

P O P 广 告 设 计 教 程

pop广告

实用设计范例

+ Practical Examples
Point of Purchase Advertising

林华 张伟明 编著

清华大学美术学院教学方案实录

- > 九大造型方法与制作范例
- > 市场营销与POP设计方案
- > 学生POP广告作品精选范例

湖北长江出版集团

湖北美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

POP广告实用设计范例/林华, 张伟明 编著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2007.4

(POP广告设计教程)

ISBN 978-7-5394-1995-4

I .P...

II. ①林...②张...

III. 广告—宣传画—设计—教材

IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第047801号

丛书策划 / 韦 冰

责任编辑 / 韦 冰

技术编辑 / 李国新

封面设计 / 汪 涛



POP 广告实用设计范例

© 林华 张伟明 编著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市洪山区雄楚大街268号

电 话: (027) 87679520 87679521 87679522

传 真: (027) 87679523

邮政编码: 430070

H T T P: www.hbapress.com.cn

E-mail: fxg@hbapress.com.cn

印 刷: 武汉三川印务有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 6.25

印 数: 4000册

版 次: 2007年4月第1版

2007年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5394-1995-4

本册定价: 36.00元

原量造型法



所谓原量造型法，是指在一块基本的造型材料之内，既不增加也不减少原有造型材料的基础上，进行POP广告造型设计的方法。原量造型法的优点在于比较节省纸张，但是这种方法在造型过程中所受到的限制较大，其造型难度就相应地较大，因为没有别的形态可以辅助参与这种造型。但是如果设计得好，原量造型法效果也十分独特。

减量造型法



所谓减量造型法，是指在原有基本造型单元材料上面进行裁减，去掉多余的部分，实现POP广告造型设计的方法。减量造型法与原量造型法既接近又有不相同之处；接近的地方在于也是在一个基本的单元内造型，基本上不增加另外的形态；不同之处在于，这种方法要在原来的基本形态上剪掉部分形态来进行造型，或者把被剪下来的形态用来与原有的形态进行再组合。

增量造型法



所谓增量造型法，是指在一块基本的造型材料单元之外又增加部分形态，并与原有的造型单元加以组合后实现POP广告造型设计的方法。这是一种比较常用的POP广告的造型方法，这种方法的特点是在造型过程中可以不受限制，可以比较随意地增减形态，比较容易出效果。

单板伫立法



这种方法，是借用立体构成造型方法中的一种叫做体的单板伫立造型的方法来进行POP广告的立体结构设计，进而可以创造出美的、结构新颖的、立体的POP广告。其具体方法是，首先选择一个与使用目的相近的单元板材，运用切割、弯曲、折叠、插接、支撑和固定等方法进行立体POP广告的造型设计。随着不断地变化组合单板伫立造型的方法可以塑造出许多形态变化丰富的立体空间。

这种方法的特点是基本上不用胶水和其他的粘结剂来粘接形态，而是采用结构之间的力的关系来相互支撑，形态的变化比较丰富。用这种方法设计的POP广告，一般在包装箱中可以放平，在运输的过程中不太占空间，到达使用的现场再把平放的POP广告推开，还原成立体的POP广告。

翻转借位法



翻转借位法是形态借位的一种造型方法。一般情况下，对于一个形态来说，只要有一个形出现，就会同时存在一个与之相反的形。我们一般把先出现的这个形称之为正形而把与之同时出现的那个形称为负形。

在进行POP广告设计时，有的时候我们只用正形，而把负形扔掉不用；有的时候只用负形而把正形扔掉不用。但是有的时候在进行POP广告设计时，我们是既用正形也用负形，但是在使用时可能要把正、负形错开或者翻转使用。当一个正形和一个负形同时使用的时候，两个形之间就会产生相互借位的、类似形和影共存的效果。因此翻转借位法，是我们在进行立体造型设计和POP广告设计的时候经常使用的方法之一。

单形插接法



单形插接法是立体构成中的一种造型方法，首先选择一个基本单元形，或者设计一个基本形，然后在这个单元形上做一些切割或切口，利用切口将不同的形相互插接，形成一个组合立体造型。

单形插接法的优点在于其基本形简单，可以重复使用，组合之前的体积小，不占空间，运输方便。另外，单形插接造型方法的每一个单元形的正面和背面都可以用于平面设计和展示，组合以后的POP广告立体形态的形与形之间遮挡的面积小，组合的立体造型效果更丰富，变化也较大。

单板分解重构法



这种方法，是借用立体构成造型方法中的一种叫做体的单板分解重构造型的方法来进行POP广告的立体结构设计，其方法是，首先选择一个有一定比例和基本形的板材，在此形上根据POP广告造型和结构的需要，切割出数个形态，然后，运用弯曲、折叠、翻转、错位，并利用切缝进行插接、组合，形成一个全新的POP广告形态。

单板分解重构造型方法与单板伫立造型方法的关系是，二者都是运用弯曲、折叠、翻转、错位，并利用切缝进行插接的方法来进行POP广告组合的。但是区别在于，单板分解重构造型的方法是先将基本单元形态分解成为不同的形态和部分，然后再回来与原来形态切割剩余的部分进行重新组合，构成新的形态。这种方法比较适合于设计和制作大型的POP展架和展示空间。

体的分解重构法



这种方法，也是借用立体构成造型方法中的一种叫做体的分解重构造型的方法来进行POP广告的立体结构设计。其具体方法是：首先选择一个适当比例和形态的几何形体，然后，在这一立体上，根据所设计的POP广告造型上的需要，进行体的切割和分解，并将分解后的立体运用移位、旋转、叠置、镶砌等方法，进行造型组合，产生了一组全新的立体空间群。

这种造型方法与单板分解重构法有些相同，它们之间的最大区别就是材料的厚度和基本形的形态。单板分解重构法的基本形都是板材，而体的分解重构法的基本形体可以是立方体、长方体、圆柱体和圆球体。

运用这种方法，可以创造出具有时代特色的现代化立体空间。这种方法同样比较适合于设计和制作大型的POP广告的舞台、展架和展示空间。

综合造型法



所谓综合造型法就是将前八种造型方法综合运用，进而实现POP广告设计和造型的方法。上述八种POP广告的造型方法不只是仅用于某一种POP广告的设计，它同时可以适用于多种形式的POP广告的造型设计。例如：悬挂式POP广告、价目卡POP广告、展示卡POP广告、与商品结合式POP广告以及大型台、架式POP广告的造型设计。将这八种方法分别组合，并结合POP广告的分类和功能，进而可以创造出许许多多的形态新颖、别致、精美的POP广告作品来。

=> 九大造型方法与制作范例

☐原量造型法/1

☐减量造型法/1

☐增量造型法/1

☐单板伫立法/2

☐翻转借位法/2

☐单形插接法/3

☐单板分解重构法/3

☐体的分解重构法/4

☐综合造型法/4

=> 市场营销调查与POP设计方案

☐电子产品类/6

☐食品类/12

☐饮品类/30

☐日化用品类/48

☐文化用品类/59

=> 学生POP广告作品精选范例

☐电子产品类/64

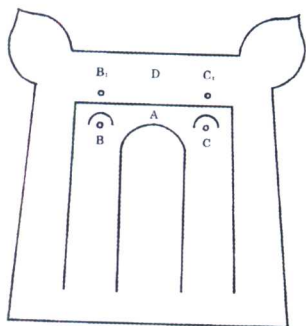
☐食品类/66

☐饮品类/84

☐日化用品类/93

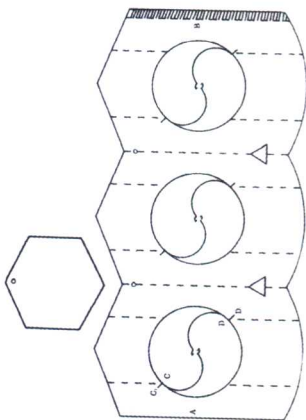
1. 原量造型法

所谓原量造型是指在既不增加也不减少原有造型材料的基础上, 进行悬挂式 POP 广告造型的方法。



原量造型法广告制作平面图:

将 A 形向下做 360 度翻转, 用一根丝分别穿过孔 $B B_1$ 、孔 $C C_1$, 将 A 形与 D 形锁定成型。



2. 减量造型法

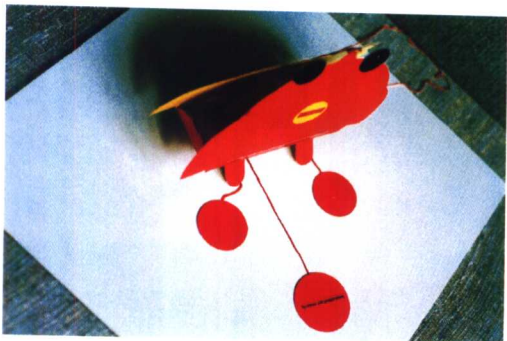
所谓减量造型法, 是指在原有造型材料上进行裁减, 去掉多余的部分, 实现 POP 广告造型的方法。

减量造型法广告制作平面图:

此图形为大韩航空公司的一则悬挂式 POP 广告设计。将图形按彩图的样子, 沿各折线弯折, 并将 A、B 两处粘接, 再将太极图形的形 C 插于切口 C_1 处, 将形 D 插于切口 D_1 处, 其他形以此类推。最后用一根彩色丝绳与形 E 相连接, 进而完成制作。

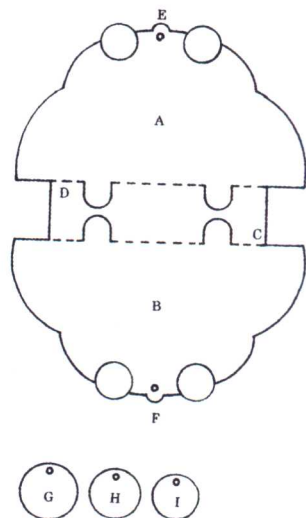
3. 增量造型法

所谓增量造型法, 是指在原有造型材料之外增加部分形态, 以实现 POP 广告造型的方法。



增量造型法广告制作平面图:

将 A、B 二形分别沿折线 C、D 向内折叠, 用丝绳穿过孔 E、F 将 A、B 二形锁定, 再将 G、H、J 三个圆形用线绳吊于主体下方而成型。



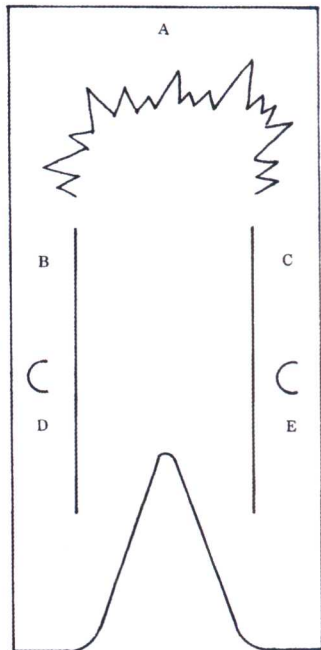
4. 单板伫立法

这种方法，是借用立体构成中的一种体的造型方法进行立体结构设计，创造出美的、结构新颖的 POP 广告。具体方法是，首先选择一个与使用目的相近的单元板材，运用切割、折叠、翻转、借位、插接、支撑等方法进行 POP 广告设计。



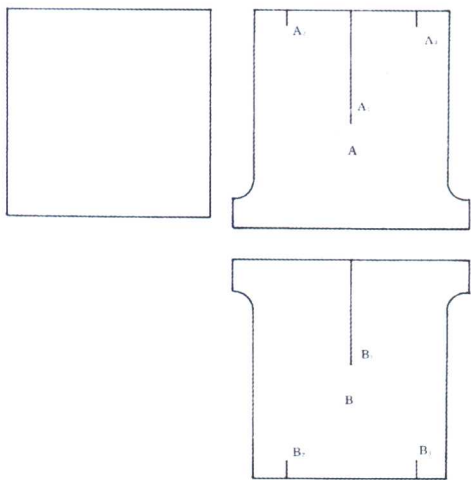
单板伫立法广告制作平面图：

这是一则韩国跳跳糖的 POP 价目展示卡设计。首先将 A 形向下弯折，使爆炸形图案显出，再将 B、C 二形向上方提起，然后将 D、E 二形相互挂接，将整个形态锁定而成型。



5. 翻转借位法

翻转借位方法是形态借位的一种造型方法。一般情况下，对于一个形态来说，只要有一个形出现，就会同时存在一个与之相反的形。我们一般把先出现的这个形称之为正形而把与之同时出现的那个形称为负形。



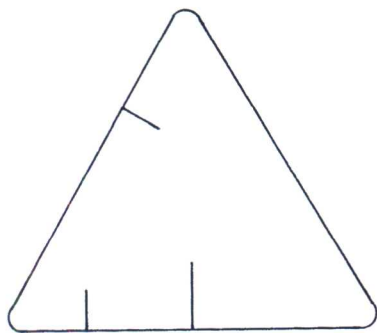
翻转借位法广告制作平面图：

首先将 A 形沿折线 A_1A_2 做 90 度折叠，同时将 B 形沿折线 B_1B_2 也做 90 度折叠，然后将 C 形取下，利用切口将形固定在折线 A_2 处，并用 C 形的顶尖插入 B 形的切口 B_3 中，便可以形成如彩图那样的 POP 广告。



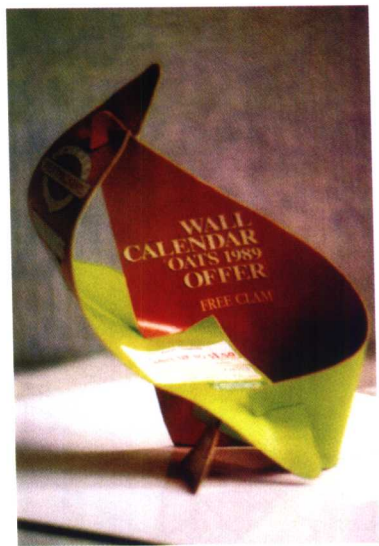
6. 单形插接法

这个方法也是立体构成中体的造型方法的一种。首先选择一个形态（抽象形态具象形态均可），在这个形态上绘写文字或图案，然后根据造型需要切口，再利用切口进行插接组合，创造一个新的立体的 POP 广告形态。



单形插接法广告制作平面图：

按彩图所示，将两个相同的大三角形翻转，并按切口位置插接固定成形，再用一个小三角形插在其中一个大三角形底部，达到整体的平衡和支撑。



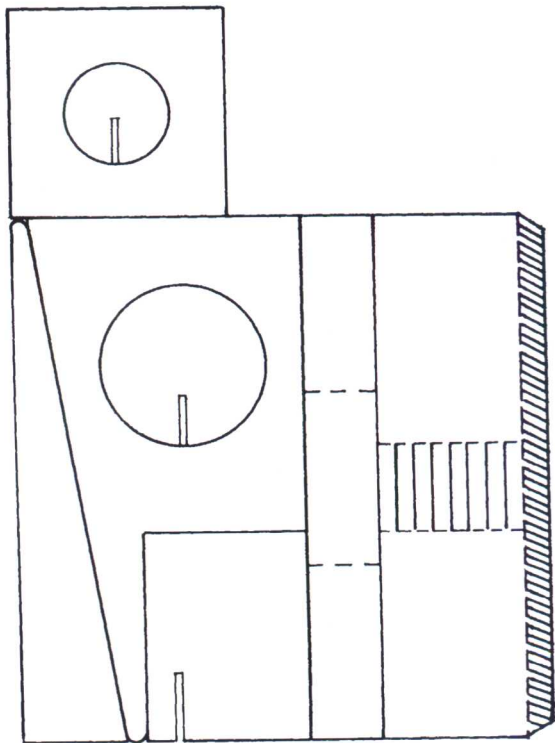
7. 单板分解重构法

首先选择一个有一定比例和基本形的板材，在此形上根据造型需要，切割出数个形态，然后，运用弯曲、折叠、翻转、错位等方法，并利用切缝进行插接、组合，形成一个全新的 POP 广告形态。



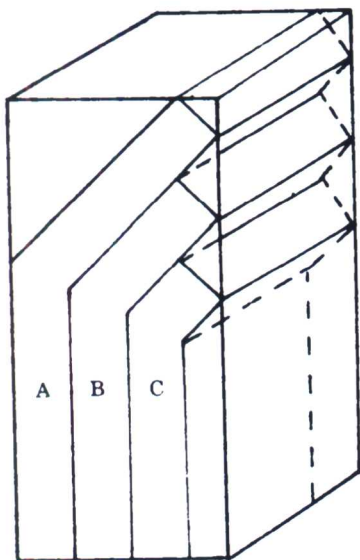
单板分解重构法广告制作平面图：

是用单板分解重构法形成的大型 POP 展示空间，这是一种十分有效的进行创造性立体空间设计的造型方法，在平面上根据预先大致想好的一些形态分割这一平面，然后用切下之形根据展示空间的需要进行创造性组合，形成一个形态和比例合理的空间分割。当你掌握了这种方法之后，可以基本上不用寻找参考资料，就可以进行创造性的大型 POP 展示空间设计。读者可以结合制作平面和彩图来研习和掌握这一造型方法。



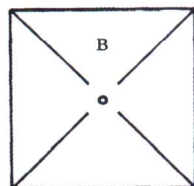
8. 体的分解重构法

首先选择一个适当比例和形态的几何形体，然后在这一立体上，根据造型的需要切割分解，并将分解后的立体运用移位、旋转、叠置、镶嵌等方法，进行组合造型，其结果产生了一组全新的立体空间群。



体的分解重构法广告制作平面图：

将长方体按图分解成A、B、C三个立体，将A形倒置放在中间，再将B、C二形倒置分别固定在A形的左右，形成一个十分新颖的大型立地式POP展台。



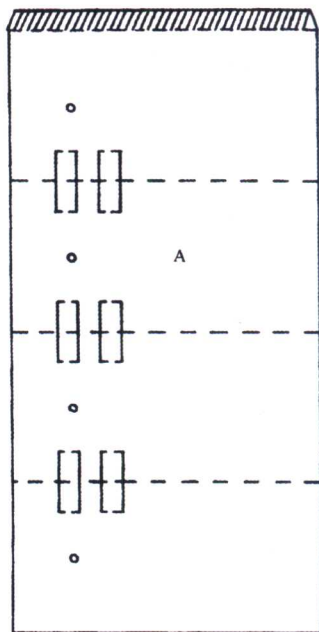
9. 综合造型法

所谓综合造型法就是将前八种造型方法综合运用，进而实现 POP 广告设计和造型的方法。



综合造型法广告制作平面图：

此图是一个利用民间传统纸风车进行设计制作的POP广告。首先按彩图所示，将B形制成4个纸风车，再将A形沿各折线折叠，粘接成立方体，并将转折处的长方条形推入立方体内，用两根细竹棍将4个风车与立方体连接固定，最后成型。



市场调查

调查对象: 飞利浦球型灯泡

型号: 169075

规格: 25W (瓦) 230V (伏) 磨砂 螺口

性能特点: 使用寿命长, 光线柔和, 体积小巧, 精致美观, 绿色环保。

灯具是每个家庭日常生活的必需品。由于照明设备在更换时比较麻烦, 所以用户在购买照明用品时往往更注重其耐用性, 价格则成了次要考虑对象。除此以外, 照明亮度、光线舒适度、色度, 也成为重要参考标准。甚至在一些发达国家, 环保性能也成为影响顾客购买的因素。

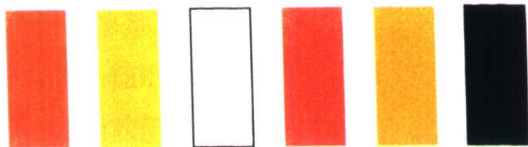
飞利浦灯泡长久以来一直以其优越的性能受到众多用户的青睐。



实物照片

市场调查报告

标准色:



标志:



标准字体:

PHILIPS

飞利浦

**25
瓦**

产品说明: 灯体采用特殊设计, 为延长寿命使用双螺旋钨丝, 提高照明效率。内置保险丝, 安全可靠。铝质灯头, 安全防锈, 方便更换。

POP 设计说明

照明设备对于美化家居生活起着重要的作用。因此在人们越来越重视生活品质、品味的同时, 市场上的灯具样式和种类日益繁多, 对照明产品的各项指标 (包括体积、形状、色温等) 提出了更高的要求。为了适应不断增长的要求, 照明设备的生产厂家不断地对其产品进行修改, 推出了各种不同规格的灯泡。

在众多同类产品竞争激烈的环境下, 飞利浦灯泡在保证其产品质量的同时, 应以积极的市场营销为手段, 采取合理有效的促销方式, 促进消费者的购买欲望, 从而占有更大的市场份额。



材料: 采用 250g 铜板纸, 覆光膜, 单面四色印刷。使用常见的纸张和印刷方式, 大大降低制作成本, 适用于低成本的小商品。

色彩: 以黑色、桔色、黄色、白色为基础。黄色和桔色代表温暖而明亮的灯光, 使人感到明快舒心, 加入的黑色起到平衡作用, 使色彩更立体。

结构: 采用商品结合式, 以折叠、穿插、组合为方式的立体展架。易于平板运输, 可现场拼装。



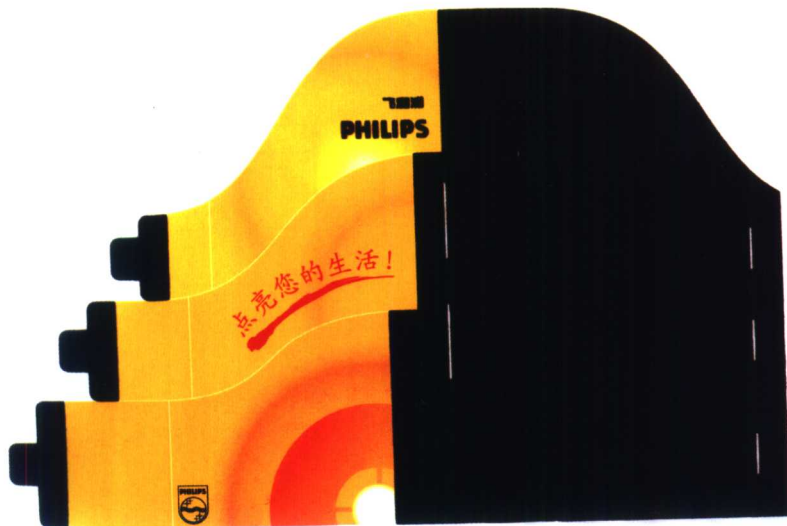
展架式设计图

采用与商品结合的组合式结构。左边采用三层交错式结构，配以流畅的弧线设计。为了突出白色的磨砂灯泡，右边的展架采用了以黑色为主的色调。

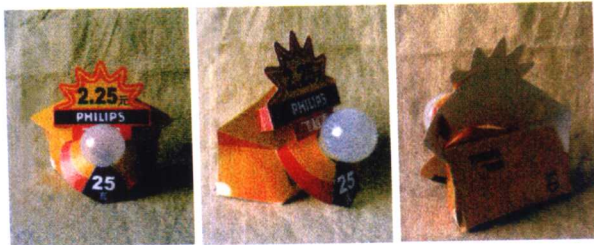
POP 设计图



展架式设计 1 —— 纸型结构图



展架式设计 1 —— 平面效果图



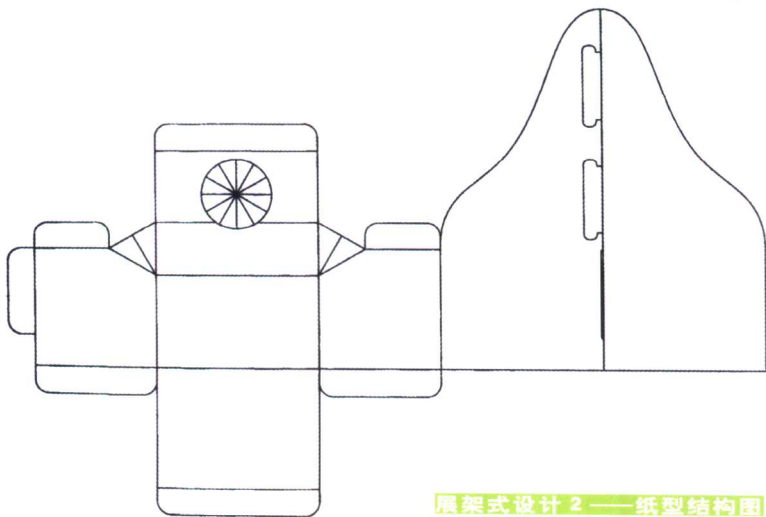
价目卡设计图

价目卡采用了最常用的爆炸式形状，做成了太阳升起的样子。商品结合式展架做成可爱的小屋形状，使人感到亲切而有趣味。

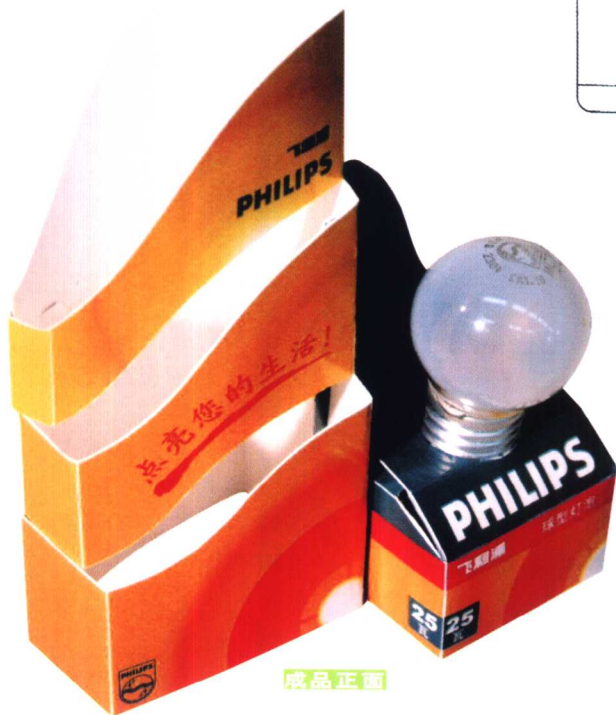


悬挂式设计图

采用多面体结构，使用了形象的灯泡图形，使顾客从各个角度都可以清楚地进行识别。



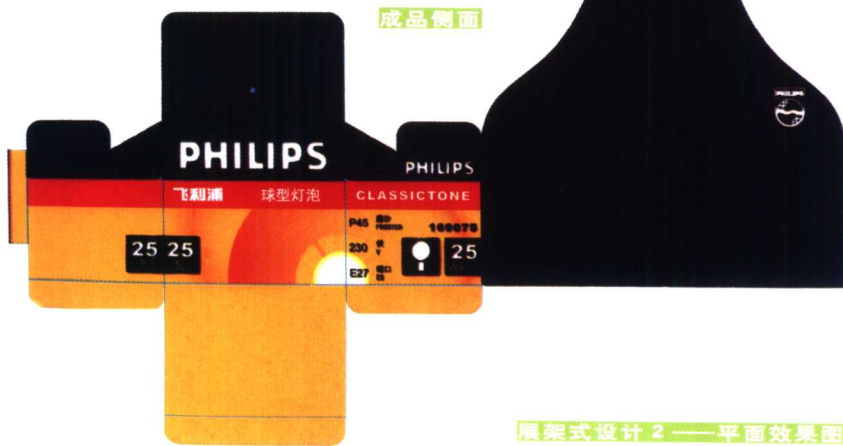
展架式设计 2 —— 纸型结构图



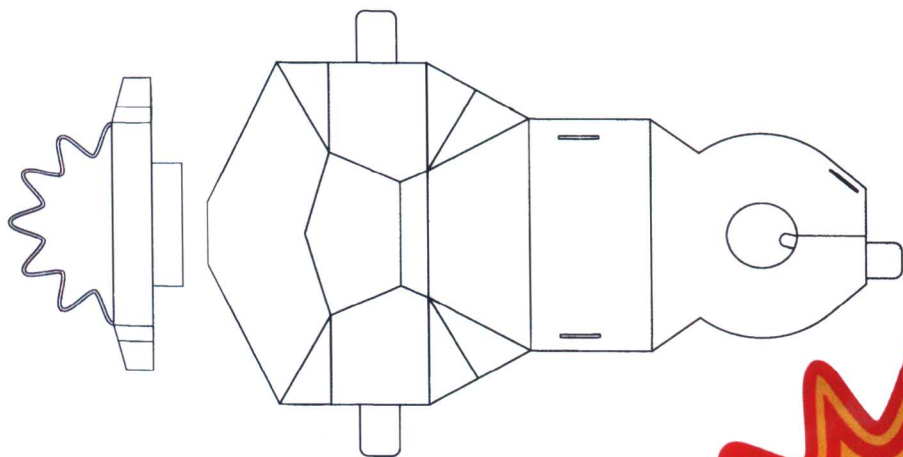
成品正面



成品侧面



展架式设计 2 —— 平面效果图



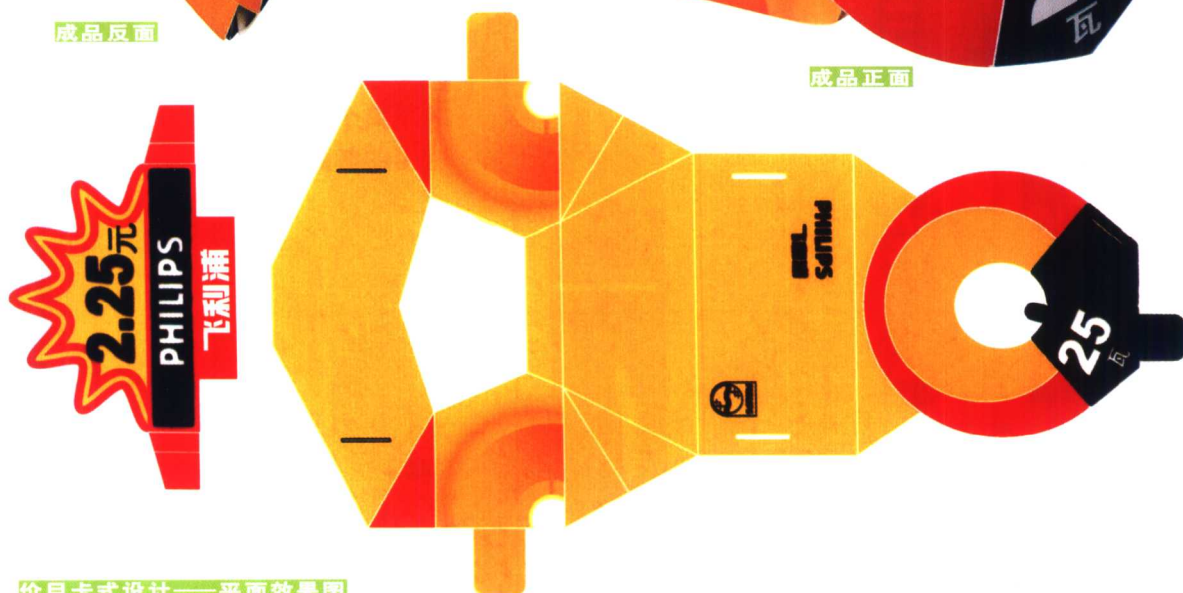
价目卡式设计——纸型结构图



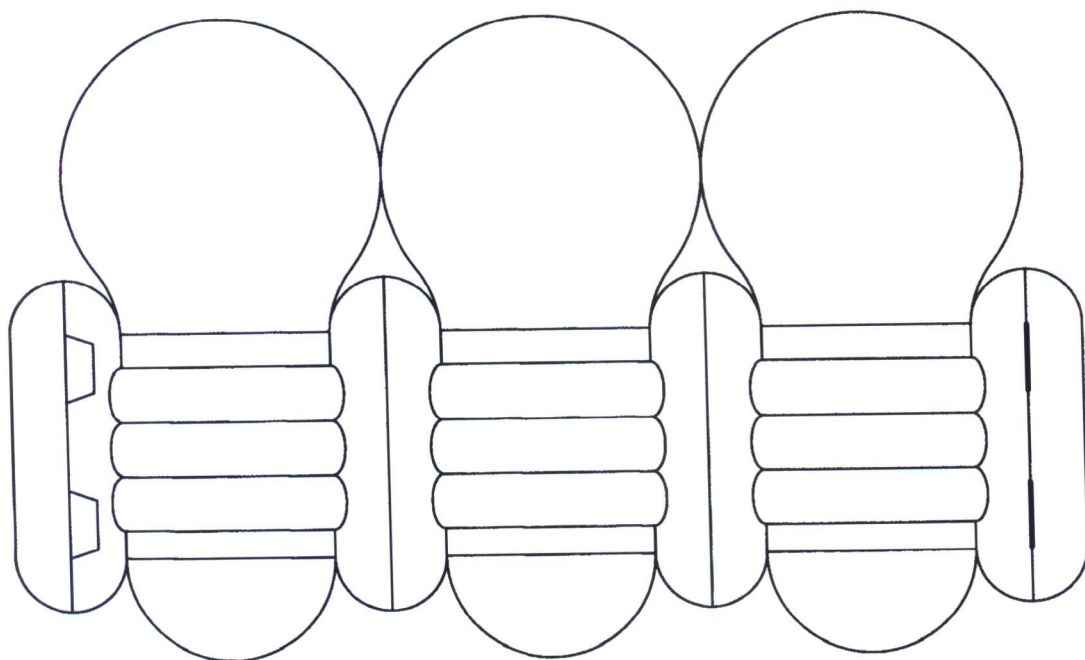
成品反面



成品正面



价目卡式设计——平面效果图



悬挂式设计——纸型结构图

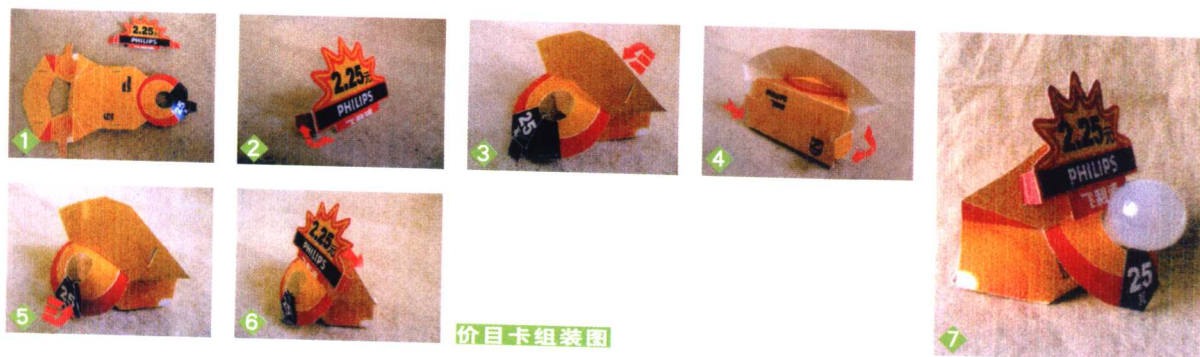


悬挂式设计——平面效果图

POP使用说明



展架组装图



价目卡组装图



悬挂式组装图



悬挂式设计成品在各超市使用效果

市场调查

食品名称: 好丽友 蘑菇力 (巧克力小饼干)

食品价格: 3.20 元

销售对象: 大众群体 (3 岁以上儿童偏多)

设计方案

◆设计特点: 活泼可爱, 富有童趣。

结构设计

◆悬挂式: 利用食品包装上面的卡通形象 (蘑菇形的卡通头部) 作为设计元素, 结构有厚度感。

◆展示卡: 将蘑菇状的饼干外形和蘑菇形的卡通头部相结合, 由柱体连接使二者结合在一起, 做一款小型伫立式的展示卡。

◆与商品结合式: 对开启后的此食品的包装盒进行结构变化, 能够更好地使商品适置于其中, 结构力求简洁, 不乏曲直的变化。

平面设计

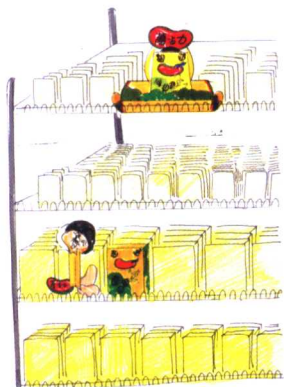
◆突出活泼可爱与童趣的设计特点。

◆恰当地使用此食品包装上的图案、标志及颜色。特别是在与商品结合式的立体 POP 的平面设计中, 使图案与结构相结合, 而且注意了结构内部的图案与颜色。

◆整体气氛活跃。



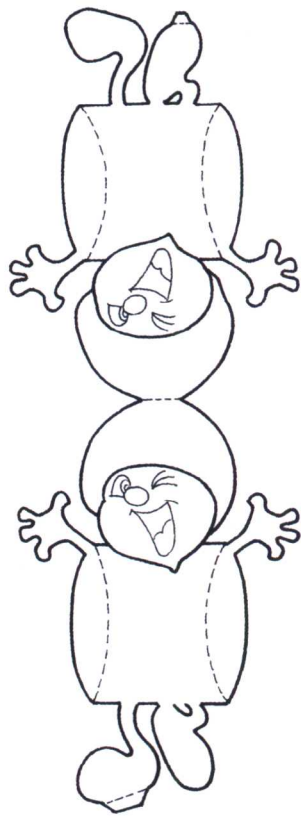
悬挂式 POP 广告立体效果图



POP 广告使用方式现场效果图



悬挂式 POP 广告平面展开图



悬挂式 POP 广告平面展开制作图