

Point of Purchase

手绘POP系列教材

王 猛 编著



辽宁美术出版社

手绘POP系列教材

手绘POP精品课程

王 猛 编著

美工实战必备书籍



辽宁美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

手绘POP精品课程/王猛编著. — 沈阳: 辽宁美术出版社, 2015.3

(手绘POP系列教材)

ISBN 978-7-5314-6718-2

I. ①手… II. ①王… III. ①广告-宣传画-设计-教材 IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第036001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: 沈阳市博益印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 9

字 数: 120千字

出版时间: 2015年9月第1版

印刷时间: 2015年9月第1次印刷

责任编辑: 林 枫

封面设计: 林 枫

版式设计: 林 枫

责任校对: 黄 鲲 季 爽 吕佳元

ISBN 978-7-5314-6718-2

定 价: 59.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227



Point of Purchase

本书由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。全书以当今较为流行和实用的手绘POP专业技巧为主，是作者多年来教学经验的总结，也是POP培训精华课程的浓缩。本书分为五个部分，十五节课程，详尽且系统地针对无基础、从零开始学习手绘POP的初学者，由浅入深地进行分析 and 讲解。课程包含基础字体、变形字体、字体装饰、创意字体、数字和英文、插图绘制及应用、白底海报、彩底海报等，详细而全面，让大家能真正学有所成、学有所用。

本书可以作为POP爱好者的自学读本，也可作为各大艺术院校及手绘POP培训机构的教材。

2015年4月26日泰山POP工作室



王猛

泰山老师手绘POP全国免费解答 QQ: 498789393



contents 目录

第一部分 POP基础

第一节 POP的概念及工具	6
第二节 POP运笔的掌握	20

第二部分 字体基础

第三节 正体字	24
第四节 活体字	36
第五节 变形字体	48
第六节 字体组合	62
第七节 数字及英文	66
第八节 字体装饰	70

第三部分 字体提高

第九节 胖胖字技巧	86
第十节 棱角字技巧	90

第四部分 插图绘制

第十一节 人物插图	94
第十二节 食品插图	96
第十三节 物品插图	98

第五部分 海报制作

第十四节 白底海报	102
第十五节 彩底海报	130



第一部分 POP基础

第一节 POP的概念及工具

第二节 POP运笔的掌握





第一节 POP的概念及工具

POP广告是商场促销的一种最佳广告形式，凡是应用于商场，提供有关部分商品信息，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定义

那么POP这三个英文字母的具体含义又是什么呢？其实POP是英文“Point of Purchase”的缩写，可以翻译成“购买点的广告”，又可以称为“店头广告”。它可以说是当今很时尚很流行的新兴广告媒体。

POP起源于20世纪30年代的美国。第一次世界大战后，全球经济普遍低迷，市场也萧条不振，广告费用成为厂商及卖方极大的负担。因此，在经济、速度、机动性以及人力的考虑下，POP式广告逐渐攻占其他媒体，节庆需要它，售卖商品需要它，店面布置需要它，它是一种最为实际、有效的广告形式。20世纪60年代，POP传到日本、韩国等亚洲地区。一般而言，美国的POP广告着重在制造商的市场，可提供商场的帮助较少，而日本及韩国的POP则是随着经济的快速发展而起步，POP的侧重点也是以商场的POP广告为主，所以使大街小巷的商场较能呈现生动、活泼的气氛。

POP广告是商家最为有效的一种广告形式，可以宣传商品，又可以提升店面整体形象。



无论是室内或室外，都会有POP的影子。室内POP指柜台及货架陈列、室内灯箱、柱形广告、模特儿以及各种悬挂张贴的广告等，其基本功能在于改善商店的购物环境，突出商品和服务的质量，刺激消费者的购买欲望；而室外POP指购物场所外面的一切广告形式，如门面装潢、店标、橱窗、霓虹灯、灯箱、电子显示屏、旗帜、横幅等，其基本功能在于吸引消费者的注意，并促使他们尽快做出走进商店的选择。此外，随着各商业企业对信誉形象的日益重视，室外POP还能起到建立商店的识别标识和强化商店个性特征的作用。

现今在我国，大部分的商场或超市内外都可以看见种类繁多、形态各异的POP广告展示。



在我国，现在意义上的POP广告主要是从台湾发展起来的，但在我国古代，早已经有了类似于现代POP的广告，如古代客栈、酒店外挂着的灯笼、旗帜等，打铁铺门前挂着的大刀、药铺门前挂着的膏药等，至今我们仍可以看见修车铺门口挂着的车圈、修锁铺门口挂着的大锁头等，都是具有该行业特色的广告宣传品。

我国的POP广告虽然起步较晚，但随着改革开放，大力引进外资企业，国外的零售业也纷纷抢滩中国市场，他们在带来先进经营理念的同时，也促进了国内POP行业的发展。

雨后春笋般发展起来的商场、超市、购物中心等都有其独特的POP广告形式吸引着消费者和顾客的视线，它已经成为商家必不可少的促销手段之一。如今，POP广告的书藉也越来越多，POP的短期培训班也应运而生，甚至一些大专院校都已开设POP课程；在我国经济发展较快的地区，一些商家招聘员工也把POP广告列为一项重要的考核标准，可见，POP广告的重要性不容忽视。



POP广告功能

国外众多学者对消费者的购买行为做过各种各样的研究，得出基本一致的结论：“顾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。

（1）诱客进店

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。应利用店面POP极力展示商店的自我特色和经营个性。首先应明确告知商店的经营特征，如麦当劳快餐店门口的“M”标志等；其次，应利用店面POP海报及时告知商店的个性化服务，如24小时营业、打折特价、短缺商品的供给等。在节日来临之际，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）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。别出心裁、引人注目的POP展示能诱发顾客的兴趣。现场操作、试用样品、免费品尝（食品）等店内活广告形式，也能极大地调动顾客的兴趣，诱发购买动机。

（3）最终购买

激发顾客最终购买是POP广告的核心功效，必须抓住顾客的关注点和兴奋点。导致顾客产生购物犹豫心理的原因是他们对所需商品尚存疑虑，有效的POP广告应针对顾客的关注点进行诉求和解答。价格是顾客的一大关心点，所以价目卡应置于醒目位置，商品说明书、精美商品传单等资料应置于取阅方便的POP展示架上。

矗立在商品周围的特价POP可以很好地吸引消费者，同时也能更为有效地刺激消费者的购买欲望。



漂亮且立体的POP，既向顾客传递了商品的信息，又可以美化购物环境，可以说是一举多得，是商家必不可少的一种极为重要的广告形式。



POP广告分类

POP广告种类繁多，样式也是形态各异，我们为了更有效、更快速地掌握它，可以按照其使用功能和制作工艺进行分类，我们先来看一下POP广告按照使用功能的分类：

(1) 按照使用功能分类的POP广告

可以分为店面POP广告、吊挂POP广告、立地POP广告、壁面POP广告等。

店面POP广告大多以店面招牌的形式表现，制作材质和工艺很多，主要有灯箱、木雕、喷绘布等。



店面POP广告可以说是代表了商家的形象，它是商家经营特征和自我个性的体现，可以说店面POP广告是商家的一张名片。

吊挂POP广告主要是悬挂在天棚顶部的一种POP广告，因为是吊在空中，所以比较节省地面的空间。



吊挂POP广告可以更为直观地向消费者和顾客传递广告信息，同时也可以起到引导和指示的作用。在大多数商场或超市里，吊挂POP更多用在渲染氛围上，为顾客营造出一个轻松、愉快的购物环境。



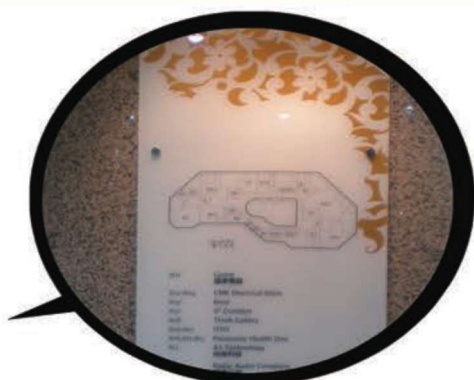
立地POP广告是最为立体的一种广告形式，它可以以模特儿造型出现，也可以用水牌进行展示。



以模特儿造型出现的立地POP广告大多是用来展示商品和制造节日氛围的，水牌式立地POP广告则是用来传递商家的广告或促销信息的。前者较为直观和立体，以环境和氛围感染消费者和顾客，后者虽然形式简单，但也是最贴近消费者和顾客的，商家的一些活动、规则、说明等文字性的信息也主要通过它来表现。



壁面POP广告是张贴在墙壁或柱子上的一种广告形式，它多数以海报或灯箱的形式出现。



壁面POP广告通常是长期使用的，比如这里的壁面POP广告是用亚克力工艺制作的楼层导视图。

(2) 按照制作工艺分类的POP广告

可以分为印刷POP广告、喷绘POP广告和手绘POP广告等。

印刷POP广告是主要通过电脑排版、印刷机输出等工序制作的一种可以大批量生产的POP广告形式。



印刷POP广告主要应用在印制大批量的DM和宣传单、宣传卡片上，它不受量的限制，可以很广泛且很有效地向消费者和顾客传递商家的信息。

喷绘POP广告也是要通过电脑排版，喷绘机输出，它的应用范围很广，小到海报大到背景板、灯箱等。

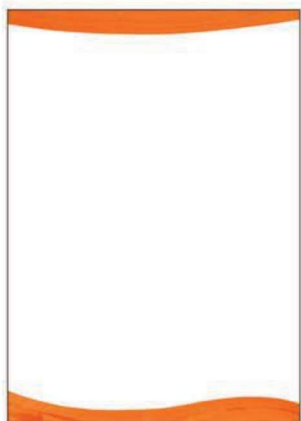


左图中漂亮的背景画面就是用喷绘制作的POP广告，它不受场地、大小、数量的限制，可以根据实际需要，通过电脑排版设计出各种样式的POP广告，然后通过大型的喷绘机进行输出，最后安装在商场里。喷绘POP是近年来我国应用最为广泛的一种POP广告。



喷绘POP广告虽然有很多优点，但它也有缺点，就是必须通过电脑等科技元素来完成，需要电脑设计人员，以及相应的输出设备，所以它的成本相对来讲也比较高。

手绘POP广告主要是用手工绘制的方式来完成的POP广告，它也更为机动、更为实用、更为灵活。



“手绘”的英文为 handwriting，有“手迹”“书法”之意，意思是“徒手写出来的文字或图案”。以“手绘”方式表达促销之意的广告，我们都可以称它为“手绘POP广告”，这也是本书重点要向大家讲述的一类POP广告。手绘POP广告相对于前几种POP广告来讲，成本更为低廉，一张手绘POP海报的成本也就在几元钱之内，而且它的制作速度快，因为它不需要电脑等科技元素配合作业，所以几十分钟便可以完成。手绘POP广告最大的优点是有较强的生命力，同时也具有很好的亲和力，这是印刷POP和喷绘POP所达不到的。手绘POP看似简单，但它也需要创作者掌握一定的技能才能完成，比如写一手漂亮的美术字或能绘制结构合理的插图，手绘POP里面的每一个组成部分，都需要创作者认真地绘制。可以这么说，手绘POP是用手来写、用心来绘，创意和创新是手绘POP最大的生命力和发展力。



POP广告发展

很多人可能认为，手绘POP只应用在商场或超级市场，学完手绘POP只能在商场或超级市场从事美工的工作，实际上，这种想法是错误的且局限的。手绘POP的市场不仅如此，手绘POP应用的范围非常广泛，如酒店、咖啡厅、蛋糕店、西餐厅、网吧、电影院、KTV、健身中心、儿童乐园、迪厅、培训学校、服饰品店、美容院、化妆品店、发廊、手机市场、数码广场、便利店等。而且收入不像美工那么每月固定，可以按张数计算。现今很多从事美工行业的朋友觉得在商场或超级市场只写一些时效性、简单迅速的手绘POP海报就足够了，实则不然，我们抛开商场或超级市场的工作范畴，在其他商业场所制作的精美的手绘POP所带来的经济效益远远高于美工的工资。

手绘POP广告的前景比较广阔，我们可以从以下几点对手绘POP的未来进行展望：

- (1) 手绘POP广告具有较强的生命力和亲和力，电脑印刷和喷绘的POP无法取代；
- (2) 手绘POP广告易学易懂，可以在短期内进行掌握，同时可以解决就业问题；
- (3) 手绘POP广告投资小，回报高，一张成本几元的手绘POP广告可以收到十倍以上的回报；
- (4) 手绘POP广告任何人都可以学，不受年龄限制，只要你有兴趣就可以；
- (5) 手绘POP广告时效性快，可以根据要求短时间内完成以及更换；
- (6) 手绘POP题材广泛，任何存在买卖关系的场合都适用。



手绘POP广告以其诸多的优点越来越受到商家的喜爱与认可，它的应用范围也随之越来越广。



用马克笔书写后的手绘POP广告，张贴在店面的玻璃上显得更有亲切感，表现也更为直接和简单，消费者和顾客也更容易接受，手绘POP宣传广告信息的同时也美化了店面形象。



POP广告工具

绘制手绘POP的笔材种类很多，而且每一种笔材都有各自的特性和书写方法，这一小节我们就来学习一下在基础课程中常用到的一些笔材的知识及其用法。

宽头油性马克笔

宽头油性马克笔含有易挥发的化学材质，所以挥发较快，书写后干燥快速而且不易沾污纸面。

油性马克笔是按照笔头的宽度来划分规格的，常用的规格有30mm、20mm、12mm、6mm等。

水产

支持你

泰山手绘

可在赠送



在油性马克笔当中，30mm的笔头是最粗的，它适合写一些一开大小海报的标题字部分，可达到醒目的效果。



20mm油性马克笔的笔头比30mm油性马克笔略窄一些，它适合写一些两开和四开大小海报的标题字部分。



12mm油性马克笔可以书写海报当中的副标题部分，也可以用来书写纸张开数较小的海报的主标题部分。



在油性马克笔中，6mm的笔头是最窄的，我们经常用它来书写海报中的正文部分或内容较多的小字部分。



宽头油性马克笔每种规格都有12种颜色，我们可以根据实际需要进行选择性配备，以免造成不必要的浪费。



水性马克笔

水性马克笔挥发较慢，书写后不易干，所以使用的时候要格外注意，以免弄脏纸面。

水性马克笔不但可以书写文字，而且还可以为插图进行着色、为海报绘制装饰图案效果等。

只有放弃的人
没有失败的人

笔头3mm宽的马克笔可以书写海报中比较小的正文部分，有的时候海报中的文字内容比较多，我们用它来书写可以节省空间，但水性马克笔书写后的文字如果被阳光长时间直接照射会出现褪色现象，所以书写后要格外注意张贴的环境。



水性马克笔因其颜色丰富，可以绘制各种图案效果，有了这些图案，可以让海报更加丰富多彩，但要注意的是，这种装饰图案尽量选择颜色较浅的笔来绘制。



水性马克笔丰富的颜色可以绘制各种题材的插图。





双头油性马克笔

双头油性马克笔有两个笔头，一个是斜口的笔头，另一个是圆形的笔头。

双头马克笔应用起来更为方便，而且成本也比较低廉，用一支笔就可以完成两种字体的写法。

写海报练字体最实用

双头马克笔斜口的笔头书写出来的文字粗壮且有力，初学者掌握起来极为容易。



双头马克笔圆形的笔头书写出来的文字精巧细致，极具艺术效果。

小号圆头字体靠它来完成

泰山美工培训班
辽宁沈阳和平区
真正的手绘艺术
让您学到真技能
你也是手绘高手
泰山若师亲授课
全面全新最系统



双头马克笔的颜色也有很多，我们可以根据不同的需要选择不同颜色的双头马克笔书写文字，平时可以作练习字体使用。

