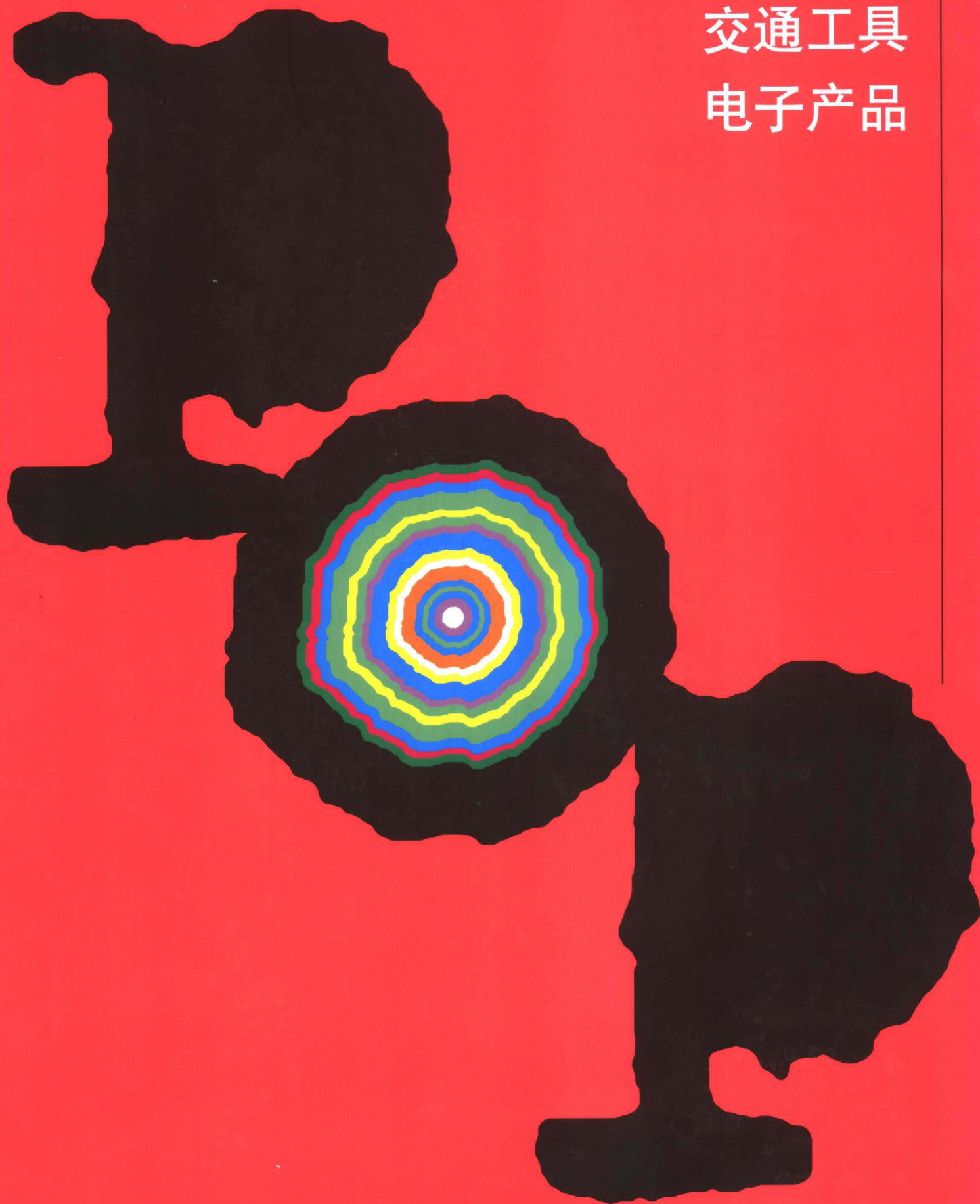


超速营销 · 手绘 pop

交通工具
电子产品



图书在版编目(CIP)数据

交通工具·电子产品/喻湘龙主编. —南宁: 广西美术出版社, 2003.12

(超速营销·手绘POP)

ISBN 7-80674-469-X

I. 电... II. 喻... III. ①电子产品—商业广告—宣传画—作品集—中国—现代②汽车—商业广告—宣传画—作品集—中国—现代 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第126972号

本册作品提供:

罗和平 樊海鹰 王希 肖海波 季红梅 韦华 陈宇宁
冯林林 邓子君 徐进杰 潘玉珉 许长江 王海 陈雄
雷江华 陈媛 刘娜娜 张静 刘佳 周洁 范振春
谭人笙 刘蓉芳 邹奇诚 黄丹华 陈震 赵先慧 欧晓妍
张海燕 黄瑾 胡瑾 杨扬 赵珊珊 何佩霖 刘川丽
周福纯 陈建勋 周柯 杨夏溪 林奔遥 罗慧 邱永德
唐恬 李华 陈歆 阳宝乡 钟园伟 黄文锋 陈诚
黄暄 韦智 韦禄橙 马尔娜 文鹏 闫玮 韦文颖
蔡世机 黄元锋 熊丽君 潘丞 陈晓燕 袁飞霞 梁鹏
吴玉泉 黄丹萍

超速营销·手绘POP 交通工具·电子产品

顾问 / 柒万里 黄文宪 汤晓山
主编 / 陆红阳 喻湘龙
编委 / 喻湘龙 陆红阳 梁新建 黄仁明 利江 方如意 周锦秋
张兴动 叶颜妮 李娟 陈建勋 游力 熊燕飞 周洁
叶翔 罗慧 黄光良 潘华 叶鹏

本册编著 / 陈建勋 熊燕飞

图书策划 / 姚震西

责任编辑 / 白桦 何庆军

装帧设计 / 阿西

责任校对 / 尚永红 刘燕萍 陈小英

审读 / 林志茂

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

制版印刷 / 深圳雅昌彩色印刷有限公司

版次 / 2004年1月第1版

印次 / 2004年1月第1次印刷

开本 / 889 × 1194 1/16

印张 / 6

书号 / ISBN 7-80674-469-X/J · 336

定价 / 30元



超速营销·手绘 pop



交通工具·电子产品

Qas 72/p4

10

... 1024600

101

交通工具手绘 POP ⑦

电子产品手绘 POP ②③

序

POP 英文为“Point Of Purchase”指的是能够引起人们的注意,并起到宣传产品作用的小型广告。由于它是商品进入流通领域后的最后一种广告形式,因此又可称作“终点广告”。

我国古代的酒馆、当铺门前挂的布幌子、招牌等已经是 POP 广告的雏形,但现代意义上的 POP 起源于美国的超市,后盛行于日本以及我国台湾地区。80 年代初期开始进入中国内地,由于商家对 POP 这种广告形式的认识还不够,其发展速度是比较缓慢的。随着我国改革开放的逐步深入和市场经济的飞速发展,POP 这一现代的广告营销方式以其制作方便快捷、成本低廉、形式灵活多变,适用领域广阔的优点逐渐被商家接受、喜爱和广泛使用。目前,POP 已成为商家促销产品必不可少的手段之一。

POP 广告不仅形式内容灵活多变,而且风格和制作方法也各式各样。从它的表现形式来看,有平面的 POP 海报和悬挂式的立体 POP 等;从内容上来看,有校园 POP、节庆 POP、餐饮 POP、百货 POP、电子类 POP、公益类 POP 等;从制作工艺来看,又有手绘 POP、印刷 POP、喷绘 POP 等。

本书主要向大家介绍电子、交通工具类的 POP 广告。考虑到书的实用性,其中精选的三百多幅作品都是采用手绘的形式。

交通工具、电子类的手绘 POP 广告宣传的对象有汽车、摩托车、自行车、手机、各种家用电器、电子仪器等。这类产品的 POP 广告应该符合其产品的特性,力求体现其科技性、数字化、功能性的特征。同其他类型产品(如服装、化妆品、食品等)相比,此类产品的 POP 风格应该略显稳重、严谨。

具体地说,在广告宣传的内容方面,应主要以产品的名称、价格、打折优惠及产品的功能特征为诉求点。因为在琳琅满目的电子货柜上,醒目的产品名、价格或产品功能是刺激消费者购买欲最有效的方法之一。此外,说明文字也应突出卖点,避免烦琐。

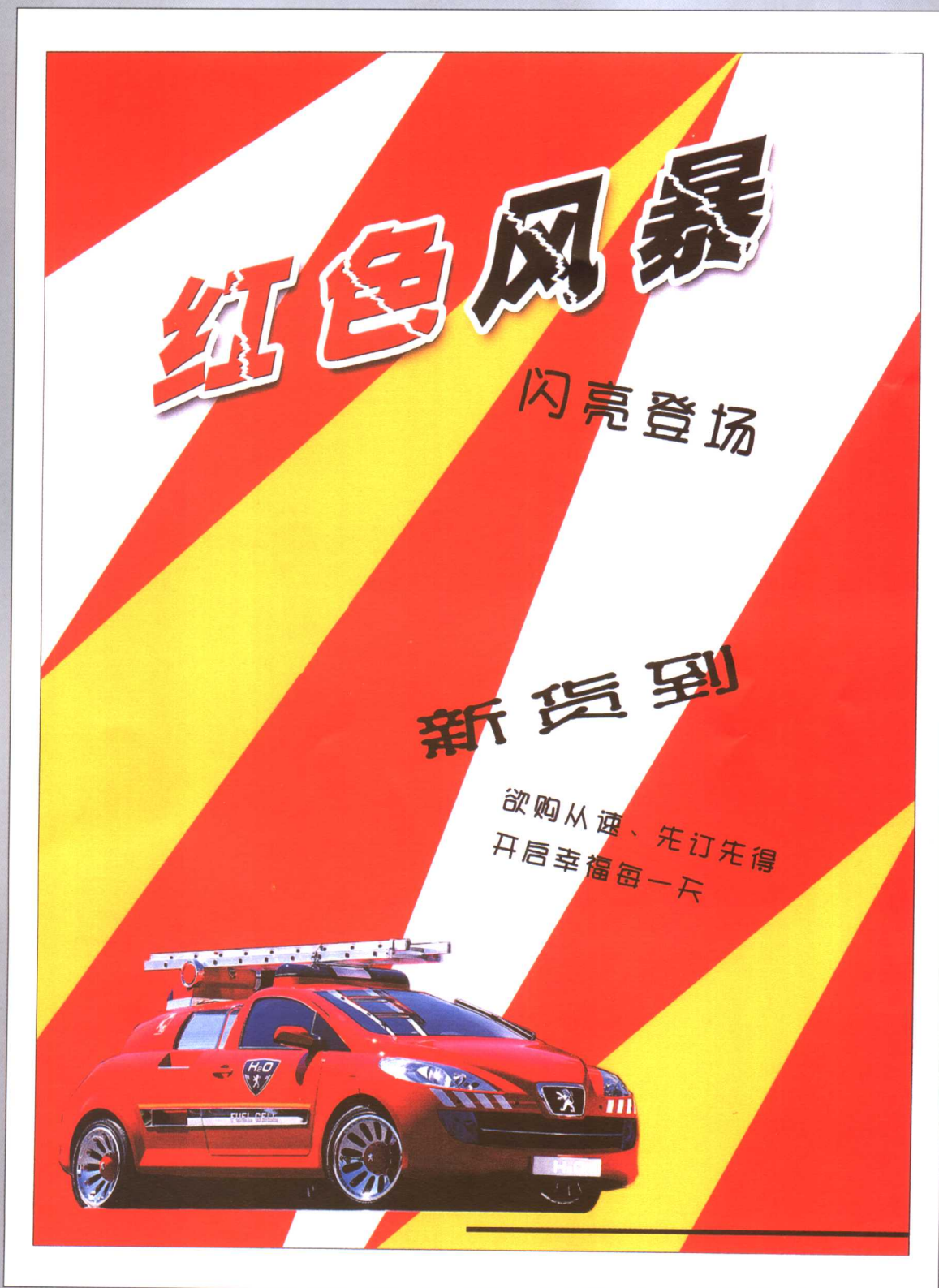
在色彩运用方面,这类手绘 POP 广告也应该简洁明快,大面积色块应着重表现该产品的卖点,只有这样色彩才能更好地辅助文字内容,产生好的视觉效果,吸引顾客的目光,过于花哨的颜色反而会喧宾夺主。

在图形运用方面,首先我们要注意所选图形或插画与广告的主题内容贴切与否,假若把意义完全不同的插画与广告文字同处于一处,那插画也就失去了它的作用,甚至会“画蛇添足”。交通工具类、电子类产品的手绘 POP 插图多可采用剪贴的形式。精美、逼真的剪贴画不仅能准确地传递产品信息,还能产生多种视觉效果。其他的辅助图形则多运用抽象的造型,与此同时点、线、面的结合对于画面的效果也是至关重要的。除此之外,还应注意 POP 广告在不同的销售环境里,粘贴、摆放的位置要符合各类广告受众的视觉习惯。

最后,在本书编纂过程中,我们选用的作品其表现形式、风格各异,内容也是贴近我们日常生活的。希望能让读者学习与深入了解手绘 POP 广告,并在实际运用及制作过程中提供一些有效的帮助。由于时间与篇幅的局限,本书在内容上还有所欠缺,我们将在今后的工作中补充、改进。



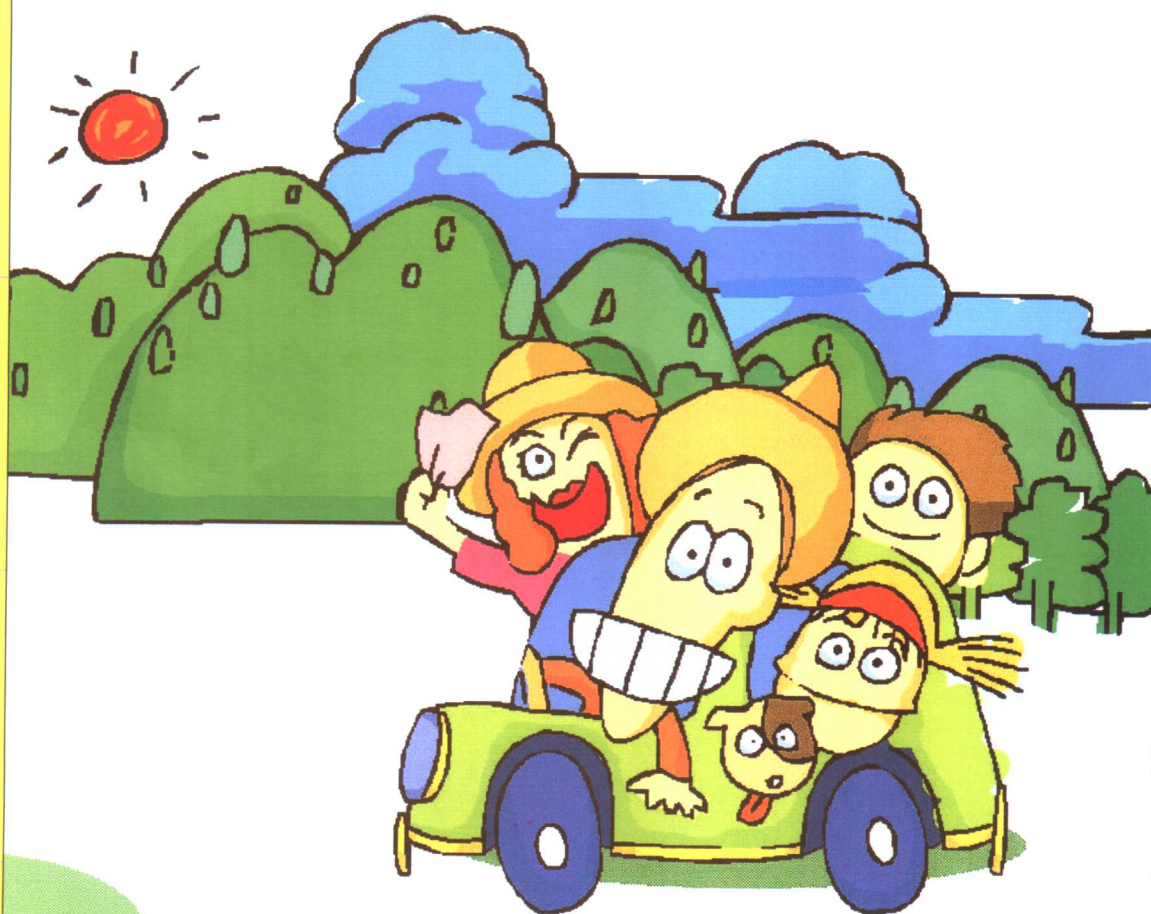
交通工具手绘pop



斜线的分割，增加了好几分运动感喔！

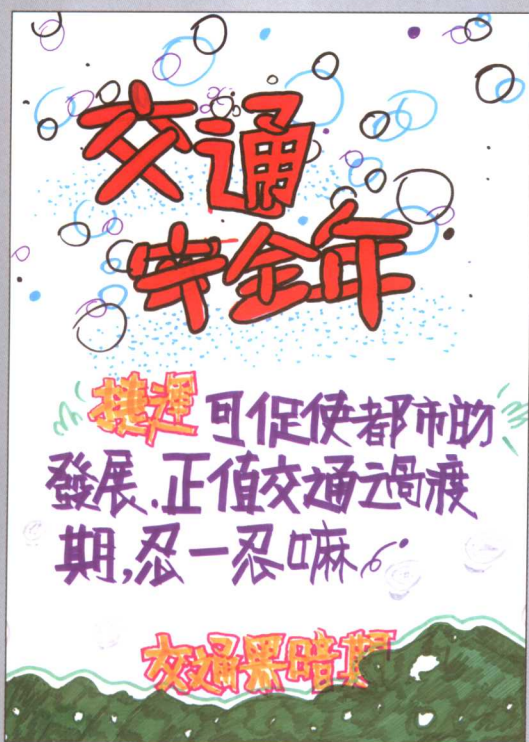
售 家庭房車

不會讓全家人失望的一次旅遊！



憲岩請洽 張先生(02)2655-1284

卡通场景的表现十分精美，文字也很见功力。



轻松活泼，自由抒发。



自然简单，品牌突出。



好可爱的汽车造型，人见人爱，快去看看吧！



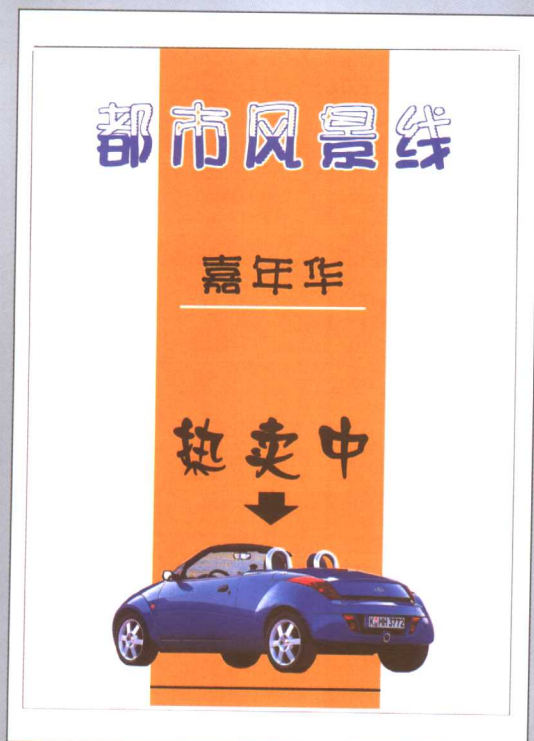
轻松活泼，挺有趣的吧！



老爷车的表现十分精美，人人喜欢哦！



用色块装饰标题字，是不错的设计。



简洁明了，产品真实展现。



电脑制作的POP。



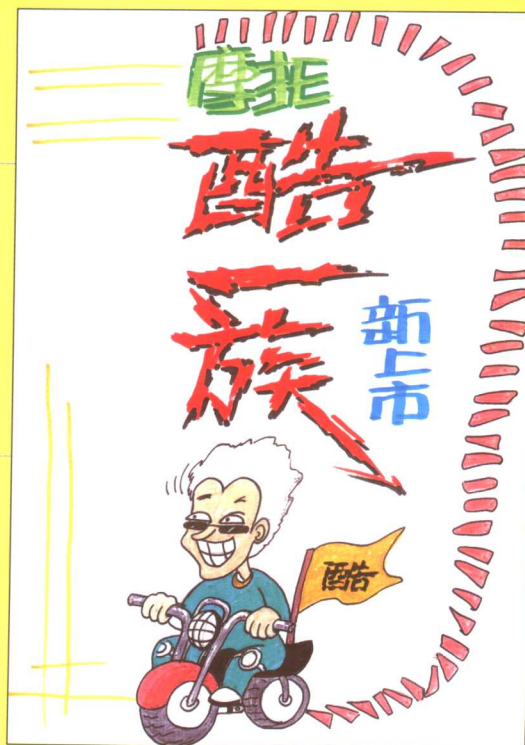
不经意的字和画，显得很轻松活泼吧！



画面设计轻松活泼，较有幽默感。



整洁有序，主次分明，漫画的使用也很恰当。

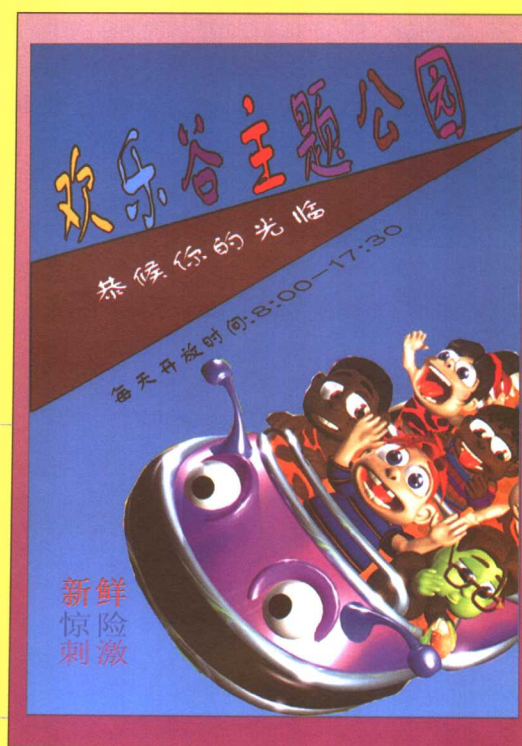


粉红色的色块，使整个画面连贯起来。

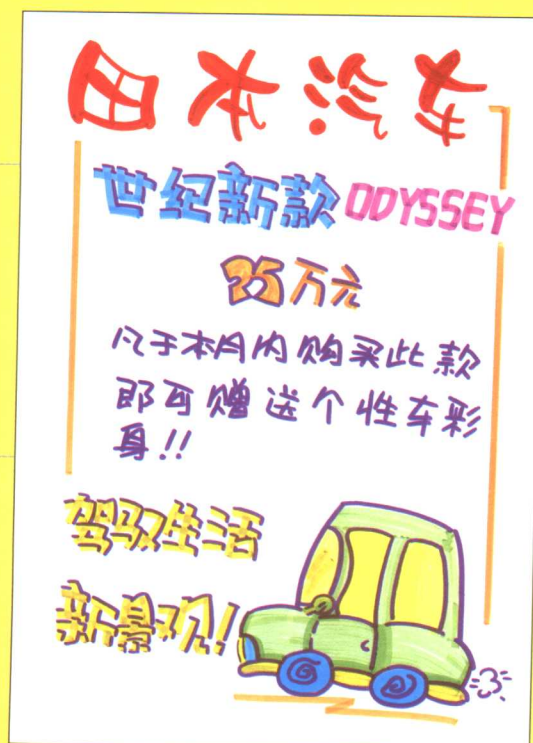




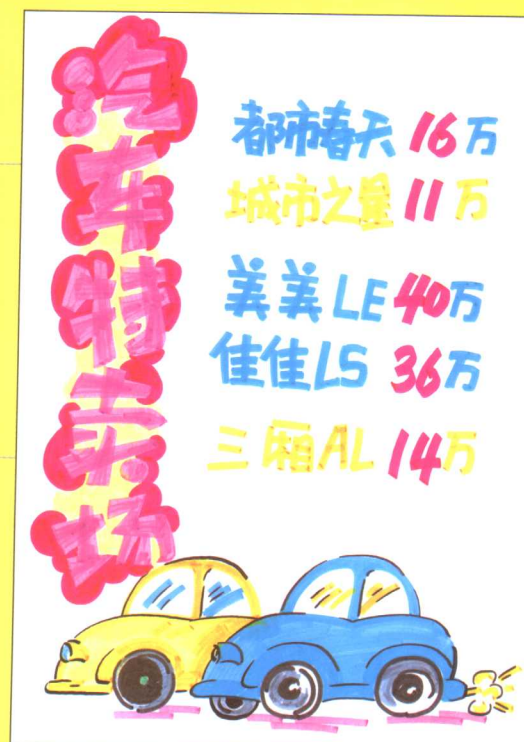
文字的表现挺不错。



立体漫画造型用来设计POP很有趣。



漫画的车子很有趣。



图文配合得很好啊!