



Point of Purchase

五步学会

王 猛 编著

手绘POP设计



辽宁科学技术出版社
LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

五步学会手绘 POP 设计

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

五步学会手绘 POP 设计 / 王猛编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2012.3

ISBN 978-7-5381-7296-6

I. ①五… II. ①王… III. ①广告—宣传画—设计
IV. ①J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 275531 号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 29 号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁彩色图文印刷有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 210mm × 270mm

印 张: 7.5

字 数: 50 千字

印 数: 1~4000

出版时间: 2012 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2012 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 张歌燕

封面设计: 王 猛

版式设计: 王 猛

责任校对: 尹 昭

书 号: ISBN 978-7-5381-7296-6

定 价: 42.00 元

联系电话: 024-23284063

邮购热线: 024-23284502

E-mail: geyan_zhang@163.com

http: // www.lnkj.com.cn

本书网址: www.lnkj.cn/uri.sh/7296



本书是一本手绘 POP 海报设计自学教材，内容从字体到插图，从海报制作到市场操作，一应俱全。全书对制作手绘 POP 海报几个关键环节进行了详尽的阐述，结合大量实例并配有步骤说明，便于读者阅读和学习。本书不但可以满足 POP 初学者的需要，也有助于推动手绘 POP 从业人员提高专业水平。作者将多年的手绘 POP 培训教学经验进行总结并创新，希望广大读者通过本书的学习，都能达到学有所成、学有所用。

本书可以作为全国 POP 爱好者的自学教材，也可作为各大艺术院校及全国手绘 POP 培训机构、商场超市美工技能提升的教材。

本书在创作过程中得到了身边诸位朋友的大力支持和帮助，他们是于涛、吴君、王丹、张旺、曲萌萌、张飞韵、陈明、房琦、张宇、王勇，在此对他们表示衷心的感谢！

泰山手绘 POP 工作室



contents

目录

第一步 了解手绘 POP

- 1. POP 的定义及发展前景 6
- 2. POP 的工具及用途 10

本章小结

作业练习

第二步 字体入门

- 1. 运笔基础 22
- 2. 正体字的书写规律 24
- 3. 活体字的书写规律 32
- 4. 字体组合练习 40
- 5. 数字的掌握 48
- 6. 字体装饰技巧 52

本章小结

作业练习

第三步 字体提高

- 1. 创意字概述 74
- 2. 创意字分类 76

- 3. 创意字技巧 78

本章小结

作业练习

第四步 插图掌握

- 1. 人物插图技巧 86
- 2. 食品插图技巧 92
- 3. 物品插图技巧 96

本章小结

作业练习

第五步 海报制作

- 1. 结构分析 100
- 2. 排版技巧 104
- 3. 白底海报技巧 108
- 4. 彩底海报技巧 114

本章小结

作业练习

- 附录：POP 创业指导 119



第一步

了解手绘 POP

1. POP 的定义及发展前景
2. POP 的工具及用途

本章小结

作业练习





1. POP 的定义及发展前景

POP 广告是视觉传达和商业推广的重要艺术形式,也越来越受到艺术设计教育界、美术设计工作者及商家的重视。就目前来讲,很多美术院校的相关专业均开设了 POP 广告设计课程,很多美术爱好者也根据自身的工作需要报班学习或看书自学 POP 设计。在其他一些国家,中学时期就开始对学生进行 POP 设计训练,POP 已经成为学生必须具备的实用美术技能和艺术修养。现今,POP 广告也以丰富多彩的艺术形式充斥着各个领域,同时也为创作者提供了展示自己的设计理念、个性和艺术创造能力的广阔空间。

在学习手绘 POP 之前首先让我们先来了解一下究竟什么是 POP。

POP 广告是商场促销的一种广告形式,凡是应用于商场,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,都可以称为 POP 广告。

POP 是英文 Point of Purchase 的缩写,可以译成“购买点的广告”,又可以称为“店头广告”。可以说,POP 是当今时尚而流行的新兴广告媒体。



Point of Purchase

POP 起源于 20 世纪 30 年代的美国。第一次世界大战后,全球经济低糜,市场萧条,广告费用成为厂商及卖方极大的负担,再加上美国超市如雨后天春笋般地兴起,因此,在经济、速度、机动性以及人力的考虑下,POP 式广告以其实用、有效的特点逐渐攻占其他媒体,成为一种备受欢迎的广告形式。

20 世纪 60 年代,POP 传到日本、韩国等亚洲国家和地区。一般而言,美国的 POP 广告着重在制造商的市场,可提供给商场的帮助较少,而在日本和韩国,POP 则是随着经济的快速发展而起步,POP 的侧重点也以商场的 POP 广告为主。

在我国古代，早就已经有了类似于现代 POP 的广告，如古代客栈外挂着的灯笼、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轮、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。但现代意义的 POP 广告主要是从台湾地区传过来的。

我国大陆的 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，他们在带来先进的经营理念的同时，也促进了国内 POP 行业的发展。雨后春笋般发展起来的商场、超市、购物中心、百货等都有其独特的 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。目前进入中国大陆的欧美日韩及港澳台知名零售商集团几百家，在各大中城市开设经营点越来越多，加上地方性本土连锁型超市的迅猛发展，导致了零售商们对美工人才需求的急剧增加，据北京《人才周刊》、《北京晚报》、《娱乐信报》等报刊报道，仅北京市场就缺少 POP 美工三千多人，由此可见，POP 的发展是非常有前景的。POP 人才需求日益加剧，也使我国 POP 行业不断扩大。我们通过学校、书籍、网络等各种途径都可以学习这一极具商业前景的技术。



在商场和超级市场里，POP 广告不但可以宣传和促销商品，而且可以把一些商家的优惠活动信息及时传递给消费者。同时，幽默、活泼的绘制风格，在提高商家形象的同时，也营造了一个轻松、活泼的购物氛围。从事 POP 创作的美工师，相当于商家的美容师，其职位和发挥的作用不容忽视。

前面介绍了POP的含义,那么,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”,这也是本书重点向大家讲解和介绍的内容。

手绘POP之所以得到众多商家和企业的青睐,和它的诸多优点是密不可分的,下面让我们了解一下手绘POP究竟有哪些吸引人的地方。

制作成本低廉: 手绘POP的成本少则几元,多则十几元,而且工具可以反复使用,制作开销远远低于印刷或者喷绘广告;

速度快、机动性强: 手绘POP不需要等待或者配合电脑等作业,只需要笔和纸就能完成,可缩短整体制作时间,随时满足制作的需求;

亲和力: 手绘POP不同于一般的印刷制品,因为采用手工制作,所以作品流露出特别的亲切感,更能拉拢消费者的心,也更能吸引和打动消费者;

传递信息力强: 商场里的POP可以直接对消费者传达信息,告之促销内容、价格、产品推荐等,以达到促使消费者购买的效果;

时效性强: 手绘POP易学易做,不需要投入太多时间忙于构思、设计、制作,简单一些的手绘POP几分钟内便可以完成,内容复杂一些的手绘POP制作时间在30~50分钟;

活跃商场气氛: 手绘POP能配合商场的整体格调,不但有助产品的推销,更能营造最佳气氛。



手绘POP凭借着诸多优点,被商家和企业广泛应用,纵观各种消费场所,手绘POP几乎无处不在,它的题材可以是促销商品,也可以是提示或警示,还可以是公益宣传。在广告业里,手绘POP这一独特的宣传形式正日益兴盛,而制作手绘POP的专业设计者的队伍也在不断壮大,每一名手绘POP设计者都在用自己的专业技术和经验为各个商家及企业贡献着自己的力量。



可能很多人认为, 手绘 POP 只应用在商场或超级市场里, 学完手绘 POP 只能在商场或超级市场从事美工的工作, 实际上, 这种想法是比较局限的, 手绘 POP 的市场远远不仅仅于此, 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、迪吧、培训学校、服饰店、美容院、化妆品店、发廊、手机市场、数码广场、便利店等, 可以说, 凡是存在买卖关系的地方就会有手绘 POP 的需求。

按现在的市场价格, 八开的海报 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地增高, 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。

手绘 POP 不仅仅是一项技能和爱好, 还可以成为你事业奋斗的目标, 这里为大家简单介绍一下掌握手绘 POP 后的前景与发展方向, 以供所有手绘 POP 爱好者参考。



学习手绘 POP 阶段, 可以看书自学或到培训班学习。

手绘 POP 技术成熟后, 可以自己做工作室, 锻炼自己的社交能力, 接手绘 POP 业务的工作以及一些相关的设计工作。

手绘 POP 技术成熟后, 可以到商场或超市应聘美工、美陈师、POP 设计等工作。

通过努力提高技术后, 可以独立开设培训机构或到大专院校讲课, 也可以为企业进行专业培训工作。

通过努力可以从美工或美陈师升级至企划经理等职务, 工作之余可以考取企划师专业资格证书等学历。

TAISHAN POP

泰山POP培训 美工培训

基础班 800元
精品班 1500元
讲师班 2000元

招生电话: 13940336915 QQ: 498789993
地址: 沈阳市和平区皇寺广场航大商厦601室

因为我们更专业...

学习手绘 POP, 需要不断地练习、临摹、积累, 水平才能提高, 无论是在商场或超市做美工师, 还是做手绘 POP 工作室, 其发展空间都很大。对于年轻人来说, 无论是为了锻炼自己的沟通能力还是为了掌握真正的谋生本领, 学习手绘 POP 都是一个不错的选择。



2. POP 的工具及用途

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

笔材类工具及用途

手绘 POP 最常用的笔材工具就是马克笔，马克笔的英文是 MARKER，也可翻译成麦克笔。马克笔有油性和水性之分，下面我们就先来看一下油性马克笔。

宽头油性马克笔

宽头油性马克笔笔头较宽，挥发较快，易干，规格按笔头的宽度进行区分，主要有 30mm、20mm、12mm、6mm 等。每一种规格都有 12 种颜色：蓝色、浅蓝色、绿色、浅绿色、棕色、橙色、土黄色、黄色、紫色、粉色、红色、黑色。宽头油性马克笔可以反复使用，每种颜色都配有相应的补充液，只需拧开笔末端的盖子就可以进行颜色添加，可以根据实际需要进行选择购买。



在宽头油性马克笔的末端有一个圆形的盖子，只需要逆时针拧开盖子，就可以用补充液对宽头油性马克笔进行颜色添加，进行反复使用。



12 色宽头油性马克笔：棕色、黑色、蓝色、土黄色、粉色、浅蓝色、红色、橙色、黄色、浅绿色、紫色、绿色。

时尚店



时尚店
精品服饰



30mm 或 20mm 的宽头油性马克笔主要用来书写海报中的主标题部分。



12mm 的宽头油性马克笔主要用来书写海报中的副标题部分。



6mm 的宽头油性马克笔可以用来为标题字描绘轮廓及书写正文。



宽头油性马克笔有四种规格，而每种规格又都有 12 种颜色，对于初学者来说，全部配齐容易造成不必要的浪费，所以这里为大家提供一套比较经济实用的配色方案，供大家参考选择：

30mm：红色、黄色、浅蓝色、橙色；

20mm：红色、浅绿色、浅蓝色、绿色、粉色；

12mm：绿色、橙色、粉色、浅绿色、蓝色；

6mm：黑色、红色、橙色、蓝色、紫色等。

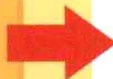


双头油性马克笔

双头油性马克笔有两个笔头，宽的一头为6mm的斜头，细的一头为2mm的圆头，颜色有120种之多，购买的时候只选择较为常用的颜色即可，可以根据实际需要进行配备。



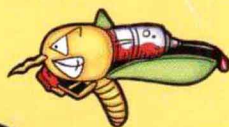
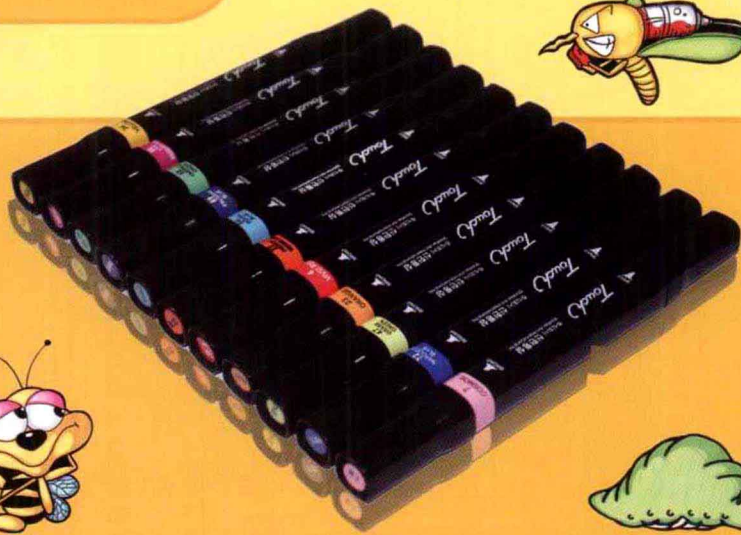
双头油性马克笔是一次性的，没有相应的补充液进行颜色添加，所以我们在使用后一定要把笔帽盖好，以免颜色挥发造成浪费。



流行资讯
新店开张
倾情折扣

双头油性马克笔常用来书写海报中的正文部分，所以在颜色的选择上可以丰富一些，下面为大家提供一些我们平时较为常用的颜色选择，供大家参考和学习。

双头油性马克笔常用的颜色有：红色、粉色、紫色、土黄色、黄色、浅绿色、深绿色、浅蓝色、深蓝色、浅粉色、黑色、深棕色、浅棕色、深灰色、浅灰色等。



双头油性记号笔

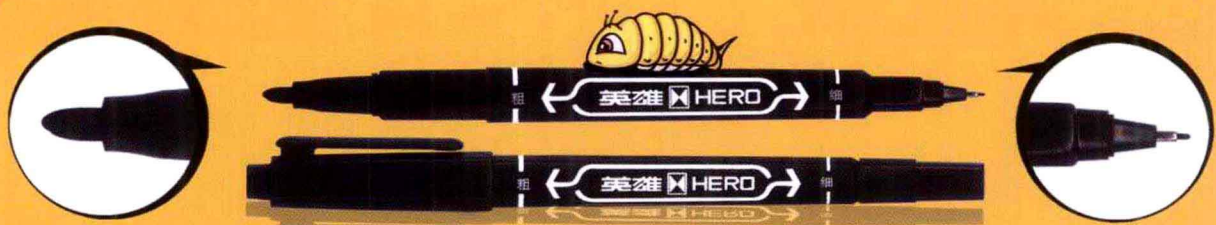
双头油性记号笔也有6mm的斜头和2mm的圆头两个笔头，颜色一般为12色，因其成本低廉，经济实惠，成为海报制作人员的必备选择。

成套的双头油性记号笔一盒有红色、黄色、粉色、橙色、绿色、浅绿色、土黄色、棕色、紫色、天蓝色、深蓝色、黑色12个颜色，但由于黑色的油性记号笔主要用来描绘文字轮廓和插图轮廓、书写正文及初学者练字使用，所以使用频率较高，可以多配一些。



双头油性勾线笔

双头油性勾线笔主要用来刻画海报中的细节部分。比如绘制人物插图的眼睛部分及绘制海报中正文下面的辅助线部分。双头油性勾线笔颜色不多，大概只有红色、蓝色、黑色3种，其中黑色的双头勾线笔最为常用。



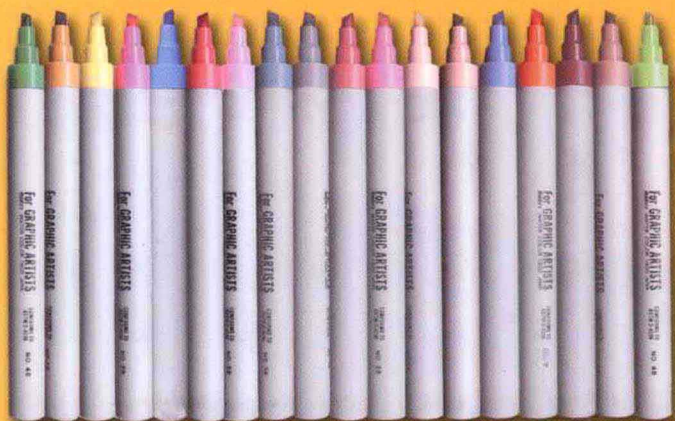
五步学会手绘POP设计

水性马克笔

水性马克笔为3mm的单斜头笔头，含有水性颜料，挥发较慢，但颜色非常丰富，而且鲜艳亮丽，我们主要用它来为插图着色或在绘制海报里的背景图案时使用。



水性马克笔笔杆的末端都带有编号，主要用它来区分颜色。



水性马克笔颜色比较多，所以为插图着色时，颜色可以进行过渡，只要深浅颜色搭配合理，就可以把平面的插图变得生动和立体。

水性马克笔颜色大约有60种之多，但对于手绘POP创作者来说，不必全部购买，只选择平时较为常用的颜色即可，每支笔的末端都带有编号，我们可以根据编号进行选择，如1号、2号、5号、7号、9号、11号、16号、19号、22号、25号、28号、30号、32号、34号、42号、43号、44号、46号、55号、57号、59号等，都是我们平时较为常用的颜色。



油漆笔

油漆笔可以在任何表面上书写文字和绘制图案，而且可以保持长久不退色。在制作一些彩底海报的时候，常常要在深颜色的纸张上书写文字或绘制装饰图案，油漆笔是必不可少的工具。



海报创作当中常使用的油漆笔主要有金色、银色和白色3种。

笔式修正液

笔式修正液是修正液的一种，但由于外形和普通的笔的结构差不多，所以用它来书写彩底海报中的白色文字极为方便，效果也十分理想。



大江东去，浪淘尽，千古风流人物。故垒西边，
人道是，三国周郎赤壁。乱石穿空，惊涛拍岸，卷起
千堆雪，江山如画，一时多少豪杰。

纸张类工具及用途

手绘 POP 海报主要是靠纸张作为载体来表现的,制作手绘 POP 海报的纸张种类很多,我们就平时较为常用的铜版纸、彩色胶版纸、皮纹纸等三类为大家作以详细介绍。

铜版纸

铜版纸是大陆的叫法,香港称之为粉纸,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,因此便称其为粉纸。

铜版纸是印刷厂主要使用的纸张之一,在生活中应用很普遍。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,用的几乎都是铜版纸,各种精美装潢的包装、纸质手提包、标贴、商标等也大量使用到它。常用的铜版纸有 $105\text{g}/\text{m}^2 \sim 350\text{g}/\text{m}^2$ 多种厚度规格。

铜版纸纸张尺寸分为大度 ($889\text{mm} \times 1194\text{mm}$) 和正度 ($787\text{mm} \times 1092\text{mm}$) 两个尺寸规格。

常用纸张尺寸

一开尺寸: $1092\text{mm} \times 787\text{mm}$ (尚未裁切规格)

两开尺寸: $787\text{mm} \times 540\text{mm}$ (一开裁切一半)

四开尺寸: $540\text{mm} \times 385\text{mm}$ (两开裁切一半)

八开尺寸: $385\text{mm} \times 270\text{mm}$ (四开裁切一半)

在手绘 POP 海报制作当中,白底海报就是用铜版纸制作完成的,因为纸张表面光滑、平整,可以很好地将马克笔的颜色完全表现出来,无论是初学者或是手绘 POP 成手,都喜欢用铜版纸来创作手绘 POP 作品。

用马克笔在铜版纸上绘制手绘 POP 海报是每一名初学者必须经历的阶段,因为无论是书写文字还是绘制插图,都不会造成吃色或变色的现象,这样既能保持初学者的创作激情和信心,又可以延长笔材类工具的使用寿命,可谓一举多得。

