

THE
COMPLETE WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

视觉传达设计与实训

ART DESIGN
中国美术·设计分类全集

[设计基础卷]

辽宁美术出版社

LIAONING FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

中国美术·设计分类全集

视觉传达设计与实训

THE COMPLETE
WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

[设计基础卷]

■ 辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

视觉传达设计与实训 / 王猛等编著. — 沈阳 : 辽宁美术出版社, 2013. 3

(中国美术·设计分类全集)

ISBN 978-7-5314-5318-5

I. ①视… II. ①王… III. ①视觉设计 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第045569号

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳新华印刷厂

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 32.75

字 数: 300千字

出版时间: 2013年3月第1版

印刷时间: 2013年3月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 李 彤 申虹霓 郭 丹 方 伟

技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊

责任校对: 张亚迪 徐丽娟 黄 鲲

ISBN 978-7-5314-5318-5

定 价: 206.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

总目录/CONTENTS

The Complete— works

Chinese of
art Classifi—
Design cation
Art
Design of Works

第一篇

手绘POP设计与实训 / 王 猛 编著

第二篇

版式设计设计与实训 / 吴 烨 编著

第三篇

编排与设计 / 夏 兵 张 岩 矫荣波 编著

第四篇

书籍装帧设计与实训 / 许 兵 编著

序言

自20世纪80年代始，随着中国全面推进改革开放，中国的艺术设计也在观念上、功能上与创作水平上发生了深刻的变化，并对中国社会经济的发展产生了积极的影响。作为发展中国家，中国当代艺术设计不可避免地受到西方和日本设计的影响，同时中国艺术设计的起步也明显地受到香港、台湾地区的直接影响。经过短短二十余年的努力，中国艺术设计水平得到了惊人的提升，在全球一体化的背景下，中国的艺术设计正在成为国际艺术设计的一个重要组成部分。

近年来，中国艺术设计领域也在不断演化、更新，融合了更多的新学科、新概念，艺术设计教学也不断开拓、不断细化、不断整合。其形态范畴从传统的建筑设计（包含环境艺术设计）、产品设计、视觉传达设计、服装设计延展到动画设计、信息设计、多媒体设计、设计管理策划、设计批评等诸多方向。

实用与完美结合的设计观念始终是艺术设计宗旨和终极目标。我社精心推出的图书馆配书《手绘POP设计与实训》《版式设计实训》《编排与设计》《书籍装帧设计与实训》便是有很强实用价值的艺术设计类系列丛书。这些艺术设计作品不是简单的信息罗列、空间再造、产品功能或图形文字的构成，而是大多结合其文化背景和实际商业需求来进行艺术设计创作，其手法也是多样的，从直观到隐喻，从抽象到具象，从无序到有序，力求把美感与功能达至完美的统一。读者可以从本套丛书中领略到这些艺术设计作品是如何与受众沟通交流的。他山之石，可以攻玉，也许我们能在这些优秀艺术设计作品中得到借鉴和启迪。

Preface

Since 1980s, along with fully reforming and opening up in China, Chinese artistic designing has undergone profound changes from concept, function as well as creation level. It also makes an active effect on economic development in our society. As a developing country, of course, our modern artistic designing is influenced by Japan and Western countries, at the same time, our artistic designing is also influenced directly by Hong Kong, Taiwan. Only after about 20 years' efforts, the level of Chinese artistic designing has been improved by surprise. In the social background of global integration, Chinese artistic designing has been being an important part of International artistic designing.

In recent years, Chinese artistic designing has experienced a constant evolution, being renewed with more new subjects and new concepts, at the same time, artistic designing teaching has development, specification and integration continuously, the formation category of which has been extended from traditional Architectural Design (including environment artistic designing), product designing, Visual Communication Designing, costume designing to animation designing,

information designing, multi-media designing, design planning management, design criticism etc.

The purpose and the final target of artistic designing are to connect perfect designing idea with practical use. Our agency published elaborately for library called Character Design and Layout, Illustration Creativity Design, Format Design, Book Binding Design, belonging to a series of artistic design book, all of which are full of strong practical value. These artistic designing products are not simply listed information, reconstructing space, describing the functions or showing pictures together. They are the creative artistic design based on their culture background and real commercial requirements with various designing methods from intuition to obscure vision, from abstraction to specification, from disorder to in order, trying to connect sense of beauty and function perfectly. Readers could understand how these artistic designing products communicate with audience.

"Stones from other hills may serve to polish jade." We would get some enlightenment and learn some significance from these excellent artistic designing products.

第一篇/手绘POP设计与实训

The Complete-works

Chinese of
Design art Classifi-
cation
Art
Design
of Works
Complete

编著/王 猛

目录

contents

序

— 第一章 POP广告概述	007	第一节 POP广告的定义 / 008
		第二节 POP广告的功能 / 010
		第三节 POP广告的种类 / 011
		第四节 POP广告的发展 / 015
— 第二章 手绘POP广告工具	017	第一节 手绘POP广告笔材 / 018
		第二节 手绘POP广告纸材 / 022
		第三节 手绘POP广告辅助工具 / 026
— 第三章 手绘POP广告字体	027	第一节 手绘POP广告中的黑体字 / 028
		第二节 手绘POP广告中的POP体字 / 044
		第三节 手绘POP广告中的14种变形字体 / 061
		第四节 手绘POP广告中的字体装饰 / 075
		第五节 手绘POP广告中的数字 / 084
— 第四章 手绘POP广告插图	087	第一节 手绘POP广告插图基础 / 088
		第二节 手绘POP广告人物插图 / 089
		第三节 手绘POP广告食品插图 / 094
		第四节 手绘POP广告物品插图 / 097
— 第五章 白底手绘POP海报	098	第一节 手绘POP广告基本结构 / 099
		第二节 手绘POP广告直接书写法 / 100
		第三节 手绘POP广告背景绘制法 / 106
		第四节 手绘POP广告刷色绘制法 / 112

— 第六章 彩底手绘POP海报	115	第一节 彩底海报概述 / 116
		第二节 彩底海报背景底纹法 / 118
		第三节 彩底海报纸张拼接法 / 119
		第四节 彩底海报特殊造型法 / 120
— 第七章 手绘POP广告四大类	123	第一节 手绘POP广告商业展示类 / 124
		第二节 手绘POP广告美食餐饮类 / 126
		第三节 手绘POP广告休闲娱乐类 / 128
		第四节 手绘POP广告节日庆典类 / 129
— 第八章 作品赏析	131	

POP广告概述

练一练



— 本章重点 >>
POP的定义、功能、种类等基础知识。

— 学习目标 >>
通过对本章的学习,要求掌握POP的概念、功能及种类,对POP应用的范围及形式有所了解。

— 建议学时 >>
2学时。

第一章 POP广告概述

第一节 POP广告的定义

POP广告是商场促销最佳的一种广告形式，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。

那么POP这三个英文的具体含义又是什么呢？其实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”；它可以说是当今时尚很流行的新兴广告媒体。

POP起源于20世纪30年代的美国，第一次世界大战后，全球经济普遍低迷，市场也为之萧条不振，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式广告逐渐攻占其他媒体，节庆需要它、售卖商品需要它、店面布置需要它，可以说它是一种最为实际、最为有效的广告形式。

20世纪60年代，POP传到日本、韩国等亚洲地区；一般而言，美国的POP广告着重在制造商的市场，可提供商场的帮助较少，而日本及韩国的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，所以大街小巷的商场较能呈现生动、活泼的气氛。

POP广告是商家最为有效的一种广告形式，可以宣传商品，又可以提升店面整体形象。





现今在我国，大部分的商场或超市内外都可以随处看见种类繁多、形态各异的POP广告展示。现代意义上的POP广告主要是从台湾地区传过来的，但在我国古代，早已经有了类似于现代POP的广告，如古代客栈、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,他们在带来先进的经营理念的同时,也促进国内POP行业的发展。

雨后春笋般发展起来的超市、购物中心、百货商场等都有其独特的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。如今,POP广告的书籍也越来越多,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。

第二节 POP广告的功能

国外众多学者对消费者的购买行为做过各种各样的研究,得出基本一致的结论:“顾客在销售现场的购买中,三分之二左右属非事先计划的随机购买,约三分之一为计划性购买。”而有效的POP广告,能激发顾客的随机购买(或称冲动购买),也能有效地促使计划性购买的顾客果断决策,实现即时即地的购买。不论哪种购买形态,有效的POP广告都要经过以下三个功效层次的递进,完成促销功能的实现。

1. 诱客进店

既然在实际购买中有三分之二的人是临时做出购买决策,很显然,零售店的销售与其顾客流量成正比。POP广告促销的第一步就是要引人入店。利用店

面POP极力展示商店的自我特色和经营个性。首先应明确告知商店的经营特征,如麦当劳快餐店门口的“M”标志等;其次,应利用店面POP海报及时告知商店的个性化服务,如24小时营业、打折特价、短缺商品的供给等;在节日来临之际,POP广告更能渲染特定节日的购物气氛,促进关联商品的销售。

2. 驻足商品

商品若能产生使顾客驻足详看的力量,其POP广告必须紧紧抓住顾客的兴趣点。别出心裁、引人注目的POP展示能诱发顾客的兴趣。现场操作、试用样品、免费品尝(食品)等店内活广告形式,也能极大地调动顾客的兴趣,诱发购买动机。

3. 最终购买

激发顾客最终购买是POP广告的核心功效。必须抓住顾客的关心点和兴奋点。导致顾客产生购物犹豫心理的原因是他们对于所需商品尚存有疑虑,有效的POP广告应针对顾客的关心点进行诉求和解答。价格是顾客的



漂亮且立体的POP,既向顾客传递了商品的信息,又可以美化购物环境。可以说是一举多得,是商家必不可少的一种广告形式。

一大关心点，所以价目卡应置于醒目位置；商品说明书、精美商品传单等资料应置于取阅方便的POP展示架上。

矗立在商品周围的特价POP可以很好地吸引消费者，同时也能更为有效地刺激消费者的购买欲望。

第三节 POP广告的种类

POP广告种类繁多，样式也形态各异，我们为了更有效、更快速地掌握它，可以按照其使用功能和制作工艺进行分类，我们先来看一下POP广告按照使用功能的分类。

按照使用功能分类的POP广告

可以分为店面POP广告、吊挂POP广告、立地POP广告、壁面POP广告等。

店面POP广告大多以店面招牌的形式表现，制作材质和工艺很多，主要有灯箱、木雕、喷绘布等。

店面POP广告可以说是代表了商家的形象，它是商家展示经营特征和自我个性的体现。可以说店面POP广告是商家的一张名片。



吊挂POP广告可以更为直观地向消费者和顾客传递广告信息，同时也可以起到引导和指示的作用，在大多数商场或超市里，吊挂POP更多用在渲染氛围上，它可以通过数量上的优势，为顾客营造出一个轻松、愉快的购物环境。

吊挂POP广告主要是悬挂在天棚顶部的一种POP广告，因为是吊在空中，所以比较节省地面的空间。

立地POP广告是最为立体的一种广告形式，它可以通过模特儿造型出现，也可以用木牌进行展示。



以模特儿造型出现的立地POP广告大多是用来展示商品和制造节日氛围的。木牌式立地POP广告则是用来传递商家的广告或促销信息的，前者较为直观和立体，以环境和氛围感染消费者和顾客，后者虽然形式简单，但也是最贴近消费者和顾客的。商家的一些活动、规则、说明等文字性的信息也主要通过它来表现。

壁面POP广告是张贴在墙壁上或柱子上的一种广告形式，它多数以海报或灯箱的形式出现。



壁面POP广告通常是长期使用的，比如这里的壁面POP广告是用亚克力工艺制作的楼层导视图。

按照制作工艺分类的POP广告

可以分为印刷POP广告、喷绘POP广告和手绘POP广告等。

印刷POP广告主要是通过电脑排版、印刷机输出等工序制作的一种可以大批量生产的POP广告形式。

喷绘POP广告也是要通过电脑排版喷绘机输出，它的应用范围很广，小到海报大到背景板、灯箱等。



上图中漂亮的背景画面就是用喷绘制作的POP广告，它不受场地、大小、数量的限制，可以根据实际需要，通过电脑排版，设计出各种样式的POP广告，然后通过大型的喷绘机进行输出，最后安装在商场里，喷绘POP是近年来我国应用最为广泛的一种POP广告，一些大型的广告画面都是通过喷绘来完成，但它的制作成本也很高。

印刷POP广告主要应用在印制大批量的DM和宣传单上，它不受量的限制，可以很广泛且很有效地向消费者和顾客传递商家的信息。



喷绘POP广告虽然有很多优点，但它也有缺点，就是必须通过电脑等科技元素来完成，需要电脑设计人员，喷绘画面人员，制作安装人员等，所以它的成本相对来讲也比较高，它是以平方米来计算价钱。喷绘POP广告制作出来的效果逼真、耐久性强，很适合大型的广告画面及长期使用。