

艺术设计专业手绘POP系列丛书

商业美工师

手绘POP

案例教程

王少华 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

J524.3
W332

艺术设计专业手绘POP系列丛书

73
——国家商业美工师资格考试商业类命题教材
——加州美国大学·学士课程对接专业教材

商业美工师 手绘POP案例教程



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

J524.3
W332

内 容 简 介

本书是国家商业美工师资格考试商业类命题教材, 又是加州美国大学·学士课程对接专业教材。由作者根据多年来的实践POP创意设计和教学中积累的经验, 精心编写而成。本书包括茶文化与色彩的表现技法与联想、美容院与色彩的应用、咖啡文化与色彩、运动行业文化与色彩的联想、电器类商品市场策划VI识别系统和国家商业美工师资格考试优秀试卷汇编六篇内容。本书通过茶文化、咖啡文化等具体的行业特色入手, 通过案例的讲解与实际作品的展示, 来培养学生的创作思维与绘画表现技巧, 使学生能够根据具体的案例快速地应用到实际的工作中去, 让学生学而有用, 学而能用。

本书可作为高等学校设计专业和初学者的一本教科书, 又可作为从事商业手绘POP设计从业人员的一本参考用书和工具书。

图书在版编目(CIP)数据

商业美工师手绘POP案例教程/王少华编著. —北京: 北京大学出版社, 2010.1

(艺术设计专业手绘POP系列丛书)

ISBN 978-7-301-16059-6

I. 商… II. 王… III. 商业广告—宣传画—设计—教材 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第197721号

书 名: 商业美工师手绘POP案例教程

著作责任者: 王少华 编著

责任编辑: 孙 明

标准书号: ISBN 978-7-301-16059-6/J · 0269

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电子邮箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 9.25印张 206千字

2010年1月第1版 2010年1月第1次印刷

定 价: 52.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

艺术走向生活

阎立鹏

中国油画学会副主席、著名油画家
为本书题词

艺术装点生活

范迪安

中央美术学院副院长、著名美术评论家
为本书题词

艺术
随行
时代

贺中国手绘波普系列丛书出版
甲申年冬月 中国书画函授大学
北京函授部 题

原中国美术家协会秘书长、著名国画家
为本书题词

展示商业文化
推动企业发展
陈健

中华人民共和国文化部中国化管理学会会长
为本书题词

推动中国POP事业发展
全面进行POP理论研讨
专业手绘POP全国课程
倾心打造POP连锁培训
2002

中国台湾《企业家》杂志社社长
为本书题词

艺术源于生活 美化生活

姚旭阳

中华人民共和国公安部根雕艺术家为本书题词

Aili und Josef grüßen ihren Freund
Wang Shao Hua und beglückwünschen
ihn und seine Frau zur bevorstehenden
Geburt ihres erwünschten Kindes.

Seine Freunde
Aili und Josef

奥地利少华POP分校负责人
为本书题词



国家资格考证河南省考点部分学生与领导合影



国家资格考证考前命题讲座



2005年海龙杯首届IT手绘POP大赛开幕式嘉宾合影



本书作者现场示范作品



本书作者与奥地利负责人合影



本书作者与日本中川伟和南会长合作合影



日本公司企业内训结业合影



2008年暑期考前命题讲座



湖北武昌教学区培训基地师生合影



就业前强化训练



中国联通河南店长级别市场内训讲座



本书作者在中国联通公司现场示范作品

前言

在实际的工作中，商业手绘美工师的许多绘画作品更偏重于对终端市场的卖场商品展示。书中的案例作品在卖场内的应用上，以不同的表现方式为创作前提，综合市场各种实际需要，完美地实现了POP的市场应用，也为商业美工师的学习人员提供了不错的参考依据。

编写本书的唯一目的就是如何把POP的构成元素更好地学以致用，从而得到商家和消费者的认可。但由于艺术高于生活，这就要求我们在表达方式上不能脱离生活，更不能脱离市场。否则，艺术就成了脱离消费者的伪艺术，是得不到市场的应用和推广的。

鉴于此，本书选取的案例来源于学员的现实创作，同时也是市场的真实反映。在技法表现上，本书以市场为导向，提供了一些实用的案例，让学生能够根据不同行业的需要进行色彩、版式、字体及创意标题的定位设计。希望本书中有大家喜欢的经典案例，希望大家能从中找到适合自己的表现方法。相信本书的出版能让学生更好地认识市场，并用POP艺术完美表达出来，服务市场需求，实现自己价值。

第一篇	茶文化与色彩的表现技法与联想·····	1
	1. 版式八大变化·····	2
	2. 字体重心偏移·····	7
	3. 正文分割组合·····	12
	4. 写实写意案例汇编·····	18
第二篇	美容院与色彩的应用·····	26
	1. 色彩原理分析·····	27
	2. 搭配与组合·····	34
	3. 环保与环境·····	38
	4. 定位与创作·····	43
第三篇	咖啡文化与色彩·····	49
	1. 色彩的原理分析·····	50
	2. 搭配与组合·····	57
	3. POP环境用色·····	60
	4. 定位与创作·····	63
第四篇	运动行业文化与色彩的联想·····	68
	1. 色彩原理分析·····	69
	2. 搭配与组合·····	78
	3. POP张贴与悬挂·····	84
	4. 经典POP招贴类分析·····	91
第五篇	电器类商品市场策划VI识别系统·····	114
	1. 商圈设定·····	115
	2. 行业分析·····	115
	3. 店面特色·····	115
	4. 人群分析·····	115
	5. 价格分析·····	115
	6. 方案实施细则·····	116
	7. 感性POP·····	116
	8. 理性POP·····	116
	9. 货架展示·····	117
第六篇	国家商业美工师资格考试优秀试卷汇编·····	124
编后语	·····	134

第一篇 茶文化与色彩的表现技法与联想

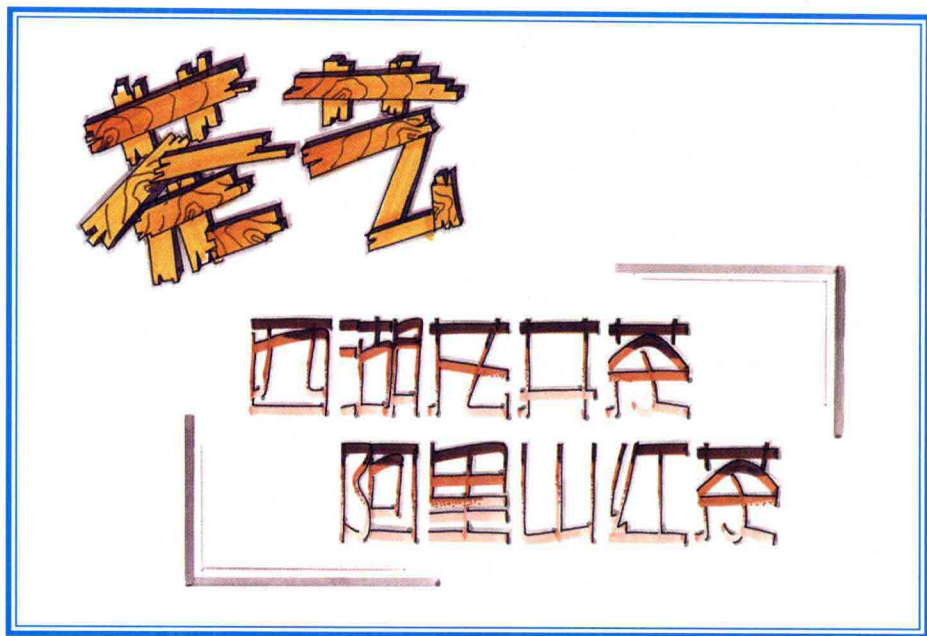
手绘
POP



概述

在手绘POP作品中，含有茶文化元素的商品，在手绘POP的创意表现上，除运用传统的色彩外，红茶、绿茶的色彩也算是其中的一类传统色彩。本章将以茶文化作为主线进行讲解，通过八大版式的三百多种变化、标题的重心偏移及边框的应用联想等，使设计者掌握类似茶文化与色彩的作品表现技法。

1. 版式八大变化



● 右上方构图的版式变化



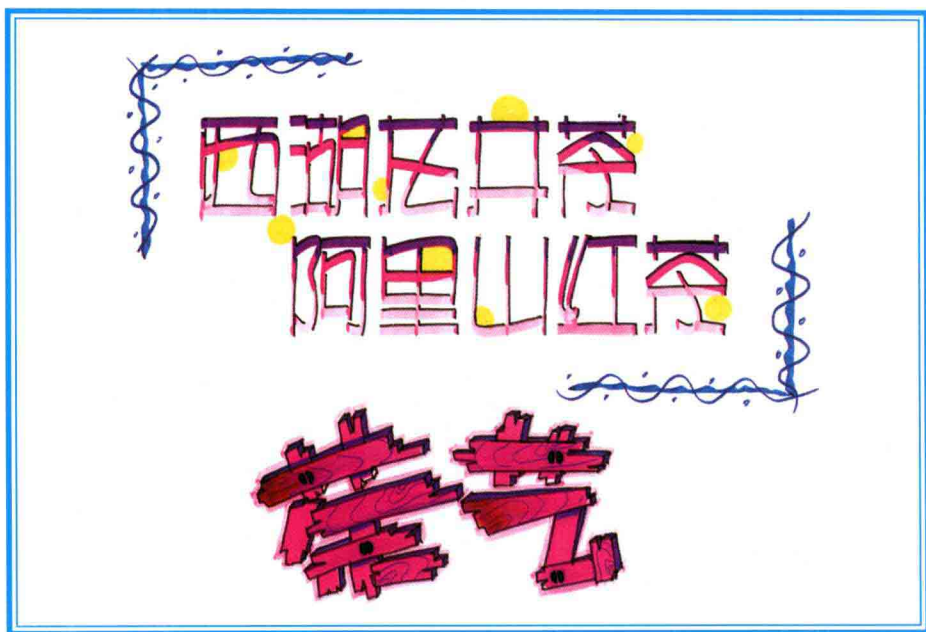
● 标题定位右上方构图版式变化



● 价格定位诉求正上方版式变化



● 价格定位左边构图版式应用



● 正下方版式应用



● 左下方为主的版式应用



● 价格定位诉求右下方版式应用变化

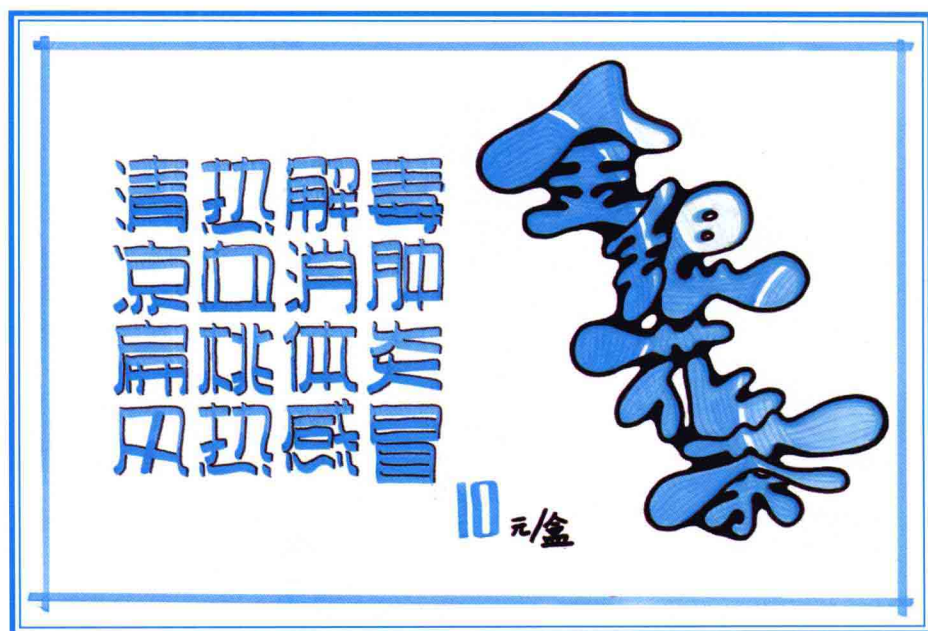


● 插图定位右边构图版式变化

2. 字体重心偏移



● 叠加式的右上方构图左上、下编移



● 冷色调为主的版式应用多角度变化



● 不同笔画的叠加右下方构图重心下移



● 左边为主的构图应用多角度偏移变化



● 共用笔画的左上方构图多角度变化