

Point of Purchase

手绘POP系列教材

王 猛 编著

**手绘POP
设计实战
节日大营销**

辽宁美术出版社

手绘POP设计实战 节日大营销

王 猛 编著

美工实战必备书籍



辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

手绘POP设计实战·节日大营销 / 王猛编著. — 沈阳 :
辽宁美术出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5314-6957-5

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(2016)第039674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: 沈阳博雅润来印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 170千字

出版时间: 2016年5月第1版

印刷时间: 2016年5月第1次印刷

责任编辑: 李 彤

装帧设计: 林 枫

责任校对: 季 爽 黄 鲲 李 昂

ISBN 978-7-5314-6957-5

定 价: 45.00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



contents

目录

第一章 POP基础

- 1. POP概述 6
- 2. POP工具及用途 10

第二章 字体掌握

- 1. 书写技巧 16
- 2. 字体组合 18
- 3. 字体装饰 24

第三章 海报绘制技巧

- 1. 海报的构成要素 48
- 2. 海报的排版方式 50
- 3. 海报的绘制步骤 52
- 4. 海报的绘制方法 56

第四章 节日促销海报实战

- 1. 一月 66
- 2. 二月 74
- 3. 三月 84
- 4. 四月 90
- 5. 五月 92
- 6. 六月 95
- 7. 七月 102
- 8. 八月 103
- 9. 九月 106
- 10. 十月 110
- 11. 十一月 115
- 12. 十二月 118



手绘POP设计实战 节日大营销

王 猛 编著

美工实战必备书籍



辽宁美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

手绘POP设计实战·节日大营销 / 王猛编著. — 沈阳:
辽宁美术出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5314-6957-5

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(2016)第039674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: 沈阳博雅润来印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 170千字

出版时间: 2016年5月第1版

印刷时间: 2016年5月第1次印刷

责任编辑: 李 彤

装帧设计: 林 枫

责任校对: 季 爽 黄 鲲 李 昂

ISBN 978-7-5314-6957-5

定 价: 45.00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



Point of Purchase

本书由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。全书以当今较为流行和实用的手绘POP专业技术为主，是作者多年来的教学经验总结，也是十年POP培训的精华课程的浓缩。本书包含各行各业节日商业促销题材，详尽且系统，适用于无基础、从零开始的手绘POP初学者，利用真实案例由浅入深地进行分析和讲解，本书包含字体基础写法、字体装饰、字体组合、海报结构分析、海报实战分步等，可以说样样俱全，详细而全面。让大家真正达到学有所成、学有所用的目标。

本书可以作为全国POP爱好者的自学教材，也可作为各大艺术院校及全国手绘POP培训机构的教程。

2016年1月1日泰山POP工作室



泰山老师手绘POP全国免费解答微信：taishanpop



contents

目录

第一章 POP基础

- 1. POP概述 6
- 2. POP工具及用途 10

第二章 字体掌握

- 1. 书写技巧 16
- 2. 字体组合 18
- 3. 字体装饰 24

第三章 海报绘制技巧

- 1. 海报的构成要素 48
- 2. 海报的排版方式 50
- 3. 海报的绘制步骤 52
- 4. 海报的绘制方法 56

第四章 节日促销海报实战

- 1. 一月 66
- 2. 二月 74
- 3. 三月 84
- 4. 四月 90
- 5. 五月 92
- 6. 六月 95
- 7. 七月 102
- 8. 八月 103
- 9. 九月 106
- 10. 十月 110
- 11. 十一月 115
- 12. 十二月 118



第一章

POP基础

1. POP概述
2. POP工具及用途





1. POP 概述

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。

POP 定义

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”；它可以是当今时尚很流行的新兴广告媒体。

Point Of Purchase

因为它是某种商品经过研发、生产、包装、运输后进入终端的一种广告形式，所以，我们也称它为“终点广告”。

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广告能呈现生动、活泼的气氛。

在我国，现在意义上的 POP 广告主要是从台湾地区传过来的，但在我国古代，早就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，国外的零售业也纷纷抢滩中国市场，他们在带来先进经营理念的同时，也促进了国内 POP 行业的发展。雨后春笋般发展起来的商场、超市、购物中心等都以其独特的 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。目前进入中国内地的欧美日韩及港澳台等国家和地区的知名零售商集团已近 300 家，在各大中城市开设经营点 1400 多个，加上地方性本土连锁型超市的迅猛发展，导致了零售商们对美工人才需求的急剧增加，据北京《人才周刊》《北京晚报》《娱乐信报》等报刊报道，仅北京市场就缺少 POP 美工 3000 多人，一个美工人才就有十个职位等待他去选择，由此可见，POP 的发展是非常有前景的。POP 人才需求日益增加，也使我国 POP 行业不断扩大，学校、书籍、网络等各种途径都可以让你掌握这一极具商业前景的技术。



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。



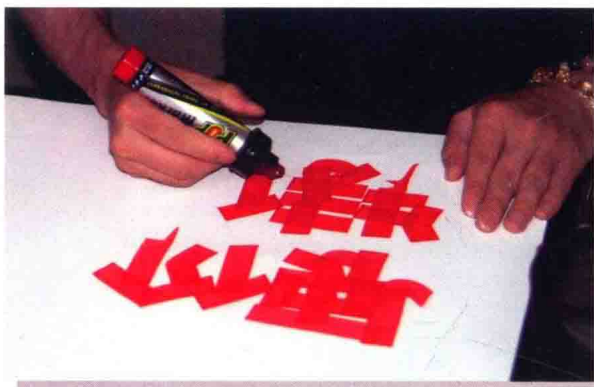
POP 作为视觉传达和商业推广的重要艺术形式之一, 越来越受到商家及设计教育界的重视。目前很多院校相关的设计专业均开设了 POP 广告设计课程, 很多广告设计人员也根据自身的工作需要自学或参加培训来学习 POP 广告设计, 并把这种独具魅力的广告应用到实际的工作当中。其实在世界很多国家和地区, 中学时期就开始对学生进行 POP 设计训练, 在现代广告传播文化中, POP 广告不仅以丰富多彩的艺术形式发布各种信息, 同时也为作者充分展现自己的观念、个性和艺术创造力提供了广阔的空间。

手绘类 POP 广告

手绘 POP 广告主要是用手工绘制的方式来完成的 POP 广告，它也更为机动、更为实用、更为灵活。

“手绘”的英文为 handwriting，有“手迹”“书法”之意，意思是“徒手写出来的文字或图案”。以“手绘”方式表达促销之意的广告，我们都可以称它为“手绘 POP 广告”，这也是本书重点要向大家讲述的一类 POP 广告。

手绘 POP 广告主要是用手工绘制的方式来完成的 POP 广告，它也更为机动、更为实用、更为灵活。



手绘 POP 广告相对于前几种 POP 广告来讲，成本更为低廉，一张手绘 POP 海报的成本也就在几元之内，而且它制作速度也快，因为它不需要电脑等科技元素配合作业，所以几十分钟便可以完成。手绘 POP 广告最大的优点就是有较强的生命力，同时也具有很好的亲和力，这也是印刷 POP 和喷绘 POP 所达不到的。手绘 POP 看似简单，它同时也需要创作者掌握一定的技能才能完成，比如写一手漂亮的美术字或能绘制结构合理的插图，手绘 POP 里面的每一个组成部分，都需要创作者认真去绘制，可以这么说，手绘 POP 是用手来写、用心来绘，创意和创新是手绘 POP 最大的生命力和发展力。



2. POP 工具及用途

俗话说得好，“欲善其事 先利其器”，制作一幅成功的手绘 POP 海报，需要用到很多工具，而各种工具都有着各自的用途，必须对一些常用的工具有所了解和掌握，下面就让我们学习一下手绘 POP 海报制作中各种常用工具的用途。

笔材类

在手绘 POP 基本的笔材类工具里，马克笔尤为主要，大致可以分为宽头油性马克笔、双头油性马克笔以及水性马克笔等。

宽头油性马克笔

宽头油性马克笔挥发性较快，使用起来也极为方便，但它的气味比较刺鼻，长时间使用会有头晕的感觉，所以我们在选择用油性马克笔书写的时候尽量选择通风性较好的场所。

宽头油性马克笔是按照笔头的宽度来划分规格的，规格有 6mm、12mm、20mm、30mm 等，而每种规格又有 12 种颜色，为了减少不必要的浪费，我们配备的时候，只需要选择这几种规格常用的颜色即可，如黄、橙、粉、浅蓝、浅绿等颜色。

宽头油性马克笔主要用来书写醒目的标题字部分。



我们可以根据纸张大小选择不同规格的宽头油性马克笔，通常都是采用笔头宽度为 20mm 的马克笔书写标题。



规格为 20mm 的红色宽头油性马克笔



春节好



双头油性马克笔

双头油性马克笔有两个笔头，一头是6mm的斜头，另一头是2mm的圆头，我们通常用斜头写POP海报中的正文部分，细的一头进行字体装饰或插图部分的轮廓描绘。

这种双头的油性马克笔是最为实用的，一头是2mm宽的圆形笔头，另一头是6mm宽的斜形笔头。



2mm 宽的圆头

6mm 宽的斜头



斜头可以用来写副标题部分

圆头可以用来描绘标题轮廓

斜头还可以描绘整体外轮廓

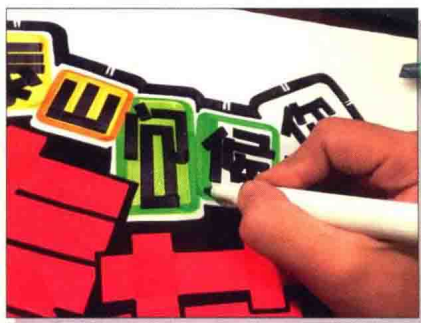


水性马克笔

水性马克笔因为含有水性成分，所以挥发性较慢，干得也慢。但由于它颜色丰富，表现力量也极强，所以对于我们来说也是比较重要的一种笔材。

水性马克笔最常用的一种笔头宽度为3mm，国内市场上能购买到的颜色也很多，可以配备一些较为鲜艳的颜色，水性马克笔多为一次性使用，没有相应的补充液。

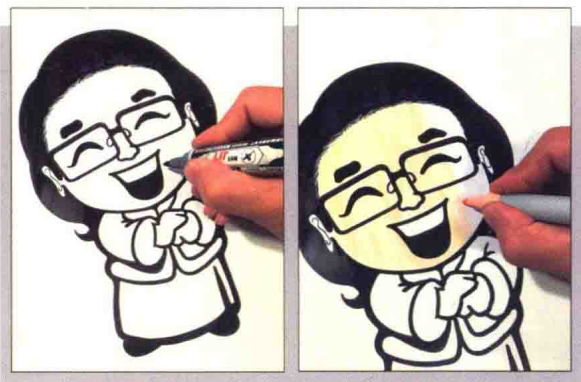
铜版纸主要用来制作白底海报。



水性马克笔可以为副标题填充背景色块，也可以为主标题填充色彩鲜艳的背景装饰，以让画面更加丰富。



用双头黑色油性马克笔描绘好插图轮廓后，可以采用水性马克笔为插图的各个部分进行颜色填充。



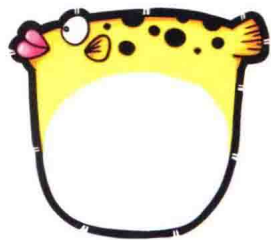
马克笔众多种类里，我们只要记住，油性马克笔用来书写文字，水性马克笔用来着色就可以了。

纸张类

在手绘POP里，纸张作为海报作品的载体也尤为重要，鉴于纸张种类繁多，我们这里就手绘POP创作常用的两种纸张为大家进行介绍。

铜版纸

铜版纸是印刷中使用较多的纸张之一，手绘POP白底海报就是采用铜版纸制作的。



铜版纸表面非常光滑，马克笔可以在上面直接书写绘制作品，可以把马克笔原有鲜艳靓丽的颜色完全体现出来，是我们制作白底手绘POP海报必不可少的纸张载体。

卡纸

卡纸主要用来制作彩底海报。

卡纸表面非常粗糙，也较铜版纸更厚一些，马克笔直接书写的话，颜色会发生变化，也会造成晕水现象，但如果用深颜色马克笔书写的话，效果会好一些，另外一个方法就是先把标题和插图绘制在铜版纸上，然后用剪贴的方式制作彩底海报。

