

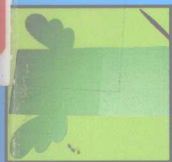
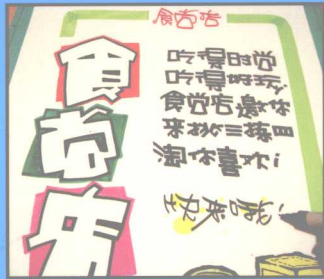
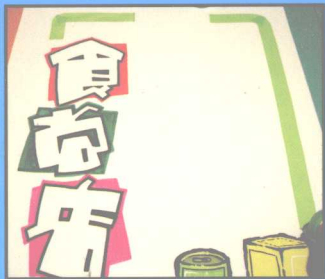


★
手绘POP
技法手册

杨宇舟 王长进 编著

POP

广告实例



凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社

★
手绘POP
技法手册

杨宇舟 王长进 编著

pop

广告实例

凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

POP广告实例 / 蒋雪南等编著. —南京: 江苏美术出版社, 2009.6

(手绘POP技法手册)

ISBN 978-7-5344-2785-5

I .P… II .蒋… III .广告—宣传画—设计 IV .J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第067177号

编 著	杨宇舟 王长进
绘 制	沙 楠 张月芳 陈 雪 李 敏 杨 侃
	周 婷 周静丽 费 苗 赵佳怡 顾 颖
责任编辑	龚 婷
封面设计	蒋雪南
责任校对	刁海裕
责任监印	朱晓燕

目 录

第一课	POP的含义	1
第二课	绘制POP所需的工具材料	3
第三课	基础色彩搭配知识	5
第四课	绘制物体光影明暗的基本规则	10
第五课	POP广告的分类	12
第六课	POP白底广告的制作	15
第七课	POP色底广告的制作	34
第八课	标牌式POP广告的制作	53
第九课	悬挂式POP广告的制作	72
第十课	柜台式POP广告的制作	91
第十一课	包装式POP广告的制作	110
第十二课	命题POP广告创意与实例	129
第十三课	POP广告优秀范例欣赏	148

第一课

POP的含义





● 什么是POP

POP是英文“point of purchase”的缩写，被译为“购买时刻”，因此POP广告常用在零售店、大卖场内刺激购买欲。促进贩卖的所有广告标示物，小如一张卡片，大如店铺外装、看板等都可以被称作POP，后来广泛运用在其他的宣传海报或活动主题标示等方面。

POP广告的概念有广义和狭义两种：广义的POP广告的概念，指凡是在商业空间、购买场所、零售商店的周围、内部以及在商品陈设的地方所设置的广告物。如：商店的牌匾、店面的装潢和橱窗，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，仅指在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，酒店外面挂的酒葫芦、酒旗，饭店外面挂的幌子，客栈外面悬挂的幡帜，或者药店门口挂的药葫芦、膏药或画的人丹，以及逢年过节和遇有喜庆之事的张灯结彩等，都可谓POP广告的鼻祖。

第二课

绘制POP所需的 工具材料





1. 常用笔材

- (1) 麦克笔：水性、油性（角头、平口、圆头）。
- (2) 软 笔：毛笔、水彩笔、尼龙油画笔。
- (3) 装饰笔：粉彩笔、油画棒、漆笔、修正液、荧光笔。
- (4) 颜 色：广告色、水彩、墨汁。

2. 常用纸材

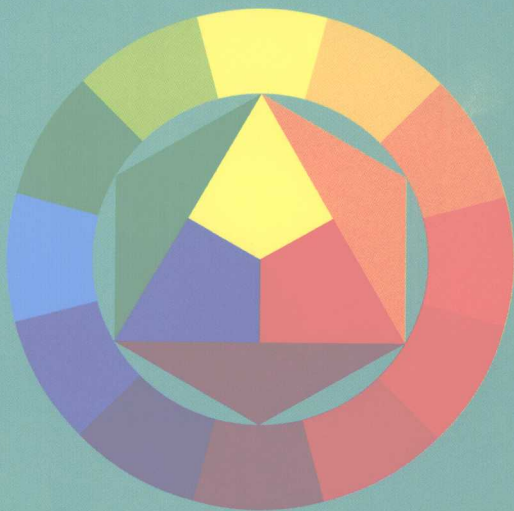
- (1) 书面纸；(2) 铜版纸；(3) 粉彩纸；(4) 色纸；(5) KT板；
- (6) 即时贴。

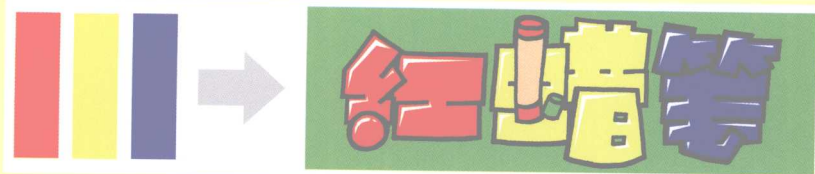
3. 辅助工具

- (1) 美工刀、剪刀、订书机；(2) 胶水、胶棒、双面胶、透明胶；
- (3) 丁字尺、直尺、软尺、卷尺；(4) 三角板、曲线板等。

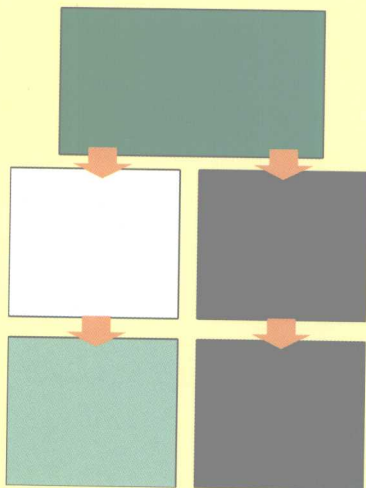
第三课

基础色彩 搭配知识





红、黄、蓝为三原色，所有色彩都由此三色衍生。



明度的表现

构成色彩的三大要素

(1) 色相，指的是色彩的名称。这是色彩最基本的特征，是一种色彩区别于另一种色彩的最主要的因素。如红色、黄色、蓝色、紫色等是不同的色相。同一色相有不同的色彩，通过调节明暗度可呈现出不同的色彩。如蓝色，有深蓝、淡蓝等等。

(2) 明度，也叫亮度，指的是色彩的明暗程度。明度越高，色彩越亮。可通过加黑、白来调节明暗度。

(3) 纯度，指色彩的鲜艳程度。纯度高的色彩纯、鲜亮，纯度低的色彩暗淡。需要高纯度的颜色尽量使用原色加以调配。

冷色系给人一种寂静寒冷、稳重以及自由自在的感觉。如蓝色、青色、紫色等。与暖色如红色、黄色、橙色形成冷暖对比，增强视觉冲击力。



暖色系给人喜悦、温暖的感受，是表达温馨主题作品的常用色。颜色有黄色、橙色、红色、粉色，与冷色系形成对比色。

色彩搭配技巧

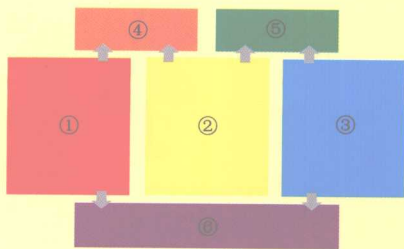
三原色红、黄、蓝配色技巧：

红+黄=橙

红+蓝=紫

黄+蓝=绿

其中，④⑤⑥为间色，由三原色两两调配而成。两个原色的间色与另一个原色互为补色关系，如橙与蓝、绿与红、紫与黄。补色对比是一种最强烈的冷暖对比。



色彩的重要性

在制作彩色底海报时，一般不使用专业的POP麦克笔，因为吃色的缘故，一般采用颜料来书写文字或涂色。彩底海报中常常需要拼贴色块作为背景，因此色彩的搭配非常重要。根据不同的主题、不同的宣传主体选择适合的色彩表现，将决定海报的质量。



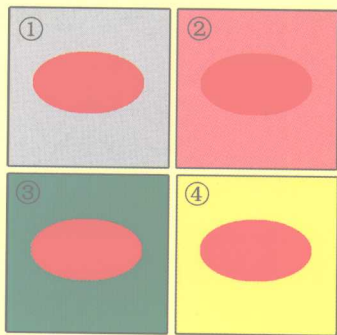
越接近原色，彩度越高。

颜色明度通过加黑色使明度变暗，加白色使明度变亮来改变。

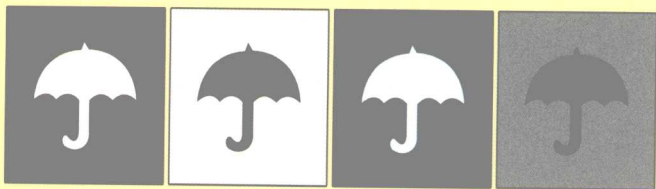
海报制作中，如果选择单色彩作背景的话比较单调，为了丰富版面，我们一般采用多色块拼贴的方法。

我们归类出以下六种配色方法：

1. 无色彩配色方法
2. 无色彩配色方法
3. 类似色配色方法
4. 对比色配色方法
5. 纯度的配色方法
6. 咖啡色配色方法

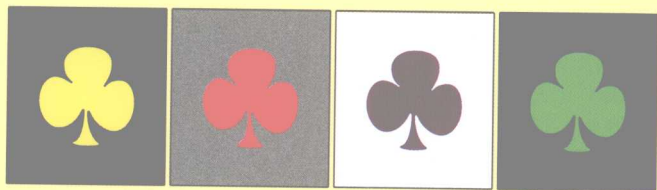


上图为例红色的配色方法：① 红色与无彩色搭配。② 红色与类似色搭配。③ 红色与对比色搭配。④ 彩度的配色。



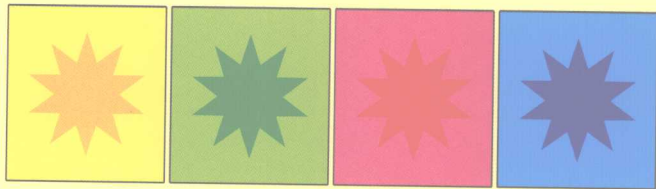
1. 无色彩配色方法

所谓无色彩配色是指黑、白、灰三色的搭配。这种搭配色彩比较沉闷、严肃。但可以运用在高级产品上，如表现高级服饰、珠宝或是前沿、尖端的产品。



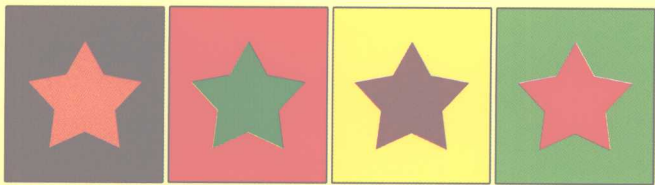
2. 无彩色配色方法

任何一种颜色与黑、白、灰色搭配称为无彩色配色。这种配色方法是比较常用的配色方法。运用黑、白、灰搭配可以表现高级感。①红配黑。适用于比较前卫的行业。②红配灰。适用于精品业、珠宝、化妆品、服饰等行业，给人一种平缓、柔和、有质感的视觉效果。③蓝配白。多应用于高科技行业和资讯业。



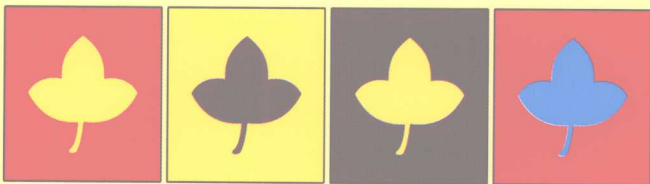
3. 类似色配色方法

类似色配色是指用相近的颜色相互搭配的配色方法。类似色所营造出来的是柔和、可爱、温馨的感觉，适合婴儿用品、淑女服饰、化妆品、花艺、婚纱等领域。类似色整体感觉趋于平淡而缺乏强烈对比，表现力较弱，不适用于前卫设计。



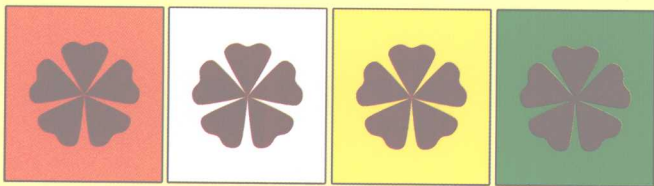
4. 对比色配色方法

对比色配色就是运用对比色进行色彩搭配。特别是以三原色红、黄、蓝所衍生的间色橙、绿、紫，运用红和绿、黄和紫、蓝和橙搭配形成强烈的冷暖对比。给人前卫、开朗、流行的感觉，主要适用于酒吧、餐厅等相关行业。



5. 纯度的配色方法

纯度配色是用相同彩度的颜色进行搭配的方式，是以彩度为主导的配色。例如：三原色相互之间的配色；粉底底配浅紫色，给人以柔和的感觉，是低彩度配色；洋红色配天蓝色，是最亮眼的高彩度色彩配色。

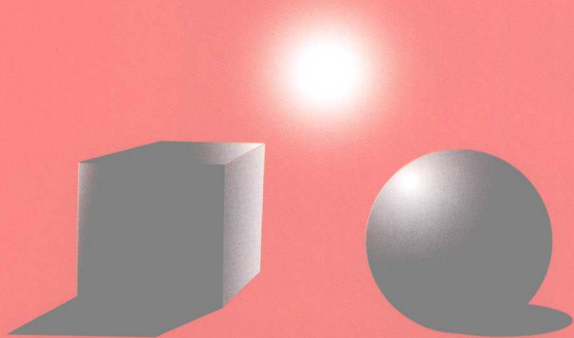


6. 咖啡色配色方法

咖啡色是所有颜色中较易搭配的颜色。可以用深咖啡色搭配浅咖啡色、或搭配红色、橙色、黄色等类似色。也可以搭配黑、白、灰色。用蓝黑色、黑紫色搭配深咖啡即是低彩度配色。咖啡色还可以与绿色搭配，有一种自然的亲切感，可以运用在茶艺行业中。

第四课

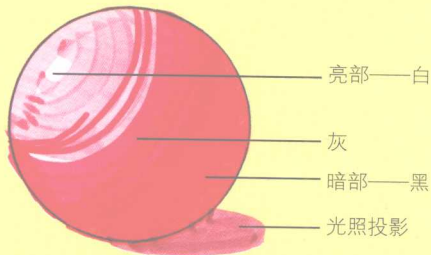
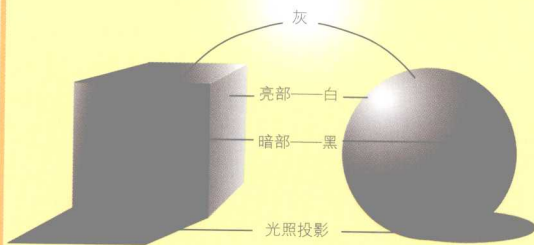
绘制物体光影明暗的 基本规则



光与影

在光的照射下，物体表面呈现出受光和背光两个部分：亮部与暗部。

物体在光线的照射下，呈现出三维空间的立体特征，受光的一面叫亮面，侧光的一面叫灰面，背光的一面叫暗面，即为黑、白、灰。同时，物体在光照的条件下除了呈现黑、白、灰三大面关系外，在光的作用下会呈现出物体的投影。



“黑、白、灰”关系在POP中通常体现在插图和特殊字体的着色上。由于绘制这类插图或特殊字体的工具基本都是水性麦克笔，所以我们要利用水性麦克笔的特点来表现插图或特殊字体中的黑、白、灰。我们可以挑选同一色系中的两至三个色代替用作黑、白、灰的颜色来绘制。

不同的光照方向与不同色系的“黑、白、灰”体现为在不同光照方向的条件下冷色调与暖色调的受光展示。

左图中用水性麦克笔绘制的长方体和球体表现的方式有所不同。根据长方体的属性，色块分布得很规矩，每个色块都有其边缘线，在排笔上比较容易，基本上属于平涂。而球体没有清晰的边缘，只能用渐变处理。当绘制到色块的边缘线时，线条之间留出缝隙，由粗线到细线依次随着形体的光照弧线运行，以此类推。

第五课

POP广告的分类



POP广告的种类繁多,分类方法各异。就是说不同的场合,需要不同的角色。如果从使用功能或形式上分类,POP广告大致可分为以下六类:

1. 招牌式POP广告:卖场的顶、楼面、门头店名招牌。如卖场的户外大型广告、霓虹灯等。起到体现商家势力、提升企业形象和美化环境的作用。

2. 橱窗式POP广告:卖场内陈列商品的橱窗。它是通过装饰或美化后利用商品实物进行陈列的立体广告。它给消费者带来视觉效果,从而引导消费。

3. 壁面式POP广告:粘贴于卖场的墙面、柱子、玻璃、橱窗及固定的展框内等。如手绘POP海报、告示、通知、灯箱、板式写真或喷绘广告。它是卖场较常用的一种广告。



4. 悬挂式POP广告:是悬挂或吊在卖场天花板半空中的广告。如卖场的手绘POP吊牌、吊旗、商品价目卡、展示卡、指示牌广告等。这类广告具有简洁性,为消费者提供商品信息、价格、位置、配置等。因为它制作成本低、简单快捷、机动性强、效果佳,是卖场最常用、最广泛的一种广告。每当节日促销时,卖场内处处