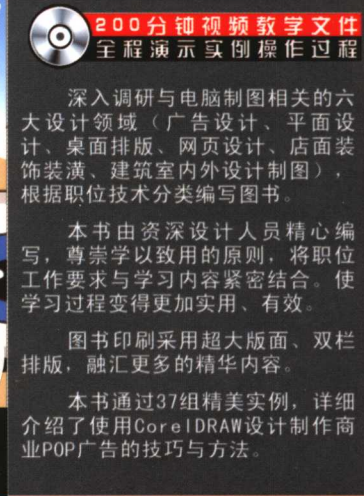
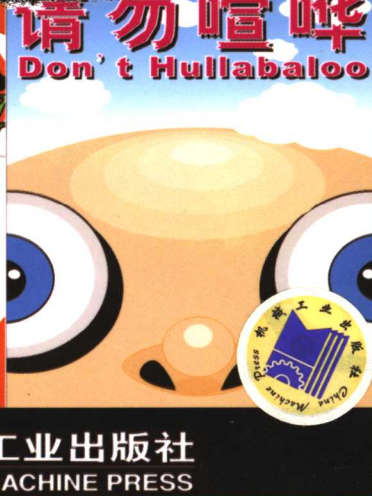
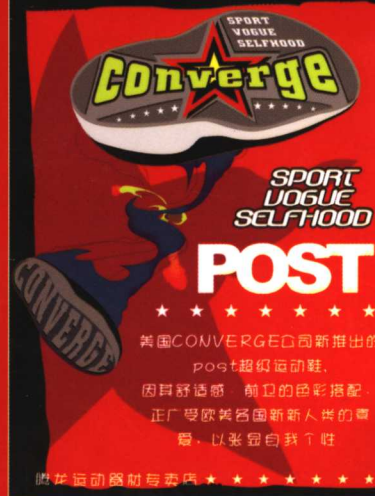
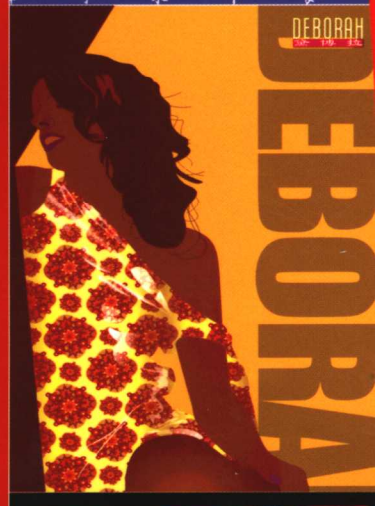
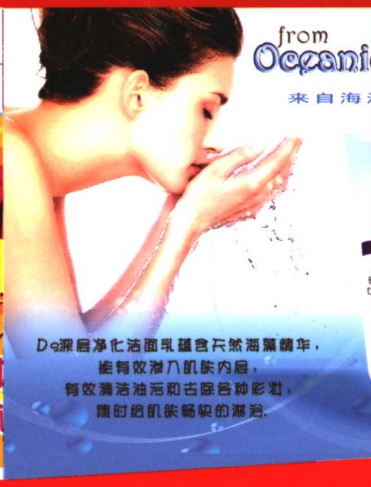




现代商业美术设计高级培训丛书

CorelDRAW 12 现代商业 POP 广告 设计与制作

腾龙视觉设计工作室 编著



机械工业出版社

本书通过 37 组精美的实例,为读者介绍了使用 CorelDRAW 12 设计制作 POP 广告的技巧与方法。本书主要讲解了使用 CorelDRAW 制作食品类、服装类、化妆品类、文体类、活动庆典类,以及店面装饰类商业 POP 广告的设计方法和制作技巧。每一个实例都精心设计了一个虚拟客户,使读者通过实例前的“客户要求”、“设计思路”和“准备工作”3 个环节,将创意构思与具体制作相结合,使每个实例都具有很强的针对性,便于读者全面掌握商业 POP 广告的制作方法。

本书实例丰富、结构清晰,包含了大量的软件使用方法和制作技巧,具有很强的实用性,适合 CorelDRAW 的初、中级用户阅读,也可作为社会培训班学员或商业美术设计人员的教材。

图书在版编目(CIP)数据

CorelDRAW 12 现代商业 POP 广告设计与制作/腾龙视觉设计工作室编著. —北京:机械工业出版社,2006.7

(现代商业美术设计高级培训丛书)

ISBN 7-111-19398-9

I. C... II. 腾... III. 商业广告—计算机辅助设计—图形软件,
CorelDRAW 12 IV. J524.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 067168 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策 划: 胡毓坚

责任编辑: 罗子超

责任印制: 杨 曦

北京机工印刷厂印刷

2006 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

210mm×285mm·12.5 印张·4 插页·442 千字

0001-5000 册

定价: 31.00 元(含 1CD)

凡购本图书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话 (010) 68326294

编辑热线 (010) 88379739

封面防伪标均为盗版



自助冰果冻

冰爽透心凉

盛夏好口味!



凉爽惊喜:
新增最具欧洲风味冰果冻系列
冬冬冰品店



第1章实例 冷饮POP广告



全新开幕

八折酬宾,秋风送爽,开业同庆,八折酬宾,全场八折起,另外部分专柜惊喜折扣等您来。

全新品牌,倾心奉献,引进欧莱雅、欧莱雅、兰蔻、薇姿化妆品专柜,百样屋、家居用品专柜。

名烟名酒,五粮液、茅台专柜假一赔十。

运动城亮丽开幕。

开业大吉 购物有礼

注:本超市\美食广场不参与此项活动。
上述活动细则详见店内海报,活动解释权归购物中心。

购物有礼,十万元豪礼大派送。

送:活动期间,凡在本商场精品百货部和服装超市当日累计消费100元以上者即可参加“购物有礼”现场抽奖活动,日买日中张张有奖,心动大奖,数量不限,店内活动惊喜连连,专柜礼品另有赠送。



夏绿地购物中心
客户服务电话:010-33669985



第4章实例 活动宣传类POP广告



SUPER GAL

今夏流行新焦点

展现个性与魅力

当季服饰新鲜特卖

凡购物满500元

即送流行通讯

送完为止

Super gal
少女服饰



第6章实例 少女服饰广告

营养快餐

时代在变,营养不变

鲑鱼堡+冰爽果汁+大雪条
素食三明治+中可+巴西烤肠

餐餐仅售 **20元**



第5章实例 快餐POP广告



雅致糕点 味美独特

新推出

鲜果蛋糕

新鲜丰富好滋味
每份只要

10元

乐乐糕点



第5章实例 糕点POP广告



第4章实例 产品说明类POP广告



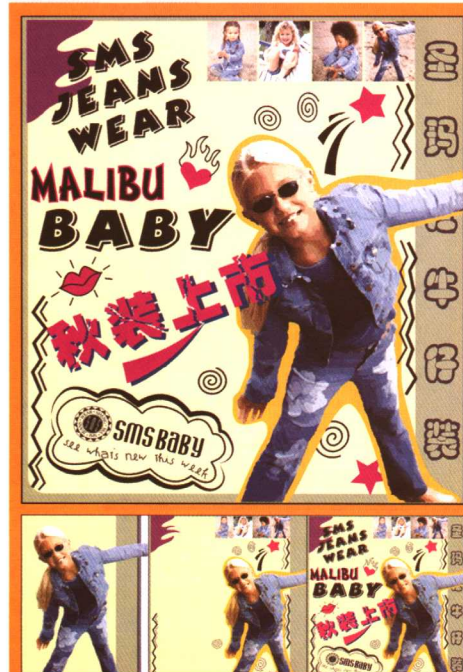
第6章实例 童装POP广告



第4章实例 指示引导类POP广告



第5章实例 蔬菜POP广告



第6章实例 牛仔服POP广告



第4章实例 装饰气氛类POP广告



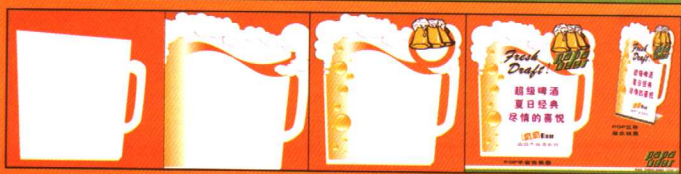
► 第4章实例 价格标签类POP广告



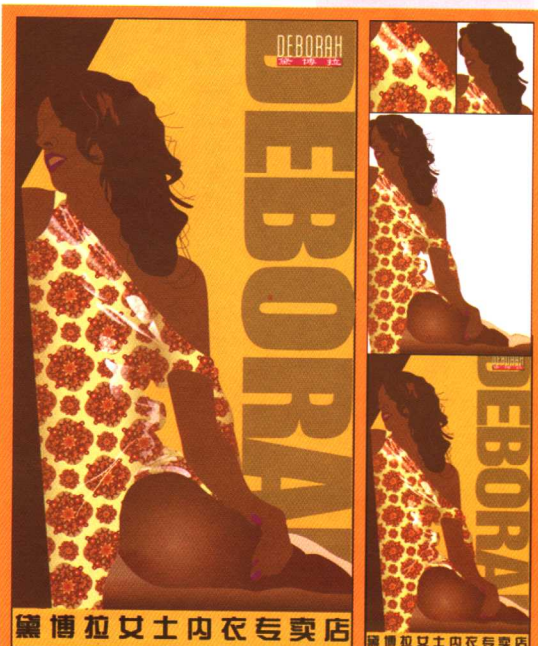
► 第5章实例 饮料POP广告



► 第7章实例 洗发水POP广告



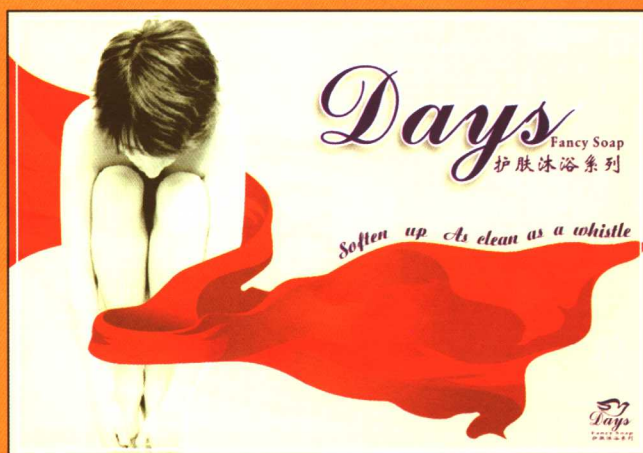
► 第5章实例 啤酒POP广告



► 第6章实例 内衣POP广告



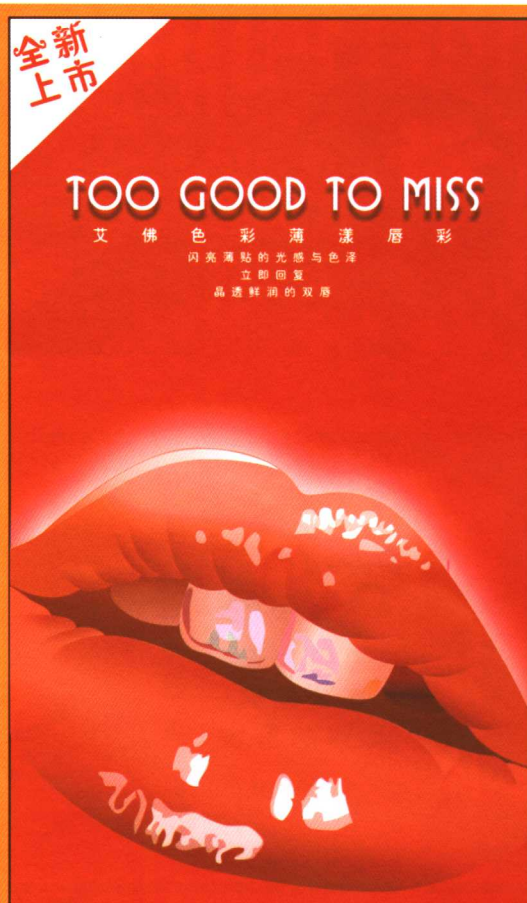
▶ 第7章实例 洁面乳POP广告



▶ 第7章实例 香皂POP广告



▶ 第6章实例 运动鞋POP广告



▶ 第7章实例 口红POP广告

第7章实例 彩妆POP广告

第7章实例 香水POP广告

► 第8章实例 体育用品POP广告

第8章实例 旅游产品POP广告

会员购物大抽奖

活动内容:

凡持有效VIP卡的顾客在超市购物满18元,与一等奖1名:笔记本电脑一台;二等奖2名:时尚手机一部;三等奖6名:可视mp3一部
购物满38元,电脑满58元,可凭当日购物小票获VIP卡抽奖券一张,自买自销,单张小票限领3张(VIP卡功能不减)。

奖项设置:

活动时间:2005.11.10-11.30
兑奖地点:新一佳商场总服务台

幸运一触即发
时尚礼品等你拿

新一佳商场企划部

会员购物大抽奖

第9章实例 抽奖活动POP广告

琪琪玩偶店

玩具总动员

庆祝六一儿童节
本店玩偶
全面5折起

6月1日-8日

第8章实例 儿童玩具POP广告

关爱西部儿童

托起明天的太阳

大型义演活动



时间: 11月12日-13日
地点: 工人体育场
订票热线: 021-55667699

五洲文化传播有限公司企划部

第9章实例 公益活动POP广告

文具笔组

经典雅俗新列

- ▲ 桌上文具组合 计算器、白板、时钟
- ▲ 3枝装笔组 蓝笔、圆珠笔、荧光笔、圆珠笔
- ▲ 5只装笔组 红蓝笔、圆珠笔、钢笔、彩笔
- ▲ 计算机文具 计算器、五枝笔组

精美各式笔记本
与日韩同步流行

腾龙精品文具

第8章实例 文具POP广告



HAPPY NEW YEAR
狂欢购物派对
1/1延长营业时间至0:30

满200送100

- 男女装、男女鞋、儿童用品等200/100
- 保暖内衣200/80再买一赠一
- 功名富贵、全家福贺岁金条138元/克
- 可回购千足金金条售价128元/克
- 足金饰品130元/克（周五六日）
- 国产表8折
- 羊绒、羽绒服8折

太平洋百货
Pacific Ocean General Merchandise

购物赠礼
凡在当天消费满100元以上赠精美新年小礼品一份；10元以上赠精美新年小礼品一份。

第9章实例 节日活动POP广告

小心扒手

贵小 重心 物善 品管

大虹商场正副经理

小心扒手

小心扒手

第10章实例 警示性POP广告

舞蹈专业训练中心

内容:

- 曲线锻炼
- 教当基本
- 概念教材
- 编排重点
- 韵律爵士小品

劲之舞

咨询专线: 3293455



第8章实例 招生POP广告

— 夏·威·君·六·日·游 —

浪漫假期

今夏新点子
半自助旅游
让您今夏疯狂哦!

领队全程服务+当地导游
全天陪同+高级饭店
+机票

咨询电话:
010-22553316

· 东方旅行社 ·



第9章实例 旅游观光活动POP广告

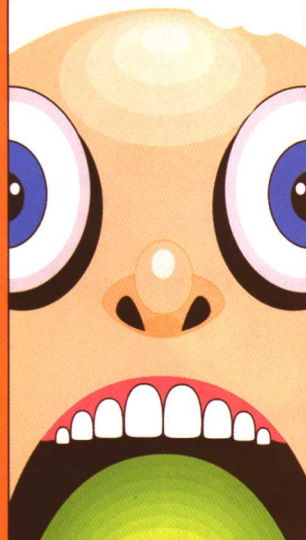


第10章实例 公益宣传POP广告

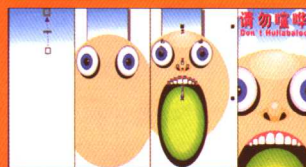


第8章实例 时尚太阳镜POP广告

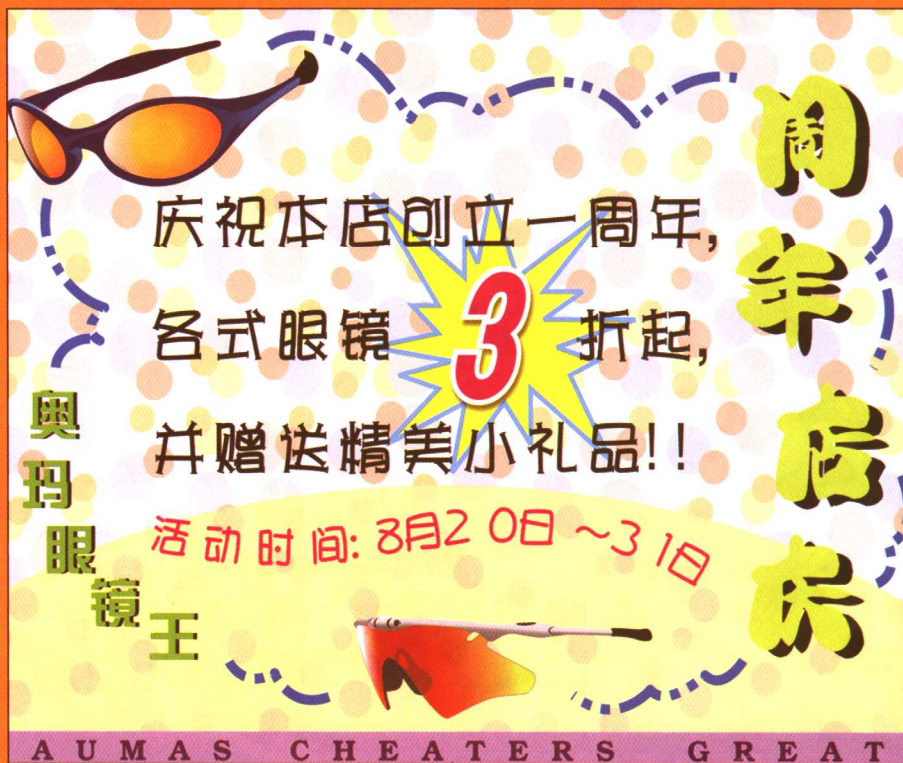
请勿喧哗
Don't Hullabaloo



彩虹商场企划部宣



第10章实例 社会公德POP广告



第9章实例 降价活动POP广告

前 言

商业 POP 广告方便快捷、成本低廉,对于任何经营形式的商业场所,都具有招揽顾客、促销商品的作用。同时,又具有提高商品形象和企业知名度的作用,是商业美术设计人员经常采用的一种广告形式。CorelDRAW 12 具有功能强大、操作简单等优点,常应用于平面广告设计与制作中。本书通过 45 组精美的实例,为读者介绍了使用 CorelDRAW 设计制作 POP 广告的技巧与方法。

本书共分为 10 章,各章主要内容如下:

第 1 章介绍 POP 广告的功能与作用,以及 POP 广告的制作特点。

第 2 章介绍 POP 广告的各种设计要素,如图形设计、色彩、文字设计、构图编排、画面特殊效果。

第 3 章介绍 POP 广告的形式,如标牌式、悬挂式、立地式、柜台式和招贴式。

第 4 章以实例讲解 POP 广告的功能,如指示引导类、产品说明类、价格标签类、活动宣传类和装饰气氛类 POP 广告。

第 5 章通过蔬菜、饮料、糕点、快餐和啤酒 POP 广告 5 个实例,讲解了食品类 POP 广告的制作方法和技巧。

第 6 章通过童装、牛仔服、少女服饰、内衣和运动鞋 POP 广告 5 个实例,讲解了服饰类 POP 广告的制作方法和技巧。

第 7 章通过洁面乳、洗发水、香皂、口红、香水和彩妆 POP 广告 6 个实例,讲解如何制作化妆品类 POP 广告。

第 8 章通过文具、儿童玩具、体育用品、旅游产品、招生和电影 POP 广告 6 个实例,讲解文体类 POP 广告的制作方法和技巧。

第 9 章通过降价活动、抽奖活动、节日活动、公益活动和旅游观光活动的 POP 广告 5 个实例,讲解如何制作活动庆典类 POP 广告。

第 10 章通过公益宣传、社会公德和警示性 POP 广告 3 个实例,讲解了店面装饰类 POP 广告的制作方法和技巧。

本书附带多媒体教学光盘 1 张,盘中收录了书中案例全部素材和最终作品,以及高清晰教学影像文件。通过光盘的辅助教学,读者可以快速掌握书中讲述的软件操作技术和绘图表现技法。

本书由腾龙视觉设计工作室编写,参与本书编写与整理的人员有郭敏、赵玉慧、周珂令、尚峰、张瑞娟、康静、段海鹏、侯媛、杨昆、邢武方、时盈盈、姚柯君、张楠、刘洁、王珂、王坤、张瑞玲、侯辉、朱小克等。

书中存在的错误与不妥之处,敬请读者批评、指正。您的意见或建议可以发送邮件至 ZKL@tlyh.com。

编 者

目 录

前言

第1章 POP广告设计概述	1
1.1 什么是POP广告	1
1.2 POP广告的功能与作用	2
1.2.1 告知商品信息	2
1.2.2 增强购买意识	2
1.2.3 营造销售气氛	3
1.3 POP广告的制作	4
1.4 CorelDRAW与POP广告的制作	6
1.4.1 广告创意和设计	6
1.4.2 冷饮POP广告制作	8
第2章 POP广告的设计要素	12
2.1 POP广告的图形设计	12
2.2 POP广告的色彩	13
2.3 POP广告的文字设计	15
2.4 POP广告构图编排	16
2.5 画面的特殊效果	18
2.5.1 二维空间的动感表现	18
2.5.2 二维空间的立体感表现	18
第3章 POP广告的形式	20
3.1 标牌式POP广告	20
3.2 悬挂式POP广告	21
3.3 立地式POP广告	21
3.4 柜台式POP广告	22
3.5 招贴式POP广告	22
第4章 POP广告的功能	24
4.1 指示引导类POP广告	24
4.2 产品说明类POP广告	28
4.3 价格标签类POP广告	32
4.4 活动宣传类POP广告	37
4.5 装饰气氛类POP广告	42
第5章 食品类POP广告	48
5.1 蔬菜POP广告	49
5.2 饮料POP广告	54

5.3 糕点POP广告	60
5.4 快餐POP广告	64
5.5 啤酒POP广告	70
第6章 服装类POP广告	75
6.1 童装POP广告	76
6.2 牛仔服POP广告	80
6.3 少女服饰POP广告	86
6.4 内衣POP广告	90
6.5 运动鞋POP广告	95
第7章 化妆品类POP广告	101
7.1 洁面乳POP广告	102
7.2 洗发水POP广告	106
7.3 香皂POP广告	109
7.4 口红POP广告	112
7.5 香水POP广告	118
7.6 彩妆POP广告	122
第8章 文体类POP广告	127
8.1 文具POP广告	128
8.2 儿童玩具POP广告	133
8.3 体育用品POP广告	138
8.4 旅游产品POP广告	141
8.5 招生POP广告	145
8.6 太阳镜POP广告	151
8.7 宣传画集的POP广告	155
第9章 活动庆典类POP广告	158
9.1 降价活动POP广告	158
9.2 抽奖活动POP广告	166
9.3 节日活动POP广告	170
9.4 公益活动POP广告	175
9.5 旅游观光活动POP广告	179
第10章 店面装饰类POP广告	184
10.1 公益宣传POP广告	185
10.2 社会公德POP广告	188
10.3 警示性POP广告	191



第1章 POP广告设计概述

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。与一般的广告相比,其特点主要体现在广告展示和陈列的方式、地点及时间3个方面。随着社会经济的快速发展,POP广告日益受到人们的重视,已成为一种应用广泛的广告形式,如图1-1所示。本章将介绍POP广告的一些基本常识。

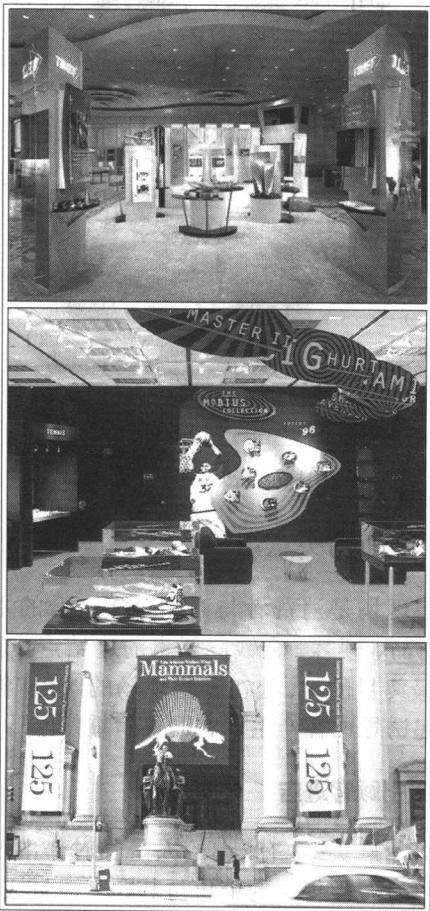


图1-1 POP广告设计

1.1 什么是POP广告

POP广告全称为Point of Purchase Advertising,又称为“终点广告”。POP广告的概念分为广义和狭义两种。广义的POP广告是指一切购物场所(百货公司、购物中心、商场、超市和摊铺等零售现场)内部、外部所做的现场广告总称,如图1-2所示。狭义的POP广告是指在商品展销专柜以及商品周围悬挂、摆放和陈设的广告物,如图1-3所示。

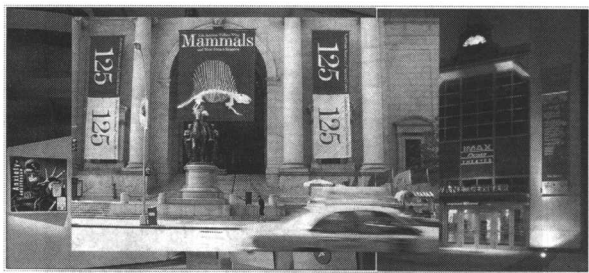


图1-2 广义的POP广告

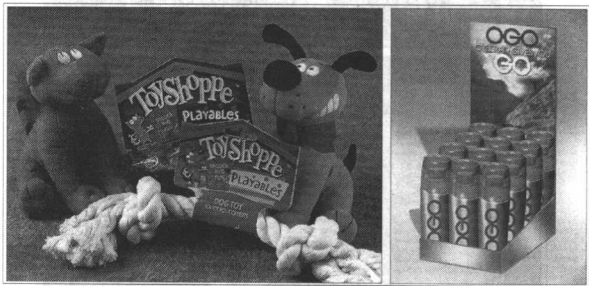


图1-3 狭义的POP广告

具体地讲,POP广告就是在有利的时间和有效的空间,为宣传商品、吸引顾客、引导顾客了解商品内容或商业性事件,从而使顾客产生参与动机及购买欲望的商业广告,如图1-4所示。也就是说,在零售店的周围,一切旨在促进顾客购买的广告形式,都属于POP广告的范畴。

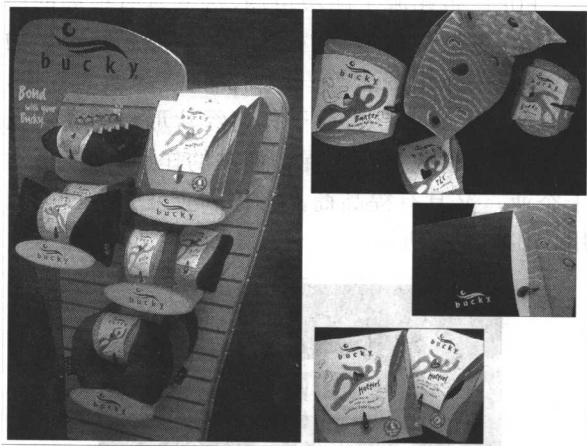


图1-4 POP广告1

对于从事设计专业的人士来讲,POP广告已经不是一件新鲜的事了。例如,商店外悬挂的招牌、旗帜,商店内精美别致的展示架、展示台,都称之为POP广告,如图1-5所示。POP广告最早起源于20世纪30年代的美国超级市场、折旧市场等自助式商店的店头广告。20世纪60年代后,自助式销售方式在全世界范围内得到了推广,POP广告也随之走向全世界。20世纪80年代后,POP广告在我国得到普及。

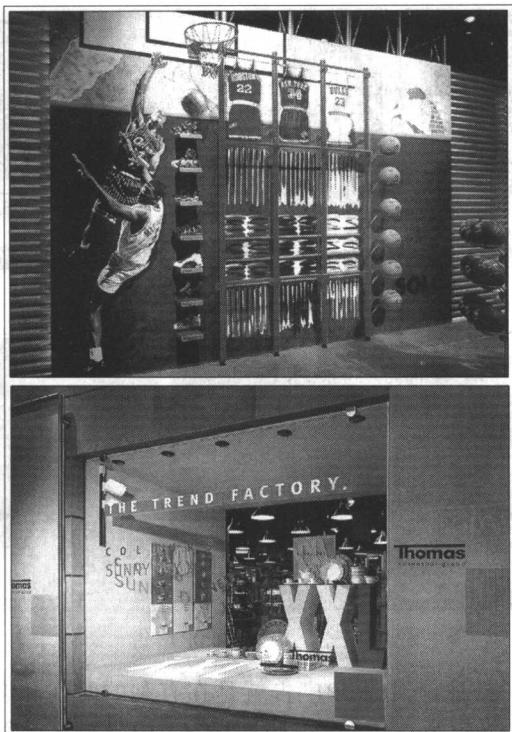


图 1-5 POP 广告 2

1.2 POP 广告的功能与作用

POP广告起源于超级市场,因其具有很高的经济价值、低廉的成本,同样备受一些非超级市场的普通商场、小型商店等一切商品销售场所的青睐。也就是说,POP广告对于任何经营形式的商业场所,都具有招揽顾客、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,如图1-6所示。

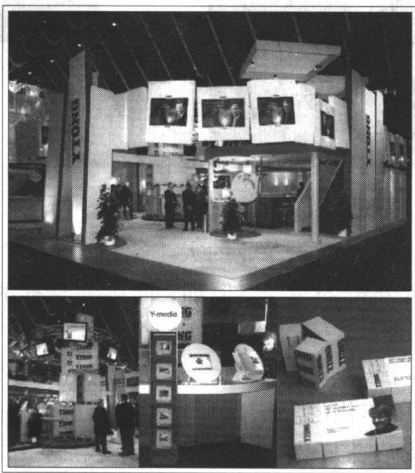


图1-6 POP广告的功能与作用

POP广告主要具有告知商品信息、增强购买意识和营造销售气氛的功能。

1.2.1 告知商品信息

大部分的POP广告都属于新商品的告知广告,它能够帮助说明商品的特性,如图1-7所示。当新商品出售时,配合其他大众宣传媒体,在销售场所使用POP广告进行促销活动,可以吸引消费者视线,刺激其购买欲望。



图1-7 告知商品信息

1.2.2 增强购买意识

零售现场是消费者与商品直接会合的主要场所,是商品、顾客、金钱三要素的连结点,是厂商行销的最终目的地。处在零售现场的POP广告无疑应担负起诱导顾客产生现实购买的重任。

1. 吸引顾客进店

在实际购买中,有2/3的人是临时作出购买决定的。很显然,零售店的销售与其顾客流量成正比,因此,POP广告促销的第一步就是要引人入店,对商品有更多了解。如图1-8所示为吸引顾客进店的POP广告。

2. 吸引顾客驻足

POP广告可以凭借其新颖的图案、绚丽的色彩、独特的构思等形式引起顾客注意,使之驻足停留,进而对广告中的商品产生兴趣,如图1-9所示。别出心裁、引人注目的POP广告往往能起到意想不到的效果。另外,现场操作、试用样品、免费品尝等店内互动性较强的广告形式,也能极大地调动顾客的兴趣,诱发购买动机。



图1-8 吸引顾客进店



图1-9 吸引顾客驻足

3. 促使最终购买

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。其实前面的诱导工作是促使顾客最终购买的基础,顾客的购买决定是一个过程。只要做足了过程中的促进工作,结果也就自然产生了。如图1-10所示为促使最终购买的POP广告。

4. 取代售货员

POP广告有“无声的售货员”和“最忠实的推销员”的美名。当消费者面对诸多商品而无从下手时,摆放在商品周围的一则杰出的POP广告,忠实地、不断地向消费者提供商品信息,起到了吸引消费者、促成其购买决心的作用,如图1-11所示。

飲酒は20歳をすぎから
ALCOHOL 5% (40-50% ALC/VOL) 200ml 800ml



Grand
Old Parr

图1-10 促使最终购买

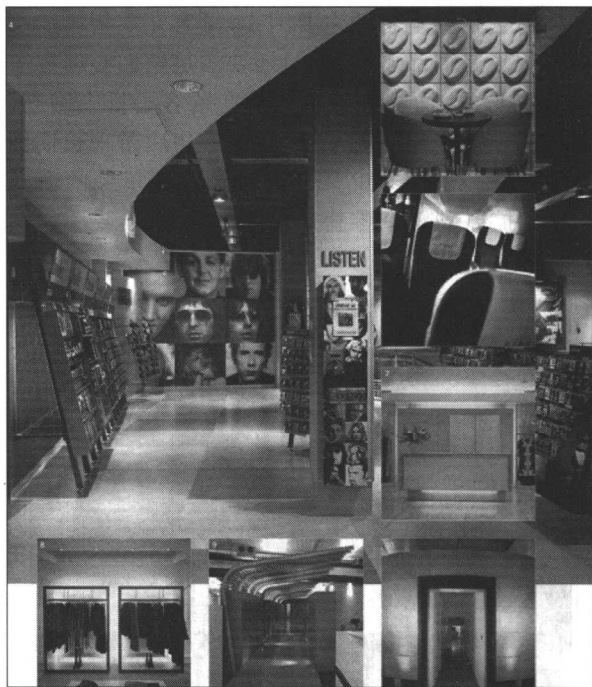


图1-11 取代售货员

1.2.3 营造销售气氛

企业的营销活动从市场分析开始,经过产品开发、分销渠道选择、价格确定、传媒广告等一系列环节,最终进入零售店的现场销售。而POP广告正是在这“卖的终结”的零售现场,进行最直接的展示和提升,达成最终销售,实现营销活动的圆满终结。

1. 营造卖场氛围

利用POP广告对比强烈的色彩、生动幽默的造型、准确而生动的广告语,进而创造出强烈的销售气氛,吸引消费者的视线,使其产生购买冲动,如图1-12所示。

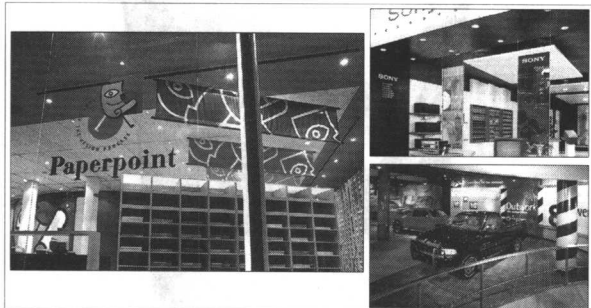


图1-12 营造销售气氛

2. 提升企业形象

现在越来越多的零售商认为,价格不再是决定消费者去何处购物的主要因素,顾客在零售店购买的不仅仅是商品本身,而且还要满足他们心理需求的零售形象。而零售形象一旦在顾客心目中确立,将成为一笔稳定的无形资产,为零售店带来长期销售利润。这样,POP广告的领域已从单纯的商品POP,扩展到整个零售店的形象POP领域,如图1-13所示。

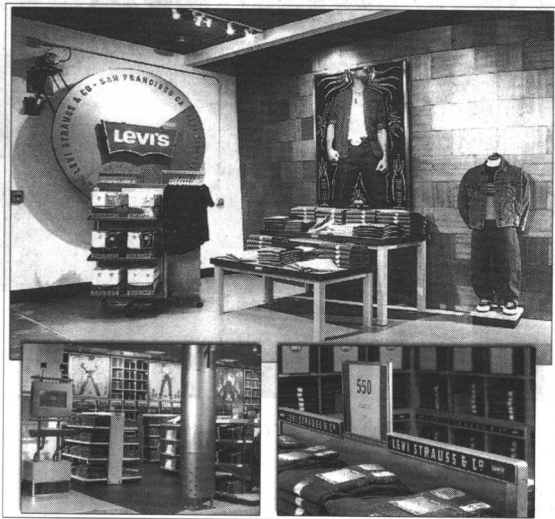


图1-13 统一企业形象

POP广告同其他广告一样,在销售环境中可以起到树立和提升企业形象,进而保持与消费者的良好关系的作用。POP广告是企业视觉识别中的一项重要内容。零售企业可将商店的标识、标准字、标准色、企业形象图案、宣传标语、口号等制成各种形式的POP广告,以塑造富有特色的企业形象,如图1-14所示。

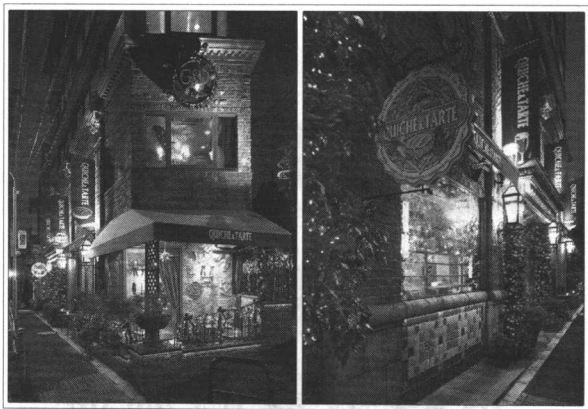


图1-14 提升企业形象

3. 假日促销

POP广告是配合节假日促销的一个重要手段。在各种传统和现代节日中,POP广告都能营造出一种欢乐的气氛。POP广告为节假日销售旺季起到了推波助澜的作用,如图1-15所示。

商品名称	价格
飞利浦剃须刀	99
飞利浦剃须刀	118
松下剃须刀	89
松下剃须刀	99
松下剃须刀	89
飞利浦剃须刀	82
飞利浦剃须刀	99
松下剃须刀	148
松下剃须刀	128
松下剃须刀	155
松下剃须刀	478
松下剃须刀	398
松下剃须刀	238
松下剃须刀	100
松下剃须刀	278

图1-15 假日促销

1.3 POP广告的制作

POP广告利用时间和有效的空间,来宣传商品、吸引顾客、引导顾客了解商品内容或商业性事件,从而使顾客产生参与动机及购买欲望。正因为这些作用,POP广告的产生也有着两条途径。