

DESIGN PROCESS OF POP

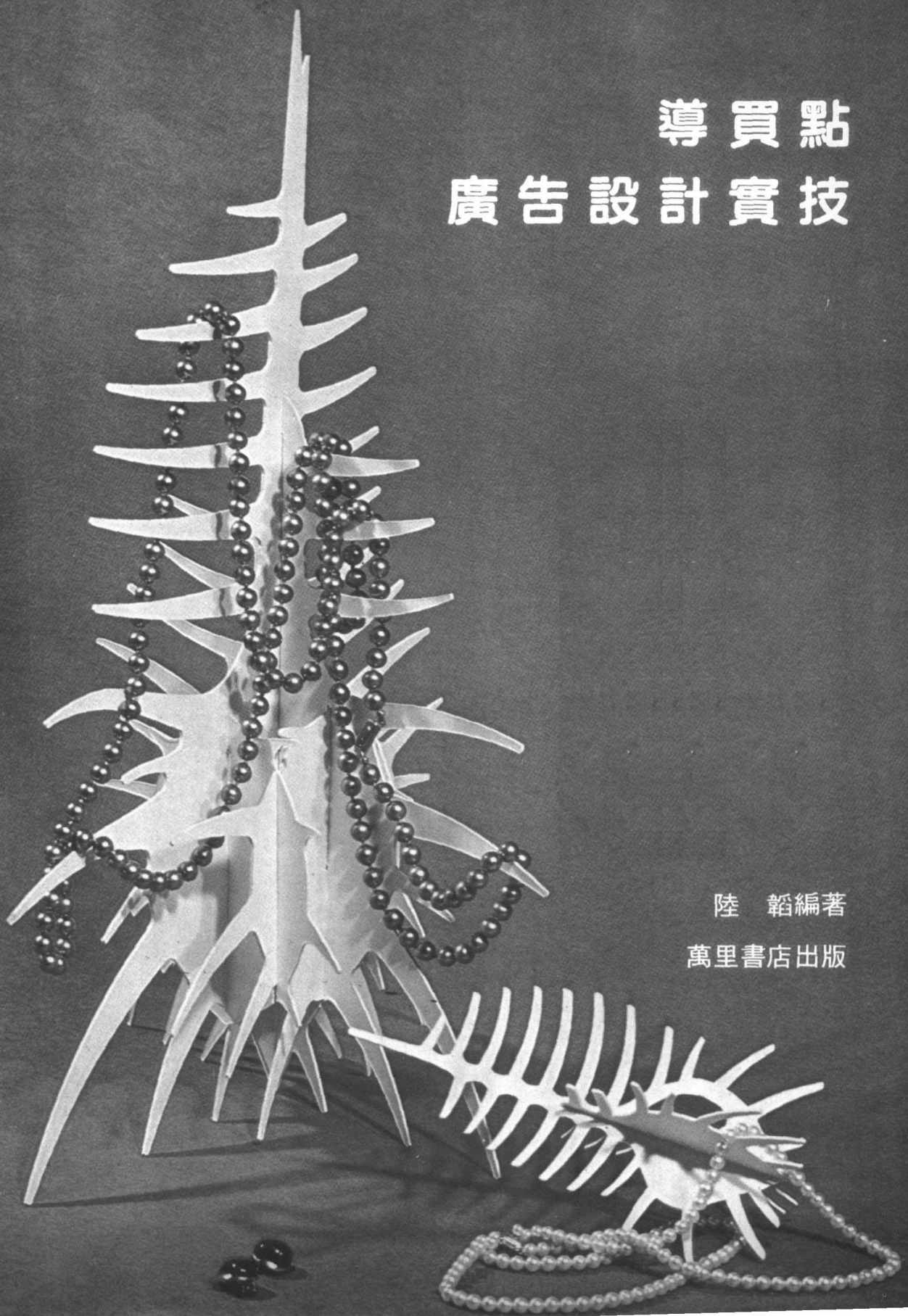
陸 韜編著・萬里書店出版

導買點廣告設計實技

工商美術
叢書



導買點 廣告設計實技



陸 韜編著
萬里書店出版

導買點廣告設計實技

陸 貽編著

出版者：萬里書店有限公司

香港鯉魚涌芬尼街2號D

電話總機：5-647511~4

承印者：太古印刷公司

香港鯉魚涌船塢里14~16號7樓B座

定價：港幣三十元

版權所有 * 不准翻印

(一九八三年九月版)

目次

序 章 關於導買點廣告.....	5
導買點廣告的功效(5) 導買點廣告分類(6)	
上 篇 立體導買點廣告製作.....	9
第一章 導買點立體架構製作實技.....	10
製作工具(10) 製作次序(12) 製作用紙(14)	
第二章 導買點廣告實例.....	15
貨架POP(15) 櫃枱POP(17) 瓶頸POP(19)	
櫃枱陳列POP(19) 懸空POP(20) 立式POP(21)	
商品台POP(23) 天花板POP(24) 立體天花板POP	
(27) 活動POP(29) 其他天花板POP(29)	
注意靈活變化(31)	
第三章 立體導買點製作實例六十六.....	32
下 篇 廣告設計面製作技法.....	123
第四章 廣告設計面的作用和要求.....	124
第五章 工具、材料使用方法.....	128
用 筆(128) 三角板(129) 自由圓弧(130) 分 規	
(131) 鴨嘴筆(132) 丁字尺(133) 導溝尺(134)	
刷子、毛帚(135) 橡 皮(135) 雲形板(135) 紙黏膠	
(136) 蠟 筆(136) 固定劑(137) 自由曲線尺(137)	
針 筆(137) 裱 板(138) 封 紙(139) 暈滷工具	
(140)	
第六章 各種畫具表現技法.....	141
原子筆(141) 簽名筆(143) 刻線畫(145) 快乾標誌筆	
(148) 拖筆表現(148) 暈 滷(150) 模 印(151)	
滾子塗色(153) 按 印(155) 水 洗(157) 剪紙畫	
(159) 雜誌剪貼(160) 轉 印(162) 毯版畫(163)	
滴 印(166) 色膜和色調膜(167) 陰紙模(169)	
絲網印刷(170)	
第七章 簡捷製作.....	173
毯芯筆(173) POP文字(175) 版面設計(177)	
花邊及揮春式(180) 商品卡(184) 略 畫(189)	



家庭電化



作例五十三



作例二十八



作例三十三



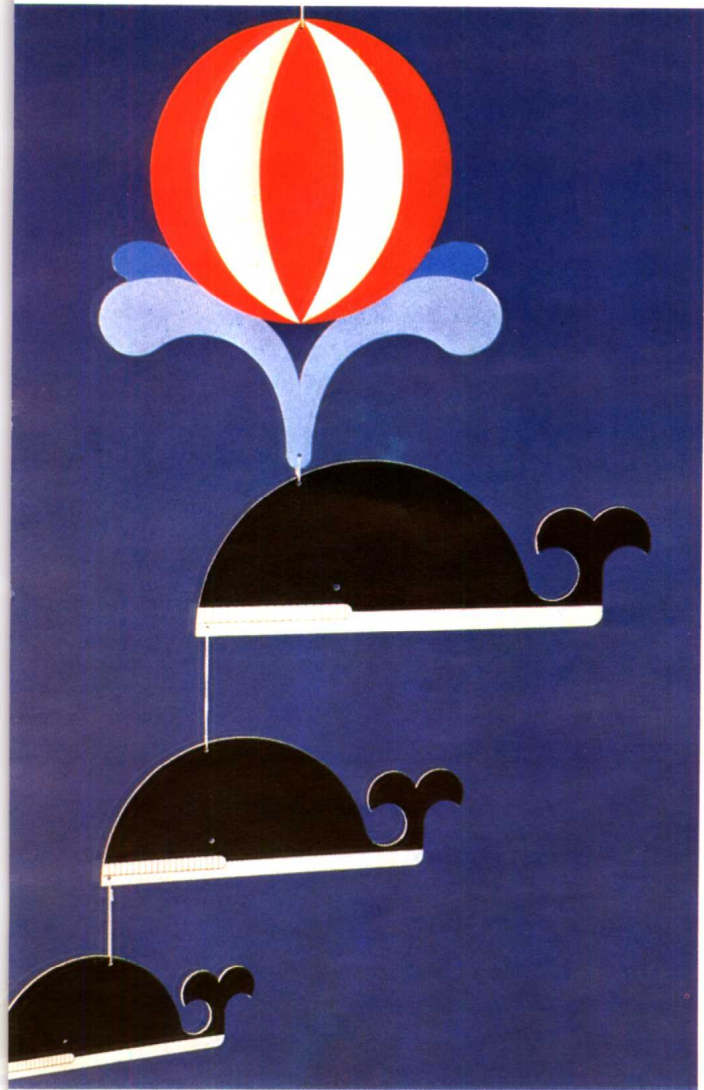
作例三十



作例二十九



作例二



▲ 作例六十五

◀ 作例五十二

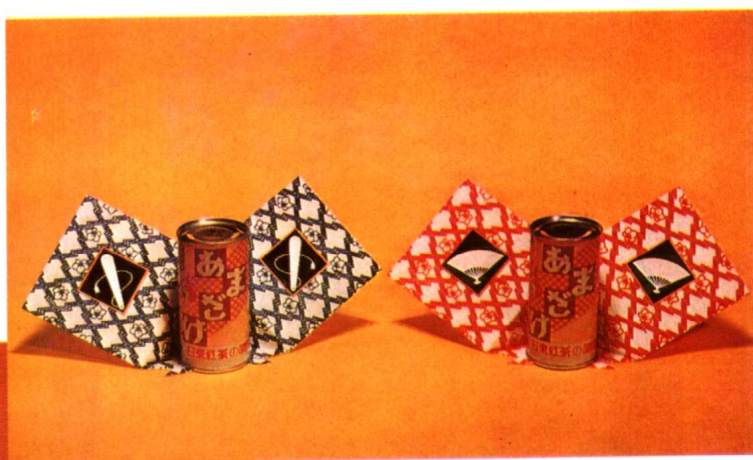


◀ 作例六十四



◀ 作例十三

作例九 ▶



◀ 作例三



作例五十二



作例四十三



作例十六

作例三十二

作例十一

作例二十七

新発売

作例二十八

新発売

作例十九

作例五十八

参関P.32



作例七



作例八

關於導買點廣告

導買點廣告的功效

POP是小型廣告的一種別具特色和用途的廣告形式。POP取Point Of Purchase的縮寫，直譯就是“購買點”廣告的意思。這個點應理解為“時、空”點、着眼點，實質指的是在有利的時空位置上，強烈吸引顧客，引導顧客了解商品（或商業性事件）內容，產生購買（或參予）的動機的宣傳廣告。我們譯稱“導買點”。

導買點廣告業是近十幾廿年興起的廣告形式，目前在歐、美、日本等相當流行。自從世界出現了超級市場這種商業零售新結構，商品直接和顧客見面，大大減少售貨員，節約商場空間，這不僅加速商品流轉速度，而且縮減商業成本，促進商業經濟繁榮。但碰到的尖銳問題是，如何利用廣告宣傳，在狹窄的貨架、櫃檯空間中，在顧客瀏覽商品或猶豫未決的時刻，恰當地說明商品內容、特徵、優點、實惠性，吸引顧客視線，觸發顧客興趣，並擔當起無聲售貨員的角色，使顧客很快地經歷矚目、明白、心動而決定購買的購物心理過程？在這形勢下，小型的POP廣告就應運而生，而且日漸活躍。POP廣告費也逐漸升抵全部廣告費的5~15%。

導買點廣告，型小易製、成本低廉、又能在最恰切的購銷時空裏發揮宣傳效力；它的巨大作用和顯著優點已為外國廣告界所公認。現在導買點廣告業已成為廣告一分支，重要性日益提高。不過大部分導買點廣告，都是由製造廠商或代理商提供的，這在外國已產生兩個問題：一個是隨着競爭激烈而泛濫成災，超級市場、零售店無法處理，以致例如美國要提出立例管制“視覺公害”的問題，毫無秩序的POP已

經產生有害的效果，另一個是這樣的POP未必適合商場和零售店的需要，未必適合具體時空的顧客或人羣的品味和要求，達不到預期的擴大銷路目的。

售銷點為提高銷售率，需要的是和顧客立場商協調的導買點廣告，也許這未必和製造商有直接的一致利害關係。然而商場和零售店是廠商與顧客溝通的中介，所以總的來說，提高零售時點的零售率對廠商有極大意義。加強與零售商的溝通，靈活運用本廠的POP廣告的作用，不是報紙、電台、電視、招貼等廣告所能完全代替得了的。特別是能源危機以來，世界通脹劇烈，成本急遽上升，擴銷運動開展變得嚴峻起來；加上新產品不斷湧現、商品流轉週期力求縮短、競爭白熱化等，妥善處理零售環節的關係，是急待解決的問題。而這些正是導買點廣告所能寄望予以解決的。

導買點廣告是提高銷售率的有力武器，目前世界對這並不懷疑，問題是廠商和零售環節的重視和溝通而已。導買點廣告自然是向顧客傳輸商品情報信息，而更重要的是“導買”作用，激發顧客購買動機。有人說，一切其他廣告傾銷運動宣傳如果比作龍的話，那麼導買點廣告便是睛，畫龍而不點睛，就活不起來。

本港導買點廣告不那麼普遍，通常見到的是櫥窗裏標記產品的名稱價格的商品卡片、貼到商品上的小商品卡之類；偶然貼些畫兒，簡單而吸引力不强，導買作用弱，最多用的是萬國旗式、標語式“跳樓貨”“大酬賓”，嘩眾取寵居多，導買力不强。超級市場更是罕見導買廣告，顧客選物多憑經驗，或憑其他廣告印象。很多商品寫英文、日文，普通人根本不曉得是什麼東西，這如何增進其購買慾望呢？他山之石，可以為錯，外國的導買點廣告完全值

得本地參考和運用。

本書介紹的是用紙製作的小型立體導買點廣告，成本輕，製作容易。商店經營者可以自製，廣告界可以應廠商要求設計，廠商也很容易大量製作送運，廣告公司也可為商場設計製作，總之，十分方便靈活。

在不景氣籠罩下，減低宣傳費用而提高廣告效力，力圖攻破目前相當多人心裏的保守消費政策，擴大銷路，恐怕銷售第一線的宣傳手段最有強化的必要，而導買點廣告正是一種相當恰切的廣告形式。

這種形式特別宜於作為商場、商店擴大商品銷路的宣傳廣告。不僅易製，成本輕，而且靈活多變，適用於各類商品陳列場地和空間，櫃檯上、櫃檯內、貨架上、櫥窗裏、店頭、壁面、天花板吊起來……都成。又由於製作容易，因而可以很快順應潮流，靈活變動。按照具體鋪位、陳設、本地人心理等而設計，便能最大發揮導買效力。

導買點廣告分類

導買點廣告，依其本質，就必然是銷售環節上的小型廣告。它可以是平面的，例如簡單的卡片，上面畫點圖案，寫上字，或加些畫；又例如小型的廣告畫等。它也可以是立體的，例如小架子、小模型，廣告面上畫了或印了商品或活動說明的形象，寫些宣傳文字、價格等。商品本身的佈置以及使用一些例如假模特兒之類設備，當然也有導買作用，但不算導買廣告。

導買點廣告並不限於用紙製作，塑料、金屬、發泡膠、木板、布等未嘗不可，這應按條件而適當運用，但紙製的最方便也最廉宜，靈活性又很強，所以應該視為最基本和廣泛的材料，其他可作必要時的輔助材料。本書談的也是紙製的。

導買點廣告，大致可以分為以下幾種類型：

① 招徠POP

招徠POP主要作用是吸引顧客或人們注意力，招引他們來看，促使其駐足比較了解。這往往是選定一些所謂“超值”品、廉價品、實惠品、贈品等招徠顧客。它們可以說是着眼點性商品，把人們注意力聚攏來的焦點。這些“焦點”商品，必須配襯以強烈吸引力的小廣告，裝置於商品旁邊或周圍。籠統地寫上“超值”、“大平賣”、“跳樓貨”的旗兒，流於一般，人們早就慣了。

屬於這一類的還有：懸空式POP：撐着有顯著吸引視線東西的；閃動POP：經常閃爍或翻動而吸引人的；瓶頸POP：裝在瓶頸上的，更易讓人了解和受落。

② 櫃檯陳列POP

櫃檯陳列POP是放在銷售櫃檯上面、裏面或陳列櫃檯的小廣告，突出商品，吸引人們注意，宣傳性和裝飾性強。一般分兩種：一種着重扼要鮮明地表達商品特徵、內容等；另一種就在它上面陳設商品，即形象和實體綜合一塊的小廣告。後者往往放在櫃檯上，故不能太重，陳列商品需精選。

歸於這類的有：貨架POP：貼到貨架上說明商品的；櫃檯標誌POP：也是傳達商品信息的；陳列架POP：本身兼作銷售陳列架的。

③ 吊掛POP

商場內佈置的POP，多以地板面、櫃檯、壁面為場所基本，但櫃檯上方、天花板下、通路上方等也是可利用的空間。例如“聖誕大減價”、“春季大酬賓”之類場合，用掛吊POP，氣氛熱烈，吸引性強。加上偶爾風動，更加顯得活躍，是一種有效的“攻心戰”宣傳手段。從天花板吊下來的也稱天花板POP。

屬於這類的還有，吊籃POP：吊籃形內裝商品的；彩旗POP：像彩旗或珠簾般垂吊的。

④ 櫥窗陳列POP

這是佈置在櫥窗內，吸引行人的POP，裝飾性和吸引性強。櫥窗是對外宣傳的陣地，行人往往首先從那裏獲得商品的訊息，而要攔住顧客的心，就得講究感人的氣氛和商品的標

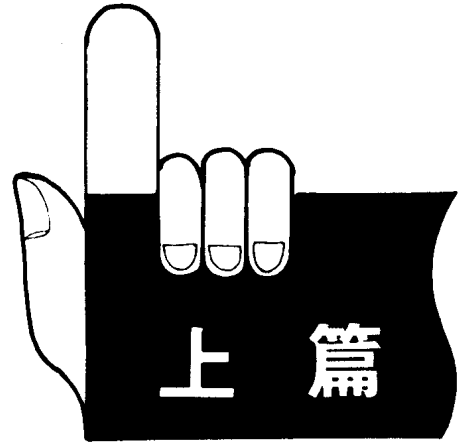
緻優良形象的構成，以及新鮮多彩的魅力。

櫥窗陳列目的方向大致分幾種：a. 大量排佈商品，強調豐富性及多選擇性；b. 精美商品，重點在優質高級；c. 作為獨立的宣傳商品信息的專門場所，櫥窗和店內隔離；d. 櫥窗和店內渾成一體，採取開放印象，利用外內透明感，便於將行人吸引入店內。

⑤ 立式陳列POP

這是企立於地板上的POP，有時兼作櫃枱。它要求牢固。如果用紙製，必須用厚紙或硬紙板，裝載商品的硬紙箱頗有用。

屬於這類的還有：陳列島POP：這用於獨立的陳列設備；自動櫃枱POP；手推車型貨籃POP。



立體導買點廣告製作

導買點立體架構製作實技

製作工具

用平面的一張紙，構成立體的導買點廣告的架構、可滿足多種形狀和用途的需求。再加上畫、印刷廣告、文字之類的廣告面，便能充分發揮廣告作用。無論怎麼簡單的形狀結構，第一步就需用鉛筆畫線，跟着進行剪切、劃摺痕、摺曲、貼合等手續，構成立體形狀。自然這些是最基本的製作。

製作當然要工具，不過導買點廣告並不需什麼特殊工具，一般的辦公用、家用工具已經夠了。例如剪子、刀子。有一根普通鉛筆，你也可以作圖。

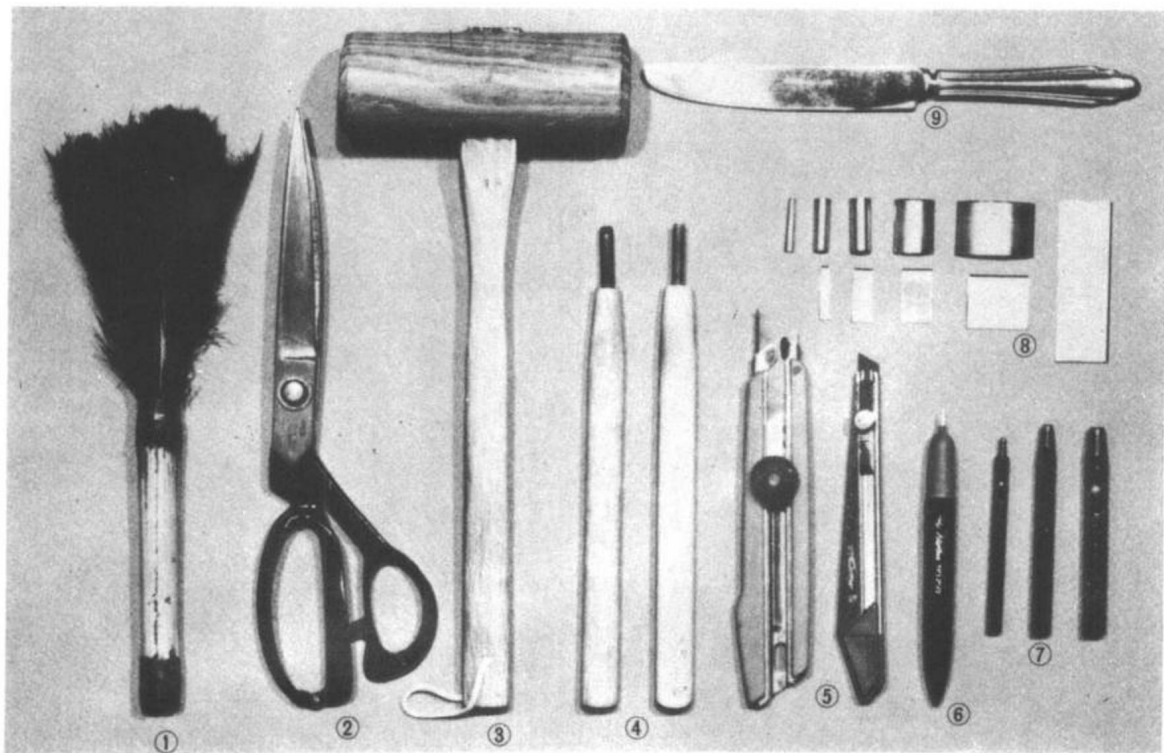
如果是自個兒欣賞的小玩藝或雜誌目錄表之類，放在家中，隨心所欲製作，也自得其樂。但導買點廣告却是很多人看的，這不得不講究一定的完美程度，所以有些專門工具也缺不了。

基本工具是鉛筆、剪刀、鐮刀、鐵筆等，其他用品因製作要求而異，按實際情況來配備便成。

鉛筆 用於製圖、描畫紙模。一般用B、H、2H為合。太硬了畫深紙面消不去；太軟了則容易弄污。

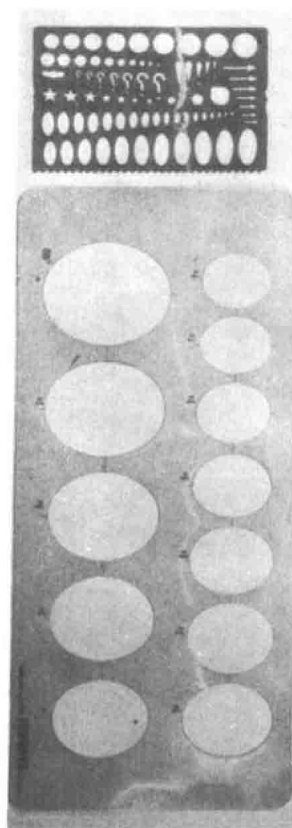
鐮刀 鐮斷紙用。

鐵筆 用來在圖畫紙或較薄的紙上畫摺痕。

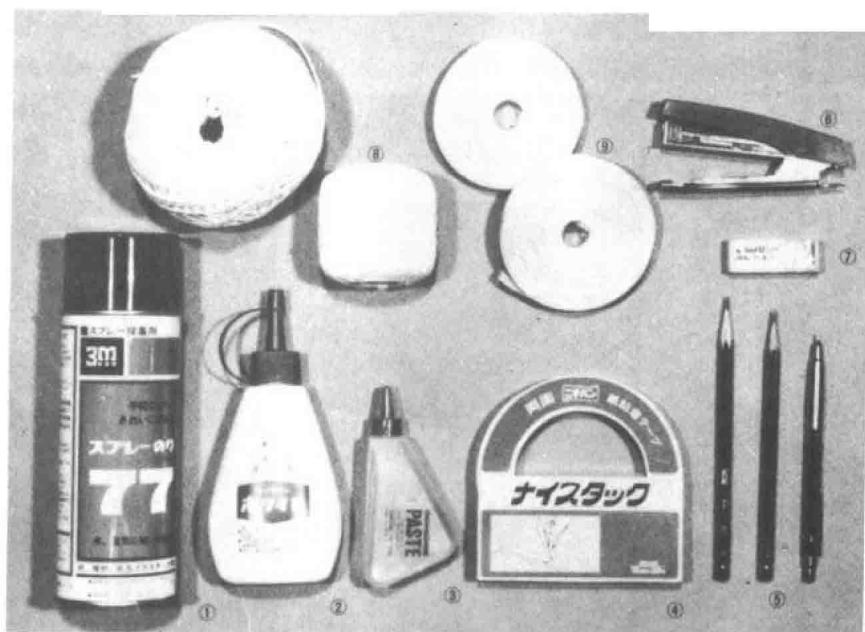


①毛帚 ②剪刀 ③木槌 ④圓口鑿 ⑤鐮刀 ⑥鐵筆 ⑦衝孔器 ⑧切模刀 ⑨餐刀

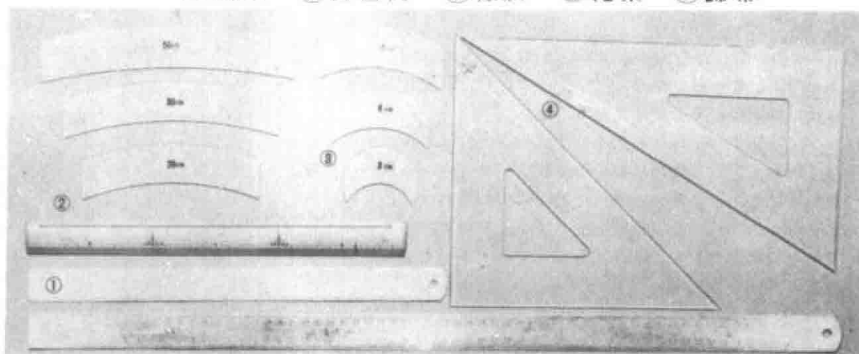
圖 A



橢圓模板



① 噴霧黏合劑 ② 木工黏膠 ③ 膠水 ④ 雙面膠紙帶
⑤ 鉛筆 ⑥ 釘書釘 ⑦ 橡皮 ⑧ 繩索 ⑨ 飾帶



① 鋼尺 ② 直尺 ③ 弧板 ④ 三角板

剪子 裁縫用剪較合用，主要是作精度要求不太高的切割及挖孔。

三角板 垂直切紙用的工具，作垂線及45°角圖線。

鋼尺 提供尺寸；鏢劃直線。尺子宜用鋼製，因為塑料製的容易割傷。

圓規 畫圓用；切割紙板時描畫圓弧角；也用來作垂線（見圖A）。

開孔工具 例如用來把天花板POP的吊索開孔。皮帶銼之類便可以了。直徑取2、3、5毫米的。

圓口鑿 用於在紙面上開出縱長溝槽，以鑿斷洞口兩端取形。

餐刀 在較厚的紙板上劃摺痕。刀刃不要用鋸齒狀的。

木槌 敲打餐刀，便於刻劃摺痕。

弧板 描畫大半徑圓弧用。半徑小至30毫米，大至500毫米等多種。麻煩點可用鋼尺，持兩端彎成弧，放在紙上，請別人沿弧畫線。

長臂圓規 畫半徑600毫米以上圓弧。

分規 在線上取等間隔，刺孔作記。割紙時也用它刻線痕。

橢圓模板 畫小橢圓。

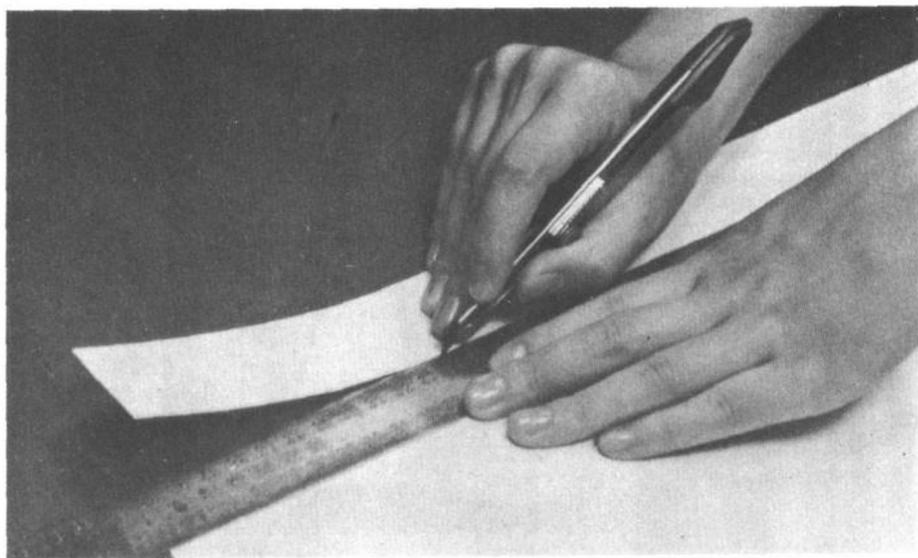
壓重物 貼紙時加壓之用。

切模刀 對於切割大量同形、紙板上取圓角、鏢刀不易切割的夾紙和厚紙的細緻部分切割（用剪刀往往不夠漂亮）時，用切模刀很方便，切割時用錘在刀上敲。

黏合劑 用以黏合，注意不要塗得太滿，否則貼合時溢出黏膠，弄髒紙面。

雙面膠紙帶 貼合大面積夾紙，兩張紙對貼，或白紙上貼上色紙，用它很方便。

壓線機 壓引長線、在厚紙上壓線，大量製作時用。少量或初學者可以不備。



製作次序

⊖ 描 畫

(甲) 用本書提供的圖面時

1. 圖面下襯以碳複寫紙，再在下置POP用紙，從上面以硬鉛筆轉畫。

2. 用描圖紙放在原圖面上，用鉛筆描圖，然後把描圖紙翻轉覆在POP用紙上，沿描線再畫一遍，使原來鉛筆線印於下面。

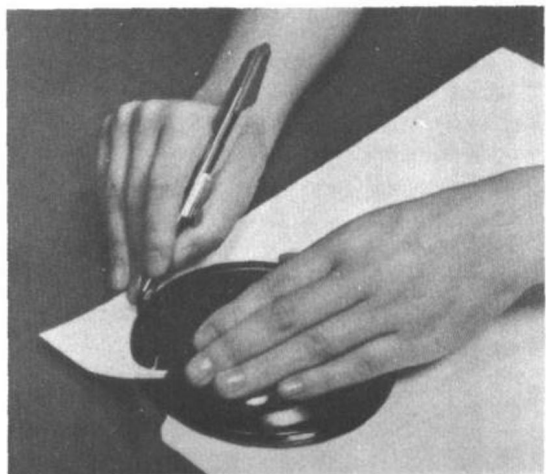
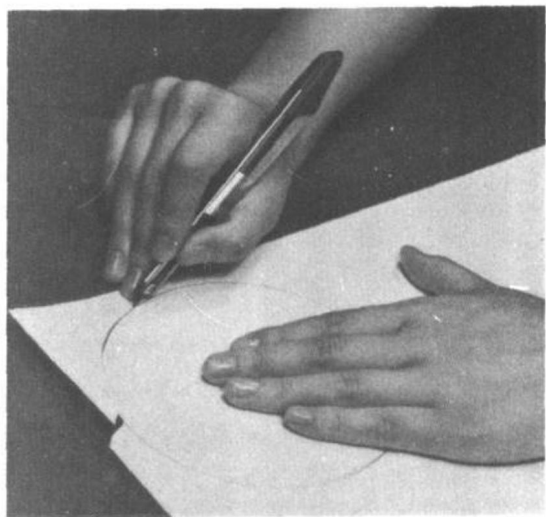
3. 把描好的描圖紙正放在POP用紙上，以膠紙帶貼牢，用鐮刀沿切割線一塊切割下來。

(乙) 需要把原圖放大時，得按原圖尺寸乘放大比例而製圖，也可用縮放尺。最好先按原尺寸造一個，參考它的大小來決定比例，也容易掌握如何製好的手續。凡直線、圓弧，都不要徒手畫。

⊖ 切 割

(甲) 直 線

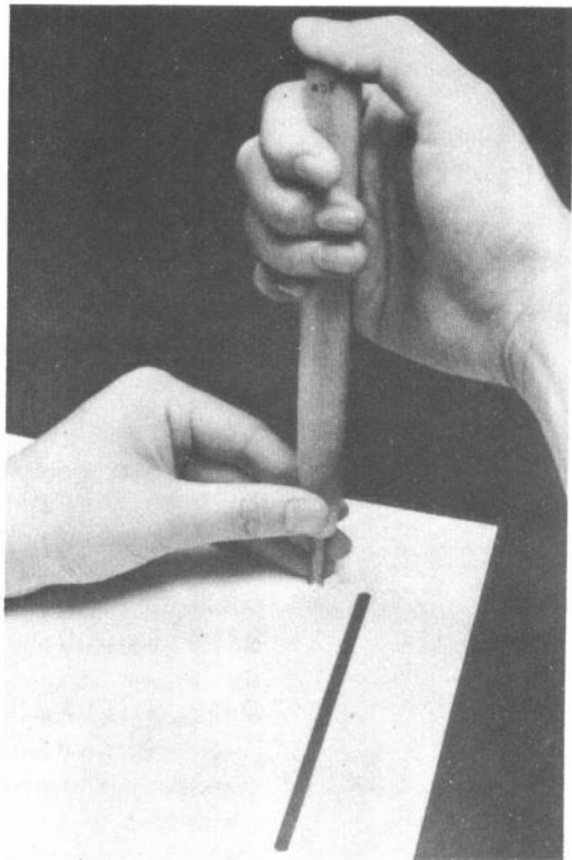
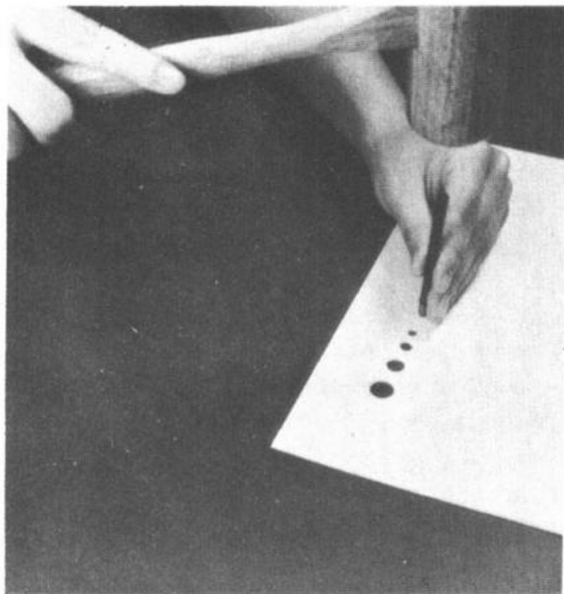
作圖完後就進行切割。如果是直線，把鋼尺邊貼住線，用手壓緊，取鐮刀沿線切下。切



時刀刃不要推出太多，採取如圖握刀姿勢，中指、無名指輕抵紙面，把刀拉向跟前。切割時刀片要挨着尺邊，使切口整齊利落。

(乙) 曲 線

把鐮刀沿着圖，先像描線那樣輕切一周，



然後稍用力切一遍，分若干次完全切斷。

還有個方法，就是用杯盤之類餐具或器具，只要外周是圓的便成，抵住圖上曲線部分，當作模板，沿線落鐮刀。如果曲線曲率和模板曲率不完全一致（完全一致怕不易找到），可以分段靠模板切割，最後才把連接處切斷。

㊟ 開 孔

(甲) 在帶索上開孔，選定孔徑，用皮帶衝對着開孔位，用木槌敲打。

(乙) 開溝槽時，例如 3 毫米、5 毫米的槽孔，先用圓口鑿在兩端切邊，然後切平行線，把溝槽紙切出。若槽孔兩端取直角的，便不必用圓口鑿。

㊟ 劃摺痕

(甲) 畫紙、製圖紙

像圖畫紙、製圖紙（即肯特紙）類較薄的紙，可用直尺和鐵筆劃直線痕。

劃曲線摺痕時，可用其他原紙製的已切出來的曲線紙板作模板，放在製作用紙上，以鐵

