

创意营销·手绘POP

主编 陆红阳 喻湘龙 编著 黄仁明

百货



广西美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

手绘POP. 百货/陆红阳, 喻湘龙主编. —南宁: 广西美术出版社, 2005.7

(创意营销)

ISBN 7-80674-176-3

I. 手... II. ①陆... ②喻... III. 百货商店—商业广告—宣传画—技法(美术) IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第079657号

本册作品提供:

张 静 巩姝姗 陈 晨 邓海莲 亢 琳 陈夏娣 王雯雯 罗 莎 苏羽凌 梁丽英
黄 团 韦宁立 张 洁 莫 凡 郭 妮 古佳永 周 毅 方元辉 张文慧 陈顺兰
马尔娜 陈 旭 胡 瑾 韦禄橙 廖昆阳 阳宝方 闫 玮 黄 暄 樊海鹰 李 阳
周庭英 韦 燕 韦竞翔 李果园 李 说 韦 琳 高 璇 甘伶伶 韦艳芳 刘 畅
吕敏桦 张 琨 陆 超 陈雪春 钱 康 卢德梅 张宁莉 蒋 婷 陈成华 周 晗
初大伟 熊燕飞 龙 毅 何冬兰 何 莎 钟绮霓 罗人宾 姚 熙 陈建勋

创意营销·手绘POP 百货

顾 问 / 柒万里 黄文宪 汤晓山 白 瑾
主 编 / 喻湘龙 陆红阳
编 委 / 陆红阳 喻湘龙 黄江鸣 黄卢健 叶颜妮 黄仁明
利 江 方如意 梁新建 周锦秋 袁筱蓉 陈建勋
熊燕飞 周 洁 游 力 张 静 邓海莲 陈 晨
巩姝姗 亢 琳 李 娟

出 版 人 / 伍先华

终 审 / 黄宗湖

本册编著 / 黄仁明

图书策划 / 姚震西 杨 诚 钟艺兵

责任美编 / 陈先卓

责任文编 / 符 蓉

装帧设计 / 阿 卓

责任校对 / 欧阳耀地 陈宇虹 刘燕萍

审 读 / 林柳源

出 版 / 广西美术出版社

地 址 / 南宁市望园路9号

邮 编 / 530022

发 行 / 全国新华书店

制 版 / 广西雅昌彩色印刷有限公司

印 刷 / 深圳雅昌彩色印刷有限公司

版 次 / 2005年8月第1版

印 次 / 2006年5月第2次印刷

开 本 / 889 × 1194 1/16

印 张 / 6

书 号 / ISBN 7-80674-176-3/J · 481

定 价 / 35.00元

CHUANGYI YINGXIAO · SHOUHUI POP

创意营销 · 手绘 pop

百货

BAIHUO

主编

陆红阳 喻湘龙

编著

黄仁明



广西美术出版社

目录

 百货营销(美容)POP

 百货营销(医药)POP

 百货营销(服饰)POP

 百货营销(文体)POP

 百货营销(综合)POP



20世纪50年代，自选商店在美国迅速取代了传统的杂货店。自选时代的到来，市场竞争日趋激烈，社会销售观念从传统的以生产者为中心的“卖方市场”转变为以消费者为中心的“买方市场”，在这样的市场竞争白热化的背景下，广告宣传活动也相应得以发展、勃兴和完善。

超级自选商场的出现，加剧了商品的竞争，商家为了迎合和方便消费者，不惜采取各种各样的广告促销手段。“POP”作为“销售点”、“卖场”的广告正是适应了这种新的形势而成为销售策略中的一种强有力的形式。

在整个广告活动过程中，能够在销售场所中与商品结合在一起，凭借自身的强烈色彩、优美的图案、诙谐幽默的构思等特点，直接激发消费者购物欲望，并且能使消费者产生购买行动的是我们今天称之为“POP”的销售点广告。

作为销售点广告的POP形式有很多，而销售场所中最直接、最有效的是手绘POP的广告形式，本册将重点介绍在百货超市中的手绘POP。

在超级市场中，日用百货类的商品与人们的生活息息相关，产品的种类也是琳琅满目，就是同种产品都会有诸多不同的厂家牌子，它们同置于一处，任消费者自行选择。除了依靠产品的包装、价格等诸多因素共同作用使消费者产生购买动机以外，POP广告作为一个“沉默的推销员”也起到了至关重要的作用。

生活日用百货是人们生活的必需用品，设计者在设计此类商品的POP广告时，应充分了解商品的特点及商家的销售策略，同时对同类竞争的商品加以观察与研究，然后按照个人独特的构思，用最直接的艺术语言把商品最具诱惑力的信息表达出来。此类POP广告应第一考虑的是在销售场所的环境下，站在一个消费者的角度去构思，将视觉的感受放在第一位。

服装类POP应充分了解此品牌服装的内在个性与品位及所面对的消费人群，在设计风格上与该品牌服装的市场定位及品位与个性相统一，这样既有利于宣传该品牌形象，又能更好地达到销售服务的目的。

化妆品POP广告应注意其自身的特点，运用时尚的色彩、简洁而高贵的字体，通过简洁的构图传达化妆品时尚的特点。体育用品POP广告可通过幽默的插图、强烈的色彩来传达体育用品的特色，从而更好地达到销售的目的。

“所谓好的广告，不是广告本身能引起注意就算好的，而是为了卖东西。”最后以戴维·奥格尔维说过的话来结束本文。是为序。



百货营销

美容

POP



温暖的色彩搭配，突出了主题。



字体设计很有特点哦!



画面的字体、构图都非常得体、专业。

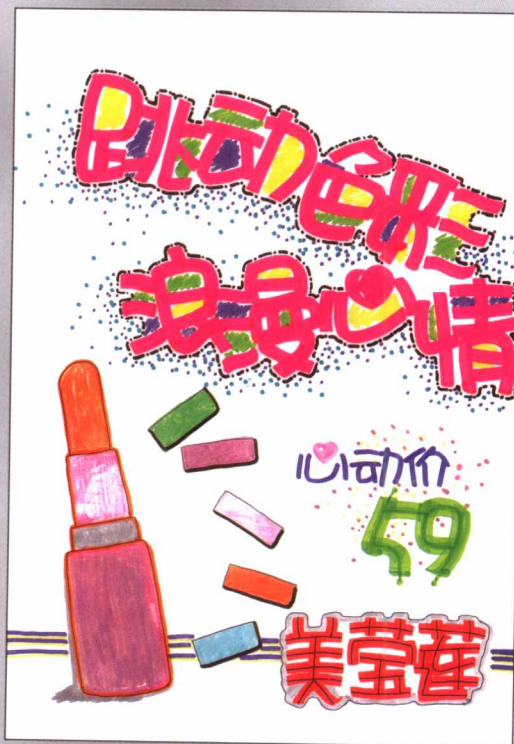




清新的色彩，清新的感觉。



“错”字的夸张效果不错。





不用插图，同样是非常精彩的作品。



香水的味道弥漫了整个空间。







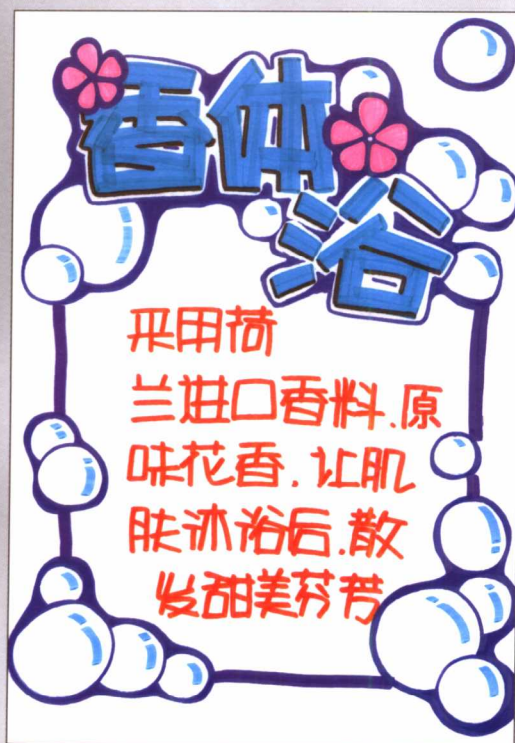
清新、自然的风格一目了然。



绿色的线框让画面整体了。



色彩的搭配颇具时尚感。



香味四溢的“香体浴”。



很有特点的装饰。



色块和点的应用使画面大气醒目。



格调清新自然。



色彩渲染了主题。

