

Taikan

VIS **BRAND BOOK &
BRAND GUIDELINES**

T a i k a n 品 牌 V I 手 册

编制：

审核：

批准：

使用说明

INSTRUCTIONS

知易行难，企业即使已经确定精准独特的品牌定位，如果没有与之相符的传播就不能在目标群体中形成恰当而完整的联想，杂乱无章的联想只能使品牌沦为空谈。

视觉识别是传播中的关键元素。我们所设计的视觉识别系统旨在确立适合品牌定位的视觉形象，通过全面整体地对视觉识别中的每个元素和常见的不同应用予以明确规范，指导建立统一而独特的品牌形象。

本手册附有完稿电子文件，其中包括品牌标志、辅助图形、文具等设计文件，格式为AIllustrator和JPEG。在设计和制作品牌识别系统时，请务必使用电子文件中的完稿文件。本手册中的图像仅用于解释视觉效果，因此任何情况下请勿加以复制。手册中所有设计中的文字信息内容仅为排版视觉效果参考，不具备正确传达信息的作用。请在实际应用中，根据具体需要进行替换。

The logo for Taikan, featuring the word "Taikan" in a bold, italicized sans-serif font. The letter "T" is red, and the remaining letters "aikan" are black.

A. BASIC ELEMENTS

A.1 品牌标识规范

- A-1.1 标准彩色标志
- A-1.2 标志释义
- A-1.3 标志制图及视觉修正
- A-1.4 标志墨稿反白稿
- A-1.5 标志的最小使用规范
- A-1.6 标志的安全空间

A.2 标准组合规范

- A-2.1 标准组合集合列表
- A-2.2 标准组合集合墨稿
- A-2.3 标准组合集合列表反白稿
- A-2.4 标志与中英文简称左右组合
- A-2.5 标志与中英文简称上下组合

- A-2.6 标志与中英文全称左右组合
- A-2.7 标志与中英文全称上下组合
- A-2.8 标志与英文全称左右组合
- A-2.9 标志与英文全称上下组合
- A-2.10 标识与SLOGAN组合
- A-2.11 标识与集团品牌标识组合
- A-2.12 标识最小使用规范

A.3 色彩规范

- A-3.1 标准色规范（含色阶）
- A-3.2 辅助色彩规范（含色阶）
- A-3.3 特殊工艺色
- A-3.4 色彩配比及品牌色彩占位
- A-3.5 品牌专用色彩搭配表

A.4 辅助图形规范

- A-4.1 辅助图形释义
- A-4.2 辅助图形基本使用形式
- A-4.3 辅助图形使用规范
- A-4.4 辅助图形的应用延展
- A-4.5 辅助底纹制作
- A-4.6 辅助底纹应用延展

A.5 文字规范

- A-5.1 企业专用办公字体（用途与分类）
- A-5.2 企业专用印刷字体（用途与分类）

A.6 图片规范

- A-6.1 图片系统集成展示
- A-6.2 图片风格选取原则
- A-6.3 图片风格处理原则
- A-6.4 图片中标志使用形式

A.7 常见错误预演

- A-7.1 标志的错误应用
- A-7.2 品牌标识的错误应用

标准彩色标志

标志是品牌使用频率最高的视觉符号以及形成品牌视觉形象的核心元素，是品牌形象的象征与精神体现。因此，必须严格按照本手册的相关规范来使用标志。

在一般情况下使用品牌标志，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标志，尽量避免在重绘中出现误差。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

Taikan



CMYK=15/100/100/0

RGB=208/18/27

PANTONE 186 C



CMYK=0/0/0/90

RGB=62/58/57

PANTONE Black 7 C

标志释义

标志是品牌使用频率最高的视觉符号以及形成品牌视觉形象的核心元素，是品牌形象的象征与精神体现。因此，必须严格按照本手册的相关规范来使用标志。

在一般情况下使用品牌标志，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标志，尽量避免在重绘中出现误差。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



标准英文标识设计

标志释义

本标志方案在原标志基础上进行了造型优化设计，具体内涵如下

- 1、标志的英文字母圆润流畅，形体富有美感，流畅的线条富有动感，字母清晰有力。标志符合企业高端智能装备产品的特点，象征企业活力无限，更具有国际化的企业形象。
- 2、标志首写字母与所有字母稍作倾斜的造型方式且第一个字母的变形将一条红线贯穿整个标志，象一列飞速行驶的列车，寓示企业飞速发展之势。
- 3、标志采用稳重雅致、具有冲击的红色作为主色调
- 4、标志现代、简洁、有力，易记易辨，一目了然，符合国际图形的识别共识。

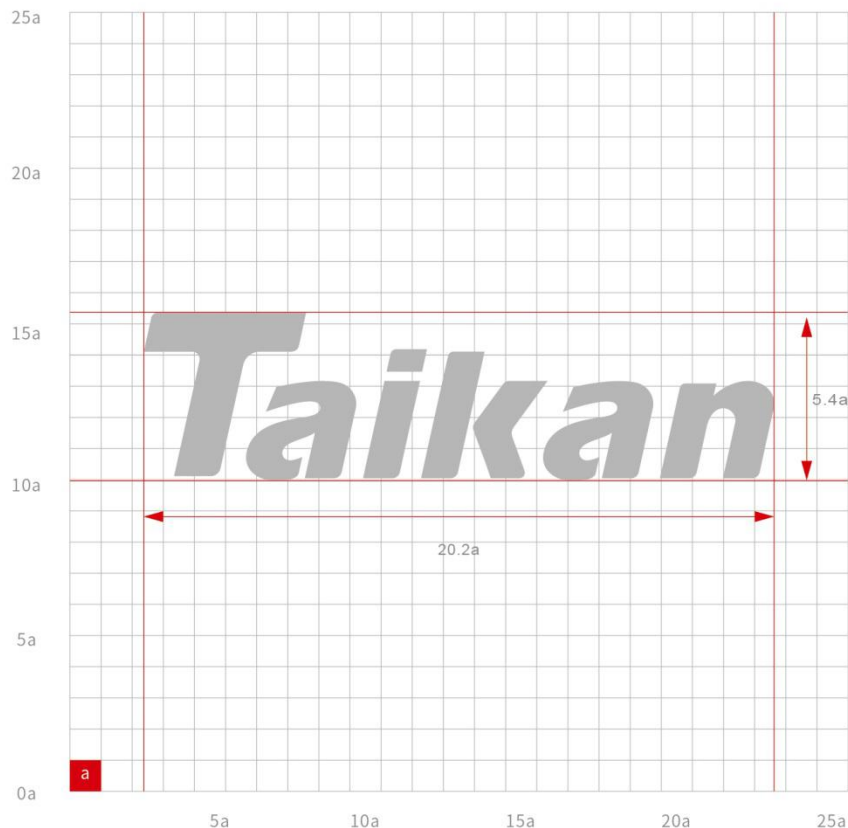
A-1.3

标志制图及视觉修正

经过精密绘制与视觉修正，标志在各种环境和材质应用过程中，能够快速绘制出准确的标识，采用标准制图的方式规范标志的造型比例、结构、空间距离等位置关系。

由于人的视觉偏差，当标志缩放到一定程度时，人们会对标志产生一定的视觉误差，通过对标志的视觉修正以达到企业形象的统一。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



标志修正过程

Taikan

考虑缩小后文字的清晰识别度，对整体粗细进行细微调整，边缘偏移 0.25PX

Taikan

修正后

Taikan

当标志高度 $\leq 5\text{mm}$ 时使用修正标志
当标志高度 $> 5\text{mm}$ 时使用标准标志

Taikan 5mm

A-1.4

标志墨稿反白稿

标志是品牌视觉识别系统的核心元素，可以用阴阳两种形式表现。阴阳两种图形同时又可以有色系统和无色系统来表现。

此页所示为黑白阴阳制图，使用范围主要应用于报纸广告等单色（黑白）印刷范围内，使用时请严格按照此规范进行。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

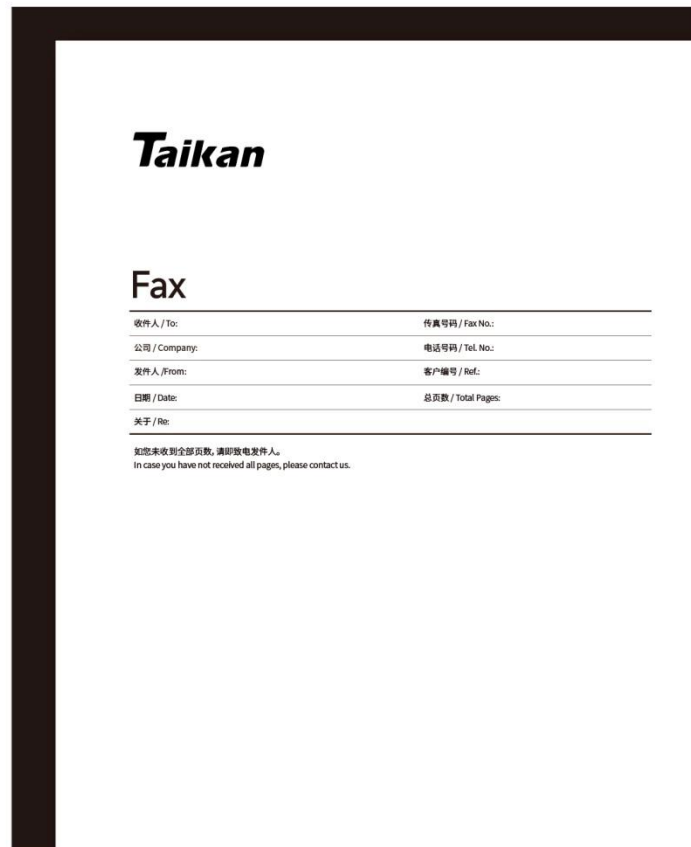
墨稿



反白稿



范例



A-1.5

标志的最小使用规范 (印刷和像素)

标志的大小使用遵循一定规律，才能更好的展示品牌形象，使品牌形象从视觉形象上达到一致性，特殊情况下可以根据实际情况合理使用。需要强调的是不要在小于规定值的尺寸下使用标志。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

印刷 /mm



5mm

Taikan

Taikan

Taikan

Taikan

标志最小尺寸高度 = 5mm

像素 /pt



Taikan

45pt

Taikan 15pt

标志最小像素高度 = 15pt

标志处于 45 像素高度的图，使用时必须注意标志对齐像素。

A-1.6

标志的安全空间

标志的安全空间(标志不可侵入范围)是用来保证标志在应用的清晰度和最好的视觉效果,避免标志与其它元素的位置过于拥挤,比如文字排版和图像等等。如果标志的大小确定,那么相应的最小安全空间也就确定了。

注:A为一个基本计量单位。

注意事项:在一般情况下使用品牌标志,应该尽量使用提供的电子资源文件,避免在重绘中出现误差。



注:

为确保标志的严肃性和识别的准确性,当标志在反白应用时,要将标志做空间隔离处理,在规定范围内禁止任何其他图形或符号出现,以达到保持标志图形完整性的目的。

标志的安全空间为标志高度的四分之一,整体随标志的缩放而改变。

Taikan

In order to effectively protect the visual effect of the logo, sufficient space must be reserved around it as a reserved space, and any text, pattern or other elements are prohibited from being reserved outside the reserved space. In the process of brand promotion, will encounter a variety of carrier environments, such as in the carrier due to conditions can not use the color draft mark. Or in order to make the brand image more rich in expression, we specially set a safe space for the logo to ensure the uniform and accurate dissemination of the logo.



Taikan

In order to effectively protect the visual effect of the logo, sufficient space must be reserved around it as a reserved space, and any text, pattern or other elements are prohibited from being reserved outside the reserved space. In the process of brand promotion, will encounter a variety of carrier environments, such as in the carrier due to conditions can not use the color draft mark. Or in order to make the brand image more rich in expression, we specially set a safe space for the logo to ensure the uniform and accurate dissemination of the logo.



A-2.4

标志与中英文简称 左右组合

标志与标准字体组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，标准字体与企业标志的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



A-2.8

标志与英文全称 左右组合

标志与标准字体组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，标准字体与企业标志的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。



注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

A-2.9

标志与英文全称 上下组合

标志与标准字体组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，标准字体与企业标志的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



A-2.10

标识与SLOGAN组合

标识与slogan组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，slogan与企业标识的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。



注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

A-2.11

标准组合集合列表

标志与标准字体组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，标准字体与企业标志的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

Taikan

Taikan
台群精机

Taikan

HIGH-END INTELLIGENT EQUIPMENT TURNKEY SOLUTION SERVICE PROVIDER

Taikan 台群精机 高端智能装备整体解决方案服务商
HIGH-END INTELLIGENT EQUIPMENT TURNKEY SOLUTION SERVICE PROVIDER

A-2.12

标识最小使用规范 (印刷和像素)

标志与标准字体组合构成企业标识，是企业VIS形象中重要的视觉识别元素，标准字体与企业标志的组合应保持准确的空间比例关系，以确保在运用设计项目中的权威性与识别性，从而使企业最具有代表性的形象得以正确塑造，建立社会公众对企业形象一致的认可。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

印刷 /mm

6mm **Taikan**

标识最小尺寸高度 = 6mm

Taikan

30pt

标志处于 30 像素高度的图，使用时必须注意标志对齐像素。

像素 /pt

Taikan

Taikan 18pt

标志最小像素高度 = 18pt

A-3.1

标准色规范 (含色阶)

为使品牌形象统一而富有变化,体现品牌企业文化的丰富内涵,国际化的发展需要,作为品牌形象,标识是品牌视觉识别系统的核心元素,是品牌最为重要和最为明显的象征。因此标识色彩的统一、准确、完整尤为重要。

在应用标识时,标准色值如图所示,标识颜色均已标准化,不得更改,请严格遵照执行。

注:同一色彩在不同的光线、不同的材质上也有一定的视觉误差,所以要以本手册的色彩样本为基准,并在晴天室内自然光线充足的条件下观看。

注意事项:在一般情况下使用品牌标志,应该尽量使用提供的电子资源文件,避免在重绘中出现误差。

CMYK=15/100/100/0
RGB=208/18/27
PANTONE 186 C

80%

60%

40%

20%

CMYK=0/0/0/90
RGB=62/58/57
PANTONE Black 7 C

80%

60%

40%

20%

A-3.2

辅助色彩规范 (含色阶)

辅助色是为辅助品牌标识的延伸运用，弥补标准色在各不同场合发挥良好视觉效果而设定，实际应用严格参照色值执行。

注：同一色彩在不同的光线、不同的材质上也有一定的视觉误差，所以要以本手册的色彩样本为基准，并在晴天室内自然光线充足的条件下观看。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



A-3.3

特殊工艺色

为使企业形象统一而富有变化，特规范特殊印刷工艺色进行配合使用。在特殊背景、特殊材质或特定要求下，标志、标准字可印烫金银。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

● 辅助色：专金

CMYK=25/35/60/0
RGB=201/169/111
PANTONE 466 C

90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



● 辅助色：专银

CMYK=0/0/0/30
RGB=201/201/202
PANTONE Cool Gray 4C

90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



A-3.4

色彩配比及 品牌色彩占位

色彩配比及色彩占位是象征企业精神及企业文化的重要因素，透过视觉传达产生强烈印象达到色彩在视觉识别中的作用，色彩的应用在设计及使用环节会受到许多因素的影响，为避免因颜色的偏差而影响标志的视觉效果，色彩应用得以本规范为准则。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

30%

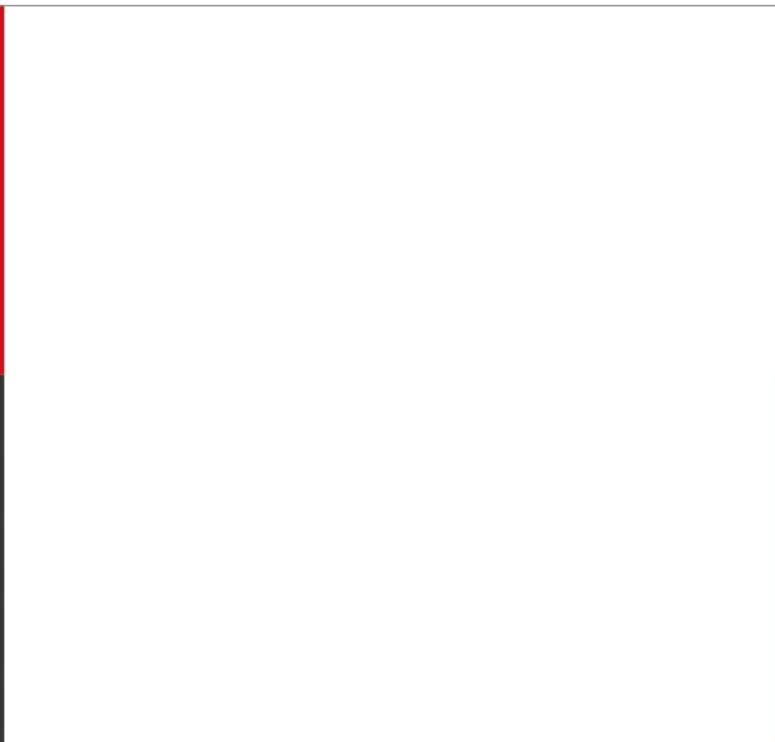
标准色



主辅色在企业视觉形象传播中的使用规范。
注：此规范作为常规的搭配形式，后续具体的落地需要根据使用场景进行合理的选择。

50%

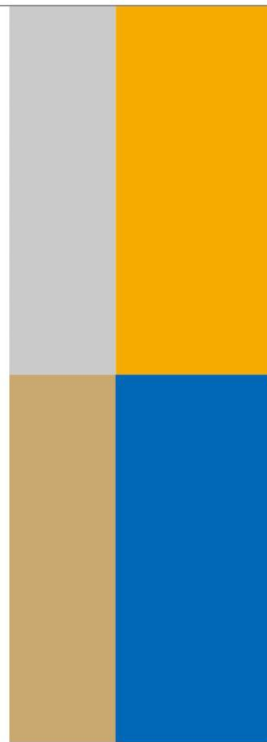
留白



品牌主色是品牌识别最重要的元素之一，常用于标志及品牌层面的元素，来支持品牌的视觉识别系统。

20%

辅助色



白色可作为大面积使用的颜色，有效的包容品牌颜色，为主辅色的识别提供了足够的空间。多彩的辅助色系可作为辅助色来支持整个视觉系统。

A-3.5

品牌专用色彩搭配表

为使品牌形象统一，考虑到标志在实际应用过程中的表现形式，特列举各种颜色版本的标志在各种颜色上的色彩搭配应用方法。标志在与各种色彩搭配应用时，应注意色彩的对比关系及明度反差关系，色相相近时，应加强色相区别；明度相近时，加强明度反差。

注：⊗表示禁止使用。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

	标准色		主辅助色		专色	
标准色稿						
标准墨稿						
标准反白稿						
标准专金						
标准专银						

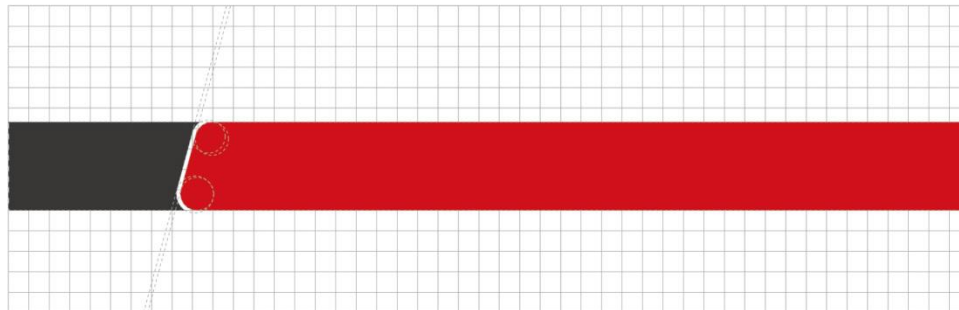
辅助图形基本使用形式

辅助图形是辅助标识形象和企业理念进行视觉上的传达，在实际应用中能起到丰富视觉效果，统一视觉形象的双重作用。

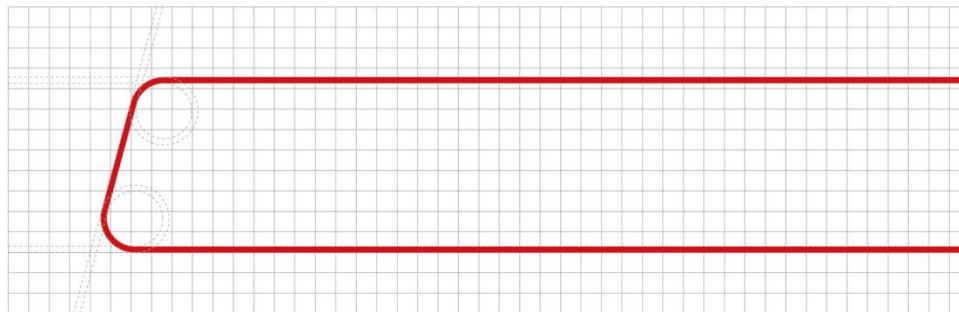
注：辅助图形在一般情况下应用保持其常规形态，包括固定的图形结构、比例、颜色等。在某些特殊情况应用时可根据应用规范进行延展及适当调整。

辅助图形建议在大部分物料上使用但不强制。辅助图形亦可根据需要使用可行的特殊工艺。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



基本使用形式一



基本使用形式二

A-4.3

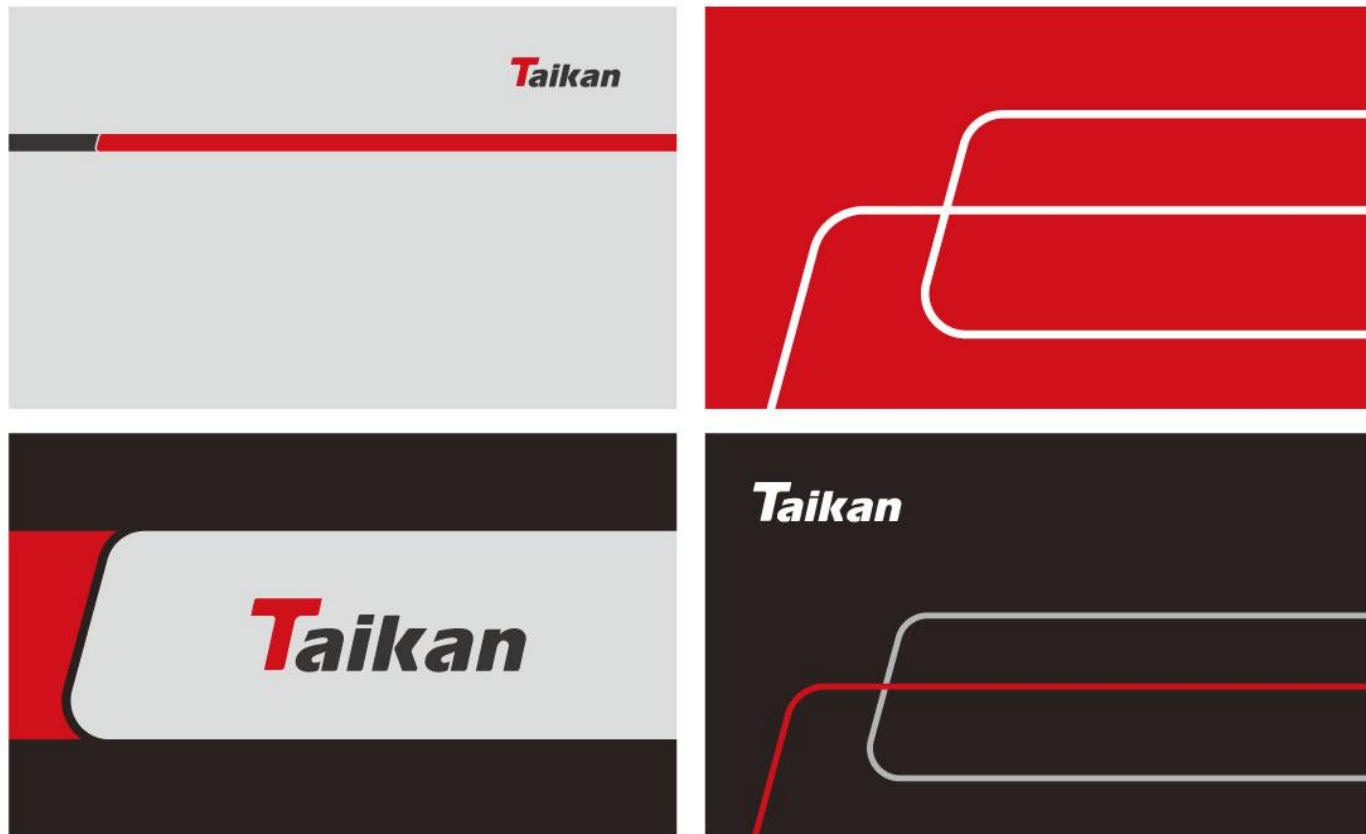
辅助图形使用规范

辅助图形是辅助标识形象和企业理念进行视觉上的传达，在实际应用中能起到丰富视觉效果，统一视觉形象的双重作用。

注：辅助图形在一般情况下应用保持其常规形态，包括固定的图形结构、比例、颜色等。在某些特殊情况应用时可根据应用规范进行延展及适当调整。

辅助图形建议在大部分物料上使用但不强制。辅助图形亦可根据需要使用可行的特殊工艺。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



A-4.5

辅助底纹制作

辅助底纹是辅助标识形象和企业理念进行视觉上的传达，在实际应用中能起到丰富视觉效果，统一视觉形象的双重作用。

注：辅助底纹在一般情况下应用保持其常规形态，包括固定的图形结构、比例、颜色等。在某些特殊情况应用时可根据应用规范进行延展及适当调整。

辅助底纹建议在大部分物料上使用但不强制。辅助底纹亦可根据需要使用可行的特殊工艺。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



A-4.6

辅助底纹应用延展

辅助底纹是辅助标识形象和企业理念进行视觉上的传达，在实际应用中能起到丰富视觉效果，统一视觉形象的双重作用。

注：辅助底纹在一般情况下应用保持其常规形态，包括固定的图形结构、比例、颜色等。在某些特殊情况应用时可根据应用规范进行延展及适当调整。

辅助底纹建议在大部分物料上使用但不强制。辅助底纹亦可根据需要使用可行的特殊工艺。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



标志辅助底纹的形式下使用 明度100%-30%灵活选择

A-5.1

企业专用办公字体

为了使视觉形象更加统一，所有传媒所用文字均应选用以下规定的字体，字体允许向右倾斜15度；允许长体、扁体90%-100%，特殊情况（如节日，庆典设计）例外。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

思源黑体 Regular/Medium/Bold(适用于各类办公文件文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

宋体简体(适用于各种信函、文件内文文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

楷体简体(适用于各种信函、文件内文文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

MiSans Regular/Medium/Bold(适用于各类办公文件文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ
1234567890

Arial Regular(适用于各种信函、文件内文文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ
1234567890

Times New Roman(适用于各种信函、文件内文文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZ
1234567890

A-5.2

企业专用印刷字体

为了使视觉形象更加统一，所有传媒所用文字均应选用以下规定的字体，字体允许向右倾斜15度；允许长体、扁体90%-100%，特殊情况（如节日、庆典设计）例外。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

思源黑体 Bold(适用于标题文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

思源黑体 Regular(适用于各类宣传内文、地址、宣传文案等小型文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

思源黑体 Light(适用于各类宣传内文、地址、宣传文案等小型文字)

Taikan
专用中文办公字体
一二三四五六七八九十

MiSans Bold(适用于标题文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZ
1234567890

MiSans Regular(适用于各种内文文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZ
1234567890

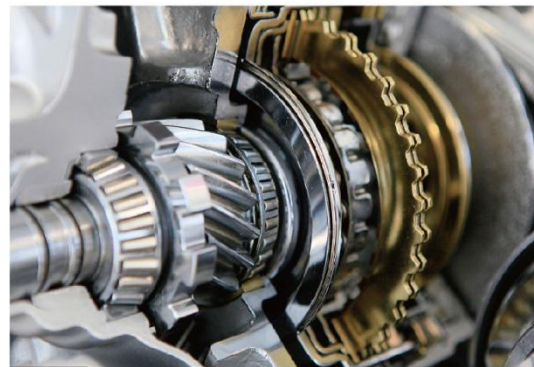
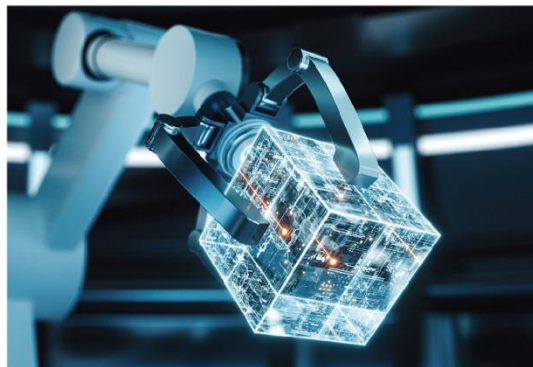
MiSans Light(适用于各种内文文字)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZ
1234567890

A-6.1

图片系统集合展示

企业图片是品牌形象强有力的表现方式，适合企业形象的图片有利于强化品牌特性，提升品牌形象，选择或者拍摄品牌图片时，要符合品牌的识别风格与视觉气质，凸显品牌的国家话与代表华，大气与时尚的品牌定位。



注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

图片选取时，务必注意图片是否反映了其价值观，是否符合企业的气质需求，图片选择要以塑造统一鲜明的文化内涵为核心出发点。

注：本页图片如有版权需要，请另需购买。

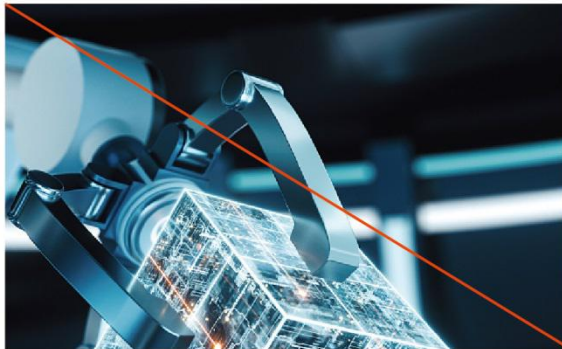
A-6.2

图片风格选取原则

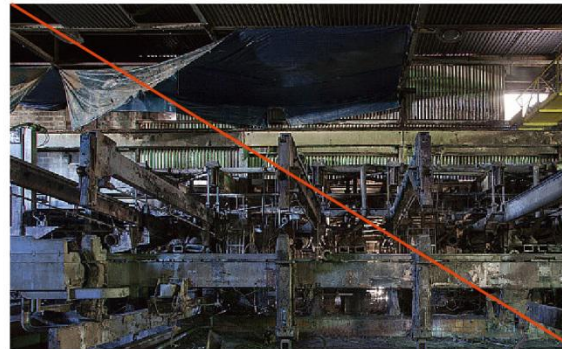
企业图片是品牌形象强有力的表现方式，适合企业形象的图片有利于强化品牌特性，提升品牌形象，选择或者拍着品牌图片时，要符合品牌的识别风格与视觉气质，凸显品牌的国家话与代表华，大气与时尚的品牌定位。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

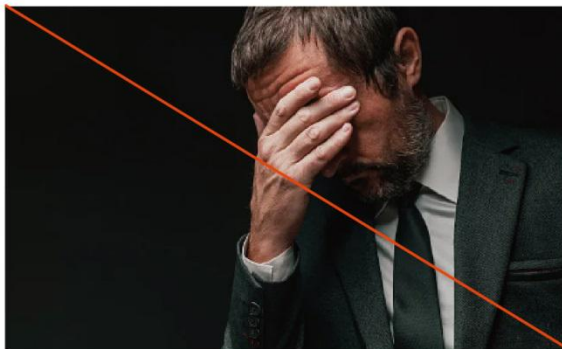
避免构图不合理的图片



避免过于杂乱的图片



避免过于消极的图片



避免与企业调性不相符的图片



图片风格处理原则

企业图片是品牌形象强有力的表现方式，适合企业形象的图片有利于强化品牌特性，提升品牌形象，选择或者拍着品牌图片时，要符合品牌的识别风格与视觉气质，凸显品牌的国家话与代表华，大气与时尚的品牌定位。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

图片的裁切

恰当的使用裁切手法，突出表现主题与传达思想感情。

图片的内涵

尽量选择现代且具有品质、弘扬精神内涵的图片，或至少保证图片符合企业正面形象的宣传图片。

图片的色彩

优先选择与企业标准色相近或相协调的色彩主色调图片，避免选用与企业色彩同时出现时产生视觉冲突的色彩图片。



色彩与环境处理前



色彩与环境处理后



主题视角处理前



主题视角处理后

A-6.4

图片中标志使用形式

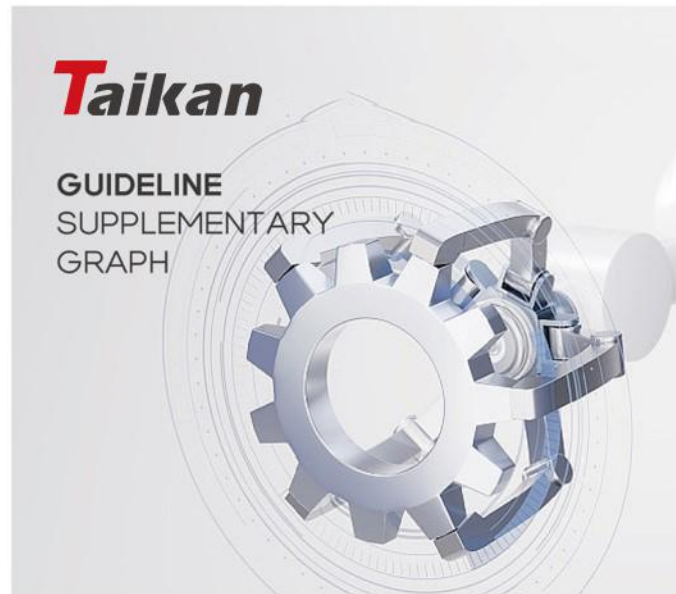
企业图片是品牌形象强有力的表现方式，适合企业形象的图片有利于强化品牌特性，提升品牌形象，选择或者拍着品牌图片时，要符合品牌的识别风格与视觉气质，凸显品牌的国家话与代表华，大气与时尚的品牌定位。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

深色图片背景下：
使用反白标志



浅色图片背景下：
使用标准彩色标志



A-7.1

标志的错误应用

为了确保正确地呈现品牌标志，切记不要随意更改或者摆放标志中的任何元素。使用标志时请运用指定的颜色。

右图的示例展现了一些我们在使用中的常见错误应用方式。



禁止随意压扁与拉伸标志形态；



禁止对标志进行羽化模糊处理；



禁止对标志进行像素化等特殊效果处理；



禁止随意添加投影效果；



禁止随意将图片置入LOGO作为效果使用；



禁止对标志进行描边效果处理；

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。

品牌标识的错误应用

为了确保正确地呈现品牌标志，切记不要随意更改或者摆放标志中的任何元素。使用标志时请运用指定的颜色。

右图的示例展现了一些我们在使用中的常见错误应用方式。

注意事项：在一般情况下使用品牌标志，应该尽量使用提供的电子资源文件，避免在重绘中出现误差。



禁止随意对标志进行压扁使用；



禁止随意对标志进行拉伸使用；



禁止使用不规范的全称组合形式；



禁止改变标志的标准色彩；



禁止随意添加投影效果；

B. APPLICATION PART

B.1 行政办公系统

- B-1.1 名片
- B-1.2 信纸
- B-1.3 便签
- B-1.4 文件封套
- B-1.5 公文袋
- B-1.6 合同
- B-1.7 写字笔、笔记本
- B-1.8 报价单
- B-1.9 投标书

B.2 多媒体办公系统

- B-2.1 WORD 标准样式
- B-2.2 excel 标准样式
- B-2.3 PPT 模版
- B-2.4 电子邮件格式
- B-2.5 电脑、平板、手机桌面

B.3 会务系统

- B-3.1 会议证件
- B-3.2 请柬
- B-3.3 易拉宝 / X 展架
- B-3.4 会议水牌
- B-3.5 会议桌牌

B.4 媒体宣传系统

- B-4.1 广告信息视觉层级梳理
- B-4.2 品牌主题画面风格
- B-4.3 产品主题画面风格
- B-4.4 新品发布会主题背景画面风格
- B-4.5 户外广告画面风格示意
- B-4.6 产品画册
- B-4.7 海报规范

B.5 产品标识系统

- B-5.1 产品机身标识
- B-5.2 产品外观、配色

B.6 线上媒介系统

- B-6.1 官微标识规范
- B-6.2 二维码样式
- B-6.3 网页广告

B-1.1

名片是企业对内、对外交换信息的最重要的工具之一，它同时也代表了企业的精神风貌，展现形象。制作名片时，为了更好地统一视觉形象，应严格按照以下规定执行。

制作工艺

材质:300g铜版纸过哑膜

规格:90mmx55mm

工艺:胶版印刷logo烫红金

色彩:根据标准色、辅助色应用

字体

正文:思源黑体 CN Regular

姓名:思源黑体 CN Medium

公司全称:思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.2

信纸

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质:80g胶版纸或其他特殊纸

规格:210mmX297mm

色彩:按规定标准色、辅助色应用

工艺:专色印刷、四色印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.3

便签

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：60g胶版纸或特种纸

规格：85mm x 85mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：胶版印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.4

文件封套

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质:300g铜版纸覆亚膜或其它纸张

规格:220mmx305mm

色彩:按规定标准色、辅助色应用

工艺:专色印刷、四色印刷

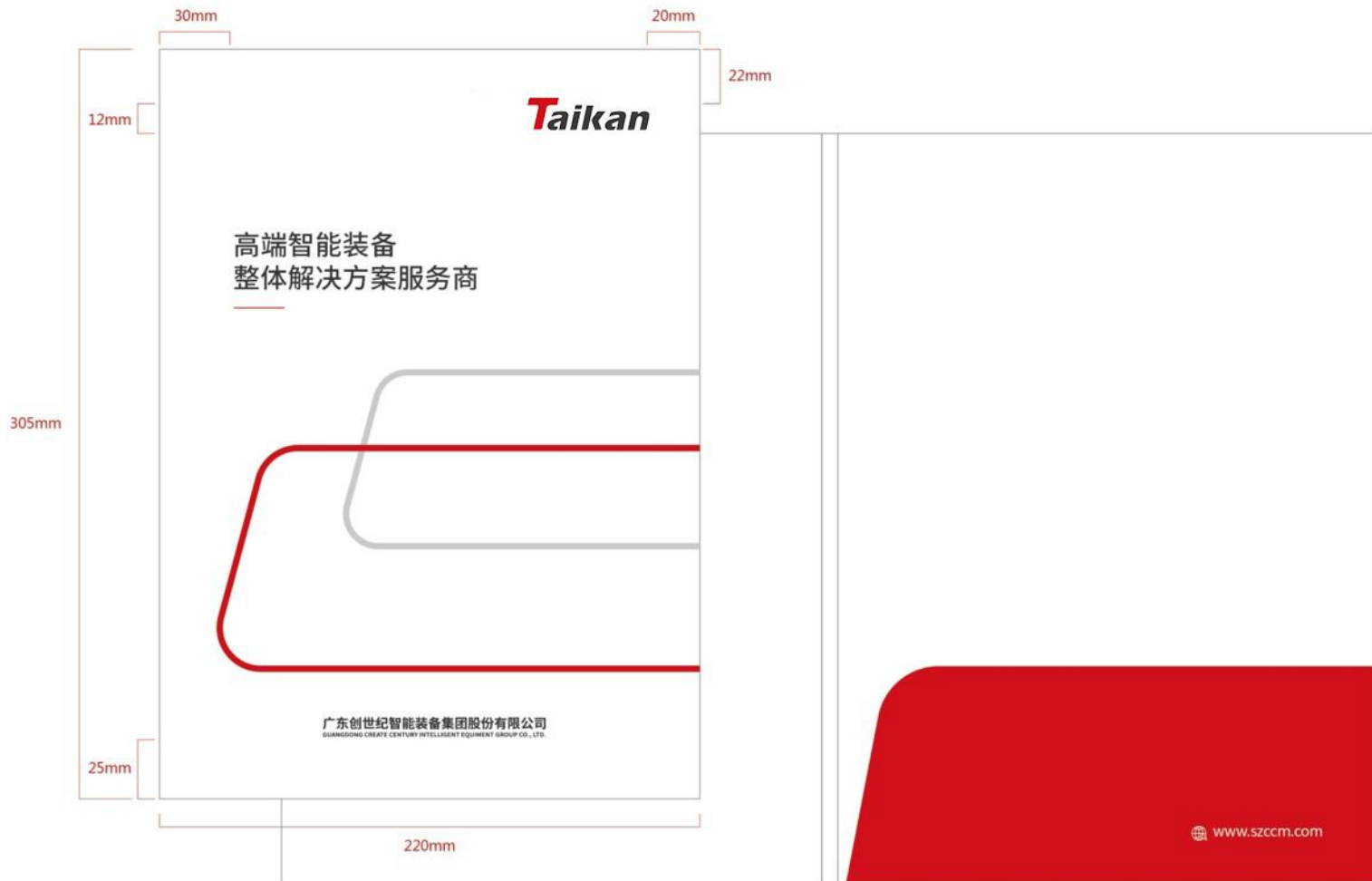
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.5

公文袋

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

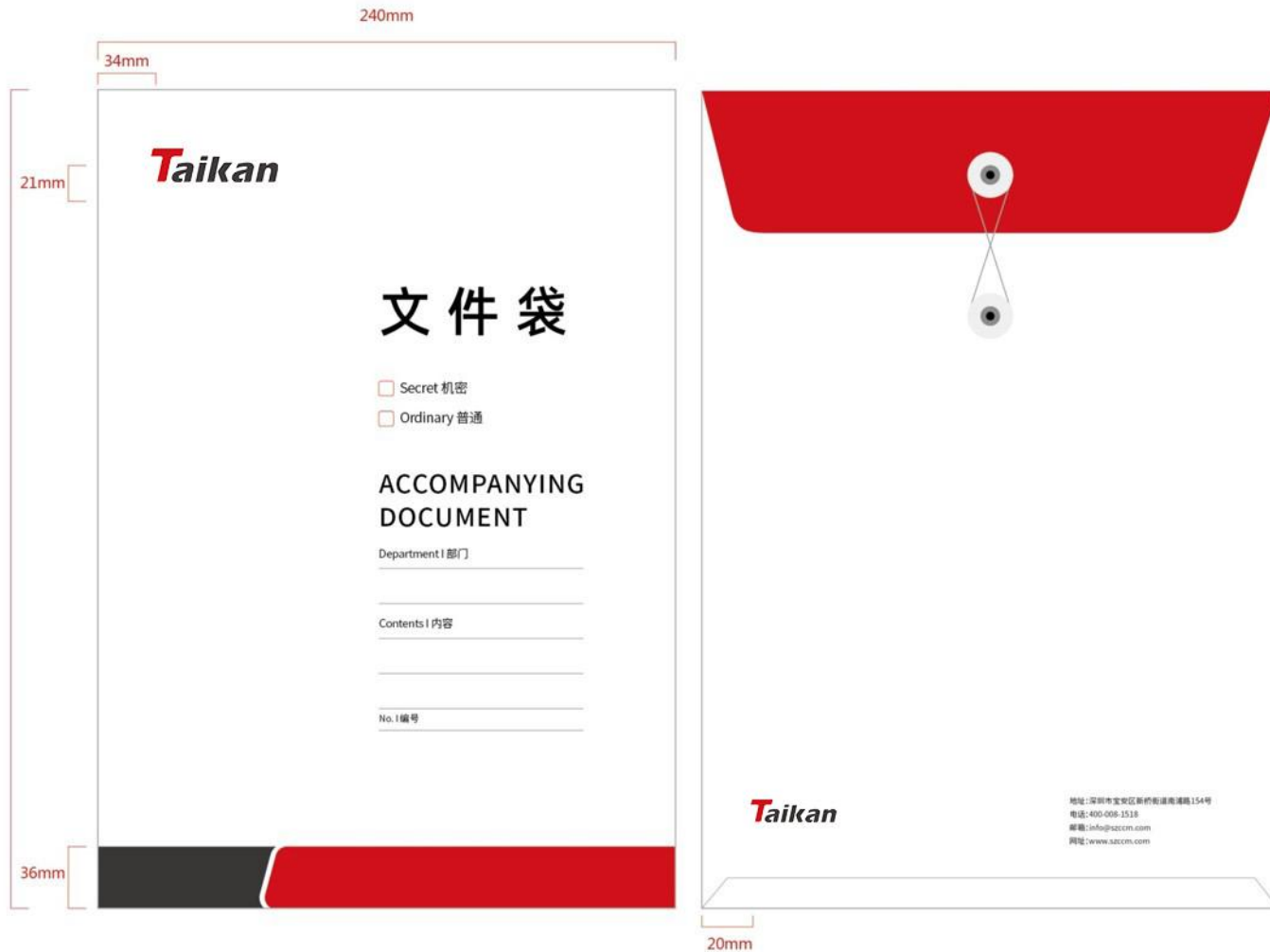
制作工艺

材质：300g铜版纸、牛皮纸
规格：240mm x 340mm x 40mm
色彩：按规定标准色、辅助色应用
工艺：胶版印刷

字体

思源黑体 CN Regular
思源黑体 CN Medium
思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.6

合同

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：200g铜版纸覆膜或其他纸张

规格：210mm x 297mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.7

报价单

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：200g铜版纸覆膜或其他纸张

规格：210mm x 297mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.8

投标书

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：200g铜版纸覆膜或其他纸张

规格：210mm x 297mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-1.9

写字笔、笔记本

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：皮质材质或其他

规格：自拟

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：印刷、烫金、烫银、压印

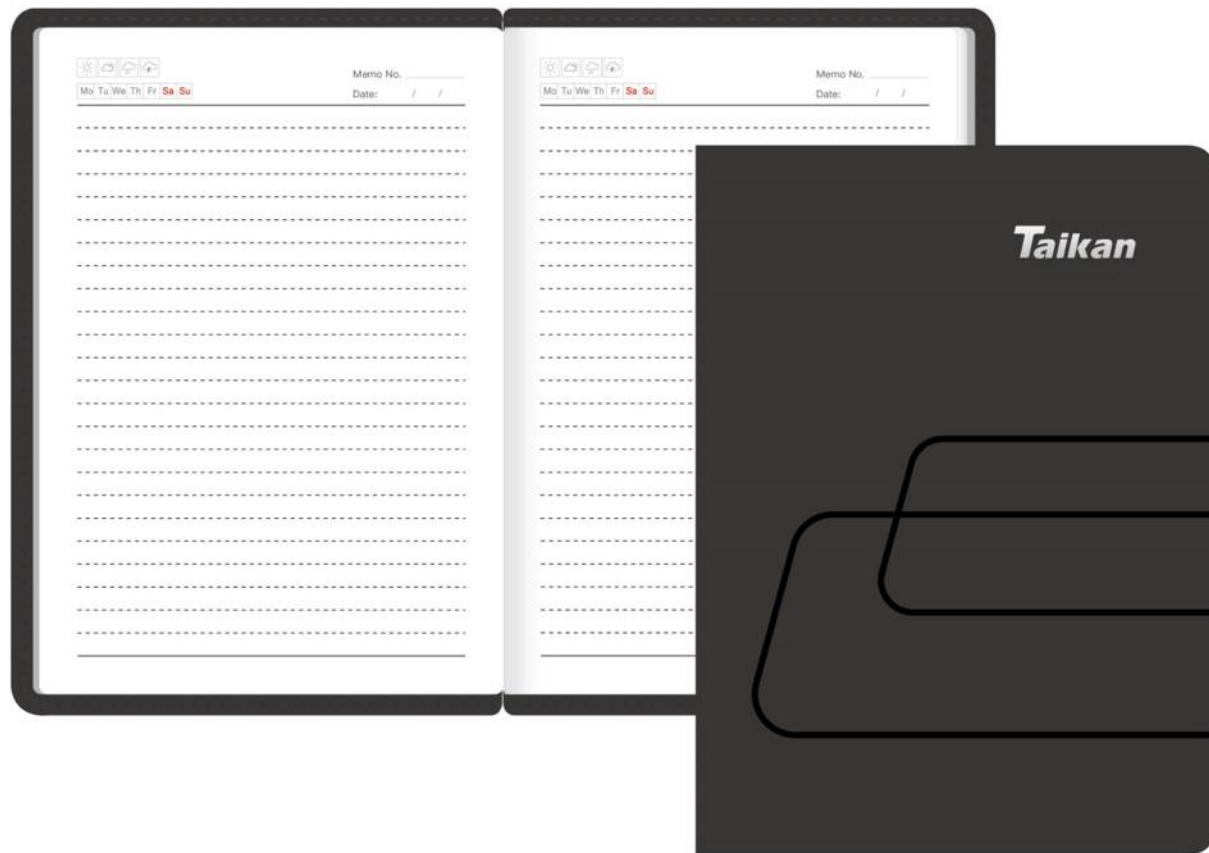
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-2.1

WORD标准样式

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：普通A4纸

规格：210mmx297mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：普通打印

字体

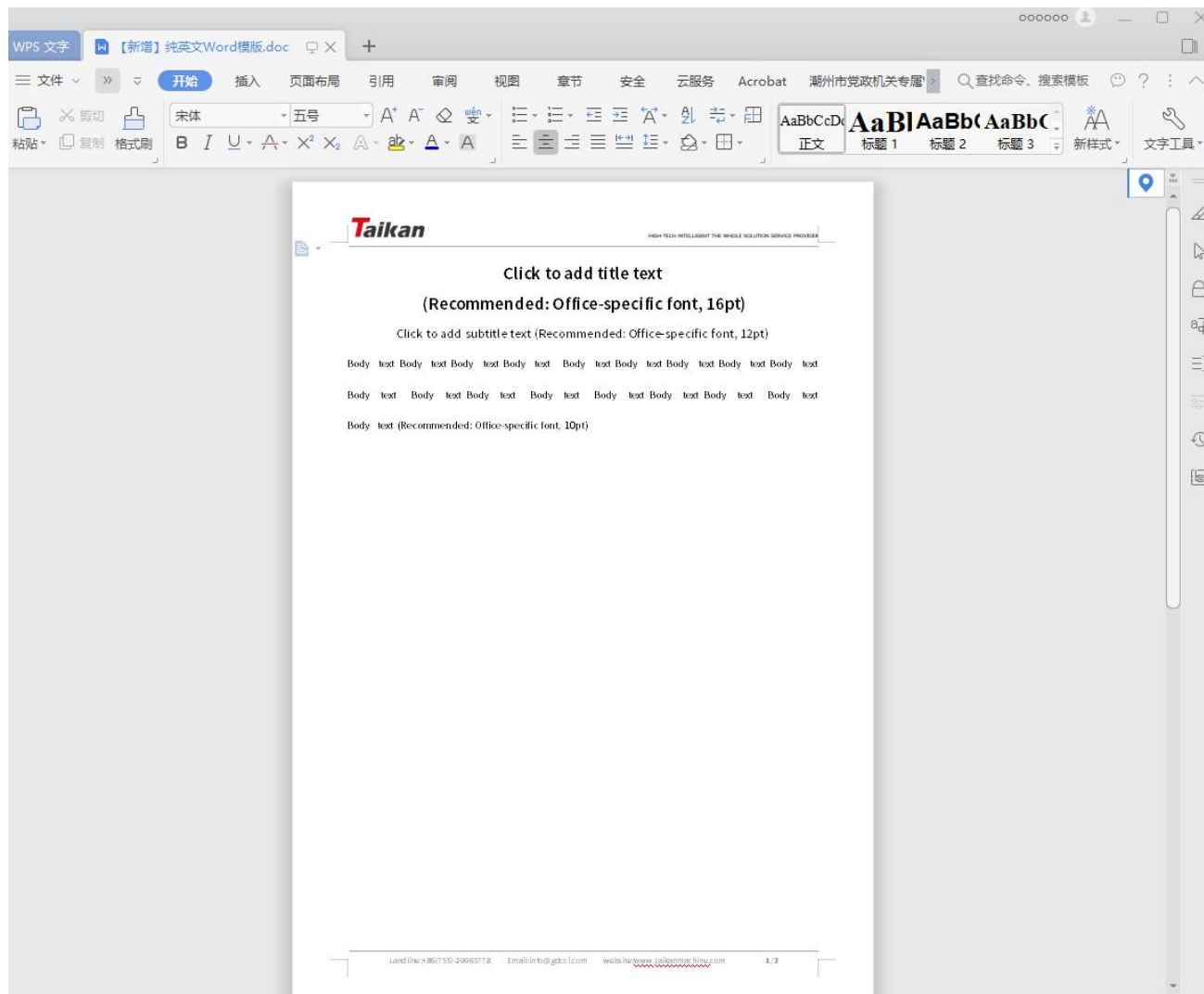
思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

字体也可使用电脑系统自带相似字体

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-2.2

excel标准样式

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：普通A4纸

规格：210mmx297mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：普通打印

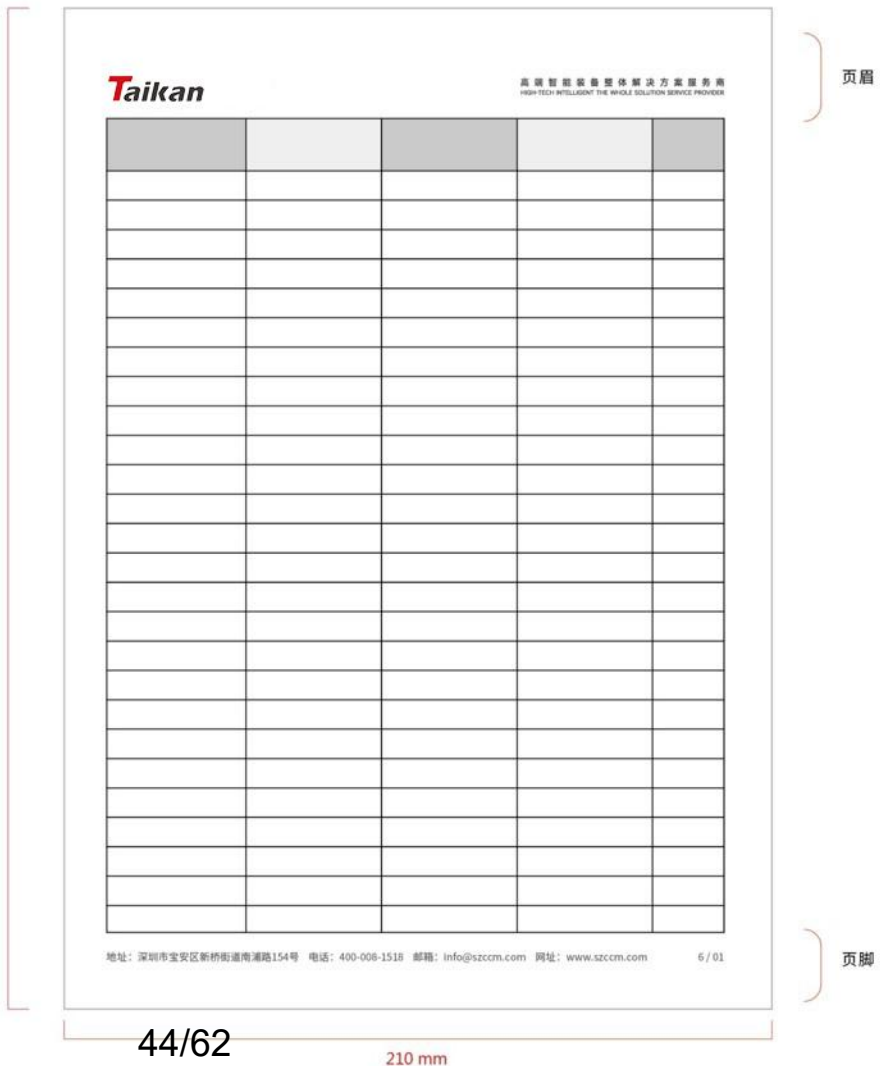
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-2.3

PPT模版

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：电子版

规格：16:9

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：普通打印

字体

封面封底

一级标题思源黑体 CN Bold 44号

二级副标题思源黑体 CN Medium 20号

小字介绍思源黑体 CN Regular 16号

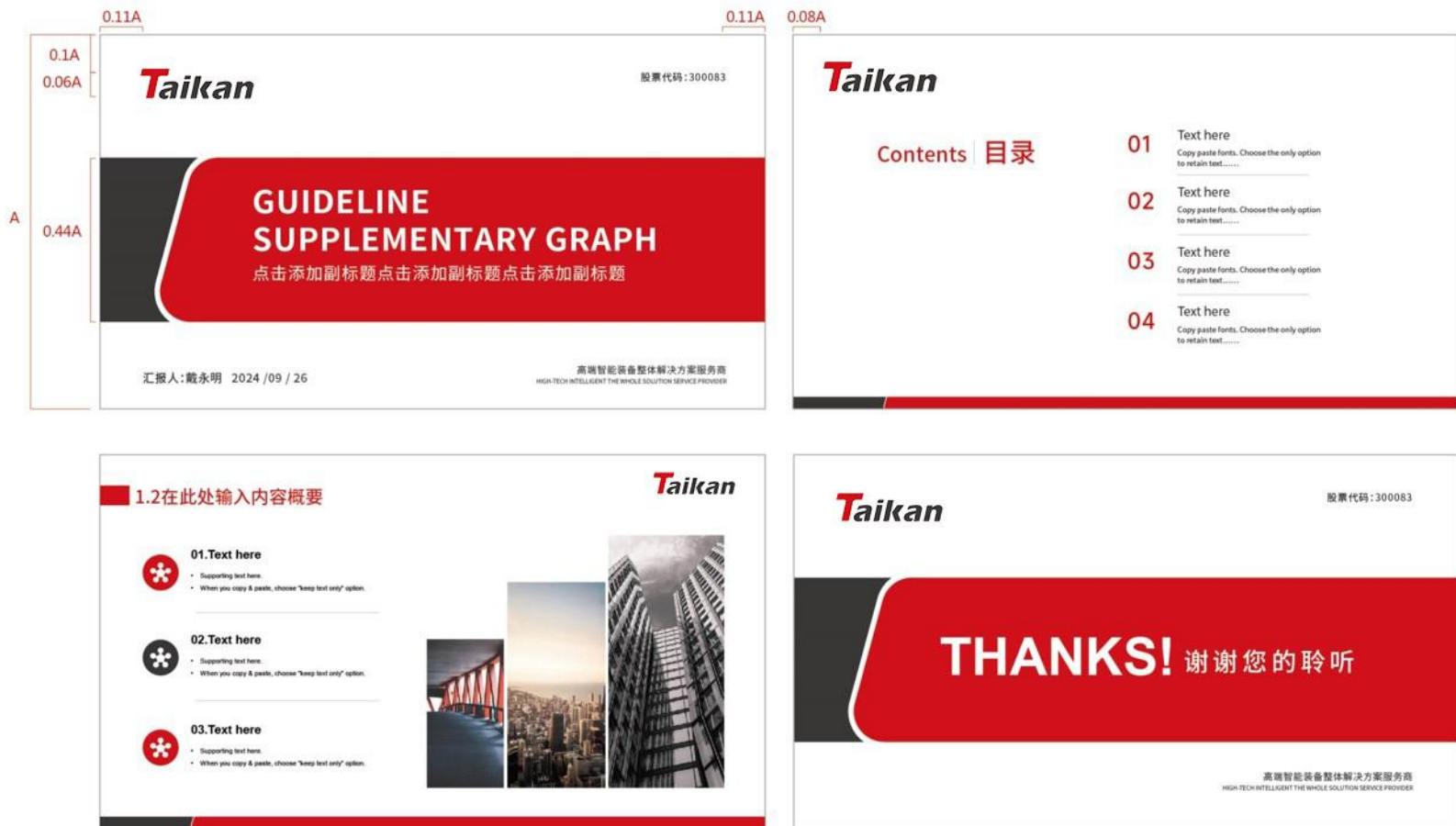
内文

标题思源黑体 CN Medium 20号

小字介绍思源黑体 CN Regular 14号

字体也可使用电脑系统自带相似字体

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-2.4

电子邮件格式

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

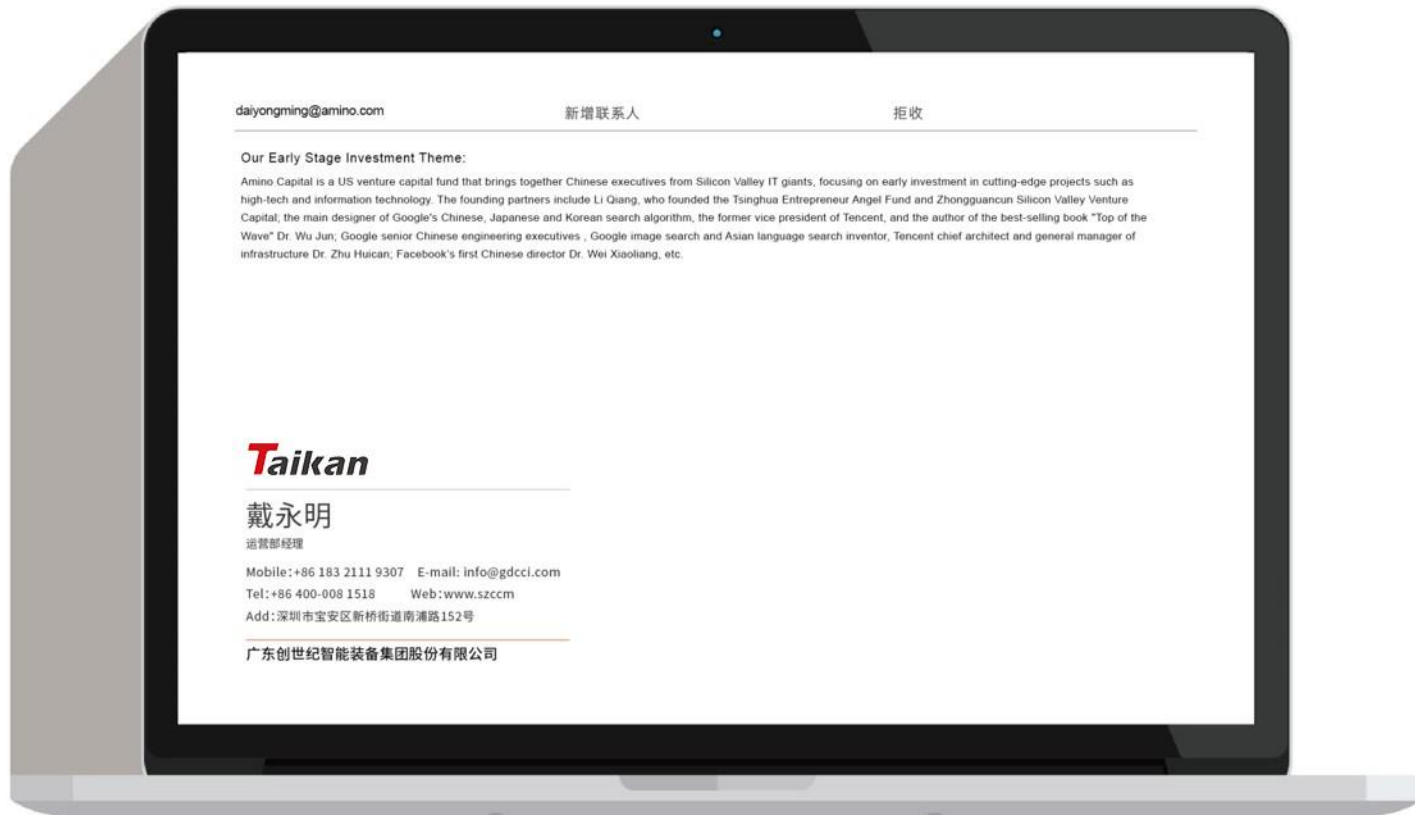
材质：电子版

规格：屏幕自适应

色彩：按规定标准色、辅助色应用

字体也可使用电脑系统自带相似字体

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



电子邮件格式

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

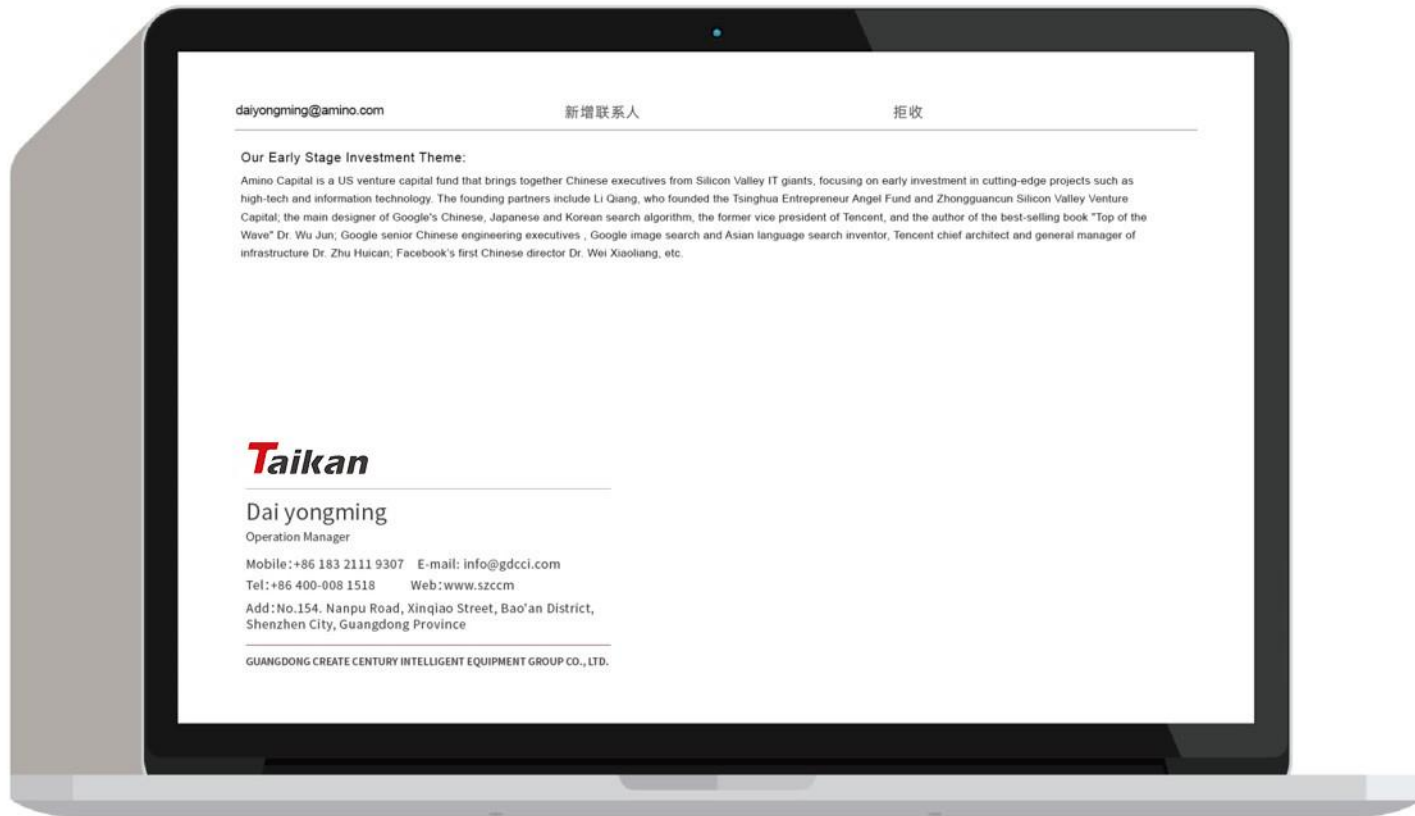
材质：电子版

规格：屏幕自适应

色彩：按规定标准色、辅助色应用

字体也可使用电脑系统自带相似字体

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-2.5

电脑/平板/手机桌面

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：电子版

规格：屏幕自适应

色彩：按规定标准色、辅助色应用



注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。

- ① 可根据适用于品牌气质的品牌色彩进行设计搭配做为桌面屏保效果使用
- ② 可根据企业行业属性进行优质的图片选择做为桌面使用

B-3.1

会议证件

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

卡套尺寸：110mm x 68.5mm

内芯尺寸：86 mm x 54mm

颜色：按规定标准色、辅助色应用

材质：PVC(厚度0.76mm)

工艺：丝网印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



卡套尺寸：110mm x 68.5mm
内芯尺寸：86 mm x 54mm

B-3.2

请柬

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：300g特种纸

规格：210mmx220mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷 烫金

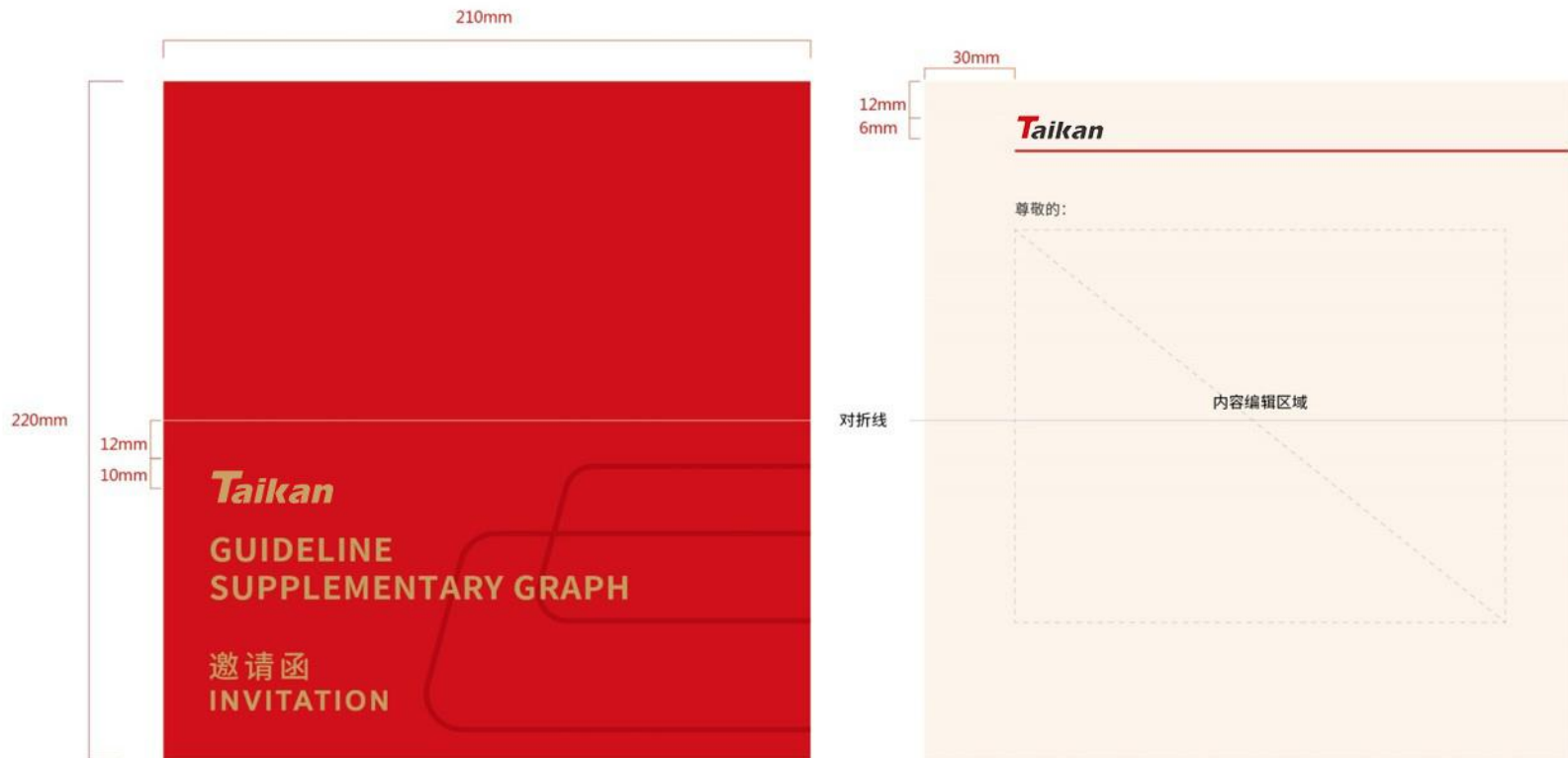
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-3.3

易拉宝/X展架

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：写真纸

规格：80cmx200cm 100cmx200cm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷 写真

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



示例规范

注 把握主体元素，内容可自由添加，以达到最佳视觉效果为准则。

B-3.4

会议水牌

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：铜版纸或特种纸

规格：根据实际情况而定

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷

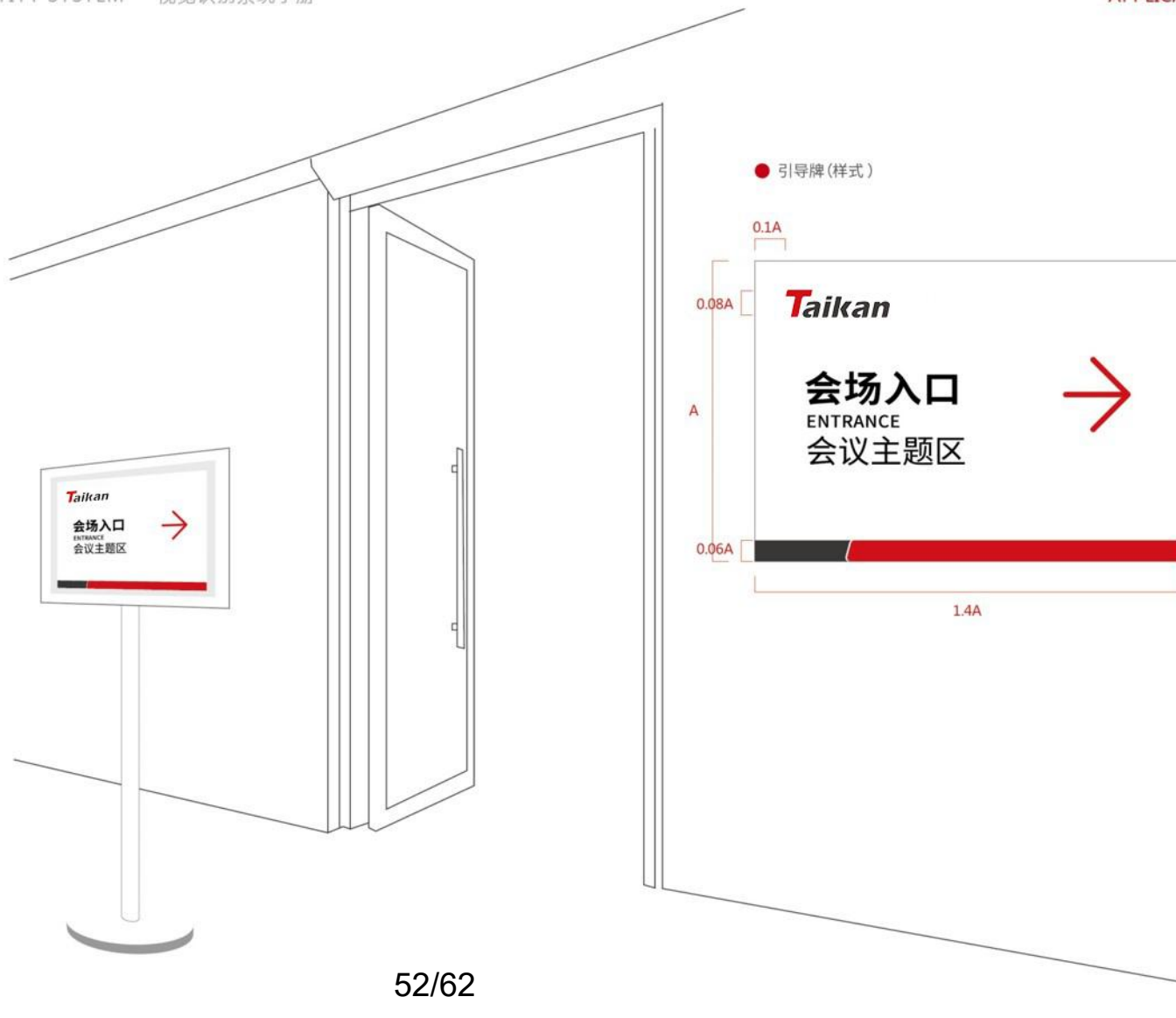
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-3.5

会议桌牌

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：250g以上铜版纸或特种纸

规格：110mmx200mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：数码打印

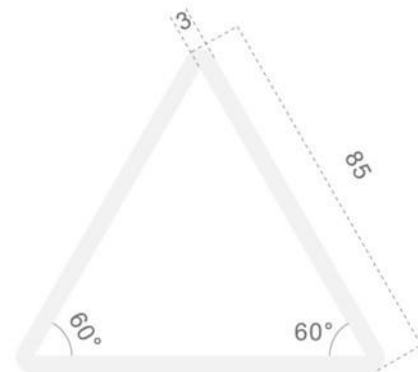
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



侧面结构图

B-4.1

广告信息视觉层级梳理

广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。

<p>第一层级：品牌 LOGO</p>	
<p>第二层级：广告语 标题 辅助图形 广告画面</p>	<p>广告语或广告标题</p> <p>辅助图形</p>  
<p>第三层级：强制信息 电话 地址 网址</p>	<p>广东创世纪智能装备集团股份有限公司</p> <p>地址：深圳市宝安区新桥街道南浦路154号</p> <p>电话：400-008-1518</p> <p>邮箱：info@szccm.com</p> <p>网址：www.szccm.com</p> 

B-4.2

品牌主题画面风格

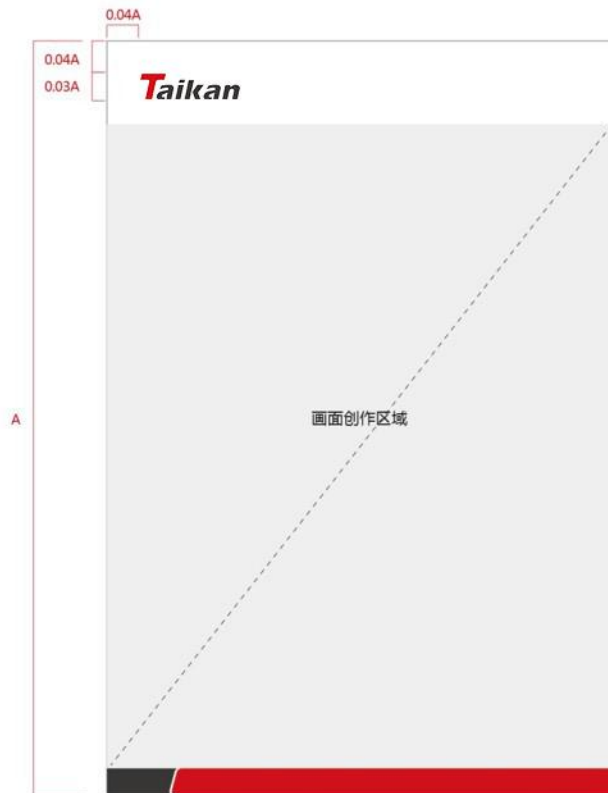
广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

字体

思源黑体 CN Regular
思源黑体 CN Medium
思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用时可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注:此示意主要体现辅助图形的使用形式及画面层级关系,实际应用时,可根据内容及尺寸来调整各区域的大小比例。

B-4.3

产品主题画面风格

广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

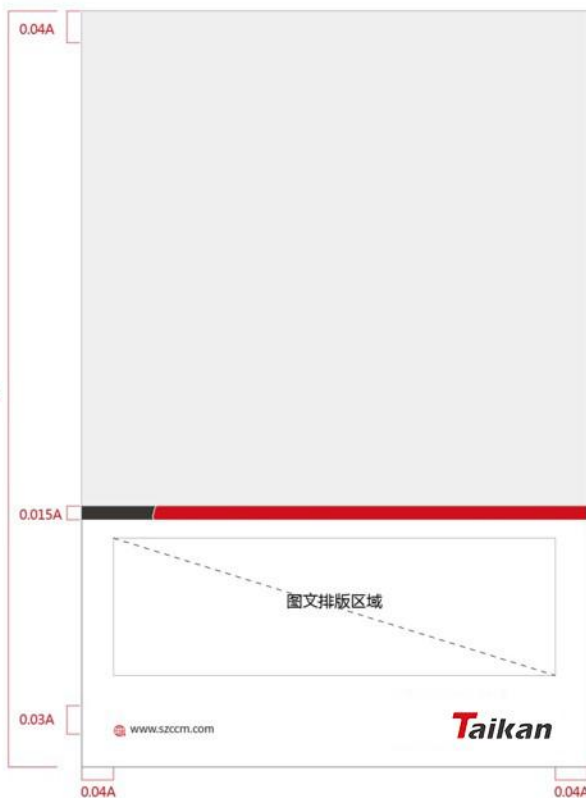
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注：此示意主要体现辅助图形的使用形式及画面层级关系，实际应用时，可根据内容及尺寸来调整各区域的大小比例。



B-4.4

新品发布会主题背景画面风格

广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注：此图仅为信息层级关系示意图，背景图画面应根据主题再行设计。

B-4.5

户外广告画面风格 示意

广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

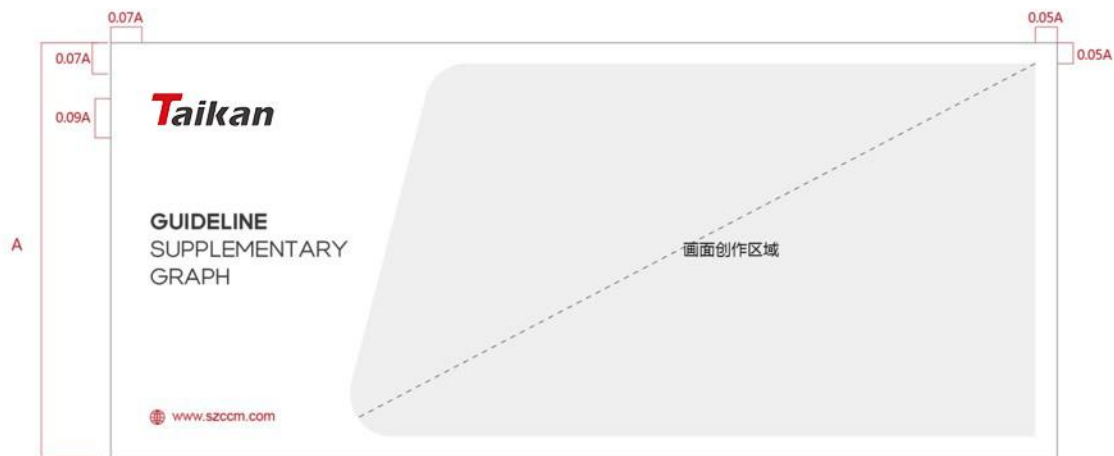
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注:此示意主要体现辅助图形的使用形式及画面层级关系,实际应用时,可根据内容及尺寸来调整各区域的大小比例。

B-4.6

产品画册

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：铜版纸或特种纸

规格：210mmx285mm

色彩：按规定标准色、辅助色应用

工艺：四色印刷

字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



B-4.7

海报规范

广告是企业对外宣传的重要媒介之一，应用时应根据本手册规范严格执行。广告要求醒目、简洁。

广告画面需要选择与企业精神风貌、文化气质相符的图片进行宣传，保证画面设计美观、有益于提升企业品牌形象。

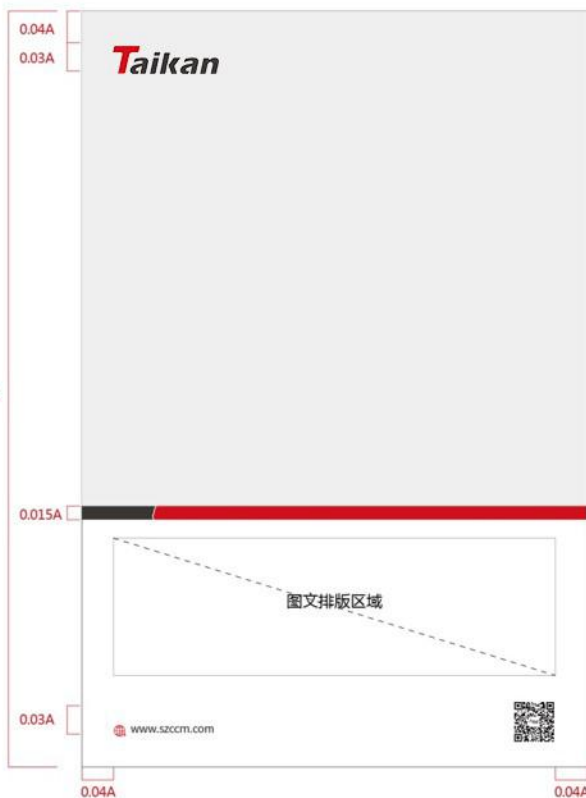
字体

思源黑体 CN Regular

思源黑体 CN Medium

思源黑体 CN Bold

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注：此示意主要体现辅助图形的使用形式及画面层级关系，实际应用时，可根据内容及尺寸来调整各区域的大小比例。



B-6.3

网页广告

为塑造企业新形象，加强内部管理，配合企业商务礼仪规范，特设计各种办公系统用品，以便于办公管理，适用各种商务活动的需要。

制作工艺

材质：电子版

规格：屏幕自适应

色彩：按规定标准色、辅助色应用

注意事项：此比例为常规数值，各载体比例有所不同，实际应用中可做适当调整。部分信息为虚拟信息，请按实际情况更改。



注：图片和文案为示例。落地时需替换可商用图片和文案

THANKS