

# INTRODUCTION

## 导言

品牌识别系统 (Corporate Identity System 简称 CIS )，将品牌的经营理念、文化内涵及精神 (Mind Identity, 简称 MI)，通过品牌集团对内、对外的行为语言与活动 (Behavior Identity, 简称 BI,) 以及一整套程序化、系统化、规范化的品牌视觉符号 (Visua Identity, 简称 VI) 传递给社会大众，具有突出品牌个性、塑造品牌形象的功能，是推动品牌不断发展的内在动力，也是体现品牌实力的一种重要的无形资产。

2018 年，凭借象屿入榜世界 500 强之契机，进行品牌形象升级，将“象屿”二字，从厚重的汉仪凌云体简优化成字体线条更轻盈的设计字体，符合时代审美，导入英文标“XMXYG”，与世界同一语境，助推象屿的国际化进程，构筑一个联想丰富、高威望，清晰体现并传递客户价值的“高包容性总品牌”，追求品牌协同增值效益的最大化，达成“赋能员工、赋能合作伙伴、赋能客户、赋能行业”的宏远目标。

为真正实现强势品牌的发展战略目标，迈出坚实的一步，籍此编印手册以形成品牌整体的 VIS 规范要求，为品牌的 CIS 更趋统一和完善，为品牌的标准化，规范化管理提供有力的保证。本手册是象屿集团的视觉识别系统 (VIS) 手册。VI 形象的执行使用，牵动全局，涉及方方面面，是一个不断实践、不断完善的过程。各公司、集团公司各部门在经营管理活动中，应自觉维护公司形象的权威性、统一性，规范、准确地使用本手册。同时，对于使用过程中，发现的不足之处和新问题，请及时反馈集团，以便作出认真的研究和必要的修改补充。

2021 年 11 月 (修订版)

# 1

## A-基础识别系统

### 标识规范

- A1.1.1 企业标识诠释与解读
- A1.1.2 图形规范制图
- A1.2.1 简体中文商标横式规范
- A1.2.2 简体中文商标竖式规范
- A1.2.3 繁体中文商标横式规范
- A1.2.4 繁体中文商标竖式规范
- A1.2.5 英文商标规范
- A1.3.1 标识标准制图
- A1.3.2 标识与中文简体商标横式规范
- A1.3.3 标识与中文简体商标竖式规范
- A1.3.4 标识与中文繁体商标横式规范
- A1.3.5 标识与中文繁体商标竖式规范
- A1.3.6 标识与英文商标横式规范
- A1.3.7 标识与英文商标竖式规范
- A1.3.8 集团广告语的规范
- A1.3.9 集团品牌标准组合与广告语的组合规范
- A1.4.1 色彩规范
- A1.4.2 标准色的应用规范
- A1.5.1 标识组合误用范例

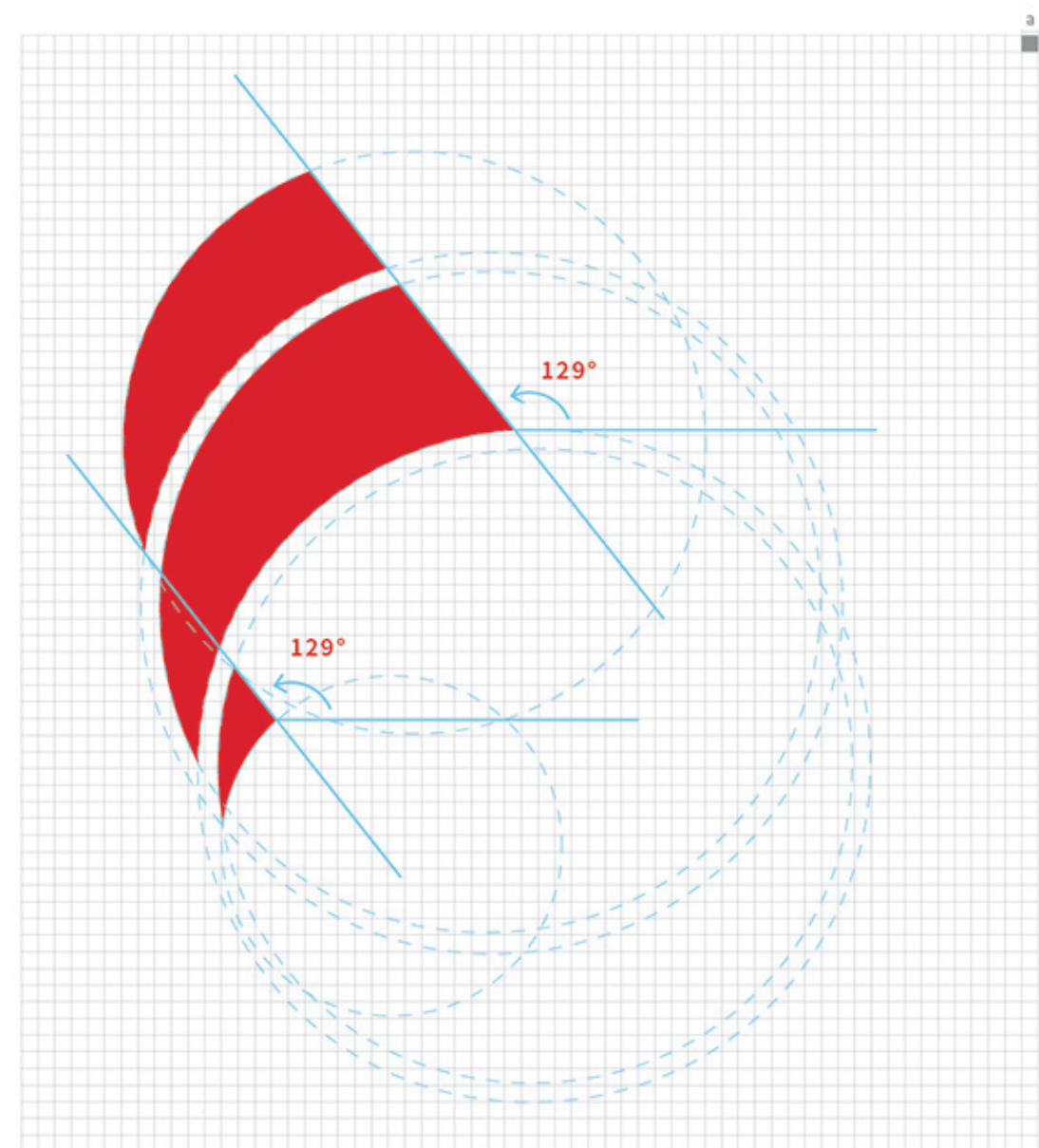
### A1.1.1 企业标识诠释与解读

晨帆，迎着朝阳，驶向大海；  
我们瞭望无垠世界，借风乘水，顺势而为；  
我们搏击风浪，变革创新，砥砺前行；  
我们胸怀梦想，日积月累，坚守初心；  
大象无形，海纳百川，  
我们相信，  
事业广阔，没有最远，只有更远。



### A1.1.2 图形规范制图

此制图规范明确了图形的结构、造型、比例。据此图可绘制标准的晨帆图形。基本标识是象屿集团视觉识别系统的基础，使用时必须按照有关规定严格执行；凡规定不得使用的图例或其他没有规定的非规范图例，均严禁使用，不得作为企业标识单独使用。



### A1.2.1 简体中文商标横式规范

此简体中文商号由“汉仪菱心体简”优化而来，为特殊设计字体，使用时必须按照手册规定严格执行，不得作为企业标识单独使用。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 2mm 高。

设计字体

象屿

网格



#### 最小尺寸

象屿 □ 2mm

反白稿



### A1.2.2 简体中文商标竖式规范

此简体中文商号由“汉仪菱心体简”优化而来，为特殊设计字体，使用时必须按照手册规定严格执行，不得作为企业标识单独使用。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 2mm 宽。

设计字体

象屿

网格



#### 最小尺寸

象屿  
□  
2mm

反白稿



### A1.2.3 繁体中文商标横式规范 (仅用于港澳台地区)

此繁体中文商号由“汉仪菱心体繁”优化而来，为特殊设计字体，使用时必须按照手册规定严格执行，不得作为企业标识单独使用。

#### 最小尺寸

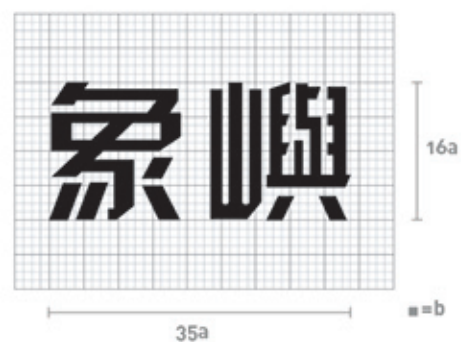
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 3mm 高。

设计字体

象嶼

网格



最小尺寸

象嶼 □ 3mm

反白稿



### A1.2.4 繁体中文商标竖式规范 (仅用于港澳台地区)

此繁体中文商号由“汉仪菱心体繁”优化而来，为特殊设计字体，使用时必须按照手册规定严格执行，不得作为企业标识单独使用。

#### 最小尺寸

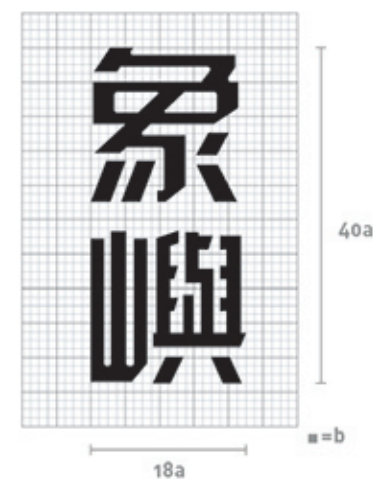
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 3mm 宽。

设计字体

象嶼

网格



最小尺寸

象嶼  
□ 3mm

反白稿



## A1.2.5 英文商标规范

此英文商标由“CLEAR-SANS BOLD”优化而来，为特殊设计字体，使用时必须按照手册规定严格执行，不得作为企业标识单独使用。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 2mm 高。

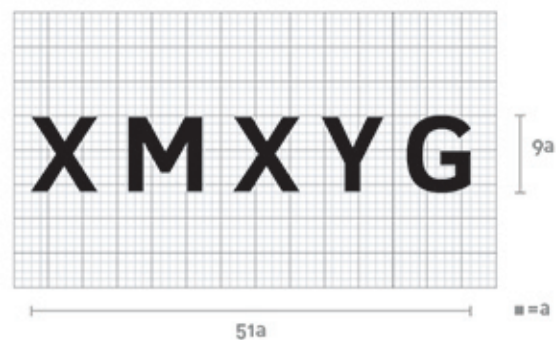
### 最小尺寸

**XMXYG** ≥ 2mm

### 设计字体

# XMXYG

### 网格



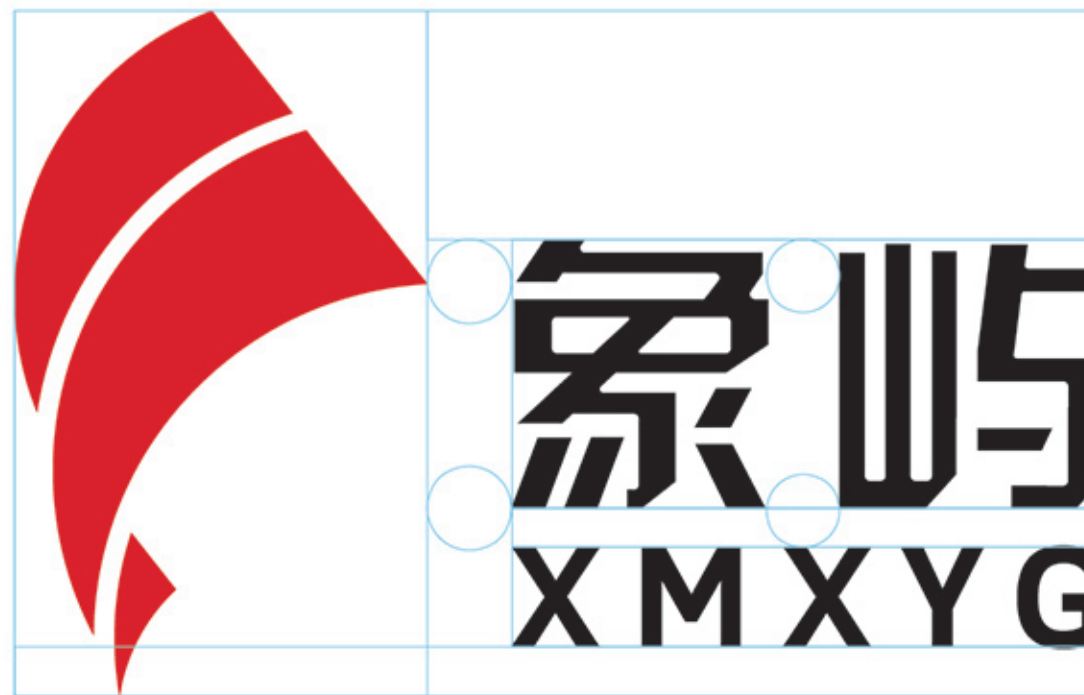
### 反白稿



## A1.3.1 标识标准制图

在此定义“ 象屿”为象屿集团的品牌标识，其各要素品牌标识的基本构成，统一由集团管理。

此制图规范明确了标志图形的结构、造型、比例及其相互关系。据此图可绘制标准的标志图形。基本标识是象屿集团视觉识别系统的基础，使用时必须按照有关规定严格执行；凡规定不得使用的图例或其他没有规定的非规范图例，均严禁使用。



### A1.3.2 标识与中文简体商标横式规范

此制图规范,象屿集团品牌标识组合有横式和竖式两种,根据实际情况灵活使用。在版面允许的情况下,优先使用横式。

横式:晨帆在左,中英文名称在右。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为5mm高。

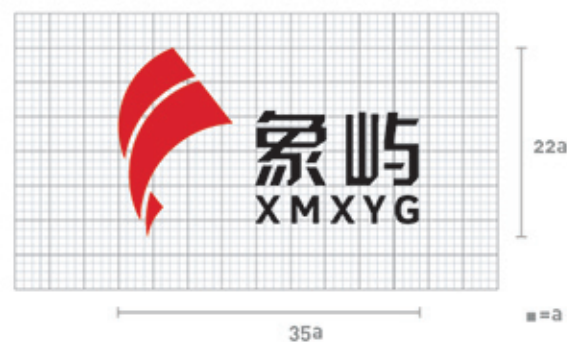
#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A1.3.3 标识与中文简体商标竖式规范

此制图规范,象屿集团品牌标识组合有横式和竖式两种,根据实际情况灵活使用。

竖式:晨帆在上,中英文名称在下,中英文竖式排列。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为5mm宽。

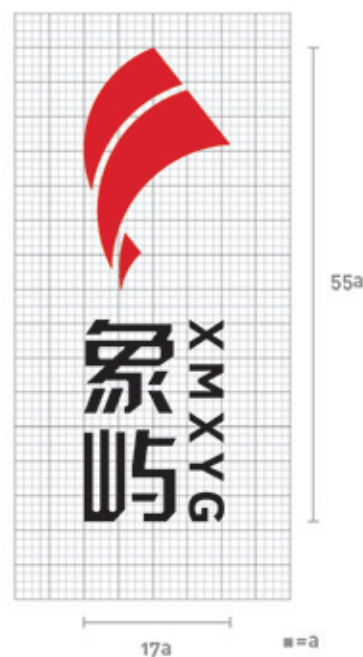
#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;

#### 最小尺寸



#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A1.3.4 标识与中文繁体商标横式规范 (仅用于港澳台地区)

此制图规范, 仅限于港澳台地区使用。  
在版面允许的情况下, 优先使用横式。  
横式: 晨帆在左, 中英文商号在右, 中  
英文横排。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处  
“象”的大小与标识中相等, 此区域必须  
与任何图样(含双品牌之厂商企业标  
志)分开, 以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的  
效果, 适应实际应用中材质多样性,  
特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳  
的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 6mm 高。

#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不  
反白;

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A1.3.5 标识与中文繁体商标竖式规范 (仅用于港澳台地区)

此制图规范, 仅限于港澳台地区使用。

竖式: 晨帆在上, 中英文商号在下, 中英文竖排。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标  
识中相等, 此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业  
标志)分开, 以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际  
应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳  
的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 6mm 宽。

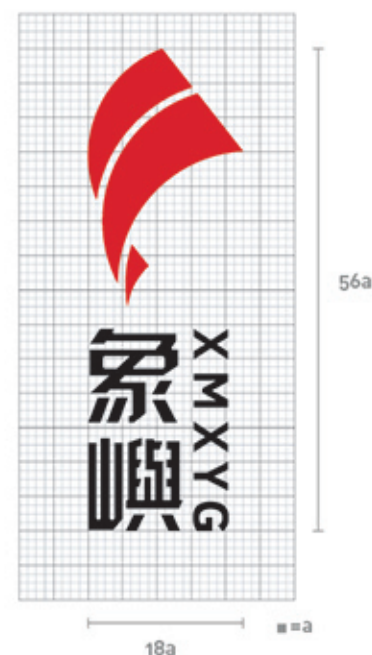
#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

#### 最小尺寸



#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A1.3.6 标识与英文商标横式规范 (仅用于境外简称组合规范)

此制图规范，象屿集团品牌标识组合有横式和竖式两种，根据实际情况灵活使用。在版面允许的情况下，优先使用横式。

横式：晨帆在左，英文名称在右。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 5mm 高。

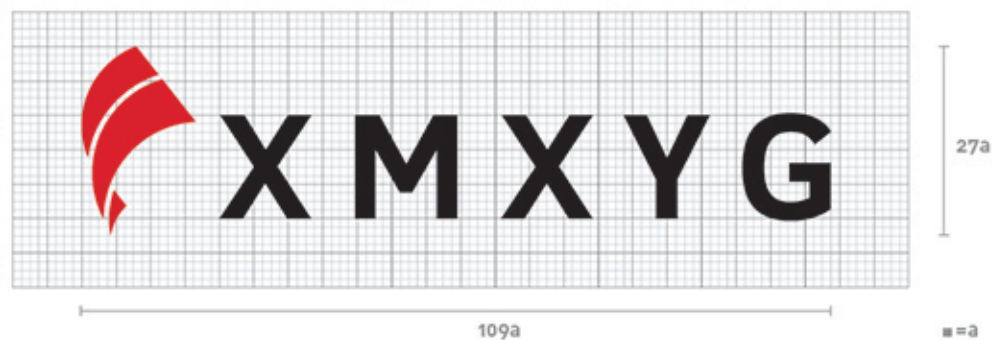
#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A1.3.7 标识与英文商标竖式规范 (仅用于境外简称组合规范)

此制图规范，仅限于港澳台地区使用。

竖式：晨帆在上，英文商号在下，英文竖排。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

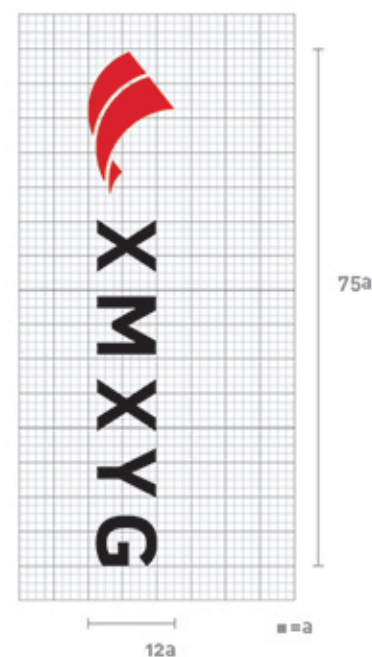
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 宽。

#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



#### 最小尺寸



### A1.3.8 集团广告语的规范

此为象屿品牌广告语，不可替代或变更为其其他语言表述，若与品牌标准标识组合时，字体必须使用“思源黑体”；若单独应用于广告宣传画面中，则可根据其设计风格自行选定字体，但需要注意字体的版权问题。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 5mm 高。

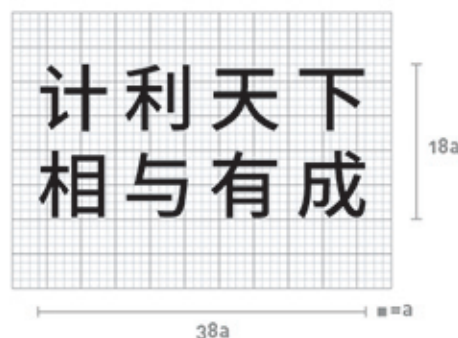
#### 最小尺寸

计利天下  
相与有成 ] 5mm

思源黑体-Medium

计利天下  
相与有成

网格



反白稿



### A1.3.9 集团品牌标准组合与广告语的组合规范

标识在左，广告语在右。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 8mm 高。

#### 最小尺寸

象屿 | 计利天下  
XMXYG | 相与有成 ] 8mm

#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

网格



保护空间



反白稿



### A1.4.1 色彩规范

基本颜色提取自标识，将其命名为象屿红和象屿黑，标识色值应严格按照规定使用，并将其考虑到标识可能在应用中有特殊工艺制作的需求，提供象屿银和象屿金为备用。

在于基本颜色相近的背景颜色下，标识的使用明度规范分别如下：  
在红色值明度 0%~40% 的背景下，使用原标识；  
在红色值明度 50%~90% 的背景下，使用反白标识。

#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 象屿红

<b>PANTONE P 48-16 C</b> C10 M100 Y95 K0 R216 G012 B030 HEX CODE: #D80C1E	
90% 	40% 
80% 	30% 
70% 	20% 
60% 	10% 
50% 	0% 





基本颜色提取自标识，将其命名为象屿红和象屿黑，标识色值应严格按照规定使用，并将其考虑到标识可能在应用中有特殊工艺制作的需求，提供象屿银和象屿金为备用。

在与基本颜色相近的背景颜色下，标识的使用明度规范分别如下：  
在黑色值明度 0%~40% 的背景下，使用原标识；  
在黑色值明度 50%~90% 的背景下，使用反白标识；

#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 象屿黑

<b>PANTONE BLACK C</b> C0 M0 Y0 K100 R000 G000 B000 HEX CODE: #000000	
90% 	40% 
80% 	30% 
70% 	20% 
60% 	10% 
50% 	0% 

特殊色 (可用于特殊工艺如烫印、UV、金属材料等)

#### 象屿金

<b>PANTONE 874C</b> C39 M51 Y75 K18 R140 G110 B74
---

#### 象屿银

<b>PANTONE 877C</b> C47 M38 Y38 K2 R142 G143 B144
---

## A1.4.2 标准色的应用规范

此部分为标识在标准色和特殊色之间相互组合的色彩关系规范。在应用中，应严格按照下列规定使用。

A 为常规用法，应优先使用标准标识，有特殊工艺需求时，可使用金色标识和银色标识。

B 为特殊情况用法，在应用时，如果不适合用 A 类表现或制作，可选择用此部分为标识在标准色和特殊色之间相互组合的色彩关系规范，在应用中，应严格按照下列规定使用；

为保证品牌调性与形象的一致性，禁止标识在下列规定之外的纯色背景中使用，如有特殊情况，须报集团审批后使用。

复杂背景指广告画面设计中可能因为有多重色彩构成的情况。

### A.常规用法

### B.特殊用法

标准色	A.常规用法				B.特殊用法				金色背景	银色背景	复杂背景
	白色背景	红色背景	黑色背景	灰色背景	灰色背景	灰色背景	灰色背景	灰色背景			
标准标识		禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用						禁止使用
白色标识 <small>反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；</small>	禁止使用		禁止使用				禁止使用	禁止使用			
黑色标识 <small>仅在单色环境下可使用</small>		禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用
金色标识				禁止使用	禁止使用	禁止使用		禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用
银色标识		禁止使用		禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用	禁止使用
				80%	60%	40%	20%				

## A1.5.1 标识组合误用范例

为了规范品牌标识、字体与色彩的组合，使品牌形象达到统一，在此也特举出组合的几种常用错误方法，避免以后在使用中出现类似错误方式，须严格按照本手册规范执行。

正确标识组合



### (1) 标识基础要素组合不正确



请勿将晨帆置于商号上方



请勿将晨帆置于商号右方



请勿将晨帆勾边

### (2) 标识未规范使用标准字



中文字体错误,使用英文错误



中文字体错误,使用英文错误

### (3) 标识中的图形变形



晨帆图形压缩



晨帆图形拉长



晨帆图形间距错误及倾斜



请勿将晨帆随意放大

### (4) 标识中的图形位移



### (5) 标识色彩错误应用



近似背景上禁止使用描边标识



禁止使用晨帆与白色中英文商标组合



禁止使用晨帆与灰色中英文商标组合

### (6) 在过于复杂背景中使用标识



复杂背景上禁止使用描边标识

# 2

## A-基础识别系统

### 标志的组合规范

- A2.1.1 集团标识中文简体横式规范
- A2.1.2 集团标识中文简体竖式规范
- A2.1.3 集团标识中文繁体横式规范
- A2.1.4 集团标识中文繁体竖式规范
- A2.2.1 集团全称中文简体横式规范
- A2.2.2 集团全称中文简体竖式规范
- A2.2.3 集团全称中文繁体横式规范
- A2.2.4 集团全称中文繁体竖式规范
- A2.2.5 标识与集团全称中文简体横式规范
- A2.2.6 标识与集团全称中文简体竖式规范
- A2.2.7 标识与集团全称中文繁体横式规范
- A2.2.8 标识与集团全称中文繁体竖式规范
- A2.2.9 集团品牌标识授权下属公司使用时的字体规范
- A2.3.1 名称中带“象屿”的全资或控股企业简称组合规范
- A2.3.2 名称中不带“象屿”的全资或控股企业简称组合规范
- A2.3.3 符合授权使用品牌商标的企业全称组合规范

## A2.1.1 集团标识中文简体横式规范

该标识归属集团管理；仅在代表集团公司本部时使用。需严格按照手册规范执行。在版面允许的情况下，优先使用横式。

横式：晨帆在左，中英文名称在右。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 高。

### 最小尺寸



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



## A2.1.2 集团标识中文简体竖式规范

该标识归属集团管理；仅在代表集团公司本部时使用。需严格按照手册规范执行。

横式：晨帆在左，中英文名称在右。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 宽。

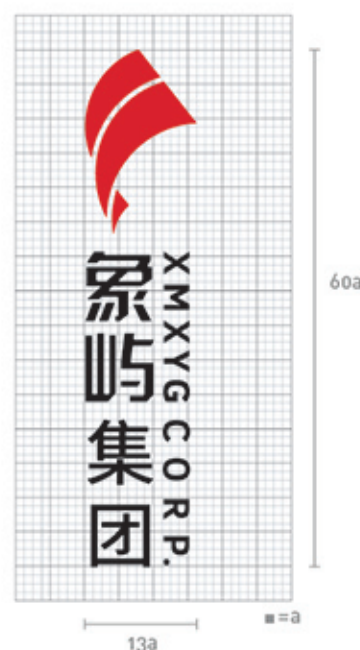
### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 最小尺寸



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



### A2.1.3 集团标识中文繁体横式规范 (仅用于港澳台地区)

该标识归属集团管理；仅在代表集团公司本部时使用。需严格按照手册规范执行。仅限于港澳台地区使用。在版面允许的情况下，优先使用横式。

横式：晨帆在左，中英文名称在右。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 8mm 高。

#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



### A2.1.4 集团标识中文繁体竖式规范 (仅用于港澳台地区)

该标识归属集团管理；仅在代表集团公司本部时使用。需严格按照手册规范执行。仅限于港澳台地区使用。

竖式：晨帆在上，中英文名称在下。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

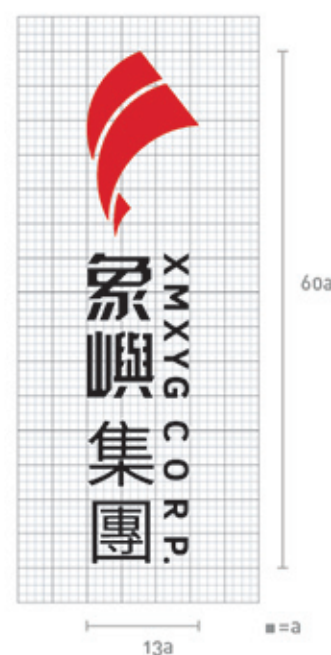
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 8mm 宽。

#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

#### 网格



#### 保护空间



#### 最小尺寸



#### 反白稿



中文字体为“思源黑体-REGULAR”，采用繁体字输入法

## A2.2.1 集团全称中文简体横式规范

此制图规范，中文字体为“思源黑体-REGULAR”，英文字体为“CLEAR SANS-BOLD”，组合有横式和竖式两种，在版面允许的情况下，优先使用横式。

中文在上，英文在下。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为4mm高。

### 网格



### 保护空间



### 反白稿



### 最小尺寸



## A2.2.2 集团全称中文简体竖式规范

此制图规范，中文字体为“思源黑体-REGULAR”，英文字体为“CLEAR SANS-BOLD”，根据实际情况灵活使用。

中文在左，英文在右。

### 保护空间

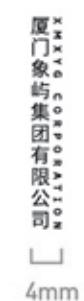
四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为4mm宽。

### 最小尺寸



### 网格



### 反白稿



### 保护空间



### A2.2.3 集团全称中文繁体横式规范 (仅限于港澳台地区)

此制图规范，中文字体为“思源黑体-REGULAR”，英文字体为“CLEAR SANS-BOLD”，组合有横式和竖式两种，仅限港澳台地区使用。在版面允许的情况下，优先使用横式。

中文在上,英文在下。

#### 保护空间

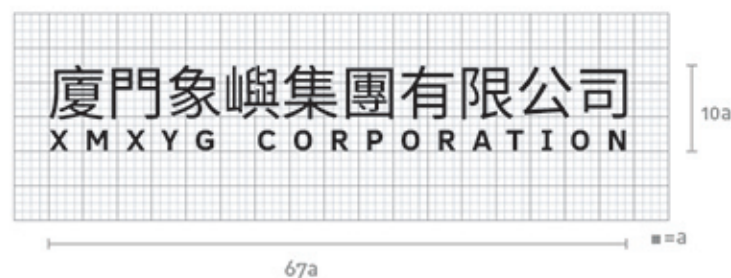
四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 5mm 高。

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



#### 最小尺寸



### A2.2.4 集团全称中文繁体竖式规范 (仅限于港澳台地区)

此制图规范，中文字体为“思源黑体-REGULAR”，英文字体为“CLEAR SANS-BOLD”，仅限港澳台地区使用。

中文在左,英文在右。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

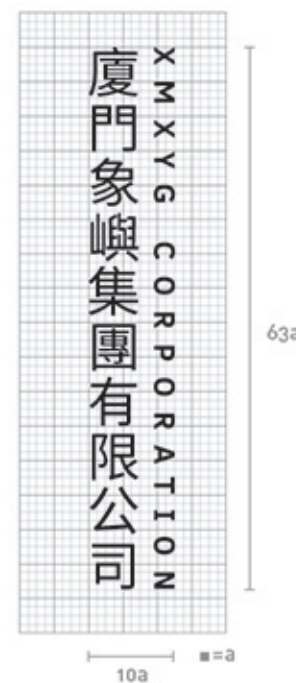
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 5mm 宽。

#### 最小尺寸



#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



中文字体为“思源黑体-REGULAR”，采用繁体字输入法

## A2.2.5 标识与集团全称中文简体横式规范

此制图规范，组合有横式和竖式两种，在版面允许的情况下，优先使用横式。

晨帆在上，中文在上，英文在下。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为6mm高。

### 最小尺寸



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

## A2.2.6 标识与集团全称中文简体竖式规范

此制图规范，根据实际情况灵活使用。

晨帆在上，中文在左，英文在右。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

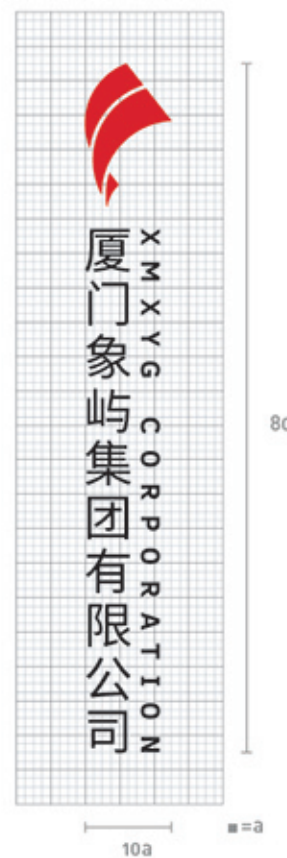
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为6mm宽。

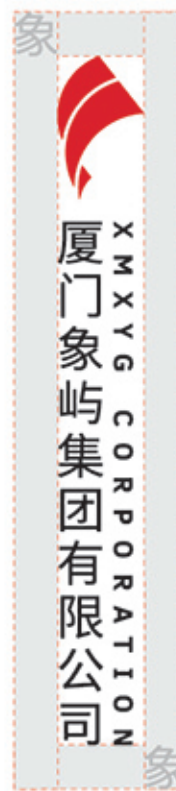
### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 网格



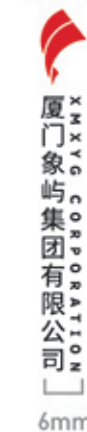
### 保护空间



### 反白稿



### 最小尺寸



## A2.2.7 标识与集团全称中文繁体横式规范 (仅限于港澳台地区)

此制图规范, 组合有横式和竖式两种, 仅限港澳台地区使用。在版面允许的情况下, 优先使用横式。

晨帆在上, 中文在上, 英文在下。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开, 以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 7mm 高。

### 最小尺寸



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

### 网格



### 保护空间



### 反白稿



## A2.2.8 标识与集团全称中文繁体竖式规范 (仅限于港澳台地区)

此制图规范, 仅限港澳台地区使用。

晨帆在上, 中文在左, 英文在右。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开, 以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 7mm 宽。

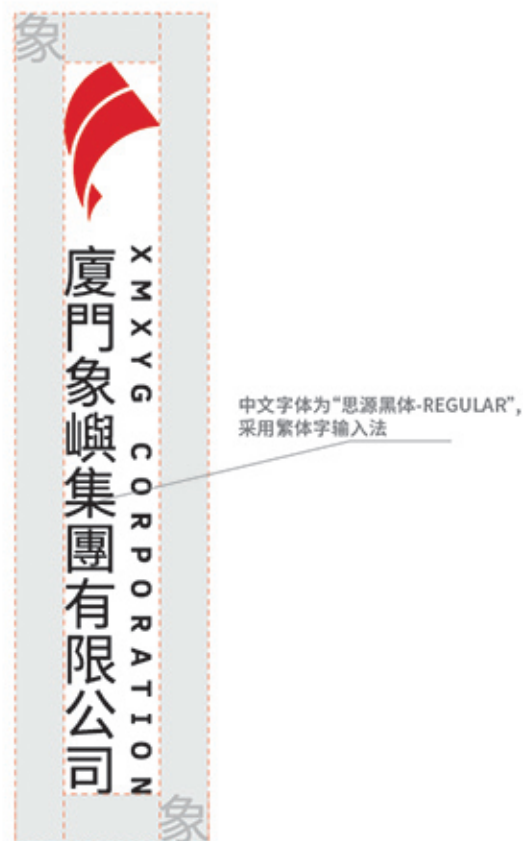
### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

### 网格



### 保护空间



### 最小尺寸



### 反白稿



## A2.2.9 集团品牌标识授权下属公司使用时的字体规范

### 企业简称规范

#### 1. 标准组合



中文间距相等



英文左右两端对齐



反白稿



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 企业简称规范

2. 符合此种情况的企业，其简称中的英文翻译，需要以“XMYG”为基准下对齐，与中文简称两端对齐，因此，当英文翻译需要遵循该原则缩放时，若缩放比例小于“XMYG”的60%，则需要用英文翻译的缩写方式替代表达。



中文间距相等



英文左右两端对齐



反白稿



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 企业简称规范

3. 当企业名称英文翻译略长于中文时，英文应与中文两端对齐，且保证英文缩放比例不小于“XMXYG”的60%。



英文左右两端对齐



反白稿

### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；



### 企业简称规范

4. 只有英文名称的企业



间距相等



品牌标识固定组合中  
文字、分隔符与企业名称缩写之间的关系



反白稿

### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；



## 企业全称规范

公司名称中含“象屿”字样的企业

### 1. 标准组合



中文间距相等



英文左右两端对齐



反白稿



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

## 企业全称规范

公司名称中未含“象屿”字样的企业

### 2. 标准组合



间距相等



英文左右两端对齐



反白稿



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### A2.3.1 名称中带“象屿”字样的全资或控股企业简称组合规范

#### 示例 1: 标准组合

##### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。在版面允许的情况下，优先使用横式。

##### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：  
最小尺寸为 6mm 高。

##### 最小尺寸



##### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

##### 网格



##### 保护空间



##### 反白稿



##### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

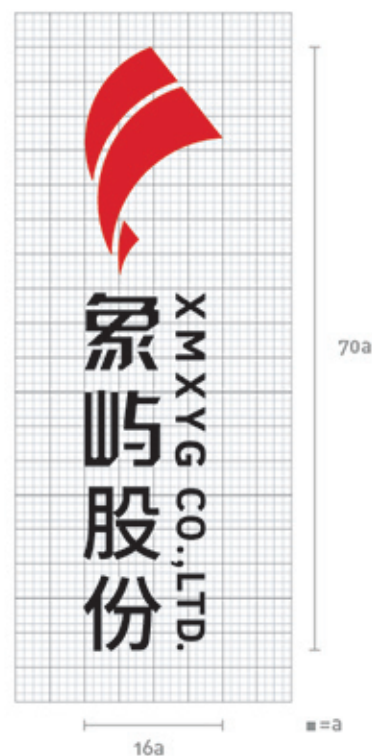
##### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：  
最小尺寸为 6mm 宽。

##### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

##### 网格



##### 保护空间



##### 最小尺寸



##### 反白稿



示例2:当企业名称英文翻译过长时,不允许使用多行英文排列,需要用缩写表示。

符合此种情况的企业,其简称中的英文翻译,需要以“XMYG”为基准下对齐,与中文简称两端对齐,因此,当英文翻译需要遵循该原则缩放时,若缩放比例小于“XMYG”的60%,则需要用英文翻译的缩写方式替代表达。在版面允许的情况下,优先使用横式。

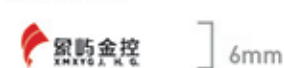
### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。在版面允许的情况下,优先使用横式。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:最小尺寸为6mm高。

### 最小尺寸



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;

### 网格



### 保护空间



### 反白稿



### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:最小尺寸为6mm宽。

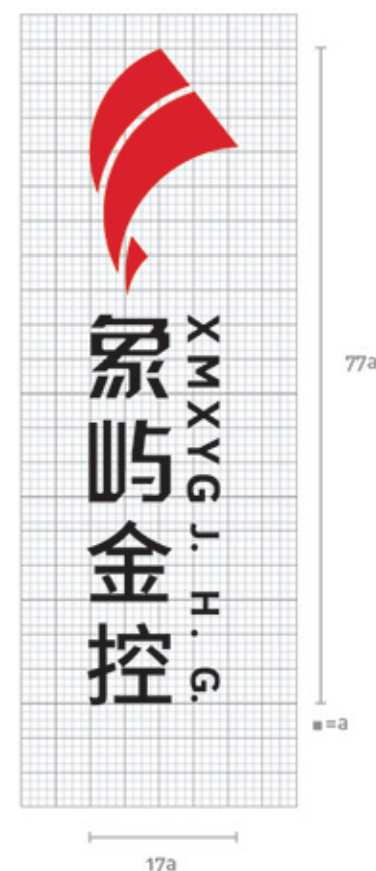
### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;

### 最小尺寸



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



**示例 3: 当企业名称英文翻译略长于中文时, 英文应与中文两端对齐, 且保证英文缩放比例不小于 "XMXYG" 的 60%。**

符合此种情况的企业, 其简称中的英文翻译, 以 "XMXYG" 为基准下对齐, 与中文简称两端对齐, 且缩放比例不得小于 "XMXYG" 的 60%。在版面允许的情况下, 优先使用横式。

**保护空间**

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样 (含双品牌之厂商企业标志) 分开, 以保持留白。

**最小尺寸**

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 7mm 高。

**最小尺寸**



**反白准则**

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

**网格**



**保护空间**



**反白稿**



符合此种情况的企业, 其简称中的英文翻译, 以 "XMXYG" 为基准左对齐, 与中文简称两端对齐, 且缩放比例不得小于 "XMXYG" 的 60%。

**保护空间**

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样 (含双品牌之厂商企业标志) 分开, 以保持留白。

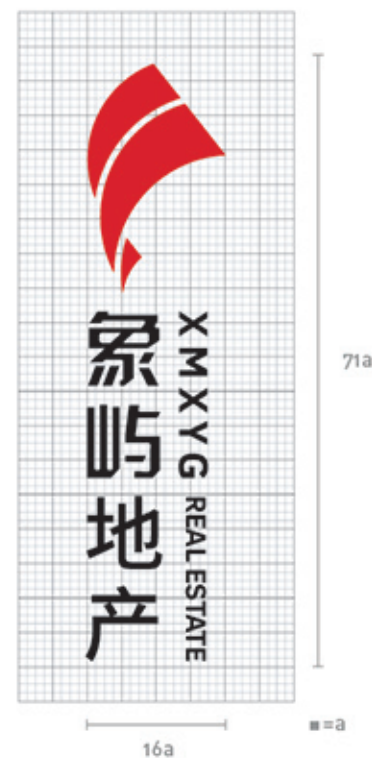
**最小尺寸**

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 7mm 宽。

**反白准则**

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

**网格**



**保护空间**



**最小尺寸**



**反白稿**



### A2.3.2 名称中不带“象屿”的全资或控股 企业简称组合规范

示例 1: 标准组合, 后缀中英文左右两端对齐, 英文等比例缩放

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样 (含双品牌之厂商企业标志) 分开, 以保持留白。在版面允许的情况下, 优先使用横式。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 7mm 高。

#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围, 此处“象”的大小与标识中相等, 此区域必须与任何图样 (含双品牌之厂商企业标志) 分开, 以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果, 适应实际应用中材质多样性, 特规范其最小使用尺寸, 以达到最佳的视觉呈现效果:  
最小尺寸为 7mm 宽。

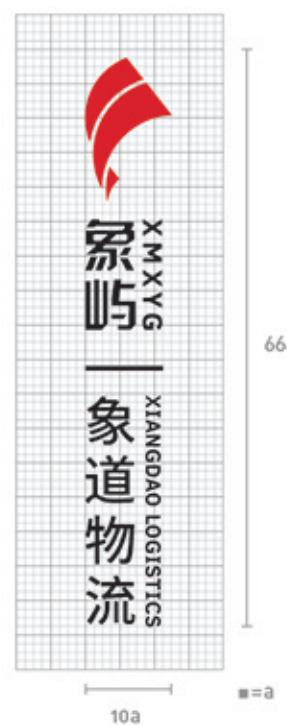
#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用, 非必要不反白;

#### 最小尺寸



#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



## 示例 2: 与只有英文名称的企业简称组合规范

### 保护空间

四周标示的“M”字为其预留范围，此处“M”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。在版面允许的情况下，优先使用横式。

### 最小尺寸

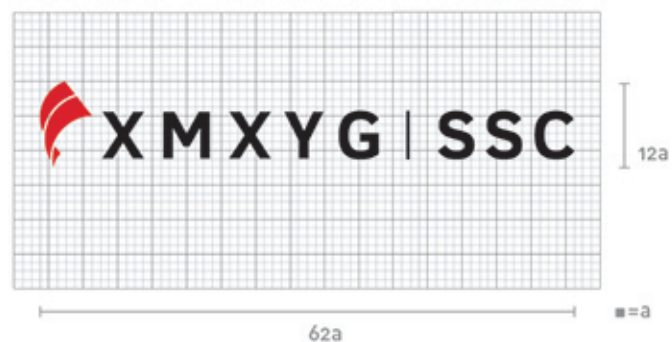
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 高。

### 最小尺寸



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 保护空间

四周标示的“M”字为其预留范围，此处“M”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 宽。

### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；

### 保护空间



### 网格



### 最小尺寸



### 反白稿



### A2.3.3 符合授权使用品牌商标的企业全称组合规范

#### 示例 1: 名称中包含“象屿”字样的企业全称

中英文两端对齐，英文在适当比例范围内调整字体间距。在版面允许的情况下，优先使用横式。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 高。

#### 网格



#### 保护空间



#### 最小尺寸



中英文两端对齐，英文在适当比例范围内调整字体间距。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

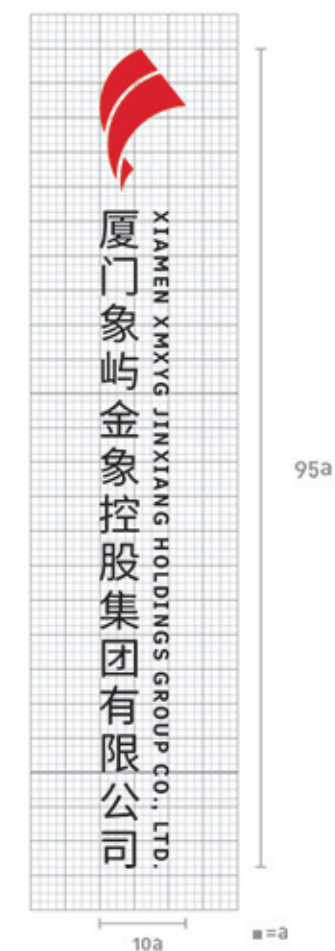
#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：

最小尺寸为 6mm 宽。



#### 网格



#### 保护空间



## 示例 2: 名称中未包含“象屿”字样的企业全称

中英文两端对齐,英文在适当比例范围内调整字体间距。在版面允许的情况下,优先使用横式。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 6mm 高。

### 网格



### 保护空间



### 最小尺寸



中英文两端对齐,英文在适当比例范围内调整字体间距

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

### 最小尺寸

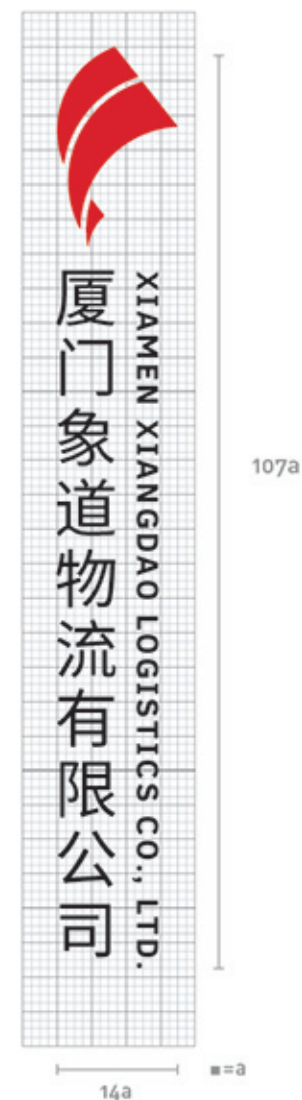
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 6mm 宽。

### 最小尺寸



### 网格



### 保护空间



### 示例 3: 非厦门地区的企业名称中包含“象屿”字样的企业全称规范

中英文两端对齐,英文在适当比例范围内调整字体间距。在版面允许的情况下,优先使用横式。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 6mm 高。

#### 网格



#### 保护空间



#### 最小尺寸



中英文两端对齐,英文在适当比例范围内调整字体间距。

#### 保护空间

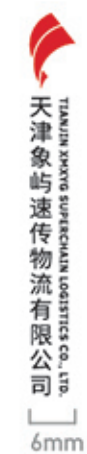
四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

#### 最小尺寸

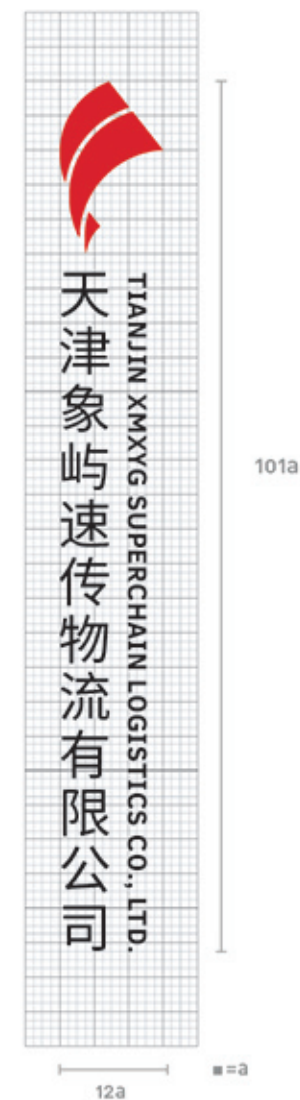
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

最小尺寸为 6mm 宽。

#### 最小尺寸



#### 网格



#### 保护空间





## A-基础识别系统

### 特殊组合规范

- A3.1 联合品牌组合规范
- A3.2 特例情况组合规范

### A3.1.1 联合品牌组合规范

品牌在参与项目合作、活动赞助、公益活动时，经双方协商明确品牌授权及使用方式后，以联合品牌的形式出现。此为参考示例，实际操作中可能因各种因素有所变化，可提前与集团联系，灵活处理，共同探讨解决方案。

#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：  
最小尺寸为 6mm 高。

#### 网格



#### 保护空间



#### 最小尺寸



### A3.2 特例情况组合规范

#### 示例 1: 行业集团需要发展业务 / 产品时的简称组合规范。

当行业集团需要在区域成立子公司或发展业务 / 产品时，经集团审核同意授权后，其组合规范需要严格按照手册规范执行。

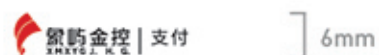
#### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样（含双品牌之厂商企业标志）分开，以保持留白。

#### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：  
最小尺寸为 6mm 高。

#### 最小尺寸



#### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；



#### 网格



#### 保护空间



#### 反白稿



## 示例 2: 符合授权的行业集团发展区域平台(中文语境)时的简称组合规范

境内外区域平台(中文语境)注册企业,在境内外区域平台(中文语境)开展经营活动时,使用中英文组合规范,后缀中英文左右两端对齐,英文等比例缩放。

### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围,此处“象”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:最小尺寸为 6mm 高。

### 最小尺寸



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



## 示例 3: 符合授权的行业集团发展境外区域平台(外文语境)时的简称组合规范

境外注册企业,在境内外开展经营活动时,使用外文语境组合规范。

### 保护空间

四周标示的“M”字为其预留范围,此处“M”的大小与标识中相等,此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开,以保持留白。

### 最小尺寸

为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果,适应实际应用中材质多样性,特规范其最小使用尺寸,以达到最佳的视觉呈现效果:

### 最小尺寸



### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用,非必要不反白;



### 网格



### 保护空间



### 反白稿



#### 示例 4: 只有中文名称的项目简称规范

只有中文名称的项目简称规范

##### 保护空间

四周标示的“象”字为其预留范围，此处“象”的大小与标识中相等，此区域必须与任何图样(含双品牌之厂商企业标志)分开，以保持留白。

##### 最小尺寸

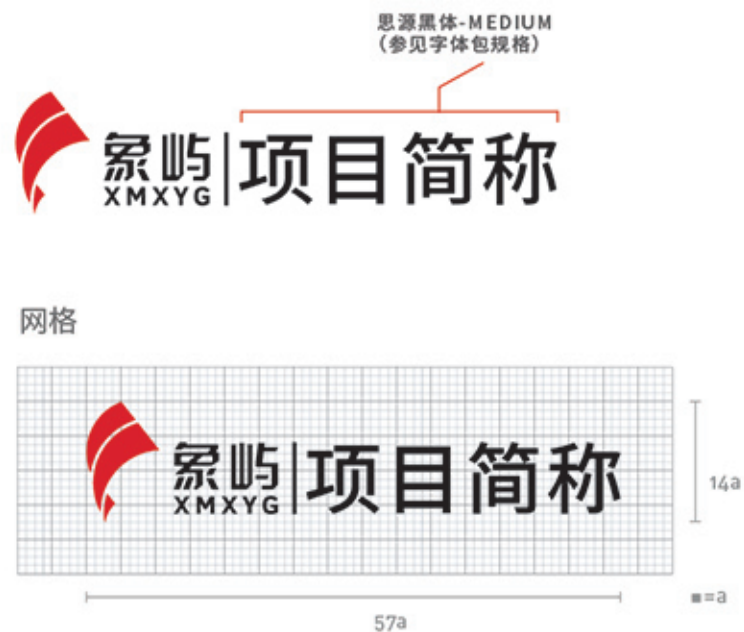
为了避免标志在运用中产生模糊不清的效果，适应实际应用中材质多样性，特规范其最小使用尺寸，以达到最佳的视觉呈现效果：  
最小尺寸为 6mm 高。

##### 最小尺寸



##### 反白准则

反白仅在特殊情境下使用，非必要不反白；



网格

保护空间



反白稿



# 目录

## 办公事务用品系统

- B1.1 名片
- B1.2 国内信封(6号、7号、9号)
- B1.3 国际信封(6号、7号、9号)
- B1.4 工作证/贵宾证/临时卡
- B1.5 对外工作单据
- B1.6 纸杯/水杯/定制瓶装水
- B1.7 手提袋
- B1.8 工位牌
- B1.9 文具规范
- B1.10 接站、接机牌
- B1.11 电脑桌面
- B1.12 司旗

## B1.1 名片

名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、邮箱、网址等。不得随意添加无关的内容。

正面有两种设计方案,此为单一任职公司方案。

**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

名片正面方案一标准组合:



名片正面方案一版式规范:



名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、网址等。不得随意添加无关的内容。

正面有两种设计方案,此为多家任职公司方案。

**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

名片正面方案二标准组合:



名片正面方案二版式规范:



名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、网址等。不得随意添加无关的内容。

背面有两种设计方案,此为正面内容的英文版设计。

**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

名片背面方案一标准组合:



名片背面方案一版式规范:



名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、网址等。不得随意添加无关的内容。

背面有两种设计方案,此为标准红底品牌标识与广告语组合方案。

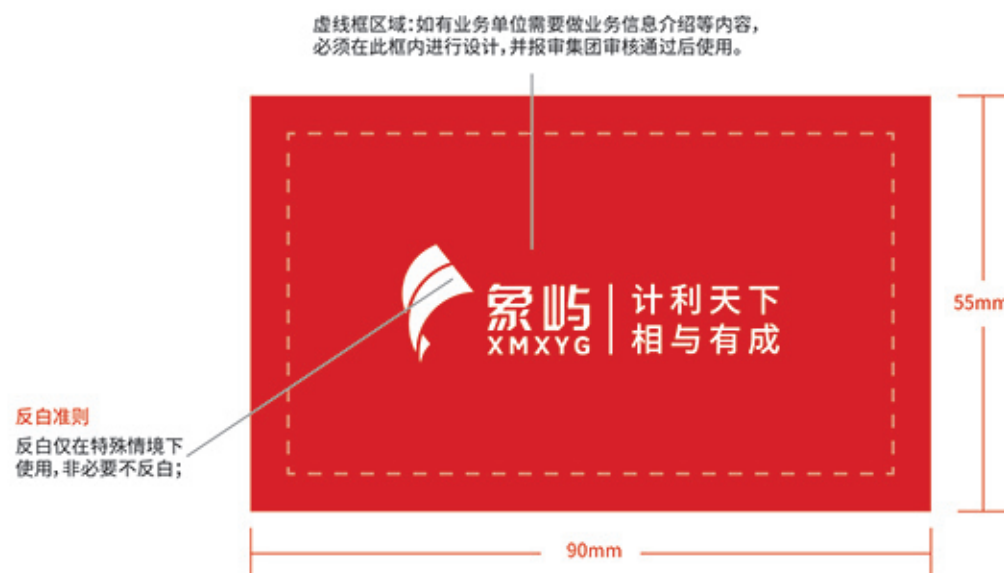
**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

名片背面方案二标准组合:



名片背面方案二版式规范:



名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、网址等。不得随意添加无关的内容。

背面有两种设计方案,此为正面内容的英文版设计。

**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

投资企业名片正面方案标准组合:



投资企业名片正面方案版式规范:



名片是企业形象传播的重要组成部分,名片的内容包括标识、姓名、职务、地址、电话、传真、邮政编码、网址等。不得随意添加无关的内容。

背面有两种设计方案,此为标准红底品牌标识与广告语组合方案。

**材质:** 白色无花纹、无底纹的名片用纸。(克数不低于 150g,不高于 300g)

**规格:** 90mm X 55mm

投资企业名片背面方案标准组合:



投资企业名片背面方案版式规范:



## B1.2 国内信封(6号、7号、9号)

### 品牌专用国内6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 6 号信封 230mm X 120mm

信封正面标准组合:



### 品牌专用国内6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 6 号信封 230mm X 120mm

信封正面标准组合规范:



公司全称中文字体: 思源黑体-MEDIUM 7-11pt  
公司全称英文字体: CLEAR SANS-BOLD 4-5pt  
公司地址字体: 思源黑体-REGULAR 5-6pt  
联系信息字体: 中文-思源黑体-REGULAR 5-6pt  
英文- CLEAR SANS-REGULAR 5-6pt  
颜色: C-0 M-0 Y-0 K-80

## 品牌专用国内6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 6 号信封 230mm X 120mm

信封背面标准组合:



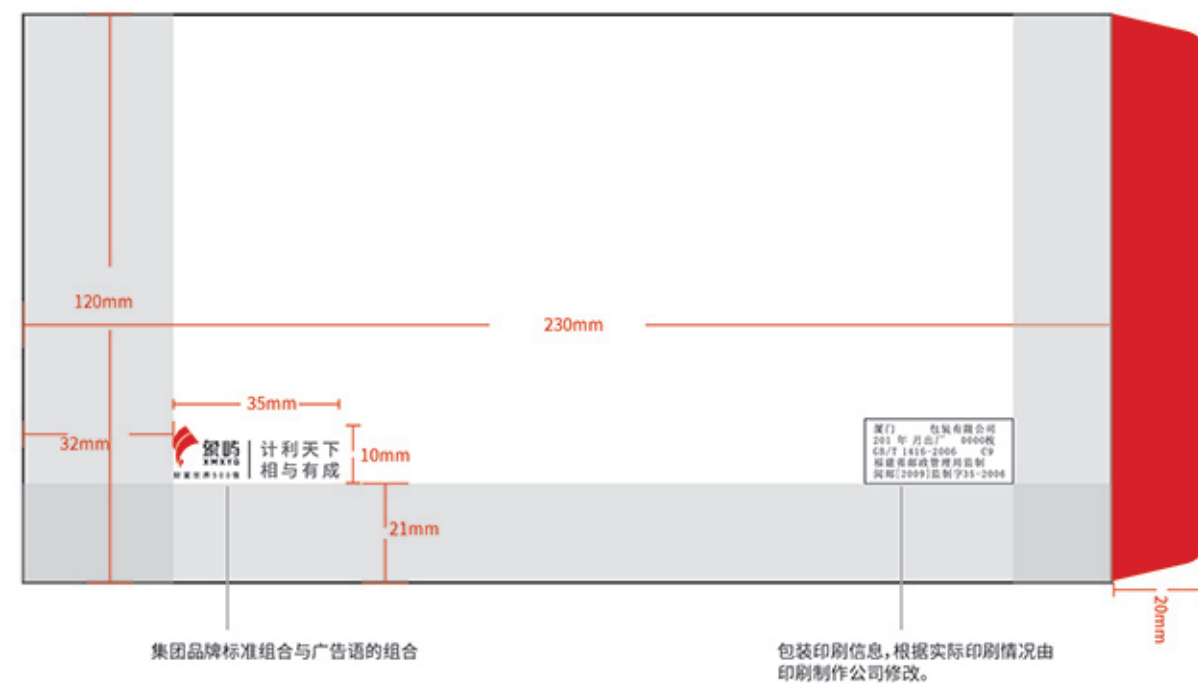
## 品牌专用国内6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 6 号信封 230mm X 120mm

信封背面标准组合规范:



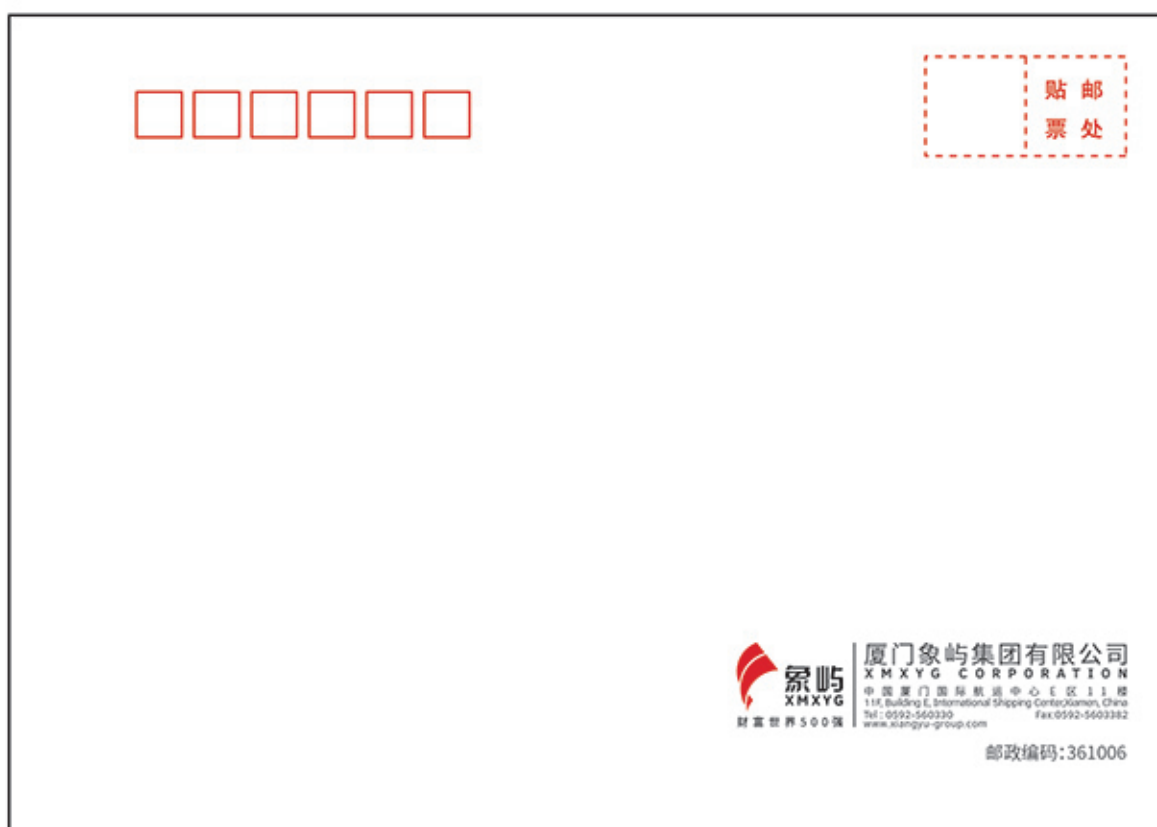
## 品牌专用国内7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 7 号信封 229mm X 162mm

信封正面标准组合:



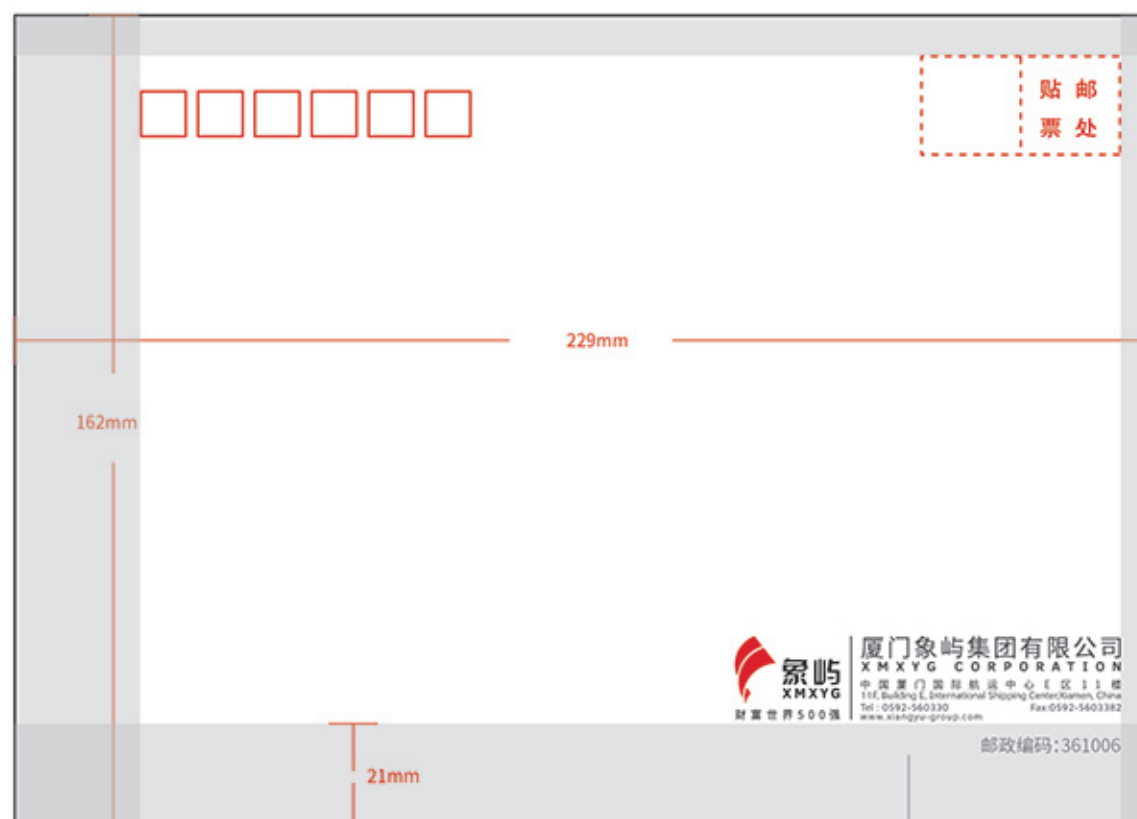
## 品牌专用国内7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 7 号信封 229mm X 162mm

信封正面标准组合规范:



公司全称中文字体: 思源黑体-MEDIUM 7-11pt  
公司全称英文字体: CLEAR SANS-BOLD 4-5pt  
公司地址字体: 思源黑体-REGULAR 5-6pt  
联系信息字体: 中文-思源黑体-REGULAR 5-6pt  
英文-CLEAR SANS-REGULAR 5-6pt  
颜色: C-0 M-0 Y-0 K-80

## 品牌专用国内7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 7 号信封 229mm X 162mm

信封背面标准组合:



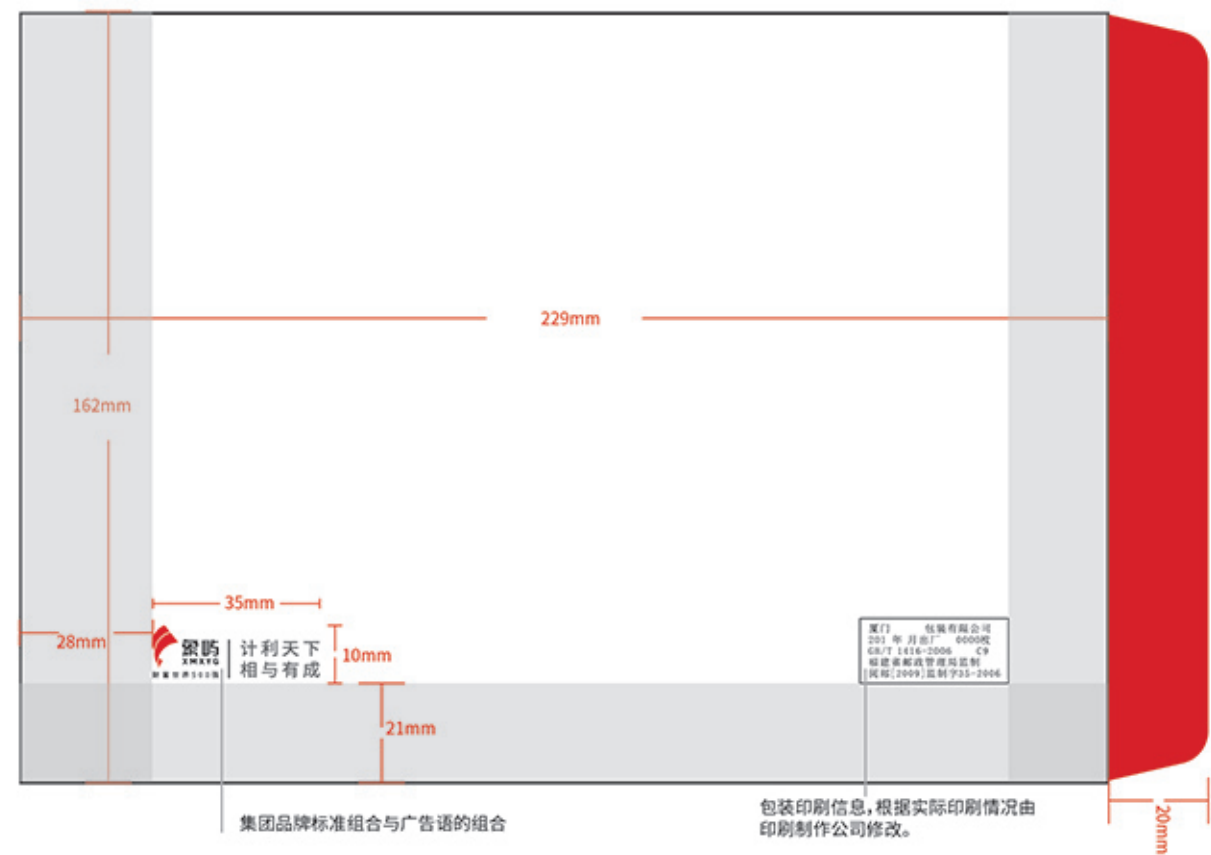
## 品牌专用国内7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 7 号信封 229mm X 162mm

信封背面标准组合规范:



## 品牌专用国内9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 9 号信封 324mm X 229mm

信封正面标准组合:



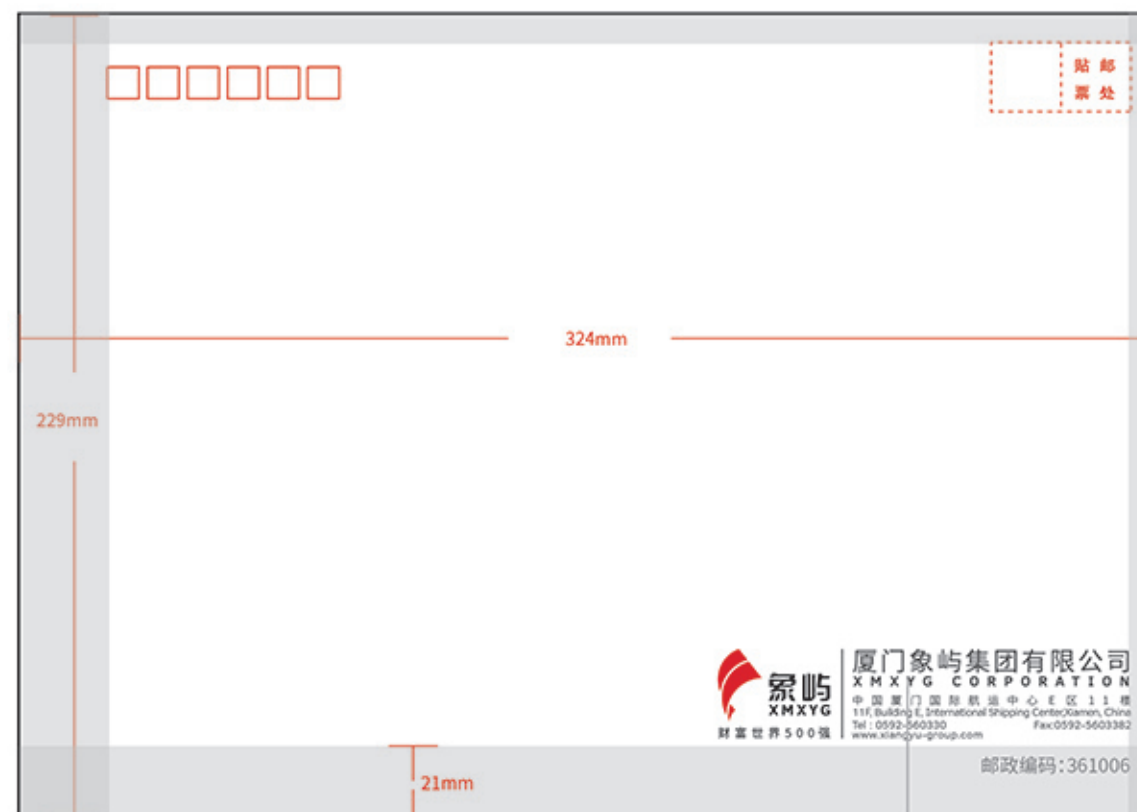
## 品牌专用国内9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。以象屿品牌为例,集团旗下各板块公司可对应替换标识和企业信息,但版面设计不可修改变更。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 9 号信封 324mm X 229mm

信封正面标准组合规范:



公司全称中文字体: 思源黑体-MEDIUM 11-20.5pt  
公司全称英文字体: CLEAR SANS-BOLD 4-9.5pt  
公司地址字体: 思源黑体-REGULAR 5-9.5pt  
联系信息字体: 中文-思源黑体-REGULAR 5-9.5pt  
英文- CLEAR SANS-REGULAR 5-9.5pt  
颜色: C-0 M-0 Y-0 K-80

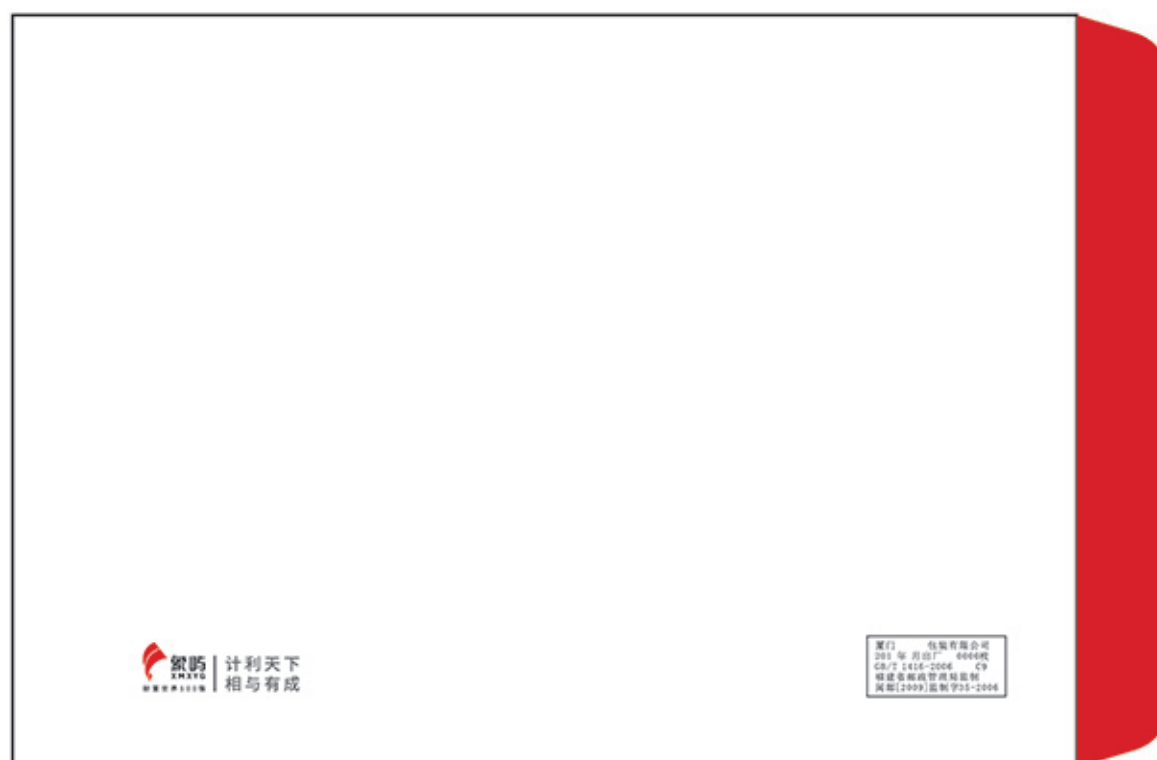
## 品牌专用国内9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 9 号信封 324mm X 229mm

信封背面标准组合:



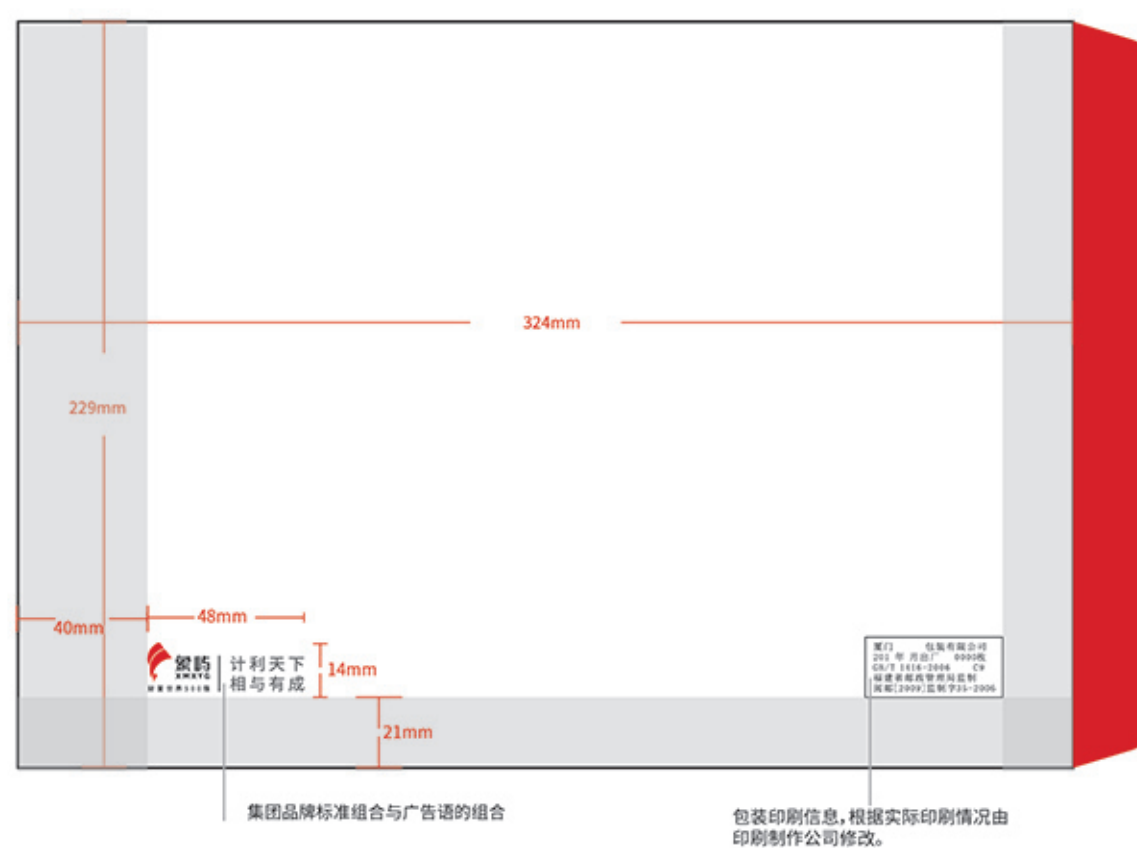
## 品牌专用国内9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 国家标准 9 号信封 324mm X 229mm

信封背面标准组合规范:



### B1.3 国际信封(6号、7号、9号)

#### 品牌专用国际6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 6 号信封 230mm X 120mm

信封正面标准组合:



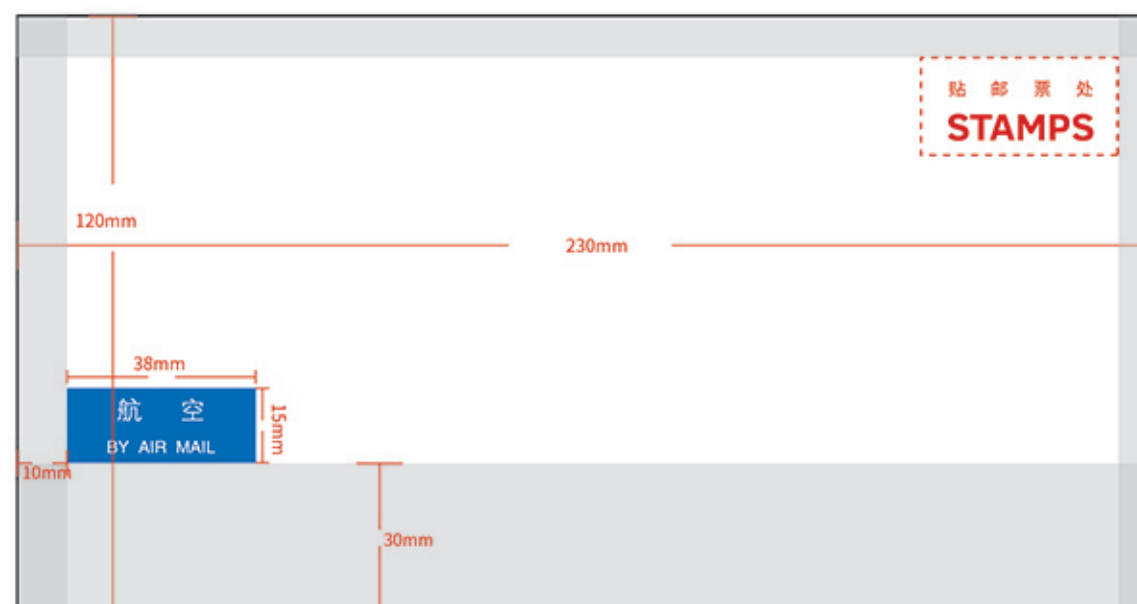
#### 品牌专用国际6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 6 号信封 230mm X 120mm

信封正面标准组合规范:



## 品牌专用国际6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。  
**规格:** 标准国际 6 号信封 230mm X 120mm

### 信封背面标准组合:

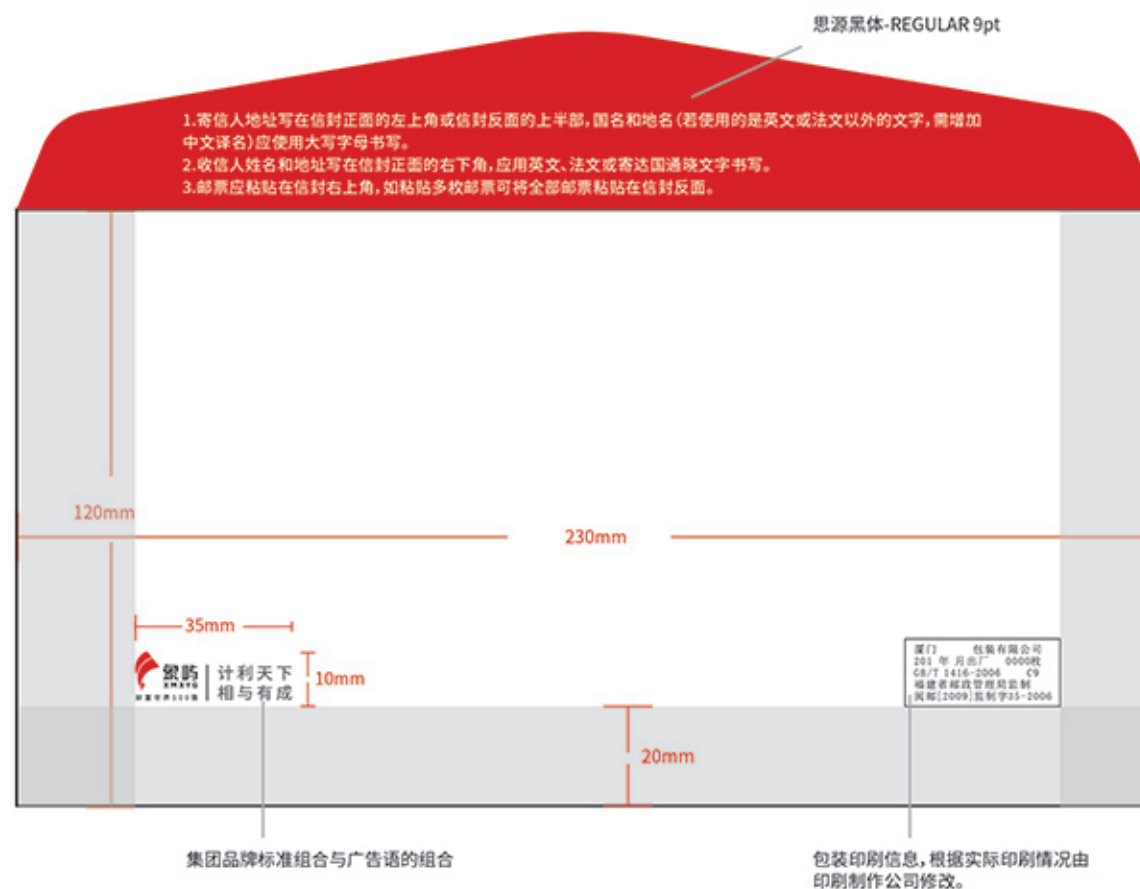


## 品牌专用国际6号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。  
**规格:** 标准国际 6 号信封 230mm X 120mm

### 信封背面标准组合规范:



## 品牌专用国际7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 7 号信封 229mm X 162mm

信封正面标准组合:



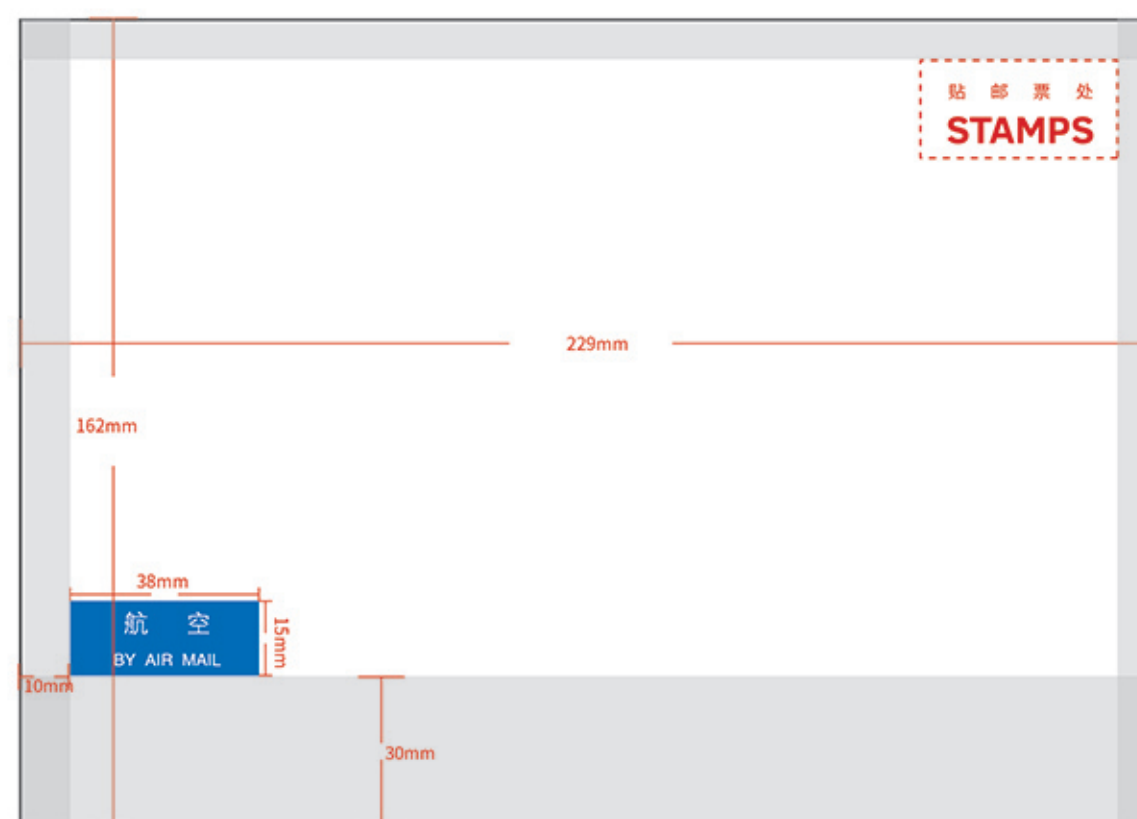
## 品牌专用国际7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 7 号信封 229mm X 162mm

信封正面标准组合规范:



## 品牌专用国际7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 7 号信封 229mm X 162mm

信封背面标准组合:



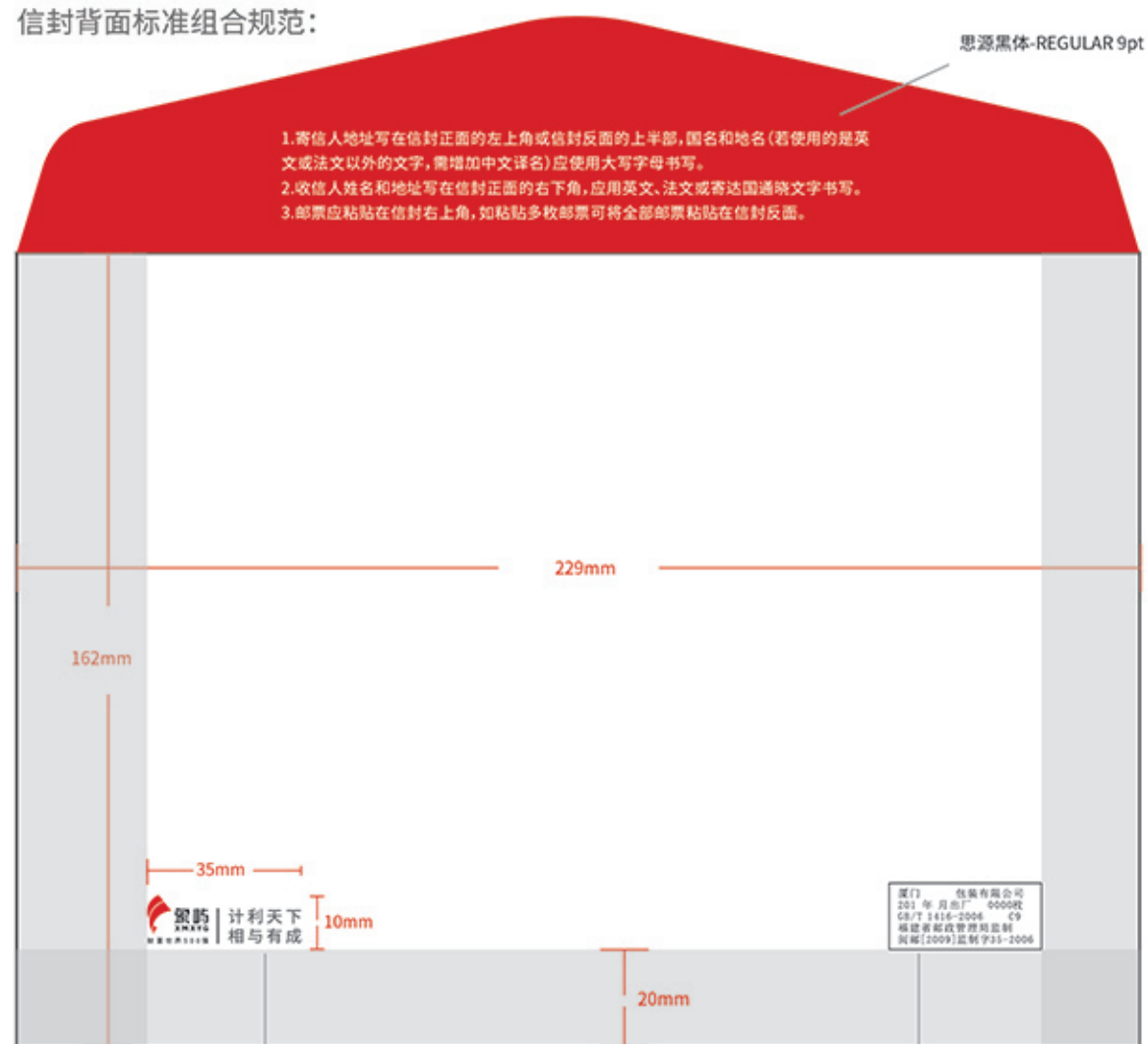
## 品牌专用国际7号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 7 号信封 229mm X 162mm

信封背面标准组合规范:



集团品牌标准组合与广告语的组合

包装印刷信息,根据实际印刷情况由印刷制作公司修改。

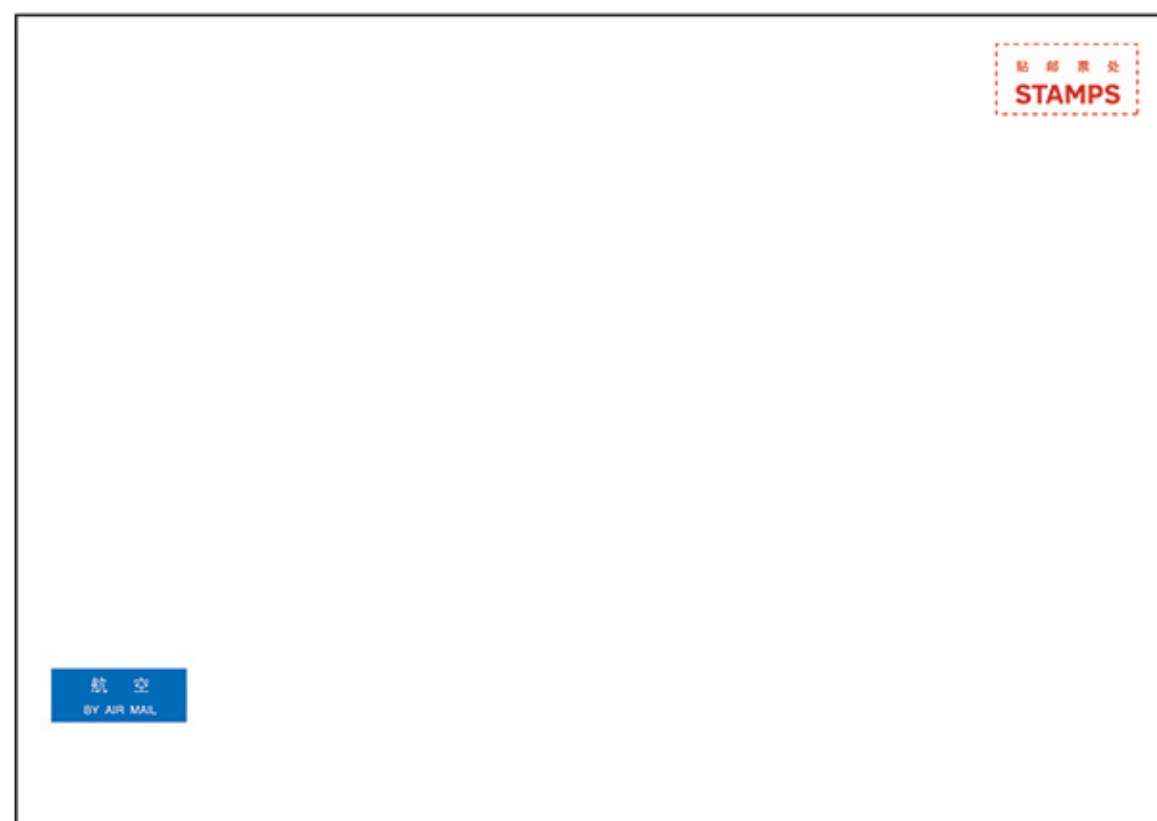
## 品牌专用国际9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 9 号信封 324mm X 229mm

信封正面标准组合:



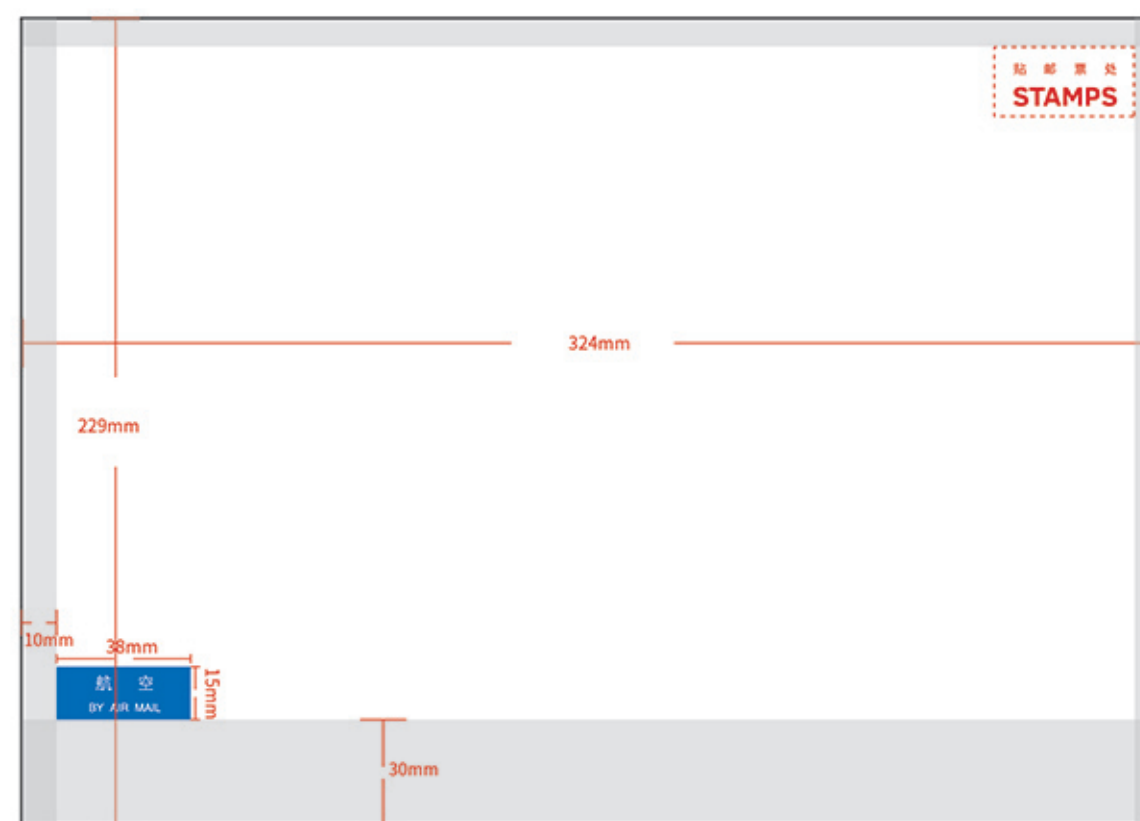
## 品牌专用国际9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。

**规格:** 标准国际 9 号信封 324mm X 229mm

信封正面标准组合规范:



## 品牌专用国际9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。  
**规格:** 标准国际 9 号信封 324mm X 229mm

信封背面标准组合:

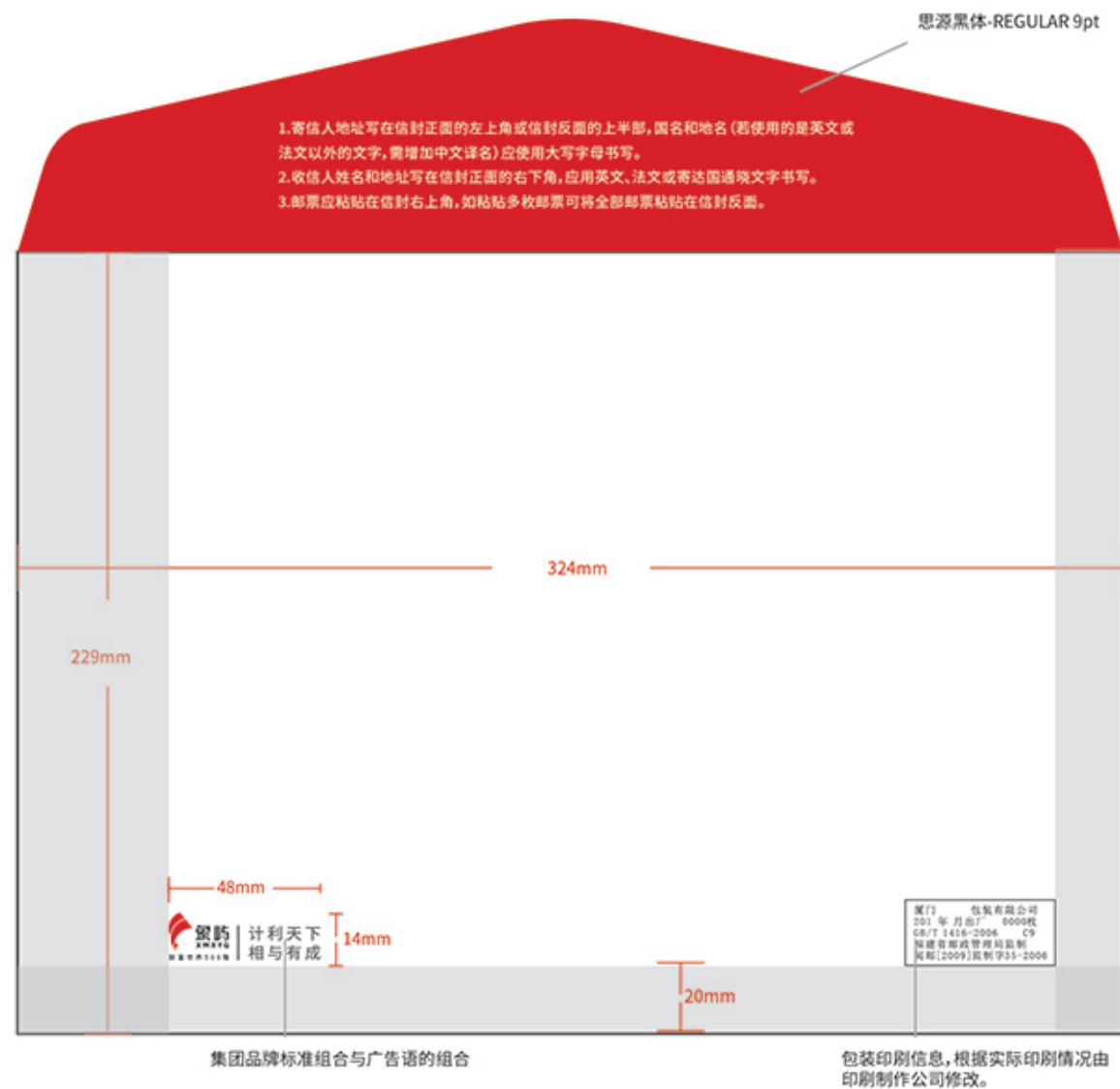


## 品牌专用国际9号信封

企业专用信封依照国家邮政管理部门规定,在标准允许的范围内进行设计,邮政编码框、贴邮票处、邮政编码均依照标准统一放置。请严格依照规范执行。

**材质:** 白色无花纹、无底纹纸,克数为 160g。  
**规格:** 标准国际 9 号信封 324mm X 229mm

信封背面标准组合规范:



## B1.4 工作证

### 象屿集团工作证

企业工作证起到宣传品牌形象，表示身份的作用。以下是企业工作证的规范模式，以象屿集团为例，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用，对应替换企业标识和名称，但版面设计不得做修改变更。

材质：塑料

规格：54mm X 85mm

#### 象屿集团示例



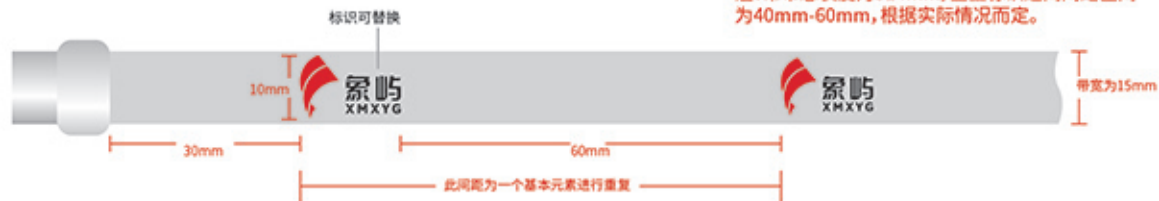
#### 象屿集团规范



#### 工作证吊带

工作证吊带颜色各企业可根据实际情况自行选择，但须按A1.4.2标准色的应用规范中规定执行。

注：吊带总长度为914mm，企业标识之间间距区间为40mm-60mm，根据实际情况而定。



### 工作证(以象屿金控为例,各业务板块类同)

企业工作证起到宣传品牌形象，表示身份的作用。以下是企业工作证的规范模式，以象屿金控为例，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用，对应替换企业标识和名称，但版面设计不得做修改变更。

材质：塑料

规格：54mm X 85mm

#### 行业集团公司示例



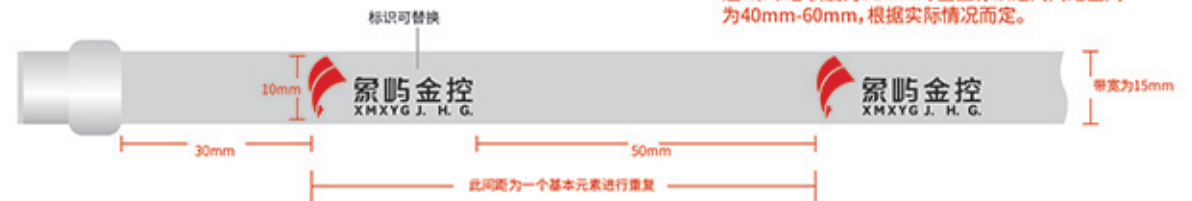
#### 行业集团公司规范



#### 工作证吊带

工作证吊带颜色各企业可根据实际情况自行选择，但须按A1.4.2标准色的应用规范中规定执行。

注：吊带总长度为914mm，企业标识之间间距区间为40mm-60mm，根据实际情况而定。



## 贵宾证

企业贵宾证起到宣传品牌形象，表示贵宾身份的作用，以下是品牌贵宾证的基本模式，以象屿集团为例，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用，对应替换企业标识和名称，但版面设计不得做修改变更。

材质：塑料

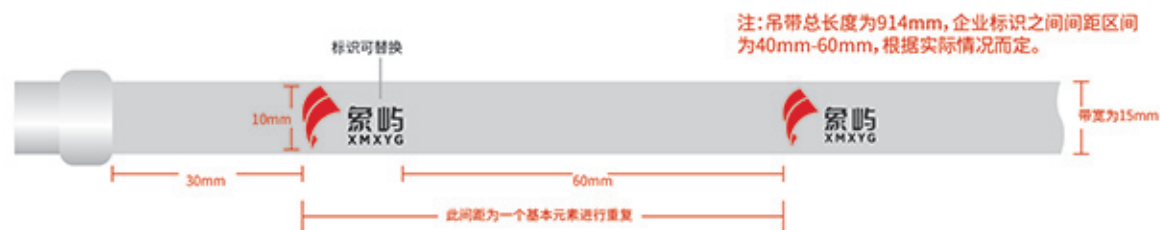
规格：54mm X 85mm

贵宾证正面反面标准组合：



企业全称字体：思源黑体-REGULAR 11pt

贵宾证吊带 工作证吊带颜色各企业可根据实际情况自行选择，但须按 A1.4.2 标准色的应用规范中规定执行。



## 临时卡

企业临时卡起到宣传品牌形象，表示临时使用的作用，以下是品牌临时卡的基本模式，以象屿集团为例，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用，对应替换企业标识和名称，但版面设计不得做修改变更。

材质：塑料

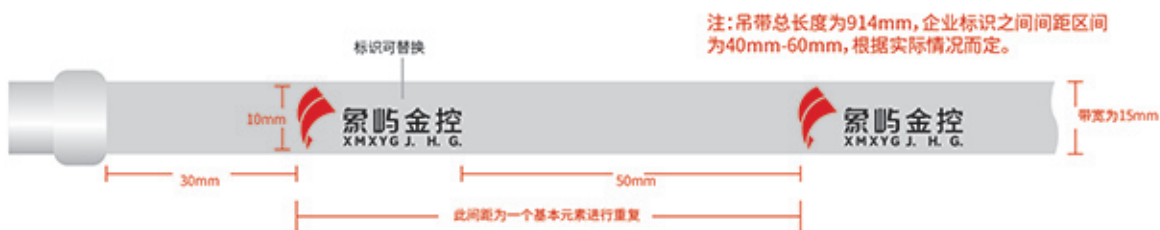
规格：54mm X 85mm

贵宾证正面反面标准组合：



企业全称字体：思源黑体-REGULAR 11pt

临时卡吊带 工作证吊带颜色各企业可根据实际情况自行选择，但须按 A1.4.2 标准色的应用规范中规定执行。



## B1.5 对外工作单据

企业对外工作单据起到宣传品牌形象，表明单据真实性及防伪的作用，以下是对外工作单据在单据版式中的应用规范，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用。

**材质：**白色打印纸或特种纸

**规格：**克数应在 80g 以上，尺寸为 A4

竖版对外工作单据版式应用规范：



表单标题应与表单内容居中对齐。  
企业简称标识与表单内容右侧对齐，与表单标题水平对齐，标识高度为10mm。

如有防伪需求，则品牌标识组合与表单内容水平对齐且中心对齐，做为表单防伪水印使用，为正常标识颜色的30%透明度，标识高度为25mm，需严格按照规范使用。  
注：彩色情景条件下为彩色水印，单色情景条件下为30%黑色水印。

如无防伪需求，则不印制水印。

企业对外工作单据起到宣传品牌形象，表明单据真实性及防伪的作用，以下是对外工作单据在单据版式中的应用规范，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用。

**材质：**白色打印纸或特种纸

**规格：**克数应在 80g 以上，尺寸为 A4

横版对外工作单据版式应用规范：



表单标题应与表单内容居中对齐。

企业简称标识与表单内容右侧对齐，与表单标题水平对齐，标识高度为10mm。

如有防伪需求，则品牌标识组合与表单内容水平对齐且中心对齐，做为表单防伪水印使用，为正常标识颜色的30%透明度，标识高度为25mm，需严格按照规范使用。  
注：彩色情景条件下为彩色水印，单色情景条件下为30%黑色水印。

如无防伪需求，则不印制水印。

## B1.6 纸杯/水杯/定制瓶装水

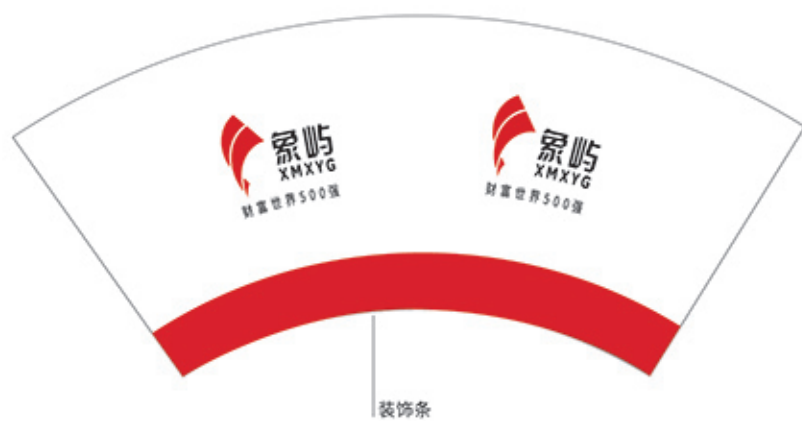
### 纸杯

企业纸杯起到宣传品牌形象，服务办公会议的作用，以下是品牌纸杯标准应用示意。出于环保考虑，倡导各企业尽量不使用纸杯。如有制作需求，可对应替换企业标识。

**材质：**纸杯实际情况而定

**规格：**纸杯实际情况而定

纸杯标准应用效果示意：



**注：**纸杯曲率及图案的曲率与间距应根据纸杯的实际尺寸而定，本设计方案仅为应用示意。



### 水杯、纸杯垫

企业水杯、纸杯垫起到宣传品牌形象，活动礼品的作用。以下是品牌水杯和纸杯垫标准应用示意，如有制作需求，可对应替换企业标识。

**材质：**水杯实际情况而定

**规格：**水杯实际情况而定

水杯标准应用效果示意：



**注：**水杯大小及图案的大小与间距应根据水杯的实际尺寸而定，本设计方案仅为应用示意。

纸杯垫标准应用效果示意：



**注：**纸杯垫大小及图案的大小与间距应根据纸杯垫的实际尺寸而定，本设计方案仅为应用示意。

## 定制瓶装水

企业定制瓶装水起到宣传品牌形象，会议活动的作用。以下是品牌定制瓶装水标准应用示意。

材质：定制瓶装水实际情况而定

规格：30mm X 90mm

定制瓶装水标签方案展开效果示意：



定制瓶装水标签方案一应用效果示意：

注：本设计方案仅为应用示意。



## B1.7 手提袋

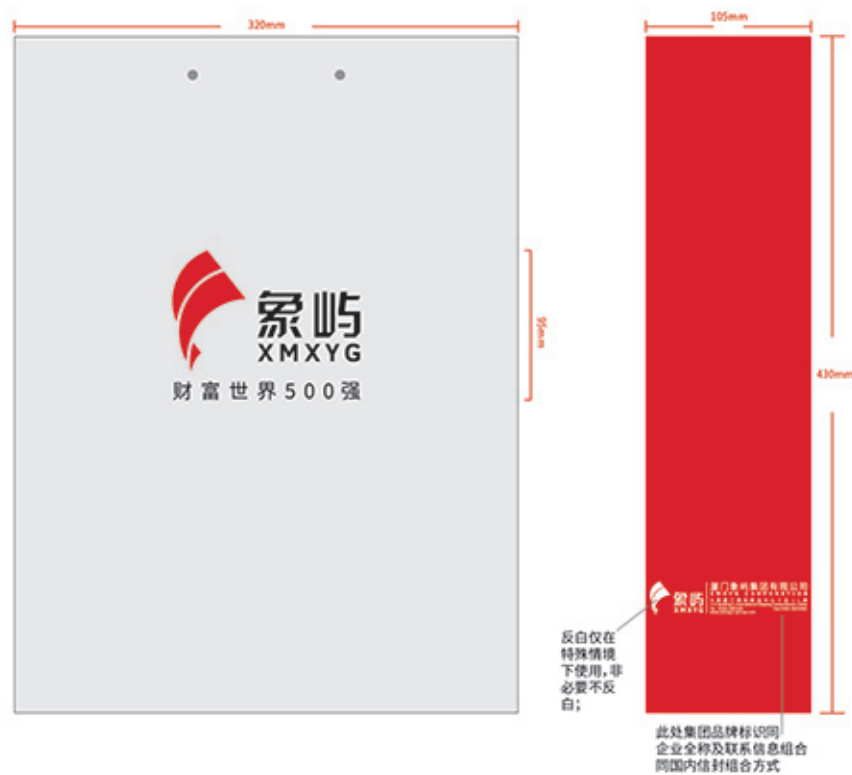
### 手提袋竖式

企业手提袋起到宣传品牌标识符号的作用。以下是品牌手提袋标准应用示意，如有制作需求，可对应替换企业标识。

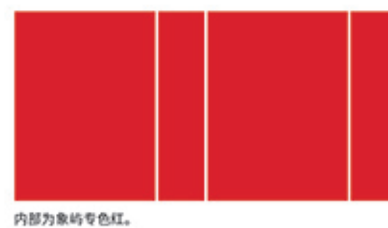
材质：250g 白牛皮，绳袋为棉质(象屿专色红)，四色印刷过光油。

规格：320mm X 430mm X 105mm

手提袋标准应用示意：



手提袋内侧标准应用示意：



内部为象屿专色红。



## 手提袋横式

企业手提袋起到宣传品牌标识符号的作用。以下是品牌手提袋标准应用示意，如有制作需求，可对应替换企业标识。

材质：250g 白牛皮，绳袋为棉质(象屿专色红)，四色印刷过光油。

规格：430mm X 320mm X 105mm

礼品袋标准应用示意：



手提袋内侧标准应用示意：



## B1.8 工位牌

工位牌用于识别员工姓名、职务、所属公司及部门等信息的作用，同时可树立企业的良好形象，起到宣传企业文化的作用。集团及各子公司可按照此规范执行，如有制作需求，可对应替换企业标识。

尺码：

118mm X 68mm

工位牌标准应用：



工位牌标准应用规范：



### B1.9.1 文具规范-资料夹

资料夹是对纸质文件的储存、保护和规范管理而使用到的工具，是宣传品牌形象的载体之一，在具体实施中应严格参照此规范执行，如有制作需求，可对应替换企业标识。

材质: PVC 规格(mm): 310X258X38  
色彩: 按规定标准色、辅助色应用 工艺: 按实际需要而定

资料夹标准应用:

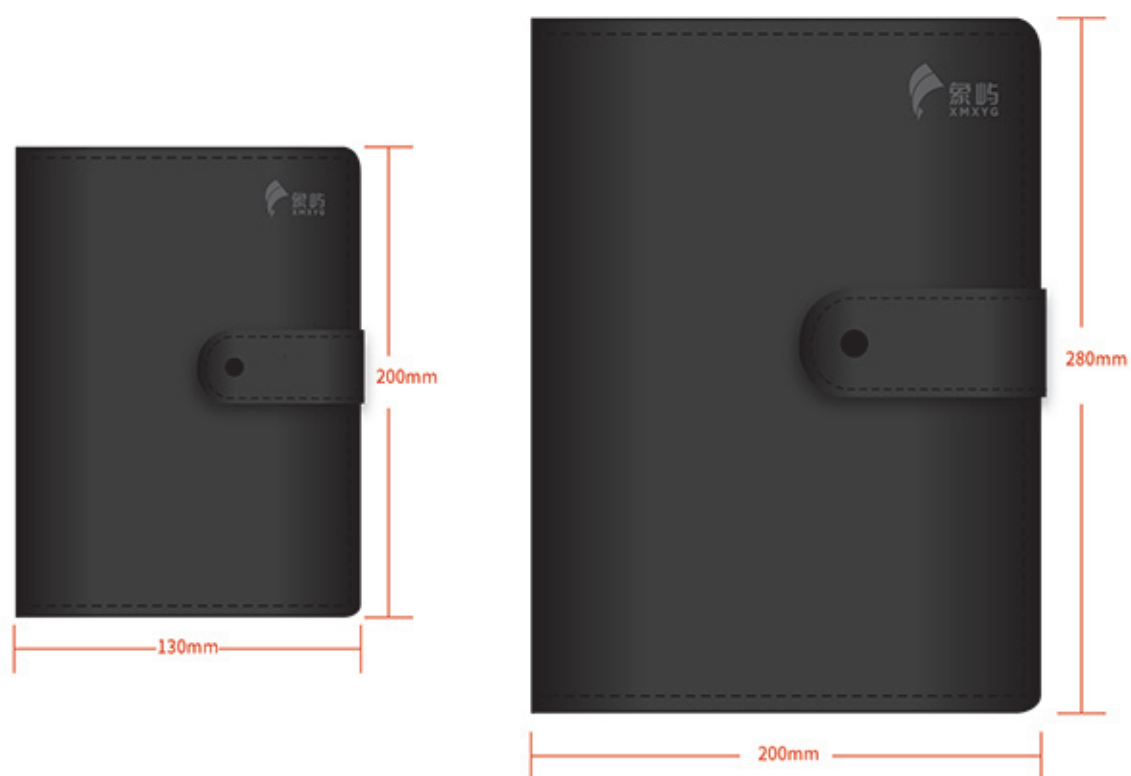


### B1.9.2 笔记本

笔记本起到宣传品牌形象、日常办公、礼品赠送的作用。以下是品牌笔记本标准应用示意，如有制作需求，可对应替换企业标识。

材质: 笔记本实际情况而定  
规格: 笔记本实际情况而定  
工艺: 品牌标识采用单色压纹

笔记本封面标准应用效果示意:



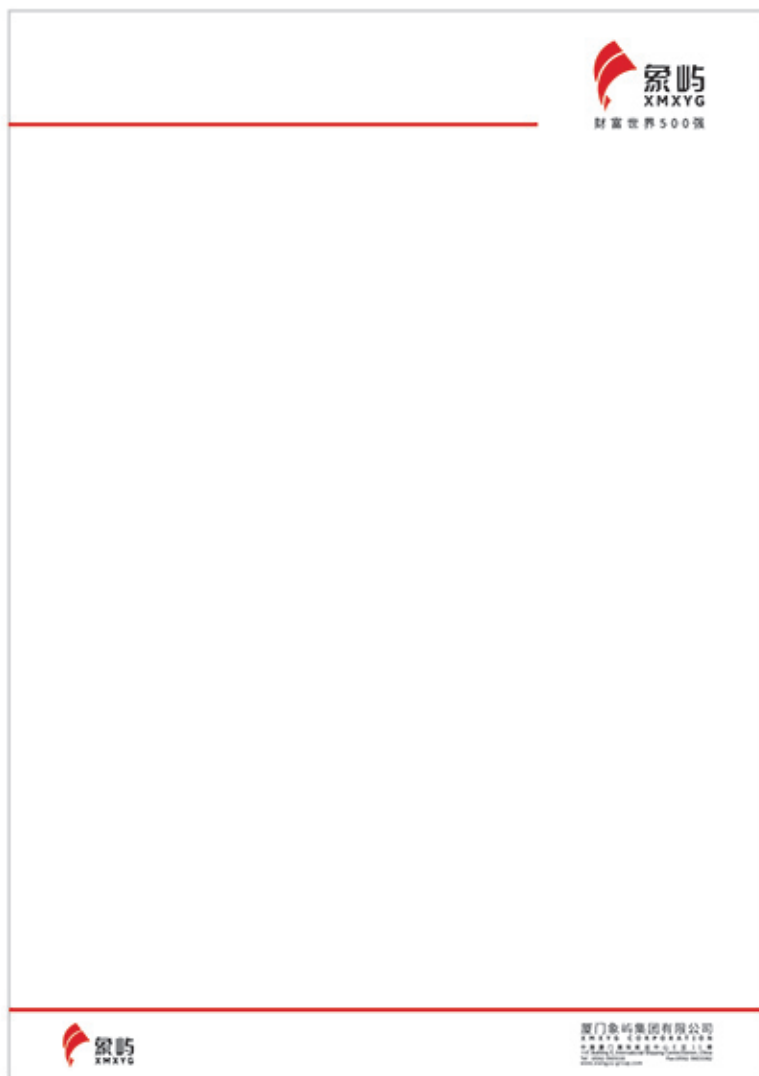
### B1.9.3 便签纸

便签纸起到宣传品牌形象、日常办公的作用，以下是便签纸标准应用示意，如有制作需求，可对应替换企业标识。

**材质：**便签纸实际情况而定

**规格：**A4

便签纸标准应用效果示意：



联系信息(字号 6pt-7pt)

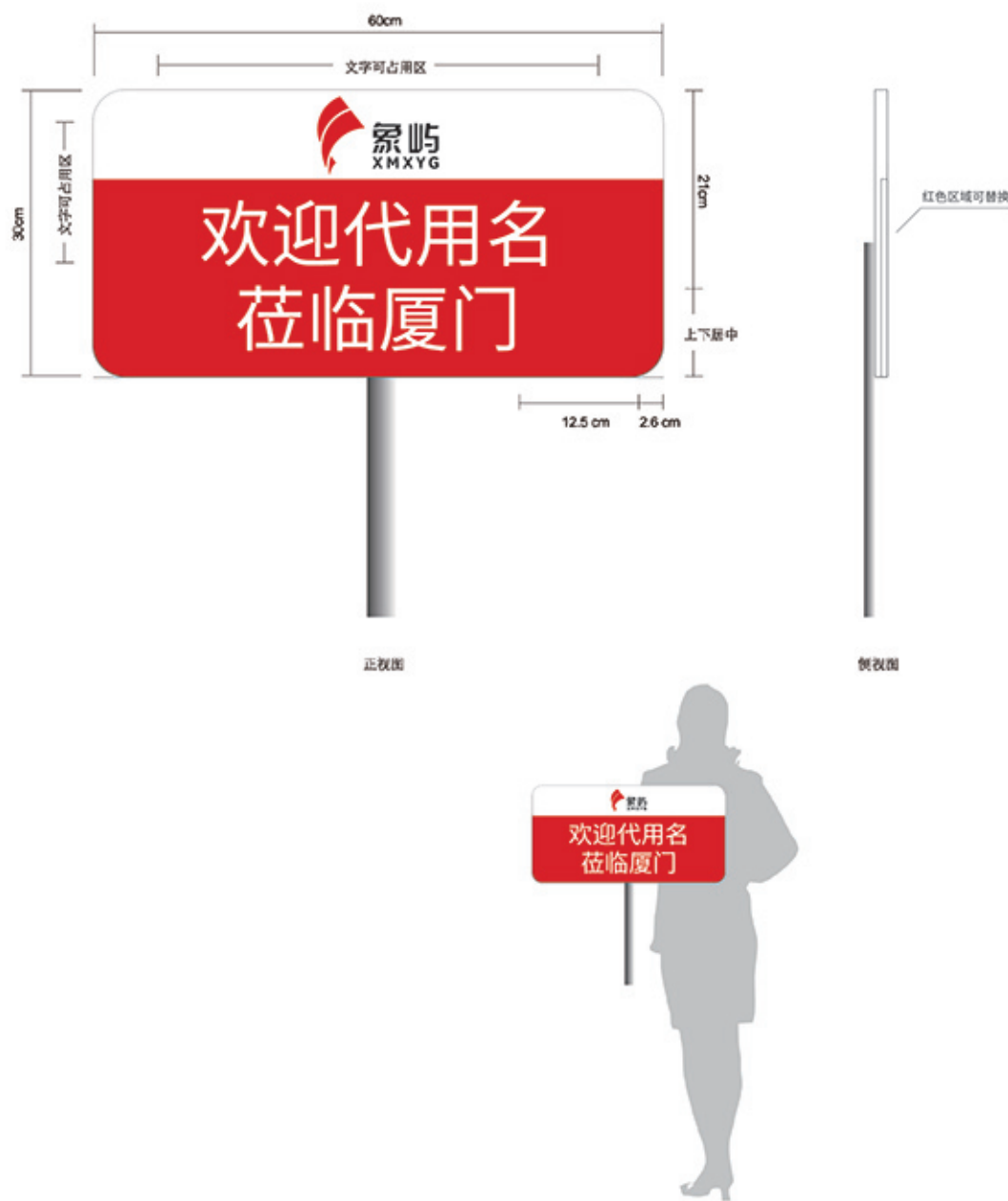
### B1.10 接站、接机牌

接站、接机牌，主要用于车站、机场等特定迎接场景，为呈现统一的品牌形象，需严格按照此规范执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容，如有制作需求，可对应替换企业标识。

**规格：**(尺寸以实际为准)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

接站、接机牌标准应用：



## B1.11 电脑桌面

电脑桌面,是品牌形象传播及品牌企业文化建设的重要组成部分,为增强其品牌影响力,需严格按照此规范执行,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,不可替换标识。

规格: 16: 9 及 4: 3

16:9 电脑桌面:



4:3 电脑桌面:



## B1.12 司旗

司旗是企业展示形象的重要组成部分,为增强其品牌影响力,需严格按照此规范执行,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,各企业可对应替换企业标识。

规格: 根据实际情况选择旗帜大小

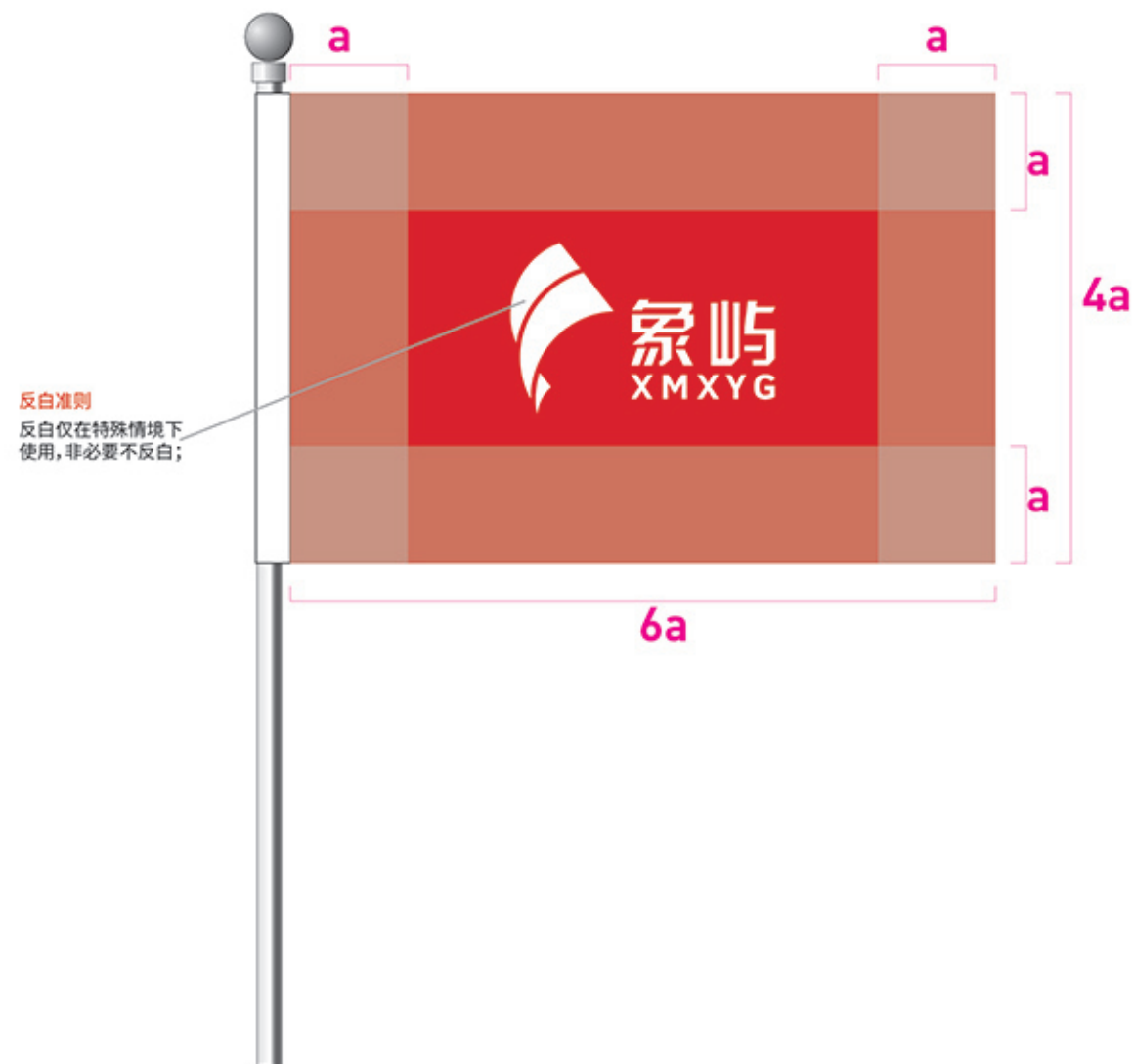
1#:288cm × 192cm    2#:240cm × 160cm

3#:192cm × 128cm    4#:144cm × 96cm

5#:96cm × 64cm

材质: 布质

工艺: 热转印或丝网印刷



# B2

## 电子媒体系统

- B2.1 PPT规范
- B2.2 WORD规范
- B2.3 微博/微信头像

## B2.1.1 PPT规范(16:9)

PPT, 是宣传品牌形象的载体之一, 为增强其品牌影响力, 使用时必须严格按照此规范执行, 不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

### 建议字体

主标题 / 分隔页主标题 / 内文标题 思源黑体 Medium

副标题 思源黑体 Regular

正文 思源黑体 Regular

英文 Clear Sans Bold

※ 所示图片仅作示例用途

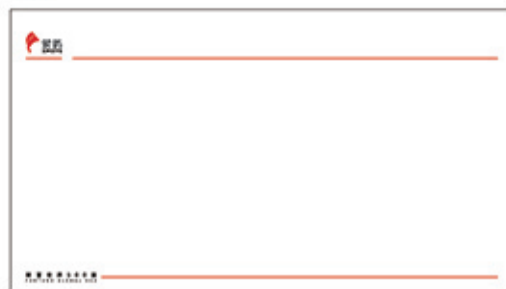
### 首页



### 分隔页



### 内页



### 尾页



## B2.1.2 PPT规范(16:10)

PPT, 是宣传品牌形象的载体之一, 为增强其品牌影响力, 使用时必须严格按照此规范执行, 不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

### 建议字体

主标题 / 分隔页主标题 / 内文标题 思源黑体 Medium

副标题 思源黑体 Regular

正文 思源黑体 Regular

英文 Clear Sans Bold

※ 所示图片仅作示例用途

### 首页



### 分隔页



### 内页



### 尾页



### B2.1.3 PPT规范(4:3)

PPT, 是宣传品牌形象的载体之一, 为增强其品牌影响力, 使用时必须严格按照此规范执行, 不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

#### 建议字体

主标题 / 分隔页主标题 / 内文标题 思源黑体 Medium

副标题 思源黑体 Regular

正文 思源黑体 Regular

英文 Clear Sans Bold

首页



※ 所示图片仅作示例用途

分隔页



内页



尾页



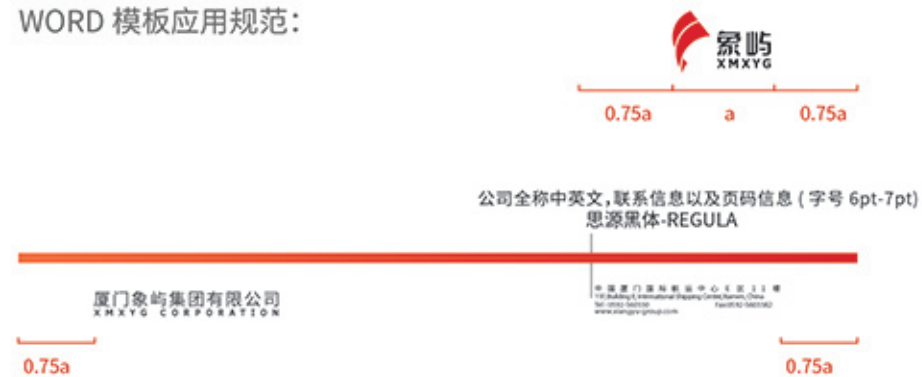
### B2.2 WORD规范

WORD是品牌对外交流、宣传中频繁使用传递信息的重要载体。为体现品牌正确的视觉形象, 避免在使用中的混乱, 本节对WORD模板进行了设计, 以象屿集团为例, 集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用, 对应替换企业标识和信息。

#### WORD 模板应用:



#### WORD 模板应用规范:



### B2.3.1 微博头像

#### 微博头像

尺码  
200X200

单位  
像素(pt)

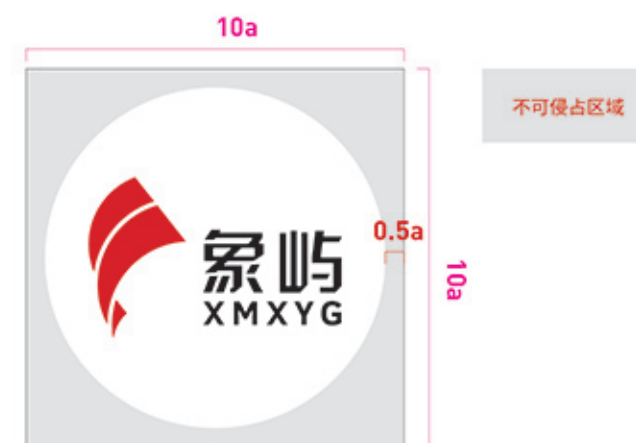


### B2.3.2 微信

#### 微信头像

尺码  
200X200

单位  
像素(pt)



# 目录 3

## 环境导视系统

- B3.1.1 公司接待前台及背景墙
- B3.1.2 名称中带“象屿”字样的全资或控股企业公司接待前台及背景墙
- B3.1.3 公司名称中不带“象屿”的全资或控股企业接待前台及背景墙
- B3.1.4 名称中包含“象屿”字样的企业全称接待前台及背景墙
- B3.1.5 名称中未包含“象屿”字样的企业全称接待前台及背景墙
- B3.2.1 符号指示系统
- B3.2.2 门牌
- B3.2.3 停车场指示
- B3.2.4 部门牌
- B3.3 玻璃门防撞条

### B3.1.1 公司接待前台及背景墙

形象墙 / 接待台是品牌工作环境重要的组成部分，对形象墙 / 接待台进行有效的视觉形象规范，有利于品牌形象的传播系统的明确、清晰。本节中提供的使用效果，在实际应用中应视情况使用。

#### 装修规范可参考以下建议：

- 1) 接待前台台面高度不超过 1 米，也不低于 0.8 米；
- 2) 接待前台台内具体设计根据实际使用情况和实际尺寸确定；
- 3) 前台背景墙首选浅色调，底板材质可选大理石、木板烤漆、磨砂玻璃或不锈钢；
- 4) 标志与标准字可采用不锈钢、亚克力或 PVC 材质面立体字烤漆，或同市售材质或特殊工艺；同时可配射灯或其他装饰灯，突显立体效果

#### 尺码

根据实际情况而定

#### 单位

毫米(mm)



背景墙与前台整体示意



前台示意 - 简称



前台示意 - 全称

### B3.1.2 名称中带“象屿”字样的全资或控股企业公司 接待前台及背景墙

形象墙 / 接待台是品牌工作环境重要的组成部分, 对形象墙 / 接待台进行有效的视觉形象规范, 有利于品牌形象的传播系统的明确、清晰。本节中提供的使用效果, 在实际应用中应视情况使用。

#### 装修规范可参考以下建议:

- 1) 接待前台台面高度不超过 1 米, 也不低于 0.8 米;
- 2) 接待前台台内具体设计根据实际使用情况和实际尺寸确定;
- 3) 前台背景墙首选浅色调, 底板材质可选大理石、木板烤漆、磨砂玻璃或不锈钢;
- 4) 标志与标准字可采用不锈钢、亚克力或 PVC 材质面立体字烤漆, 或同市售材质或特殊工艺; 同时可配射灯或其他装饰灯, 突显立体效果

#### 尺码

根据实际情况而定

#### 单位

毫米(mm)



前台示意 - 简称

### B3.1.3 名称中不带“象屿”的全资或控股企业 接待前台及背景墙

形象墙 / 接待台是品牌工作环境重要的组成部分, 对形象墙 / 接待台进行有效的视觉形象规范, 有利于品牌形象的传播系统的明确、清晰。本节中提供的使用效果, 在实际应用中应视情况使用。

#### 装修规范可参考以下建议:

- 1) 接待前台台面高度不超过 1 米, 也不低于 0.8 米;
- 2) 接待前台台内具体设计根据实际使用情况和实际尺寸确定;
- 3) 前台背景墙首选浅色调, 底板材质可选大理石、木板烤漆、磨砂玻璃或不锈钢;
- 4) 标志与标准字可采用不锈钢、亚克力或 PVC 材质面立体字烤漆, 或同市售材质或特殊工艺; 同时可配射灯或其他装饰灯, 突显立体效果

#### 尺码

根据实际情况而定

#### 单位

毫米(mm)



前台示意 - 简称

### A3.1.4 名称中包含“象屿”字样的企业全称 接待前台及背景墙

形象墙 / 接待台是品牌工作环境重要的组成部分, 对形象墙 / 接待台进行有效的视觉形象规范, 有利于品牌形象的传播系统的明确、清晰。本节中提供的使用效果, 在实际应用中应视情况使用。

#### 装修规范可参考以下建议:

- 1) 接待前台台面高度不超过 1 米, 也不低于 0.8 米;
- 2) 接待前台台内具体设计根据实际使用情况和实际尺寸确定;
- 3) 前台背景墙首选浅色调, 底板材质可选大理石、木板烤漆、磨砂玻璃或不锈钢;
- 4) 标志与标准字可采用不锈钢、亚克力或 PVC 材质面立体字烤漆, 或同市售材质或特殊工艺; 同时可配射灯或其他装饰灯, 突显立体效果

#### 尺码

根据实际情况而定

#### 单位

毫米(mm)



前台示意 - 全称

### A3.1.5 名称中未包含“象屿”字样的企业全称 接待前台及背景墙

形象墙 / 接待台是品牌工作环境重要的组成部分, 对形象墙 / 接待台进行有效的视觉形象规范, 有利于品牌形象的传播系统的明确、清晰。本节中提供的使用效果, 在实际应用中应视情况使用。

#### 装修规范可参考以下建议:

- 1) 接待前台台面高度不超过 1 米, 也不低于 0.8 米;
- 2) 接待前台台内具体设计根据实际使用情况和实际尺寸确定;
- 3) 前台背景墙首选浅色调, 底板材质可选大理石、木板烤漆、磨砂玻璃或不锈钢;
- 4) 标志与标准字可采用不锈钢、亚克力或 PVC 材质面立体字烤漆, 或同市售材质或特殊工艺; 同时可配射灯或其他装饰灯, 突显立体效果

#### 尺码

根据实际情况而定

#### 单位

毫米(mm)



前台示意 - 全称

### B3.2.1 符号指示系统

符号指示系统，起到符号性标识对品牌所在建筑物的区域位置及功能进行导视的作用，是宣传品牌形象的载体之一，使用时请按照此规范要求严格执行。

**尺码**  
200X200

**单位**  
毫米(mm)

**材质**  
不干胶或亚克力



符号指示系统，起到符号性标识对品牌所在建筑物的区域位置及功能进行导视的作用，是宣传品牌形象的载体之一，使用时请按照此规范要求严格执行。

**尺码**  
200X200

**单位**  
毫米(mm)

**材质**  
不干胶或亚克力



### B3.2.2 门牌

门牌，是为了表明所在位置的楼层、门牌号及所在位置的企业名称，是宣传企业形象的载体之一，本规范以航运中心办公区为例，其他办公区域可参照执行。

#### 尺码

根据实际尺寸

#### 单位

毫米(mm)

#### 材质

不干胶或亚克力



### B3.2.3 停车场指示

导视系统有信号、标识、说明、指示、预示等多种含义。导视系统设计是指在整体层面上的一种识别符号，它注重人的心理感受、生理感受以及设计对象的整体营造，便于受众掌握方向及立体信息。

**材质：**标识字体的材质为不锈钢烤字与图形。

**注意：**信息内容需要校对方可制作

停车场指示应用：

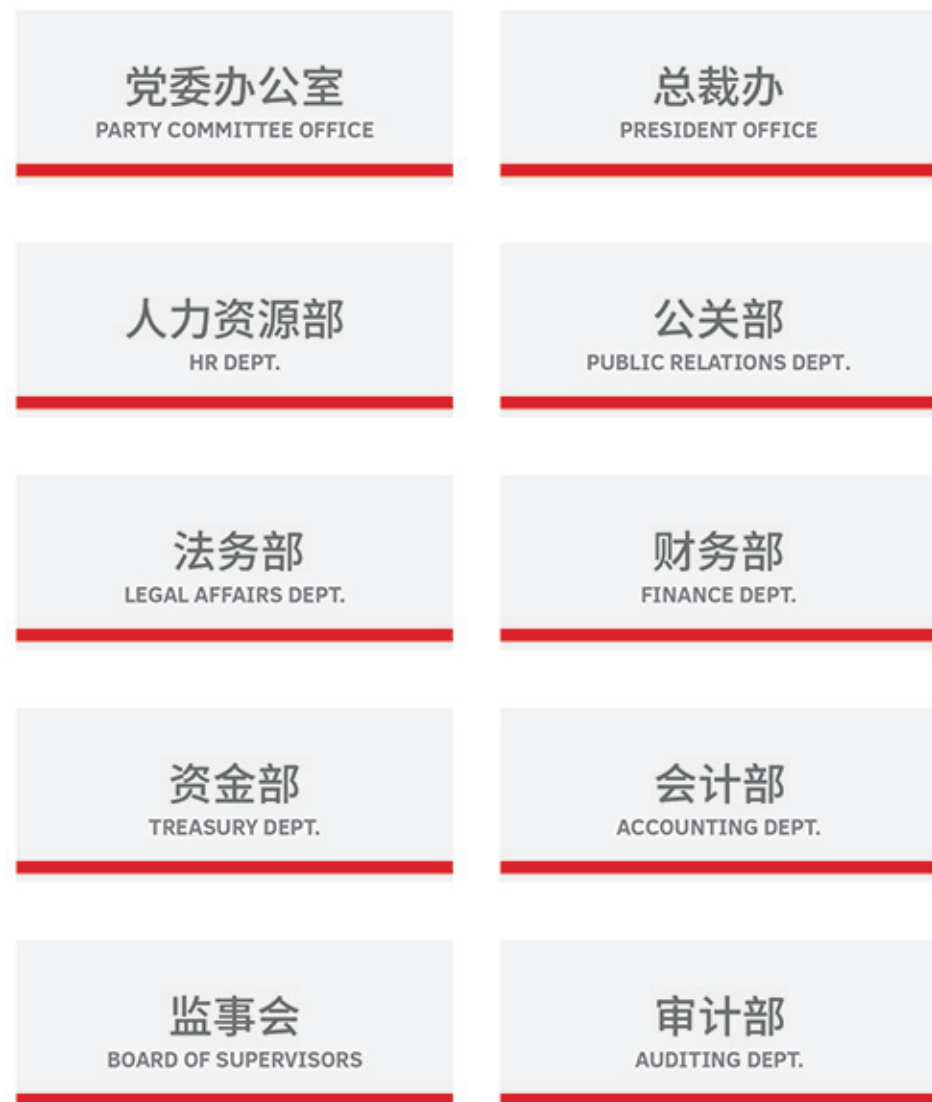


### B3.2.4 部门牌

部门牌，因其长期使用的特殊性，可在潜移默化中宣传品牌形象，增强员工凝聚力；为保证其与品牌形象保持一致，将品牌色彩应用其中，集团及各分公司使用时可参照此规范执行，替换对应的中英文名称。

尺码  
280 X 112 X 10

单位  
毫米(mm)



### B3.3 玻璃门防撞条

玻璃门防撞条除了警示防撞作用以外，也是宣传品牌形象的载体之一；为保证品牌调性的一致性，集团及各分公司使用时需严格按照此规范执行。

#### 尺码

100(高)

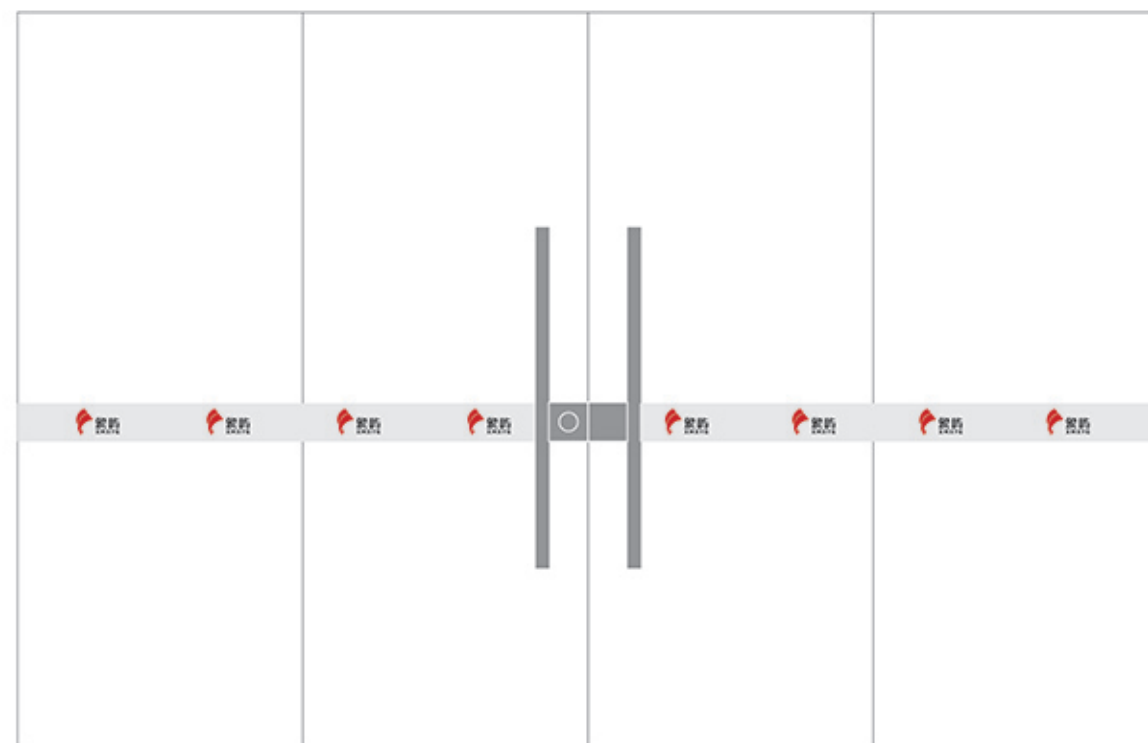
#### 单位

毫米(mm)

#### 材质

3m 磨砂膜胶贴

logo 为彩色效果



# B4

## 服饰及配件系统

- B4.1 生产服装
- B4.2 安全帽
- B4.3 工作服(男女款、冬夏装)
- B4.4 太阳帽
- B4.5 雨伞
- B4.6 POLO衫

## B4.1 生产服装

此服饰为象屿集团及子公司户外工作人员工作制服应用规范，标识位置、服装款式及颜色仅供参考，各企业可根据实际设计款式参照执行。

**色彩：**服装实际颜色与象屿红结合

**规格：**

正面一般高度保持在大于等于 15mm 与小于等于 30mm 的范围内

背面一般高度保持在大于等于 100mm 与小于等于 120mm 的范围内

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

生产服装标准应用规范：



## B4.2 安全帽

此安全帽为象屿集团及子公司户外工作人员安全帽应用规范，各企业可对应替换企业标识。

**色彩：**象屿红与黄色

**规格：**工作帽正面一般高度保持在大于等于 30mm 与小于等于 40mm 的范围内

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

安全帽标准应用规范：



### B4.3.1 工作服夏装男女款

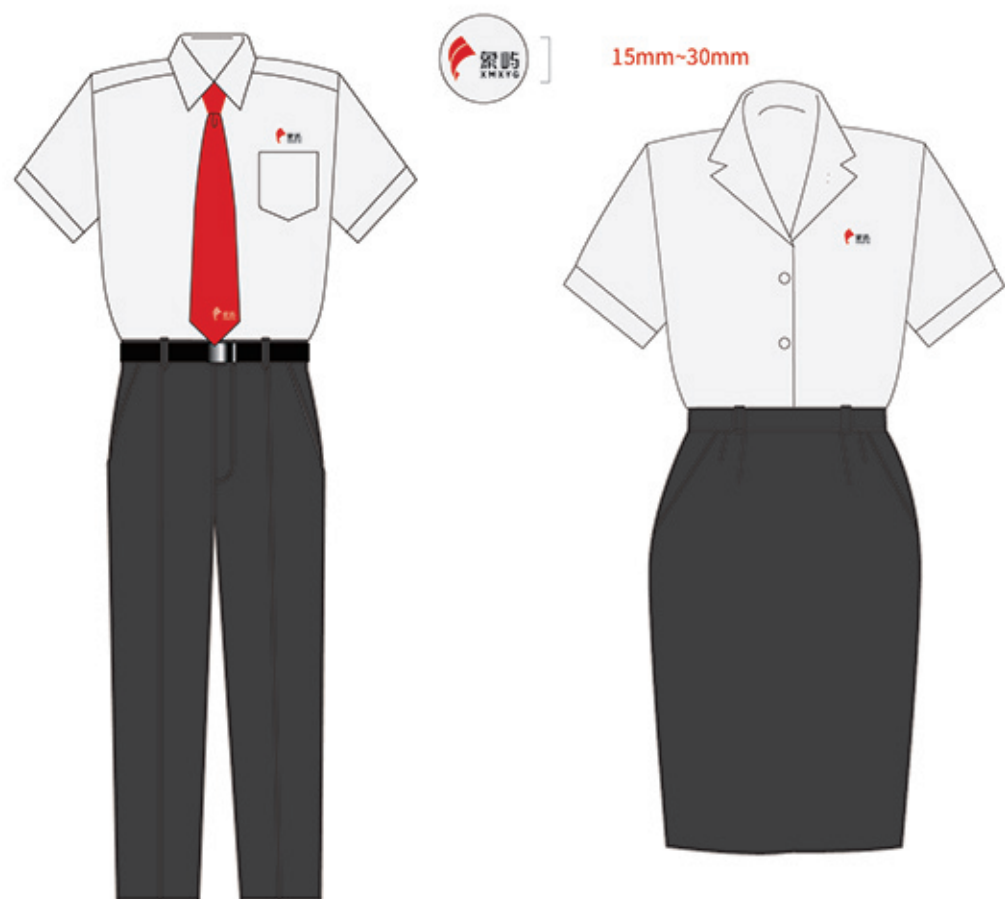
员工服装是展示企业形象的媒体之一，能增强员工的凝聚力，形成持续的团队精神。标识位置、服装款式及颜色仅供参考，各企业可根据实际设计款式参照执行。

**材质：**视实际需要而定

**面料：**视实际需要而定

**色彩：**按规定标准色、辅助色应用

工作服夏装男女款标准应用规范：



领带标准应用规范：



### B4.3.2 工作服冬装男款

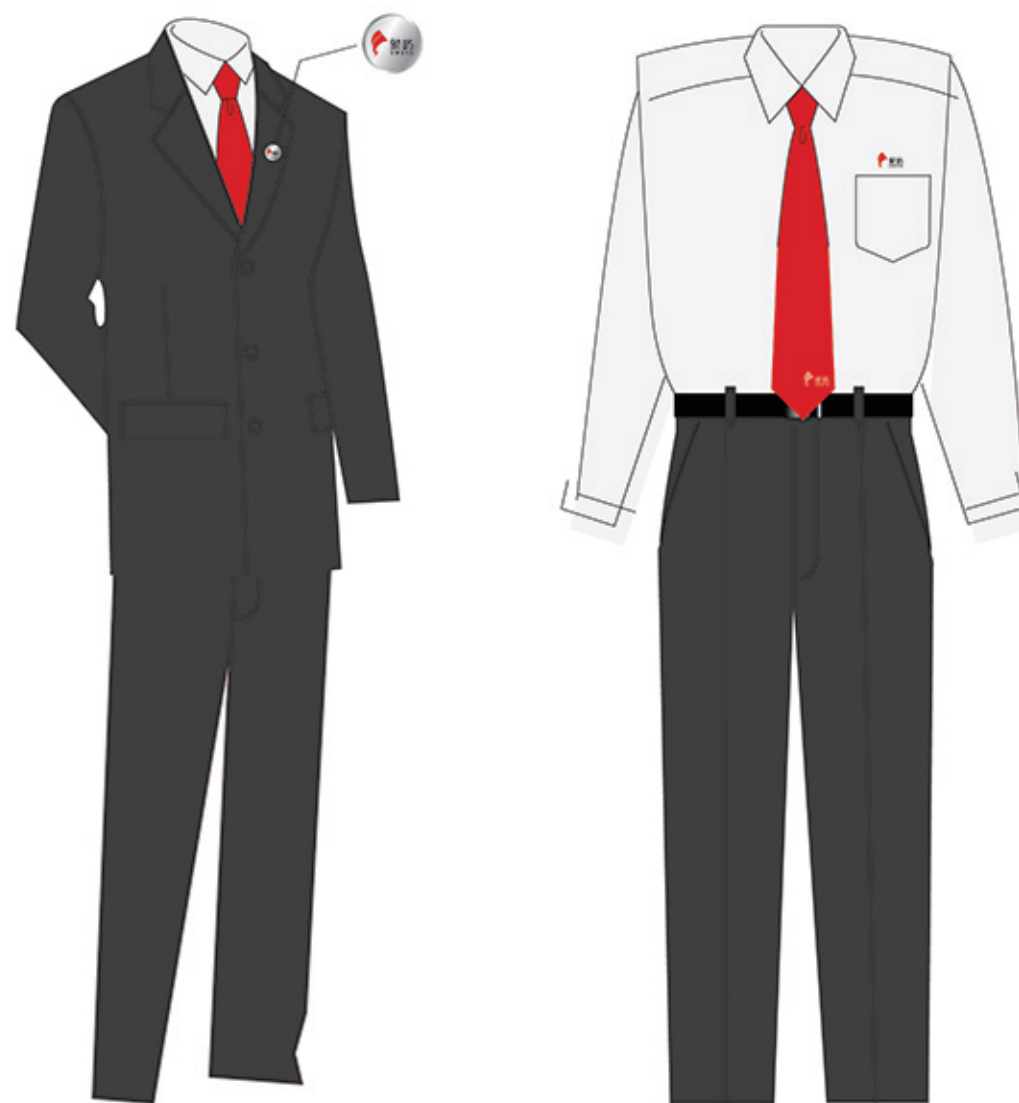
员工服装是展示企业形象的媒体之一，能增强员工的凝聚力，形成持续的团队精神。标识位置、服装款式及颜色仅供参考，各企业可根据实际设计款式参照执行，可佩戴胸徽。

**材质：**视实际需要而定

**面料：**视实际需要而定

**色彩：**按规定标准色、辅助色应用

工作服冬装男款标准应用规范：



### B4.3.3 工作服冬装女款

员工服装是展示企业形象的媒体之一，能增强员工的凝聚力，形成持续的团队精神。标识位置、服装款式及颜色仅供参考，各企业可根据实际设计款式参照执行，可佩戴胸徽。

**材质：**视实际需要而定

**面料：**视实际需要而定

**色彩：**按规定标准色、辅助色应用

工作服冬装女款标准应用规范：



### B4.4 太阳帽

太阳帽是展示企业形象的媒体之一，能增强员工的凝聚力，形成持续的团队精神。标识位置、款式及颜色仅供参考，各企业可根据实际设计款式参照执行。

**材质：**视实际需要而定

**面料：**视实际需要而定

**色彩：**按规定标准色、辅助色应用

太阳帽男款标准应用规范：



太阳帽女款标准应用规范：



## B4.5 雨伞

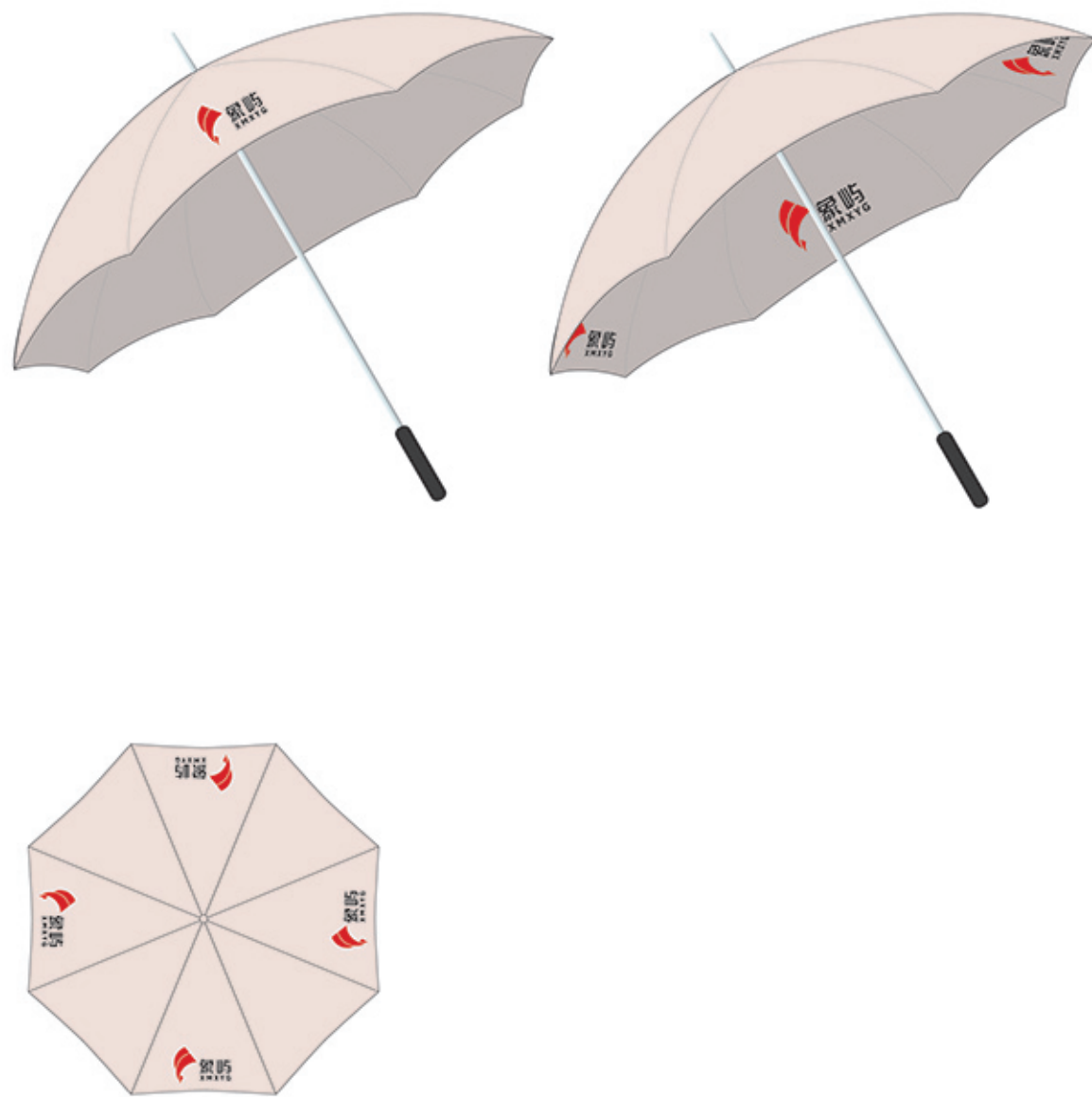
晴雨伞起到宣传品牌形象、日常办公、礼品赠送的作用，各企业可对应替换企业标识。

**材质：**视实际情况而定

**规格：**视实际情况而定

**工艺：**品牌标识采用热转印工艺

雨伞标准应用一效果示意：



## B4.6 POLO 衫

雨衣起到宣传品牌形象、日常办公、礼品赠送的作用，各企业可对应替换企业标识。

**材质：**视实际情况而定

**规格：**视实际情况而定

**工艺：**品牌标识采用热转印工艺

POLO 衫标准应用 - 效果示意：



# B5

## 会议系统

- B5.1 会议现场背景规范
- B5.2 桌旗、桌签规范
- B5.3 会议证件规范
- B5.4 请柬/邀请函规范
- B5.5 会议文件夹

## B5.1 会议现场背景规范

会议现场背景，是品牌形象传播的重要组成部分，在此体现品牌元素及品牌色作为重复记忆，以达到品牌与受众互动沟通的效果，增强品牌形象的影响力；制作时必须严格按照本章的规定执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

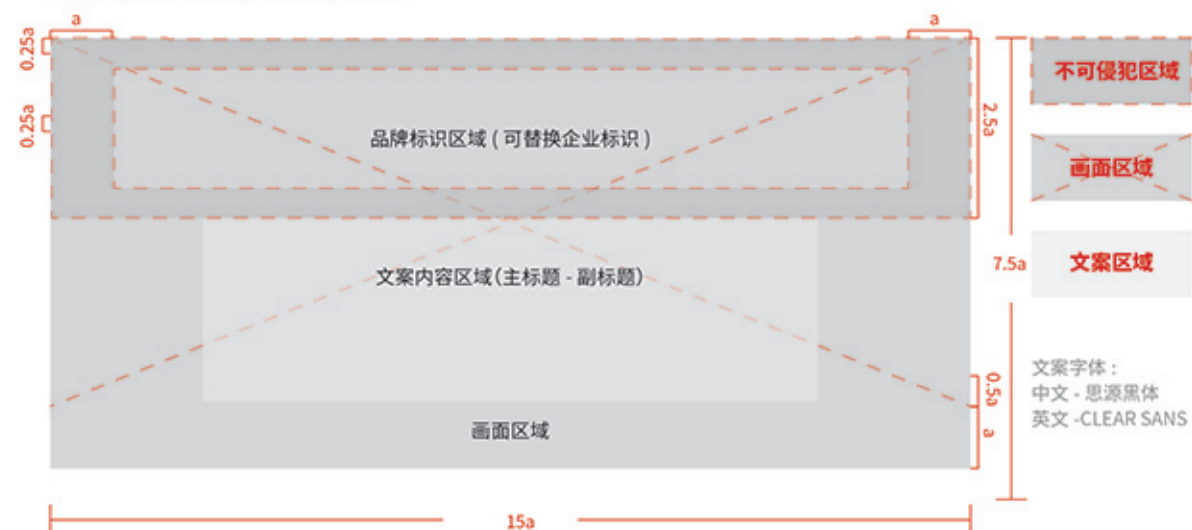
**规格：**以实际会场背景尺寸为主

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

会议现场背景标准应用：



会议现场背景标准应用规范：



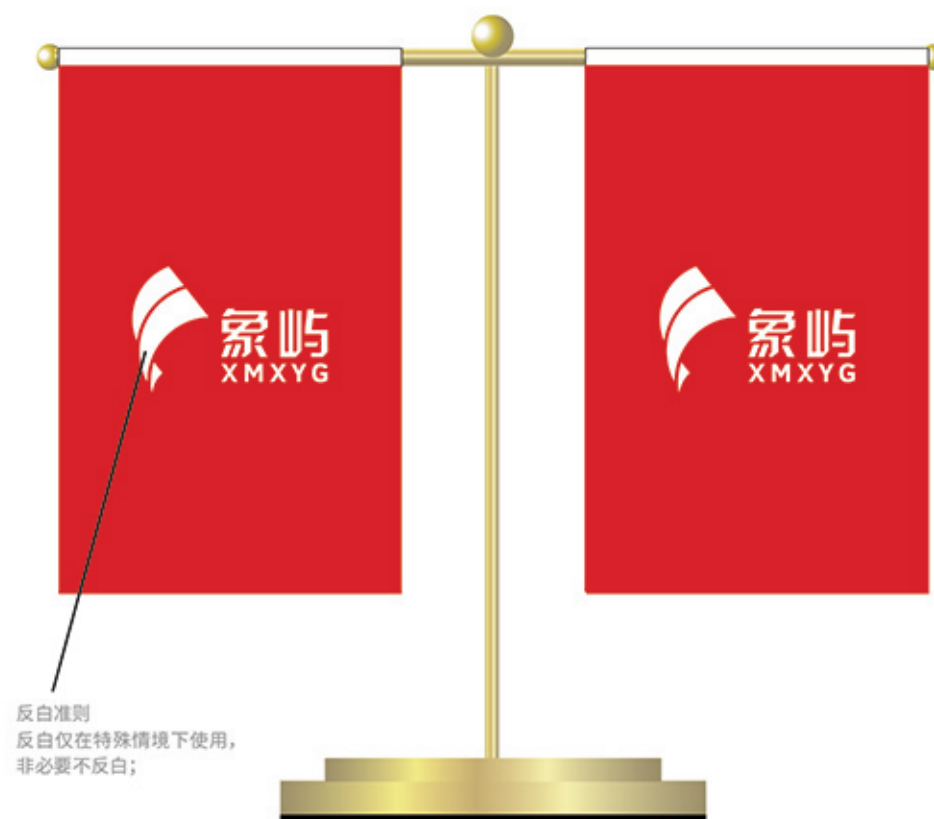
## B5.2.1 桌旗规范

桌旗，主要放置在办公、会议室等的桌面，用于展示企业形象；不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容，各企业可对应替换企业标识。

**规格：**热转印旗帜 (尺寸以实际为准)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

桌旗标准应用一：

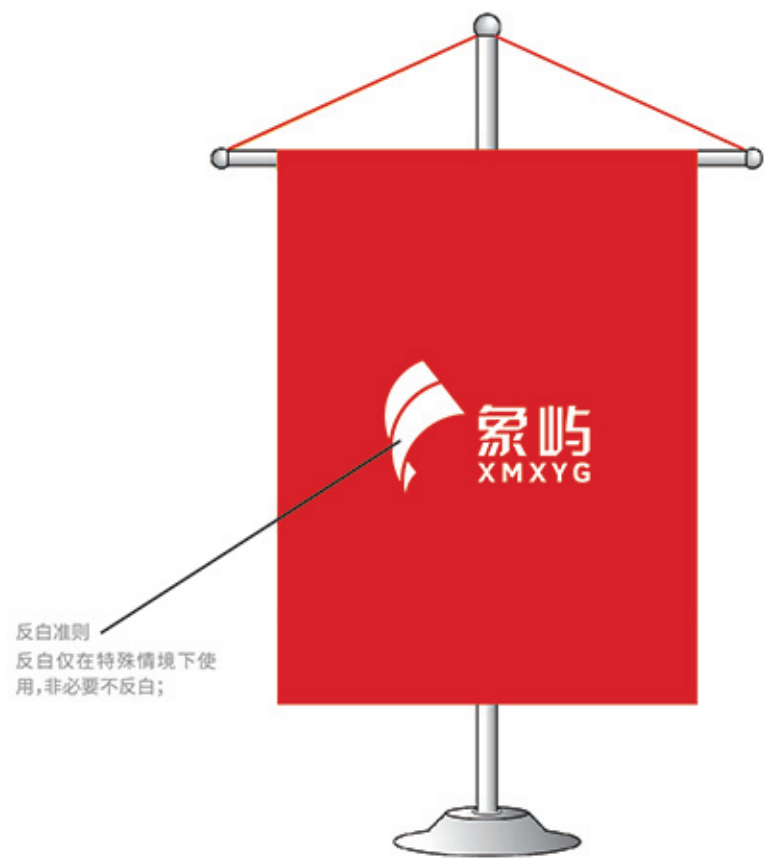


桌旗,主要放置在办公、会议室等的桌面,用于展示企业形象;不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,各企业可对应替换企业标识。

**规格:** 热转印旗帜(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

桌旗标准应用二:



## B5.2.2 桌签规范

桌签,主要放置在办公、会议室、活动现场等的桌面,用于展示企业形象;不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,各企业可对应替换企业标识和会议名称。

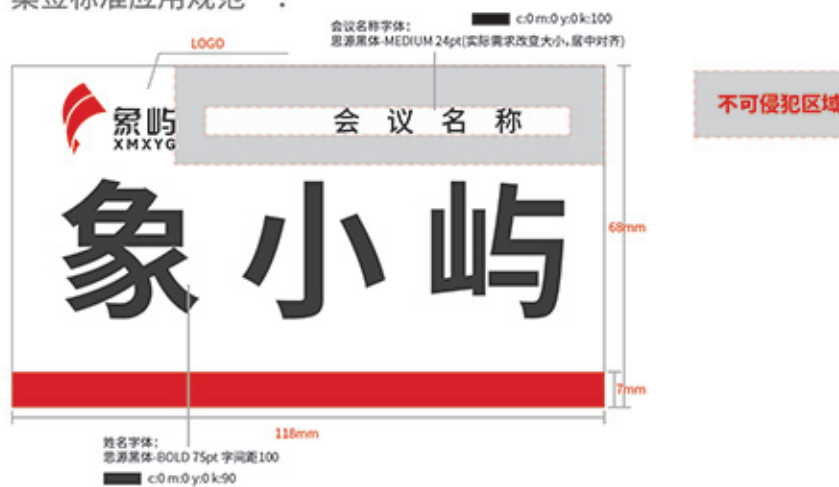
**规格:** 热转印旗帜(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

桌签标准应用一:



桌签标准应用规范一:



桌签, 主要放置在办公、会议室、活动现场等的桌面, 用于展示企业形象; 不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容, 各企业可对应替换企业标识和名称。

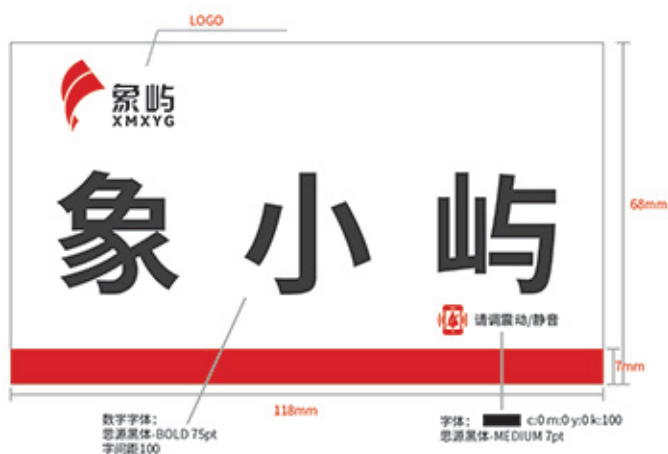
**规格:** 热转印旗帜(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

桌签标准应用二:



桌签标准应用规范二:



宴会桌签, 主要放置在宴会现场的桌面, 用于展示企业形象; 不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容, 各企业可对应替换企业标识和名称。

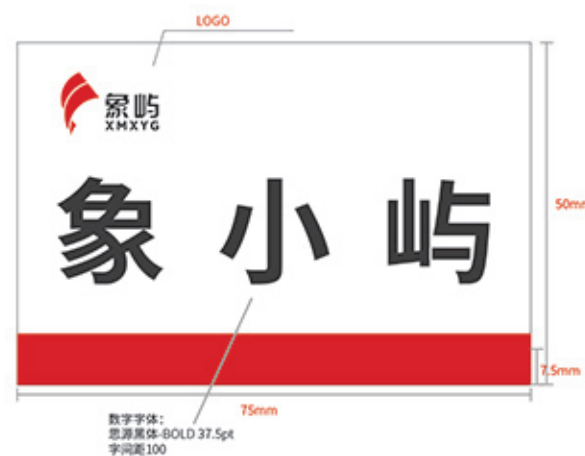
**规格:** 热转印旗帜(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

宴会桌签标准应用:



宴会桌签标准应用规范:



注: 正反两面相同, 对折

### B5.3 会议证件规范

会议证件起到宣传品牌形象的作用，以象屿品牌为例，集团旗下各业务板块公司可参考此规范使用，各企业可对应替换企业标识和会议名称。

材质：塑料

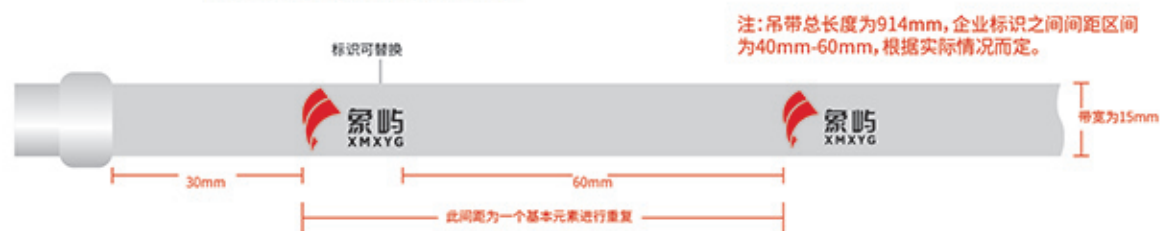
规格：54mm X 85mm

会议证件正面反面标准应用：



企业全称字体：思源黑体-REGULAR 11pt

会议证件吊带 工作证吊带颜色各企业可根据实际情况自行选择，但须按A1.4.2标准色的应用规范中规定执行。



### B5.4 请柬、邀请函

请柬、邀请函起到宣传品牌形象、日常办公的作用。以下是请柬、邀请函的标准应用示意，具体文字内容以实际需求为主，各企业可对应替换企业标识。

材质：纸质厚度不小于 200g

规格：实际情况而定

工艺：烫金、UV

请柬、邀请函(上下翻)标准应用 - 效果示意：



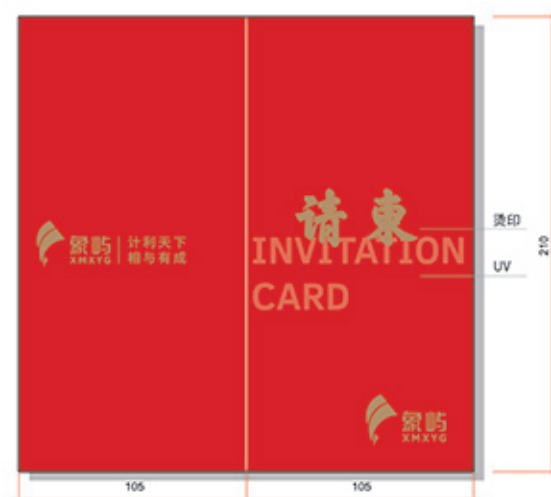
请柬、邀请函起到宣传品牌形象、日常办公的作用。以下是请柬、邀请函的标准应用示意,具体文字内容以实际需求为主,各企业可对应替换企业标识。

**材质:** 纸质厚度不小于 200g

**规格:** 视实际情况而定

**工艺:** 烫金、UV

请柬、邀请函(左右翻)标准应用 - 效果示意:



## B5.5 会议文件夹

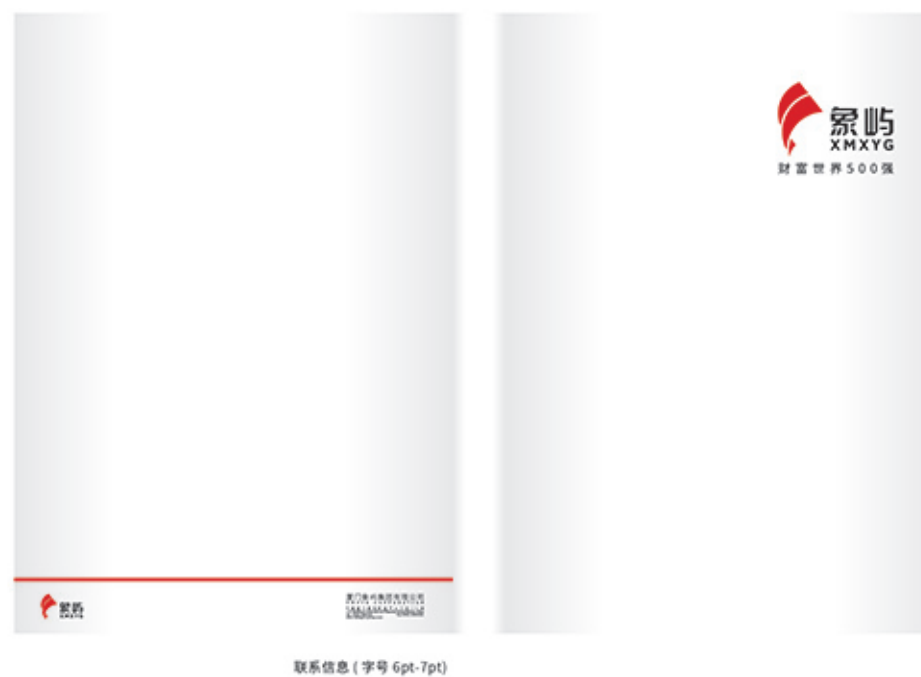
会议文件夹起到宣传品牌形象、日常办公的作用。以下是会议文件夹的标准应用示意,各企业可对应替换企业标识。

**材质:** 纸张厚度不小于 350g

**规格:** 视实际情况而定

**工艺:** 视实际情况而定

会议文件夹封面标准应用 - 效果示意:



会议文件夹内页标准应用 - 效果示意:



# B6

## B-广告宣传系统

- B6.1 主形象宣传海报版式规范(横板、竖版)
- B6.2 户外形象招牌规范
- B6.3 站台广告规范
- B6.4 广告旗帜规范(道旗、吊旗)
- B6.5 外墙标识规范
- B6.6 大门标识、旗台组合样式规范
- B6.7 视频、图片水印规范
- B6.8 重资产规范集装箱
- B6.9 厂区/工地看板规范
- B6.10 建筑物店招、门面、柜台
- B6.11 告示牌、宣传栏规范
- B6.12 文化宣传系统

## B6.1 主形象宣传海报版式规范(横版、竖版)

主形象宣传海报是品牌形象传播的重要组成部分，制作时必须严格按照本章的规定执行。主形象宣传海报主要用于网站、报纸、杂志、电视等场景，注重公众对品牌的形象感受，促使其产生品牌认同感，让品牌价值更具整体性。本规范以象屿品牌为例，集团及各子公司需严格按照此规范执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

**规格：**宽高比为 2: 1(多用于印刷)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

横板主形象宣传海报标准组合一：



横板主形象宣传海报标准组合一规范：



不可侵犯区域

文案字体：  
中文 - 思源黑体 / 思源宋体  
英文 - CLEAR SANS

主形象宣传海报是品牌形象传播的重要组成部分，制作时必须严格按照本章的规定执行。主形象宣传海报主要用于网站、报纸、杂志、电视等场景，注重公众对品牌的形象感受，促使其产生品牌认同感，让品牌价值更具整体性。本规范以象屿品牌为例，集团及各子公司需严格按照此规范执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

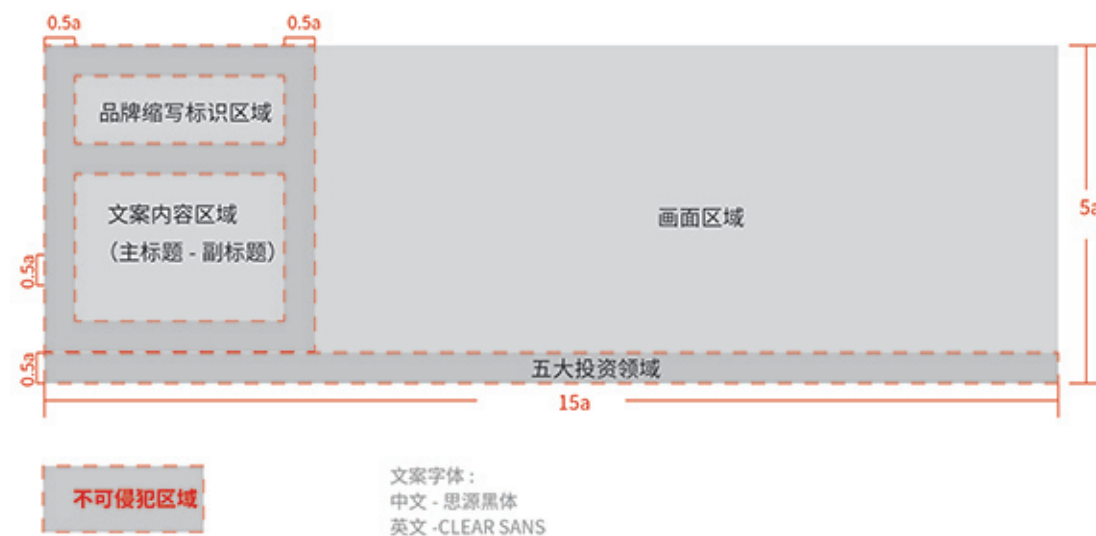
**规格：**宽高比为 2: 1(多用于印刷)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

横板主形象宣传海报标准组合二：



横板主形象宣传海报标准组合二规范：



不可侵犯区域

文案字体：  
中文 - 思源黑体  
英文 - CLEAR SANS

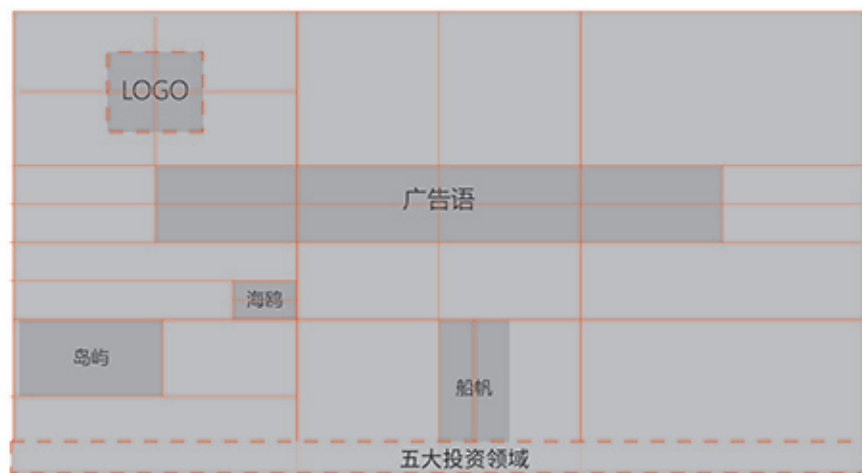
主形象宣传海报是品牌形象传播的重要组成部分，制作时必须严格按照本章的规定执行。主形象宣传海报主要用于网站、报纸、杂志、电视等场景，注重公众对品牌的形象感受，促使其产生品牌认同感，让品牌价值更具整体性。本规范以象屿品牌为例，集团及各子公司需严格按照此规范执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

**规格：**宽高比为 16: 9(多用于新媒体)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作



横板主形象宣传海报标准组合三规范：



**不可侵犯区域**

文案字体：  
中文 - 思源黑体 / 思源宋体  
英文 - CLEAR SANS

## B6.2 户外形象招牌规范

户外形象招牌是品牌形象传播的重要组成部分，凡是能在露天或公共场合通过广告表现形式，向受众进行诉求与互动的载体都可称为户外广告媒体。平面的有路牌广告、招贴广告、壁墙广告、海报、条幅等；立式广告分为霓虹灯、广告柱以及广告塔灯箱广告等。制作时必须严格按照本章的规定执行。本规范以象屿品牌为例，集团及各子公司需严格按照此规范执行，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

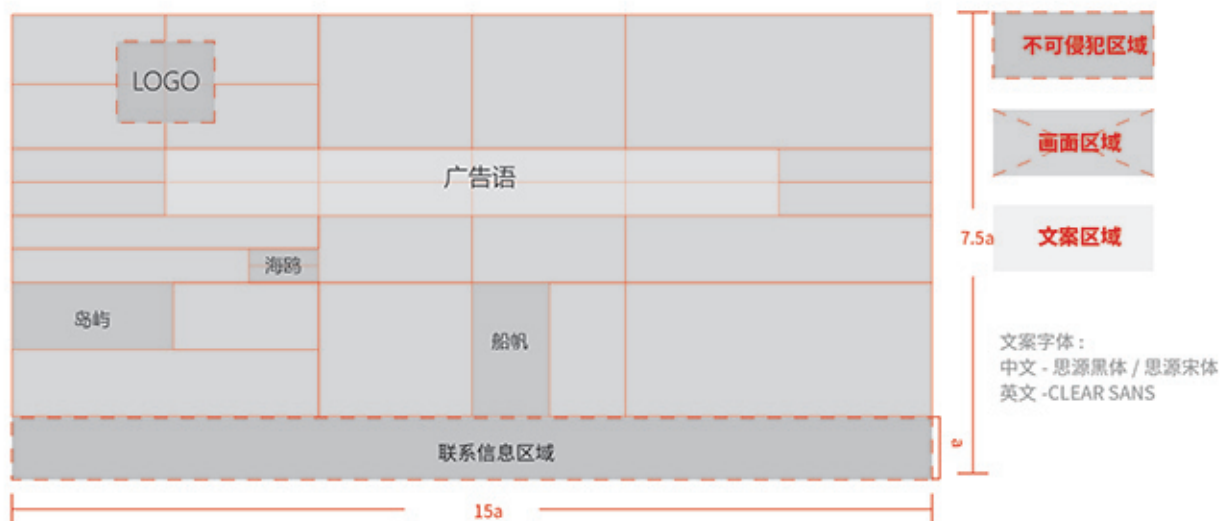
**规格：**宽高比为 2: 1(户外广告牌)

**注意：**信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

横板户外形象招牌一标准应用：



横板户外形象招牌一规范：



户外形象招牌是品牌形象传播的重要组成部分,凡是能在露天或公共场合通过广告表现形式,向受众进行诉求与互动的载体都可称为户外广告媒体。平面的有路牌广告、招贴广告、壁墙广告、海报、条幅等;立式广告分为霓虹灯、广告柱以及广告塔灯箱广告等。制作时必须严格按照本章的规定执行。本规范以象屿品牌为例,集团及各子公司需严格按照此规范执行,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

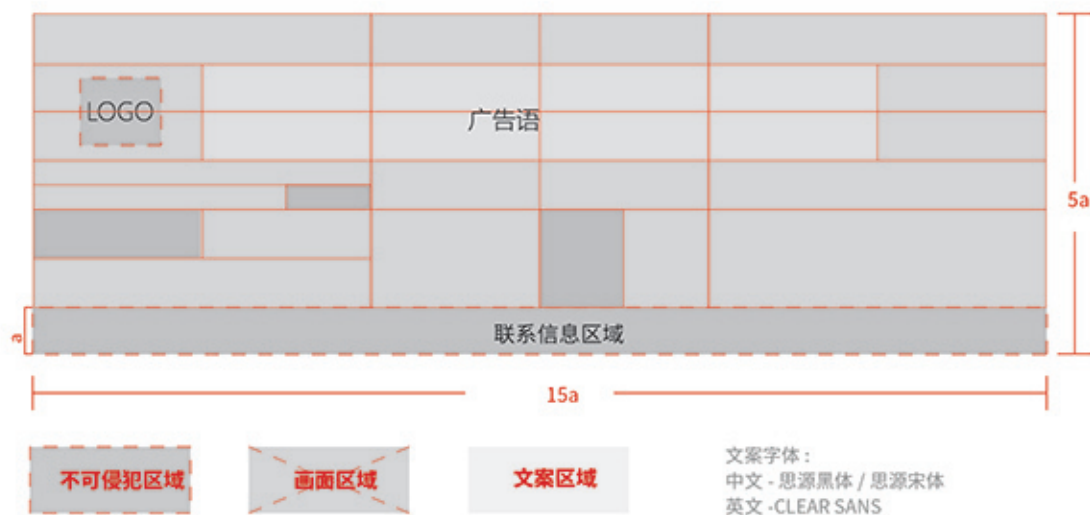
**规格:** 宽高比为 3: 1(户外广告牌)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

模板户外形象招牌二标准应用:



模板户外形象招牌二规范:



### B6.3 站台广告规范

站台广告,是指设置在公交,铁路及地铁等站台、月台上的广告。由于站台广告自身的地理优势,长时接触广大受众群体,能在短期内达到良好的宣传效果。本规范以象屿品牌为例,集团及各子公司需严格按照此规范执行,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容。

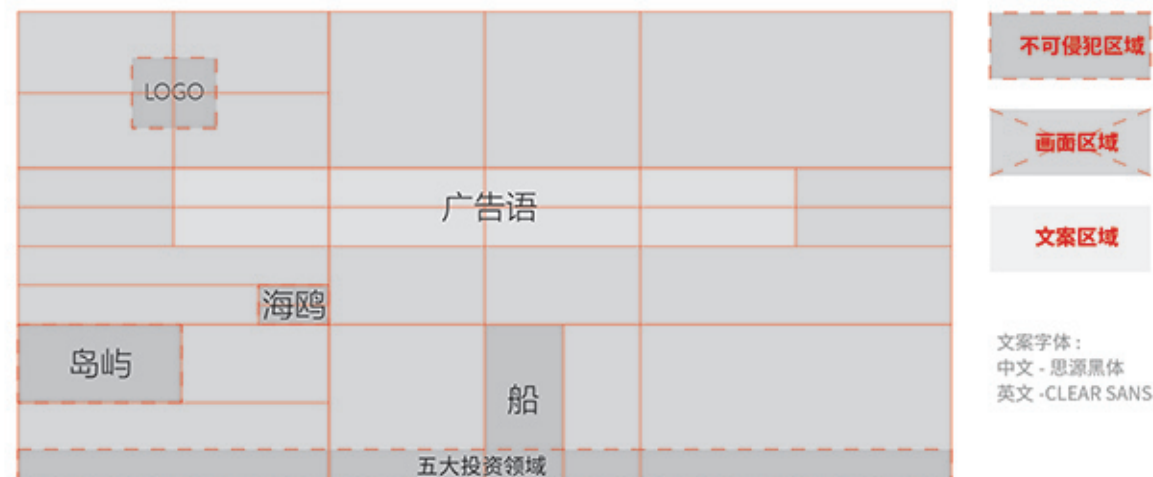
**规格:** 宽高比为 2: 1(以站台广告实际尺寸为准,严格按照规范进行比例调整)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

模板站台广告标准应用:



模板站台广告标准应用规范:



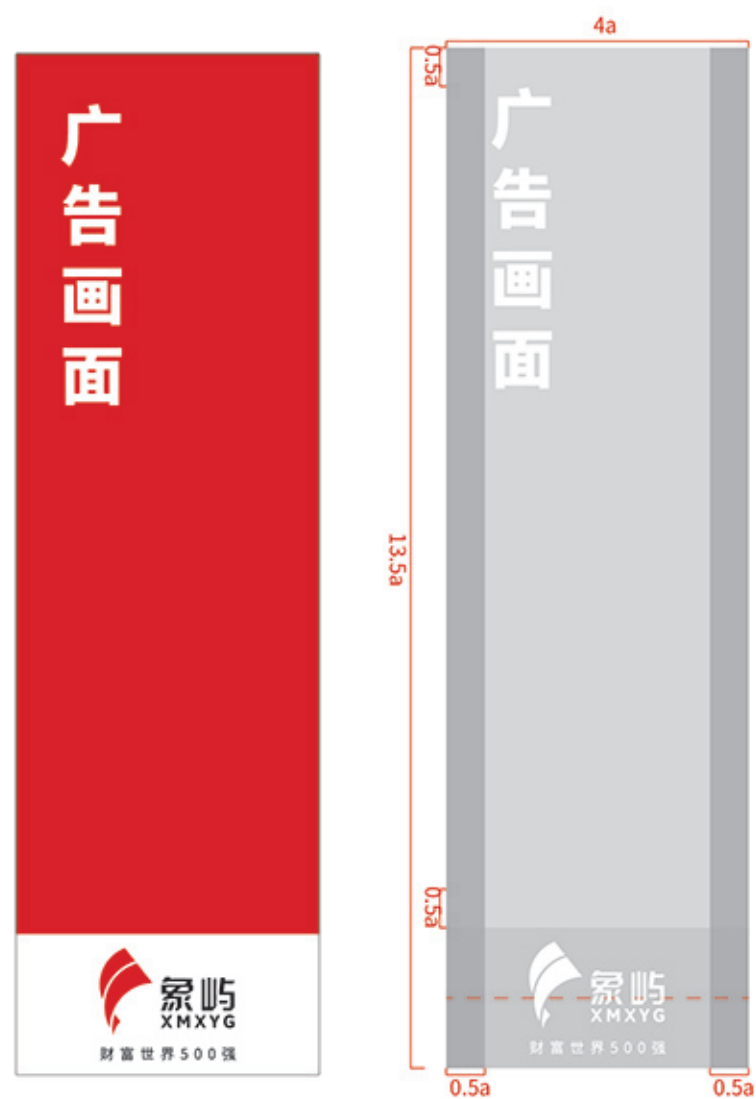
## B6.4 广告旗帜规范(道旗、吊旗)

道旗,一般是指安置于道路两侧、活动场馆附近的路灯灯杆等物体上的广告、宣传媒体。由于道旗自身的地理优势,长时间接触广大受众群体,能在短期内达到良好的宣传效果。本规范为象屿品牌的标准应用规范,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,各企业可对应替换企业标识。

**规格:** 热转印旗帜、写真布喷绘(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

道旗标准应用规范一:

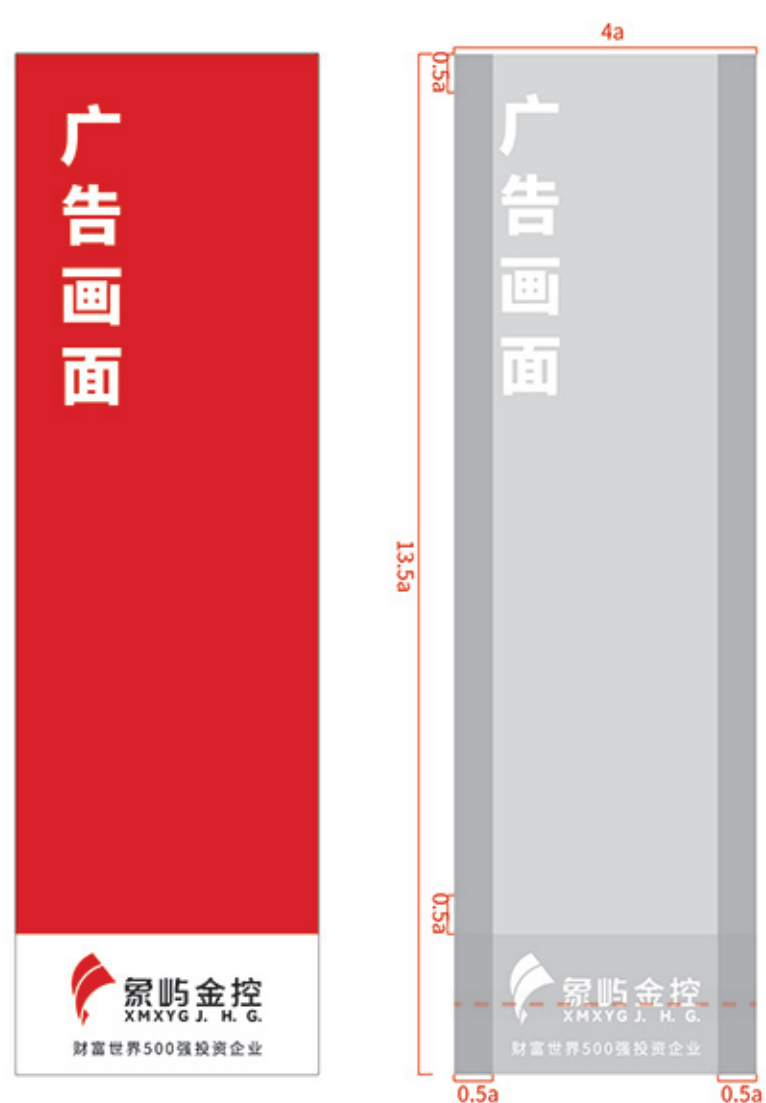


道旗,一般是指安置于道路两侧、活动场馆附近的路灯灯杆等物体上的广告、宣传媒体。由于道旗自身的地理优势,长时间接触广大受众群体,能在短期内达到良好的宣传效果。本规范为集团下属控股企业的标准应用规范,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,各企业可对应替换企业标识。

**规格:** 热转印旗帜、写真布喷绘(尺寸以实际为准)

**注意:** 信息内容及版式需根据规范校对后方可制作

道旗标准应用规范二:

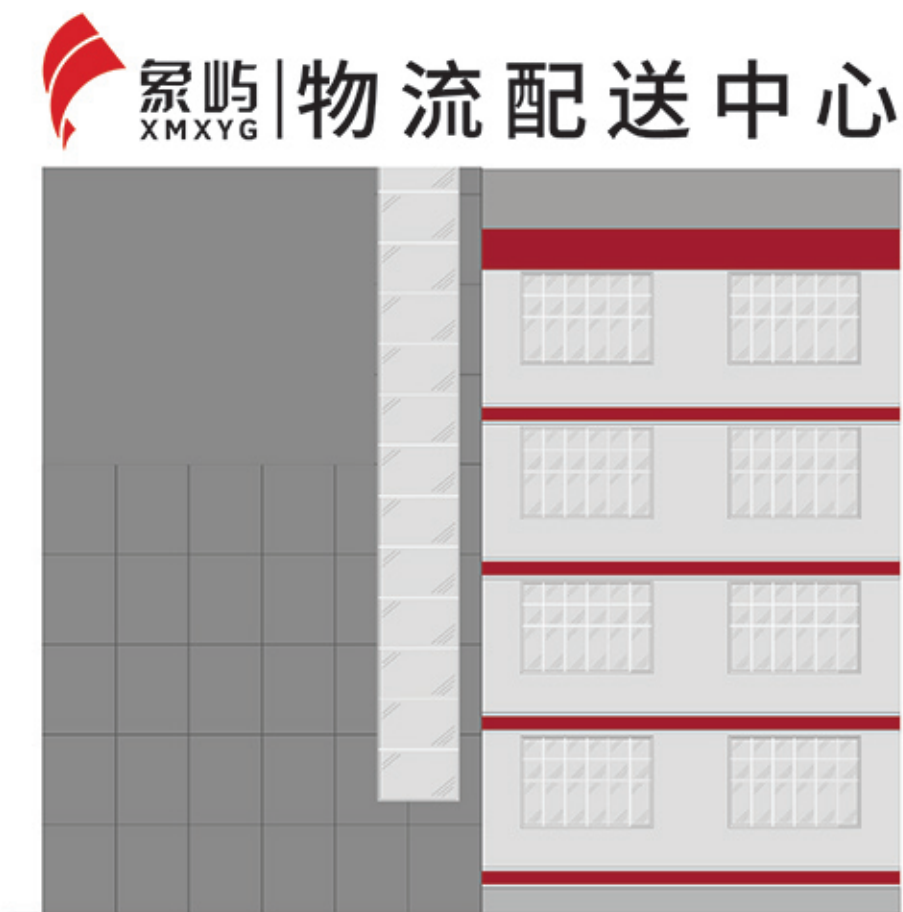


## B6.5 外墙标识规范

外墙标识,是一种重资产类媒体推介载体,它能起到宣传品牌形象的作用。本规范以物流配送中心为例,各企业可参照执行。

**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

高空外墙标识标准应用规范:



注: 白天呈现效果为红色晨帆+黑色字,夜晚发光字,红帆发红光,字发白光或红光;考虑到地域、行业文化差异可允许特殊样式审批。外墙标识需严格遵守 VIS-A 部分中的规范比例,根据实际需求进行组合与尺寸定变化。

## B6.6 大门标识、旗台组合样式规范

外墙标识,是一种重资产类媒体推介载体,它能起到宣传品牌形象的作用。本规范以厦门象道物流有限公司为例,各企业可参照执行。

**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

大门入口外墙标识标准应用规范:



旗台组合样式规范:



注: 深色旗台底座可用金色烫金。

## B6.7 视频、图片水印规范

视频、图片水印是一种以数字传媒为基础的广告。它起到宣传品牌、表示知识产权、防伪、署名作者等的作用。本规范以象屿品牌为例，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容，各企业可对应替换企业标识。

**规格：**根据不同实际情况的不同分辨率尺寸按比例调整

**注意：**需根据色彩规范对水印的颜色进行规范

视频、图片水印标准应用：



水印  
颜色：红帆黑字

## B6.8 重资产-集装箱

集装箱，是一种重资产类媒体推介载体，它能够起到宣传品牌形象的作用。本规范以象道物流为例，集团及各子公司如在此类重资产载体(如叉车、吊桥、门机、舰只等)使用品牌标识，需按 VI 使用管理规定要求，按审批流程向集团报批，经同意后方可使用。

**规格：**根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

集装箱标准应用：



集装箱标准应用规范：

反白准则  
反白仅在特殊情境下使用，  
非必要不反白；



不可侵犯区域



## B6.9 厂区/工地看板规范

工地围挡,是一种重资产类媒体推介载体,它起到宣传品牌形象的作用。本规范以象屿品牌为例,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,可对应替换成企业标识。

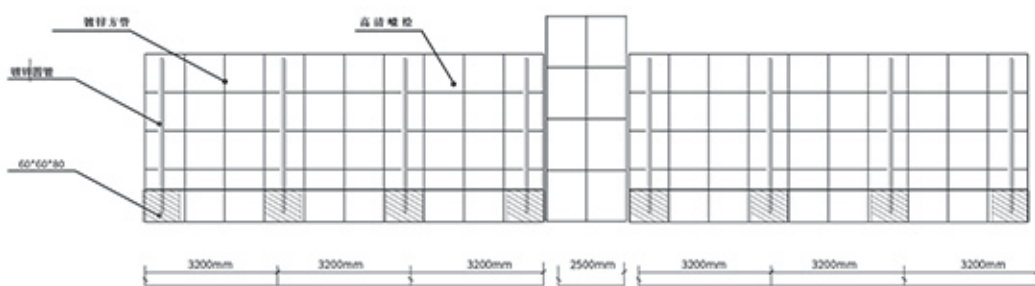
**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

工地围挡标准应用:



注: 标识缩写组合,  
排列方式根据实际场地大小进行调整,  
需遵守 VIS-A 部分规定严格执行。

工地围挡标准应用规范:



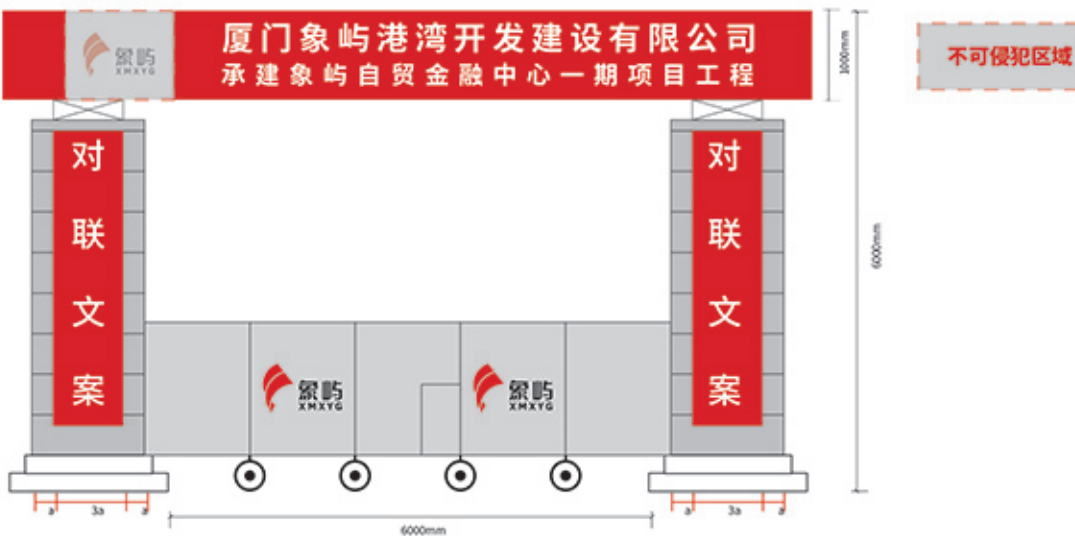
工地大门,是一种重资产类媒体推介载体,它起到宣传品牌形象的作用。本规范仅为示例规范,集团及各子公司可根据实际情况灵活调整,但不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,可对应替换成企业标识。

**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

工地大门标准应用:



工地大门标准应用:



## B6.10 建筑物店招、门面、柜台、

店招设计能起到品牌形象识别的作用,目的是通过长期的维持,让受众对品牌形象产生更深的理解,可根据具体的空间及建筑结构自行调整,但不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,可对应替换成企业标识。

**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

**注意:** 要求色彩形象画面保持视觉统一性,不可随意改动,信息内容需要校对后方可制作

店招标准应用:

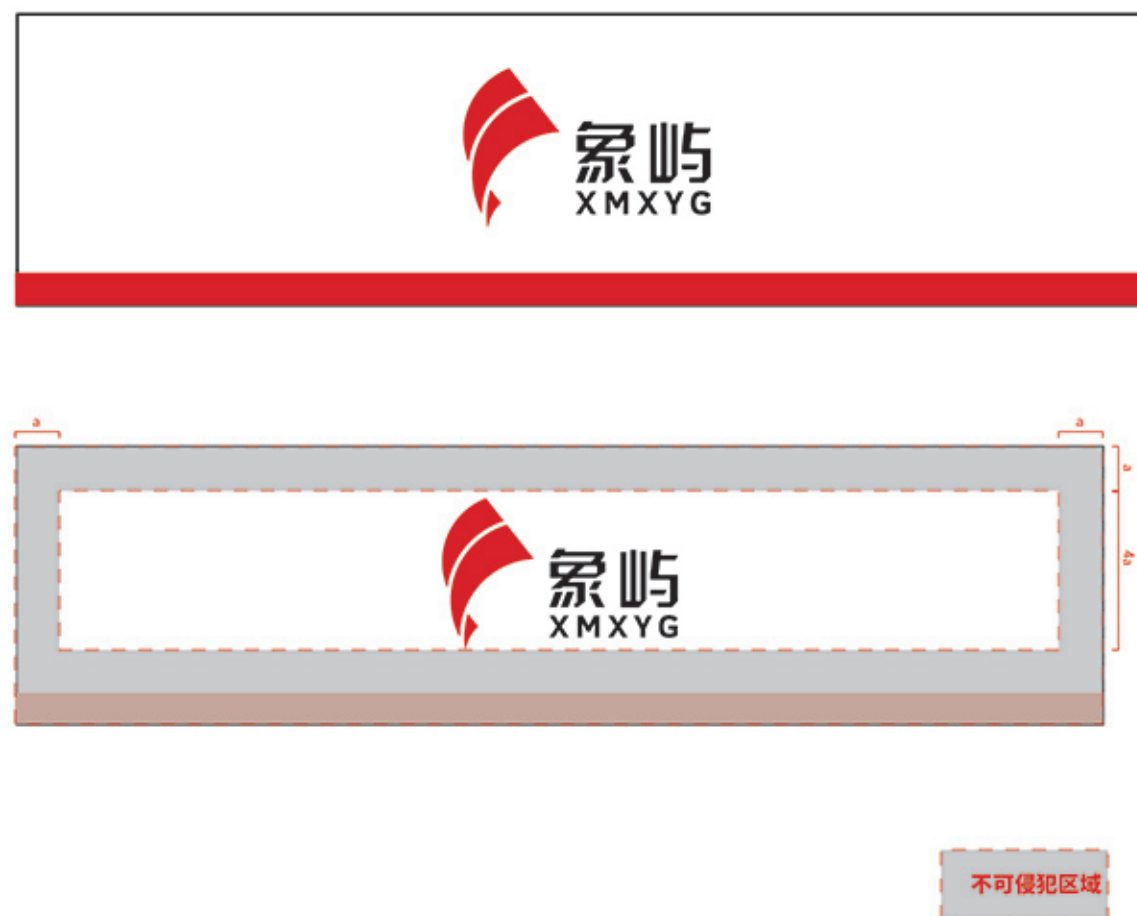


门头设计能起到品牌形象识别的作用,目的是通过长期的维持,让受众对品牌形象产生更深的理解,可根据具体的空间及建筑结构自行调整,但不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,可对应替换成企业标识。

**规格:** 根据不同实际情况的不同尺寸按比例调整

**注意:** 要求色彩形象画面保持视觉统一性,不可随意改动,信息内容需要校对后方可制作

门头标准应用:

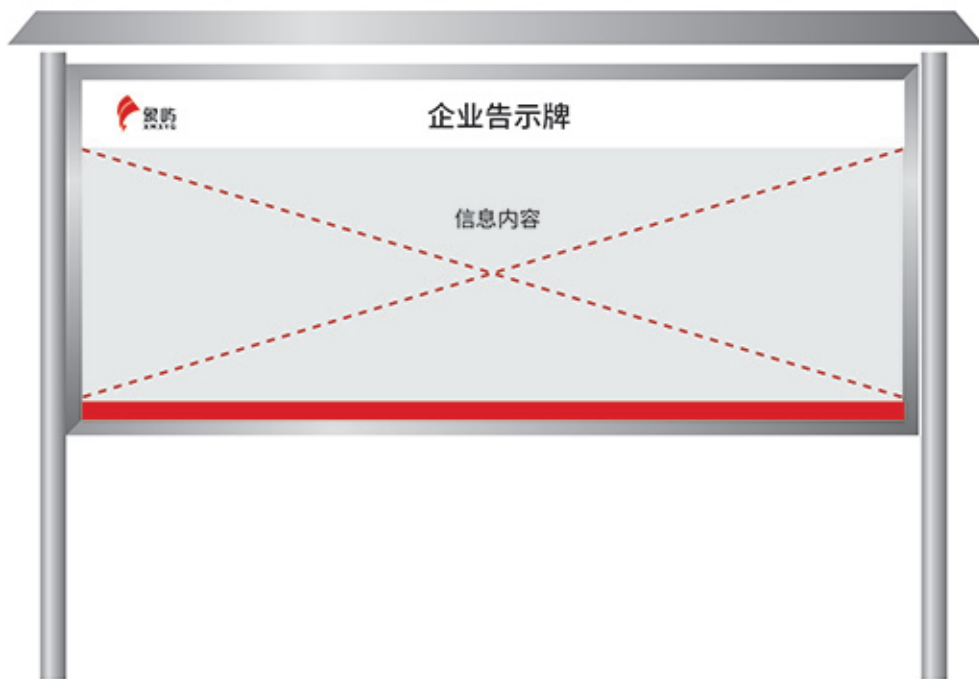
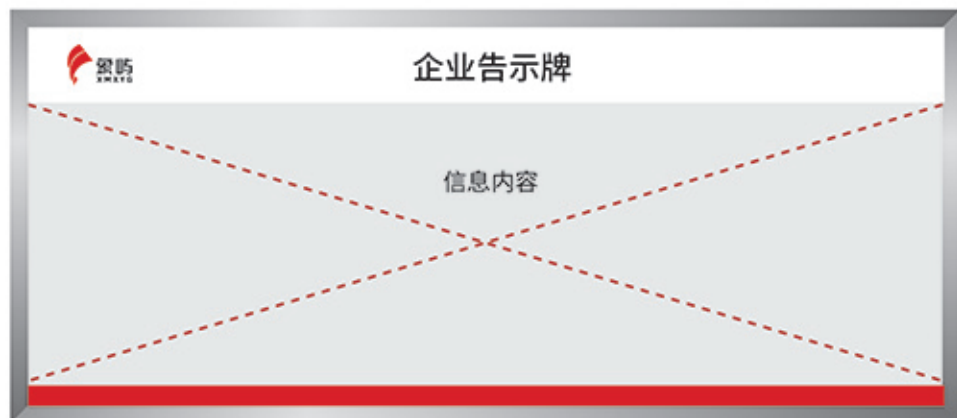


## B6.11 告示牌、宣传栏规范

告示牌、宣传栏是在企业内部进行品牌形象宣传的重要媒介之一，必须明确且统一地反映象屿的品牌形象，可对应替换成企业标识。

**注意：**尺寸大小根据实际情况而定，注意不要影响品牌标识的传播

告示牌、宣传栏规范：



## B6.12 文化宣传系统

文化上墙是在企业内部进行品牌形象宣传的重要媒介之一，必须明确且统一地反映象屿的品牌形象，可对应替换成企业标识。

**注意：**尺寸大小根据实际情况而定，注意不要影响品牌标识的传播

红色竖版标准应用：



红色横版标准应用：



# B7

## B-商品包装系统

87.1 纸箱包装规范

## B7.1 纸箱包装规范

纸箱包装，是在营销和销售产品时进行品牌形象宣传的重要媒介之一。为了帮助客户方便地找到和购买我们的产品，所有的包装必须明确且统一地反映象屿的品牌形象。按照不同的包装需要，视觉元素在包装载体上组合呈现，可以分为正方形，长方形，单色盒，彩色盒等几种情况，需要根据不同的产品修改相对应的产品图标。

**注意：**其余产品信息的位置可视具体设计而定，注意不要影响品牌标识的传播。企业则可根据产品设计包装箱、包装盒结构，元素组合关系符合规范即可，可对应替换成企业标识。

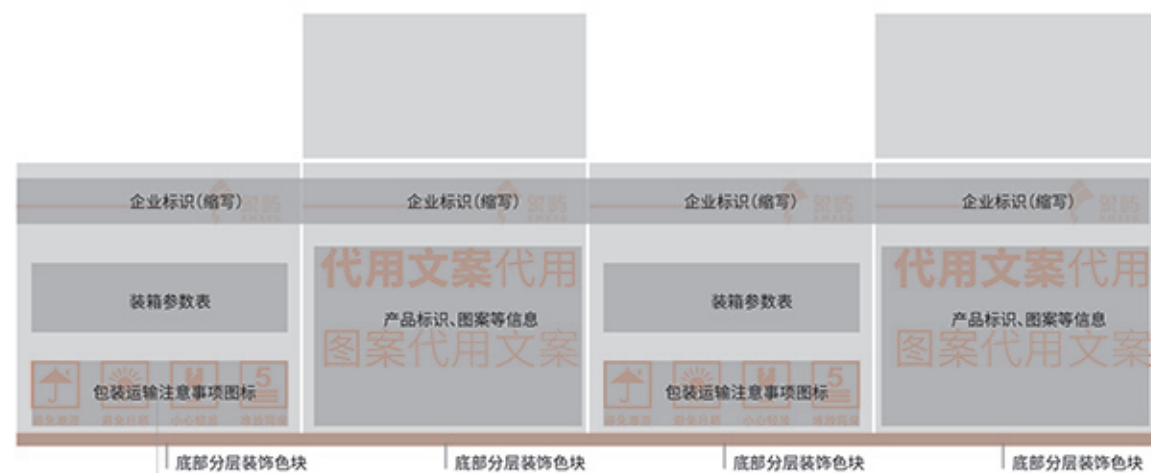
外盒包装标准应用一（单色正方形）：



视实际情况选择对应标识



外盒包装标准应用规范一（单色正方形）：



视实际情况选择对应标识

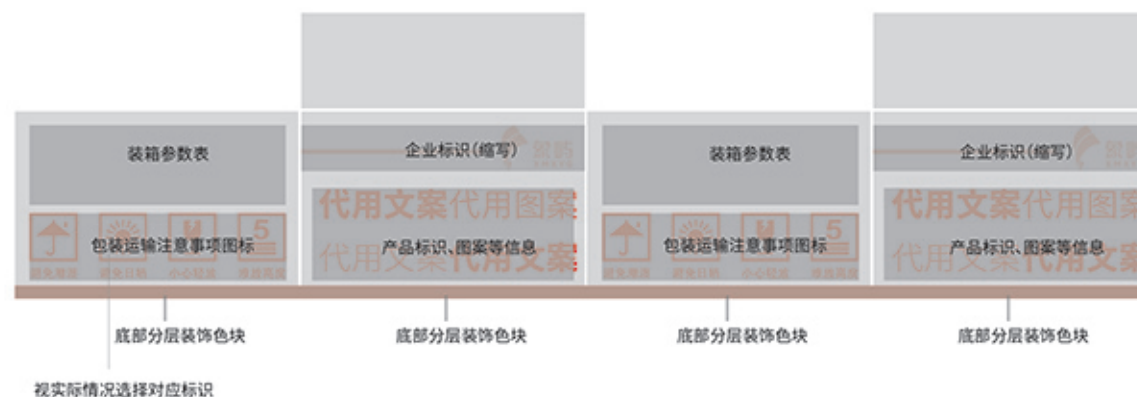
纸箱包装，是在营销和销售产品时进行品牌形象宣传的重要媒介之一。为了帮助客户方便地找到和购买我们的产品，所有的包装必须明确且统一地反映象屿的品牌形象。按照不同的包装需要，视觉元素在包装载体上组合呈现，可以分为正方形，长方形，单色盒，彩色盒等几种情况，需要根据不同的产品修改相对应的产品图标。

**注意：**其余产品信息的位置可视具体设计而定，注意不要影响品牌标识的传播。企业则可根据产品设计包装箱、包装盒结构，元素组合关系符合规范即可，可对应替换成企业标识。

### 外盒包装标准应用二(单色长方形)：



### 外盒包装标准应用规范二(单色长方形)：



# B8

## 展示陈列系统

B8.1 展会标识规范

B8.2 产品展示台规范

## B8.1 展会标识规范

展会标识，是在营销和销售产品时进行品牌形象宣传的重要媒介之一。所有的品牌标识必须明确且统一地反映象屿的品牌形象。此规范仅为示意，表示在展台设计时品牌标识的位置与形式，以象屿品牌为例，各子公司参考执行，可对应替换成企业标识。

**注意：**其余产品信息的位置可视具体设计而定，注意不要影响品牌标识的传播

展会标识标准应用规范：



**注：**展会标识需满足如下条件

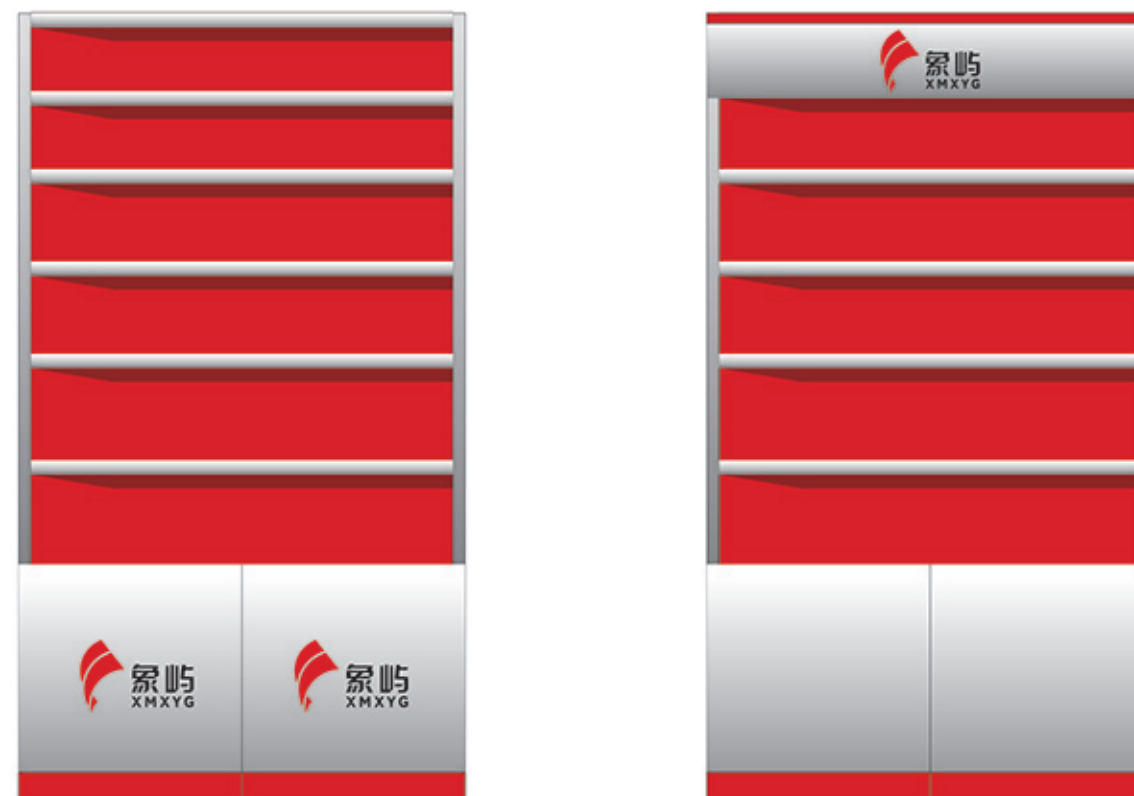
- 1: 标识缩写组合需放置在展位各角度清晰可见的位置，以达到展会宣传推广的效果，增强品牌识别性。
- 2: 标识缩写组合需严格遵守 VIS 规范预留好安全距离，使标识的呈现完整不受侵犯不易混淆。
- 3: 展会展位主色调需搭配象屿标准色象屿红进行搭配，使品牌形象的完整性与连贯性更强。
- 4: 展位标识的具体位置应遵守以上条件要求，根据实际场地实际情况灵活使用。

## B8.2 产品展示台规范

产品展示台用于在展会展位及终端店铺中展示产品使用，为了使产品有一个良好的视觉呈现且与品牌形象互相关联，请按照规范制作。本规范以象屿品牌为例，不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容，可对应替换成企业标识。

**注意：**产品的位置可视及展示效果应根据实际情况而定，不得影响品牌标识的传播，制作时请校对信息

产品展示台标准应用规范 - 正面：



标准应用一

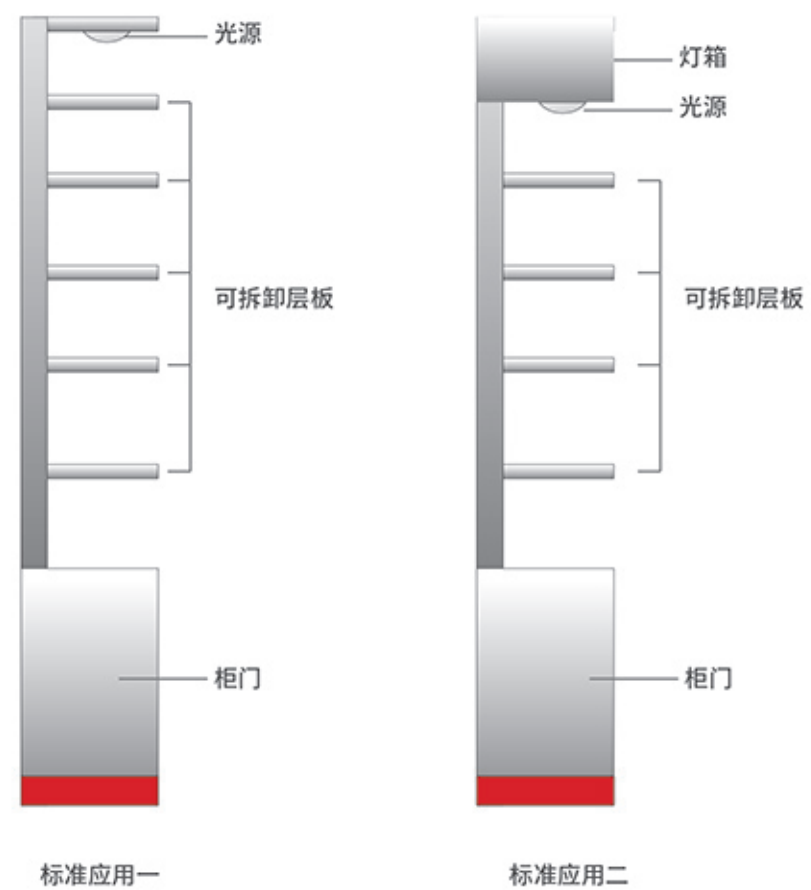
标准应用二

**注：**展示台为开放式设计，即长宽高可根据实际情况而定，仅品牌标识及象屿红为展示台必备元素。

产品展示台用于在展会展位及终端店铺中展示产品使用,为了使产品有一个良好的视觉呈现且与品牌形象互相关联,请按照规范制作。本规范以象屿品牌为例,不得随意添加修改与品牌形象宣传无关的内容,可对应替换成企业标识。

**注意:** 产品的位置可视及展示效果应根据实际情况而定,不得影响品牌标识的传播,制作时请校对信息

### 产品展示台标准应用规范 - 侧面:



**注:** 展示台为开放式设计,即长宽高可根据实际情况而定,仅品牌标识及象屿红为展示台必备元素。