

DESIGN
&
APPLICATION

应用设计

The Application Of POP Sketching I

手绘POP应用

①

王猛 编著

辽宁美术出版社
Liaoning Fine Arts Publishing House

DESIGN
&
APPLICATION
应用设计

The Application Of POP Sketching I

手绘POP应用



王猛 编著

辽宁美术出版社

Liaoning Fine Arts Publishing House

图书在版编目 (C I P) 数据

手绘POP应用. 1 / 王猛编著. -- 沈阳: 辽宁美术出版社, 2014.2

(应用设计)

ISBN 978-7-5314-5688-9

I. ①手… 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 (2014) 第024732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: 22

字 数: 550千字

出版时间: 2014年2月第1版

印刷时间: 2014年2月第1次印刷

责任编辑: 苍晓东 光 辉 彭伟哲

装帧设计: 范文南 苍晓东

技术编辑: 鲁 浪

责任校对: 徐丽娟

ISBN 978-7-5314-5688-9

定 价: 198.00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

序

自 20 世纪 80 年代以来，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，融合了更多的新学科、新概念，并对中国社会经济的发展产生了积极的影响。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。

艺术设计的最大特点就是应用性。它是对生活方式的一种创造性的改造，是为了给人类提供一种新的生活的可能。不论是在商业活动中信息传达的应用，还是在日常生活行为方式中的应用，艺术设计就是让人类获得各种更有价值、更有品质的生存形式。它让生活更加简单、舒适、自然、高效率，这是艺术设计的终极目的。艺术设计最终的体现是优秀的产品，这个体现我们从乔布斯和“苹果”的产品中可以完全感受到。“苹果”的设计就改变了现代人的行为方式，乔布斯的设计梦想就是改变世界，他以服务消费者为目的，用颠覆性、开拓性的设计活动来实现这一目标。好的艺术品能触动世界，而好的艺术设计产品能改变世界，两者是不同的。

这套《应用设计》汇集了中国顶尖高校数十位设计精英从现实出发整理出的具有前瞻性的教学研究成果，是开设设计学科院校不可或缺的教学参考书籍。本丛书以“应用设计”命名，旨在强调艺术设计的实用功能，然而，艺术设计乃是一个技术和艺术融通的边缘学科，其艺术内涵和技术方法必然渗透于应用设计的全过程中。因此，丛书的宗旨是将艺术设计的应用性、艺术性、科技性有机地融为一体。本丛书收入 30 种应用设计类图书，从传统的视觉传达设计、建筑设计、园林景观设计、环境空间设计、工业产品设计、服装设计，延展到计算机平面设计、信息设计、创新 VI 设计、手绘 POP 广告设计等现代兴起的艺术设计门类。每种书的内容主要阐述艺术设计方面的基本理论和基本知识，强调艺术设计方法和设计技能的基本训练，着重艺术设计思维能力的培养，介绍国内外艺术设计发展的动态。此外，各书还配有大量的优秀艺术设计案例和图片。我们衷心希望读者通过学习本丛书的内容，能够进一步提高艺术设计的基本素质和创新能力，创作出优秀的设计作品，更好地满足人们在物质上、精神上对于艺术设计的需求，为人类提供适合现代的、更美好的生活环境和生活方式。

总目录

01

////
手绘POP项目教学与实践

王猛 编著

02

////
手绘POP教程系列——海报篇

王猛 编著

03

////
手绘POP教程系列——字体篇

王猛 编著

With the deepening of reform and opening up in a comprehensive way since 1980s, Chinese artistic design has also experienced profound changes in ideas, functions and creation. An increasing number of new subjects, new concepts are integrated, which has a positive effect on China's economic and social developments. Under the background of globalization, Chinese artistic design is becoming an important part of the international artistic design.

The most obvious characteristic of artistic design is applicability. It creatively changes the way of life in order to provide a possible new life for human beings. Artistic design aims to make people find more valuable and of high quality forms of survival, whether applied to business activities for information delivery or applied to the way of act in daily life. It can make life simpler, more comfortable, natural and efficient, which is also the ultimate goal of artistic design. The ultimate manifestations of artistic design are excellent products, which we can fully feel from Steve Jobaloney and his “Apple” products. Taking serving consumers as the ultimate goal, Jobs creates subversive and pioneering design activities to achieve his dream—change the world, and accordingly changes the way of act of modern people. It indeed works. A good work of art can touch the world, while a good artistic design product can change the world. That’s the difference.

This set of *Design and Application* boasts the forward-looking teaching research results compiled based on the reality by a dozen design elites from top colleges and universities across China. It is an indispensable reference book for teaching for colleges and universities which have set up design disciplines. This series is named as *Application and Design*, targeting at emphasizing the utility function of artistic design. However, artistic design, as a boundary science integrating technology and art, its artistic connotation and technical method definitely permeate into the whole

Preface

process of application design. Therefore, the purpose of this series is to integrate applicability, artistry, and technology into a complete one. This series includes thirty kinds of books relating to application and design, from the traditional visual communication design, architectural design, landscape design, environmental space design, industrial design, costume design to recently developed artistic design categories such as computer graphic design, information design, creation VI design, hand-drawn POP advertisement design. Each of the books mainly elaborates the basic theory and knowledge on artistic design, emphasizes the basic training of design method and technique, focused on the cultivation of thinking ability for artistic design and introduces the development trend of artistic design at home and aboard. In addition, a large number of first-class artistic design cases and pictures are illustrated for each book. We sincerely hope readers, through the study of this series, can further improve their basic quality and innovation ability for artistic design and create excellent design works to meet people's spiritual and material need for artistic design and ultimately provide a more modern and beautiful living environment and lifestyle for human beings.

手绘POP项目教学与实践

王猛 编著

目录

CONTENTS

前 言

第一章 POP 广告概述	7
第一节 POP 广告简介	7
第二节 POP 广告的分类	8
第三节 手绘 POP 广告课时分配	16
第二章 手绘 POP 广告项目教学	17
第一节 项目教学前的工具准备	17
一、笔类准备	17
二、纸张准备	18
三、辅助工具准备	18
第二节 手绘 POP 广告基本元素的设计与编辑	20
一、标题设计	20
二、色彩设计	21
三、插图设计	22
四、版式设计	23
五、文案的编辑	24
第三节 学生项目练习：基本元素分析	25
第四节 学生项目练习：综合元素整体分析	29

第三章 手绘 POP 广告项目实践	33
第一节 商业类手绘 POP 广告设计与制作	33
一、精选项目：手绘 POP 餐馆广告	33
二、项目制作方法和过程	33
三、手绘 POP 商业广告图例	34
第二节 招生招聘类手绘 POP 广告设计与制作	40
一、精选项目：手绘 POP 招生广告	40
二、项目制作方法和过程	40
三、手绘 POP 招生招聘广告图例	41
第三节 美容美发类手绘 POP 广告设计与制作	45
一、精选项目：手绘 POP 美发广告	45
二、项目制作方法和过程	45
三、手绘 POP 美容美发广告图例	46
第四节 公益类手绘 POP 广告设计与制作	47
一、公益广告主题的主要类别	47
二、精选项目：手绘 POP 公益广告	47
三、项目制作方法和过程	47
四、手绘 POP 公益广告图例	48
第四章 优秀手绘 POP 作品欣赏	50
第五章 手绘 POP 字体训练	61

POP 广告概述

第一节 POP 广告简介

POP 英文全称为 Point of Purchase Advertising, 译成中文就是购买点广告, 一般布置在商业企业、零售网点的店内及店外。它既是商品经济高度发展、高度繁荣的指示器, 又是引导商品消费的指路牌。

POP 广告是在一般广告的基础上发展起来的。它起源于美国的超级市场, 而事实上, 中国早在几千年前就出现了 POP 的广告形式, 如古代酒店外的幌子、武馆门前的大刀, 即是典型的 POP 广告。这些广告形式直到现在仍在使用, 如修车、理发、修锁等店铺都在使用相应的幌子, 以达到吸引消费者的目的。总之, 凡是商品销售点所展示的有利于促销的广告均称为 POP 广告。现代 POP 广告在 20 世纪 50 年代起源于美国, 60 年代传入日本, 70 年代在韩国和中国台湾省得到发展。到目前, 这一实用的促销形式, 已逐渐在全世界流行起来, 特别是我国, 至 20 世纪 80 年代起就开始使用它, 甚至有后来者居上之势。

POP 广告的功能是直接向顾客介绍产品的信息, 但在经历了长期的发展变化之后, POP 广告已不仅仅限于功能的需要, 而是在形式上趋向多样化, 追求视觉上的美感, 因此, 它在现代商业中的作用越来越大。这样就要求 POP 广告必须具有时效性强、形式美观、富于创意、成本低廉等特点。在信息化的今天, POP 广告作为主流媒介的一种辅助形式已进入到各商业企业及卖场, 而且得到了广大消费者的认可, 同时也给 POP 广告在传递信息中的特殊作用给予了充分肯定。POP 广告有着任何其他媒体无法比拟的广告作用。因为它是消费者购买商品时“零距离”的信息员, 可以形成“人与产品与环境”的总体购买情景。在各类自选销售市场及零售摊点上, 这

种“零距离”接触深受人们的喜爱, 它起到一个无声的推销员作用, 既可直接对消费者传达信息, 告知促销内容、价格、推荐产品, 同时也美化了购物环境。

POP 广告不仅仅只是提供商品的信息, 更重要的是通过各种手段唤醒消费者潜意识中对产品的认知记忆, 激起顾客的潜在需求, 促使其冲动性购买行为的产生。我国古代有句名言“酒香不怕巷子深”, 但是, 随着市场经济的发展, 酒香难以飘千里, 更何况大家酿造的酒基本已无太大的差别了。商家要想在竞争激烈的市场中取得一席之地, 就必须充分发挥 POP 广告的作用, 宣传自己的产品与企业, 只要有了指引的路标, 就算再深的巷子, 好酒也能被别人找到。

POP 广告创意有以下特点: (1) 造型简练、设计醒目。因购买点广告体积小, 容量有限, 其造型应简练, 画面应醒目, 版式应突出、抢眼。(2) 以形象为主, POP 广告的目的是把商品卖出去, 所以多以能表现减价、打折、优惠销售的图文形式出现。(3) 既要有鲜明的个性, 又要与企业 and 商品的形象相符合。

在各种 POP 广告表现形式中, 手绘 POP 广告更有独特的魅力和优势。它采用直接手绘、更具夸张、图文并茂、色彩明快的表现手法, 其卡通式的图案、活泼的文字、丰富多样的版式, 深受消费者的喜爱, 所以说手绘 POP 广告是最容易使消费者产生购买欲、最有效的宣传形式之一。此外, 它表达创意迅捷, 易学易会、工具简单、制作成本低廉, 也为广告设计者和学习者青睐, 并愿一试身手。本书主要讲述手绘 POP 广告的设计和制作。

第二节 POP广告的分类

一般情况下,根据POP制作材料的不同,我们可把POP广告分为如下两大类:一、从表现形式上分类;二、从广告内容上分类。

一、从表现形式上分类

1. 柜台式POP

置于柜台或商品附近的具有立体效果的POP广告(图1-1)。



图1-1 柜台式POP广告

2. 墙壁式POP

张贴于墙表面的POP广告(图1-2)。



图1-2 墙壁式POP广告

3. 悬挂式POP

悬挂于天花板上并与商品相呼应的POP广告(图1-3)。



图1-3 悬挂式POP广告

4. 立地式POP

置于地面有立体效果的POP广告(图1-4、1-5)。



图1-4 立地式POP广告



图 1-5 立地式 POP 广告

5. 橱窗展示 POP

商场橱窗内展示商场所销售的商品，并用艺术形式布置的 POP 广告（图 1-6~1-8）。



图 1-6 橱窗展示 POP 广告



图 1-7 橱窗展示 POP 广告



图 1-8 橱窗展示 POP

6. 动态 POP

利用现代科技手段制作的具有动感的动态 POP 广告（图 1-9）。



图 1-9 动态 POP 广告

7. 光源 POP

利用光学原理结合现代灯光效果制作的POP广告(图1-10)。

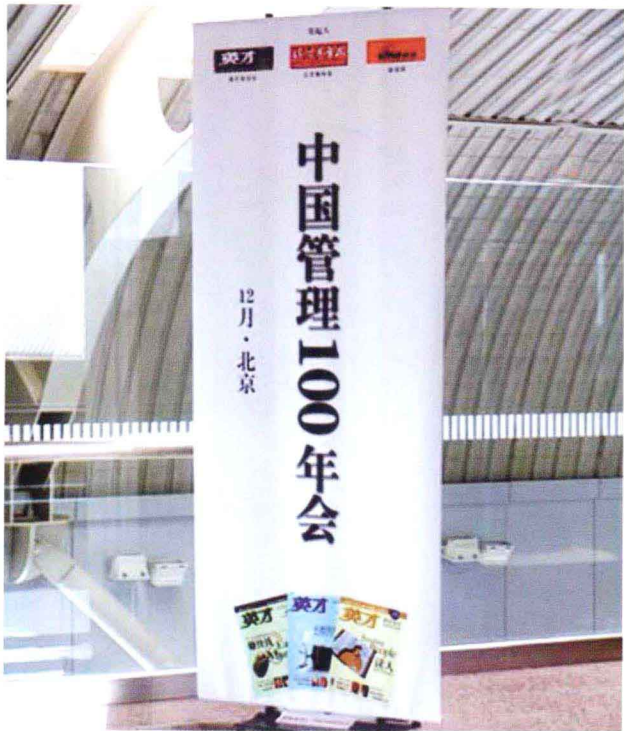


图1-10 光源POP广告

8. 电脑POP

利用电脑软件工具设计制作的POP广告(图1-11、1-12)。



图1-11 电脑POP广告



图1-12 电脑POP广告

9. 手绘POP

用马克笔或其他绘制工具制作的二维POP广告(图1-13)。



图1-13 手绘POP广告

二、从表现内容上分类 (图 1-14~1-33)

1. 服装饰品类
2. 餐饮食品类
3. 招生招聘类
4. 文化广场类
5. 服务行业类
6. 超市百货类
7. 休闲娱乐类
8. 旅游活动类
9. 公益广告类



图 1-16 文化艺术 (路牌式)



图 1-14 餐饮食品 (店牌式)



图 1-17 超市百货 (悬挂式)



图 1-15 超市百货 (悬挂式)



图 1-18 休闲娱乐 (指示牌)



图 1-19 设计艺术 (海报)



图 1-20 商业 (橱窗展示)