第一图书网, tushu007.com

<<创意字体教程>>

图书基本信息

书名：<<创意字体教程>>

13位ISBN编号：9787807498070

10位ISBN编号：7807498072

出版时间：2009-6

出版时间：江西美术出版社有限责任公司

作者：徐新　主编

页数：87

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<创意字体教程>>

内容概要

本书从设计理论的高度首次对手绘POP的字体创作做了大胆的研究和探索，努力达到“授人以渔”的目的，希望大家通过本书学习得到的不仅仅是几种字体的变化技巧，还有无穷的创意空间。
这样一来，属于你自己的手绘POP字体设计作品就会开始从你头脑中诞生。
大家可以从模仿到创新，在理论的指导下理性地创新。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

徐新，笔名西西。
毕业于鲁迅美术学院，中国著名手绘POP设计师，全国商业美工师职业资格考试专家委员会首席专家，北京POP联盟会长，中国文化管理学会艺术管理专业委员会副秘书长，全国商业美工师认证考试培训推广机构负责人，北京西西国际手绘POP工作室首席POP设计师、培训师。
中日韩国际POP交流协会中方首席代表。
中韩POP合作项目负责人，韩国POP协会名誉社长。

· 2006年9月，参与制作中央电视台《绝对挑战》节目的POP制作和手绘涂鸦道具。

· 2007年1月，应韩国POP协会邀请赴韩国举办《中国POP书法字体》《中国POP插图》两场讲座。同年赴中国香港考察POP．参加了中日韩联合举办的手绘POP国际联盟。

· 举办过20多场手绘POP系列推广讲座，被同行们誉为手绘POP推广大使。

· 2007年6月，出版《商业手绘POP认证培训教材》初级、中级、高级三本教材，被中国文化管理学会艺术管理委员会指定为全国商业美工师认证考试指定用书。

· 北京2008奥运会期间，创作冠军肖像漫画30余幅，发表在《科技日报》奥运专栏上。

· 2008年9月，北京广播电台《行家》栏目邀请为嘉宾，讲解手绘POP发展现状。

· 2008年11月，《北京晚报》财富栏目专版采访报道她用手绘POP创业的故事。
· 2008年12月《中华手工》杂志专版采访报道。

· 2009年2月，主编《手绘POP常用字典》出版发行。

· 2009年2月，当选《职业》杂志封面人物，《职业》杂志的《人物》栏日报道西西的手绘POP的创业故事。

· 2009年4月出版《商业手绘POP常用字典》，被中国文化管理学会艺术管理专业委员会指定为全国商业美工师认证考试用书。

第一图书网, tushu007.com

<<创意字体教程>>

书籍目录

第一章 字体设计变化的基础
 第一节 手绘POP字体设计概述
 第二节 黑体字的基础写法
 第三节 宋体字的基础写法
 第四节 POP体的基础写法
第二章 平面化的变化形式
 第一节 空心与内线的字体装饰
 第二节 偏旁和笔画的字体装饰
 第三节 结构和变化的字体装饰
 第四节 细节和点缀的字体装饰
 第五节 串接和联合的字体装饰
第三章 层面化的变化形式
 第一节 边饰和背景的字体装饰
 第二节 叠压与重叠的字体装饰
 第三节 交织与透叠的字体装饰
 第四节 折带与反复的字体装饰
 第五节 扭曲与弯转的字体装饰
第四章 立体化的变化形式
 第一节 凹凸与浮雕的字体装饰
 第二节 透视与角度的字体装饰
 第三节 体积与组型的字体装饰
 第四节 投影与倒影的字体装饰
 第五节 空间与矛盾的字体装饰

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一章　字体设计变化的基础　　第一节　手绘POP字体设计概述　　POP的概念：POP是英文Point of Purchase的缩写，可以译为点的购买，又可以称为购买点的海报、店头海报等，它是当今非常流行的广告形式，是产品经过研发设计、制作、加工、前期产品广告宣传，最终放在商场里销售时最后的广告形式，也被称为终点的广告。
产品生产加工的最终目的是销售，可见POP广告的重要性。
POP起源于美国，第一次世界大战后经济危机导致经济大萧条，昂贵的广告费用成为企业的沉重负担，加上美国大型超市的应运而生，所以人们从价格经济、迅速、灵活性出发，逐步用POP替代其他昂贵的媒体宣传活动。
节假日需要POP，拍卖需要POP，甚至店面布置也需要POP0所以POP的相关书籍也越来越多，POP的短期培训班也随之出现了。
　　随着经济的发展和变化，国际连锁超市向国外扩展业务，POP逐渐传到了亚洲地区：日本、韩国，还有我国的台湾地区都是亚洲HPOP发展较早的地区。
　　POP一词在我国被认为是手绘POP专用名词的时间相对较晚，人们开始运用马克笔制作POP的起步时间也比较晚。
但其实POP这种形式在我国古代就有发展，大家从古装电视剧中看到酒店的酒幌、茶店的茶幌等等其实都是最早的POP广告形式，这些都是直接传达商店或产品特点的POPo　　今天POP已经成为时代的宠儿，它虽然不像电视广告和报纸广告那样具有强劲的冲击力，但却具备成本低廉、更新速度快、变化多、容易制作等特点，因而也是一种不可或缺的广告形式。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com