中使自己逐渐变得幽默起来了。

第三，正确使用电脑。

如今的电脑已经普及到了无所不在的地步。相信大部分读者朋友也拥有一部电脑，并且用它上网，编辑图像、处理文件或是打打游戏、看看电影、高兴时还听听“BEYOND”什么的。但你不要依赖它去制作手绘POP。

我曾经有过一个阶段沉迷于用电脑制作POP。因为电脑光盘中有极其丰富的图片库，想用什么就拿什么，再也不用自己费力去创意、去画了。而且那数十种电脑字体也使我免去了逐字逐句用手写的劳累，并且打印出来的字迹整洁而规范，着实令我轻松了一阵子。

然而没多久，我的那些老客户纷纷找到我说，这些作品完全丧失了以往我作品中的风格：插图漫画千篇一律，缺乏变化。字体也已经落入俗套，满大街都有的字体是不具有魅力的，远不如从前我那些手写字的淳朴与可爱。听了这些话，我才吃惊地发现，我沉湎于电脑的快感已经很久了。电脑制作的POP是程式化的，缺乏生命力的。况且如今大家使用的就是那么几个再熟悉不过的软件，更难以创作出极具个性化的作品。从那次以后，我关上了电脑，重新拿起画笔，再次找回我那些特有的风格。电脑是好东西，它可以为你做很多很多的事，但无论你让它去干什么，我要提醒您一句，爱它，



但不要依赖它。



小结

本章介绍了制作POP前的准备工作。从工具材料的准备，到平时应该训练的基本功，以及为什么电脑不适合制作POP。这一章虽然介绍内容不太详尽，但需要读者实际去做的却是很多很多。OK！准备好了吗？各位，下一章我们可要真枪实弹地大干一番了！



第三章 制作手绘POP

手绘POP的形式看似简单，其实制作起来并不轻松。一般要分如下步骤来进行：

1. 确立主题

一幅POP广告的主题是它的灵魂，一个广告没主题或是主题不明确，就仿佛是一个人丢了灵魂。

这个主题必须向顾客表明你要推荐的是什么，这个商品的优点是什么，顾客拥有了它，将会得到哪些利益。它应该具有强烈的诱惑力，并且有优于其他同类产品的鲜明个性。

广告主题在整幅广告作品中是起主导作用的。后面要讲到的创意、编辑文案、选择纸张、绘制插图等都是为烘托主题服务的。

2. 创意

确立了主题，就要使用各种手段把它表达出来。如何来表现，采用哪些手段，这个繁重而复杂的思维过程就是创意。

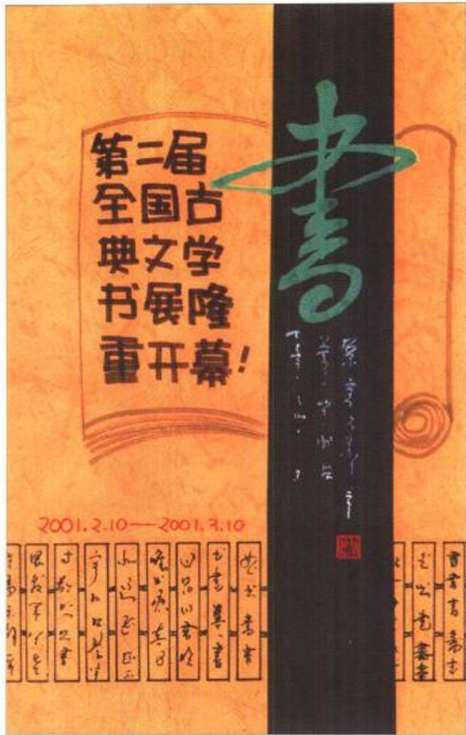
创意应该是围绕主题展开的。主体色调是什么，如何构图，配合什么样内容的插图，以及采用哪一种字体，怎样做才能使广告更具个性化，更加标新立异，这就需要读者在创意时，不拘一格，尽情发挥想像力，寻找灵感。

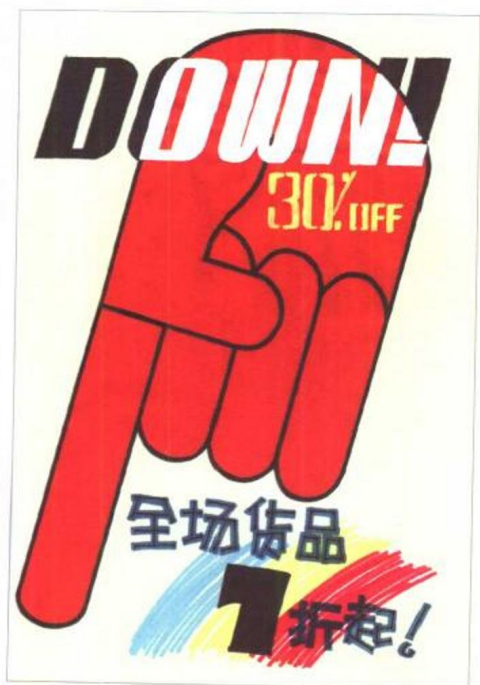
在平时我们应多吸收一些经典广告的创意思想，作为日后创作时借鉴和学习的知识积累。作为手绘POP，在创意时，有一个较特殊的问题，需要注意，就是要考虑到POP张贴的环境。张贴到哪里，那儿的光线怎么样，周围环境的大体色调是什么样的。了解了这些因素，在我们创意过程中，就会有的放矢，知道如何做才能使POP张贴后会更加醒目，能引起人们的充分注意。

（怎么样，很费力吧？）

3. 编辑文案

在第二章里，我忘记了和大家说要加强文学修养。忽视了这一点，我们这一小节要做的工作无论如何也做不好了！如何让“沉默的推销员”“开口”讲话，跟





消费者进行交流，就是这一小节要向各位介绍的。POP不同于其他广告形式。在它的文案中，标题和正文并无明显区分，有的甚至不用标题或没有正文，因此，POP的文案应力求简洁，文字言简意赅，要用最简洁的语言切中主题，使人一目了然。

很多人逛商场只是走马观花，不可能因为你的长篇阔论而驻足观看半个小时。因此如何用最简洁的语言表达最清晰的主题思想是每个POP作者工作中的重点也是难点。否则废话讲了一大堆，可消费者还是不知所云，岂不白白浪费了许多唾沫星子？

4. 选择纸张

选择纸张也是整个POP制作过程中关键的环节之一。根据所要表现的不同主题、不同产品而应有不同的选择。例如要给高科技新产品电脑制作POP，就宜选择表面光滑无花纹、色彩艳丽、颜色对比强烈的纸张；而要给中国的传统茶具紫砂壶制作POP，就宜选择表面较粗糙、有暗纹、颜色古朴而柔和的纸张，这样就容易表现紫砂壶朴素的质感。让人仿佛能闻到壶中飘出的缕缕茶香。反过来，我们将两幅画所选用的纸张调换一下会是什么样子呢？顾客会很奇怪地问，这里卖的是古董电脑吗？另一位顾客也会奇怪地问，这紫砂壶是大工业流水线生产的吧？

由上面的两个例子可以看出，在选用纸张时，一定要多动一些脑筋。因为这是你将广告主题、创意构思，以及文案内容清晰、完全地表达给消费者，达到制作POP广告所预想目的的关键一步。

5. 绘制插图

前面已提过，插图是POP广告的眼睛，是点睛之笔。插图的好坏直接影响了整幅作品的成功与否。

插图是为POP所宣传的主题和商品服务的，所以绘制的插图一定要适合主题内容。还用前面那个紫砂壶的例子。如果画面配以一位身着马褂，鹤发童颜的老者正在把盏品茗，一副悠然自得的样子，整个画面就真如点睛一般活灵活现了。无需更多的语言，紫砂壶的所有优点都已表达清楚了。如果我们不用这一老者，而换上一金发碧眼，身着比基尼的海滨女郎，会是什么样子呢？人家不禁会问这紫砂壶里装的不会是可口可乐吧！这样就误导了消费者，使他们无所适从，不敢去买这一商品。严格地说，这还是应该属于创意过程的内容。

我们在选择制作POP的纸张时，大部分选择的是有色纸。如果我们在有色纸上直接画插图，颜色会发生变化。例如我们用蓝色的马克笔在一张黄色的纸上涂颜色时，蓝色会变成绿色。因为马克笔的颜色是透明