

现代设计基础丛书

朱 俐 著

POP 广告设计

DESIGN ON POP ADVERTISEMENT

湖北美术出版社



现代设计基础丛书

Design on Pop advertisement

朱 俐 著

POP广告设计



湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP)数据

POP广告设计/朱俐编著.
—武汉:湖北美术出版社, 2002.7
(现代设计基础丛书)
ISBN 7-5394-1277-1

I .P...

II.朱...

III.广告—设计

IV.J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第051239号

现代设计基础丛书·POP广告设计 © 朱俐 编著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市武昌黄鹂路75号

电 话: (027)86787150

邮政编码: 430077

h t t p: //www.hbapress.com.cn

E-mail: hbapress@public.wh.hb.cn

印 刷: 武汉精一印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 3.5印张

印 数: 5000册

版 次: 2002年8月第1版 2002年8月第1次印刷

I S B N 7-5394-1277-1/J · 1133

全套定价: 200.00元 本册定价: 20.00 元

总目

第一章 概 述 /1

- 一、什么是POP广告 /1
- 二、POP广告的形式分类 /2
- 三、POP广告的商业作用 /5

第二章 POP广告的设计要素 /6

- 一、POP广告的卡通形象 /6
- 二、POP广告的色彩 /8
- 三、POP广告的整体编排 /10

第三章 POP广告的制作 /11

- 一、常用工具介绍 /11
- 二、POP广告的表现 /12

第四章 图典欣赏 /13

第五章 范例欣赏 /28

- 一、POP海报 /28
 - 二、POP标价卡 /47
 - 三、促销吊旗 /51
-

第一章 概述

一、什么是POP广告

POP 英文全称为 point of purchase advertising。翻译成中文就是售点广告，一般布置在各地零售店的店内及店门口。POP售点广告在西方国家从20世纪30年代开始发展，最早起源于美国的超市。而在中国，早在几千年前就出现了POP的广告形式。如图中所示的悬挂在中国古代商铺外的幌子，就是典型的POP广告。POP广告的功能是直接向顾客介绍产品的信息。在经历了长期的发展变化之后，POP广告在形式上已不仅仅满足于功能的需要，而是趋向多样化，追求视觉上的美感。因此，在POP广告的设计中，形式美的概念在不断的加强，目的是增加销售点的商业气氛，传递有效信息，促使消费者购买商品。



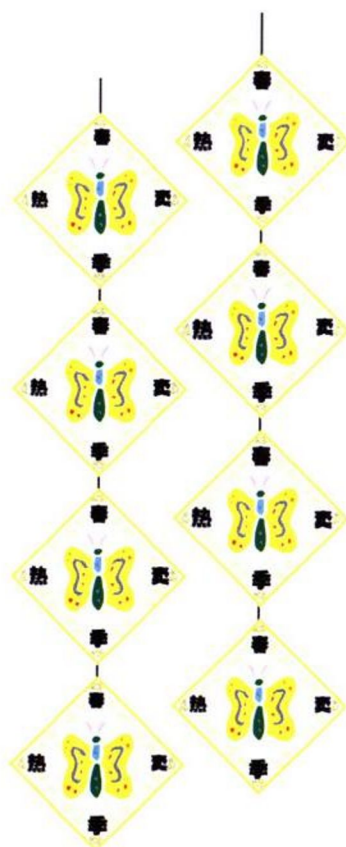
二、POP广告的形式分类

POP广告一般有如下形式:

1. 放置在店头的POP广告, 如看板、店招、站式广告牌、实物大样本、高空气球、广告伞、橱窗展示等。
2. 天花板垂吊下的POP广告, 如广告旗帜、吊旗等。



圣诞节的悬吊POP



“春季热卖”的悬吊POP



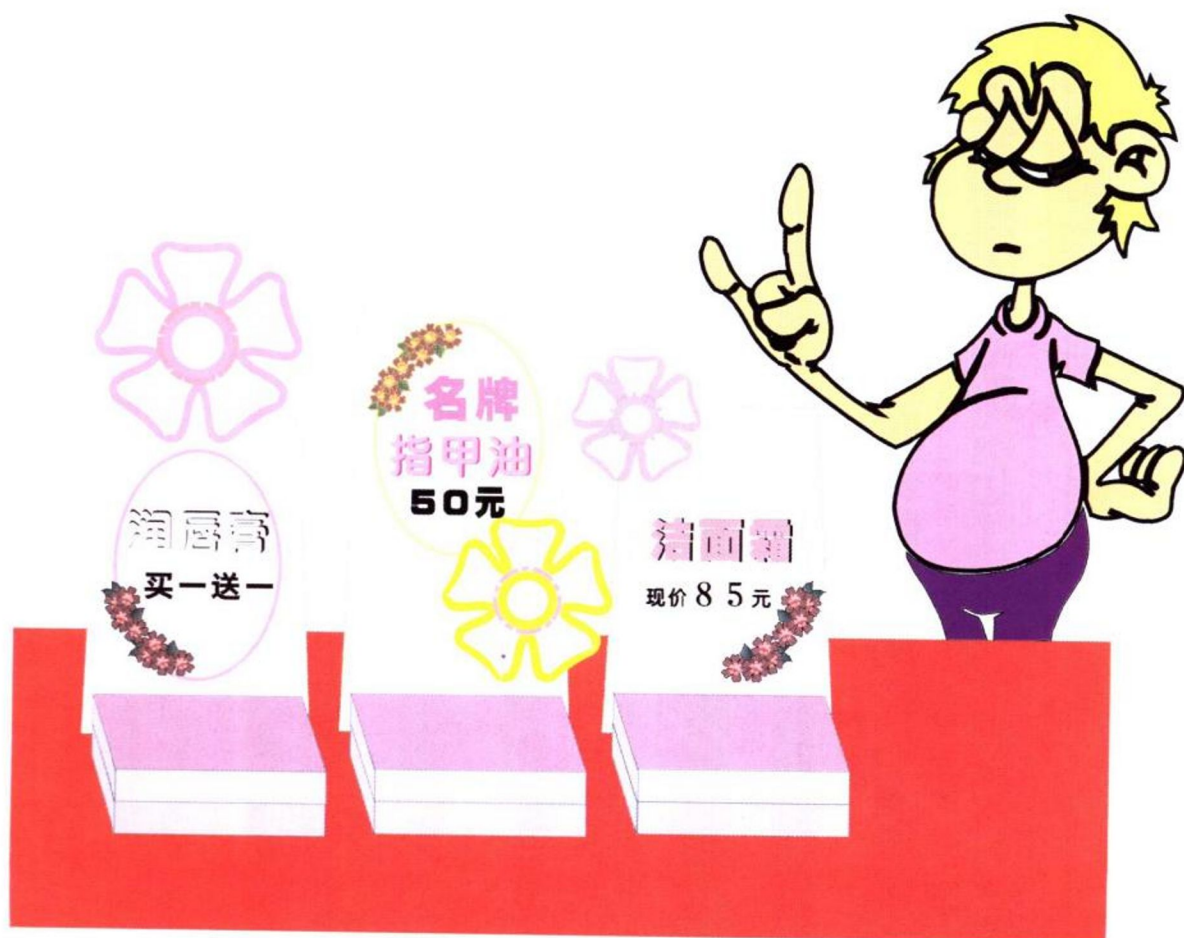
3.在地面的POP广告，如电子显示屏、电动造型POP、立体展示设计、陈列架POP等。

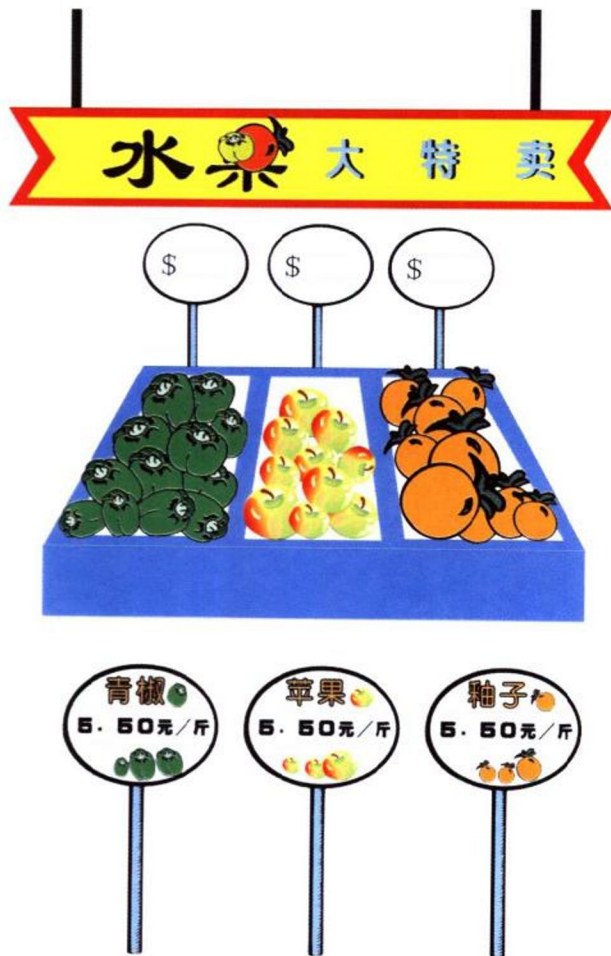
4.柜台POP广告。



5. 壁面POP广告, 即附在墙壁上的POP广告, 如海报板、告示牌、装饰等。

6. 小型POP广告, 如展示卡、价目卡等。





三、POP广告的商业作用

POP广告的目的旨在促销，在于更多地卖出售点的商品。所以，和任何一种形式的平面广告一样，POP广告也是兼具美观和实效双重功能的宣传媒介。它通过生动活泼的艺术形象唤起消费者的联想，从而对产品产生兴趣。

POP广告的设计非常讲求艺术性，人性化的设计表现是POP广告的攻心利器，它完全是针对消费者的消费心理而设计的。可爱诱人的画面不仅能够唤起消费者潜在的利益需要，而且对促进消费者的购买行为具有非凡的影响力。

无论是招贴、海报，还是传单和吊旗，均具有广泛的预告性，在消费者真正决定购买商品之前，就先给消费者留下了良好的印象。



第二章 POP广告的设计要素

要完整的理解POP广告的设计,必须从卡通形象、色彩、编排三大要素的设计来认识理解。

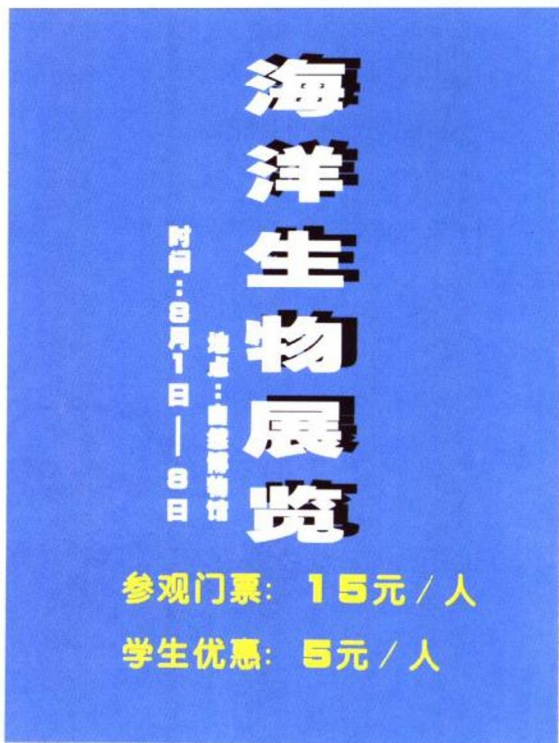
一、POP广告的卡通形象

一般说来,文字和图是组成POP广告的两重大要内容。纯文字的广告,定会让人感到枯燥乏味。为了营造轻松愉悦的商业氛围,我们不得不巧妙地运用卡通形象和色彩来丰富消费者的视觉感受。右边这两张图,主题一致,都是“海洋生物展览”的POP广告:上图单纯的用了文字,显得单调,没有生气;下图结合了图形因素,画面显得生动丰富。

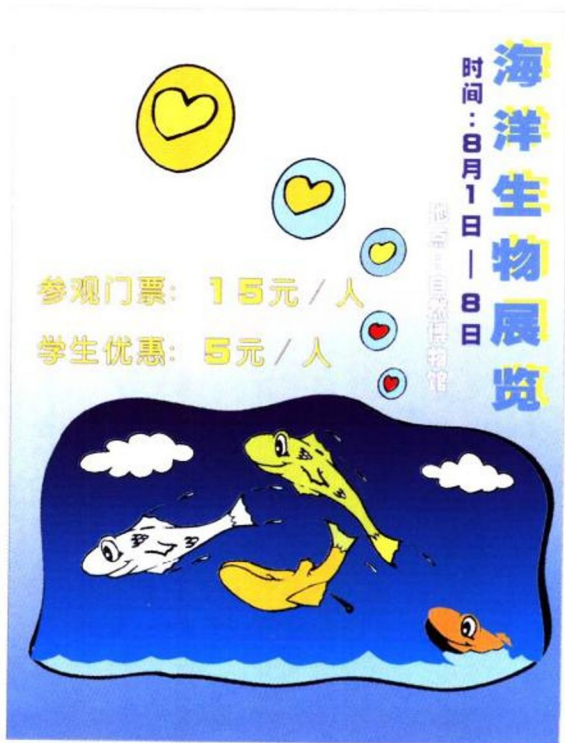
POP广告中的图都需要与文案相配合,需要与诉求的内容相符合。因此,它的卡通图形都为十分具体的对象,是生活中常见的事物,并经过制作者进行艺术处理后形成的。它不会脱离现实中事物的基本特征,而是对其特征的夸大、幽默的表达。

在表现手法上POP广告中的卡通形象要突出灵活性、生动性,不局限于写实的层面。通过合理的夸张、变形,使作品能够传神达意、加强感召的力度。

卡通图像也是一种语言,它能够将抽象的信息用具体生动的画面形式传达给受众。结合精彩的文字,能让观者赏心悦目,留下美好的第一印象,从而拉近与消费者的感情距离,获得广告对象的信任。



纯文字 POP



图与文字结合的 POP

那么，在设计POP广告的卡通形象时要把握哪些设计特点呢？

- 1.生动，趣味性强。
- 2.简洁鲜明，让阅者轻松愉悦。
- 3.美化售货环境，营造和烘托销售气氛，能起到无声推销员的作用。

POP广告是促成消费者购买行为的最后一个劝说者，因此，卡通图案的制作必须吸引顾客，使消费者产生购买的欲望。



写实

变形



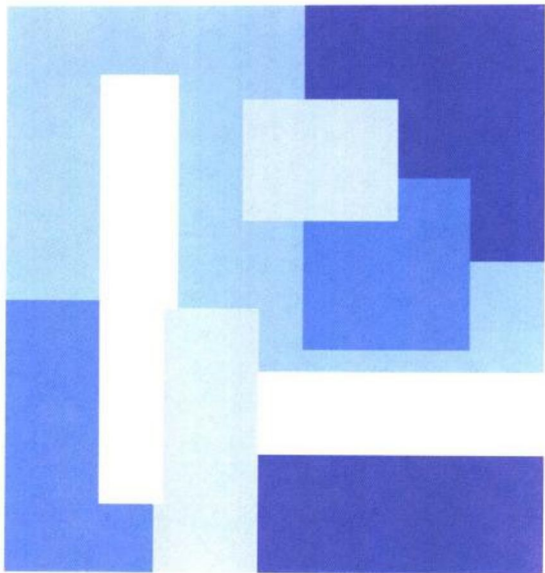
二、POP广告的色彩

生活中人们感受到的色彩是相当丰富的,和谐的色彩搭配使人心情愉悦,合理的色彩配置可以使视觉的传达更有效。尤其在POP平面广告中,色彩起着非常重要的作用,不同的色彩搭配可以向客户表达不同的商业内容。因此,在进行POP广告设计的过程中,要正确使用色彩必须注意以下内容。

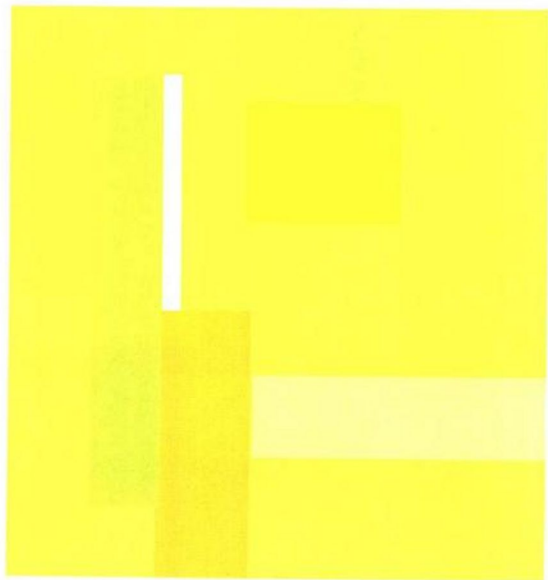
首先,我们要掌握色彩的视觉心理。

不同色彩的客观表现效果和表现力是不同的,冷色给人感觉是阴影、透明、淡、理智、镇静、远、轻、文静、保守、缩小,暖色给人的感觉是阳光、不透明、浓、感性、活泼、近、重、开放、扩大。所以对不同的销售对象和不同的销售场所,广告需要选择独特的色彩方案来符合商品的性质。比如,食品类的可以选用暖色,电器类的可以选用冷色,节庆POP当然运用红色系比较合适。按季节来选择售点的广告色彩也是可以的,尤其对于季节感十分强烈的POP广告来说更是重要。

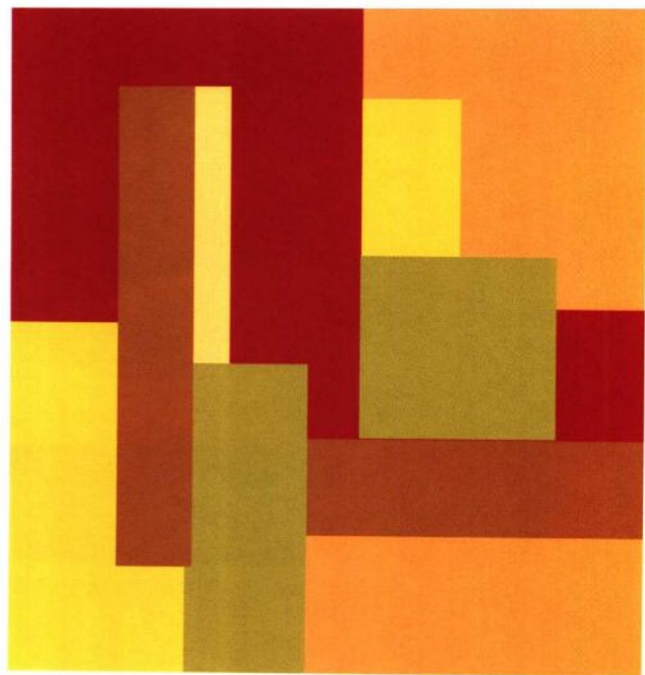
色彩对POP广告来说,是很重要的事,必须选择具有季节感的主题,决定代表季节的色彩。



夏天的POP色彩。夏季气候炎热,所以冷色调的大写广告适合夏天所需要的凉爽气氛。



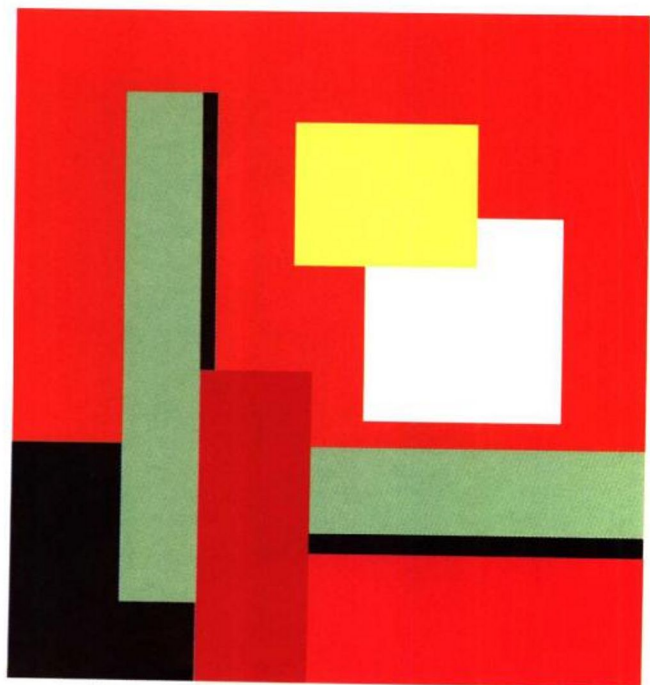
春天的POP色彩。春天,万物开始复苏、生长。所以,代表春天的色彩主调是淡黄绿色的,用在广告中让人感觉新鲜,清爽。



秋天的POP色彩。以褐色为主，也有使用桔色、橄榄绿和酒色的。

其次，POP广告的色彩要给人轻松、愉快、明确的感觉。明度上可以使用对比度较大的搭配方式。在纯度上要选用高纯度的颜色，尽量使颜色显得饱和、鲜艳，避免不明确、含蓄、不易分清的色彩。在整体上需要有强烈的视觉刺激力。

最后，既要注意画面整体的和谐统一，又要恰到好处的运用对比。在一张POP广告图中，字与背景画面色彩配置的形式美要考虑的是色彩的比例、节奏、呼应、秩序等相互间的关系。色彩的组合如果没有对比没有变化，就会显得呆板。反之，如果只有变化而缺少统一则会散乱。因此，必须在统一中求变化，在变化中求统一。



冬天的POP色彩。与冬天的寒冷感觉形成鲜明对比的红色调，用于冬天的售点广告中，可以使消费者感到温暖。

三、POP广告的整体编排

在一张完整的POP图中,无论是展旗、吊牌、海报还是告示牌,都包括图形、字体和背景三个部分,三者作为一个统一的整体存在。为了避免凌乱,编排中必须有章法。

1.若画面以文字为主体,那么,文字就应摆在画面的视觉中心,图形可以放在次要的位置,对文字起到辅助的、补充说明的作用(如右下图)。

2.若画面以图形为主体,就要求在平面中把图形扩大,把字体缩小(如左上图)。

3.背景的表现,不可以喧宾夺主,它只是为主题内容服务的。

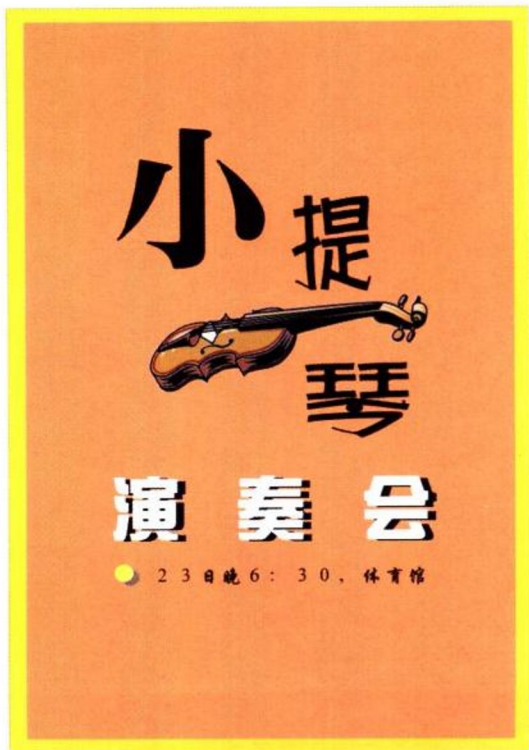
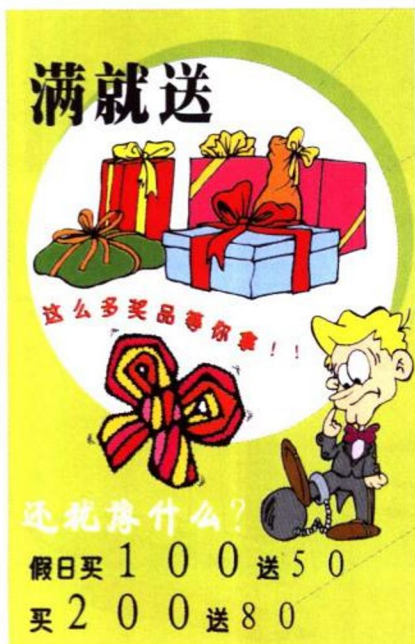
总之,要将画面作为一个有机整体来考虑,最终编排好的POP画面应符合形式美法则,讲求疏密合理、比例得当、对称均衡、有节奏感,等等。



背景

图形

文字



第三章 POP 广告的制作

一、常用工具介绍

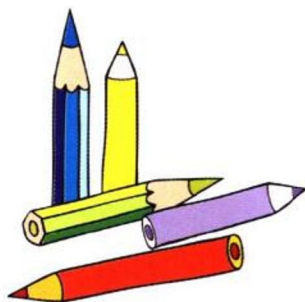
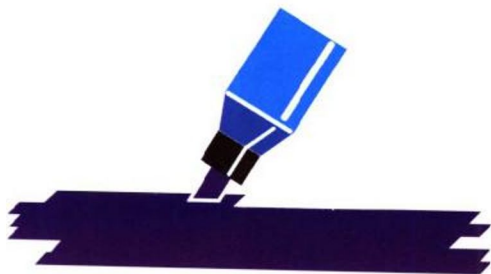
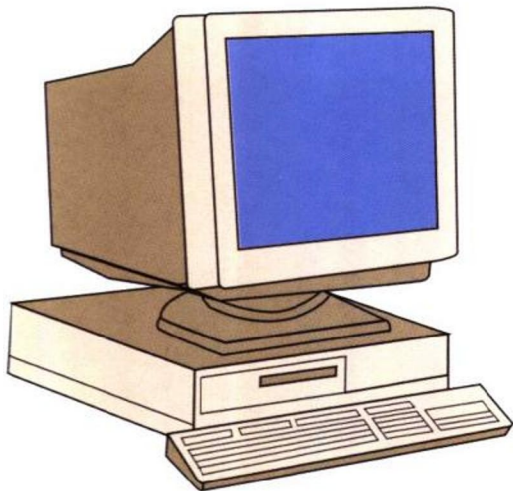
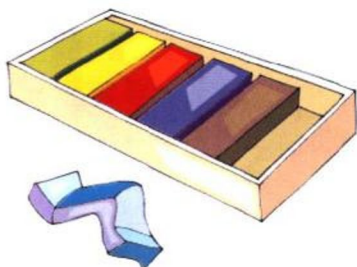
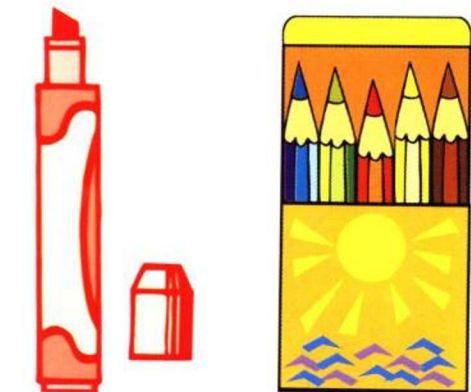
一般来说，制作POP图可以根据需要运用多种工具来完成，下面简单介绍一些常用的材料。

可以选择马克笔和记号笔，它们比较容易掌握，操作简便，是专业美工经常使用的工具。

用油画棒、色粉笔、彩色铅笔设计画面很生动，但着色性不佳，容易掉色，需要使用定型胶水加以固定。

另外，还可以用水粉、水彩来表现。它的优点是笔触丰富、表现力强。缺点是操作上比较难以控制，技术要求相对高一些，需要熟练地掌握水分与画面效果的关系。

本书主要介绍如何运用电脑来绘制POP图，这是一种十分便捷和现代化的操作方式。在电脑软件中，可以非常方便地修改效果，配色、编排中可以任意调整到满意的程度。常用的制作图形的软件有：CorelDraw 9.0、illustrate 等。如下图。



二、POP 广告的表现

首先,要从卡通的造型说起。POP 广告中,通常可以根据商品的内容来选择形象,以表现商品本身的特点。如餐饮行业,一般会选择食物;服装行业,通常会选择人物作素材;如果是旅游业,那就需要选择风景类的素材,等等。此外,不同行业也可以选择人物或动物的卡通形象,或者是代表品牌的吉祥物。但是,这些卡通形象都要有特定销售点的特性,具有典型性,否则形象太雷同,就会缺乏诉求力度。

那么如何表现这些形象的特点呢?

POP 的广告要求形象在造型上要易于表现,对实物要在原有特征的基础上运用夸张的手法,使其具有趣味性,生动活泼。也可运用拟人的手法,使物体具有人的特性,使形象更富于表现力,亲切可人。如右图所示的这些卡通形象都是对人或动物进行夸张、变形处理的,这样的表现手法可以使艺术形式的特征更加鲜明,更加富有感情。

所以,除了具有熟练的绘画基本功外,对于每个 POP 卡通图形的创作者来说,还应该善于联想和想像,要有丰富的生活积累,善于捕捉日常生活中常见的形象,对选择的形象一定要有从提炼、概括到大胆变形夸张的过程。这样,才能完成整个 POP 广告的创作。



第四章 图典欣赏

一、边框图形设计

POP广告设计中不可缺少的因素之一,就是边框的装饰设计,它可以使画面的主题突出,对中心内容起到辅助的作用。

