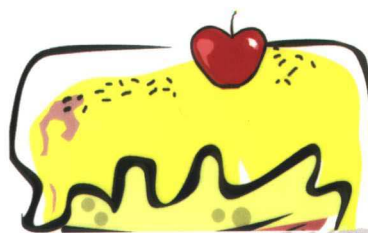
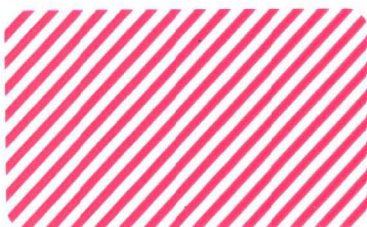


Photoshop 平面广告设计丛书

全·彩·印·刷

Design



Photoshop CS

POP广告设计完全解决方案

鸿人工作室 编著

兵器工业出版社



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

内 容 简 介

本书从实际应用的角度出发,通过大量丰富多彩的POP广告实例制作,使读者体会POP广告的创意以及设计制作方法。

本书分为四篇,共20章。第一篇POP广告设计的基础知识,包括POP广告设计概述、POP广告的设计要素与构成、POP广告创意等;第二篇POP广告经典范例制作,包括标牌式、悬挂式、立地式、包装式、招贴式等POP广告的实例制作;第三篇POP广告图形设计,包括边框、语言框、瓜果蔬菜、动物、食品、服装、自然景物、卡通人物等实例制作;第四篇POP广告创意风暴,包括节日庆典、POP海报、POP标价卡、POP促销吊旗等实例制作。

本书实例丰富,简单易学,图文并茂,实用性和操作性强,使读者能轻松高效地创作出具有专业水平的POP广告作品,并可从中获得宝贵的设计方法和经验。

本书适用于从事平面设计、广告设计和相关行业的广大从业人员以及电脑美术设计爱好者,也可以作为高等院校相关专业师生的参考用书和社会相关美术班的培训教材。

本书配套光盘内容为书中部分实例素材及实例源文件,并赠送该系列丛书VI设计和店面广告设计的部分源文件。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS POP广告设计完全解决方案/鸿人工作室编著. —北京:兵器工业出版社;北京希望电子出版社, 2005.3

(Photoshop平面广告设计丛书)

ISBN 7-80172-342-2

I. P... II. 鸿... III. 广告—计算机辅助设计—图形软件, Photoshop CS IV. J524.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第138148号

出 版:兵器工业出版社 北京希望电子出版社

邮编社址:100089 北京市海淀区车道沟10号

100085 北京市海淀区上地信息产业基地3街9号
金隅嘉华大厦C座610

发 行:北京希望电子出版社

电 话:(010) 62520290(发行) (010) 62532258(门市)

经 销:各地新华书店 软件连锁店

印 刷:北京广益印刷有限公司

版 次:2005年3月第1版第1次印刷

封面设计:王 焯

责任编辑:宋丽华 郑 荃

责任校对:南 希

开 本:787×1092 1/16

印 张:18(全彩印刷)

印 数:1-5000

字 数:409千字

定 价:48.00元(配光盘)

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

前言

E-Mail: skywhz@sina.com

于吉林市

POP 英文全称为 Point of Purchase Advertising, 翻译成中文就是 售点广告, 一般布置在各地零售店的店内及店门口。POP 的售点广告在西方国家从 20 世纪 30 年代开始发展, 最早起源于美国的超市。而在中国, 早在几千年前就出现了 POP 的广告形式。如古代商铺外的幌子, 就是典型的 POP 广告。POP 广告的功能是直接向顾客介绍产品的信息。在经历了长期的发展变化之后, POP 广告在形式上已不仅仅满足于功能的需要, 而是趋向多样化, 追求视觉上的美感。因此, 在 POP 广告的设计中, 形式美的概念在不断地加强, 目的是增加销售点的商业气氛, 传递有效信息, 促使消费者购买商品。

POP 广告的设计非常讲求艺术性, 人性化的设计表现是 POP 广告的攻心利器, 它完全是针对消费者的心理而设计的。可爱诱人的画面不仅能够唤起消费者潜在的利益需要, 而且对促进消费者的购买行为具有非凡的影响力。

本书从实际应用的角度出发, 通过大量丰富多彩的 POP 广告实例制作, 使读者体会 POP 广告的创意以及设计方法。

本书的总策划兼总制作: 吴鸿志

实例制作: 吕艳茹

文字编排: 吕艳茹 王春晶

文字校对: 徐丽

其他编者: 王蕾 田燕 郎静

郎均杰 姜田

在本书的学习过程中, 如有任何问题、意见或建议, 请发邮件至 skywhz@sina.com。

实例欣赏



第4章 标牌式POP广告
——化妆品价目卡



第5章 悬挂式POP广告——营养粥



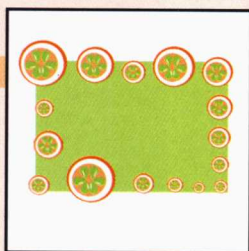
第6章 立地式POP广告
——可口可乐



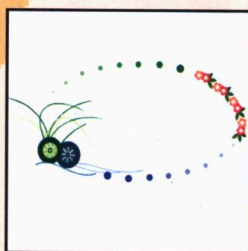
第7章 包装式POP广告——乐凯胶片



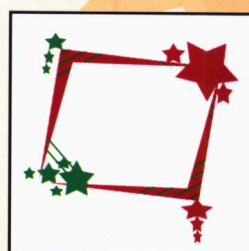
第8章 招贴式POP广告——海尔彩电



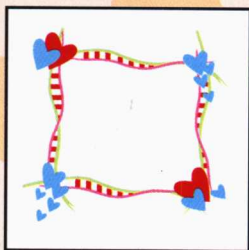
9.2 图形制作——花纹边框



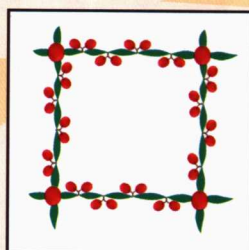
9.2 图形制作——花纹边框



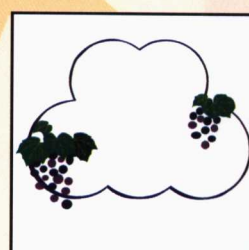
9.3 图形制作——浪漫边框



9.3 图形制作——浪漫边框



9.4 图形制作——水果边框



9.4 图形制作——水果边框

实例欣赏



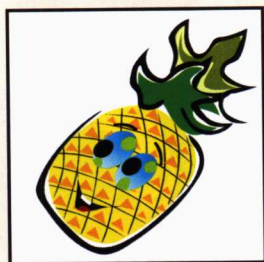
10.2 图形制作——好消息



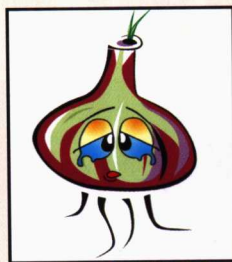
10.3 图形制作——快来看看



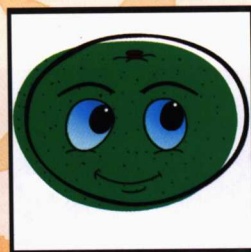
10.4 图形制作——大减价啦!



11.2 图形制作——菠萝



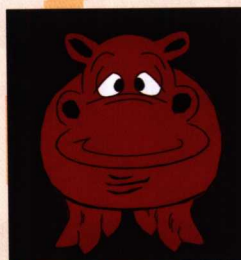
11.3 图形制作——大蒜



11.4 图形制作——橘子



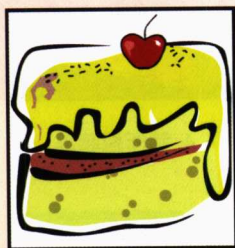
12.2 图形制作——龙虾



12.3 图形制作——红牛



12.4 图形制作——白象



13.2 图形制作——蛋糕



13.3 图形制作——饮料



13.4 图形制作——冰淇淋和啤酒



14.2 图形制作——女装系列

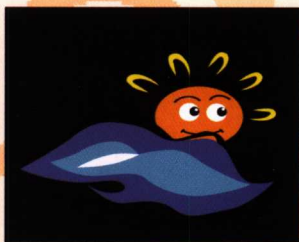


14.3 图形制作——男装系列



14.4 图形制作——童装系列

实例欣赏



15.2 图形制作——日出日落



15.3 图形制作——阴有时多雨



15.4 图形制作——海边



16.2 图形制作——运动健儿



16.3 图形制作——新人类



16.4 图形制作——厨艺高手



17.2 设计制作卡通造型



17.3 制作标牌卡片



17.4 制作包装盒



17.5 生日主角的帽子



17.6 点燃的蜡烛



17.7 欢乐的沸点

实例欣赏



18.2 电脑学校招生海报



18.3 网络免费邮箱的宣传海报



18.4 美食城海报



18.5 饮料新品上市海报



18.6 假日旅行宣传海报



19.2 食品标价卡



19.3 女装标价卡



19.4 电器打折标价卡



19.5 菜单标价卡



19.6 牛奶标价卡

实例欣赏



20.2 超市吊旗



20.3 儿童玩具吊旗



20.4 电脑促销吊旗



20.5 啤酒促销吊旗



20.6 洗发液促销吊旗

目 录

第一篇 POP 广告设计的基础知识

第1章 POP 广告设计概述

1.1 什么是POP广告	2
1.2 POP广告的功能	2
1.3 POP广告的作用	3
1.4 POP广告的分类	3
1.4.1 标牌式POP广告	3
1.4.2 柜台式POP广告	4
1.4.3 悬挂式POP广告	4
1.4.4 立地式POP广告	4
1.4.5 包装式POP广告	5
1.4.6 招贴式POP广告	5
1.4.7 橱窗式POP广告	5
1.4.8 光电式POP广告	5
1.4.9 声像式POP广告	6
1.4.10 系列化POP广告	6

第2章 POP 广告的设计要素与构成

2.1 POP广告的卡通形象	10
2.2 POP广告的色彩	10
2.3 POP广告的整体编排	11
2.4 三要素造型	12
2.4.1 点的造型	12
2.4.2 线的造型	13
2.4.3 面的造型	14
2.5 图形设计	15
2.5.1 具象图形	15
2.5.2 抽象图形	16
2.5.3 混合图形	17
2.6 文字设计	18
2.6.1 易读性	19
2.6.2 统一性	20

2.6.3 指向性	20
-----------------	----

第3章 POP 广告创意

3.1 创意	22
3.2 原则	22
3.2.1 首创性原则	22
3.2.2 简明性原则	22
3.2.3 形象性原则	22
3.3 要素	22
3.4 心理学依据	23
3.5 方法	25
3.5.1 反向法	25
3.5.2 返朴法	26
3.5.3 置疑法	26
3.5.4 异构法	27
3.5.5 散点法	28
3.5.6 跳跃法	28
3.5.7 潜水法	29
3.5.8 联想法	30
3.5.9 思古法	30
3.5.10 集思法	31
3.6 POP广告图形创意	32
3.7 POP广告文案创意	33

第二篇 POP 广告经典范例

第4章 标牌式POP广告——化妆品 价目卡

4.1 创意思路	37
4.2 实例制作	37

第5章 悬挂式POP广告——营养粥

5.1 创意思路	45
----------------	----

5.2 实例制作	45
----------------	----

第6章 立地式POP广告——可口可乐

6.1 创意思路	53
6.2 实例制作	53

第7章 包装式POP广告——乐凯胶片

7.1 创意思路	63
7.2 实例制作	63

第8章 招贴式POP广告——海尔彩电

8.1 创意思路	69
8.2 实例制作	69

第三篇 POP广告经典图形

第9章 边框图形设计

9.1 创意思路	77
9.2 图形制作——花纹边框	77
9.3 图形制作——浪漫边框	80
9.4 图形制作——水果边框	83

第10章 语言框图形设计

10.1 创意思路	91
10.2 图形制作——好消息	91
10.3 图形制作——快来看看	94
10.4 图形制作——大减价啦!	97

第11章 瓜果蔬菜图形设计

11.1 创意思路	103
11.2 图形制作——菠萝	103
11.3 图形制作——大蒜	106
11.4 图形制作——橘子	112

第12章 动物卡通图形设计

12.1 创意思路	119
12.2 图形制作——龙虾	119

12.3 图形制作——红牛	122
---------------------	-----

12.4 图形制作——白象	125
---------------------	-----

第13章 食品图形设计

13.1 创意思路	133
13.2 图形制作——蛋糕	133
13.3 图形制作——饮料	134
13.4 图形制作——冰淇淋和啤酒 .	137

第14章 服装饰品图形设计

14.1 创意思路	143
14.2 图形制作——女装系列	143
14.3 图形制作——男装系列	145
14.4 图形制作——童装系列	147

第15章 自然景物图形设计

15.1 创意思路	153
15.2 图形制作——日出日落	153
15.3 图形制作——阴有时多雨 ...	155
15.4 图形制作——海边	157

第16章 卡通人物图形设计

16.1 创意思路	163
16.2 图形制作——运动健儿	163
16.3 图形制作——新人类	168
16.4 图形制作——厨艺高手	171

第四篇 POP广告创意风暴

第17章 节日的庆典

17.1 创意思路	177
17.2 设计制作卡通造型	177
17.3 制作标牌卡片	182
17.4 制作包装盒	183
17.5 生日主角的帽子	185
17.6 点燃的蜡烛	188
17.7 欢乐的沸点	191

第18章 POP海报大创意

- 18.1 创意思路 195
- 18.2 电脑学校招生海报 195
- 18.3 网络免费邮箱的宣传海报 ... 200
- 18.4 美食城海报 206
- 18.5 饮料新品上市海报 209
- 18.6 假日旅行宣传海报 215

第19章 POP标价卡大创意

- 19.1 创意思路 221
- 19.2 食品标价卡 221
- 19.3 女装标价卡 227
- 19.4 电器打折标价卡 232

- 19.5 菜单标价卡 238
- 19.6 牛奶标价卡 242

第20章 POP促销吊旗大创意

- 20.1 创意思路 249
- 20.2 超市吊旗 249
- 20.3 儿童玩具吊旗 254
- 20.4 电脑促销吊旗 260
- 20.5 啤酒促销吊旗 265
- 20.6 洗发液促销吊旗 269

参考文献 276

第一篇

POP广告设计的基础知识

第1章 POP广告设计概述





1.1 什么是POP广告

POP广告是卖场促销的最佳方法。可以说：凡应用于商业卖场，提供有关商品信息，促使商品得以成功销售出去的所有广告、宣传品，都可称为POP广告。

今日，POP广告已经成为时代的流行宠儿，虽然POP广告本身并不具有电视、报纸般的强力，但却是最能适应环境变化的一种媒体。因而，POP广告是近年来发展最快速、最普及的广告媒体，从它在各卖场中不断出现的情形，即可以看出POP广告已展现出惊人的传播力。

(1) 具有新产品的告知功能，吸引消费者注意商品，唤起消费者的潜在意识。

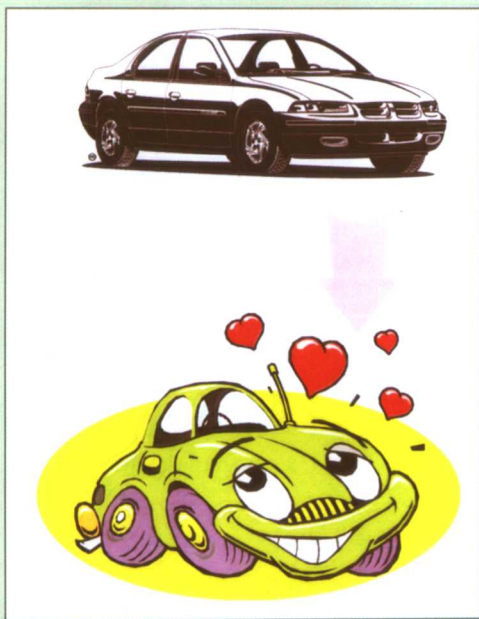
(2) 具有刺激消费的功能，营造气氛，促使消费者决定购物意向，付诸购买行动。

(3) 替代推销员传达商品的特点及相关信息的功能。

(4) 快速传播，及时出击，提高竞争时效的功能。

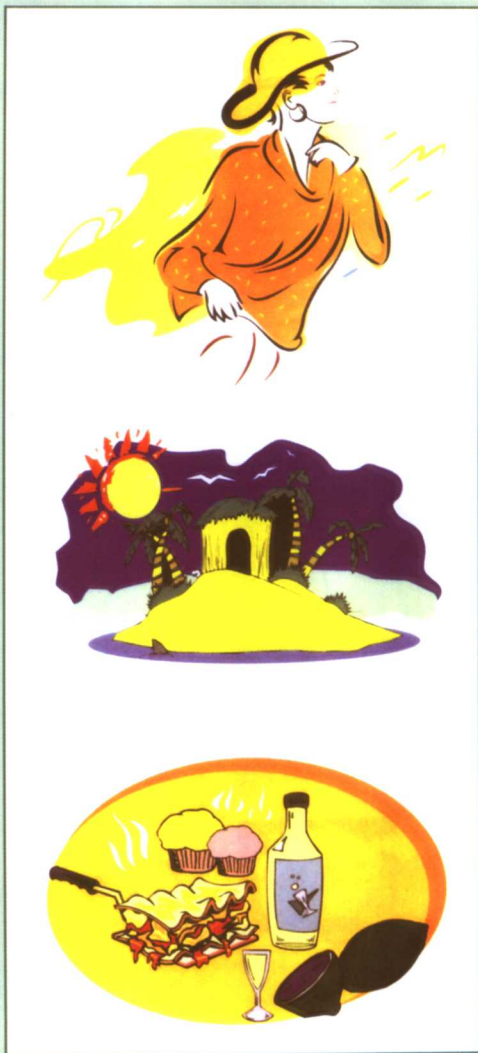
(5) 装饰卖场环境，提升企业形象的功能。

2



1.2 POP广告的功能

一个成功的POP广告，应该具有使消费者决定购买的能力，能够真正发挥桥梁功能。具体表现为：





1.3 POP 广告的作用

(1) 传递作用。POP 广告被称为无声宣传员, 它可承载商品的大量有关信息, 直接告知消费者, 唤起潜在购物要求。

(2) 招徕作用。在购物场所, POP 广告可借其独特的创意和形式, 较容易地引起消费者的注意, 激发购买动机, 催化购买行动。

(3) 纽带作用。POP 广告给企业与消费者之间架起一座沟通的桥梁, 让交流更畅通、更及时, 并使之保持良好的关系。

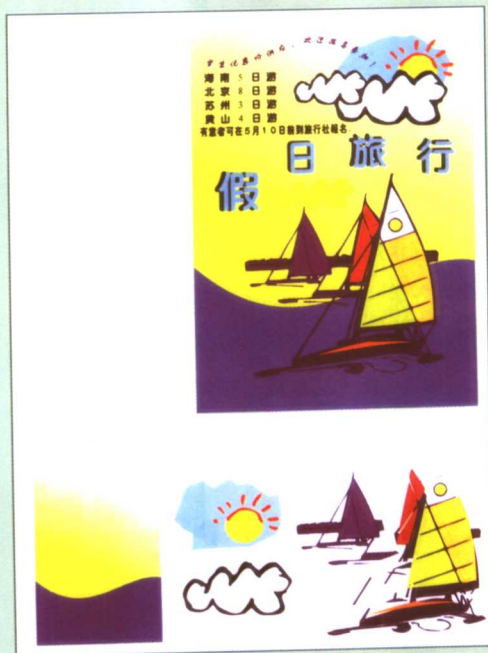
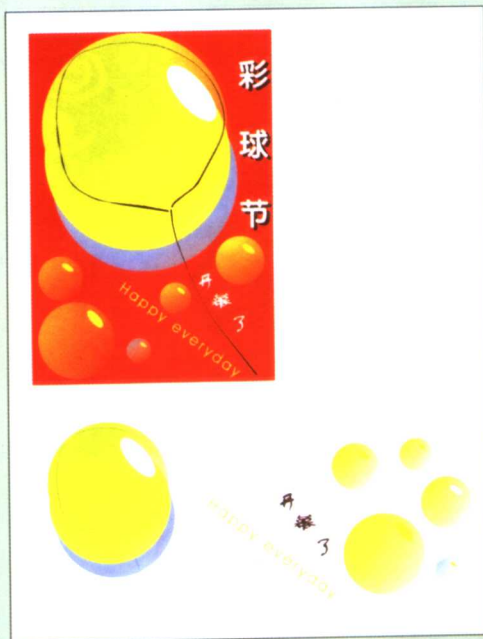
(4) 竞争作用。通过 POP 广告对企业形象及产品的宣传, 可提高企业的知名度和信誉度, 使企业在竞争中处于有利的地位, 争取更多的消费者购买本企业的商品, 树立品牌形象。

(5) 美化作用。POP 广告以其特殊的艺术魅力, 陈列在商店内外, 不仅优化了购物环境, 给消费者以美的享受, 而且陶冶人的情操。

1.4 POP 广告的分类

POP 广告按形式划分可分为:

- 标牌式 POP
- 柜台式 POP
- 悬挂式 POP
- 立地式 POP
- 包装式 POP
- 招贴式 POP
- 橱窗式 POP
- 光电式 POP
- 声像式 POP
- 系列化 POP



1.4.1 标牌式 POP 广告

标牌式 POP 广告包括价目卡、展示卡等, 主要放置在商品旁或添加在商品包装外。



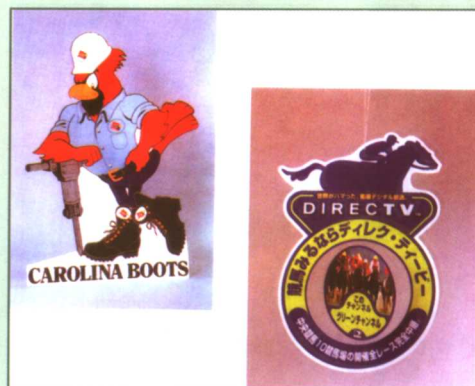
1.4.2 柜台式POP广告

直接陈列在柜台上的小型展台、展架、展牌等，高度约20~50cm，体积不宜过大。



1.4.3 悬挂式POP广告

在商店内外，如天花板、标挂、壁面、货架等位置悬挂的吊旗、吊牌、悬挂物等，可从单面、双面或多面观看，称为悬挂式POP广告。



1.4.4 立地式POP广告

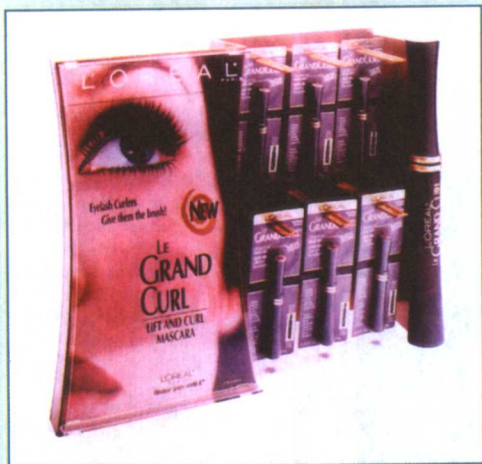
陈列在商店内外适当环境中，立于地面，有一定高度的广告展示台、货架等，称立地式POP广告，一般高度为130~180cm。





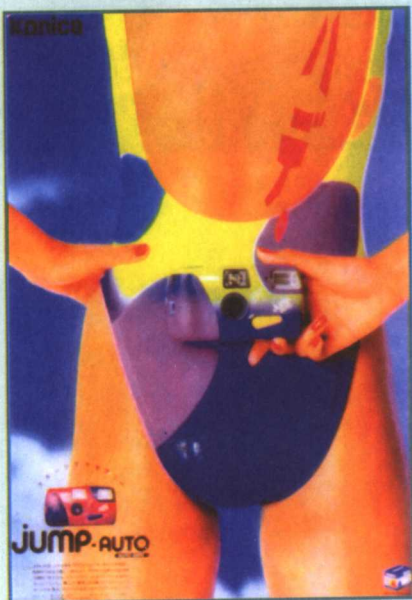
1.4.5 包装式POP广告

通过巧妙的设计,让包装开启或重新组合后直接展示,宣传商品,兼作POP广告使用的,即为包装式POP广告。



1.4.6 招贴式POP广告

招贴式POP广告是呈现在购物点的平面广告,如张贴在墙面或立柱上的海报等。



1.4.7 橱窗式POP广告

根据所陈列的商品用途,利用具象、抽象的几何支架、平台、悬挂、背景造成一个类似“舞台”的三维空间,商品可直接陈列,应注意与整个气氛相协调。



5

1.4.8 光电式POP广告

光、电POP广告有静态和动态两种。静态的,如:利用透光材料制作的灯箱广告,形象逼真;动态的,如:利用电动机使广告物的整体或局部产生上下左右移动或旋转运动,以吸引受众视线。



1.4.9 声像式POP广告

利用电子屏幕或数字化演示等，让形、声、色综合传达商品及广告的信息。



1.4.10 系列化POP广告

采用3种以上的POP广告形式，作同一种商品的销售广告称系列化POP，容易营造声势，宣传效果较好。

