

艺术设计专业手绘POP系列丛书

手绘POP

创意标题应用

王少华 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

艺术设计专业手绘POP系列丛书

——国家商业美工师资格考试商业类命题教材



手绘POP 创意标题应用



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

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,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。本书系统介绍了手绘 POP 标题创意的基本理论、应用及手绘 POP 标题创意的表现技法,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。本书包括一笔成型的字体创意标题应用、斩刀体为主的字体韵律标题应用、胖胖字体为主的分割与组合、木纹字体为主的创意字体组合、皮球字体为主的创意字体组合及国家商业美工师资格考试优秀试卷汇编六篇内容。

本书既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

手绘 POP 创意标题应用/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 978-7-301-16056-5

I. 手… II. 王… III. 广告—美术字—设计—教材 IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 197724 号

书 名: 手绘 POP 创意标题应用

著作责任者: 王少华 编著

责任编辑: 孙 明

标准书号: ISBN 978-7-301-16056-5/J · 0266

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: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 mm × 1092 mm 16 开本 8.25 印张 191 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 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

周立鹏

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

时代
艺术
为
随

贺中国手绘画普及系列丛书出版

甲申年冬月 中国书画函授大学北京分校



原中国美术家协会秘书长、著名国画家
为本书题词

展示新文化
推动企业发展
王健

中华人民共和国文化部中国文化管理学会会长
为本书题词

推动中国POP事业发展
全面进行POP理论研究
专业手绘POP全国培训
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

姚飞

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.

Eure Freunde
Aili und Josef

奥地利少华POP分校负责人
为本书题词



国家资格证河南省考点部分学生与领导合影



国家资格证考前命题讲座



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

序 言

POP (Point of Purchase) 广告, 又称店内张贴海报, 它通过色彩、图案、文字等手段, 快速地向消费者传播不同商品之间的差异, 从而突出商品的特征和优点, 是直接面向店内顾客传播信息的“小众媒体”, 能起到很好的宣传作用, 是促进商品销售的广告之一。

POP自1993年进入中国市场以来, 以其对比鲜明的色彩、灵活多变的造型、幽默夸张的图案、准确生动的语言, 很快得到了市场的认可。在超市、卖场购物时人们所看到的门前促销展牌、展架、海报, 店堂内的价格牌等广告, 都是通过手绘POP方式进行展现而吸引消费者的。手绘POP广告所营造的强烈热销氛围不仅能够吸引消费者的视线, 而且能刺激消费者的购买冲动; 这种独特的促销手段, 逐渐成为厂商在各大媒体对企业或产品宣传的又一补充, 从而令消费者对其商品印象深刻, 最终促成购买行动, 因此也很快得到了厂商和企业的肯定, 同时, 市场对POP手绘商业美工人才的需求量也随之急剧增加。

商业意识孕育了手绘POP, 手绘POP结合了人文艺术, 成为一种专门艺术。从专业角度讲, 它已是一门学科。国家人力资源和社会保障部认证的国家商业美工师职业资格已将手绘POP作为主要考试项目, 现在有不少高校也开始开设相关课程。

诉求与定位

在商业类市场POP命题考试中, 提到POP的诉求点和定位的确切含义是什么时, 很多读者往往莫衷一是, 认为诉求就是定位, 定位就是诉求。其实, 诉求是指站在消费者的立场上, 理解商品的属性和消费群体的导向, 而在此基础上美工师可以根据价格差和产地的不同进行消费人群锁定, 此即为定位。二者是站在不同的角度上来看待同一个问题, POP美工师创作的POP作品是二者的一个桥梁。定位是美工师在诉求的基础上, 经过观察市场, 了解商圈及消费周期后作出的判断。

感性POP特点

感性就是消费心理的消费感觉, 是瞬间因消费刺激产生消费冲动从而做出的一系列进行购买及消费的心理反应。在POP中, 感性定位主要包括以品名及品牌为主导的主标题感性定位, 以诱导进行话语引导的广告语定位, 在节假日等促销打折产生的以价格波动为主导的感性定位, 以时尚流行及“另类”而进行的插图感性定位, 还有商家为进一步宣传本公司商品而进行的商品边框印刷免费赠送空白POP的边框感性定位等。

理性POP定位特点

理性是感性活动吸引消费者因消费刺激而产生兴奋及购买冲动的同时对商品的更进一步关注。理性定位更偏重于对企业品牌及形象的知名度认可。一笔成形POP字体、斩刀体、胖胖字、卡通字都是在感性的基础上, 更趋于对商品的特征进行实事求是宣传的一系列活动, 从而促进交易的达成。

韵律为主的POP定位

韵律为主表现在主标题的版式变化, 正文也因随商品的特点而作出的字体创意。它的特点是增强商品和消费者的亲和力, 缩小二者间的距离感, 从而增强消费者的购买欲。

POP骨架构成

在POP海报商业应用中, POP骨架构成就是POP的六大构成部分。而在六大构成部分中, 标题的大小、版式的合理布局、色彩的前进与后退、画面空间的组织和分割是在熟练掌握的基础上, 进一步完善和高的阶段, 为最后营销卖场定位、业绩的提高建起一座POP的桥梁。

综合类

在以上的应用基础上, 综合类所展示的艺术表现风格和特点是多样化的, 更有助于读者去琢磨和演练。它是前面章节的升华, 也是对由艺术到商业、由商业转向艺术的有力推动。

相信大家必定会临有所得, 摹有所悟!

前言

本书主要是针对行业特色的标题创意进行讲解，从而培养学生的动手能力和创意思维。随着个性店、时尚店的出现，其手绘POP创意设计急需一些属于个性文化特色符号的字体，来满足其营销需求。本书就是具有商业市场文化与艺术字体文化的特色的一本教科书。

标题创意技法的特点是将个性的艺术文化运用于字体的设计之上。个性源于思维，不同的思维必定有不同的创意理念。所以，丰富的艺术思维理念将会增强创新设计的能力。本书中的作品在手绘POP标题创意的技法上，以几十种常规变化为基础，构成变化为书写根本。让学生在掌握基础的前提下，有一个参考依据，设计变化出适合行业商品促销需求的POP字体是作者的真实心愿。

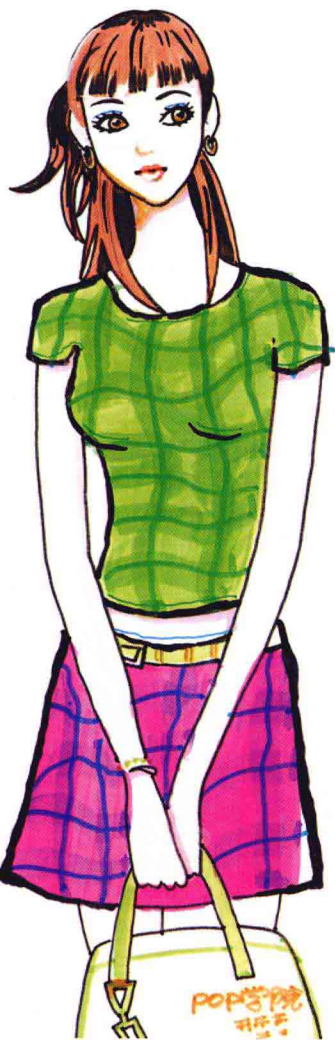
随着市场经济的逐步放开，在专卖店、连锁店及不同休闲购物的品牌化市场布局的前提下，POP创意的标题应用，应该符合商业需求，百花齐放。

王少华

2009年12月14日于北京

第一篇	一笔成形的字体创意标题应用	1
	1. 版式为主的应用	2
	2. 重心偏移的应用	8
	3. 冷暖为主的应用	12
	4. 装饰为主的应用	15
第二篇	斩刀体为主的字体韵律标题应用	18
	1. 韵律为主的创意	19
	2. 节奏为主的创意	23
	3. 色块分割的创意	29
第三篇	胖胖字体为主的分割与组合	44
	1. 圆形胖胖字	45
	2. 半圆形胖胖字	48
	3. 韵律形胖胖字	57
第四篇	木纹字体为主的创意字体组合	58
	1. 方木字版式的应用	59
	2. 方圆形版式的应用	68
	3. 综合木纹字体版式的变化	76
第五篇	皮球字体为主的创意字体组合	78
	1. 左上半弧创意案例	79
	2. 右上半弧创意案例	82
	3. 左下半弧创意案例	87
	4. 右下半弧创意案例	90
	5. 上半弧创意案例	93
	6. 下半弧创意案例	96
	7. 圆形为主的皮球字欣赏	100
第六篇	国家商业美工师资格考试优秀试卷汇编	109
编后语		119

第一篇 一笔成形的字体创意 标题应用



手绘
POP

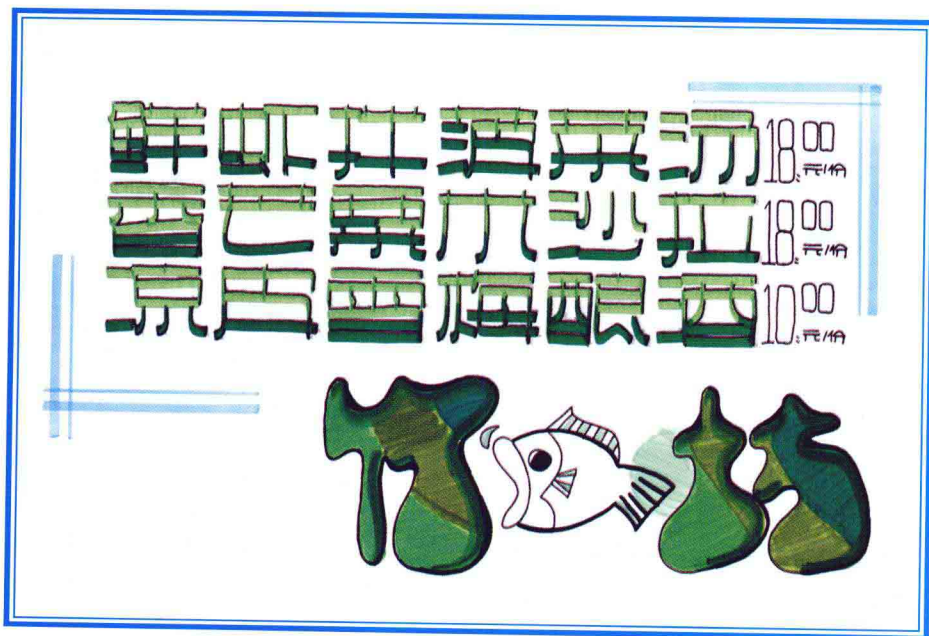
概述

一笔成形的标题创意表现形式主要是以运笔方位的偏移变化为基本原理，来训练学生举一反三的创意能力。以字体的冷暖搭配与背景衬托为依据，让学生在有规律可循的基础上，进行创意设计。

1. 版式为主的应用



● 色相对比为主的版式



● “字”生“图”为主的创意应用



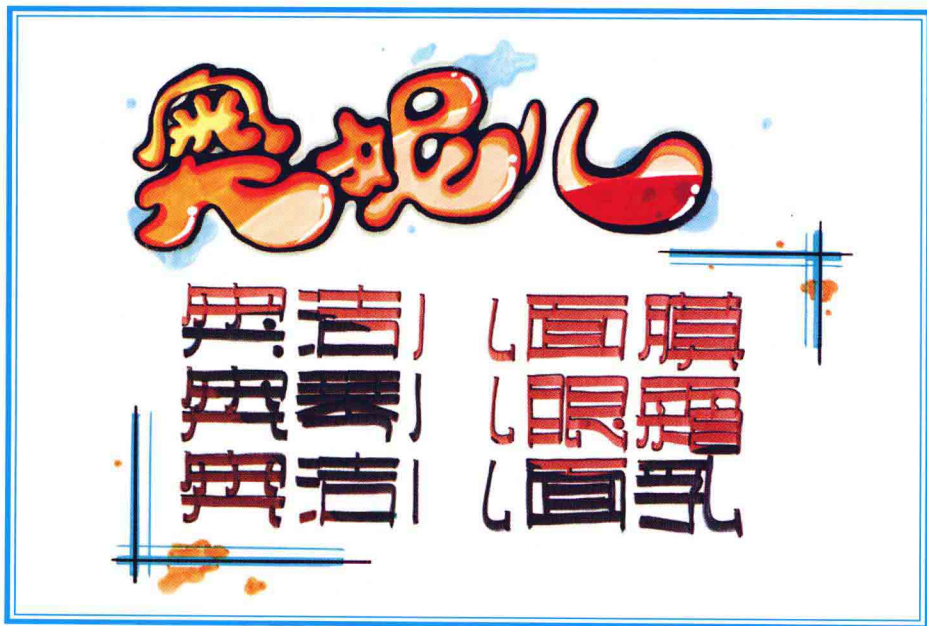
● 冷暖分割为主的版式



● 衬托分割为主的版式



● 节奏为主的版式



● 同色调分割与冷调衬托应用



● 偏移为主的版式



● 强对比的分割装饰

2. 重心偏移的应用



● 左移右下移，线曲装饰



● 重心左移，点线背景装饰