

手绘POP教程系列



point of purchase
编著 王猛



辽宁美术出版社

手绘POP教程系列



编著 王 猛



辽宁美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘 POP 教程. 字体篇 / 王猛编著. — 沈阳: 辽宁美术出版社, 2008.1

ISBN 978-7-5314-3936-3

I. 手… II. 王… III. 广告—美术字—设计—教材
IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 174698 号

出 版 者: 辽宁美术出版社
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发 行 者: 辽宁美术出版社
印 刷 者: 沈阳美程在线印刷有限公司
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 5
字 数: 25千字
印 数: 1—3000册
出版时间: 2008年1月第1版
印刷时间: 2008年1月第1次印刷
责任编辑: 林 枫 申虹霓
封面设计: 林 枫
版式设计: 林 枫
技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊
责任校对: 张亚迪
ISBN 978-7-5314-3936-3

定 价: 35.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnpgc.com.cn

前言

POP是英文Point of Purchase 的缩写,可以译为“购买点的广告”,因为它是某种商品进入到流通领域后的最后一种广告形式,所以也称之为“终点广告”。POP是在20世纪20年代,美国等一些西欧国家对老式的零售业进行了改头换面的革新,改变以往的经营模式,大型超级市场如雨后春笋般兴起,并飞速发展。在经济、速度、人力以及机动性方面的条件下,POP式广告——这一新型的广告方式,也渐渐地攻占其他媒体的阵地。节庆需要它,卖场需要它,店面布置也少不了它。因此,POP广告受到了商家和消费者的认可并在零售业迅猛发展,地位也得到巩固。

伴随着改革开放,我国市场经济驶上了高速路,商业零售业抛弃了陈旧的销售模式,大力引进国外的超级市场经营方式,各大城市的超级市场、仓储式大卖场纷纷兴起,国外的零售业巨头也纷纷抢滩中国市场。家乐福、沃尔玛、普尔斯马特等相继在中国内陆市场占有了自己的地盘,并在不断扩充。POP广告在这样的形势下,由日本、中国台湾及香港地区走进内陆,大显身手。因其具有速度快、变化快、取得容易的特性,也得到了内陆的商家、消费者认可和接受。POP广告如今已成为商业竞争中最有效的手段之一。

如今的POP广告已不再是传统简单的模式,如何能更有效地体现广告内容,如何让POP广告更具视觉冲击力是每一名POP设计人员所应深思熟虑的,这样就要求我们要对POP的每一个组成部分进行研究、学习,从文案策划,字体设计,插图设计,版式构成,色彩设计到广告创意等,都需要各种知识的综合运用,要成为一名成熟的设计师并创作出完美的POP广告作品,进行系统扎实的训练是必不可少。

本书由国内经过长时间市场实践和从事手绘POP培训工作多年的泰山品牌创始人王猛精心编著,通过三个分册,由浅入深地讲解POP广告的学习方法、设计步骤和POP创作基本理念、理论系统、完整、案例丰富、实用,其中蕴涵着许多创意制作秘笈,已成为具有较高实用价值和参考价值的POP广告设计制作完全手册。

此书为字体篇。文字是传递信息的主要途径,它在POP广告中的作用是毋庸置疑的,清晰明朗的文字可以很好地表现广告内容,但如何能在更短的时间内抓住消费者或顾客的注意力,就需要我们对平淡无奇的文字进行创意,添加丰富的元素,这样才能更好地发挥POP的最大作用和效果,也能让POP广告独特的魅力体现出来。本书从基础的字体开始讲解,由浅入深,从正体字到变形字,从个性字到创意字,较为全面地展现了手绘POP广告中标题字或文案中所涉及的一切字体技巧和书写方法,同时列举大量实例进行分析讲解,使读者不但能更好的掌握,而且能在今后的工作和创作中灵活地运用。

本书不仅从字体创意出发,而且从颜色搭配、装饰方法入手,使每一张作品都具有生命力:文字不一定是写出来的,也可以画出来,生硬呆板的文字也可以变得可爱,有亲和力,也可以更加丰富多彩。

希望读者在阅读本书后,能学习到创意的方法,领悟到创意的思维,能够举一反三,这也是作者创作本书的初衷。愿大家都能成为创作型的人才。

王猛(泰山)

泰山手绘POP工作室

目 录

第一章 概述	5
第一节 POP 广告的缘起与发展	5
第二节 POP 广告种类	6
第三节 手绘 POP 广告的特点及功能	7
第二章 手绘 POP 广告的工具及使用	8
第一节 手绘 POP 笔类的介绍	8
第二节 手绘 POP 纸类的介绍	10
第三节 手绘 POP 广告辅助工具介绍	10
第三章 手绘 POP 字体基础及技法	11
第一节 笔画基础	11
第二节 黑体字基础及书写规则	12
第三节 黑体字偏旁部首及常用字实例	13
第四节 黑体字与 POP 字体的关系	16
第五节 POP 字体基础及书写规则	16
第六节 POP 字体偏旁部首及常用字实例	17
第四章 手绘 POP 常用个性字体掌握	20
第一节 圆弧字书写方法及实例	20
第二节 半弧字书写方法及实例	20
第三节 断口字书写方法及实例	20
第四节 波浪字书写方法及实例	20
第五节 弧线字书写方法及实例	20
第六节 圆头字书写方法及实例	20
第七节 钉头字书写方法及实例	21
第八节 软体字书写方法及实例	21
第九节 打点字书写方法及实例	21
第十节 抻头字书写方法及实例	21
第十一节 细折字书写方法及实例	21
第十二节 细尾字书写方法及实例	21
第五章 手绘 POP 广告标题字体设计	22
第一节 标题字体的装饰原则	22
第二节 标题字常用的装饰方法	22
第六章 手绘 POP 广告创意字体设计	35
第一节 胖胖字体书写方法及实例	35
第二节 空心字体书写方法及实例	36
第七章 数字	38
第一节 数字的书写规则和基本书写方法	38
第二节 数字常用的字体	38
第三节 数字的常用装饰方法和实例	40
第八章 手绘 POP 标题字体实战	44
第一节 标题字的不同写法	44
第二节 常用标题字实例	50

第一章 概述

第一节 POP 广告缘起与发展

1. 何为“POP”广告

何谓“POP”？它是英文“Point of Purchase”的缩写，可以译为“购买点的广告”，因为它是某种商品经过生产、包装等工序进入到流通领域的最后一种广告形式，所以也称做“终点广告”或“店头广告”。它是当今时尚很流行的广告媒体。

POP源起美国，因为第一次世界大战后，全球经济普遍萧条不振，市场也为之笼罩低迷，广告费用成为厂商及卖方极大的负担，再加上美国等一些西欧国家对老式的零售业进行了改头换面的革新，改变以往的经营模式，大型超级市场如雨后春笋般兴起，因此，在经济、速度、机动性以及人力的考虑下，POP式广告——这一新型的广告方式，也渐渐地攻占了其他媒体，节庆需要它，卖场需要它，店面布置更少不了它。因此，POP广告受到了商家和消费者的认可并在零售业迅猛发展，地位也得到巩固。

马克笔式的POP在我国起步较晚，“POP”一语，流行的时间也相对较晚，但请读者不要忽略，在我国古代，就已经有了类似于POP的广告：客栈、酒店外悬挂的灯笼、旗帜以及药铺门口挂着的“膏药”标志等，都是非常具有该行特色的广告物，即使今天，我们仍然看得到配锁点的大钥匙，命相馆的手相、面相图等，都是直接传达商店特质，是传统而又有个性的POP表现。

今日，POP广告已经成为时代的宠儿，虽然POP广告不具有电视、报纸般的强力促销，但却是最能适应环境变化的一种媒体。因其具有速度快，变化多，取得容易这些特点，而使其成为商业竞争中最为有效的手段之一(图1、2)。

2. POP 广告的定义

POP广告是商场促销的最佳方法，我们可以说凡应用于商场，提供有关商品信息，促使商品得以成功销售出去的所有广告、宣传品，都可以称为POP广告。

POP广告是包罗万象的，绝非一般人所认识的手绘海报而已；其他如商场外观的招牌、看板、灯箱广告旗帜等，也属于POP广告的一环。而商场内的海报、吊旗、展示架、标价卡等，更是POP广告的应用范围(图3、4)。

3. POP 广告的发展

POP广告是近年来发展最快速，普及最广泛的广告媒体。从它在各商场中的不断出现，即可以看出POP广告已展现惊人的传播力以及它在制造商及商场经营者心中的分量。



图 1



图 2

20 世纪 30 年代,是全球经济面临大恐慌时期,美国的流通机构为了应付经济衰退,产生了所谓的“超级市场”自助式贩卖。新的贩卖手法使经营者与消费者无法做到面对面沟通,也就是消费者自己来选购商品,因此帮助消费者认识产品的 POP 广告便应运而生。换句话说,POP 广告的目的在帮助消费者购买,是与消费者做沟通的媒介。



图 3



图 4

与我们临近的日本,历经第二次世界大战的失败,直到 60 年代战败伤痕才逐渐褪去,当时日本为了迎头赶上西方国家的经济规模,一切均以美国为效仿对象。其中以流通业的变化最为显著,因为“超级市场”采取大量进货,大量销售的经营手法,所以日本人在商场中大量使用 POP 来标示商品价格及品名,以后逐渐发展至其他相关商场。后来传至韩国及我国台湾地区,尤其在我国台湾地区,POP 广告得到了空前的发展。

随着国门的开启,我国市场经济驶上高速路,商业零售业抛弃了陈旧的销售模式,大力引进国外的超级市场经营方式,各大城市超级市场,仓储式大卖场纷纷兴起,国外零售业巨头也纷纷抢滩中国市场。一些先进的经营理念带入我国的同时,POP 广告也占有了一席之地。同时,也被国内的商家、消费者认可。

第二节 POP 广告种类

POP 作为一种广告,表现形式上也是多种多样的,下面为大家进行简要的介绍。

1. 按表现形态可以分为四类

(1) 悬挂式

悬挂于商场天花板、墙壁、半空中,具有告知信息装饰等作用,设计较为简单,如广告旗帜,吊牌等(图 5)。

(2) 立牌式

主要放置于地面上,因此需要有座“强有力的靠山”当支柱,否则很容易被刮倒,常见的如商品模型或摄影冲印店门口外的人像模型等(图 6)。

(3) 卡片式

主要以 DIY 为主,如桌牌、引导牌等(图 7)。

(4) 张贴式

使用频率较高的一种设计,粘贴于墙壁上(玻璃、KT 板)等,制作不但容易而且机动性强,如手绘 POP 海报等(图 8)。



图 5

2. 按题材和内容可分为九类

- ① 节日庆典类
- ② 餐饮美食类
- ③ 休闲娱乐类
- ④ 商场超市类
- ⑤ 培训教育类
- ⑥ 文化生活类
- ⑦ 公益告示类
- ⑧ 服饰鞋帽类
- ⑨ 美容美发类

3. 按制作材料可分为三类

- ① 喷绘类、如灯箱布、背胶、相纸、灯箱片等

- ②印刷类、如产品说明书、宣传单、DM等
 - ③手绘类，主要以手工绘制为主
- 也就是本书要讲述的手绘POP广告

立牌式POP广告



图 6

卡片式POP广告



图 7

张贴式POP广告



图 8

第三节 手绘POP广告的特点及功能

1. 成本低廉

手绘POP是所有POP广告形式当中制作成本最少的一种，每张手绘POP的制作成本从几元到几十元不等，它主要靠的是制作者娴熟的技巧和独特的创意来占领市场。

2. 刺激消费者购买欲望

一张成功的手绘POP广告往往很容易打动顾客的心，无论是颜色搭配还是精致的插图，都让人感觉是一件艺术品，顾客对你的POP产生兴趣后，才能对其上面的内容进行了解，这就大大提升了商品的销售几率。

3. 方便快捷及时

制作一张手绘POP海报最多不过几十分钟，而且制作不受时间和地点的限制，总能把最新的讯息传递给消费者和顾客。

4. 提升企业形象，活跃购物气氛

新颖活泼的字体，鲜明的颜色搭配及诙谐精致的插图，都让人在购物的同时好像在欣赏一幅幅精美的艺术品一样，使消费者对整个企业信任度大幅度提升。

5. 无声的推销员

手绘POP作为商品进入到流通领域后的最后一种广告形式，不但能恰到好处地把握商品的一些优点和基本性能、价格等清晰明确地传递给消费者，而且还会默默地不知疲倦地坚守岗位，也不会与顾客发生冲突。

第二章 手绘POP广告的工具及使用

第一节 手绘POP笔类的介绍

制作手绘POP的笔类有很多种,大致可以分为硬笔类(如马克笔)和软笔类(如毛笔、水彩笔)两大类。让我们先来看一下第一类硬笔类。

1. 硬笔类——马克笔

马克笔也叫做“麦克笔”,名称基本都是音译过来的,因为其颜色丰富,使用方便,容易控制,手绘POP从业人员经常用它来书写文字和为插图着色。

马克笔主要分为油性和水性两种:

(1) 油性马克笔

特点是挥发性比较快,里面含有酒精,所以如果长时间不使用时最好把笔盖严,避免笔水挥发掉,现在比较常用的是我国台湾的“利百代”和上海的“才德”生产的12种颜色(红色,粉色,橙色,柠檬黄色,绿色,草绿色,蓝色,天蓝色,深棕色,黑色,紫色和土黄色)的马克笔,每种颜色都配有相应的补充液,可以反复使用(图1)。



图1

油性马克笔主要按笔头的宽度来区分规格,各种规格都有各自的作用,常用规格和作用如下:

30mm 经常用来涂大面积的底色和书写版面比较大的POP海报的标题字;

20mm 经常用来书写POP广告的主标题和画一些边框;

12mm 经常用来书写POP广告的副标题或价钱等;

6mm 可以书写POP海报的正文或对面积比较大的标题进行描轮廓装饰;

此外还有10mm和5mm的2种圆头规格的马克笔,用途不是很大,可作为选择性参考(图2)。

以上规格的油性马克笔每种规格都有12种不同的颜色,如红色、粉色、橙色、柠檬黄色、绿色、草绿色、蓝色、天蓝色、深棕色、黑色、紫色和土黄色,对于初学者可依据个人喜好进行选择性的购买,不然会给自己造成不必要的浪费。

下面给大家列举一些比较常用规格马克笔所选用的颜色和用途。



图2

30mm 可选红色、橙色、粉色,一般书写篇幅比较大的海报大多是以节日喜庆或告示为主,所以尽可能选择鲜艳醒目的颜色。

20mm 可选择红色、绿色、橙色、柠檬黄色、天蓝色、粉色。各种颜色都有各自适合的题材,比如喜庆题材或价钱等可用红色,季节题材可用绿色或橙色,餐饮题材可用柠檬黄色,美容美发题材可用天蓝色或粉色等等。

12mm 因为主要用途是书写副标题,颜色可以以绿色、橙色、粉色、红色为主。

6mm 可选择黑色、红色、紫色等比较深一些的颜色,因为书写正文或描绘标题字轮廓的时候颜色过浅对消费者的视觉冲击力不强就很难把广告讯息更好地传递给消费者。

(2) 水性马克笔

特点是颜色没有覆盖力,像水彩一样,挥发性慢,常用的是日本产的带编号的水性马克笔。它有60种颜色,笔头宽度为3mm,每支笔的末端都带有不同的编号,以便区分。它的使用寿命很长,但它是一次性的,笔头会越用越钝,所以大家使用的时候尽量不要用力过大,以避免影响笔的寿命。在颜色上也是主要配一些比较常用的就可以了,其他颜色可以在工作和学习中随用随配,以避免不必要的投入(图3)。

我们经常用水性马克笔书写一些小的正文和插图着色,所以本书以60色马克笔为例简单略举一些比较常用的颜色给大家作为参考。

红色系: 2号, 19号, 28号, 57号, 59号

绿色系: 4号, 11号, 15号, 48号

蓝色系: 10号, 17号, 33号, 36号

黄色系: 5号, 7号, 13号, 43号, 49号

肉色及棕色系: 16号, 24号, 30号, 44号, 54号



图 3

灰色系：12 号，21 号，26 号，43 号

其他颜色可以根据个人喜好或实际情况选择配备，笔的颜色全一些，所创作出来的作品效果也会丰富一些，大家可以慢慢学习，慢慢积累。

(3) 其他硬笔类

韩国双头马克笔：性价比较高，这种笔有两个笔尖，其中一头为6mm宽的方形尖，另一头为2mm的细圆尖，两种笔尖各有所长，相互配合，得心应手，表现力也十分丰富，是一款不可多得的好工具。该产品有120种颜色，油性，可添加补充液，大家可以选择购买（图4）。

记号笔：大多是国产，物美价廉，经济耐用，一套一般为12种颜色，属于油性，也是有两个笔尖，规格和韩国双头马克笔完全一样，由于它的售价比较便宜，笔尖纤维也比较密实，能够经得住长时间的挤压和摩擦，把它作为POP初学者的入门工具是再适合不过了（图5）。

勾线笔：属于油性，颜色最多有20种，比较常用的有黑色、红色、灰色等，我们用它们来绘制插图的细节部分，比如人物的眼睫毛等等（图6）。



图 4



图 5



图 6

2. 软笔类

主要指各种毛笔，水彩笔和水粉笔，要配合墨水、水彩、水粉等广告颜料来使用，经常用来书写一些中国传统题材或处理特殊效果时使用，同样能体现POP风格。但同时也有弊端，书写后不易干，纸张容易被墨汁或颜料弄的褶皱，也不如马克笔书写后文字有光泽，所以有的题材大多数POP从业人员都选择硬笔软写的方法来达到更完美的效果（图7）。



图 7

第二节 手绘POP纸类的介绍

1. 纸张的规格和尺寸

创作的POP作品主要是通过纸张来表现,它可以说是手绘POP最重要的载体。

这里先给大家简单介绍一下纸张常用的几种规格的尺寸,方便大家在今后的工作和学习中应用。

(1) 纸张按尺寸大致可以分为以下几种:

一开尺寸: 1079mm × 787mm (出厂未经裁切的规格)

两开尺寸: 787mm × 540mm (一开纸张裁切一半)

四开尺寸: 540mm × 385mm (两开纸张裁切一半)

八开尺寸: 385mm × 270mm (四开纸张裁切一半)

(2) 纸张按重量常用的大致有以下几种规格:

80g, 108g, 128g, 157g, 200g, 250g, 300g。

图7 我们可以按照手绘POP海报制作的题材或要求来选择不同厚度的纸张。

2. 手绘POP常用的纸张种类

制作手绘POP海报的纸张主要有以下几种:

(1) 铜版纸

也叫做印刷纸,表面光滑,能把马克笔原有的颜色丝毫不差的表现出来,是初学者最容易选择的载体之一,一些白底海报都是由它来完成。

(2) 色纸

也叫彩胶纸,文化用品市场上提供各种颜色的色纸。它们最大的特性就是墨性太强,比如我们用蓝颜色会变成绿色,所以我们在制作时一定要注意到这一点,可以先在白色的铜版纸上书写标题字或插图,然后再剪裁下来粘贴在彩胶纸上,这样既保持了马克笔原有的颜色,又增强了画面的立体感觉。还有一种避免“吃色”的方法就是用水彩笔蘸广告色或水彩颜料来书写也可以保持原有颜色。现今市场上能买到的颜色多达几十种,可以方便我们做不同题材海报时来选择应用。

(3) 皮纹纸

表面有暗纹的纸张,它的特性和彩胶纸一样,处理的方法也大致相同。它主要应用在体现中国传统风格和比较高档的场所。

(4) 包装纸

就是表面带有花纹或图案的纸张,处理办法也是同上,但一定要注意,我们在选择这种纸张的时候一定要选择图案颜色比较淡的,我们主要目的是让图案起到衬托主题的作用,千万不可喧宾夺主。

(5) 其他纸张

另外还有一些纸张也可以应用到手绘POP上,如荧光纸、书面纸、丹迪纸、牛皮纸、瓦楞板、保利龙、珍珠板、绵纸、宣纸、皱纹纸等,各种纸张都能表现不同的效

果,由于不是特别常用,这里就不一一介绍了,希望大家在今后的工作和学习中慢慢尝试和接触。



图8

第三节 手绘POP广告辅助工具介绍

此外,我们进行特殊效果POP展示的时候还需要一些其他工具的辅助,比如我们做立体POP展示的时候需要配备KT板、美工刀、海绵胶等等。其他经常用到的工具大致有透明胶布、双面胶、切割板、切割钢尺、波浪尺、软尺、丁字尺、剪刀、彩色铅笔、橡皮、修正液、金漆笔、银漆笔、圆规、画箱、画桶等等。

像一些基本的工具我们尽量配备得齐全一些,这样我们创作起来也会得心应手。

如果要成为一名专业的美工人员或手绘POP设计人员,就需要对各种制作材料十分熟悉和了解后才能灵活地运用它们。现今一些用人单位对美工人才的要求也愈来愈高,我们要不断地学习,不断地创新,不断地积累,才能发挥自己,展现自己,也能完全地展现手绘POP的无穷魅力。

第三章 手绘POP字体基础及技法

书写字体最重要的是要掌握握笔与运笔的技巧,在学习之前让我们先来掌握以下握笔的姿势,和正常书写姿势一样,但笔头要和书面保持45度角,确保斜头的笔和书面完全接触上,用力要平和,保持笔粗细均匀。下面就让我们学习一下基本的笔画书写。

第一节 笔画基础

1. 基本笔画

马克笔握笔的方法有两种:

(1) 横向握笔姿势:当笔锋与自己成垂直状态时,可以写出横向笔画(图1)。

(2) 纵向握笔姿势:当笔锋与自己成平行状态时,可以写出纵向笔画(图2)。

我们以后书写的一些字体基本都是由这两种笔画相互衔接转换得来的,所以我们一开始一定要打好基础,我们可以先从简单的横和竖开始练起,注意练习时用力一定要均匀,笔画要写平写直,同时要确保每一个笔画都是完整、光滑、流畅(图3)。

平时可以多练习一些随意的线条,能够帮助我们更加熟悉马克笔的一些基本的特点和性能(图4~7)。

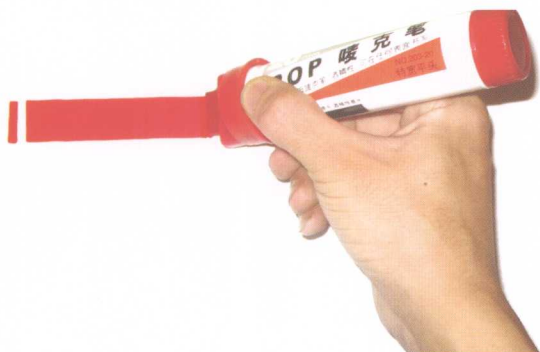


图 1



图 2

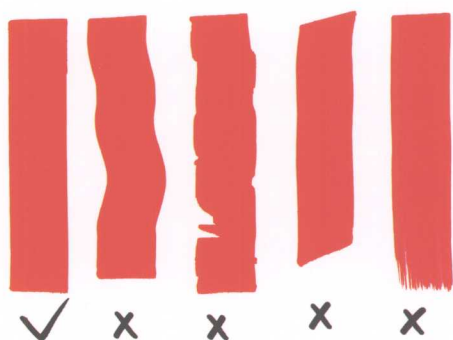


图 3



图 4



图 5



图 6



图 7

2. 笔画的衔接

对基本笔画熟悉后,我们就要练习笔画的衔接,在练习的时候一定要注意保持衔接处光滑圆润,避免出现凹凸和残缺不全,笔画衔接的好坏直接关系到整个字的美观与否,所以大家要侧重练习,可以先练习一些直角的笔画衔接,然后再练习圆角的衔接。今后书写的POP字体多是圆满解决角转折,所以画圆是重点也是难点,可按照步骤练习(图8、9)。

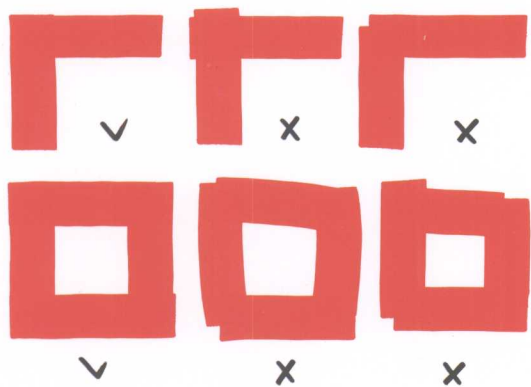


图 8

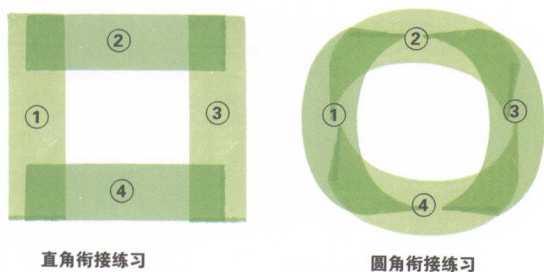


图 9

3. 弯曲笔画练习

书写马克笔字体,不管是黑体字还是POP体字,每一个笔触基本都是一样粗细,我们今后在书写黑体字的时候经常会出现一些撇和捺的笔触,写这种笔触最大的难点就是笔尖旋转。注意用力要均匀,行笔要平稳(图10)。



图 10

第二节 黑体字基础及书写规则

1. 黑体字笔画练习

要想写好POP字体,就必须先练好写黑体字,所有POP个性字体都是以黑体字为基础进行变化得来的,要在写好横冲直撞平竖立直的黑体字基础上,再去掌握其他字体,打基础很重要,先练习写一些横平竖直的字,重点练习笔画的衔接部分,要保证所有笔画粗细均匀,光滑流畅(图11)。

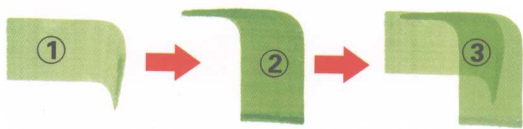
2. 黑体字的书写规则

黑体的特点是方块字,书写的时候不但要保持横平竖直,而且要注意字的整体结构,所以对于初学者来讲,最好是找一些或购买一些带方格的练习本进行练习,这样方便我们在学习的过程中更好地控制字的整体和结构。

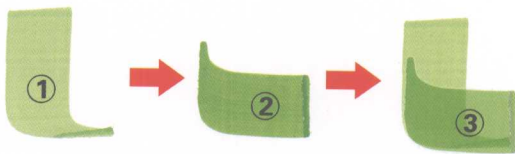
另外,我们在书写的时候特别要注意笔画的衔接,中国有很多汉字的结构在书写的时候是需要笔画的衔接的,衔接的好坏不但关系到字的美观,而且直接影响到字的整体结构,所以我们要重点练习。



竖勾书写步骤



横折书写步骤



竖折书写步骤

图 11

第三节 黑体字偏旁部首及常用字实例

(图 12 ~ 23)

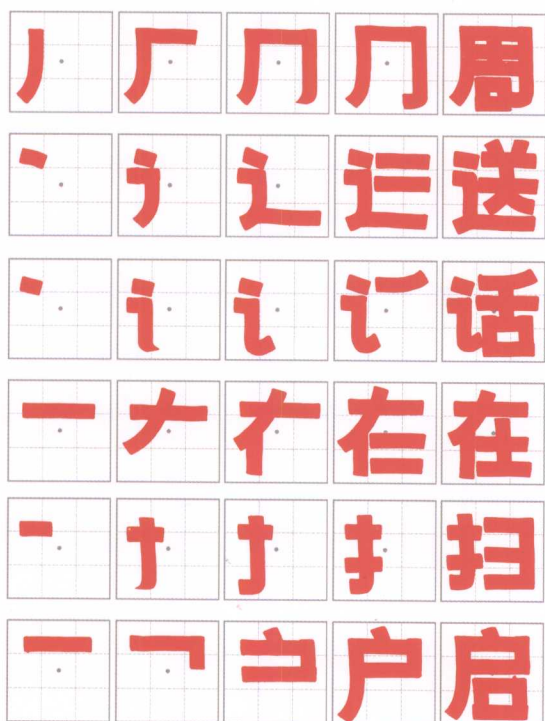


图 12



图 13



图 14



图 15

日	盱	时	旷	旺
昕	昉	昧	昨	昭
月	肤	肋	肛	肚
肘	肱	肱	胆	胖
贝	负	贡	贤	贬
败	贩	贻	贴	财

图 16

禾	利	私	和	秬
种	秆	称	秣	税
钅	针	钉	铁	钟
钅	铃	钮	钦	钲
纟	纠	纒	红	纒
纟	纒	纒	纪	纒

图 18

礻	礼	祁	社	祀
衤	视	祈	祊	祐
足	跑	趵	趺	跂
趾	跬	跌	跹	跖
木	忙	机	杆	杜
村	材	杉	杞	枉

图 17

人	会	介	令	仓
合	企	余	仝	余
宀	宁	宇	宋	牢
宗	定	守	宕	宙
竹	竺	笊	竿	笑
笠	簪	策	笛	笮

图 19

艹	芒	芝	芙	芸
芦	苋	菱	芹	芷
宀	市	玄	产	亩
京	充	帝	弃	卒
冫	刍	负	危	色
争	龟	龟	免	兔

图 20

厂	厅	仄	历	厉
压	仄	厓	厓	厄
广	庀	庄	庆	床
庑	庖	应	庐	店
疒	疔	疔	疔	疔
疔	疔	疔	疔	疔

图 22

心	志	志	志	忘
忍	忠	总	思	悉
木	柴	架	采	栗
梨	栾	桨	梨	柒
灬	杰	点	烈	热
羔	照	然	煞	煎

图 21

尸	尺	尼	层	尿
居	屈	屏	尾	届
走	赴	赵	赵	起
赶	赵	趋	趋	趁
讠	讠	边	迂	达
过	迈	迂	迫	远

图 23

第四节 黑体字与POP字体的关系

我们所说的黑体字是一种比较正规的字,所以也叫做正字,POP字体是比较活泼并且变化比较丰富的字,所以也叫活字,将结构严谨,字形方正的“正字”转变为具有趣味、动感的“活字”,以应付不同的表现主题。正字与活字的比较,是全然不一样的感觉;正字清晰,整齐,有说服力,缺点是有些呆板,缺乏韵律,而活字活泼,变化多,韵律十足,缺点是变化不当容易造成混乱。虽然正字不如活字变化多,但正字(也就是黑体字)却是活字(POP字体)入门的基础,在熟悉正字的书写观念及比例关系后,才能得心于字形,转变为具有趣味的活字。那么如果将正字转变成活字呢,大家可以从以下两种字的特点对比进行参考,从而得出基本的变化规律。

1. 黑体字与POP字体的特点对比

黑体字特点

- (1) 横水平,竖垂直而且书写时居中,横多的字横有长短变化;
- (2) 字的整体结构比例均匀,而且偏旁部首和字根大多同一高度。
- (3) 笔画严谨规范,不能轻易变动或更改。

POP字特点

- (1) 横和水平线相比略微倾斜大约15度角(左高右低)横多的字横的长度呈递减变化,竖重心略微偏右,竖下方出头的字要尽量短下一些。
- (2) 字的整体结构上松下紧,也就是说字要保持上面的笔画占的面积大一些,下面的笔画占的面积小一些。
- (3) 笔画可以进行变形或夸张变化,有的时候可以用图形来代替笔画(图24)。

2. 黑体字与POP字体笔画上的转变

我们在把黑体字转变成为POP字体的过程当中,有一些基本的笔画需要变化,下面就为大家介绍一些基本笔画的变化对比(图25、26)。

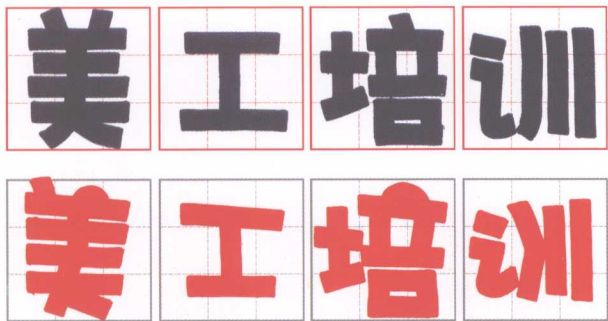


图 24

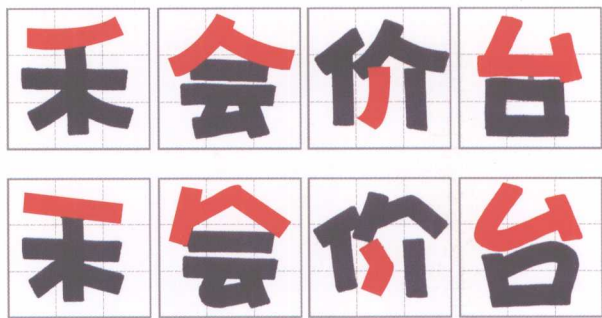


图 25

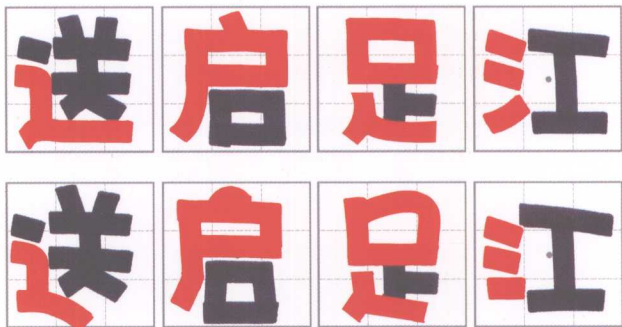


图 26

第五节 POP体字基础及书写规则

我们要想进一步掌握POP字体可以从POP字体基本的变化规律的基础上先从字的结构上入手,因为中国的汉字是由各种字根组成的,各种字根组成不同的汉字或不同结构的汉字,所以,掌握字根组成结构的变化规律可以让我们达到举一反三的作用。下面我们就来具体看一下各种结构字根的变化规律:

1. 直立字形

也就是左右结构的汉字,可以把笔画较少的字根相应地缩小,笔画多的字根相应地放大(图27)。

2. 横立的字形

也就是上下结构的汉字,可以把贴近地面的字根缩小,上面部分的字根相应地放大(图28)。

3. 外包字形

也就是半包围结构的汉字,可以把外包围部分的字根相应缩小,里面的字根相应放大(图29)。

4. 其他字形

也就是独立结构的汉字和全包围结构的汉字,只要按照POP字体基本的特点控制好字的整体结构就可以(图30)。