

中国POP设计联盟

手绘POP 制作技巧

阳洁

编著

HAND-DRAWING POP TECHNIQUES

「中国POP设计联盟」是当前中国最大的POP设计网站，全国各路POP设计高手在这里聚集、交流、探索，汇集了数以万计的优秀作品，具有一定的代表性和权威性。我们现在将其中部分编辑成册，陆续出版，以飨读者。

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

中国POP设计联盟
China Pop Design Association

手绘POP制作技巧

阳洁 编著

湖北长江出版集团
湖北美术出版社

.cn



图书在版编目(CIP)数据

手绘POP制作技巧 / 阳洁编著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2009.11

(中国POP设计联盟)

ISBN 978-7-5394-3129-1

I. 手…

II. 阳…

III. 广告—宣传画—设计

IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第197367号

手绘POP制作技巧

编 著: 阳洁

责任编辑: 向冰 张浩

装帧设计: 向冰

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市雄楚大街268号B座

电 话: 027-87679520 87679521 87679522

邮 编: 430070

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 6

印 数: 3500册

版 次: 2009年11月第1版 2009年第1次印刷

定 价: 38.00元

前言

PREFACE

《手绘POP制作技巧》一书是中国POP设计联盟系列丛书中第一本供初学者使用的教材式参考书。本书采用了大量的文字及图片对POP海报的制作技巧及字体的书写方法做了详细的说明。全书共分四个章节，每个章节都经过细致的编排，从浅入深，本着易学易用的原则，力求做到内容丰富，形式多样，希望对从事POP工作的广大同仁有直接的借鉴和参考价值。

本书是中国POP设计联盟网站所有会员智慧的结晶，在编辑的过程中得到了泰山、灰色、霍卫健、吉米等会员的大力支持，同时又得到了好友顾双、美玲等大力帮助，在此向他们表示衷心的感谢。由于本人水平有限，在编辑过程中难免出现各种差错，在此恳请读者批评指正。

2001.12



第一章

POP的概念

POP源起美国，因为第一次世界大战后，全球经济普遍萧条不振、市场低靡，广告费用成为厂商及买卖双方极大的负担，再加上美国超市如雨后春笋般地兴起，因此POP式广告逐渐超越其它广告媒体，POP书籍及POP学习班也应运而生。

1.什么是POP

2.POP的结构

3.POP的种类

4.POP的功能

1. 什么是POP

POP是英文“Point of Purchase”的缩写，可译成“据点的购买”或“店前广告”，它是当今非常流行的广告媒体。

POP源起美国，因为第一次世界大战后，全球经济普遍萧条不振、市场低靡，广告费用成为厂商及买卖双方极大的负担，再加上美国超市如雨后春笋般地兴起，因此POP式广告逐渐超越其它广告媒体，POP书籍及POP学习班也应运而生。

POP广告是商场促销的最佳、最快捷的方式。凡是用于商场，提供有关商品信息、促销商品得以成功销售的所有广告、宣传品都可称之为POP广告。虽然POP不具有电视、报纸那样大面积轰炸的威力，但却是最能因环境变化而迅速应变的一种媒体，因其具有速度快、变化快的特性，成为商业竞争中最有效的手段之一。

POP广告以醒目的色彩搭配、活泼的版式布局、易认易读的字体、幽默的插图，来向消费者宣传商品的特色。手绘POP不借助任何设备，只需使用专用POP书写工具便可绘制出色彩鲜艳、图文并茂的表达促销之意的POP海报。手绘POP海报的制作成本比较低，可大大缩短制作时间，具有较强的机动性、灵活性。它所流露出的亲切感是其它印刷品不能表达出来的。所以它的亲和力更能刺激消费者的潜在购买欲望。手绘POP能够配合商场整体格调的搭配，既有助于推销，又能营造出商场的热卖氛围。

2. POP的结构

一张完美的POP海报大体分为五大结构：主标题、副标题、正文、插图及指示文。有的海报中副标题、插图及指示文也很少出现，如一些大的卖场，海报变换比较频繁，一般都是用文字直接表达，有的连插图也很少绘制。

主标题

一般主标题控制在3~5字之间，2~3种装饰方法。主标题是手绘POP的重心，最能给消费者留下印象，所以字体一定要醒目、清晰、容易阅读。

副标题

副标题是解释和说明主标题，字体控制在4~6字以内，装饰方法在1~2种，字体要比主标题小，颜色种类也要比主标题用得少，不能超出主标题，不能喧宾夺主。

正文

正文文字不需装饰，但要与主标题和副标题区分颜色和字号，特殊、重点部分要变换色彩和字号，比如数字、品牌、价位、折扣、赠品等等，具体、重要的信息放在前面，以吸引消费者。

插图

插图在海报中不是主体，但它有重要作用：

- (1) 调节画面的色彩；
- (2) 调节画面的平衡；
- (3) 解释说明主标题；

(4) 活跃广告氛围。

指示文

指示文在POP海报中所占位置不是很大，它只是提示和说明POP海报的具体商家业主，字体一般在内容最上和最下端，一般以记号笔与马克笔书写为主。

副标题

主标题

正文

插图

指示文



3. POP的种类

目前POP的种类特别多，细分起来可以分出几十种，在这里我们仅介绍常见的几种：

(1) 从制作工艺可以分为：

A. 手绘POP

手绘的POP给人一种亲切感，富有亲和力，随意性和自然性很强，发挥空间比较大，但和印刷POP相比颜色比较单一，保留时间短，褪色比较快。



手绘POP

B. 印刷POP

印刷POP在超市和商场用得比较多，因为它的统一性比较强，量多的情况下价格较之手绘POP便宜，保留的时间也长，但没有手绘POP的艺术性和随意性。



印刷POP

C. 喷绘POP

喷绘POP在室外用得比较多，防腐和防晒性都比较强，多用于灯箱和大型广告牌。

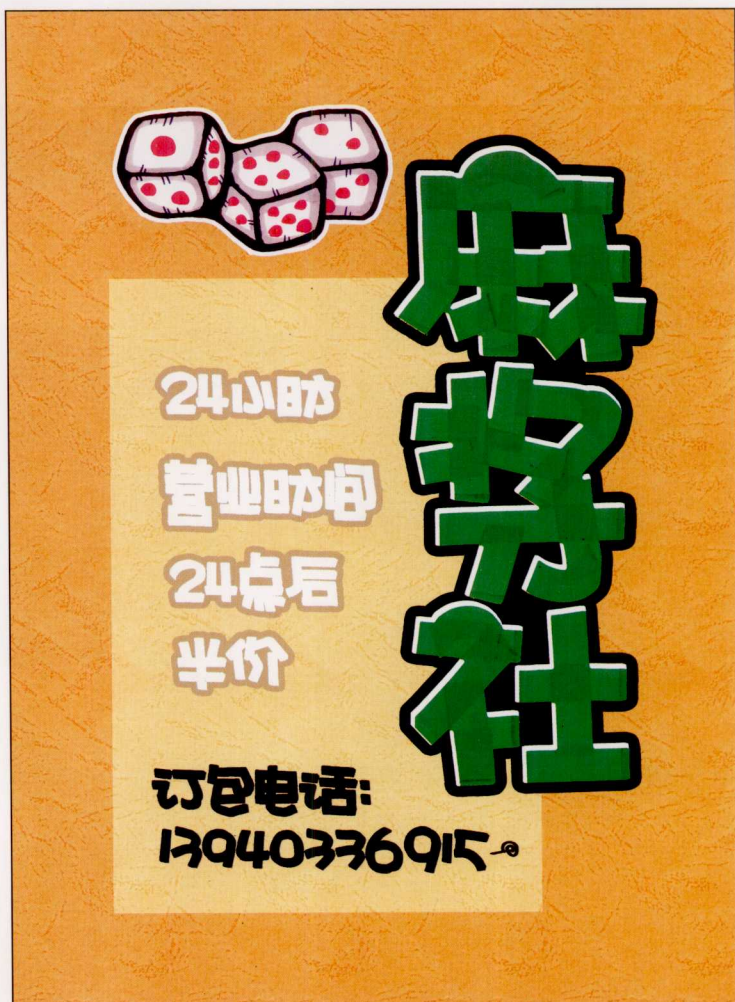


喷绘POP

(2) 从表现形式上可分为:

A. 平面POP

平面POP现在用得比较多，制作方法也相对简单，适合的场所有商场、超市、酒吧、茶楼等。



B. 立体POP

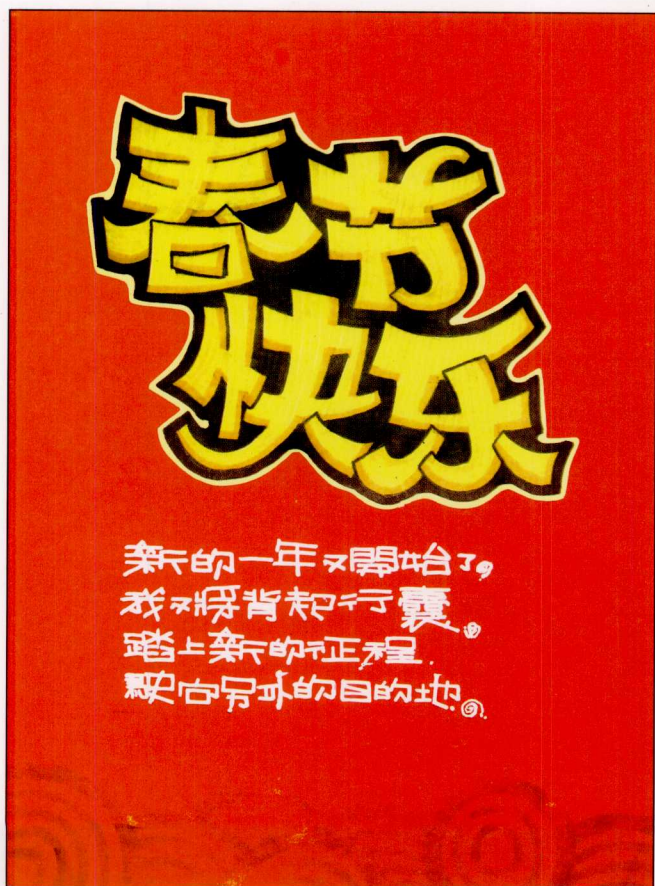
立体POP用得比较少，在制作上也相对比较复杂，但在观赏性上比平面的更富有层次感。



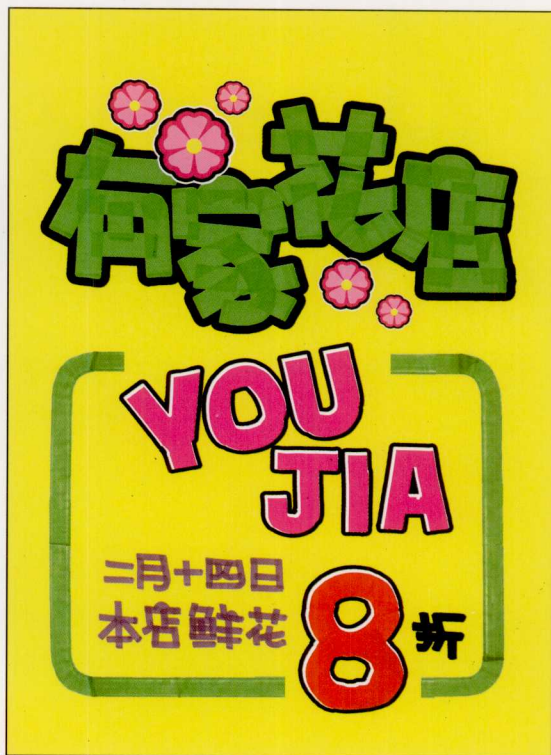
(3) 从内容上可以分为：
商业、餐饮、公益、节庆，等等。



公益POP海报



节庆POP海报



商业POP海报



餐饮POP海报

4. POP的功能

（1）节省广告成本和时间

POP海报可以说是广告媒体中价格最低的宣传形势，一张POP成本最多也不超过几元钱，在制作时间上相对也比较快，和其它媒体相比有较强的优势。

（2）唤起消费者潜在购买意识

在实际购买中有三分之二的人是临时作出购买决策的，此刻利用POP广告在现场展示，可以唤起消费者的潜在意识，促成购买行动。

（3）取代售货员

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醒目的POP广告，忠实地、不断地向消费者提供商品信息，可以起到促成其购买的作用。

（4）营造销售气氛

利用POP广告强烈的色彩、美丽的图案、突出的造型、幽默的动作、准确而生动的广告语言，可以营造出强烈的销售气氛，促成消费者的购买冲动。

（5）塑造品牌形象

POP广告同其它广告一样，在销售环境中可以为商家树立和提升品牌形象，进而与消费者保持良好的关系。

（6）富有亲和力和亲切感

手绘与电脑制作的POP有所不同，由于是手工制作，所以富有亲和力和亲切感。

第二章

POP的工具

要想绘制好的POP作品，除了设计者的技巧之外，正确地使用工具也是十分重要的。

麦克笔是手绘POP最佳的手绘工具，它的特点是快速、干净。根据麦克笔的溶剂材质，麦克笔主要可分为水性和油性两种。

1. 马克笔的特点及应用
2. 圆头记号笔的特点及应用
3. 软笔的特点及应用
4. 常用辅助工具

1. 马克笔的特点及应用

要想绘制好的POP作品，除了设计者的技巧之外，另外正确地使用工具也是十分重要的。

麦克笔是手绘POP最佳的手绘工具，它的特点是快速、干净，根据麦克笔的溶剂材质，麦克笔主要可分为水性和油性两种。



(1) 水性马克笔

水性马克笔没有刺激的味道，笔尖成倾斜角度，有60多种颜色。上面标有NO.1~NO.60的号码。一般常用的是1~11号、16号(皮肤色)、30号(皮肤阴影色)、12号和26号(灰色)、57号(红脸蛋色)。产地多为日本与韩国，主要适于海报中的说明文与插图上色。

柏林地板

优惠啦

五一惊喜连连
51件商品

优惠不断



价格: 惊爆价格, 实惠到底

质量: 质量可靠, 品质过硬

服务: 价格虽低, 服务更好

把爱传递出去

水性马克笔的应用

插图上色

正文字书写

(2) 油性麦克笔

油性麦克笔因为含有易挥发的化学材质，所以有刺鼻的气味，它的最大优点是书写后干燥快且不易沾污纸面。油性的麦克笔分为30mm、20mm、12mm、10mm、6mm，每种规格10~12种颜色。主要应用于主标题、副标题边框和底纹装饰。现在市场上常见的品牌有：利百代、才德、宝克、新朝日、中柏等。油性麦克笔有专业补充液进行补充。



主标题书写

边框线装饰

数字书写



油性麦克笔的应用