

创意营销·手绘POP

主编 陆红阳 喻湘龙 编著 黄卢健

图库



广西美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意营销·手绘POP. 图库/陆红阳, 喻湘龙主编.

2版. —南宁: 广西美术出版社, 2006.2

ISBN 7-80674-185-2

I. ①创... II. ①陆... ②喻... III. 商业广告—作品

集—中国—现代 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第015085号

本册作品提供:

熊燕飞 覃玉琼 邓颖虹 周 耘 黄 莉 郭 妮 钱 康 黄 珊 覃明钰 李倩好
唐秋佳 谢江琪 黄 苹 李明晃 李昆霖 阳 昀 甘晓露 罗铮铮 马 磊 李 虹
冯文苑 黄文谦 陆锦梅 李艳丽 黎丁菱 贺 伟 陈顺兰 杨 明 王雯雯 梁 俊
罗立星 秦智丹 谭文锋 张 琨 陈夏席 韦 燕 张 洁 苏羽凌 高 璇 蒋 婷
李 虹 农白云 袁筱蓉 韦艳芳 韦 琳 黄绍佳 周庭英 李 阳 初大伟 姚 熙
周 晗 陆俊豪 陈建勋

创意营销·手绘POP 图库

顾 问 / 柒万里 黄文亮 汤晓山 白 瑾
主 编 / 喻湘龙 陆红阳
编 委 / 陆红阳 喻湘龙 黄江鸣 黄卢健 叶麒妮 黄仁明
利 江 方如意 梁新建 周锦秋 袁夜蓉 陈建勋
熊燕飞 周 洁 游 力 张 静 邓海莲 陈 晨
巩炼娣 亢 琳 李 娟

本册编著 / 黄卢健

出 版 人 / 伍先华

终 审 / 黄宗湖

图书策划 / 姚震西

责任编辑 / 陈先卓

责任文编 / 符 蓉

装帧设计 / 阿 卓

责任校对 / 陈宇虹 刘燕萍 尚永红

审 读 / 林柳源

出 版 / 广西美术出版社

地 址 / 南宁市望园路9号

邮 编 / 530022

发 行 / 全国新华书店

制 版 / 广西雅昌彩色印刷有限公司

印 刷 / 深圳雅昌彩色印刷有限公司

版 次 / 2006年8月第1版

印 次 / 2006年3月第2次印刷

开 本 / 889mm × 1194mm 1/16

印 张 / 7

书 号 / ISBN 7-80674-185-2/J · 651

定 价 / 38.00元

CHUANGYI YINGXIAO · SHOUHU POP

创意营销 · 手绘 pop

图库

T U K U

主编

陆红阳 喻湘龙

编著

黄卢健



广西美术出版社

目录

 手绘图形(人物)POP

 手绘图形(动物)POP

 手绘图形(植物)POP

 手绘图形(景物)POP

 手绘图形(百货)POP

 手绘图形(交通)POP

 手绘图形(食物)POP



POP广告中的图形是直接而具体的视觉形象,在POP广告中起到重要的辅助作用。作为现代营销手段的POP广告,图形并不是必需的。现在许多超市里的小型POP,它们往往就是悬挂在货架前,或夹插在商品前面,运用简洁有趣的字体直接引导消费者的消费心理和行为。虽然这样,图形作为POP广告中的最为直接而具体的视觉传达手段,其作用和效果仍是不可低估和替代的。POP广告中的图形,是POP广告创意的具体化和形象化,是消费者认识和了解商品最直接有效的途径。

POP广告中的图形运用,能起到吸引消费者对广告的注意(Attention),使消费者对广告内容和形式产生兴趣(Interest),引起和提高消费者的需求欲望(Desire),加深消费者对商品的印象,进而形成记忆(Memory),诱导消费者将需求欲望转化为购买行为(Action),即“AIDMA”五个作用。

POP广告中的图形作用,要结合POP广告的特点,围绕销售意向和商品特点,充分地体现图形在POP广告中的作用。一般来说,POP广告中的图形运用,有以下几个方面特点:

1. 图形要适合于迅速绘制。POP是一种即时促销方法,要求方便、快捷地起到促销作用,因而图形要适合于迅速绘制,不能在绘制上消耗太多的时间,否则就失去POP方便、快捷的意义了。

2. 形象的具体和真实。POP广告中的图形和图像,一般来说是较为具体的,如果要在POP中出现商品的形象,形象的表现可适当夸张和变形,但基本要忠于现实商品,不能和现实商品相差太远,否则会对消费者产生欺骗行为。

3. 个性鲜明。个性鲜明是图形设计的原则和要求。POP所推荐的产品有什么特点和优点,给消费者带来哪方面的实惠,与其他同类产品相比有什么不同的优点,应是图形设计表现的关键和重点。只有设计独特的图形才能吸引消费者的目光,并引起兴趣。雷同、乏味、一般化的图形,则起不到唤起消费者注意的作用,其营销作用就不能有效地发挥出来。

4. 整体性强,耐人寻味。图形设计的弱、薄、散都会影响POP的整体效果。POP虽属小型的广告,但一旦消费者的目光停留在其上则要求有经得起看的东西,使消费者乐于接受,从而对商品产生良好的印象。

5. 简洁明确,以少胜多。POP广告的图形不宜过多、过于复杂。过多、过于复杂的图形必然削弱营销主题和消费者的注意。图形只要寓意适当、生动活泼、创意妥当,也能起到以少胜多,给消费者留下较深刻印象的作用。相反,那种企图面面俱到、四处出击的做法,只会起到事倍功半的效果。

POP图形的创意,可以有不同的思路,常见的有写实、夸张、寓意、变异等各种手法。不论采用哪一种构思,都要求新颖活泼、生动有趣。设计者可以多次尝试,不必局限于某种模式。

POP图形的表现手法,则有摄影、绘画、剪贴、喷绘以及运用电脑进行表现等。现代技术的发展,提供了丰富的材料,使POP的表现形式和表现手法更加丰富,介绍这方面技法的资料很多,在此不再重述。本书收集了一些较为生动活泼、创意新颖的手绘图形,以供读者参考。



手绘图形

人物
P L P













