

POP双用

标题字库

王 猛 编著



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

POP 双用标题字库

王 猛 编著



辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目 (CIP) 数据

POP 双用标题字库 / 王猛编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2012.1

ISBN 978-7-5381-7241-6

I. ①P… II. ①王… III. 广告—美术字—设计
IV. ①J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 243491 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 1 月第 1 版

印刷时间: 2012 年 1 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 978-7-5381-7241-6

定 价: 42.00 元

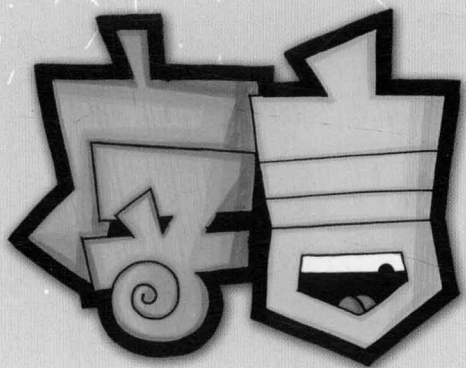
联系电话: 024-23284063

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/7241



对于一些平面设计人员或是广告设计人员来说，常常会为如何给画面设计出醒目而有创意的标题而头痛，因为电脑字体比较呆板和生硬，亲和力差，视觉冲击力也不强，而且形式千篇一律、缺乏创意。本书提供了各行各业的广告标题，形式新颖、创意十足，可供设计人员临摹或扫描，帮助其完成 POP 平面广告的设计工作。

书中提供的手绘字体不仅极具创意和趣味性，临摹或扫描到电脑里后，还可以随意改变颜色和填充颜色，使设计人员更轻松地完成电脑 POP 设计，同时也有助于设计人员的设计思维及理念的提升。

本书可以作为全国 POP 爱好者及平面设计人员的参考教材，也可作为各大艺术院校及全国手绘 POP 培训机构、商场超市美工的标题字库集。

此书在编写过程中得到了王丹、于涛、崔露川、吴君、王威、王铃、霍卫健、张旺、曲萌萌、孙鹏、张飞韵、付娜等朋友的大力支持和帮助，以此对他们表示感谢！

2011 年 8 月泰山手绘 POP 工作室



contents

目 录



第一章 POP 及标题字库介绍

1. POP 概述	6
2. POP 主要种类	8
3. POP 双用标题字库应用技巧	10

第二章 标题字素材

1. 节庆类	16
2. 美食类	32
3. 饮品类	48
4. 促销类	54
5. 商业类	72
6. 服饰类	86
7. 美容类	94
8. 娱乐类	100
9. 招聘类	106
10. 招生类	110
11. 通知类	112
12. 生活类	116

第一章

POP 及标题字库介绍

1. POP 概述
2. POP 主要种类
3. pop 双用标题字库应用技巧



1. POP 概述

随着社会的不断发展,商品经营活动和传播媒体也越来越兴盛,广告的设计手法也越来越高明。为了适应市场的变化和消费需求层次的提高,一些新的广告形式层出不穷,并且越来越受到企业和广告经营者的重视,其中 POP 广告就是众多广告形式中的一种。

POP 的定义

POP 广告是近年来国内外普遍关注的一种广告形式,它在我国的发展也比较快。POP 的全称为 Point of Purchase,意为“购买地点”,通常称为“购买点”广告,是指生产厂商在销售自己产品的商店或其他场所布置一些宣传自己产品的广告,如悬挂小旗、张贴宣传海报等。另一种对 POP 的解释是,购物场所里一切有助于刺激购买欲望、促进产品销售的广告形式。



无论是室内或室外,都会有 POP 的影子。室内 POP 指柜台及货架陈列、室内灯箱、柱形广告、模特儿以及各种悬挂、张贴的广告等,其基本功能在于改善商店的购物环境,突出商品和服务的质量,刺激消费者的购买欲望;而室外 POP 指购物场所外面的一切广告形式,如门面装潢、店标、橱窗、霓虹灯、灯箱、电子显示屏、旗帜、横幅等,其基本功能在于吸引消费者的注意,并促使他们尽快作出走进商店的选择。此外,随着各商业企业对信誉形象的日益重视,室外 POP 还能起到建立商店的识别标识和强化商店个性特征的作用。

手绘 POP 的作用

实践已经证明, POP 广告是零售企业开展市场营销活动、赢得竞争优势的利器 and 必不可少的广告形式。

传递商品信息

在商店的货架上、墙壁上、天花板下、楼梯口处, 都可将有关商品的信息及时地向顾客进行展示, 从而使他们了解产品的功能、价格、使用方法以及各种辅助服务等信息。

营造欢乐的气氛

配合季节、节假日进行促销。例如春节期间, 商场内外悬挂若干个红灯笼迎风飘荡, 衬托出欢乐的节日氛围, 会使消费者受其感染, 并自然地走进商场去逛一逛, 顺便买点东西。

吸引顾客注意

POP 广告可以凭借其新颖的图案、绚丽的色彩、独特的构思、幽默诙谐的表述方式等形式引起顾客注意, 使之驻足停留进而对广告中的商品产生兴趣。

达成即时购买行为

巧妙利用销售空间与时间, 可以达成即时的购买行为。据有关报道, 20 世纪 80 年代末 90 年代初以来, 对某一商店持有忠诚感的消费者人数大大减少, 而受 POP 广告宣传影响而冲动购买的人数却在不断增加。零售企业可充分利用空间与时间的巧妙安排, 调动消费者的情绪, 将潜在的购买力转化成即时的购买力。

塑造企业形象

企业形象也称企业识别系统(CIS), 它包括企业理念识别(MI)、企业行为识别(BI)和企业视觉识别(VI)三部分, 而 POP 广告又是企业视觉识别中的一项重要内容。零售企业可将商店的标识、标准字、标准色、企业形象图案、宣传标语、口号等制成各种形式的 POP 广告, 以塑造富有特色的企业形象。有些世界著名的品牌是店面 POP 广告上经常出现的一些标识, 如麦当劳的金黄色“M”字样, 它已为广大消费者所熟知。当消费者一接触到这些标识时, 就会明白, 它代表哪些企业以及这些企业的经营特色。

取代推销员

商店内的各种 POP 广告不仅仅传达着商品的信息, 而且刻画着商品的个性。它们不会轻易擅离职守, 因此, 被誉为“无声推销员”、“最忠诚推销员”。

此外, POP 广告还起着唤起消费者的潜在意识, 产生购买欲望, 达成交易的作用。

而且, POP 广告的相对成本是最低的, 这也就使 POP 广告的作用更较之其他类型的广告突出了。





2. POP 主要种类

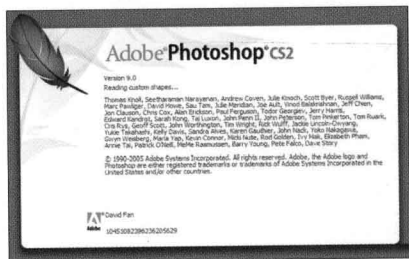
POP 有很多种类, 我们这里从平时最基本、最常用、使用频率最高的制作工艺上进行区分。

POP 按制作工艺可以分为印刷类 POP (如宣传单、DM 广告、吊旗等), 喷绘类 POP (如灯箱广告、大型喷绘布、室内外背胶、相纸等), 手绘类 POP (如海报、标示牌、特价牌等)。其中, 印刷类 POP 和喷绘类 POP 都涉及到电脑制作, 所以我们可以把它们划分为电脑类 POP 和手绘类 POP 两种。

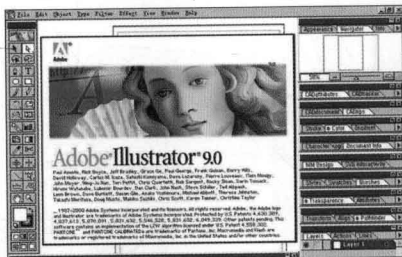
电脑类 POP

电脑类 POP 主要是要求美工人员运用一些常用的设计软件设计一些 DM 宣传单、印刷海报、爆炸签等宣传品, 对于一些大型的卖场, 更是需要运用软件设计一些店面及店内的氛围喷绘等。

电脑类 POP 常用的设计软件有 Adobe Photoshop (由美国 adobe 公司出品, 著名的图像处理软件)、Adobe Illustrator (由美国 adobe 公司出品, 著名的矢量图及多媒体图像设计软件)、Corel DRAW (由加拿大 Corel DRAW 公司出品, 用于绘制标识、图文排版和招贴设计等)。



Adobe Photoshop CS2



Adobe Illustrator 9.0



Corel DRAW 12

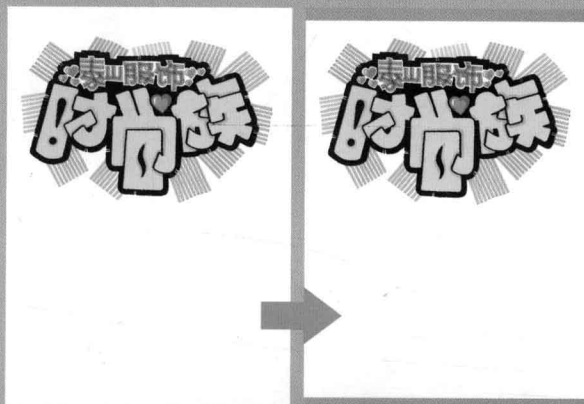


手绘类 POP

手绘类 POP 是指采用手工书写的 POP 广告, 主要要求美工人员运用马克笔等工具为商场或超市书写一些促销活动海报及价格卡等宣传用品, 因其成本低廉、制作迅速, 所以也备受商家的欢迎。



书写手绘 POP 的各种马克笔



采用手工马克笔书写绘制的 POP 海报





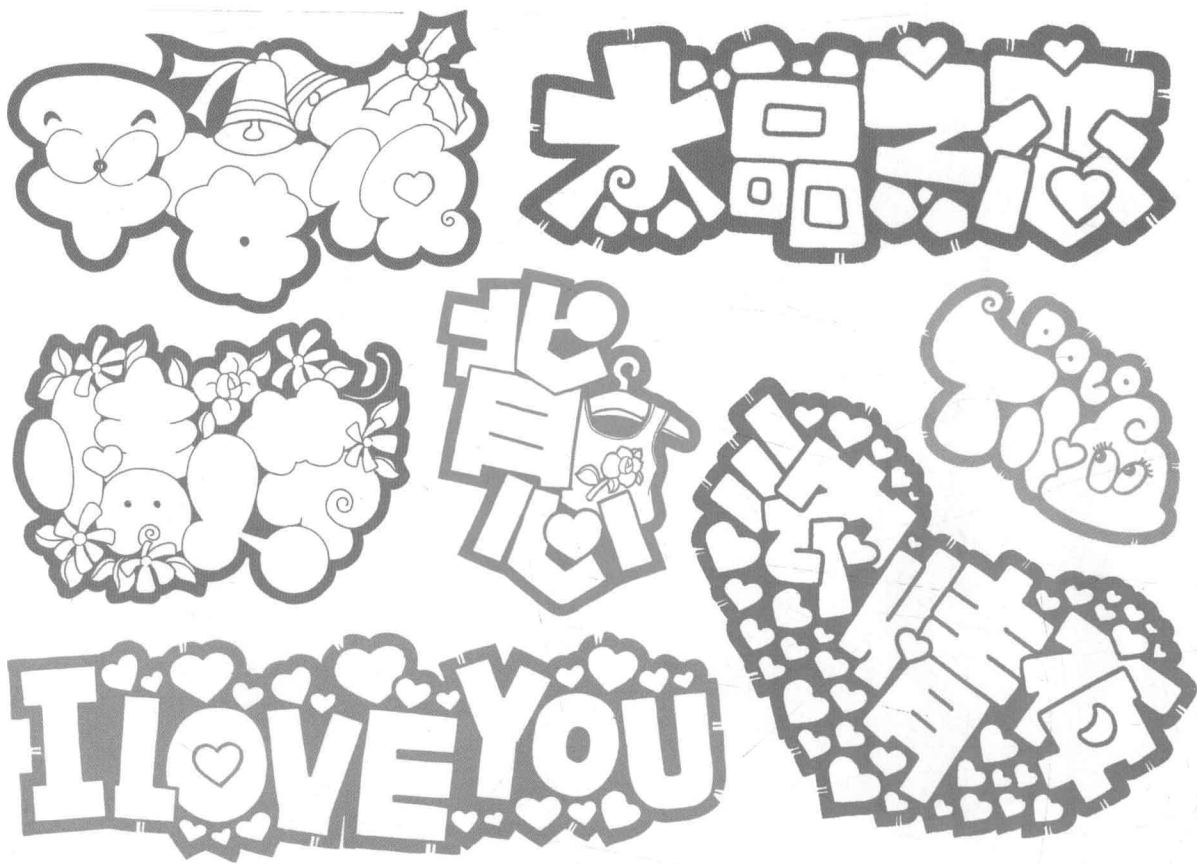
3. POP 双用标题字库应用技巧

对于一名合格的 POP 设计人员或美工、企划人员，只掌握电脑 POP 或者只掌握手绘 POP 是远远不够的，需要电脑、手绘同时掌握，有时候更需要电脑和手绘相结合来完成 POP 的设计制作。本书第二章的标题字实例就是为电脑和手绘 POP 相结合而提供的素材，这一小节里，就让我们详细学习一下如何应用这些标题字素材。

双用标题字库介绍

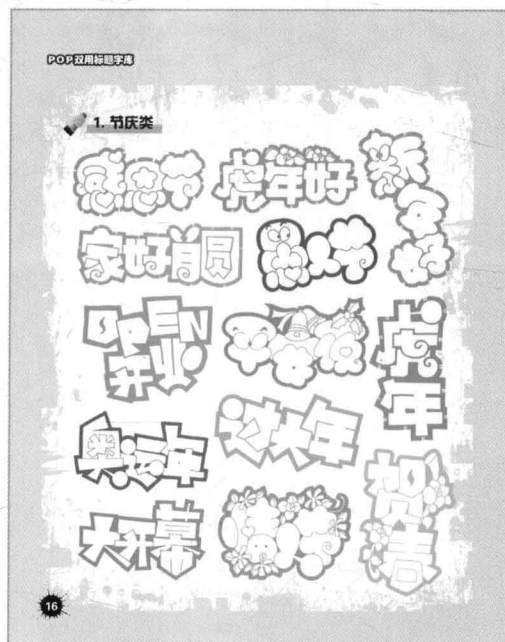
对于一些平面设计人员或是广告设计人员来说，常常会为如何给画面设计出醒目而富有创意的标题字而头痛，因为电脑字体比较呆板和生硬，亲和力很差，视觉冲击力也不够强烈，而且形式千篇一律、缺乏创意，而本书作为标题字素材库，提供了各行各业各种标题，设计人员可以对书中常用的标题字进行临摹或扫描到电脑里，来完成 POP 平面广告的设计工作。

书中提供的手绘字体极具创意和趣味性，临摹或扫描到电脑里后，可以随意改变颜色和填充颜色，可使设计人员更轻松地完成电脑 POP 设计。

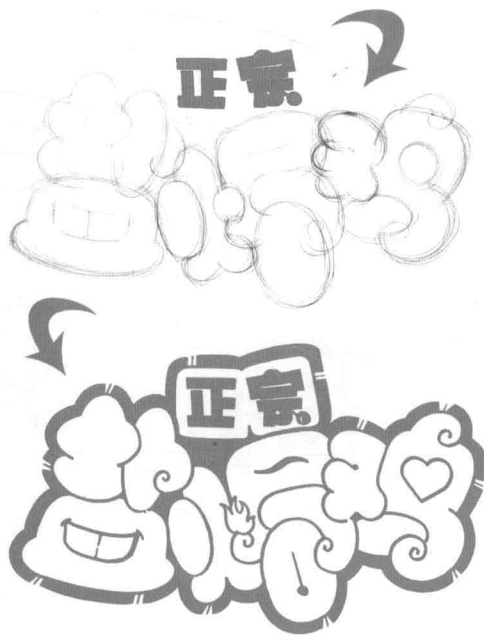
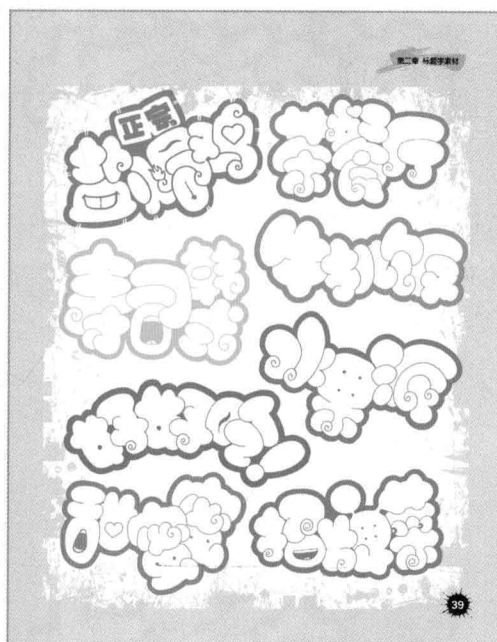


双用标题字库的使用方法

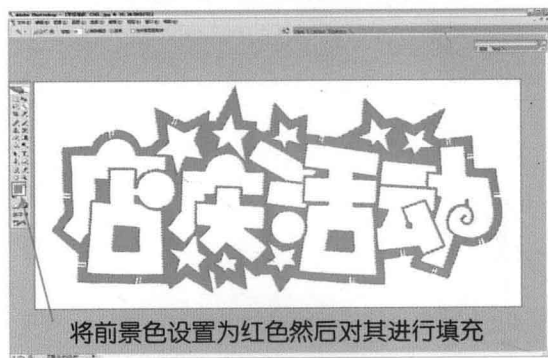
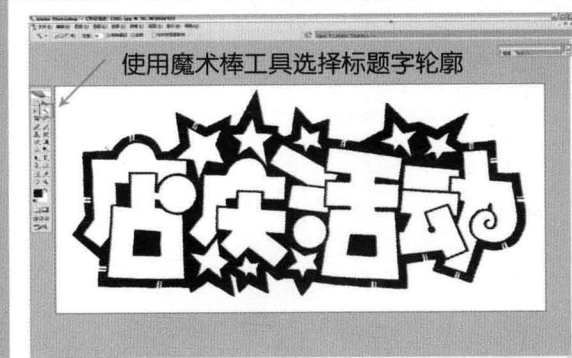
将需要的标题字应用到电脑软件里有两种方法，第一种是用扫描仪以 300 线的分辨率直接扫描到电脑中。



另一种方法是采用手绘临摹的形式，这种形式对于设计人员来说，可以更好地提高专业设计水平和手绘能力。

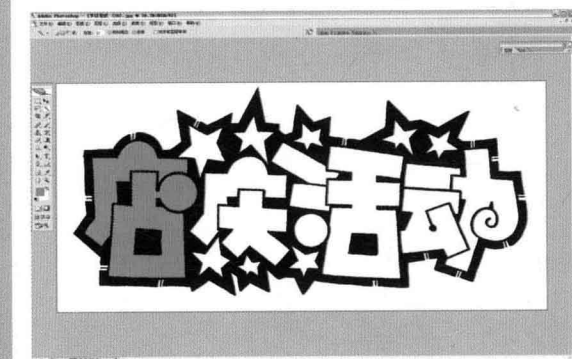


双用标题字库的电脑填色



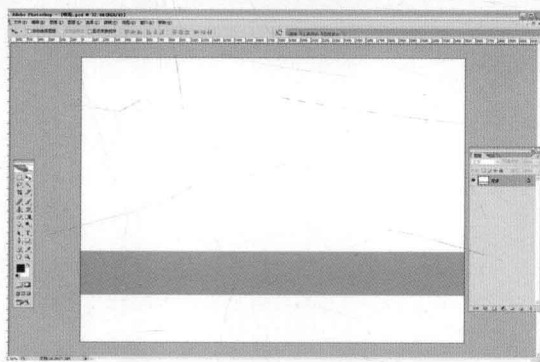
在 Adobe Photoshop 软件里, 选择魔术棒工具, 选取标题字的轮廓部分, 此时轮廓部分呈现虚线状态。

然后将前景色设置成红色后, 选择 Adobe Photoshop 里的快捷键 Alt 键 + Delete 键进行颜色填充。

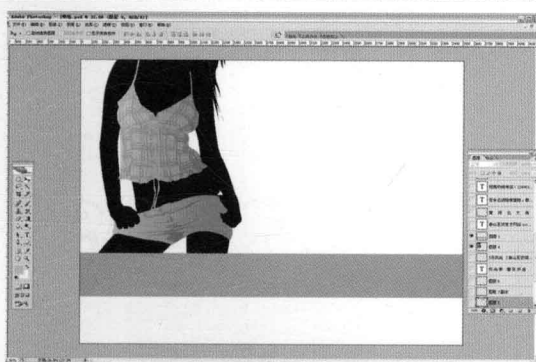


如果想填充文字或插图的颜色, 采用同样方式, 用魔术棒选择需要填充的区域, 然后用 Adobe Photoshop 里的快捷键 Alt 键 + Delete 键进行颜色填充, 注意填充文字的颜色要和填充插图的颜色区分开, 以免影响到文字部分的阅读。

双用标题字库应用实例一



第一步：先在 Adobe Photoshop 软件里新建个文档，然后用矩形工具在背景画面内填充一条浅绿色图形。



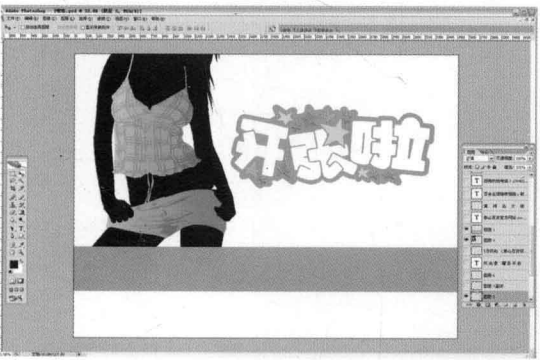
第二步：在图库里或网上找出想要的插图部分，将其拖拽到新建文档的背景里面。



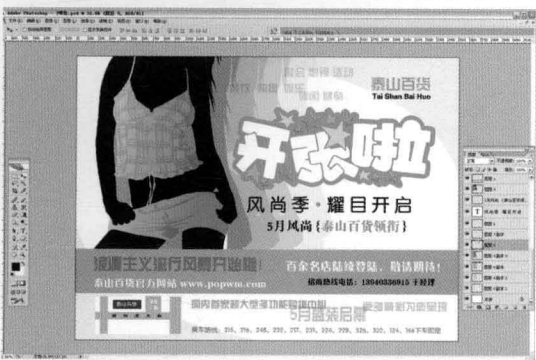
第三步：临摹或扫描标题字库里需要的标题字，然后将其拖拽到 Adobe Photoshop 软件里面。



第四步：用选区工具将其轮廓改变颜色，为了使其更加鲜艳，标题字里面的一些小插图也可以填充不同颜色。

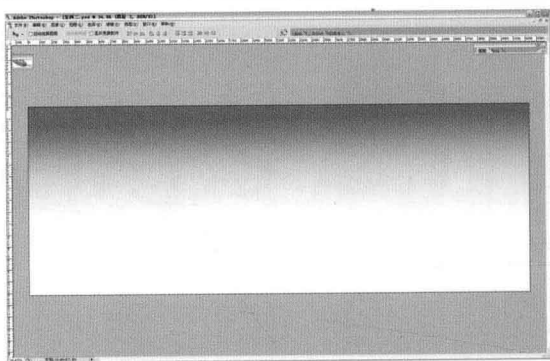


第五步：将填充好颜色的标题字部分拖拽到新建文档的背景里，选择适当的位置进行安放。

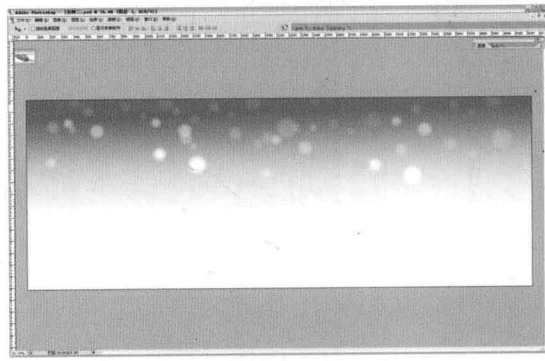


第六步：最后根据任务需要，在画面里输入其他文字部分内容，字体大小要小于标题字部分。

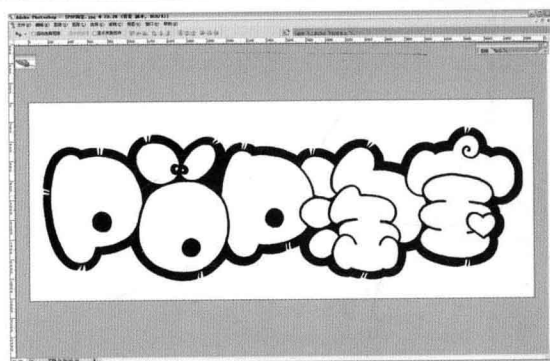
双用标题字库应用实例二



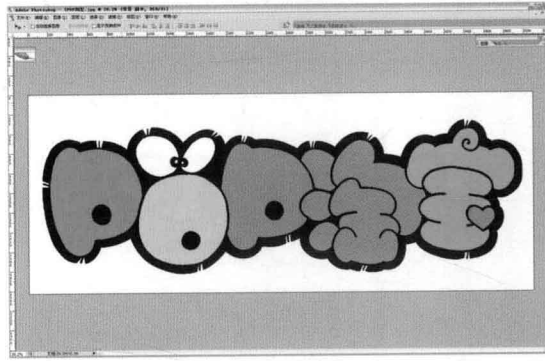
第一步：先在 Adobe Photoshop 软件里新建个文档，然或采用渐变工具，在背景上方做出灰色渐变效果。



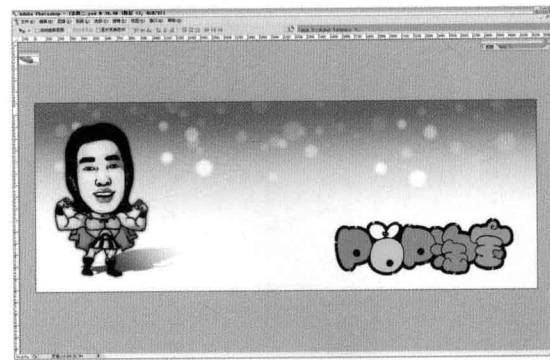
第二步：选择圆形工具，用白色填充若干个圆形，再用羽化及调整透明度使其效果类似下雪的形态。



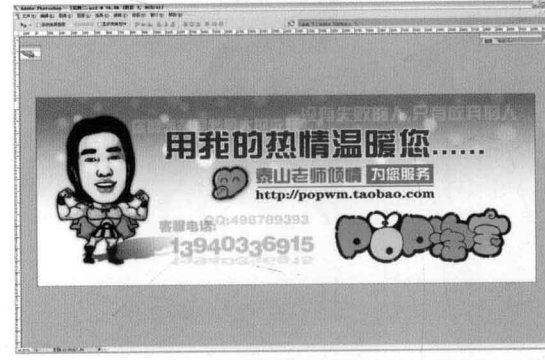
第三步：临摹或扫描标题字库里需要的标题字，然后将其拖拽到 Adobe Photoshop 软件里面。



第四步：用选区工具将文字的不同部分进行选择，然后选择一些鲜艳的颜色进行填充。



第五步：将填充好颜色的标题字拖拽到新建文档的背景里，插图部分也可以采用手工绘制然后进行扫描。



第六步：最后根据任务需要，在画面里输入其他文字部分内容，字体大小及颜色要有别于标题字部分。

第二章

标题字素材

1. 节庆类
2. 美食类
3. 饮品类
4. 促销类
5. 商业类
6. 服饰类
7. 美容类
8. 娱乐类
9. 招聘类
10. 招生类
11. 通知类
12. 生活类





1. 节庆类

