

手绘POP设计

编著 金波 邓婧 李凌鹏

21 世纪高职高专艺术设计专业教材

ART & DESIGN TEXTBOOKS
IN 21ST CENTURY
FOR VOCATIONAL AND
TECHNICAL COLLEGES

丛书主编 徐勇民

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

手绘POP设计

丛书主编 徐勇民

21 世纪高职高专艺术设计专业教材

ART & DESIGN TEXTBOOKS
IN 21ST CENTURY
FOR VOCATIONAL AND
TECHNICAL COLLEGES

编著 金 波 邓 婧 李凌鹏

参编 张立学 朱孝平 田 浩 熊 波

湖北长江出版集团
湖北美术出版社



项目负责

责任编辑 张 浩

书籍设计

技术编辑 李国新

图书在版编目 (CIP) 数据

手绘 POP 设计 / 金 波 邓 婧 李凌鹏 编著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2007.11

(21 世纪高职高专艺术设计专业教材)

ISBN 978-7-5394-2101-8

I.手…

II.①金…②邓…③李…

III.广告—宣传画—设计—高等学校: 技术学校—教材

IV.J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 161649 号

手绘 POP 设计 ©金 波 邓 婧 李凌鹏 编著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市雄楚大街 268 号

湖北出版文化城 B 座

电 话: (027)87679520 87679521 87679522

传 真: (027)87679523

邮政编码: 430070

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

E - m a i l: fxg@hbapress.com.cn

制 版: 武汉市盛美联广告有限责任公司

印 刷: 武汉三川印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 7.75

印 数: 4000 册

版 次: 2007 年 11 月第 1 版

2007 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

《21 世纪高职高专艺术设计专业教材》

丛书编委会

主 编：徐勇民

委 员：(按姓氏笔画排列)

方湘侠	王金鼎	王代萍	王宗元	王智勇	邓学峰	向极鼎
关俊良	余 勇	李三汉	李 跃	李友恭	李志武	李菊香
刘家寿	刘晓敏	孙建军	刘镜奇	何雄飞	汪京元	杜卓选
华黎静	管学理	张 勇	张小纲	张远珑	张来源	张立学
陈天荣	陈 新	赵 罡	金 波	贾银镯	熊 风	高 爽
杨 勇	罗星源	罗 潘	段林杰	姚 强	高 卿	程志庆
周利群	袁公任	舒湘鄂	彭 亮	曾维华	戴 荭	

参 编 院 校

湖北教育学院	鄂州大学
武汉职业技术学院	湖北职业技术学院
长江职业技术学院	江汉艺术职业学院
湖北工业大学商贸学院	襄樊职业技术学院
武汉科技大学中南分校	深圳职业技术学院
武汉商贸职业技术学院	广东轻工职业技术学院
仙桃职业技术学院	广东外语艺术职业技术学院
湖北艺术职业技术学院	番禺职业技术学院
武汉商业服务学院	顺德职业技术学院
湖北大学知行学院	温州大学美术与艺术学院
武汉软件工程职业学院	北京电子科技职业学院
湖北轻工职业技术学院	长沙民政职业技术学院
湖北城市建设职业技术学院	景德镇陶瓷学院
湖北广播电视大学传媒艺术学院	苏州工艺美术职业技术学院
咸宁职业技术学院	湖南软件职业学院
邵阳师范高等专科学校	湖南大众传媒职业技术学院
武汉语言文化职业学院	湖南工业职业技术学院
湖北交通职业技术学院	东北电力大学艺术学院
荆州职业技术学院	南昌工程艺术学院
荆门职业技术学院	杭州职业技术学院
黄冈职业技术学院	河南省广播电视大学直属学院

前 言

近十年来,随着“中国制造”的各种品牌在全球影越来越大,全国上千所高职高专的办学理念、办学特色和办学规模也与时俱进,呈现出蓬勃发展的态势。其中,艺术设计专业毕业生的市场适应性普遍加强,而且市场岗位的需求潜力也不断加大,就业形势看好,这已成为高等职业技术教育界的共识。在社会主义市场经济转型期的大背景下,明确高等职业技术教育的人才培养目标,不断探索办学特色,采用应用技术的最新成果提升教学质量,是高职高专艺术设计教育的当务之急。

高职高专艺术设计专业的教育特色就是职业岗位教育,其培养的学生必须符合市场相关行业及职业岗位对应用型人才的能力要求。如何有针对性地开展教学、设置课程及组织编写具有高职高专特色的艺术设计专业教材,是职业艺术设计教育工作的中心内容。

在整个教学建设中,教师队伍建设、课程建设、教材建设只有真正适应职业岗位对学生的知识结构与应用能力的要求,才能培养出社会急需的应用型人才。高等职业技术教育以应用能力培养为核心,彻底改变过去以知识和概念灌输为主的理论教育模式,推行的是注重实际操作能力的教育模式,理论知识够用即可。具体而言,高等职业技术教育必须具有课题模块化教学、能力培养过程教学、职业岗位实训教学三大特点。

高职高专艺术设计教育突出实训教学,旨在培养企业一线的应用型设计人才,以能够独立解决企业实际问题、动手能力强为培养目标,强调将体现设计意图的工程图纸加工转化为产品的基本操作能力。在工作现场进行专业教学指导,在强调动手能力的同时,又注重开发学生的创造性思维能力,惟有如此,学生才能在今后的职业道路上具备可持续发展的前途。因此,配套的教材建设必须以实训教学为基础,充分展现出实训教育的全过程。

鉴于此,我们邀请了北京、上海、深圳、湖北、湖南、广东和浙江等省市在高职高专艺术设计教育方面有特色、有规模的院校,以优质的教学课程为依托,以有实践经验的优秀骨干教师为核心,经过两年多的讨论、编写、修改、编辑出版了《21世纪高职高专艺术设计专业教材》。该教材涵盖了艺术设计学科各专业课程,强调学生实际应用能力的双向培养,注重体现实际应用能力的培养过程,具有较强的针对性和实用性,其出版必将会对我国职业技术教育起到积极作用。

在教材出版之际,我们感谢湖北省教育厅和湖北美术学院徐勇民院长的大力支持!感谢各职院的专家教授的辛勤指导!感谢参加教材编写的一线教师孜孜不倦的劳作,使本教材实际体现了当代中国特色的艺术设计职业教育的发展水平。

本套教材在编写过程中难免存在一些问题,有不当之处,恳请广大师生与专家提出宝贵意见,以便我们再版时更正。

《21世纪高职高专艺术设计专业教材》编委会

目 录

第 1 章 手绘 POP 设计概述	6	第 5 章 手绘 POP 广告	64
第 2 章 材料工具介绍	8	5.1 手绘 POP 广告的目的	64
2.1 麦克笔	8	5.2 POP 广告的运用和制作要点	66
2.2 平笔	13	5.3 手绘 POP 广告的关键要素	67
2.3 毛笔	14	5.4 手绘 POP 广告的应用	73
2.4 广告颜料	15	5.5 手绘 POP 广告的插图	77
2.5 水彩	15	5.6 手绘 POP 色彩与版面构成	83
2.6 彩色墨水	16	5.7 手绘 POP 海报创作步骤	87
2.7 油画棒、彩色铅笔、色粉笔	17	第 6 章 实例作品	90
2.8 其他材料	18	6.1 超市类	90
2.9 辅助工具	19	6.2 电器类	95
第 3 章 手绘 POP 字体技法	20	6.3 办公节庆类	98
3.1 手绘 POP 基础知识	20	6.4 服饰类	102
3.2 正体字	22	6.5 饮食类	105
3.3 变体字技法	33	6.6 日用品类	111
3.4 说明文的写法	48	6.7 公益类	113
3.5 手绘 POP 字体装饰	49	6.8 休闲娱乐类	117
第 4 章 POP 色彩搭配	60	6.9 美容发艺类	122
4.1 红色色系	60		
4.2 黄色色系	60		
4.3 蓝色色系	61		
4.4 绿色色系	62		
4.5 紫色色系	62		
4.6 白色色系	62		

第 1 章

手绘 POP 设计概述



图 1-1-1



图 1-1-2



图 1-1-3

“POP 广告”一词,起源于国外的超级市场、折扣商店等自选式商店里的店頭语。“POP”即“Point of Purchase”的英文缩写,它是指“购买点的广告或在购买场所能促进销售的广告”。凡是在商店内外能帮助促进产品销售的广告物、或提供有关的商品服务、引导等标识的都可以称之为 POP 广告。

人类的商业活动一开始就出现了类似 POP 的形式。我国古代酒店门口挂的酒葫芦、酒幌子,药店门口挂的膏药旗,茶馆门口挂的招牌,都属于 POP 的早期形式。20 世纪 30 年代的美国,POP 广告开始于超级市场和自助商店里的店頭广告。1939 年,美国 POP 广告协会正式成立,POP 广告开始获得正式地位。30 年代后,超级市场、折扣连锁店等自助式商店的出现,POP 广告就逐渐为商界所重视。60 年代以后,这种自助式销售方式在美国境内已十分普及,并逐渐扩展到世界各地,所以 POP 广告也随之推向世界各地。

POP 是指“购买点的广告”。

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。像商场外悬挂着的横幅、竖幅标语,以友好姿态向您提供商品信息;引人注目的商品橱窗、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商标、牌名和商品形象的吊旗;那货架上有闪烁着柔和光芒的灯箱。

平时所展现在眼前的是一组组陈列在货架上的商品包装广告;墙上、橱窗上张贴着的精美招贴。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,无疑是购买前最后的广告。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去购买商品,当买到商品后,又会得到一个购物包和包装纸,让你带出商店,作为流动广告。

作为整个商业空间,POP 有很大的设计空间,应分门别类的进行



图 1-1-4

设计,使其更具强大的感染力,给人留下深刻的印象。此外POP的整体布置,在商店环境中应该是更加整齐、美观。而某一件具体的POP设计又是一件小的、相对独立的立体设计或平面设计。它不仅具有形、色、构图、体积等,还可以运用其他手段,使之更优美、有趣,以引发消费者的购买欲望。

POP广告的种类繁多,在使用过程中的时间性及周期性很强。按照不同的使用周期,可分为长期POP广告、中期POP广告和短期POP广告。从它陈列的位置和陈列方式上来分,可分为悬挂式POP、立地式POP、柜台式POP、橱窗式POP、壁面式POP等多个种类。

(图1-1-1~图1-1-3)

在这里我们重点学习手绘POP广告的书写与制作技巧,它不需要精美的印刷,不必投入巨额的制作费用,可以因地制宜的利用简单的材料,有时只需一支笔、几张纸,经过精心构思后就能便捷地制作出手绘式POP广告,而它的宣传效

果是非常鲜明和富于特色的,有效的吸引了消费者的关注。手绘的POP广告是最直接的、最常见的、也是最能促进销售的广告。(图1-1-4~图1-1-9)

手绘POP广告十大特点:

- ◆诱导过往的行人进入店内。
- ◆忠实的扮演促销员角色。
- ◆告知消费者卖场举办的各种活动。
- ◆刺激消费者购买欲望。
- ◆明确区分商品的类别。
- ◆意识商品的特点。
- ◆标示商品的价位。
- ◆装饰卖场,活络整体气氛。
- ◆提供顾客各种资讯,服务项目。
- ◆告知卖方的经营方针。



图 1-1-5



图 1-1-6

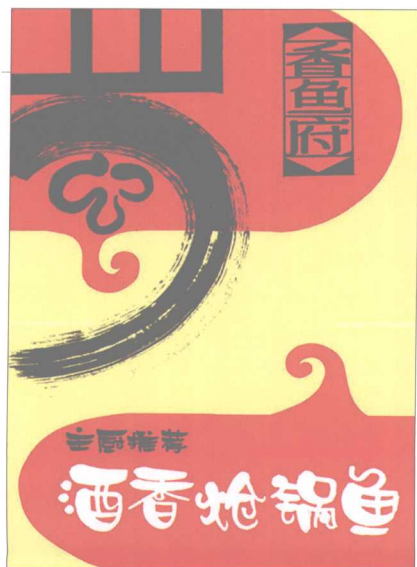


图 1-1-7

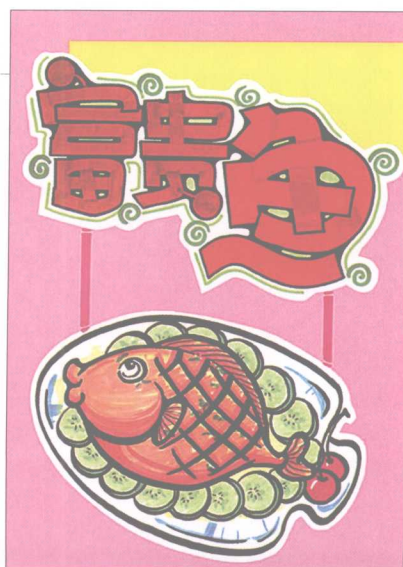


图 1-1-8



图 1-1-9

第2章

材料工具介绍

学习目的

手绘 POP 是一种能够因地制宜的利用材料与工具进行创作的设计形式,通过本章节的学习,使学生了解各种手绘POP工具的性能,以及相关材料的特性,为后续课程打下良好的基础。

学习提示

对于工具和材料的了解是创作出优秀的手绘 POP 作品的前提,关键在于熟悉工具性能之后如何进行有效的练习,如毛笔工具,这种工具能够较好的体现出手绘 POP 的艺术性特征,但是它对于传统书法艺术的修养以及工具的熟练性提出了较高的要求。

2.1 麦克笔

它是目前手绘 POP 使用最普遍的工具,可以直接着色绘制,不但具有各种不同大小、粗细的规格且色彩种类十分丰富。目前市场上有油性麦克笔和水性麦克笔两种,油性麦克笔绘制时干燥快、不易玷污画面,有方便、迅速、干净、明快的特色,符合手绘 POP 的制作

特性。水性麦克笔干燥速度慢,可制造渲染或渐变的效果。但是,麦克笔在书写时尽可能不要重复描涂,一方面重复描摹后线条将失去平整或圆滑的感觉,另一方面笔画重叠处色泽会加深,这种没有规律的重叠,将破坏整体美与统一感,但有规律的重叠,有是也能带来意想不到的视觉效果。(图 2-1-1 ~ 图 2-1-3)

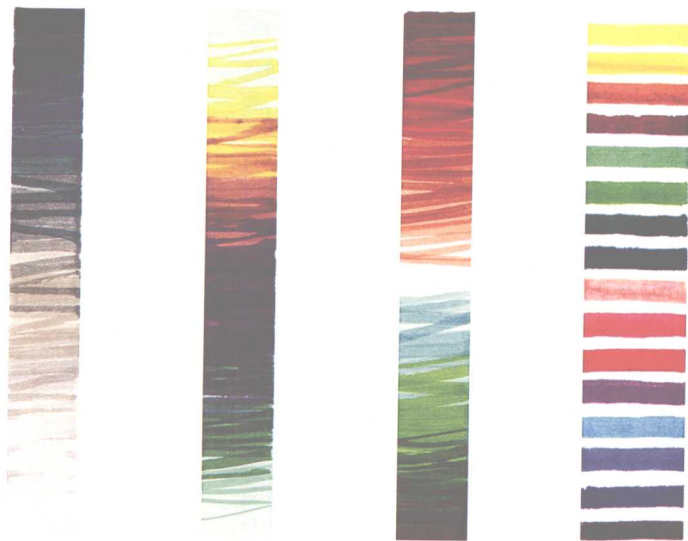


图 2-1-1 麦克笔效果



图 2-1-2 水性麦克笔



图 2-1-3 双头油性(酒精)麦克笔 12 色套

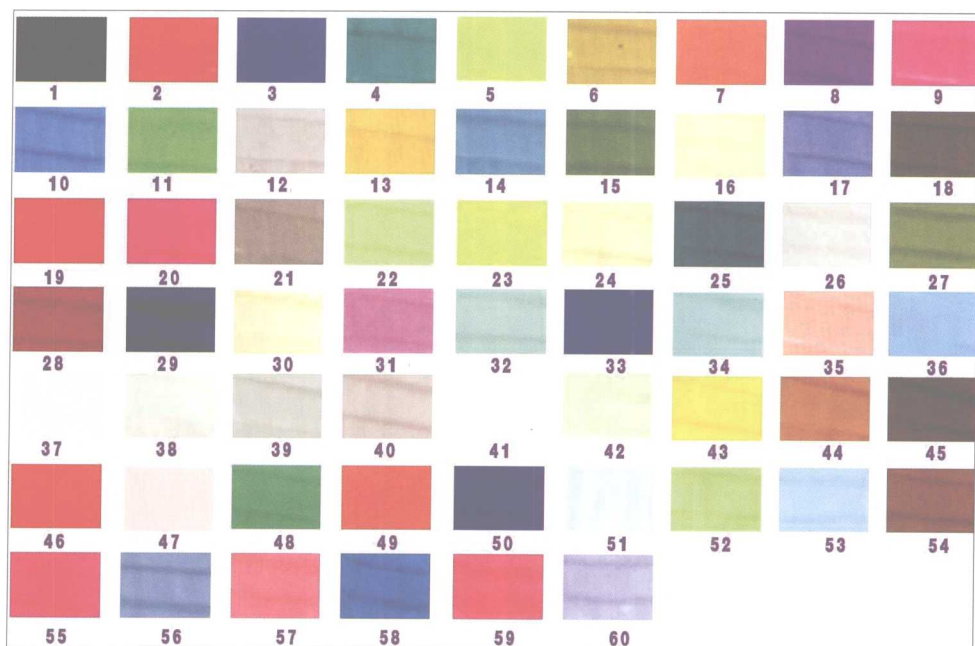


图 2-1-4 麦克笔色谱

依据笔芯构造形状的不同来分,大致可以分为以下几种类型:

2.1.1 方尖形(角形)

笔头呈斜切的平行四边形,写字时,笔的倾斜度约与纸面成 60 度。当笔移动时,笔杆应保持同一斜度平行拉动。(图 2-1-4 ~ 图 2-1-9)



图 2-1-5 荧光麦克笔

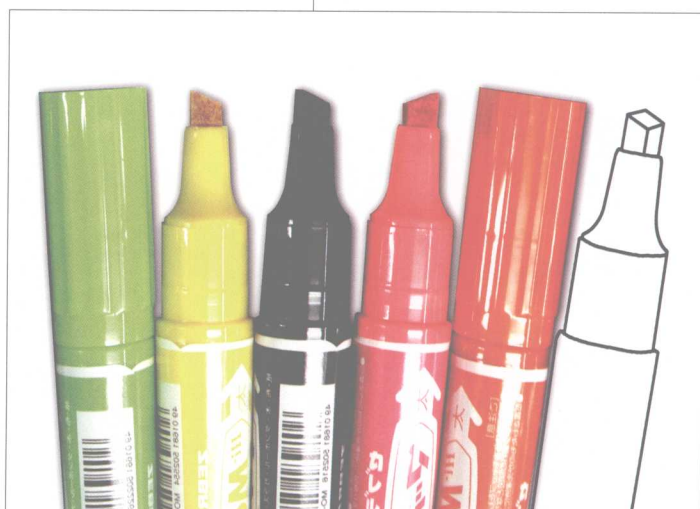


图 2-1-6



图 2-1-7



图 2-1-8



图 2-1-9

2.1.2 宽平形

宽平形的麦克笔，在特性上与方尖形笔相类似，只不过是把笔芯剖面的长宽比例拉大，笔尖成宽平的形状，是针对方便书写大型字体设计的，其笔头的宽度有 6mm、12mm、20mm、30mm 四种规格，色彩每种均有红色、黄色、橙色、蓝色、绿色、紫色、黑色等。运笔的要领与方尖形大致相同。（图 2-1-10 ~ 图 2-1-15）



图 2-1-11



图 2-1-10 宽头

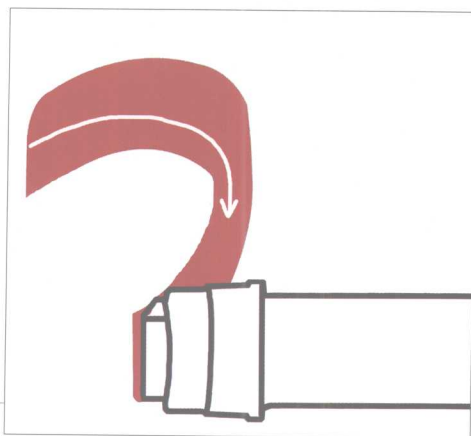


图 2-1-12 宽头笔运笔笔触

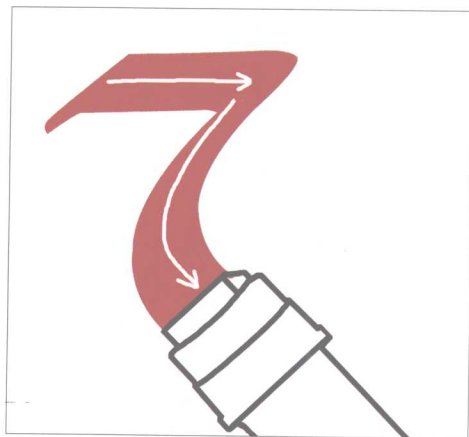


图 2-1-13 宽头笔运笔笔触



图 2-1-14 宽头



图 2-1-15



图 2-1-16

2.1.3 鑿刀形

笔头的形状就如雕刻所用的鑿刀一样，宽约 3mm。这类笔由于笔尖呈刀口状，在运笔的转换上比较灵活，持笔的方式亦比较接近平常写字的握法。笔芯随着书写的文字的笔画方向同时移动，可以获得横竖相当的文字；笔芯不随着书写的文字的笔画方向同时移动，可以获得横细竖粗或横粗竖细的文字，并且落笔的角度不同，笔画粗细比例也不同，这也为 POP 字体的书写提供了一定的变化空间。（图 2-1-16 ~ 图 2-1-19）



图 2-1-17



图 2-1-18



图 2-1-19

2.1.4 圆.头形

笔尖呈圆头形状，与纸面接触时，其接触面呈圆形，线条比较细腻，并不具有方向性，所以保持一定的握笔姿势，便可写出粗细一致的线条。一般用来书写说明性的文字或比较小的文字。（图 2-1-20 ~ 图 2-1-23）



图 2-1-21



图 2-1-22

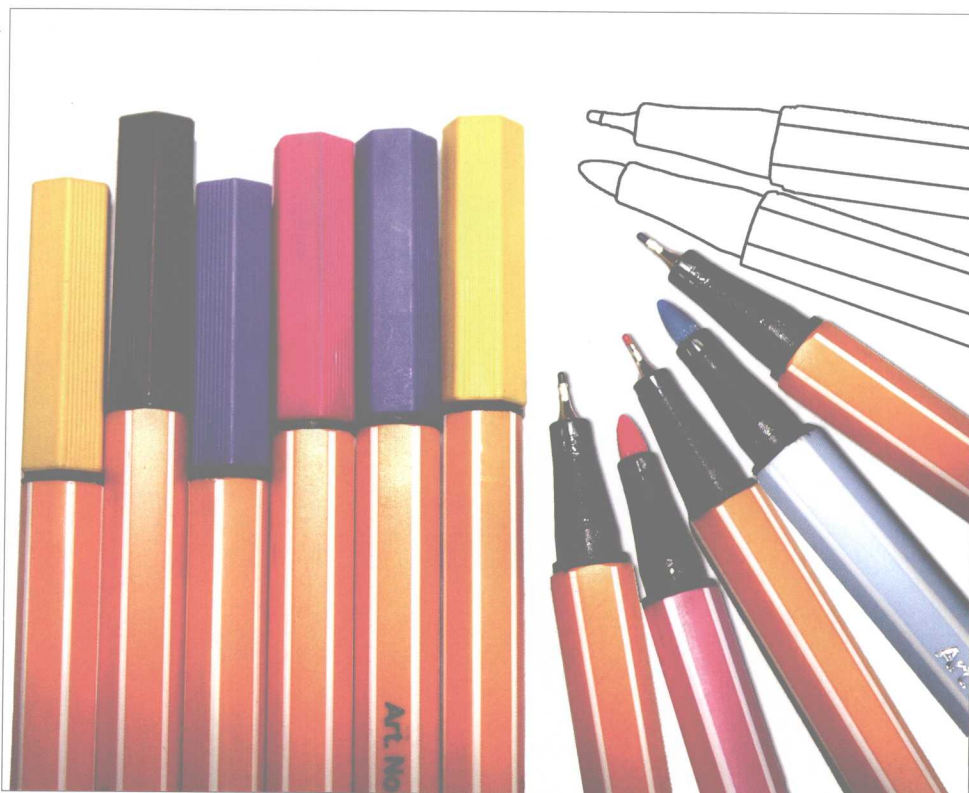


图 2-1-20

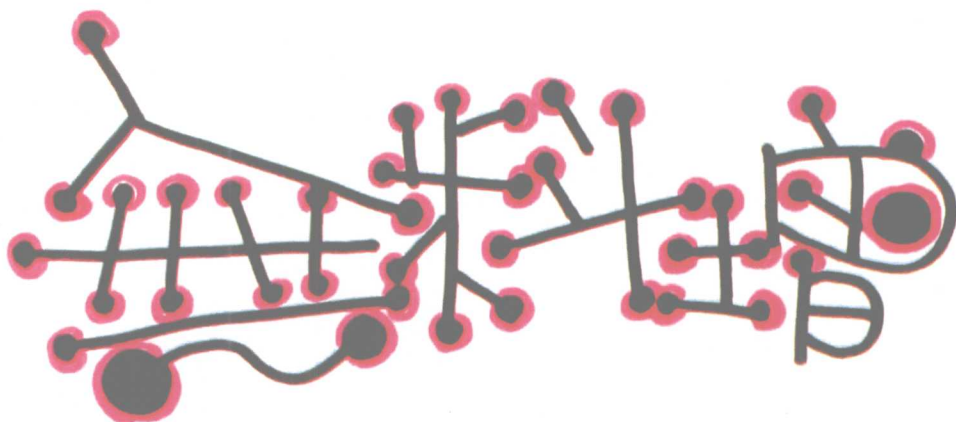


图 2-1-23



图 2-2-1



图 2-2-2



图 2-2-3

2.2 平笔

也就是我们常说的图案笔、扁头水彩笔，笔头扁平。适合描写线条、粗细均匀的字体，或使用在绘画 POP 插图中的平涂、修边。（图 2-2-1 ~ 图 2-2-5）



图 2-2-4



图 2-2-5

2.3 毛笔

毛笔的品种较多。就原料和特点来看，可以分为软毫、硬毫、兼毫三大类。软毫的原料是山羊和野黄羊的毛，统称羊毫，写起字来柔软圆润。硬毫的原料是狼毫和山兔毛——紫毫，它们弹性强，写出的字锐利刚劲。兼毫是软硬两种毛按比例搭配。初学写字，大多使用兼毫类毛笔。在POP广告中，我们一般用它来表现具有个性化的字体。（图 2-3-1 ~ 图 2-3-6）



图 2-3-1



图 2-3-3



图 2-3-2

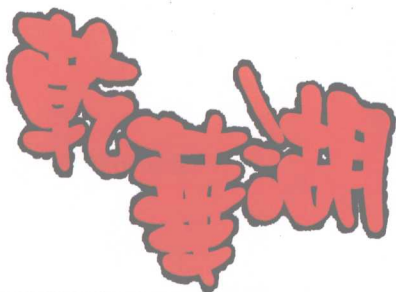


图 2-3-4



图 2-3-5



图 2-3-6



图 2-4-1



图 2-4-2



图 2-4-3



图 2-4-4



图 2-5-1



图 2-5-2

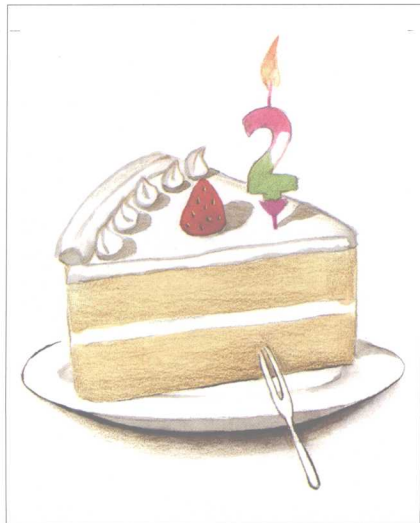


图 2-5-3

2.4 广告颜料

不透明、易干，色彩鲜艳浑厚，可重叠。（图 2-4-1 ~ 图 2-4-4）

2.5 水彩

具有良好的耐光性，用来刻画细微部分。还可表现写实的效果。（图 2-5-1 ~ 图 2-5-4）



3/8"

5/8"

1/2"

图 2-5-4

2.6 彩色墨水

色彩极为鲜艳透明，可重叠涂灰形成风味特殊的色彩效果。但其耐光性较差，故绘制出的作品不适合阳光直接爆晒，描绘前应充分考虑此墨水适合的纸张。比如用铜板纸、Kent 卡、水彩笔、沾水笔、喷笔等工具来表现，但需注意，若将笔直接放入墨水瓶中会影响墨水的发色效果，故应先将墨水倒在其他容器后使用。（图 2-6-1 ~ 图 2-6-5）



图 2-6-1 彩色墨水



图 2-6-5 铜版纸效果



图 2-6-2



图 2-6-3

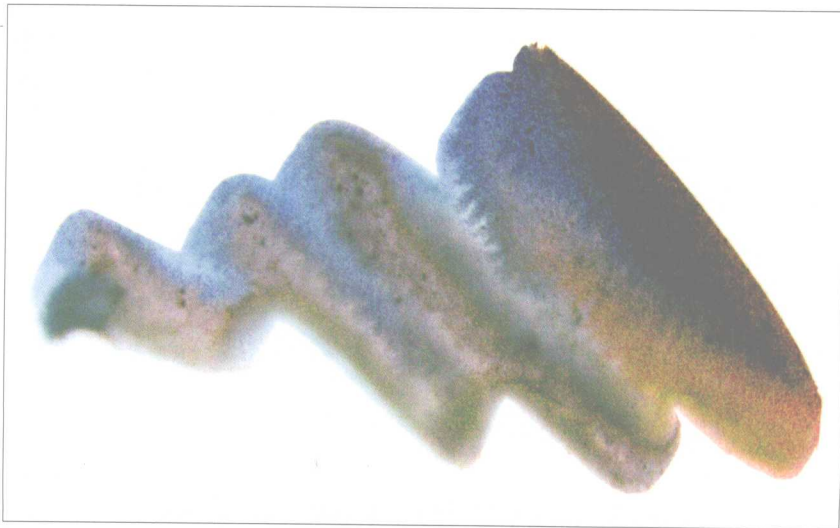


图 2-6-4 色彩混合效果