

上海国投公司

品牌视觉形象规范手册

BRAND VISUAL IDENTITY GUIDELINES



前言

FOREWORD

上海国投公司品牌视觉形象规范手册，通过严格标准化的语言和系统化的视觉符号，将上海国有资本投资有限公司的愿景理念、行为和功能传递给客户、公众、合作伙伴、企业员工，从而树立起统一的品牌形象，强化上海国投品牌形象的识别和认知，具有突出上海国投品牌服务的功能，起到强化品牌形象的作用。

上海国投品牌视觉形象规范手册共分为三部分：

1.总述：

包括前言、目录等。

2.A基础系统：

视觉识别系统的基本要素系统。

包括标识规范、色彩规范、辅助图形规范、专用字体、标准组合规范、错误应用等。

3.B应用系统（仅内部展示）：

视觉识别系统的应用要素系统。

包括办公事务系统、环境导视系统、会务系统等。

上海国投品牌视觉形象规范手册自发布之日起，应严格执行本手册所规定的各项规范，不得随意更改，以保证品牌形象的规范和统一，避免产生误导。

本手册将根据实践中提出的问题进行更新，使用时的指导、解释及修订权由上海国投公司享有。

基础系统

BASIC SYSTEM

A1

BASIC SYSTEM
企业标识规范

- 01 标准彩色标识
- 02 标准制图及视觉修正
- 03 标识墨稿
- 04 司徽最小使用规范
- 05 标识空间安全

A4

BASIC SYSTEM
品牌文字规范

- 01 公司专用字体（中文）
- 02 公司专用字体（英文）

A2

BASIC SYSTEM
标准组合规范

- 01 标准组合集合
- 02 标准组合墨稿集合
- 03 标准组合色彩背景稿集合
- 04 标识简称组合
- 05 标识全称组合
- 06 标识与联合品牌组合规范
- 07 标识与旗下品牌组合规范
- 08 标识最小使用规范

A5

BASIC SYSTEM
图片规范

- 01 图片风格选取原则
- 02 图片风格处理原则
- 03 图片中标识使用形式

A3

BASIC SYSTEM
色彩规范

- 01 色彩术语解释
- 02 标识标准色彩规范
- 04 辅助色彩规范
- 05 特殊工艺色彩
- 06 品牌专用色彩搭配表
- 07 标识和背景色彩的关系

A6

BASIC SYSTEM
常见错误预演

A1

BASIC
SYSTEM
企业标识规范

- 01 标准彩色标识
- 02 标准制图及视觉修正
- 03 标识墨稿
- 04 司徽最小使用规范
- 05 标识空间安全

A1-01

标准彩色标识

标识是企业形象的核心元素，是企业精神的象征，也是企业价值的体现。品牌标识通过图形化的形式向大众传达我们的行业属性和气质。正确恰当地使用标识可提升品牌价值和知名度。



上海国投

SHANGHAI STATE-OWNED
CAPITAL INVESTMENT

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

A1-02

标准制图 及视觉修正

标识是企业的象征与精神、是企业特点的集中表现，又是视觉识别系统的核心，因此标识的制作规范极为重要。方格标准制图用于标识的快速准确绘制。在相等的单位方格中规范标识的造型比例、结构、空间距离等位置关系。在制作过程中必须严格遵循，并以此作为监督标准，一边求取正确的企业标识。

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



A1-03

标识墨稿

为适应媒体发布的需要，标识出平面色彩稿外,亦定制墨稿，保证标识在外面的形象中，体现一致性。此为标识的墨稿，适用范围主要应用于报纸广告传真等单色印刷范围内，使用时请严格按照此规范进行。

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

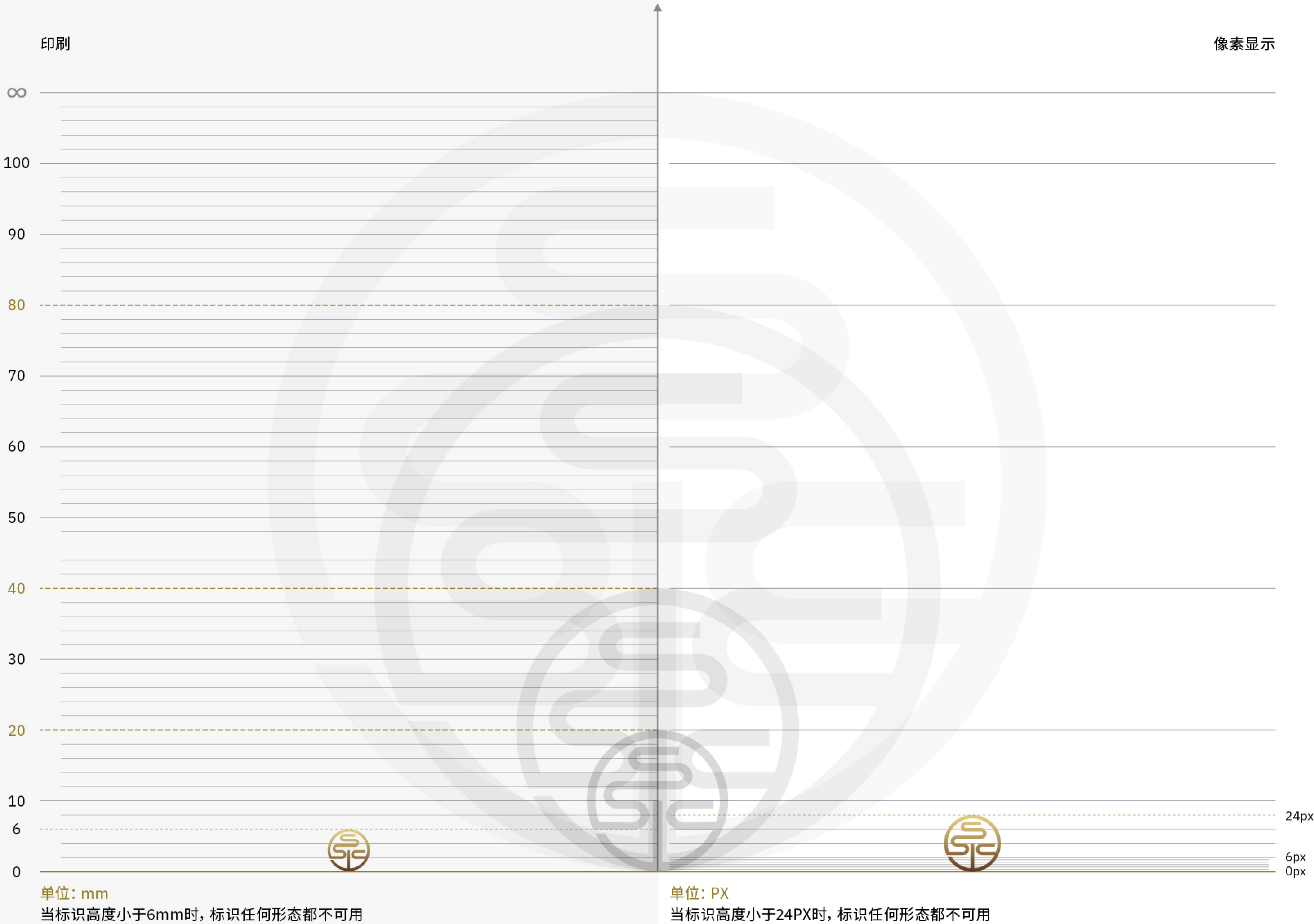


A1-04

司徽最小使用规范

为了保证标识在印刷过程中清晰可辨，应严格遵循本页最小使用规范，如果品牌标识小于该尺寸，将难以辨认。本页提供了印刷与像素显示两种最小规范，应根据实际情况选择使用。

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



A1-05

标识安全空间

为保证标识的最佳视觉传达效果，本页规定了标识安全空间，确保提供足够的安全空间以增强标识的视觉效果。在使用中，任何图片及文字或其他装饰物都不可侵入标识安全空间。安全距离a为下图所示距离。



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

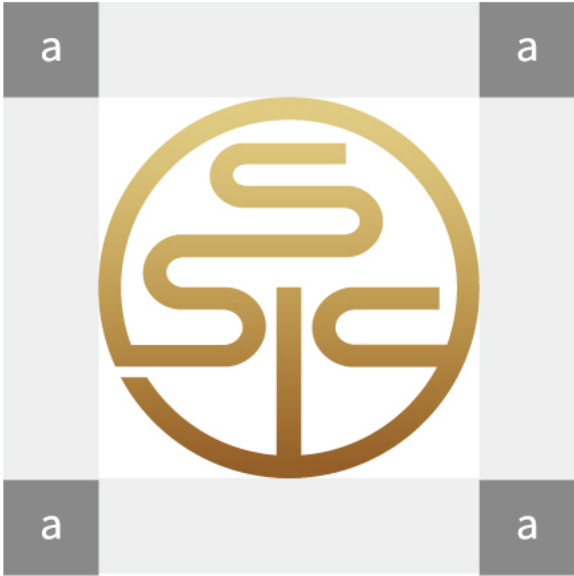
标识横式组合



标识中轴式组合



辅助图形单独呈现



A2

BASIC
SYSTEM
标准组合规范

- 01 标准组合集合
- 02 标准组合墨稿集合
- 03 标准组合色彩背景稿集合
- 04 标识简称组合
- 05 标识全称组合
- 06 标识与联合品牌组合规范
- 07 标识与旗下品牌组合规范
- 08 标识最小使用规范

A2-01

标准组合集合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。

- 01 企业四字简称横式组合
- 02 企业四字简称中轴式组合
- 03 企业六字简称横式组合
- 04 企业六字简称中轴式组合
- 05 企业全称横式组合

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现误差。
本页编号数字为标识优先使用顺序。

01  上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT	02  上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
03  上海国投公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT	04  上海国投公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
05  上海国有资本投资有限公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT CO., LTD.	

A2-02

标准组合墨稿集合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。

- 01 企业四字简称横式组合
- 02 企业四字简称中轴式组合
- 03 企业六字简称横式组合
- 04 企业六字简称中轴式组合
- 05 企业全称横式组合

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现误差。
本页编号数字为标识优先使用顺序。

01  上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT	02  上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
03  上海国投公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT	04  上海国投公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
05  上海国有资本投资有限公司 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT CO., LTD.	

A2-03

标准组合

背景色彩稿集合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。

- 01 企业四字简称横式组合
- 02 企业四字简称中轴式组合
- 03 企业六字简称横式组合
- 04 企业六字简称中轴式组合
- 05 企业全称横式组合

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现误差。
本页编号数字为标识优先使用顺序。

01



上海国投

SHANGHAI STATE-OWNED
CAPITAL INVESTMENT

02



上海国投

SHANGHAI STATE-OWNED
CAPITAL INVESTMENT

03



上海国投公司

SHANGHAI STATE-OWNED
CAPITAL INVESTMENT

04



上海国投公司

SHANGHAI STATE-OWNED
CAPITAL INVESTMENT

05



上海国有资本投资有限公司

SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT CO., LTD.

A2-04.1

企业四字简称

横式组合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。本页展示了标识的中英文简称常用组合，包含标准稿，规范稿与背景色彩稿。

横式组合
常用规范

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

标准稿



规范稿



背景色彩稿



A2-04.2

企业四字简称

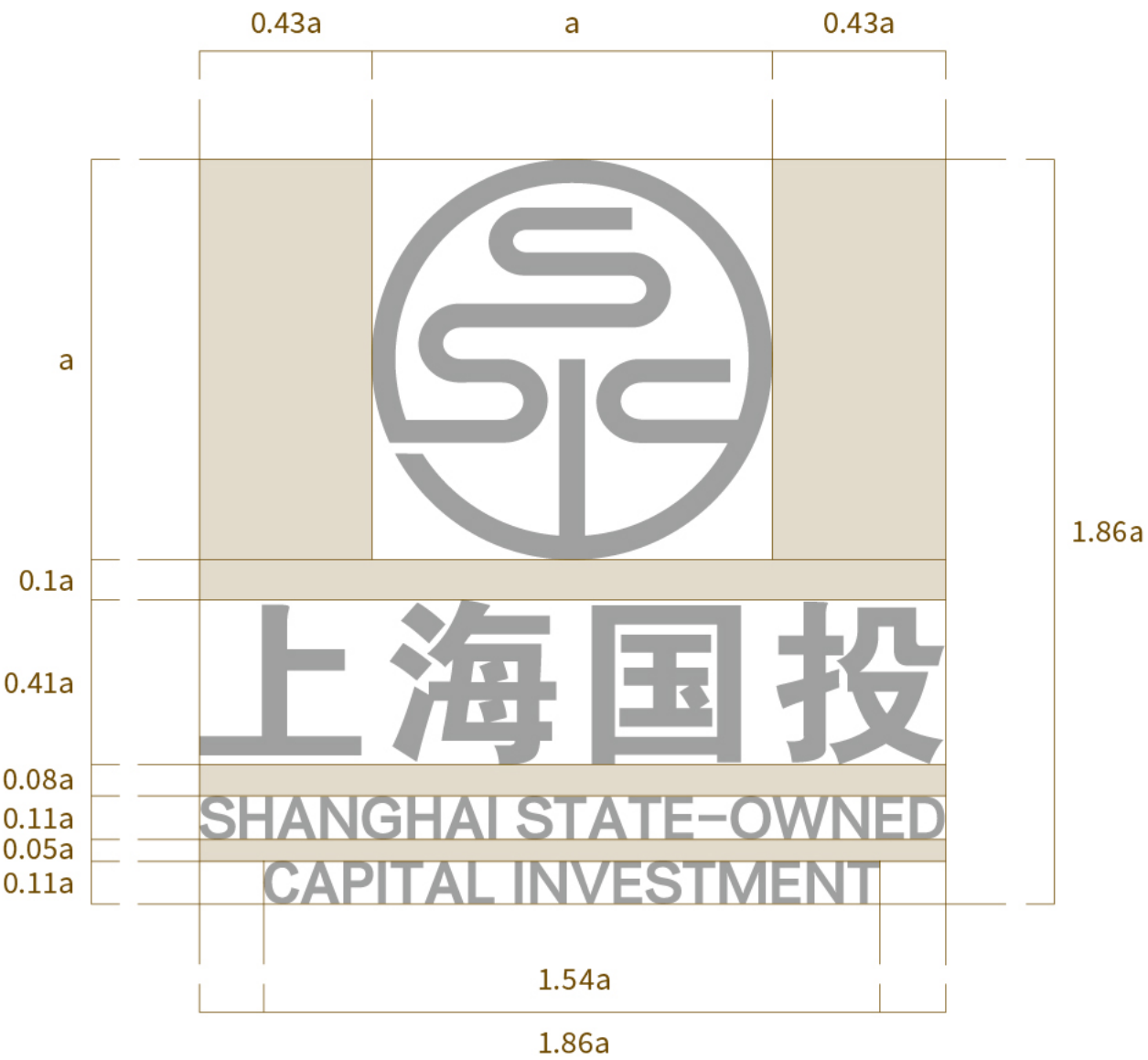
中轴式组合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。本页展示了标识的中英文简称常用组合,包含标准稿，规范稿与背景色彩稿。

中轴式组合
常用在近似正方形背景或形象墙上。

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

规范稿



标准稿



背景色彩稿



A2-04.3

企业六字简称

横式组合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。本页展示了标识的中英文简称常用组合，包含标准稿，规范稿与背景色彩稿。

横式组合
常用规范

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

标准稿



规范稿



背景色彩稿



A2-04.4

企业六字简称

中轴式组合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。本页展示了标识的中英文简称常用组合,包含标准稿，规范稿与背景色彩稿。

中轴式组合
常用在近似正方形背景或形象墙上。

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

规范稿



标准稿



背景色彩稿



A2-05

企业全称 横式组合

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了企业品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。本页展示了标识的中英文简称常用组合,包含标准稿，规范稿与背景色彩稿。

标识全称横式组合
仅限于公文、表单、会务、介绍信等行政用途。

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

标准稿



规范稿



背景色彩稿



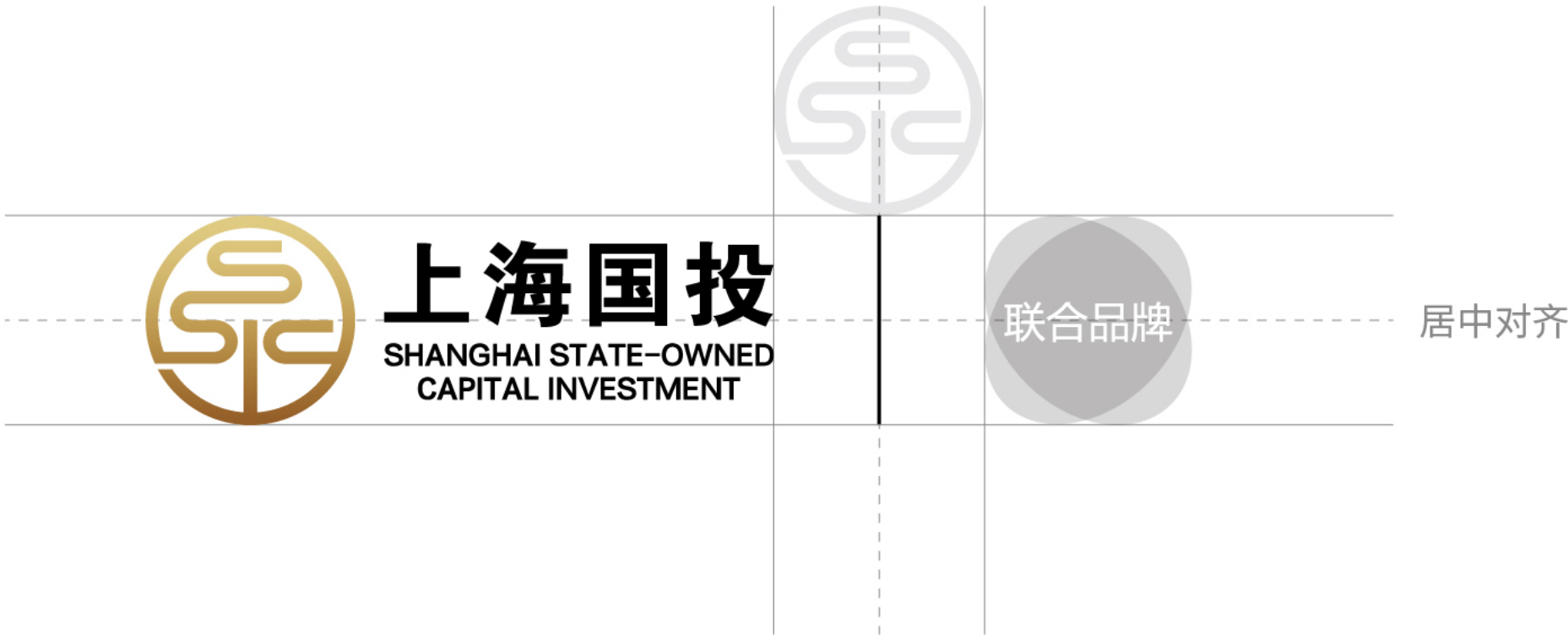
A2-06

标识与联合品牌 组合规范

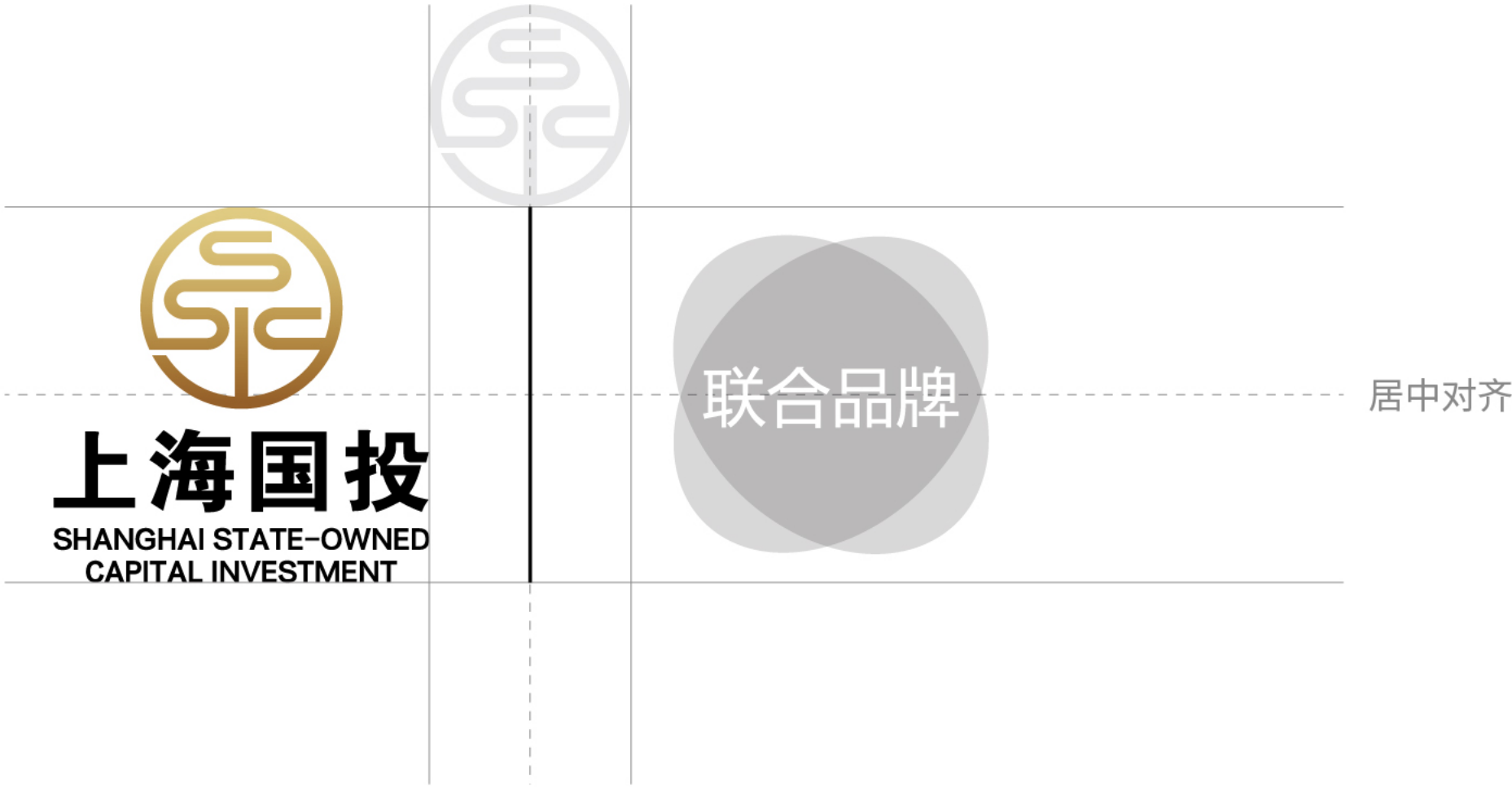
如需体现双方品牌标识时,可参考示例，
使用标识时应根据实际背景设计需求，
选用合适的品牌标识颜色。

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子
文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现
误差。

横式组合一
合作伙伴品牌标识的空间大小
可随具体情况调整但高度不得
大于上海国投主标识。



横式组合二
合作伙伴品牌标识的空间大小
可随具体情况调整但高度不得
大于上海国投主标识。



A2-07a

标识与旗下品牌 组合规范

如需体现双方品牌标识时,可参考示例,
使用标识时应根据实际背景设计需求,
选用合适的品牌标识颜色。

在一般情况下使用标识,应尽量使用提供的电子
文件,不建议重绘标识,尽量避免在重绘中出现
误差。



A2-07b

标识与旗下品牌 组合规范

如需体现双方品牌标识时，且旗下品牌
暂无LOGO或LOGO与国投公司一致时可
参考示例，使用标识时应根据实际背景
设计需求，选用合适的品牌标识颜色。

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子
文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现
误差。



右侧文字大小与主logo文字大小高度比例保持一致



A2-08

标识最小使用规范

为了保证标识在印刷过程中清晰可辨，应严格遵循本页最小使用规范，如果品牌标识小于该尺寸,将难以辨认。本页提供了印刷与像素显示两种最小规范，应根据实际情况选择使用。

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



A3

BASIC
SYSTEM
色彩规范

- 01 色彩术语解释
- 02 标识标准色彩规范
- 03 辅助色彩规范
- 04 特殊工艺色彩
- 05 品牌专用色彩搭配表
- 06 标识和背景色彩的关系

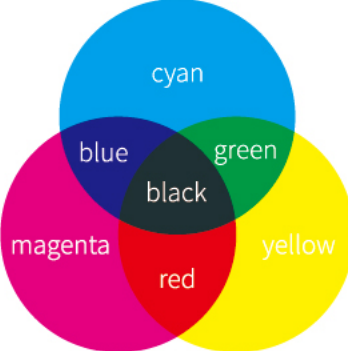
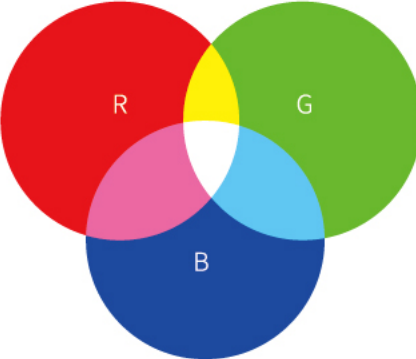
A3-01

色彩术语解释

品牌色彩是企业识别系统中的重要组成部分。根据企业的特点、企业精神及企业文化，指定某一特定的色彩系统，应用于所有的视觉传达设计当中，利用色彩所具有的视觉刺激及心理反应，体现企业的本质特点。

标识颜色均已标准化，不得更改。因打印机种类繁多，我们在输出时要以本VI手册CMYK或PANTONE色值为参考数值。由于输出设备的设置不同，如需使用RGB色彩，请以RGB色值为准选择相近色彩。

同一色彩在不同光线、不同材质上会有一定的视觉误差，所以应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。标识及企业名字体的色彩已经标准化，不得随意更改。

PANTONE 专色	在印刷范围内应用国际通用的印刷颜色标准。客户与印厂之间需要有统一的PANTONE手册作为色彩检验的唯一标准。如无相应条件,请选择四色印刷方式。 使用环境:高品质或特殊印刷工艺。	
CMYK 印刷色	CMYK四色模式是以打印油墨在纸张上的光线吸收特性为基础,需要进行四色分色印刷时所需的颜色标准。图像中的每个像素都是由靛青(cyan)、品红(magenta)、黄(yellow)、黑(black) 四种颜色按照不同的比例合成。CMYK色彩模式的图像中包含4个通道,我们所看见的图形是由这4个通道合成的效果。在制作用于印刷色打印的图像时,要使用CMYK色彩模式。 使用环境:媒体投放的广告用品、包装用品等。	
RGB 视频色	自然界中绝大部分的可见光谱可以用红(R)、绿(G)、蓝(B)三色光按不同比例和强度的混合来表示。RGB模型通常用于光照、视频和屏幕图像编辑。 使用环境:网页端海报、微信公众号朋友圈海报推文、Powerpoint展示文件、电视标版等。	

A3-02

标识标准色彩规范

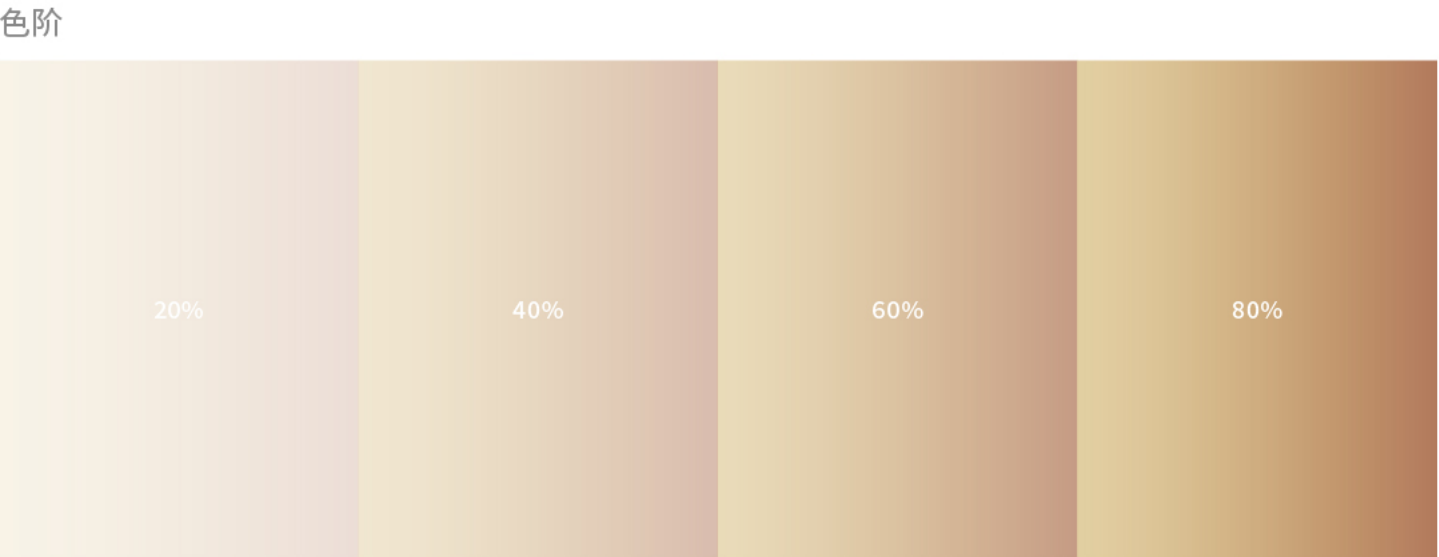
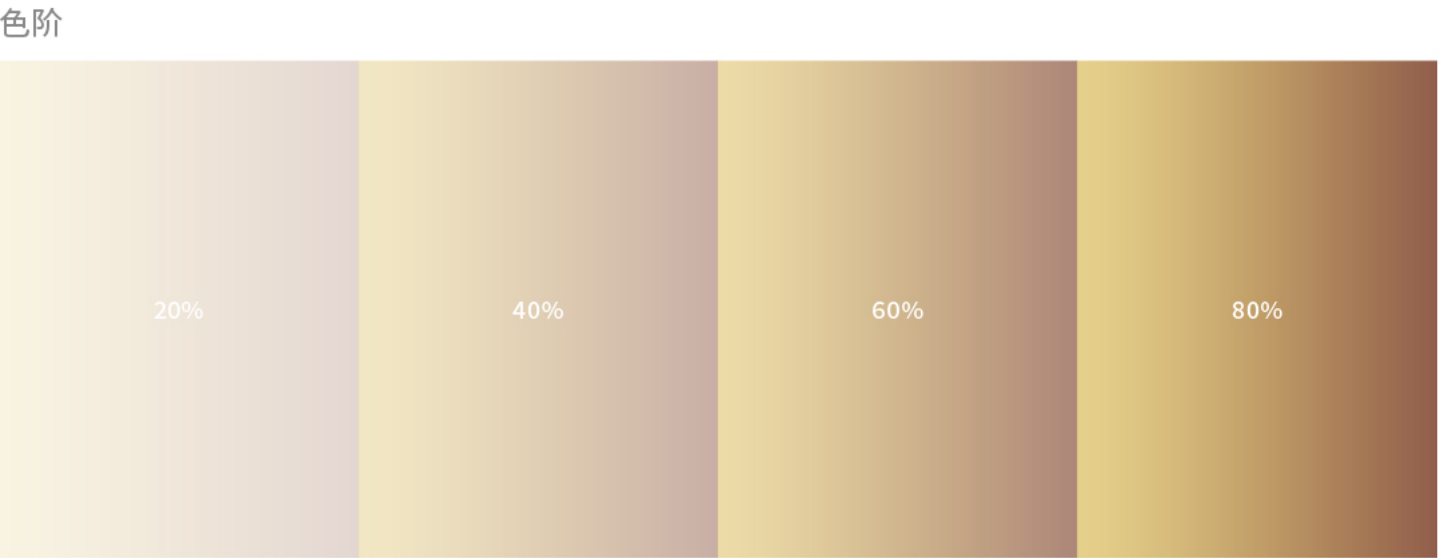
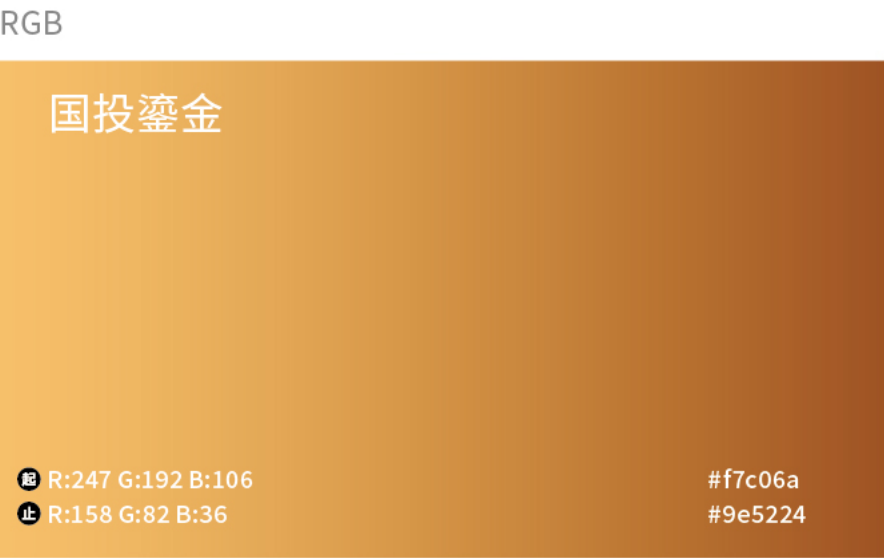
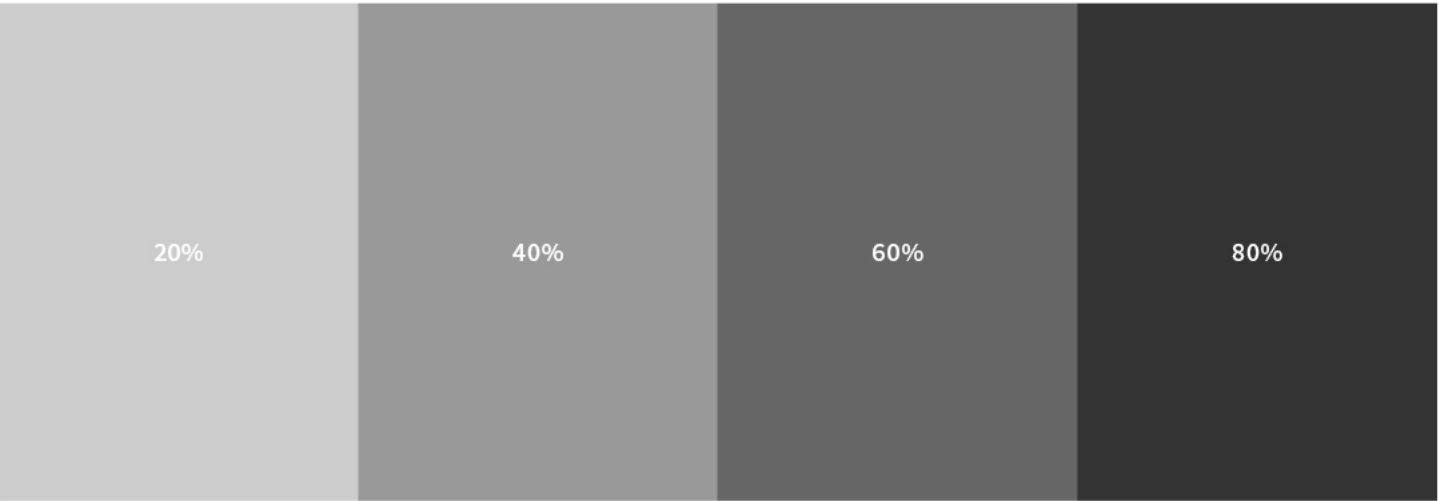
品牌色彩是企业识别系统中的重要组成部分。根据企业的特点、企业精神及企业文化，指定某一特定的色彩系统，应用于所有的视觉传达设计当中，利用色彩所具有的视觉刺激及心理反应，体现企业的本质特点。

标准色（黑色）为：
R:35 G:24 B:21 #231815
K:100
PANTONE Porc.Black C

标准色（RGB）为：
起：R:247 G:192 B:106 #f7c06a
止：R:158 G:82 B:36 #a9e5224

标准色（CMYK）为：
起：C:15 M:20 Y:55 K:0
止：C:50 M:70 Y:100 K:0

同一色彩在不同光线、不同材质上会有一定的视觉误差，所以应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。标识及企业名字体的色彩已经标准化，不得随意更改。



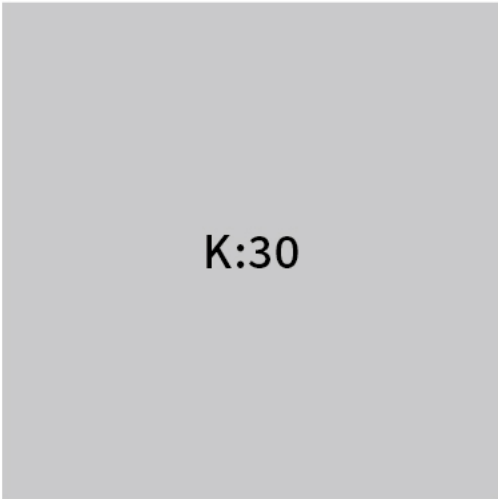
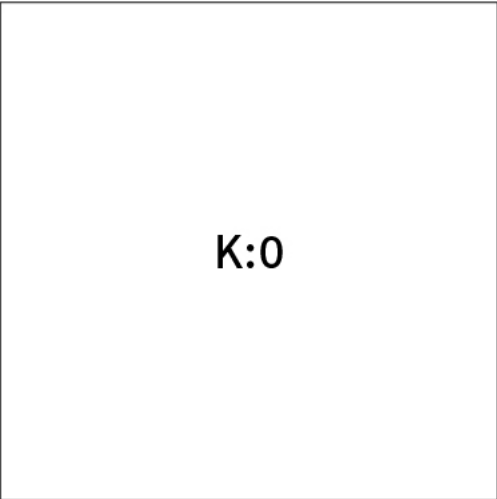
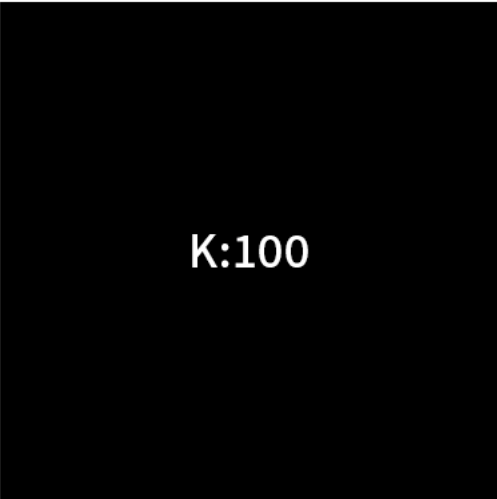
A3-03

辅助色彩规范

基本颜色是国投鎏金和国投黑。我们另备有辅助颜色，两者相辅相成，配合不同的应用情况以加强品牌的视觉效果及统一性。

国投黑及国投白是用途最广泛的颜色。国投黑是大部分文案是颜色，国投白则是留白的背景颜色。国投鎏金及国投浅鎏金是国投金的不同灰阶，金及银是特殊的印刷色彩。辅助颜色系统中，另备三种不同灰阶，连同国投黑及国投白，为版面提供不同阅读层次。

同一色彩在不同光线、不同材质上会有一定的视觉误差，所以应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。标识及企业名字体的色彩已经标准化，不得随意更改。



A3-04

特殊工艺色彩

我们在进行品牌推广过程中，会遇到各种载体环境，在某些特殊场合需要达到一些特殊效果(如贺年卡，请柬等)，有必要采用一些特殊的印刷工艺，使用特殊印刷工艺色来实现所需要的特殊效果。

	PANTONE 874 C CMYK C/37 M/35 Y/63 K/0 RGB R/179 G/163 B/107 专色金
	PANTONE 874C RGB R/179 G/163 B/107 烫金
	PANTONE 877 C CMYK C/0 M/0 Y/0 K/40 RGB R/180 G/181 B/181 专色银
	PANTONE 877 C RGB R/180 G/181 B/181 烫银

背景色与标准标识对比不够明显,影响到标准标识的视觉呈现时,可使用增加雾化白边标识或烫金烫银工艺

注意事项为保证最终呈现的效果,应对工艺做严格要求,避免出现糊版、脱落等情况。

A3-05

品牌专用 色彩搭配表

为了确保品牌标识清晰可辨，务必参考严格标识应用控制。本页提供的品牌标识应用在不同背景上的色版供使用者参考。



白色背景上使用色彩标识



国投鎏金背景上使用反白标识



单色印刷时使用单色标识



黑色背景上使用文字反白标识



特别印刷效果（烫金、烫银）



特别颜色背景使用反白标识（烫金、烫银）



特别印刷效果（击凸、UV）



深色背景上使用反白标识



非白色背景印刷效果（烫金、烫银）



浅色背景上，使用彩色标识



浅色影像背景上，使用彩色标识



深色影像背景上，使用反白标识

注意事项为保证最终呈现的效果,应对工艺做严谨要求,避免出现糊版、脱落等情况。

A3-06

标识 和背景色彩的关系

为了保证标识清晰可辨，在使用标识时，应检查背景色彩的明暗程度，以决定该使用何种色彩方式；当使用其他背景色彩时，必须确保标识的色彩恰当有效。本页提供了标识在不同明暗色彩背景上的色彩方式，使用时应严格遵守本页规范。

如右图所示：
当背景色彩明度低于60%时，应使用标准标识的标准色彩稿；
当背景色彩明度在60%~100%之间时，则应将标准标识文字部分反白。

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

100%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
10%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
20%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
30%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
40%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
50%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
60%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
70%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
80%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
90%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
100%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT

100%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
10%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
20%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
30%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
40%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
50%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
60%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
70%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
80%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
90%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT
100%		上海国投 SHANGHAI STATE-OWNED CAPITAL INVESTMENT

A4

BASIC
SYSTEM
品牌文字规范

01 公司专用字体（中文）

02 公司专用字体（英文）

A4-01

公司专用字体（中文）

为了充实企业形象，丰富标识的具体应用，为使视觉形象更加统一，符合品牌的识别风格与视觉气质，推荐以下字体为品牌的专用字体。商业使用时应检查字体版权，选用合适的字体使用。

公文字体请参照公文规范，广告字体请参照广告样式。
字体允许向右倾斜15度；允许横向、纵向调整比例为90%-100%，特殊情况（如节日，庆典设计）例外。

标题用字

方正大黑简
方正黑体
思源宋体Heavy

内文用字

方正书宋简体
方正楷体简体
思源黑体Light

字体效果预览

上海国有资本投资有限公司
上海国有资本投资有限公司
上海国有资本投资有限公司

字体效果预览

上海国有资本投资有限公司
上海国有资本投资有限公司
上海国有资本投资有限公司

A4-02

公司专用字体（英文）

为了充实企业形象，丰富标识的具体应用，为使视觉形象更加统一，符合品牌的识别风格与视觉气质，推荐以下字体为品牌的专用字体。商业使用时应检查字体版权，选用合适的字体使用。

公文字体请参照公文规范，广告字体请参照广告样式。

字体允许向右倾斜15度；允许横向、纵向调整比例为90%-100%，特殊情况（如节日，庆典设计）例外。

标题用字

思源黑体Heavy

方正黑体

Playfair Display

内文用字

Playfair Display

IBM Plex Sans

思源黑体Light

字体效果预览

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

字体效果预览

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890,.;?<>/()%&~-

A5

BASIC
SYSTEM
图片规范

- 01 图片风格选取原则
- 02 图片风格处理原则
- 03 图片中标识使用形式

A5-01a

图片风格选取原则A

品牌中图片是讲述故事、建立人际交流的通用媒介。作为品牌呈现手法的一部分,在进行视觉传播时,可以用直接的、令人印象深刻的图片方式传递企业的品牌形象,与受众之间建立富有含义的交流。

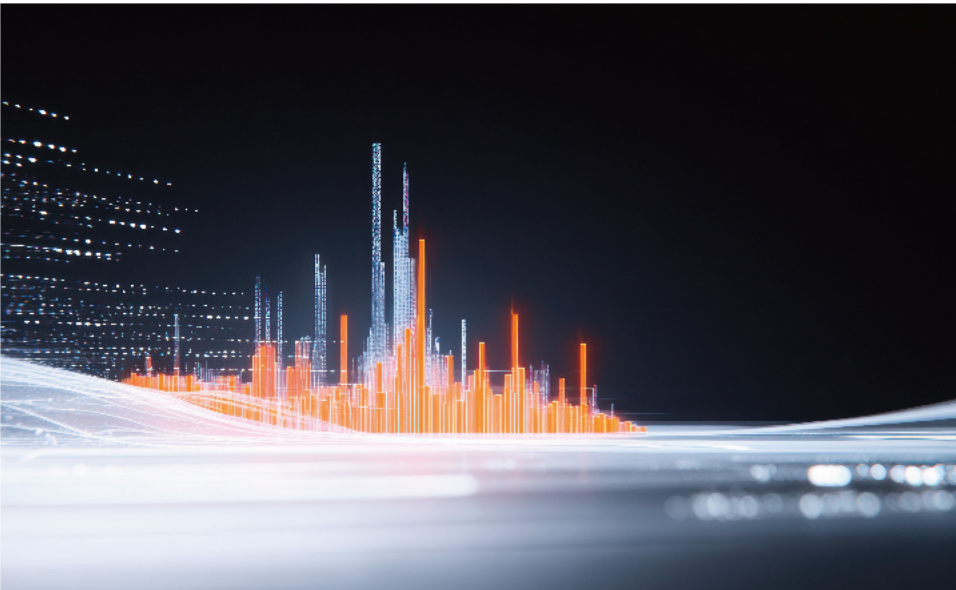
企业品牌图片传达的形象应当是能够鲜明和生动的体现品牌核心价值和业务优势的;是具有统一风格和富于情感化;整体形象应该是体现商务稳重而不失亲和,高品质,国际化的。
此页图片仅做为示意图片,如需使用请购买版权,避免侵权。

色彩要求

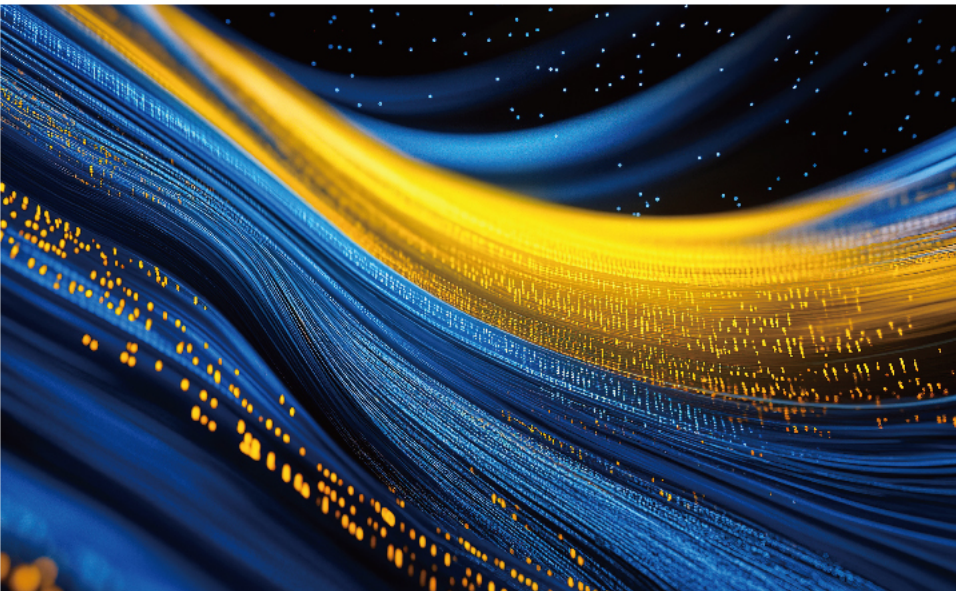
在选择图片时,请尽量选择那些包含本手册品牌颜色规定中特定颜色的图片。(首选品牌标准色)颜色无需完全一致或非常突出,根据主题需要找寻色彩倾向明确的图像素材,从而强化企业的视觉风格。

具备金融属性与科技感以及视觉冲击力

金色系



蓝色系



A5-01b

图片风格选取原则B

品牌中图片是讲述故事、建立人际交流的通用媒介。作为品牌呈现手法的一部分,在进行视觉传播时,可以用直接的、令人印象深刻的图片方式传递企业的品牌形象,与受众之间建立富有含义的交流。

企业品牌图片传达的形象应当是能够鲜明和生动的体现品牌核心价值和业务优势的;是具有统一风格和富于情感化;整体形象应该是体现商务稳重而不失亲和,高品质,国际化的。
此页图片仅做为示意图片,如需使用请购买版权,避免侵权。

透视要求

恰当地使用透视手法,增加画面的冲击力,形成有特点的画面构图,有利于吸引受众的目光,可以强化企业的视觉表现力。图片中主体应总是聚焦清晰的,不论他们是处于静止或是运动状态。

取景要求

选择画面主题明确,避免混乱、杂乱内容的图片。
照片的取景角度尽量与视平线相等,画面中的人物应有情感表达。恰当地使用裁切手法平衡构图,使主体物成为画面焦点和占据画面重心位置,可以强化企业的视觉表现力。



A5-02

图片风格处理原则

品牌中图片是讲述故事、建立人际交流的通用媒介。作为品牌呈现手法的一部分,在进行视觉传播时,可以用直接的、令人印象深刻的图片方式传递企业的品牌形象,与受众之间建立富有含义的交流。

企业品牌图片传达的形象应当是能够鲜明和生动的体现品牌核心价值和业务优势的;是具有统一风格和富于情感化;整体形象应该是体现商务稳重而不失亲和,高品质,国际化的。
此页图片仅做为示意图片,如需使用请购买版权,避免侵权。

A 图片的常规优化

B 图片颜色的矫正

选取或拍摄到一张符合企业品牌形象要求的图片时,进行基本的画面优化。



画面裁切: 让构图更加协调,符合版面需求。色阶饱和度:让画面更加明亮,色彩更加饱满丰富,形成层次感。
景深处理: 远景高斯模糊处理,使画面主体人物更加突出,主题明确,增加画面的纵深效果。

A 图片的常规优化

B 图片颜色挑选

在可挑选图片的情况下,以优先选择品牌主色调的图片。



画面裁切: 让构图更加协调,符合版面需求。
色阶饱和度: 让画面更加明亮,色彩更加饱满丰富,形成层次感。
色彩色相调整: 画面中出现的非品牌色彩范围内的颜色,将这个颜色置换成标准色或辅助色以便形成企业专有的画面色调,营造专属品牌的画面氛围。

A5-03

图片中标识 使用形式

品牌中图片是讲述故事、建立人际交流的通用媒介。作为品牌呈现手法的一部分,在进行视觉传播时,可以用直接的、令人印象深刻的图片方式传递企业的品牌形象,与受众之间建立富有含义的交流。

正确使用方式

标识在图片中使用根据背景颜色明度,选择合适的标识色彩形态,不得将标识完全反白处理。



错误预演

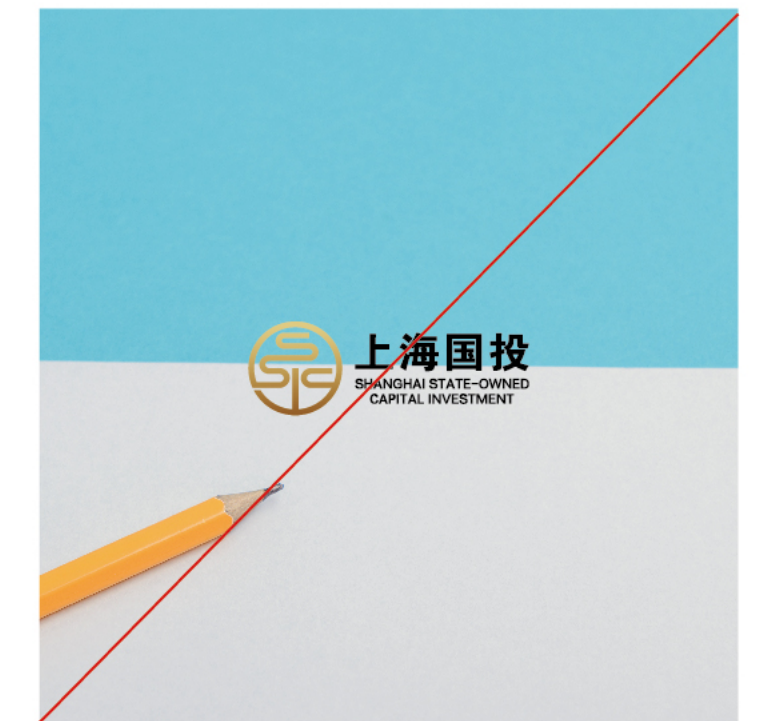
图片中主体事物的边缘不可侵入标识安全空间内,如人物的头,手等。不可出现标识叠放在轮廓清晰的图片上,或背景复杂的图片上。标识不可避免要放置在主体图片上时,不可出现图片的轮廓分割标识的情况。



标识安全空间内出现其他干扰图形



标识在复杂背景上使用



标识叠加在轮廓边缘

企业品牌图片传达的形象应当是能够鲜明和生动的体现品牌核心价值和业务优势的;是具有统一风格和富于情感化;整体形象应该是体现商务稳重而不失亲和,高品质,国际化的。

此页图片仅做为示意图片,如需使用请购买版权,避免侵权。

在图片体系中使用标识,请尽量把标识放置在相对空白的区域,保证标识的识别性

A6

BASIC
SYSTEM

常见错误预演

A6-01a

品牌标识的 错误应用规范A

标识在应用中通常会受到一些习惯行为或主观意见影响;不当地使用标识将影响品牌对外形象传播的一致性，削弱品牌价值。

品牌标识正确的形态



本页演示的一些常见错误使用示例,实际使用时应避免。
除本手册中规定允许的情况外，禁止对标识等基础元素做任何变形使用，在实际应用过程中应避免本页预先演示的错误使用方式及有类似的相关使用方式。



A.禁止改变标识与标准字的间距



B.禁止改变标准字的位置及大小



C.禁止改变标识与标准字的比例



D.禁止出现规范以外的组合形态



E.禁止使用模糊不清的标识形态



F.易出错的标准字色彩示例



G.禁止将标识放在反差不明显的背景上



H.禁止使用其它字体代替标准字

A6-01b

品牌标识的 错误应用规范B

标识在应用中通常会受到一些习惯行为或主观意见影响;不当地使用标识将影响品牌对外形象传播的一致性，削弱品牌价值。

品牌标识正确的形态



本页演示的一些常见错误使用示例,实际使用时应避免。
除本手册中规定允许的情况外，禁止对标识等基础元素做任何变形使用，在实际应用过程中应避免本页预先演示的错误使用方式及有类似的相关使用方式。



A.除以白色为背景外
标识中心部分不得设任何色彩



B.不得添加改动
标准标识标准形态的效果



C.不得为标准标识
添加倾斜等其它效果形态



D.不得为标准标识添加渐变等其它效果形态



E.不得更改标准标识的标准色彩



F.不得将标准标识置于复杂的、影响标准标识识别的背景中

A6-01c

品牌标识的 错误应用规范B

标识在应用中通常会受到一些习惯行为或主观意见影响;不当地使用标识将影响品牌对外形象传播的一致性，削弱品牌价值。

品牌标识正确的形态



本页演示的一些常见错误使用示例,实际使用时应避免。
除本手册中规定允许的情况外，禁止对标识等基础元素做任何变形使用，在实际应用过程中应避免本页预先演示的错误使用方式及有类似的相关使用方式。



A.不得更改标识中各元素的位置关系



B.不得更改标准字之间的间距等位置关系



C.不准在标准标识的保护区内设置其他元素