

第 3 章

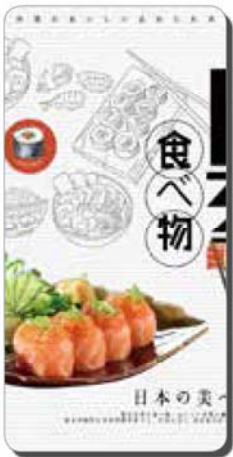
POP广告设计的材料与类型

学习目标

POP广告与一般的平面广告相比，其最大的不同就在于为了扩大销售可以制作成任何形状，所以使用的材料也不受限。设计师多加了解，更有利于创作。由于形式不同，POP广告的位置也区别颇大，当然这也是POP广告的特色。

赏析要点

金属材料
木质材料
纺织面料
纸质材料
立地式POP广告
橱窗式POP广告
柜台陈列POP广告
白底POP广告



3.1

POP广告的材料构成

为了方便POP广告的宣传展示，市面上有采用不同材料制成的支架，能与宣传海报以及元素完美结合，形成风格多样的POP广告。设计师应该了解各种材质的特殊之处，以便使用材料能更好地与设计内容契合。



3.1.1 金属材料

为了能在不同的地方展示，各地出现了由各类金属材质制作的POP广告。金属材质的特殊质感，让这类广告极具艺术感。



思路赏析

该江南古镇的宣传POP广告的金属支架能自由支配广告的摆放位置，且能增强广告效果，得到更多人关注。

配色赏析

该设计图以灰、白两色为主体颜色，意在塑造江南水乡的建筑风格，有简洁、古朴的美，且在实际操作上能方便添加文字、图形。

	CMYK 16,10,9,0	RGB 220,224,227
	CMYK 28,24,22,0	RGB 194,190,189
	CMYK 33,61,38,0	RGB 188,122,132

设计思考

设计图上方是一张江南古镇的摄影作品，十分真实、美丽，下面则是白墙灰瓦，并配以文字介绍。“古镇江南”这4个大字能快速锁定人群。



同类赏析

该金属镂空的POP招牌通过特殊的金属材质搭配灯光，塑造了梦幻般的感觉，极具氛围感和故事感，而且不需要复杂的元素。

这个金属支架一般会在店铺门口摆放，店家无论是使用还是收回都很方便。广告内容可简单介绍店内的招牌饮品或近期优惠。饮品店就用它来推出新品，用绿色突出原料抹茶。

	CMYK 91,87,87,78	RGB 4,4,4
	CMYK 14,62,97,0	RGB 227,126,8



	CMYK 39,5,56,0	RGB 176,212,138
	CMYK 4,0,16,0	RGB 251,254,227
	CMYK 50,30,100,0	RGB 151,161,4
	CMYK 15,70,83,0	RGB 223,107,50

3.1.2 木质材料

由于木质材料自带的特征，如自然、清新、原生态、亲切等，在与POP海报结合时就能自然而然地为其赋予这些特质，再加上轻巧、便利等特点，木质材料也成为POP广告的常见载体。



思路赏析

为了在新的服装店开业时吸引更多的客户，用木质展板来展示POP设计，简洁干净，能更好地突出主体，而整个设计也是简洁风。

配色赏析

该设计以橙色和棕色作为背景色，与鲜艳的红色形成强烈的对比，目的就是突出中间那一部分。而红色用来庆祝开业大吉是非常合适的，既喜庆又抢眼。

	CMYK 12,99,100,0	RGB 227,0,17
	CMYK 13,22,52,0	RGB 233,206,137
	CMYK 81,78,53,17	RGB 68,66,90

设计思考

整个设计的背景图案是一层落叶，且有薄如蝉翼的感觉，可以使消费者产生轻纱般的想象。白色文字简洁明了，可以告诉客户最基本的信息。



同类赏析

该日式风味的点心招牌使用木质展架，造型虽然简单，却透露出一股清新的文艺气息，能够表达“美好生活”的概念。

该POP海报用自然的木质材料呈现自然的松木纹路，画面主题元素在黑色背景中也更显风味。

	CMYK 16,20,55,0	RGB 228,206,131
	CMYK 4,33,18,0	RGB 244,193,192



	CMYK 83,83,81,69	RGB 26,20,20
	CMYK 16,90,97,0	RGB 220,57,26
	CMYK 5,0,24,0	RGB 251,252,212

3.1.3 纺织面料

纺织面料，通俗一点来讲，就是我们所说的布料，但用于POP广告的布料与我们的服饰布料不太一样，其特点是不易毁坏，又能体现设计师的思想，呈现出设计师想要的效果，包括色调、布局、文字。






思路赏析

这种户外的POP广告为了更加顺利地展示，一般会用布料作为载体。一来就算定制面积很大也没问题，二来在户外展示也不容易损坏。

配色赏析

画面以红色、蓝色两种色调的对比来体现生命的活力，带给观众强烈的视觉感受。白色的主题文字与蓝色背景搭配，暗示了蓝天白云的意象。

	CMYK 77,38,3,0	RGB 47,140,210
	CMYK 32,93,57,0	RGB 192,48,83
	CMYK 11,49,64,0	RGB 233,154,95

设计思考


主题“趁青春，不言弃”是对青春的歌颂。设计师用野外登山的图景，表现了年轻人的冒险精神、爱拼精神，直观、易懂。

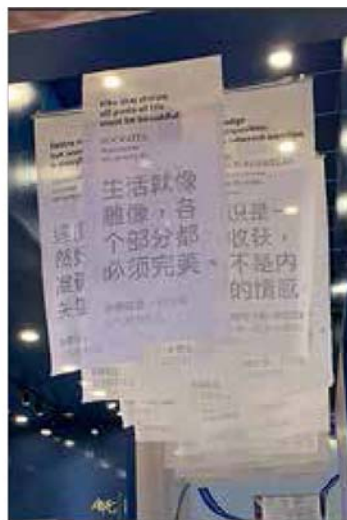




同类赏析

左图为商场的折价宣传广告，用纺织材料做广告载体，悬挂在店内，像旗帜一样引人注目，又具备装饰性，简单的数字就能达到宣传目的。

该商场的宣传标语有些与众不同，用名人名言传递打折、新品特价的信息，显得格外典雅、上档次，能从某些方面体现商场的格调，且白底黑字非常大气、简洁。

	CMYK 27,89,98,0	RGB 201,60,32
	CMYK 47,95,100,20	RGB 140,38,23



	CMYK 24,23,24,0	RGB 204,195,188
	CMYK 36,36,42,0	RGB 180,163,145

3.1.4 纸质材料

纸质材料是最常见的POP广告材料，这种材料最大的好处是易复制、易传播，也方便悬挂，而且不拘泥于任何位置。常见的纸质POP广告可以粘贴在店铺门口，可以悬挂在商场内，甚至可以放在商品旁，能给商家提供更多选择。



思路赏析

该POP广告以纸质海报的方式悬挂在店内，传递关键的价格信息，没有用实物拍摄的方式来展示饮料，而采用卡通的模式，表达了设计师的创意。

配色赏析

整个设计以红色为主体元素，勾勒出边框以及基本的文字信息，再采用一点蓝色元素来点缀，色彩间的碰撞为画面带来了趣味性。

	CMYK 18,100,84,0	RGB 217,5,45
	CMYK 87,56,7,0	RGB 12,108,182
	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255

设计思考

这是一则夏季饮品的宣传广告，广告标语为“有了我这个夏日并不炎热”，并明确标出价格为“10元/份”，用几个简单的元素就获得了宣传效果。



同类赏析

左图为纸质的宣传卡片，一般可放置在产品旁边，或是贴在货架上，既小巧又亮眼，直接给出关键的信息，无须多余的设计，也能达到目的。

右图是张贴在药店门口的POP广告，推销的商品是“酵母B片”。该广告以大比例字体突出商品，下面展示价格信息，整个设计以手绘文字为主体，呈现出简单直接的设计风格。



	CMYK 11,0,75,0	RGB 251,253,64
	CMYK 0,89,68,0	RGB 252,55,64

	CMYK 88,90,2,0	RGB 63,51,153
	CMYK 4,74,76,0	RGB 242,101,58
	CMYK 0,91,51,0	RGB 251,41,86

3.2

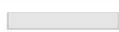
陈列位置不同的POP广告

陈列位置不同对POP广告的设计内容和方式会产生很大的影响，在材料选择、造型、展示等方面也有很大的区别。根据位置可把POP广告分为立地式POP广告、橱窗式POP广告、柜台陈列POP广告等几种类型。



3.2.1 立地式POP广告

立地式POP广告是置于商场地面上的广告体，包括商场外的空间地面、商场门口、通往商场的主要通道等。由于是放于地上，因地面上的行人流动量大，能有效地传递广告的信息。



CMYK 12,9,9,0

RGB 229,229,229



CMYK 6,17,27,0

RGB 245,222,191



CMYK 82,82,88,71

RGB 27,20,14



CMYK 83,56,100,27

RGB 46,85,20

思路赏析

这是一间咖啡厅门口的立地式POP广告。为了推销和展示香浓咖啡，店家使用了两张不同的广告设计海报，并排在一起，获得了“1+1>2”的广告效果。

配色赏析

两张海报都以白色为背景，更完美地衬托出咖啡的色泽。一杯是浅棕色，另一杯是深棕色，咖啡的不同口味根据颜色就可以区分。

设计思考

设计师还是以咖啡为主要元素进行展示，并加入了咖啡豆这样的辅助元素，希望店外的客人看到海报就好像闻到了咖啡的味道。



	CMYK 4,35,42,0	RGB 246,188,148
	CMYK 83,83,83,73	RGB 14,14,14
	CMYK 62,82,100,51	RGB 77,39,18

○ 同类赏析

这是某家具城入口的POP宣传广告，采用立地式，淡黄的榉木带来了整体质感，整体色调为黑棕色，凸显低调、奢华。



	CMYK 47,19,33,0	RGB 151,184,175
	CMYK 64,23,36,0	RGB 101,166,168
	CMYK 57,48,38,0	RGB 128,130,142

○ 同类赏析

造型简单的支架让POP广告设计更加突出，尤其是在大商场中，黑体字与宣传图片的结合，非常有设计感，也更加现代、时尚。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○

○ 其他欣赏 ○



3.2.2 橱窗式POP广告

橱窗式POP广告是在商店橱窗里宣传产品的广告，各大商店均会在橱窗陈列商品，发挥广告作用。橱窗广告应通过道具、色彩、灯光、文字、图片等设计元素，将商品的美感尽量地显示出来。



CMYK 91,85,86,77 RGB 4,8,7
CMYK 17,83,96,0 RGB 219,77,27



CMYK 55,14,34,0 RGB 126,187,180
CMYK 1,69,39,0 RGB 250,116,123

思路赏析

这是爱马仕于2017年冬，在迪拜设计的橱窗式POP广告，主题是“森林居民”，风格是萌趣多彩系，能够让消费者一眼看到爱马仕的特色。




配色赏析

为了突出主题，整个橱窗以绿色为主题色，黑色的背景象征着森林的黑夜，在一片寂静之中，各种各样的植物在散发着生命力，鲜艳的色彩在黑暗之中更增添了几份神秘。

设计思考

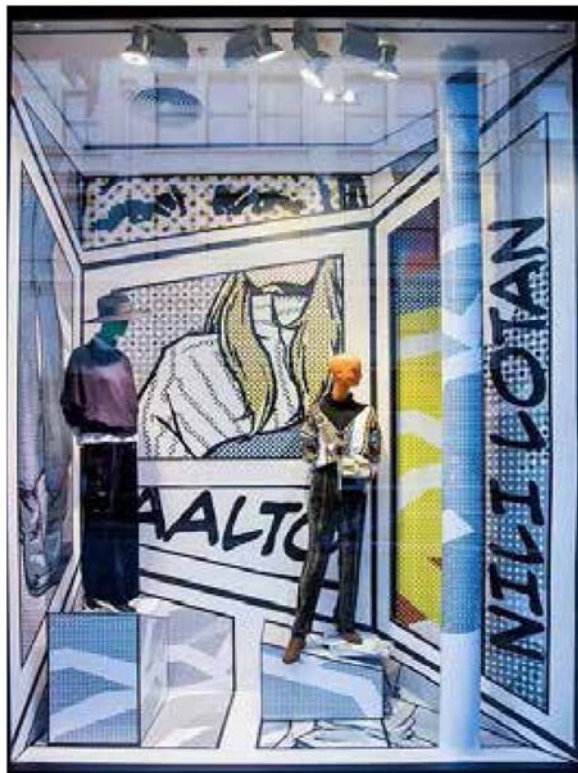
这是设计师为购物中心的店铺创作的多彩纸艺术橱窗，作品构建了很多森林居民的意象，每一个意象都像真实存在，具有生命力，将纸张加以处理，便呈现出各式风格，十分有趣。






	CMYK 88,73,98,66	RGB 13,32,12
	CMYK 75,38,100,1	RGB 78,133,50
	CMYK 37,6,64,0	RGB 183,212,119

○ 同类赏析

这是古驰2017年春夏季的橱窗展示，灵感来自能反射光线的镜片。这种反射光线可以突出产品的细节，绿色的光线交相辉映，十分典雅。



	CMYK 52,21,0,0	RGB 132,182,233
	CMYK 23,14,77,0	RGB 217,210,80
	CMYK 31,54,41,0	RGB 191,136,133

○ 同类赏析

该伦敦时装周橱窗造型，用漫画式的背景来衬托模特身上的服饰，风格非常前卫、现代，就像塑造了另一个世界，能够吸引目标客户。

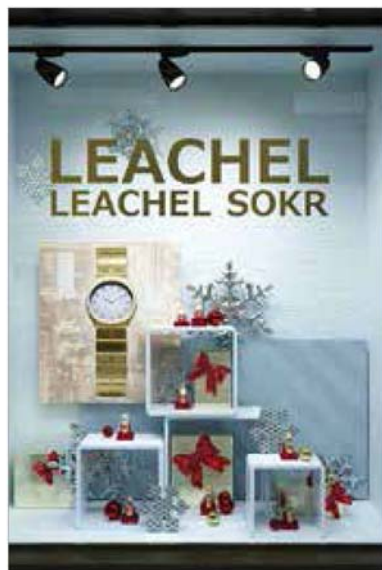
○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



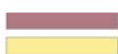
3.2.3 柜台陈列POP广告

柜台陈列POP广告是一种灵活的小型化的POP广告形式，以立体造型为主，价格表现为辅，能够应用于商品促销的各个方面。由于广告体与所展示商品的关系不同，展示架可放在柜台上或商品旁，但使用时要注意柜台的整体和谐。



CMYK 23,1,6,0
RGB 207,236,244

CMYK 61,11,12,0
RGB 96,190,224



CMYK 38,60,40,0
RGB 176,120,129

CMYK 5,8,50,0
RGB 253,237,149

思路赏析

这是某小食店的柜台陈列POP广告，主要为了向客户介绍本店特色，并将回馈客户的信息传递出去，所以风格以简约为主。

配色赏析

该作品整体色调为蓝白两色，白底黑字的组合使画面更清晰。而为了使设计不显单调，用淡雅的蓝色，还有淡黄色、粉色等点缀画面，增添了画面的趣味性。

设计思考

为了让客户对店铺有一种直观的了解，设计师运用了甜甜圈、咖啡、饼干，甚至刀叉等设计元素构建出柜台陈列POP的版面。



	CMYK 31,12,69,0	RGB 197,208,103
	CMYK 58,23,94,0	RGB 128,166,53
	CMYK 7,5,6,0	RGB 241,241,239

同类赏析

该白框展示架一体成型、简约大气，与饮品店的桌面非常相配，与广告设计的背景颜色也很协调，与推荐的饮品互相对应，使人有清凉之感。



	CMYK 7,7,25,0	RGB 244,238,204
	CMYK 37,12,12,0	RGB 174,207,222
	CMYK 36,0,92,0	RGB 189,225,4

同类赏析

该餐饮店桌面摆放的招牌推荐POP广告，用小巧的字体介绍招牌菜名和价格，大面积的版面为菜品图片，颜色调和得非常饱满，可以瞬间激发食客的食欲。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



3.3

呈现形式不同的POP广告

POP广告的表现形式是指其设计的一些基本类型，如重视颜色、重视图案、重视空间性等，其最终呈现给消费者的效果应该具备明显特色，同时又能与宣传主题互相呼应，这也是设计师选择这种呈现方式的目的。



3.3.1 白底POP广告

白底POP广告，顾名思义，就是设计背景为白色的POP广告。这类广告呈现方式以清新简约为主，主要突出画面中的文字和图形元素，并对使用的各种颜色进行调和，让画面显得更加统一和谐。



	CMYK 3,3,3,0	RGB 248,248,248		CMYK 5,56,82,0	RGB 243,142,50
	CMYK 73,20,100,0	RGB 69,160,54		CMYK 20,81,90,0	RGB 213,82,38

思路赏析

该日本料理店的宣传POP广告，主题是“寿司”，设计师将重点放在展现食材的美味上，这样自然而然能吸引客户关注。

配色赏析

以白色背景来衬托文字与图案，使食材颜色更加光鲜。橙色的三文鱼、绿色的青瓜，两种都是非常容易激发客户食欲的颜色。

设计思考

真实摄影图片和水彩绘画相结合构成整幅画面，虚实结合在一个画面中呈现了两种情景。



	CMYK 4,2,0,0	RGB 248,249,253
	CMYK 17,83,9,0	RGB 221,73,149

同类赏析

该白色情人节的促销POP广告，以白色来衬托粉红色的爱心，增加了与冬季和爱情有关的设计元素：雪花、爱心和成双成对的猫头鹰，非常有感染力。



	CMYK 0,0,0,0	RGB 255,255,255
	CMYK 8,95,90,0	RGB 235,28,34
	CMYK 56,75,95,30	RGB 109,65,36

同类赏析

国庆节的促销POP广告依旧是红色、白色相配最为经典，红色的五角星是国庆的标志，搭配其他一些漫画元素，为国庆节增添了浓郁的节日气氛。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



3.3.2 彩底POP广告

所谓彩底POP广告，是指背景颜色为彩色的广告设计作品，可以是红、橙、黄、绿、青、蓝、紫，或是其他调和的颜色，只要不是黑、白、灰3种颜色，都算彩底POP广告。设计师利用颜色为设计定下基调，也可给消费者一种基础印象。



CMYK 11,6,87,0
CMYK 6,53,94,0

RGB 247,234,0
RGB 242,148,0



CMYK 9,89,99,0
CMYK 78,14,96,0

RGB 232,57,14
RGB 13,163,66

思路赏析

为了增强这款橙汁广告的宣传效果，商家与游戏厂商结合起来，以活动的形式号召消费者加入到游戏中，能轻松得到很多关注。

配色赏析

由于是橙汁饮料，所以主题色为橙色。设计师调和该色系不同的橙色，呈现出有变化的画面，极具生命力。

设计思考

为了宣传“游戏达人争霸赛”，设计师将合作游戏人物放在画面最前端，并一一排列，让消费者能眼看到丰富的内容。



	CMYK 78,26,30,0	RGB 0,154,178
	CMYK 100,90,41,3	RGB 0,54,114
	CMYK 12,71,93,0	RGB 228,107,26

○ 同类赏析

该美术培训班招生POP广告，以各种颜色作为设计的主要元素，以蓝色为底色，搭配深蓝色与橙色，整个画面既有艺术性又很协调。



	CMYK 81,32,46,0	RGB 0,141,145
	CMYK 0,73,29,0	RGB 254,104,133
	CMYK 4,12,60,0	RGB 255,229,119

○ 同类赏析

为了吸引消费者的注意力，该促销POP广告以红色、黄色、蓝色相间的背景色来衬托主要信息，再用“低价风暴”四个字赢得客户的关注。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



3.3.3 立体POP广告

立体POP广告与传统的POP广告不一样，其非常注重营造画面的空间感，力图通过立体效果带来一定的视觉冲击力，比起平面的表达，这样能给消费者留下深刻的印象。当然，展现立体的形式不同，有字体，也有图案。



CMYK 49,93,32,0
CMYK 13,42,17,0

RGB 159,45,115
RGB 228,170,184



CMYK 55,2,22,0
CMYK 41,21,68,0

RGB 119,206,213
RGB 172,185,106

思路赏析

某名为“天使艺术俱乐部”的宣传POP广告，以各种颜色为主要的设计元素，加上立体的文字效果，既简洁又令人印象深刻。

配色赏析

为了体现艺术性，设计师在颜色上花费了很多心思，画面中各种多彩的颜色互相融合，让人真切地感受到色彩世界的美。

设计思考

将“天使”两字用英文来表达，并在正中间凸显，除了多彩的背景，没有别的元素来分散注意力，可使名字深入人心。



	CMYK 8,8,9,0	RGB 239,235,232
	CMYK 0,97,96,0	RGB 251,0,3
	CMYK 89,62,0,0	RGB 0,96,191

○ 同类赏析

该则招聘POP广告用一个直白又生活化的手势来表达招聘人才的主题，绘画风格较为立体，给人的冲击性更强。



	CMYK 28,1,1,0	RGB 194,232,253
	CMYK 48,12,0,0	RGB 138,199,244
	CMYK 97,80,28,0	RGB 6,70,132

○ 同类赏析

这款衬衫促销POP广告，以“打五折”为主题，用黑体大字突出该信息，另外用立体的衬衫衣领表达了主体意象。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



3.4

设计周期不同的POP广告

在第一章我们已经介绍过有关POP广告的周期属性，知道POP广告可分为长期POP广告、中期POP广告和短期POP广告。不同的周期会导致POP广告宣传的目的不一致，所以宣传的重点也有区别。



3.4.1 长期POP广告

长期POP广告一般由商场经营者来设置，因为这类POP广告不存在时间因素上的限制，其可在较长时间内对内容进行宣传，所以其设计必须考虑得极其周到，而且所花费的成本都比较高。



	CMYK 88,49,90,13	RGB 12,104,65		CMYK 14,64,99,0	RGB 226,120,0
	CMYK 50,11,3,0	RGB 134,199,239		CMYK 12,89,74,0	RGB 228,58,59

思路赏析

立邦品牌一直以开发绿色产品为发展方向，所以为该品牌设计POP宣传广告也不能忽略品牌固有的形象。

配色赏析

为了体现产品的绿色、清新，画面将蓝色和绿色互相搭配，勾勒出一幅大自然的景色，暗喻使用该产品就像在户外一样，可以呼吸到清新自然的空气。

设计思考

用产品的使用工具刷出一个时间表盘，象征一天的24小时，体现产品的性能——可以随时随地保障屋内的空气质量。



	CMYK 75,11,42,0	RGB 0,175,168
	CMYK 36,3,21,0	RGB 177,220,213
	CMYK 21,97,19,0	RGB 214,0,124

○ 同类赏析

该杂志POP广告最主要的设计元素就是射线，通过红色、蓝色相间的放射线条塑造了前卫、现代的意境，非常符合城市生活的情调。

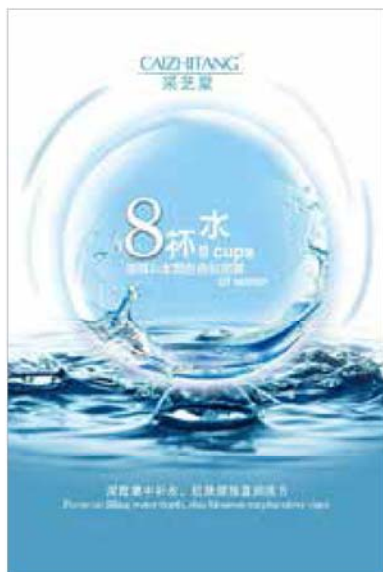


	CMYK 76,25,100,0	RGB 58,151,19
	CMYK 5,2,0,0	RGB 246,249,254

○ 同类赏析

该茶叶直销POP广告，将主题设为茶文化，着力渲染茶叶的清香、茶园的景色、饮茶的淡泊之意，是对茶叶最好、最自然的宣传。

○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



○ 其他欣赏 ○



3.4.2 中期POP广告

中期POP广告的设计与投资，可以在长期POP广告的基础上做适当的调整。但是需要特别注意的是，在广告设计中如果能凸显具体的时间期限，则可以给消费者制造一些紧迫感。



CMYK 70,3,17,0
CMYK 67,8,100,0

RGB 5,192,223
RGB 91,180,0



CMYK 10,13,86,0
CMYK 12,97,97,0

RGB 248,223,32
RGB 228,22,24

思路赏析

某商场在初夏之季，想要借着新品上市的时机进行促销，提高销售额，所以需要在商场内设置渲染活动氛围的POP广告，而整体的设计风格应以“热闹”为主。

配色赏析

为了适应商场的环境，设计师用黄色、绿色、红色、蓝色等多种颜色互相搭配，不仅体现出初夏活力，也体现出促销活动的热闹。

设计思考

设计师巧用气球、礼物等元素，以引起消费者的注意和共鸣，烘托商场气氛。4个立体的艺术字，能有效地吸引大家的目光。



	CMYK 81,52,95,17	RGB 56,99,54
	CMYK 10,6,12,0	RGB 236,237,229
	CMYK 90,86,84,75	RGB 9,9,11

同类赏析

设计师用“春茶”两个大比例黑体字，直接告诉消费者：春茶上新了，一定要把握最佳时节购买饮用。该广告作品以茶园为背景渲染意境。



	CMYK 76,32,95,0	RGB 67,141,64
	CMYK 6,11,77,0	RGB 255,229,70
	CMYK 0,65,43,0	RGB 254,125,119

同类赏析

该商场春季上新POP广告以绿色为主题色，暗示春暖花开、生机勃勃的季节，再添加简单的文字信息，画面美观的同时又传递了3种促销方式。

其他欣赏



其他欣赏



其他欣赏



3.4.3 短期POP广告

短期POP广告的作用都是随着商店某类商品的存在而发挥的，特别是有些商品，由于进货数量不多以及销售火爆，可能在一周甚至一天或几小时就售完，所以其POP广告的周期也可能极其短暂。而且该类广告的投资一般都比较低。


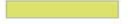



思路赏析

该奶茶促销POP广告，由于受时间限制，往往设计较为简单，但为了吸引目标消费者，必要的图片和文字元素都不能舍弃。

配色赏析

为了配合店名“清心坊”，画面选用浅蓝色作为背景色，与青色及黄色的文字搭配，设计风格可爱、清爽。

	CMYK 63,5,14,0	RGB 81,196,227
	CMYK 21,6,66,0	RGB 221,226,110
	CMYK 6,21,56,0	RGB 249,213,127

设计思考

用直白的文字信息告诉消费者“今天9折，过期不候”。给出了关键信息，广告就成功了一半。再搭配美味的饮品图片，让消费者觉得物有所值。






同类赏析

左图主题为愚人节，为了营造欢乐、热闹的氛围，用了很多气球元素，加上暖色系的色彩搭配，在简单的背景上效果更佳。

为了增加营销噱头，在国际牛奶日这一天提高牛奶销量，商家用浅蓝色作背景，衬托牛奶的香醇。蓝色与白色搭配更显自然、无添加。点明国际牛奶日，就能自然地促销。



	CMYK 6,7,9,0	RGB 244,239,233
	CMYK 7,96,100,0	RGB 236,21,1
	CMYK 0,49,75,0	RGB 254,161,66
	CMYK 12,88,72,0	RGB 227,63,62

	CMYK 47,11,0,0	RGB 139,203,251
	CMYK 1,0,0,0	RGB 252,253,255
	CMYK 7,2,84,0	RGB 255,242,24