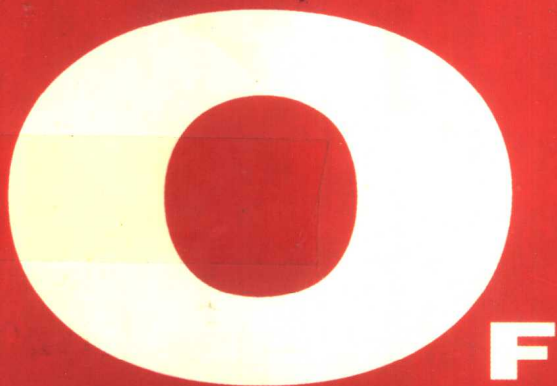


立体剪贴篇

POP广告

庄景雄 编著

POP广告 / 立体剪贴篇



中国青年出版社
美工社(台北)

(京)新登字 083 号

本书中文简体字版由台湾美工社授权中国青年出版社独家出版。未经本书原版出版者和本书出版者书面许可,任何单位和个人均不得以任何形式复制或传播本书的部分或全部。

版权贸易合同登记号: 01-2000-0046

策 划: 胡守文
王修文
郭 光

责任编辑: 郭 光
责任校对: 肖新民

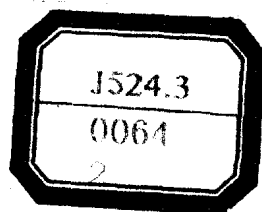
书 名: POP 广告
编 著: 庄景雄
出版发行: 中国青年出版社

地址: 北京市东四十二条 21 号 邮政编码: 100708

电话: (010) 64069368 传真: (010) 64053266

印 刷: 北京佳信达艺术印刷有限公司
开 本: 16 开
版 次: 2000 年 6 月北京第 1 版
印 次: 2000 年 6 月北京第一次印刷
印 数: 1-5000
书 号: 7-5006-3899-X/TP·57

总 定 价: 198.00 元(含“字体技法篇”/“立体剪贴篇”/“实务综合篇”3 册)



POP 广告

立体剪裁篇



CATALOGU

目
录

1 ● 书名页

2 ● 目录

4 ● 序

第一章 何谓手绘 POP

6 A 手绘的特征

7 B 手绘POP的种类

8 C 手绘POP扮演的角色

第二章 工具介绍

10 A 一般工具

11 B 应用笔材

12 C 纸材选择

13 D 颜 料

14 E 特殊材料

第三章 立体POP构成要素

18 A 文 字

20 ● 手绘字体(中文)

44 ● 手绘字体(数字)

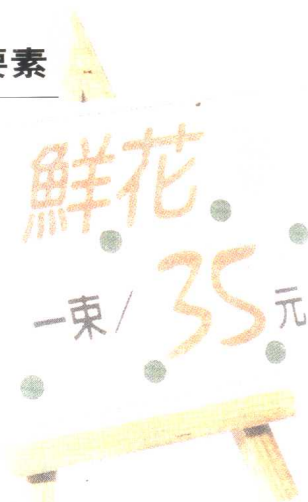
45 ● 手绘字体(英文)

46 ● 剪贴字体

50 ● 电脑打字

52 ● 保丽龙拓印字体

54 ● 卡典西德割字



CATALOGU

目
录56 **B 立体造形**

● 圆造形

58 ● 三角造形

60 ● 多边造形

62 ● 其 它

64 **C 版 面**68 **D 插 图**

● 麦克笔上色

70 ● 剪贴插图

72 ● 实物拓印插图

74 ● 保丽龙拓印插图

76 ● 折纸插图

78 ● 压凸插图

80 ● 浮雕插图

82 ● 棉 染

84 **E 装 饰**86 **F 展 示****第四章 作品欣赏****第五章 简易技巧运用**

● 修补脏污

139 ● 修补错字

140 ● 简易双面胶技巧

142 ● 背景表现与浮贴表现

附录

序

手绘 POP 是美工从事者必须具备的基本能力，不可不学，但究其市售之 POP 参考书籍大多以商场做介绍，缺乏以初学立场之循序渐进、有系统的版本，原因不外乎编者无暇绘制 POP 及成本考虑。

继“字体技法篇”、“实务综合篇”付梓之后，不断有读者催促本丛书的发行。经过多月来的整理、再整理，才告完成此书，期望对美工设计者和商场经营者有所帮助。

本书之内容以立体剪贴 POP 为主，发行之际，坊间尚无此相关书问世，也算是一创举。前半段以技巧练习为主，后半段则以作品介绍为主，内容由浅至深，甚少难度。唯笔者才疏学浅，疏漏之处，敬请祈谅，不胜感激。

庄景雄

2000 年 2 月于台北



第1章 何谓手绘POP

- ▣ A 手绘的特征
- ▣ B 手绘POP的种类
- ▣ C 手绘POP扮演的角色

第一章 何谓手绘POP

A 手绘的特征

何谓“手绘”?手绘有手迹、书法之意,意思是“徒手亲自写出来的文字或图案”。以“手绘”方式表达、促销之意的POP广告,我们都可以将它称为“手绘POP广告”。

手绘POP的成效是广受肯定的,以下便针对其优点做一番介绍。

POP

Point of Purchase

↓ ↓ ↓
据点 的 购买



• 手绘POP有绝佳的亲和力

一、制作成本低:手绘POP的制作开销远比印刷制品少,较能让卖方接受。

二、亲和力:手绘POP采用手工制作,所以作品流露较佳的亲切感,更能拉拢消费者的心。

三、传达信息力强:商场上的POP可直接对消费者传达信息,告知促销内容、价格、推荐产品等,达成购买效果。

四、时效性佳:手绘POP易学易做,不需投入太多时间忙于构思、设计、制作,在时间就是金钱的观念上更能体会。

五、配合商场装饰:手绘POP若能配合商场整体格调的搭配,不但有助产品的推销,更能营造最佳气氛。

手绘POP带来的效果,早已受到肯定,不过切记一点,最好于制作前先了解商场的需要再做企划,才不易失误。



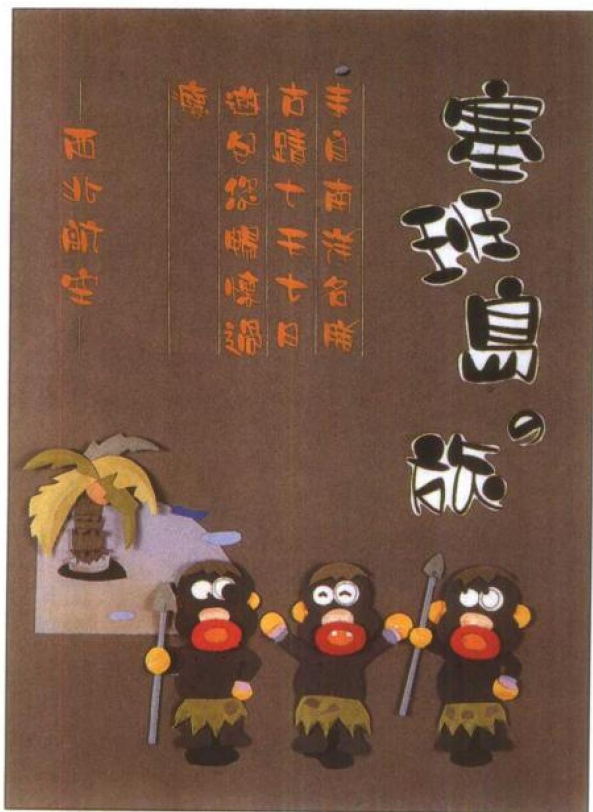
• 手绘POP的素材表现是多样化的

B 手绘POP的种类

在手绘POP的领域里,海报始终扮演老大哥的角色,是我们最常见的一种表现形式。POP的机能性可区分为:①拍卖型POP、②形象型POP、③告示型POP、④信息型POP、⑤招生型POP、⑥价目型POP等。依其表现手法,POP又可

分为:①标价卡、②DM传单、③海报、④吊牌、⑤悬挂物、⑥立体展示、⑦布旗等。在制作前要先了解诉求主题,再依不同手法来表现。

以下照片中所介绍的是不同手法所表现的POP,读者可比较彼此之间的差异性。



• 色底海报



• 白底海报



• 吊牌POP



• 立体POP

C 手绘 POP 扮演的角色

商品的品质、服务员的热忱固然是吸引消费者购买的两大因素。但是若缺乏出色的广告表现,以及好的陈设与布置,那么商品的销售必然大打折扣。为了刺激消费者产生购买欲望,商场在传达信息情报时,必须结合 POP 广告。一个成功的 POP 广告,应该具有使消费者决定购买的力量,能够真正发挥桥梁作用。

POP 广告是“商场”与“消费者”、“商品”与“消费者”之间的桥梁,如何做好 POP 广告成为当前的课题。在 POP 广告大举入侵商场的同时,商场交易的情况出现了重大变革:

1. 零乱不堪的传统海报不再吸引消费者。
2. 品牌形象的营造促使销售业绩提升。
3. 商品需附说明(价格、性能、款式、售后服务等)。
4. 经过包装的陈列与设计,才能吸引消费者的目光。
5. 与特卖会、周年庆等活动结合可激起消费者购买商品的决心。

6. 可自由比较商品,而不需再麻烦服务人员。

POP 广告已成为不可缺少的促销媒体,它所包含的发展空间无限。如何善加利用 POP 广告的特性,才是经营成功之道。





第2章 工具介绍

- A 一般工具
- B 应用笔材
- C 纸材选择
- D 颜料
- E 特殊材料

第二章 工具介绍

A 一般工具

一般工具的配合使用,使 POP 的制作更为顺利。一件 POP 的完成是需要相当多的工具,如描绘的工具、裁剪的刀子、粘贴的胶等,绘制过程中所接触的工具很多。

一、描绘工具:签字笔、铅笔、奇异笔、针笔、鸭嘴笔、沾水笔等。

二、裁剪工具:剪刀、美工刀、裁刀、圆规刀、锯齿剪、切割垫等。

三、测量工具:直尺、三角板、云形板、比例尺、圆规、分规等。

四、粘贴工具：相片胶、口红胶、完稿胶、白胶、喷胶、泡棉胶等。

五、其它工具：感光台、胶台、钉书机、钉枪等。

从事 POP 的制作,要学会善于使用制作工具,让每样工具都能发挥最佳的效果。



●工具材料——剪刀、锯齿剪、美工刀、圆规刀、圆规、钉书机、胶类、切割垫、尺等

B 应用笔材

麦克笔

麦克笔是手绘 POP 中应用最普遍的工具，它的特点是快速、干净、使用和收拾方便，充分符合 POP 的机动性、经济性与便捷性。

根据麦克笔的溶剂材质，麦克笔主要可分为水性及油性两种。1. **水性麦克笔**：水性麦克笔没有刺激的味道，在长时间使用下，不会有头昏目眩的感觉。水性麦克笔因为干燥速度稍慢，所以可以制造渲染或渐层的效果，但是也要注意手汗，并留意不要用湿的手碰触纸面，以免弄坏字体。2. **油性麦克笔**：油性麦克笔因为含有易挥发的化学材质，所以会有刺鼻的化学味道，长时间使用易造成身体的不适，故工作地点最好选择在通风良好的场所。它的最大优点，书写后干燥快速且不易沾污纸面。

软笔

软笔类有毛笔、水彩笔、平涂笔等。软笔类与常用的麦克笔最大不同点在于——麦克笔可以补充墨水，书写方便且迅速；而软笔类必须在书写前先调好水溶性颜料，沾着颜料后才能逐一写

出笔划，完成后还要晾干，因此较为费时。但是，软笔类的绘制空间远胜于麦克笔，笔材富有弹性，运笔时依书写者的掌握，可产生千变万化的笔法，线条极为丰富。

粉蜡、粉彩笔

粉蜡笔、粉彩笔依造形可分棒形、笔形等。两种笔材皆以蜡质或胶质来凝固，书写时，不同于麦克笔具有的渗透性，故纸面的附着力较差，为了使颜料不会污损书面，在绘制完成后最好喷上保护胶，颜料才不易脱落，画面才能保持完整。

我们可利用折断后长短不一的粉蜡笔，书写出宽度不同、大小不同的字体，高度的机动性，是其它种类笔材所望尘莫及的。

至于粉彩笔由于单价稍高，可以选择用剩的比较划算。

装饰用笔

装饰用笔只是一个总括的名称。凡是勾边笔、奇异笔、立可白、荧光笔、签字笔等，能够用于装饰表现的，都可统一称之。

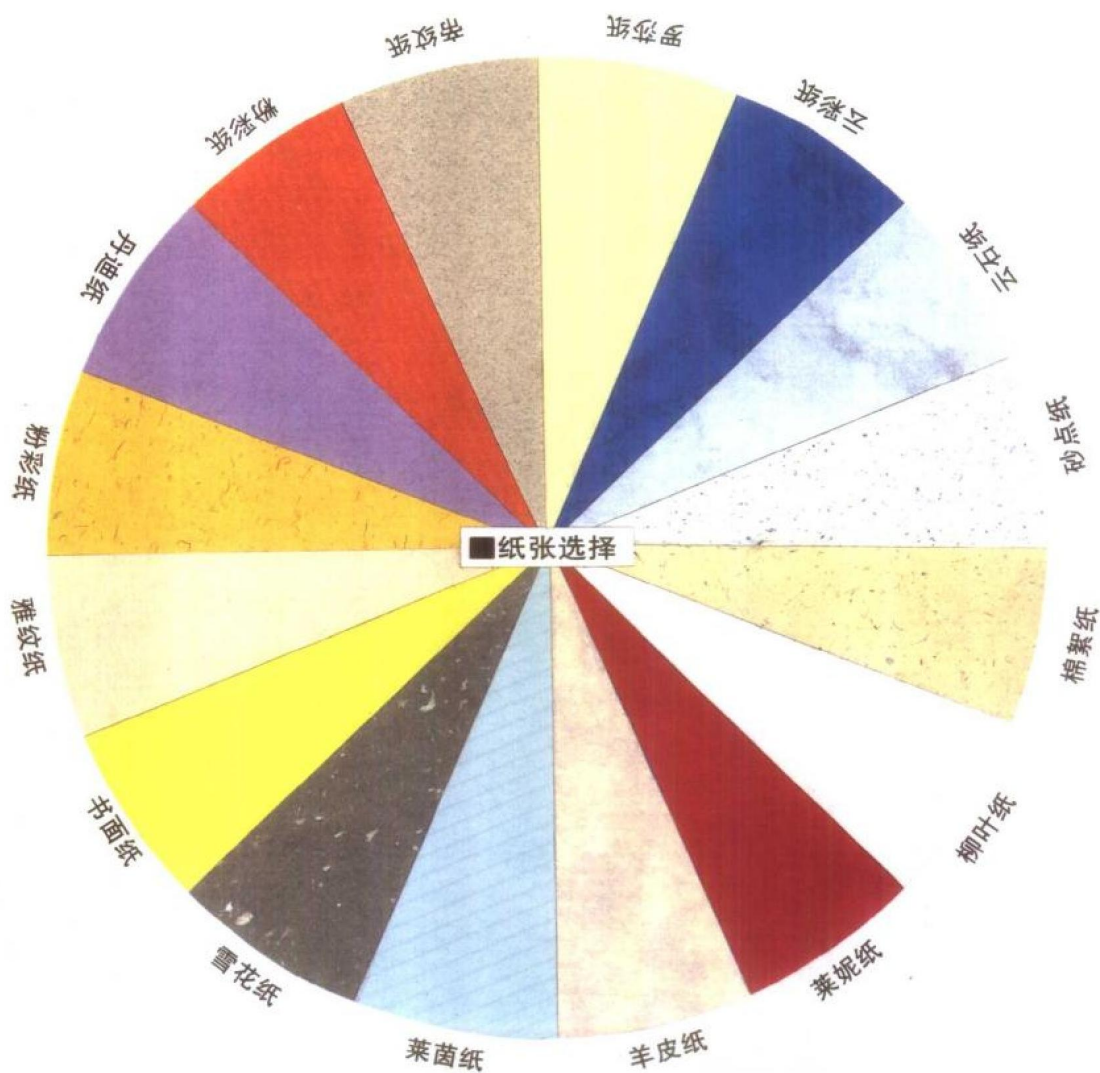


• 图①麦克笔、图②软笔、图③粉蜡、粉彩笔、图④装饰用笔

C 纸材选择

不同特性的纸质在纹理及弹性上也会有不同的效果，因此适用的范围也会有所差异。对于需要站立、翻折、压印、镂雕等，就要使用弹性好、磅数较高之纸材。因此在制作 POP 时，纸材是最先考虑的单位。

除了市面上常见的纸材外，我们也可考虑较特殊的纸材，例如卡典西德、珍珠板、厚卡纸、软木塞板、塞璐片等，如 POP 需要较长的展示期，以下纸材是不错的选择。



D 颜料

颜料的选择与笔材的搭配是息息相关的,两者相辅相成,尤其是软笔类,在没有颜料的帮忙下,是不可能写出字体的。

水彩、广告颜料、墨汁、彩色墨水是目前较常使用的颜料,种类颜色繁多,无论在书写文字上,或是插图表现上,都可做很好的表现。

水彩

水彩分为透明水彩与不透明水彩两种,由于对色彩调配的训练相当有帮助,所以是初学者的必修课程。由于延展性强,配合不同性质的纸张,可以做出渲染、重叠、缝合等技巧,表现更为多样化。另有一种固体水彩,状似化妆品,使用时只要把笔沾水再沾颜料即可使用,非常方便。

由于水彩单价稍高,用来书写字体感觉浪费了些,广告颜料是另一选择,价格便宜效果也很棒。

广告颜料

初学平面设计者,一定由使用广告颜料开始其基础训练。广告颜料的价格较其它颜料来

得便宜,加上色彩鲜明、不透明,所以适合于字体书写及大块面的涂刷。使用时,对于水份和颜料的比列,需要控制得宜。颜料太稀,饱和度便差,海报的底色便会露出来;颜料太浓,运笔滞塞,容易留下毛边及笔触。

广告颜料在干燥以后,彩度会稍稍降低,所以作品要求较高时,可先将色差计算在内。

墨汁

众颜料里,就属墨汁最为划算。墨汁价格便宜、使用方便、最适合初学者使用。

墨汁可直接用于黑色的作图,由于浓淡适中,可省去调色麻烦,充分符合 POP 的高度机动性。

彩色墨水

顾名思义——彩色墨水即为有各种颜色的墨水。因为是墨水,所以没有粒子,具备了高彩度及高透明度。彩色墨水虽是水溶性颜料,但是在完全干燥后,却有防水效果。绘制时需由淡而浓,由浅而深,这一点要特别注意。



•图①水彩、图②广告颜料、图③墨汁、图④彩色墨水

E 特殊材料

在制作立体 POP 时, 也可以利用身旁的各种小物件, 如各种花色的碎布、不织布、线料、亮片、缎带、假眼睛、保丽龙球、回纹针、铃铛等。这样所做出来的 POP 作品, 不仅令人感觉温馨可爱, 更富独特风格。

平常养成收集如各类钮扣、彩色珠子等小东西的习惯,有朝一日,它们可能就会小物大用。



● 特殊材料——亮片、绳结、假眼睛、回纹针、铃当、钮扣、弹簧等



第3章 立体POP构成要素

- ☐ A 文字
- ☐ B 立体造型
- ☐ C 版面
- ☐ D 插图
- ☐ E 装饰
- ☐ F 编排组合