

吴雅慧 王梅心 李 勇 / 编

★ 画POP

海报一本通

情侣包厢 8 折
还送果盘、玫瑰、
巧克力



福建美术出版社

吴雅慧 王梅心 李 勇 / 编

大画POP

海报一本通

 福建美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

海报一本通/吴雅慧, 王梅心, 李勇编. —福州: 福建美术出版社,
2008. 2

ISBN 978-7-5393-1909-4

I. 海… II. ①吴…②王…③李… III. 广告—宣传画—设计 IV. J524. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第016528号

大画POP·海报一本通

作 者: 吴雅慧 王梅心 李 勇

责任编辑: 陈 艳

装帧设计: 陈 艳

e-mail: from_now@126.com

出版发行: 福建美术出版社

印 刷: 福建金盾彩色印刷有限公司

开 本: 787×1092mm 1/16

印 张: 5.5

版 次: 2008年2月第1版第1次印刷

印 数: 0001-3800

书 号: ISBN 978-7-5393-1909-4

定 价: 29.80元

第一章 基础知识 05

POP广告的概念	05
POP广告产生的原因	07
POP广告的作用	08
手绘POP广告简介	09

第二章 手绘POP工具介绍 10

硬笔类工具	10
软笔类工具	13
辅助工具	13
手绘POP用纸及工作台面的布置	14

第三章 手绘POP海报要素 16

版面编排	16
主标题	20
副标题	20
说明文	20
手绘POP字体	21
手绘POP插图	22
框饰	24

第四章 手绘POP海报制作流程示范 25

白底POP海报设计制作详细流程	25
色底POP海报设计制作详细流程	30

第五章 手绘POP海报范图附录 32



吴雅慧



王梅心



李勇

第一章 基础知识

1. POP广告的概念

POP广告的POP三个字母,是英文POINT OF PURCHASE的缩写,POINT是“点”的意思,PURCHASE是“购买”的意思,POINT OF PURCHASE即“购买点”。POP广告的具体含义就是在购买地点出现的广告,简称“购买点广告”,或POP广告。POP广告是在一般广告形式的基础上发展起来的一种新型的商业广告形式。具体讲,POP广告是在有利的时间和有效的位置上,宣传商品,吸引顾客、引导顾客了解商品内容或商业性事件,从而引导顾客产生参与动机及购买欲望的商业广告。

POP广告的概念有广义的和狭义的两种。广义的POP广告的概念是指凡在商业空间的周围、内部以及在商品陈列的地方所设置的广告物,都属于POP广告。如:商店的牌匾,店面的装饰和橱窗,店外悬挂的充气广告,条幅,商店内部的装饰、陈设、招贴广告、服务指示、店内发放的广告刊物、进行的广

图 01





图 02

告表演以及广播、录像、电子广告牌、广告等。狭义的POP广告概念，指购买场所和零售店内部设置的展销专柜以及在商品周围悬挂、摆放与陈设的可以促进商品销售的广告媒体。

POP广告起源于美国的超级市场和自助商店里的店头广告。1939年，美国POP广告协会正式成立后，POP广告获得正式的地位。上世纪30年代以后，POP广告在超级市场，连锁店等自助式商店频繁出现，于是逐渐为商界所重视。上世纪60年代以后，超级市场这种自助式销售方式由美国逐渐扩展到世界各地，POP广告也随之走向世界各地，POP广告只是一个称谓，但是就其形式来看，在我国古代，酒店外面挂的酒



图 03



图 04



图 05

葫芦、酒旗，饭店外面挂的幌子，客栈外面悬挂的幡帜，都可谓POP广告的鼻祖。POP广告具有新产品告知、唤起消费者购买意识、取代售货员、创造销售气氛、提升企业形象的功能，适用性比较强。

POP广告型式多样，凡在商店建筑内外，所有能帮助促销的广告物，或提供有关商品情报、服务、指示、引导等标示，都可以称为POP广告。商场外悬挂着的标语，以友好姿态向您提供商品信息，引人注目；商品橱窗、色彩鲜艳的广告塔和指示牌将引导你进入商店，商店里那纵横交错的绳子上飘动着一排排具有醒目目标、牌名和商品形象的吊旗，那货架上闪烁着柔和光芒的灯箱都能为你选择商品提供帮助（图 01）。

进入卖场，展现在眼前的墙上、橱窗上张贴着的精美招贴，身边的售货员微笑热情为你介绍商品，并赠送一份宣传卡，帮助你认识商品，领略使用商品后的风采……这铺天盖地、多种多样的广告，让你置身其间，目不暇接，受到一次次视觉冲击，成为购买前最后的广告（图 02—05）。

也许你是根据报纸、电视广告的信息而来，也许你毫无思想准备来逛商店，POP将帮助和促使你下决心购买商品，当买到商品后，又会得到一个购物袋，让你带出商店，作为流动广告。

作为整个宣传空间，POP是一个很大的立体设计，它应分门别类，讲究宣传的整体性，更具强大的感染力，给人留下深刻的印象。POP在商店环境中的整体布置应整齐、美观，而对某一件具体的POP设计而言，它又应是一件小的相对独立的立体或平面设计。它不仅具有形、色、构图、体积等，还可以运用其它手段，使之更优美、有趣，以引发消费者的购买欲望。

2. POP广告产生的原因

由于超级市场的出现，商品直接和顾客见面，大大减少了售货员，节约了商场空间，这不仅加速了商品流通的速度，而且缩减了商业成本，促进了商品经济的繁荣。但碰到的尖锐问题就是如何利用广告宣传，在狭窄的货架、柜台空间、在顾客浏览商品或犹豫不决的时候，恰当地说明商品内容、特征、优点、实惠性、甚至价格、产地、等级等等，吸引顾客视线，触发顾客兴趣，并担当起售货员的角色，使顾客很快地经历瞩目、明白、心动而决定购买的购物心理过程。在这种形势下，POP广告这种新的广告形式就应运而生，它在整个商品销售过程中成了一个“无声的售货员”。

由于POP广告具有很高的经济价值，且其成本不高，所以，它虽起源于超级市场，但同样适合于一些非超级市场的普通商场，甚至于一些小型的商店，也就是说，POP广告对于任何经营形式的商业场所，都



图 06



图 07

如大家在商店里常看到的手绘促销招牌等。

途径之二，如果当POP广告上升到一种对产品及企业形象宣传，并由此来促进销售的时候，POP广告的设计与制作就成了一件极严肃认真的事，这一类型的广告多由企业自己完成。其具体方法可以由企业自己的广告部及专业设计人员来设计完成，或委托专业的广告公司来代理完成。这类广告的质量一般都相当精美，对商品及企业本身也具有相当的针对性，且大批量的生产，并投入与产品销售有关的所有环节，进行大范围、大规模促销活动（图 08）。

当然，由经销商进行的POP广告，也有做得严肃而精美的，特别是一些由商店设计的长期使用的POP广告如橱窗式的POP、门招式的POP等，也是作为专业设计人员应该考虑的范围。一般对于这些要求高的广告，经销商在多数情况下均是委托广告公司设计制作的。

3. POP广告的作用

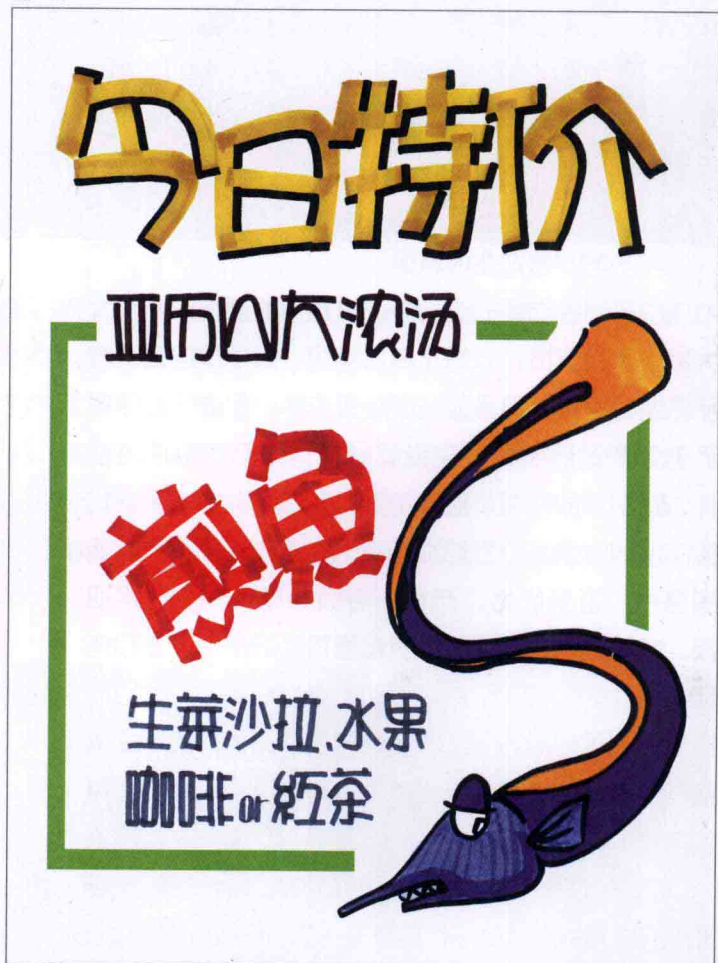
众多学者对消费者的购买行为做过许多研究，得出基本一致的结论：“顾

具有招揽顾客、促销商品的作用，同时，对于企业又具有提高商品形象和企业知名度的作用。

正因为POP广告具有以上两方面的作用，所以POP广告的产生也必然有着两条相应的途径。这对于POP广告的设计者来说，是极其重要的。

途径之一，当POP广告仅仅是用来促进销售的时候，这一途径的广告，多数是由商品经营者，具体地说，多数时候是由商场的营业员或美工来操作完成的，所以一般都较为简单，讲究时效，从而形成了一类手绘的POP形式（图 06），

图 08



客在销售现场的购买中,三分之二左右属非事先计划的随机购买,约三分之一为计划性购买。”而有效的POP广告,能激发顾客的随机购买(或称冲动购买),也能有效地促使计划性购买的顾客果断决策,实现即时即地的购买。不论哪种购买形态,有效的POP广告都要经过以下三个功效层次的递进,完成促销功能的实现。

(1) 吸引路人或消费者

既然在实际购买中有三分之二的人是临时做出购买决策,很显然,零售店的销售与其顾客流量成正比。POP广告促销的第一步就是要引人入店。比如告知卖场内贩卖什么商品,有哪些特色产品或新品上市,又或者正在举行哪些促销活动,POP广告通过营造浓烈的购物气氛,引人进店。特别是在节日来临之际,针对性的富有创意的POP广告更能渲染特定节日的购物气氛,促进关联商品的销售。

(2) 让消费者驻足商品

商品若能产生使顾客驻足详看的力量,其POP广告必须紧紧抓住顾客的兴趣点。通常我们要对商品重要特性进行说明,向顾客提供最新的商品信息,让消费者通过广告能产生购买兴趣。

(3) 达成最终购买

激发顾客最终购买是POP广告的核心功效。为此,必须抓住顾客的关注点和兴奋点。价格是顾客的一大关心点,所以我们常常把促销价格置于醒目位置,诱发顾客的兴奋点,促成购买冲动。

总之,有效的POP广告应具有这样的功效,它时刻都在向过往顾客召唤:“就在这里!就是现在!快买吧!”

4. 手绘POP广告简介

近年来,由于从日本引进店头展示的营销观,店家们开始重视门面的包装,出现大量以纸张绘图告知消费者信息的海报,大量印刷的或是手工绘制的POP海报开始出现,形成了一波流行的潮流,其中最令人侧目的则是手绘POP的兴起。

早期POP手绘海报十分简单,不重视美观,仅在乎告知信息,到最近演变出的一波手绘POP文化,大量的图案及素材活泼地呈现在海报纸上,色彩丰富,引人注目,手绘POP是近年新兴的一项艺术。除在商业上应用外,校园内也逐渐流行起来,社团活动、学会宣传、校际活动通知,无不利用最简单的工具来绘制出五花八门的海报。而手绘海报也由最初的“大字报”式变形为图文并茂的多元化海报(图08、图09)。



图 09

第二章 手绘POP工具介绍

1. 硬笔类工具

(1) 马克笔

马克笔, 又名麦克笔, 其实是英文MARKER的音译, 也就是标记、记号的意思, 所以也叫记号笔。从墨水的性质上看, 分为油性马克笔 (ALCOHOL BASED INK) 和水性马克笔 (WATER BASED INK), 两种笔在

图 10



图 11



图 12





图 13



图 14

POP书写及插图绘制中都很重要，配合使用能达到很好的效果。在购买时可以多看笔杆（图 10），通常上面都有相应标示，如品牌、性质、色号等。油性马克笔通常是以酒精作为溶剂，所以也有的品牌会将其标为酒精性马克笔。最直接区分油性和水性方法的方法是闻气味，油性马克笔有强烈的酒精味，较为刺鼻，而水性的则没什么特殊气味。

市面上销售的水性马克笔笔头一般为斜方头3mm，常常用于书写广告正文等字体较小、文字较多的部分或者用于给POP插图着色。

油性马克笔一般为酒精性的，大小、品牌、型号不等，形式很多，有常见的双头油性斜方头加圆头的双

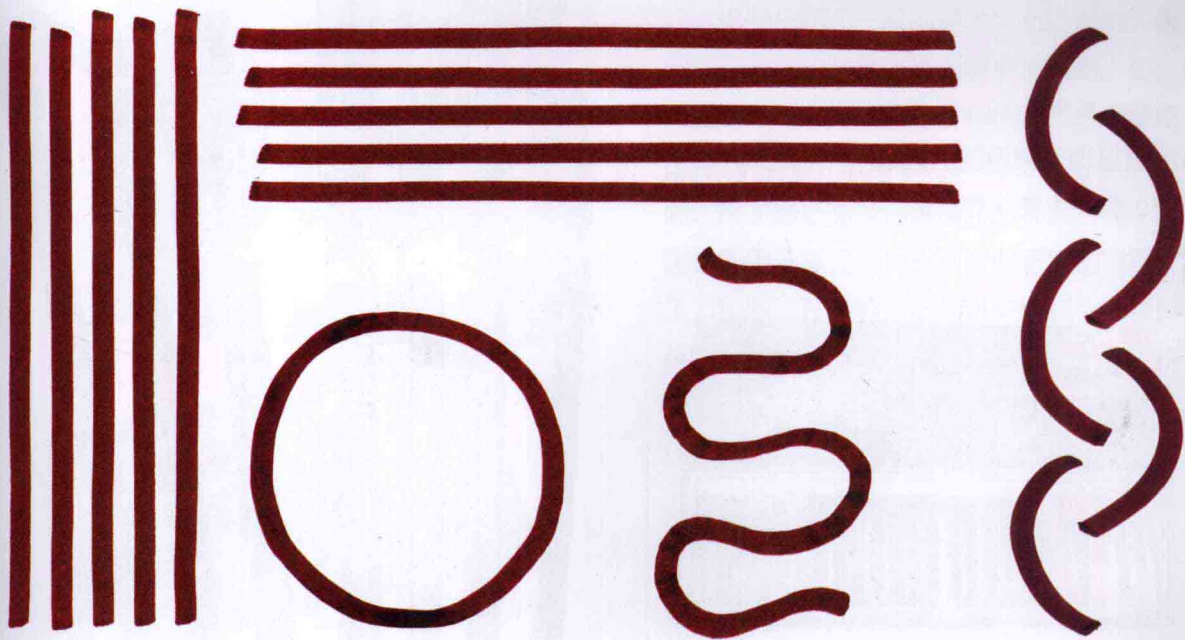


图 15

头马克笔(图 12), 也有粗细圆头结合的双头勾线笔(图 11), 以及我们常常用来写标题的特宽平头的单头笔(图 13、图 14)。

想要对马克笔笔性有很好的掌握, 需要多加练习, 多画长的横竖直线、各式曲线、圆圈等, 特别要注意笔头的旋转、承接(图 15)。

(2) 彩色铅笔

彩色铅笔也分油性和水性两种, 水性彩色铅笔(图 16)可以溶于水, 配合毛笔可以产生理想的渐变效果, 而油性的却不能(图 17), 它们在POP的绘制中经常用到。



图 17



图 16

(3) 蜡笔

蜡笔也是常用的工具之一, 它在纸面划过会产生特殊的肌理。

图 18



图 19

2. 软笔类工具

软笔的种类繁多，常用的有平头水粉笔，圆头水彩笔，以及各式毛笔（图 19）。

平时我们可将毛笔统一插于一个笔筒内，方便使用。软笔通常配合水粉、水彩颜料或墨水使用，其最大的好处就是价格便宜，颜色丰富。另外最好准备一个较大较深的梅花碟，便于调色（图 20）。

平头软笔多用于书写一些方正的字体，而圆头笔以及毛笔多用于书写一些随意性较大的字（图 21）。

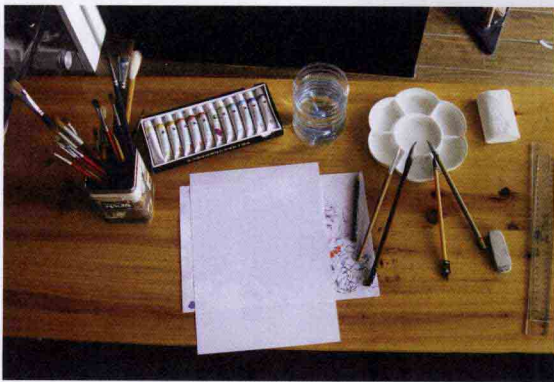


图 20



图 21

3. 辅助工具

还有许多辅助工具也是必不可少的，比如自动铅笔、橡皮、尺子、双面胶、透明胶、美工刀、剪刀、涂改液等，以及装这些工具的美工工具箱（图 22—图 25）。

这些东西在一般的美术用品店都能买到，但是在选择的时候还是有些小技巧的。如，橡皮要选择柔软的，最好是4B的美术专用橡皮，这样的橡皮用起来省力，而且不容易擦伤纸面；尺子最好准备普通塑料的和钢的各一把，塑料的用于画线，钢的则便于切割时用；美工刀和剪刀在买的时候最好能试试手，要符合手型，这样长时间使用才不会很累，还有一些可以剪出花边的异型剪刀，有时也蛮好用的（图 23）。而工具箱的选择上最好是两层以上的，下层不要有分格，可以放许多大件工具，上层有合适的分格，方便整理一些小工具和小笔。



图 22



图 23



图 24



图 25

图 26



4. 手绘POP用纸及工作台面的布置

手绘POP海报一般使用铜版纸进行绘制，有时候也用制图纸或色卡配合使用。当然也有些特例会使用宣纸、羊皮纸等特种纸来制作特殊效果（图 28）。

工作台面是我们制作海报的地方，实用性和便利性是最重要的了，所以我们布置台面的时候就要从这两点出发。

首先要有一张比较大的桌子，至少能平放下对开的纸张，当然更大的话更好啦（图 26）。

其次，我们可以把常用的笔分类用笔筒插好。马克笔在笔盖上都标有颜色，这样我们找起笔来一目了然，非常方便（图 27）。

马克笔笔帽上的颜色和它画在纸上的颜色还是略有差别的，

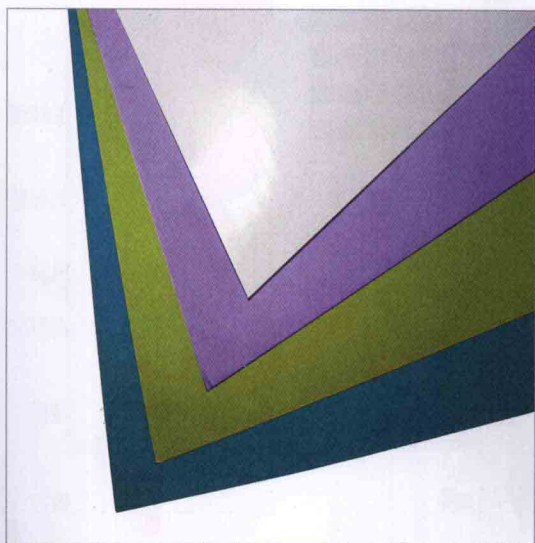


图 27

而且就算同一支马克笔用在不同的纸上也还会小有不同，所以我们可以自己做一个人专用色卡，把我们所拥有的马克笔整理归类，记得要用我们最常用的纸张来制作哦，这样才能起到避免色差的作用（图 29）。

图 28

图 29



第三章 手绘POP海报要素

1. 版面编排

不管何种POP，版面编排都是设计中最重要的一环。首先决定竖式或横式；其次选择用纸，纸张的大小，是用白纸还是彩纸；然后预留天地，落笔时要注意四边留有空间，以免版面散乱，不够集中，给人以粗制滥造感；再次是勾勒草稿，安排标题、内文和插图，突出标题和一些需要强调的信息；最后选

择适合的字体，大小要适中，字形活泼，色彩鲜明、醒目，插图造型有趣、切题。版面编排的要领如下：

- (1) 具有强烈的视觉冲击力；
- (2) 具有很好的导读力是；
- (3) 具有很强的说服力。

图 30

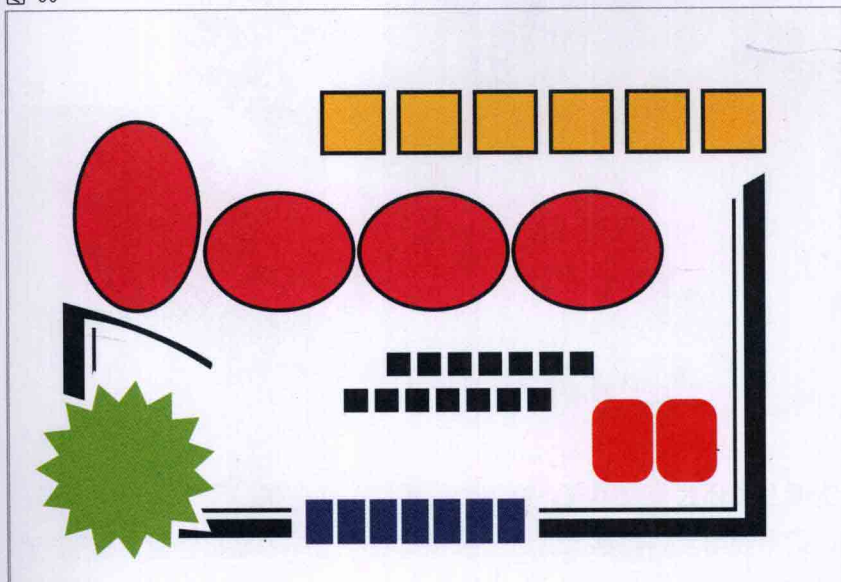


图 31

