

短时间内快速掌握手绘POP广告设计!

王猛 李静 王丹 编著

POP

艺术设计

从入门到精通



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

POP

艺术设计

从入门到精通



王猛 李静 王丹 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



内 容 简 介

本书是专门介绍如何在短时间内通过课堂教学或自学快速掌握手绘POP广告设计的基础知识、基本原理、基本方法和实施技巧。作者从教学与自学的实际角度出发,源于对手绘POP广告设计的认知、感悟,读者反馈的大量需求,结合数年一线教学与实践的经验,精心设计编写了本书。

本书内容丰富、全面,可供超市、商场、百货等卖场的美工人员、POP相关从业人员、私营业主参考使用,也可作为POP爱好者、初学者的培训教材,以及供全国高等教育数字艺术类广告设计专业师生、社会POP广告设计培训班学员、社会广大的广告设计从业人员学习使用。

图书在版编目(CIP)数据

POP艺术设计从入门到精通/王猛,李静,王丹编著

— 北京:中国铁道出版社,2012.3

ISBN 978-7-113-13942-1

I. ①P… II. ①王… ②李… ③王… III. ①广告-设计 IV. ①J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第251821号

书 名: POP艺术设计从入门到精通
作 者: 王 猛 李 静 王 丹 编著

责任编辑: 苏 茜

读者热线电话: 010-63560056

编辑助理: 张 丹

封面设计: 张 丽

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街8号 邮政编码: 100054)

印 刷: 北京米开朗优威印刷有限责任公司

版 次: 2012年3月第1版 2012年3月第1次印刷

开 本: 889mm×1194mm 1/24 印张: 13 字数: 308千

书 号: ISBN 978-7-113-13942-1

定 价: 45.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社发行部联系调换。



point of purchase



随着广告业在我国的快速发展，手绘POP这项时尚而又火热的行业已经慢慢地出现在我们生活的每一个角落。它以其方便快捷、富于变化、新颖独特等诸多优点，成为商家必不可少的促销手段之一。手绘POP海报是一种商业广告，同时也可以说是一件精美的手工艺品，内容通常是一些以动感性和趣味性很强的人物或滑稽的卡通形象、诙谐的语言再配合独具一格的色彩来吸引人们的注意，回味无穷，从而给顾客留下深刻的印象。因为它是制作者通过自己的创意再加上娴熟的手工技术来完成的，在制作的同时也赋予了它生命力，所以是千篇一律、呆板的电脑成品海报所无法比拟的。

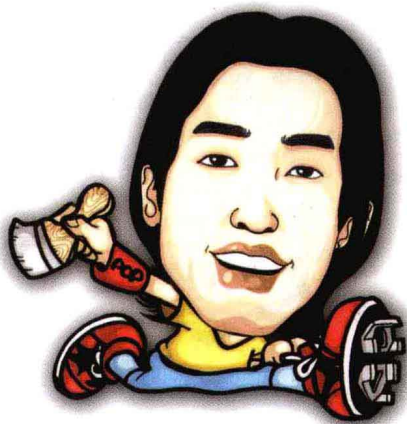
本书是笔者数年来一线承接大量POP广告设计与制作和教学积累的经验之作，内容非常丰富，题材十分广泛，不但深入细致地讲授它们的创作原则、规律，同时也讲授它们的制作技法，旨在帮助广大读者在较短时间内学习和掌握其方法和技能，让自己的生活变得更加美丽、丰富多彩。

愿更多的朋友加入手绘POP的队伍，这样，你让大家感受到手绘的无穷艺术魅力的同时，也会得到丰厚的回报。

王辉

contents

目录



基础篇

第1章 POP基础部分

- 1.1 POP的概念及工具.....3
- 1.2 POP的运笔掌握.....19

第2章 字体部分

- 2.1 正体字.....27
- 2.2 活体字.....75
- 2.3 字体组合.....123
- 2.4 数字.....125
- 2.5 英文.....127
- 2.6 变形字体.....129
- 2.7 空心字体.....133
- 2.8 字体装饰.....135

第3章 插图部分

- 3.1 插图基础.....153
- 3.2 手绘插图分类.....155
- 3.3 手绘插图步骤.....161

第4章 POP绘制

- 4.1 POP海报结构.....171
- 4.2 白底POP制作.....173
- 4.3 彩底POP制作.....175
- 4.4 异形POP制作.....177

第5章 POP应用

- 5.1 POP促销海报设计.....181
- 5.2 POP招聘招贴.....193

提高篇

第6章 绘制准备

- 6.1 POP应用与前景201
- 6.2 POP工具与绘制技巧204

第7章 POP色彩知识

- 7.1 色彩的原理215
- 7.2 色彩的搭配217
- 7.3 色彩的感觉219

第8章 标题字特效

- 8.1 木纹字.....223
- 8.2 布纹字.....231
- 8.3 立体字.....239
- 8.4 积雪字.....253
- 8.5 分割字.....257



第9章 美食主题POP设计

- 9.1 美食POP277
- 9.2 快餐POP280
- 9.3 饮品POP283

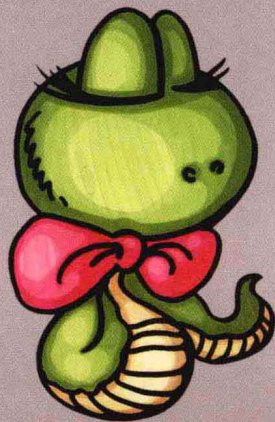
第10章 娱乐主题POP设计

- 10.1 酒吧POP287
- 10.2 KTVPOP290
- 10.3 美容美发POP293

第11章 商业主题POP设计

- 11.1 招聘POP297
- 11.2 新品推荐POP300
- 11.3 促销POP303

POP艺术设计



第1章 POP基础部分

1.1 POP的概念及工具

1.2 POP的运笔掌握

1.1 POP的概念及工具

POP的概念

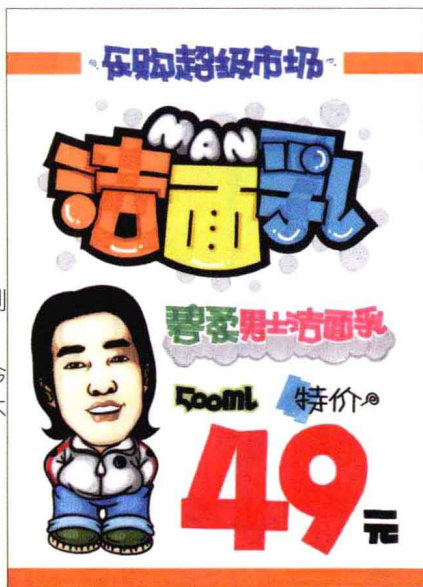
POP是英文“Point of Purchase”的缩写，可以翻译成“购买点的广告”，又可以称为“店头广告”，它是当今最为流行的新兴广告媒体之一。

POP起源于20世纪30年代的美国，发展于20世纪50年代的日本及我国台湾地区，直到20世纪80年末期才传入我国大陆地区。POP广告的形式和种类以及制作材料有很多种，如电脑设计的POP、喷绘及印刷的POP、手绘形式的POP等，因为本书重点以手绘POP为主要讲述对象，所以我们就先来看一下手绘POP广告的一些基础知识。

何为“手绘”？英文为 handwriting，有手迹、书法之意，意思是“徒手亲自书写出来的文字或图案”。换句话说，以“手绘”方式表达促销之意的POP广告，我们都可以称为“手绘POP广告”。手绘POP广告的形式同样起源于美国，第一次世界大战后，全球经济普遍萧条，市场也为之笼罩低靡，广告费也成为厂商及卖方极大的负担，加上美国的超市如雨后天春笋般的兴起，因此，以手绘的形式表现的POP广告也应运而生，同时也逐步攻占其他媒体。



手绘POP成本低廉、制作迅速，极具时效性。风格幽默、活泼，现今已成为大多数商家必不可少的促销广告之一。



在我国，现在意义上的POP广告主要是从我国台湾地区传过来的。但在古代，早就已经有了类似于现代POP的广告，如古代客栈和酒店外挂着的灯笼、旗帜等，打铁铺门前挂着的大刀，药铺门前挂着的膏药等，至今我们仍可以看见修车铺门口挂着的车圈、修锁铺门口挂着的大锁头等，都是具有该行业特色的广告宣传品。

我国的POP广告虽然起步较晚，但随着改革开放、大力引进外资企业，国外的零售业也纷纷抢滩中国市场，他们在带来先进经营理念的同时，也促进了国内POP行业的发展。

如雨后春笋般发展起来的商场、超市、购物中心、百货商场等都以其独特的POP广告形式吸引着消费者和顾客的视线，它已经成为商家必不可少的促销手段之一。如今，POP广告的书藉也越来越多，POP的短期培训班也应运而生，甚至连一些大专院校都已开设POP课程；在我国经济发展较快的地区，一些商家招聘员工也把POP广告列为一项重要的考核标准，可见，POP广告的重要性不容忽视。

很多人可能认为，手绘POP只应用在商场或超级市场，学完手绘POP手只能在商场或超级市场从事美工的工作，实际上，这种想法是错误且局限的。手绘POP应用的范围非常广泛，如酒店、咖啡厅、蛋糕店、西餐厅、网吧、电影院、KTV、健身中心、儿童乐园、迪厅、培训学校、服饰品店、美容院、化妆品店、发廊、手机市场、数码广场、便利店等，可以这么理解，凡是存在买卖关系的地方就会有手绘POP的需求。

手绘POP的市场价格：八开海报15元一张，四开海报20元一张，两开海报30元一张，一开海报50元一张，如果制作成彩底海报或立体海报，那么收取的费用也会相应增高，对于我们手绘POP制作者来说，可以为客户提供多种选择，也会增加我们的经济收入。



POP的工具

制作手绘POP海报的工具有很多种，我们可以从笔材类、纸张类、辅助工具等三个方面入手对其进行了解和掌握。

笔材类

手绘POP最常用的笔材工具就是马克笔，马克笔里面又有油性马克笔和水性马克笔之分，下面我们就先来看一下油性马克笔。

油性马克笔

油性马克笔笔头较宽，挥发性较快，易干，规格按笔头的宽度进行区分，主要有30mm、20mm、12mm、10mm、6mm等，每一种规格都有12种颜色，如蓝色、天蓝色、绿色、浅绿色、棕色、橙色、土黄色、黄色、紫色、粉色、红色、黑色等，我们可以根据实际需要进行购买。

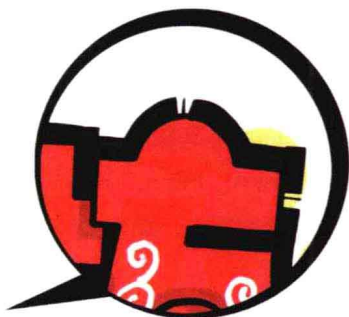


这种笔头较宽的油性马克笔可以添加补充液进行反复使用，每种颜色都有相应的补充液，可以根据需要随时添加，因为这种马克笔的笔头使用寿命比较长，所以我们可以根据需要进行购买一次，然后配备补充液基本就可以了。



在手绘POP海报制作当中，这种笔头较宽的油性马克笔通常都是书写主标题部分，或绘制画面里的边框等装饰。

市场上质量最好的油性马克笔有我国台湾地区生产的利百代，虽然价格稍微贵了点，但使用寿命、质量和价格基本成正比，是手绘POP设计师公认的马克笔品牌，另外还有一些其他品牌的马克笔，对于初学者来说成本比较低廉，也可以作为首选。



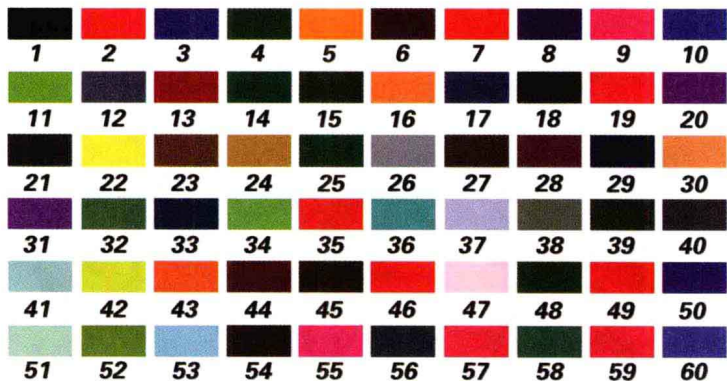
在手绘POP海报里，主标题是海报的中心思想，也是海报中最为主要的部分，所以我们通常是选择笔头较宽的20mm或30mm油性马克笔进行书写，而边框部分起到归纳和整合画面的作用，所以也是需要采用20mm或30mm的油性马克笔进行绘制，为了让画面更加规范，边框部分我们也可以借助格尺进行辅助绘制，使作品精益求精、更加工整。



水性马克笔

水性马克笔属于水性颜料，挥发性较慢，不易干；笔头宽度约为3mm，颜色较多，有60种左右，在笔的末端带有编号，我们可以根据需要选择性配备。

这种笔头较窄的水性马克笔多为一次性使用，没有相应的补充液，但因为是进口的笔头，所以使用寿命也相对较长，对于其颜色的选择上为了节省成本，我们通常只配60种颜色中的30种就足够用了，如有特殊需要，常用的几个颜色可以多配几支，以备不时之需。



在手绘POP海报制作当中，水性马克笔通常是在插图着色时使用，因为其颜色丰富、鲜艳，可以达到较为理想的绘图效果；有的时候，也可以用它来直接书写正文部分。

值得注意的是，水性马克笔因为是水彩性质，所以经过阳光长时间照射，会出现褪色的现象，我们绘制好海报后，张贴时一定要选择室内或避开阳光的地方。

泰山手绘POP培训

手绘POP

专业美工师培训

基础班 500 元

精品班 800 元

插画班 600 元

讲师班 1200 元

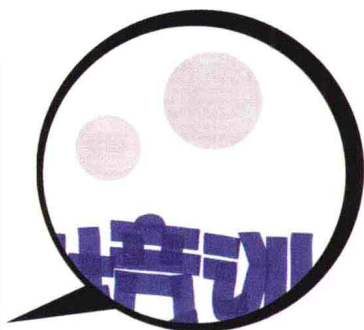
让您掌握真正的POP

泰山老师亲自授课

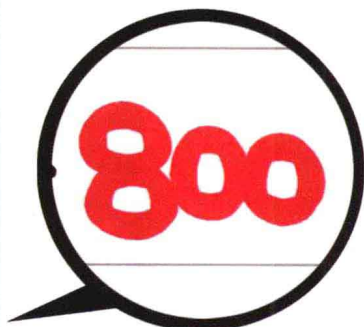
TEL 13940336915

QQ: 498789793

POP易在您掌握



水性马克笔绘制装饰图案部分



水性马克笔绘制正文部分

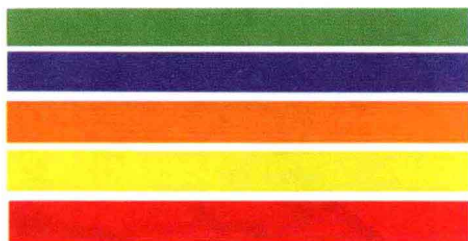


水性马克笔绘制插图部分

双头马克笔

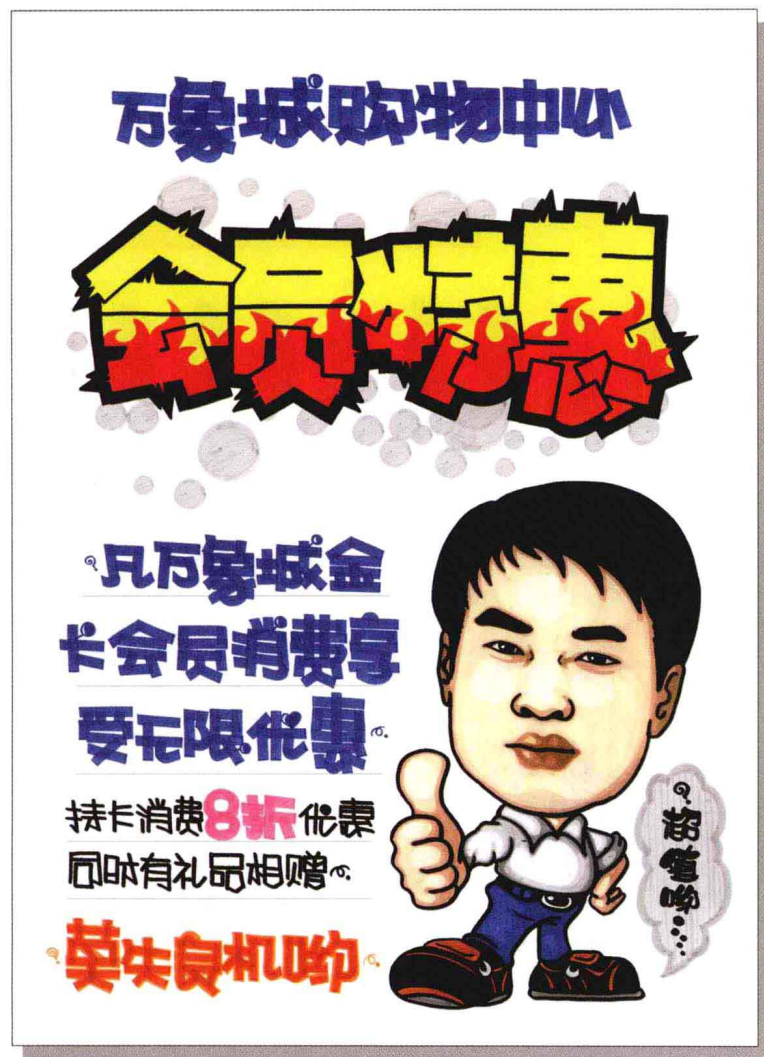
双头马克笔有两个笔头，宽的一头为6mm的斜头，细的一头为2mm圆头，颜色有120种之多，购买的时候只选择较为常用的颜色即可，双头马克笔有油性也有水性的，我们可以根据需要配备。

双头马克笔用起来极为方便，宽的一头可以为标题字进行装饰或书写文字，细的一头可以书写一些比较细的字体。一支笔可以完成很多工作，这种笔也是一次性使用，没有相应的补充液，油性的双头马克笔书写后挥发性快，易干，水性的双头马克笔挥发慢，不易干，所以一定要确定好需要哪种后再进行购买。



在手绘POP海报制作当中，双头马克笔可以为标题字进行轮廓装饰，也可以书写正文部分内容，细的一头书写出来的细体字也很有个性。

这种笔材现今使用率比较高，不仅是我们绘制手绘POP海报的时候使用，一些手绘效果图也大多是用它来创作完成的，所以，马克笔不仅可以书写文字，在绘图方面也是比较主要的工具之一，我们接触多了，对它的了解和认识也会慢慢加深。



双头马克笔书写副标题部分



双头马克笔书写正文部分



双头马克笔书写细体字部分

纸张类

手绘POP海报主要就是靠纸张作为载体来表现的，制作手绘POP海报纸张种类有很多，我们就平时较为常用的铜版纸、彩胶纸、皮纹纸这三类为大家做详细介绍。

铜版纸

铜版纸是我国内地的叫法，我国香港地区称之为粉纸，是印刷业中使用较多的纸张之一。粉纸的英文原名是Art Paper，它是一个舶来品的俗名。这种纸是在19世纪中叶，由英国人首先研制出来的一种涂布加工纸。把又白又细的瓷土等调和成涂料，均匀地刷抹在原纸的表面上（涂一面或双面），便制成了高级的印刷纸。由于其过程好比妇女向脸上涂粉似的，因此便称之为粉纸。

其实，Art Paper在我国20世纪30年代曾译作美术纸（直译）。因为当初在欧洲拿这种纸来印刷精美的名画时，晒制所用的是铜版腐蚀的印版。所以依据以用途命名的惯例，把用于铜版印刷的美术用纸叫做铜版（印刷）纸。在我国内地的印刷、纸业界的同仁们，都把Art Paper称为铜版纸，而不叫粉纸。铜版纸的特点在于纸面非常光洁平整，平滑度高，光泽度好。

铜版纸是印刷厂主要使用的纸张之一，在目前现实生活中运用很普遍。大家看到的漂亮的挂历、书店中销售的张贴画、书籍的封面、插图、美术图书、画册等，几乎都是用的铜版纸，各种精美装潢的包装、纸质手提包、标贴、商标等也在大量的使用。常用铜版纸分为从105克/米²到350克/米²的多种厚度规格。

铜版纸纸张尺寸分为大度（889mm × 1194mm）和正度（787mm × 1092mm）两个尺寸规格，市场上—张200克889mm × 1194mm大度尺寸的铜版纸价格约为1.2元左右。

