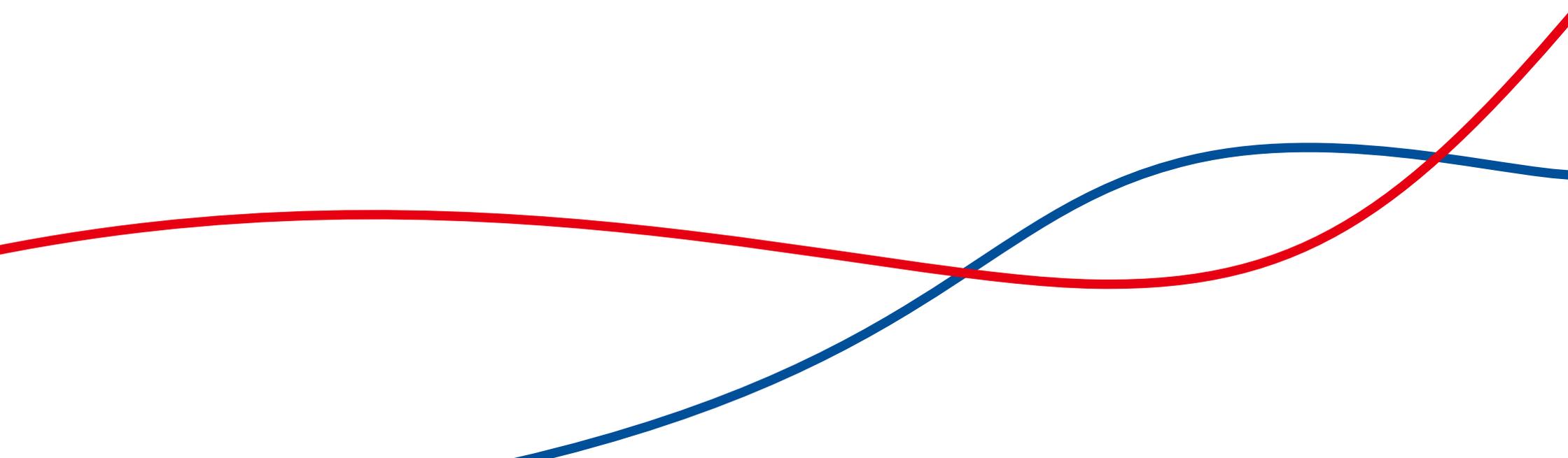




# 广东医谷品牌视觉识别系统指南

Guangdong Medical Valley Brand Visual Identity System Guide





《广东医谷品牌视觉识别系统指南》的制作与实施，为企业的宣传、形象塑造奠定了坚实基础。广东医谷品牌视觉识别系统，是为统一视觉形象并通过视觉传播媒体扩散出去而构筑的崭新形象。

《广东医谷品牌视觉识别系统指南》对广东医谷品牌形象整体做了全面的规范，其中包括如何使用品牌标志、品牌标准色和标准字等详细的设计说明并做了相应规定。请认真阅读并严格执行手册中的规定，正确使用本手册将有助于广东医谷塑造统一而独特的品牌形象。

1、应先掌握基础部分，以保证即便遇到手册外应用部分设计时有据可依。

本手册按照由基础部分至应用部分的顺序编排，基础部分是整个系统的基石，应用部分是系统的具体使用。两部分既相对独立，又相互关联。在使用时，应首先遵照基础部分的指导原则和基本规定，再按照应用部分的具体规范执行，避免错误使用。

2、严格执行规定

①凡本手册明确规定的条文、规范和规格，如基础部分和应用部分中的各项具体规定，应严格遵守，不得随意更改。

②凡本手册只有图例没有具体规格、材质的项目，或说明中指出可以参照执行的，都应在不违反有关基本条款的前提下使用。

③对本手册尚未规定的部分，如今后新增的应用设计项目，凡涉及品牌标志、品牌标准字、品牌标准色等基本要素的，必须严格遵守基础部分的相关规定，不得擅自更改其具体表现形式、风格，应参照本手册类似的应用设计项目，保持整体风格一致。

3、尽量采用误差小的使用方式

实施应用设计项目时，对使用的图形，应从所提供源文件中选取。使用的色彩以本手册提供的色值为基准，同时要参照本手册提供的色标样票。

# 目录 CONTENTS

## A1 品牌核心识别创建

### • 标准字体设计

- A1-1.1 品牌标志与方格坐标制图
- A1-1.2 品牌英文字体与方格坐标制图
- A1-1.3 品牌中文字体与方格坐标制图
- A1-1.4 企业中文印刷专用字体
- A1-1.5 企业英文印刷专用字体

### • 品牌色彩设计

- A1-2.1 品牌标准色(印刷色)
- A1-2.2 辅助色系列
- A1-2.3 背景色使用规范
- A1-2.4 色彩搭配组合专用表

## A2 品牌核心识别管理

### • 品牌核心元素组合模式管理规范

- A2-1.1 品牌标志与标准字组合
- A2-1.2 品牌标志与标准字、核心识别元素组合
- A2-1.3 基本要素禁止组合模式

## A3 品牌核心识别使用

- A3-1.1 立体使用标准
- A3-1.2 黑白使用标准
- A3-1.3 标识色彩使用标准
- A3-1.4 不同色彩环境使用标准
- A3-1.5 不同材质上的使用工艺
- A3-1.6 特殊尺寸使用标准

## A4 品牌视觉识别符号

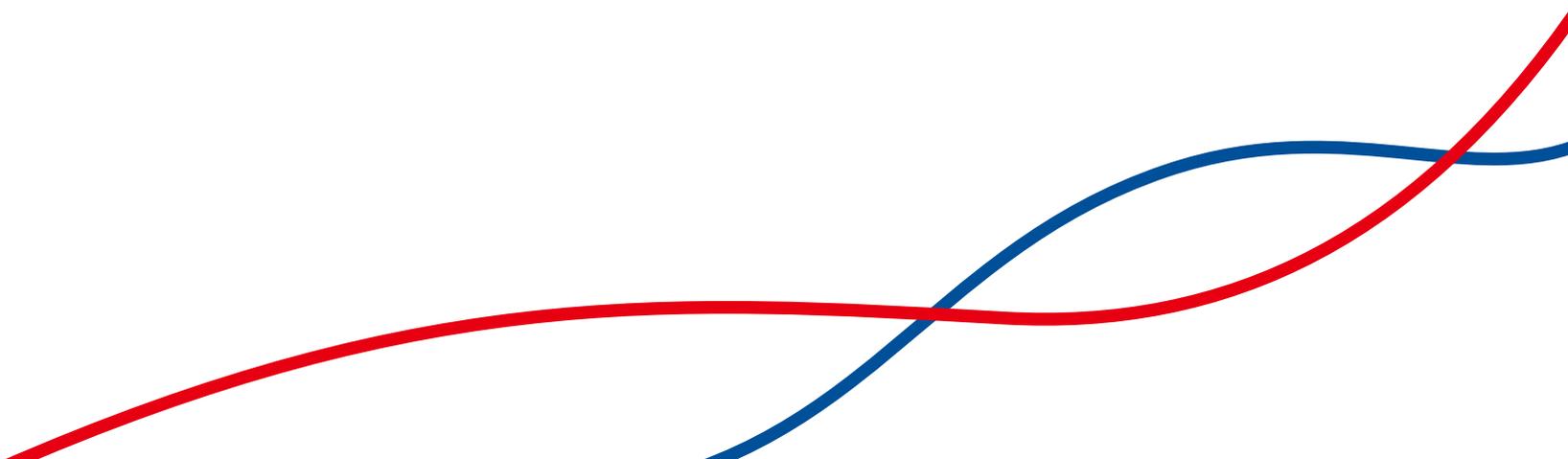
- A4-1.1 品牌视觉识别符号元素
- A4-1.2 延展元素应用(纹样或图样)
- A4-1.3 延展模式的应用效果示范
- A4-1.4 延展模式禁忌

## A5 品牌影像风格规范

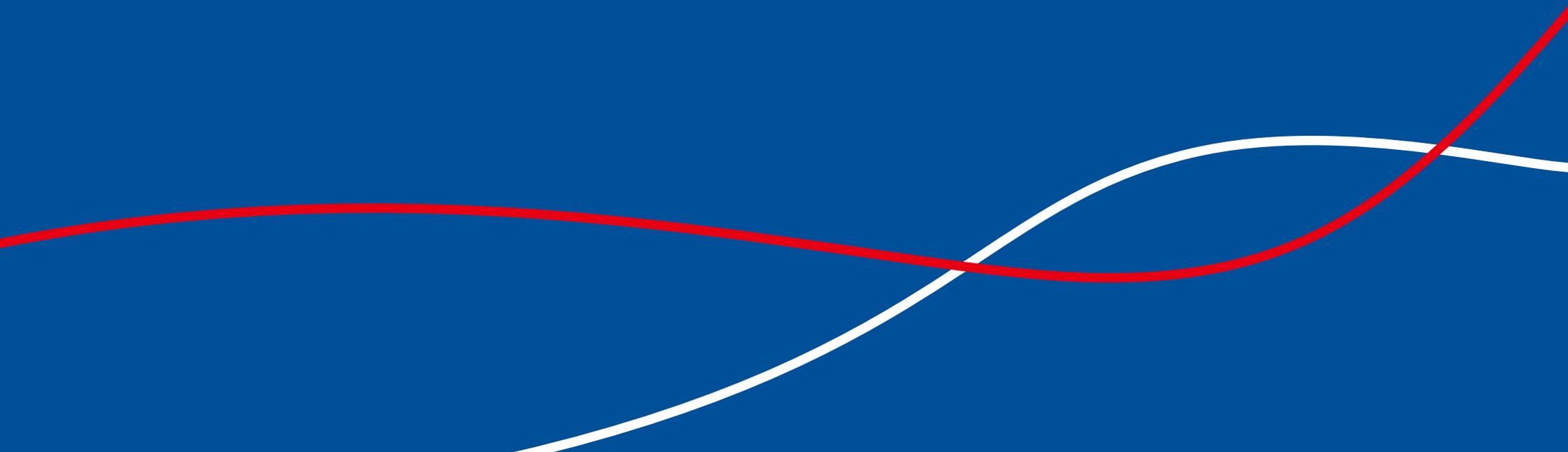
- A5-1.1 品牌影像风格(色彩)
- A5-1.2 品牌影像风格(人物)
- A5-1.3 品牌影像风格(借喻)
- A5-1.4 品牌影像风格(不恰当的图片)

## A6 品牌色标

- 色标样票
- 标识样本



# A1 品牌核心识别创建



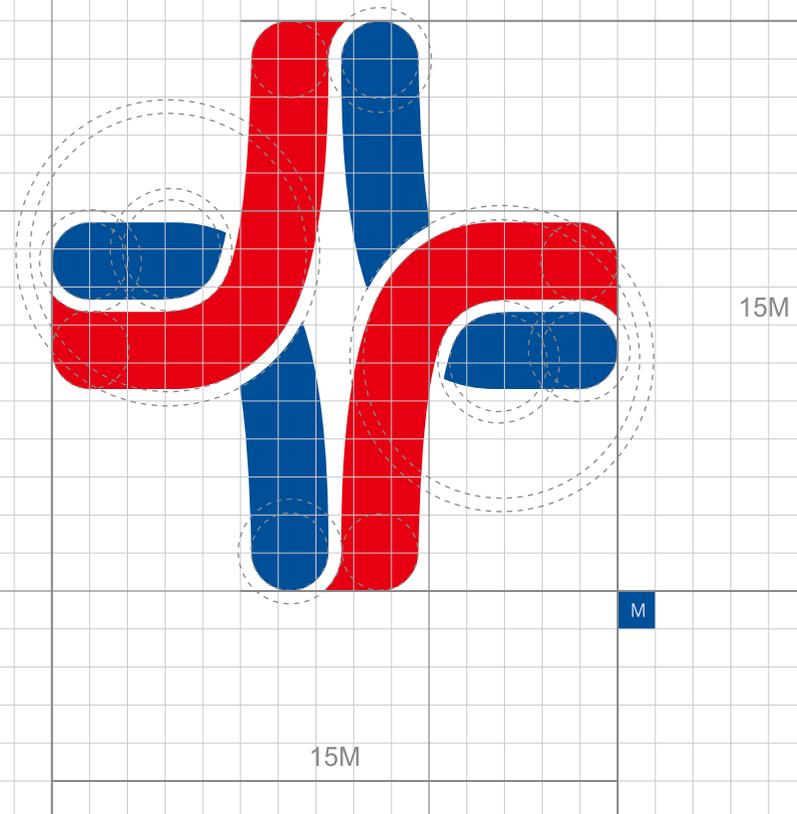
# A1 品牌核心识别创建

## 标准字体设计

### A1-1.1 品牌标志与方格坐标制图

品牌图形是针对广东医谷特有的精神与个性及标志完整搭配组合而制定。不可随意拉伸，压缩图形比例。

以一个 M 为基准，制定标志宽度、高度之间的比例关系。



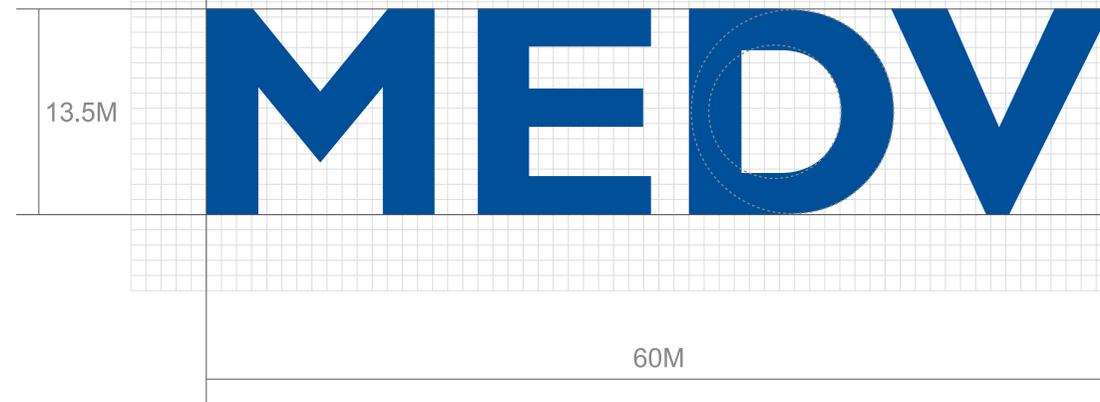
# A1 品牌核心识别创建

## 标准字体设计

### A1-1.2 品牌英文字体与方格坐标制图

品牌英文字体是针对广东医谷特有的精神与个性及标志完整搭配组合而制定，与一般打字排版字体不同。不可随意改变标准字的空间距离；不可随意拉伸，压缩字体比例；不可随意用其他文字取代。

以一个 M 为基准，制定标志宽度、高度和字间距之间的比例关系。

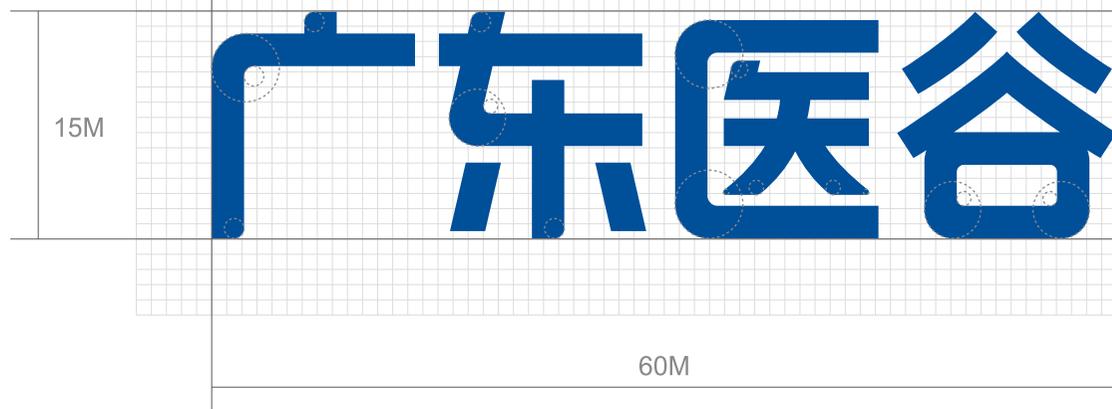


## A1 品牌核心识别创建 标准字体设计

### A1-1.3 品牌中文字体与方格坐标制图

品牌中文字体是针对广东医谷特有的精神与个性及标志完整搭配组合而制定，与一般打字排版字体不同。不可随意改变标准字的空间距离；不可随意拉伸，压缩字体比例；不可随意用其他文字取代。

以一个 M 为基准，制定标志宽度、高度和字间距之间的比例关系。



# A1 品牌核心识别创建 标准字体设计

## A1-1.4 企业中文印刷专用字体

企业中文印刷专用字体代表着品牌的精神和文化，与品牌标志同样具有专属性和认知性，企业中文印刷专用字体在视觉上与品牌标志相互协调、相辅相成，在造型结构上形成统一感。

在一般情况下使用企业中文印刷专用字体，应尽量使用提供的电子源文件，不建议另选企业中文印刷专用字体。

为宣传品牌形象的统一性，特规定思源黑体为企业中文印刷专用字体。企业中文印刷专用字体字宽 100%、字高 100%、字距为 0，以 Adobe Illustrator 为准。

思源黑体目前为免费字体，若将来收取费用，朗旭作为第三方设计公司不负责提供版权，只在设计层面对字体的使用作出指导。

思源黑体 Heavy

生物医药产业生态创领者

思源黑体 Bold

生物医药产业生态创领者

思源黑体 Medium

生物医药产业生态创领者

思源黑体 Regular

生物医药产业生态创领者

思源黑体 Normal

生物医药产业生态创领者

思源黑体 Light

生物医药产业生态创领者

思源黑体 ExtraLight

生物医药产业生态创领者

# A1 品牌核心识别创建 标准字体设计

## A1-1.5 企业英文印刷专用字体

企业英文印刷专用字体代表着品牌的精神和文化，与品牌标志同样具有专属性和认知性，企业英文印刷专用字体在视觉上与品牌标志相互协调、相辅相成，在造型结构上形成统一感。

在一般情况下使用企业英文印刷专用字体，应尽量使用提供的电子源文件，不建议另选企业英文印刷专用字体。

为宣传品牌形象的统一性，特规定 Arial Nova 为企业英文印刷专用字体。企业英文印刷专用字体字宽 100%、字高 100%、字距为 0，以 Adobe Illustrator 为准。

### Arial Nova Bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

### Arial Nova Regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

### Arial Nova Light

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

# A1 品牌核心识别创建

## 品牌色彩设计

### A1-2.1 品牌标准色(印刷色)

标准色是象征品牌精神及品牌文化的重要因素，通过视觉传达产生强烈印象，达到色彩在视觉识别中的作用。

注意压印过程、选纸、线网及过油等因素，都会影响到颜色的准确性。在印刷时优先选用专色，以展现出品牌标志最鲜明的色彩效果，若无法使用专色可用四色印刷。



# A1 品牌核心识别创建

## 品牌色彩设计

A1-2.1

### 品牌标准色(印刷色)

标准色是象征品牌精神及品牌文化的重要因素，通过视觉传达产生强烈印象，达到色彩在视觉识别中的作用。

注意压印过程、选纸、线网及过油等因素，都会影响到颜色的准确性。在印刷时优先选用专色，以展现出品牌标志最鲜明的色彩效果，若无法使用专色可用四色印刷。

## 白

CMYK 00 00 00 00

RGB 255 255 255

HEX #FFFFFF

## 蓝

CMYK 100 70 10 00

RGB 00 79 153

HEX #004F99

PANTONE 4152 C

## 红

CMYK 00 100 100 00

RGB 230 0 18

HEX #E60012

PANTONE 2035 C

# A1 品牌核心识别创建

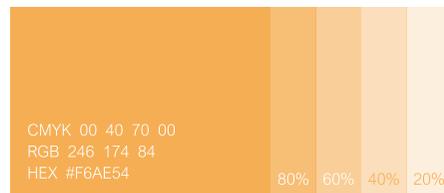
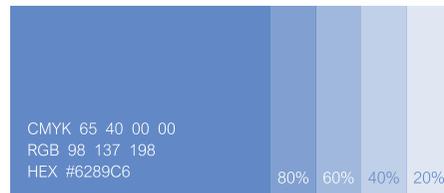
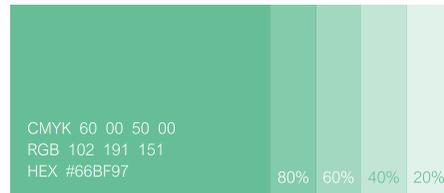
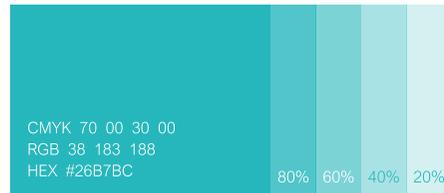
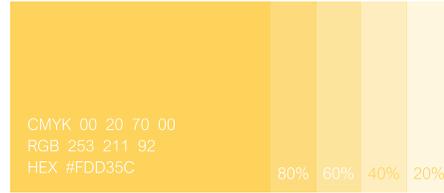
## 品牌色彩设计

### A1-2.2 辅助色系列

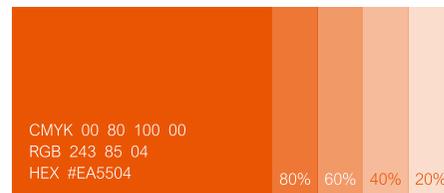
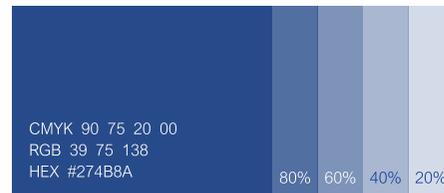
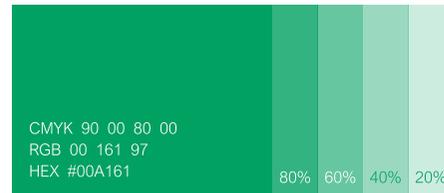
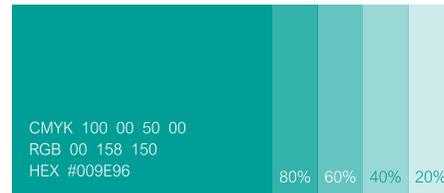
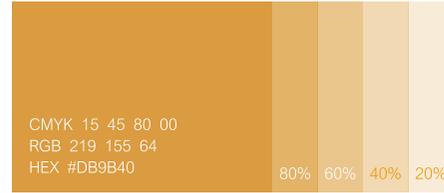
除标准色外，我们还指定一种或几种色彩来配合标准色使用，使企业的色彩形象更加丰富和具有独特性。

辅助色彩作为品牌标准色彩的辅助搭配，可以协助突出品牌的主要色彩，也可以增强品牌在颜色应用上的丰富性与灵活性。辅助色彩可以广泛应用于品牌相关的各类传播活动，如应用制作物、广告宣传物等。

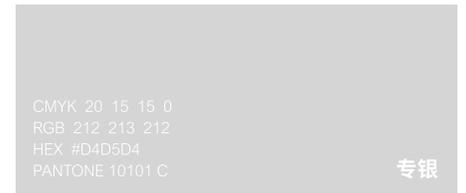
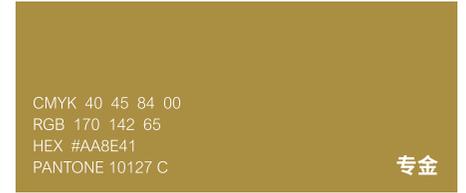
#### 辅助浅色系



#### 辅助重色系



#### 辅助特殊色



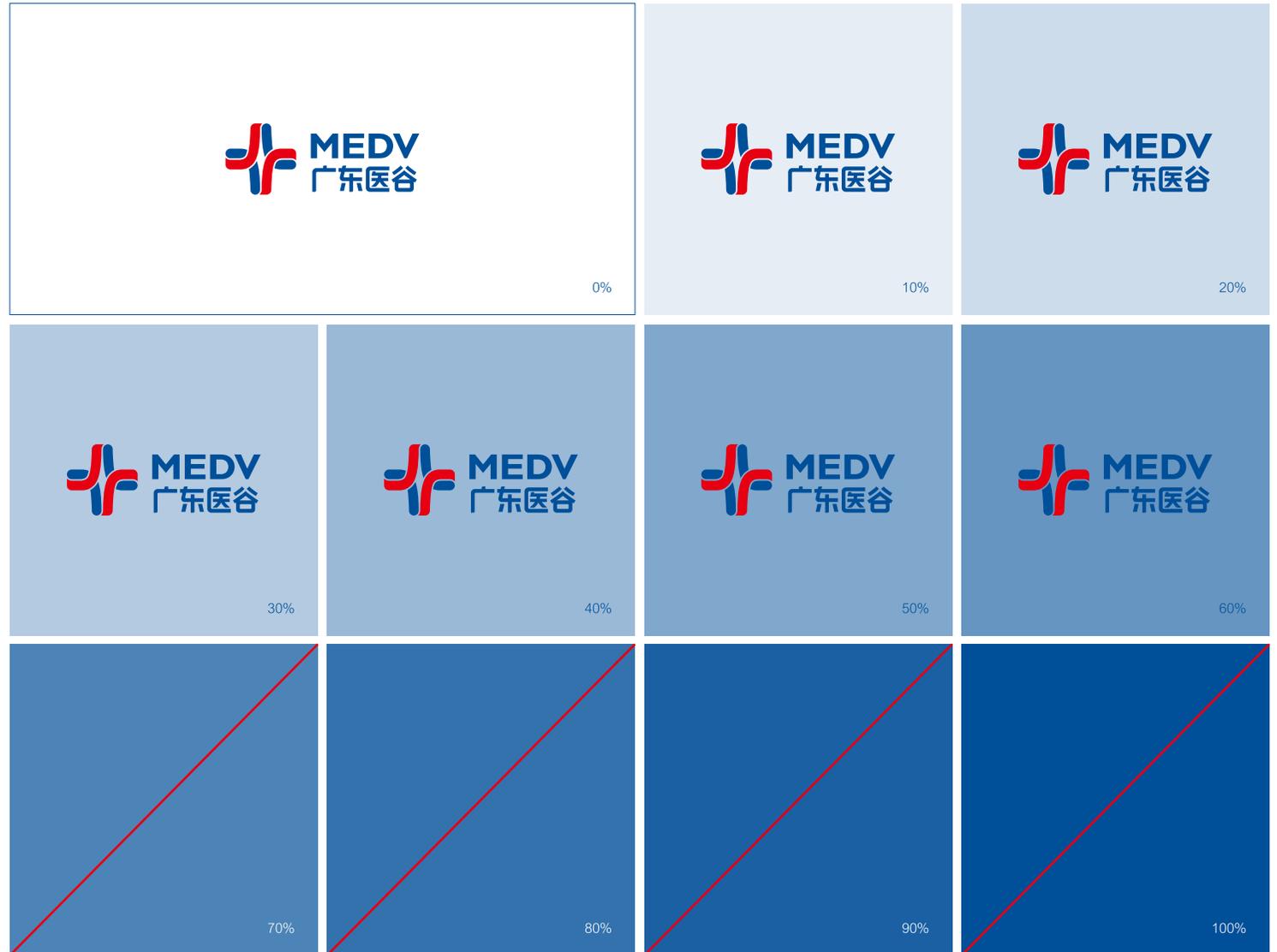
# A1 品牌核心识别创建

## 品牌色彩设计

### A1-2.3 背景色使用规定

为使企业形象统一，保证品牌标志在有颜色的背景上始终清晰可见。品牌标志要应用在标准色不同明度和纯度的背景上，特制定标准色色阶规范。

标志在标准色底上使用，品牌标志在高于 60% 深度标准色色阶为背景的情况下禁止使用标志；在低于或等于 60% 深度标准色色阶为背景的情况下使用标准彩色标志。



# A1 品牌核心识别创建

## 品牌色彩设计

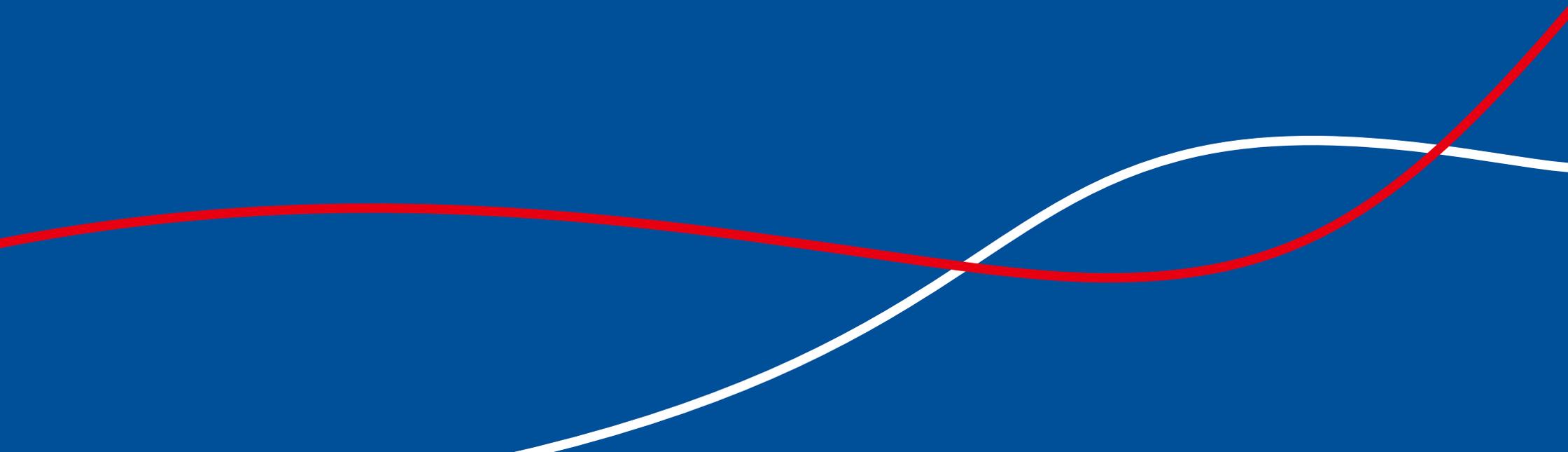
### A1-2.4

#### 色彩搭配组合专用表

为保证品牌标志在与标准色、辅助色和特殊工艺色搭配使用时均清晰可见，现列举不同颜色标志与标准色、辅助色、特殊工艺色的搭配应用方法。

品牌标志的放置遵循明度规范的原则，在实际应用过程中应严格按照本页规范执行，以免造成视觉混乱。品牌标志在与各色彩搭配应用时，应注意色彩的对比关系及明度反差关系。对应搭配的区域出现品牌标志，表示此种搭配建议使用。如果未出现品牌标志，则表示此种搭配不建议使用。


# A2 品牌核心识别管理



## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.1 品牌标志与标准字组合 (英文上下组合)

标志与标准字的组合，是视觉识别系统最基本元素的规范组合。

为保证视觉识别系统对外的一致性，标志与标准字体的各种组合，包括位置、距离、大小等标准均作了详细规定，以建立各种基础设计要素的组合形式，并使其标准化，请严格遵守标志与标准字二者之间相互位置与比例关系，不得擅自变更。使用时请严格遵守本手册规范。

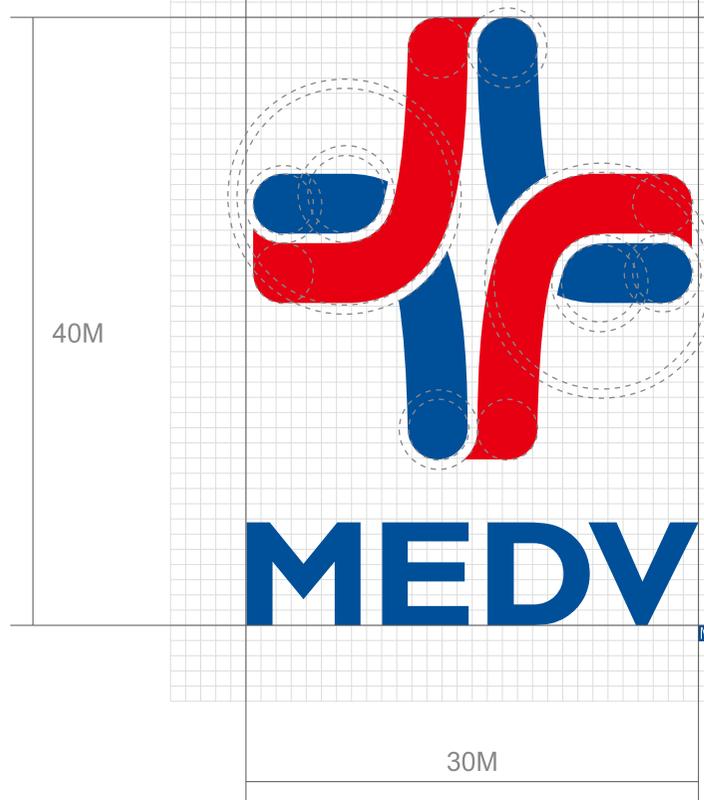


#### 最小使用尺寸规范

为保证品牌标志在不同媒介上具有良好的识别度；

在印刷 / 快印等纸媒中，最小使用尺寸不得小于宽度：7mm

在手机 / 电脑等屏幕中，最小使用尺寸不得小于宽度：20px



## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.1 品牌标志与标准字组合 (英文左右组合)

标志与标准字的组合，是视觉识别系统最基本元素的规范组合。

为保证视觉识别系统对外的一致性，标志与标准字体的各种组合，包括位置、距离、大小等标准均作了详细规定，以建立各种基础设计要素的组合形式，并使其标准化，请严格遵守标志与标准字二者之间相互位置与比例关系，不得擅自变更。使用时请严格遵守本手册规范。



#### 最小使用尺寸规范

为保证品牌标志在不同媒介上具有良好的识别度；

在印刷 / 快印等纸媒中，最小使用尺寸不得小于宽度：20mm

在手机 / 电脑等屏幕中，最小使用尺寸不得小于宽度：57px

## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.1 品牌标志与标准字组合 (中英文上下组合)

标志与标准字的组合，是视觉识别系统最基本元素的规范组合。

为保证视觉识别系统对外的一致性，标志与标准字体的各种组合，包括位置、距离、大小等标准均作了详细规定，以建立各种基础设计要素的组合形式，并使其标准化，请严格遵守标志与标准字二者之间相互位置与比例关系，不得擅自变更。使用时请严格遵守本手册规范。



#### 最小使用尺寸规范

为保证品牌标志在不同媒介上具有良好的识别度；

在印刷 / 快印等纸媒中，最小使用尺寸不得小于宽度：7mm

在手机 / 电脑等屏幕中，最小使用尺寸不得小于宽度：20px



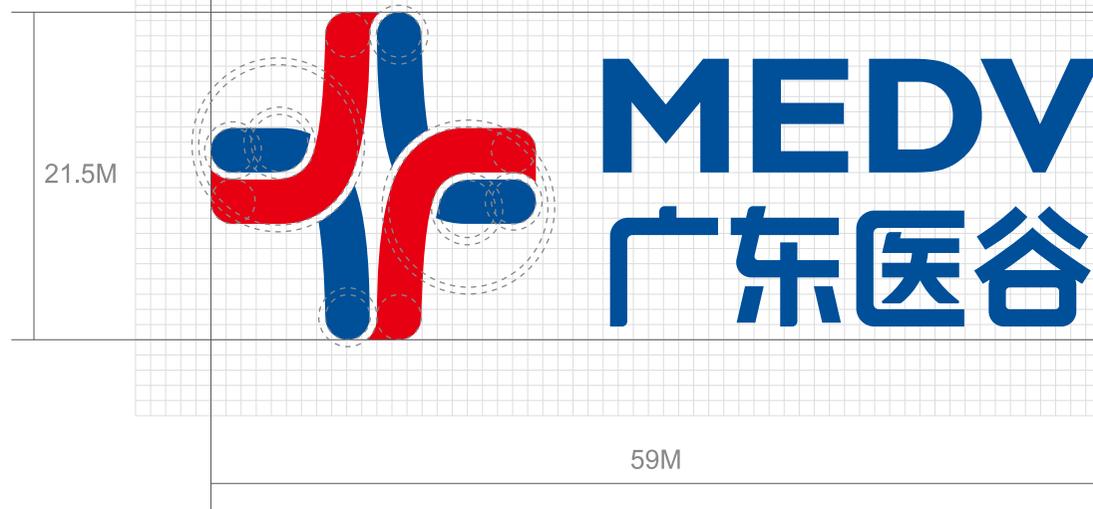
## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.1

#### 品牌标志与标准字组合 (中英文左右组合)

标志与标准字的组合，是视觉识别系统最基本元素的规范组合。

为保证视觉识别系统对外的一致性，标志与标准字体的各种组合，包括位置、距离、大小等标准均作了详细规定，以建立各种基础设计要素的组合形式，并使其标准化，请严格遵守标志与标准字二者之间相互位置与比例关系，不得擅自变更。使用时请严格遵守本手册规范。



#### 最小使用尺寸规范

为保证品牌标志在不同媒介上具有良好的识别度；

在印刷 / 快印等纸媒中，最小使用尺寸不得小于宽度：20mm

在手机 / 电脑等屏幕中，最小使用尺寸不得小于宽度：57px

## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.2

#### 品牌标志与标准字、核心识别元素组合

品牌标志与标准字、核心识别元素组合，是视觉识别系统最基本元素的规范组合。

为保证视觉识别系统对外的一致性，标志与标准字、核心识别元素的各种组合，包括位置、距离、大小等标准均作了详细规定，以建立各种基础设计要素的组合形式，并使其标准化，请严格遵守标志与标准字二者之间相互位置与比例关系，不得擅自变更。使用时请严格遵守本手册规范。

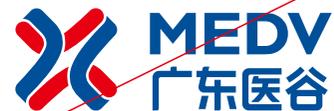


## A2 品牌核心识别管理 品牌核心元素组合模式管理规范

### A2-1.3

#### 基本要素禁止组合模式

以下列出了关于标志的某些常见错误组合模式，请避免出现类似错误！



**禁止**重新创建或更改标志图形



**禁止**改变标志比例



**禁止**改变标志任何元素，位置，颜色，效果，字间距等



**禁止**标志中添加阴影

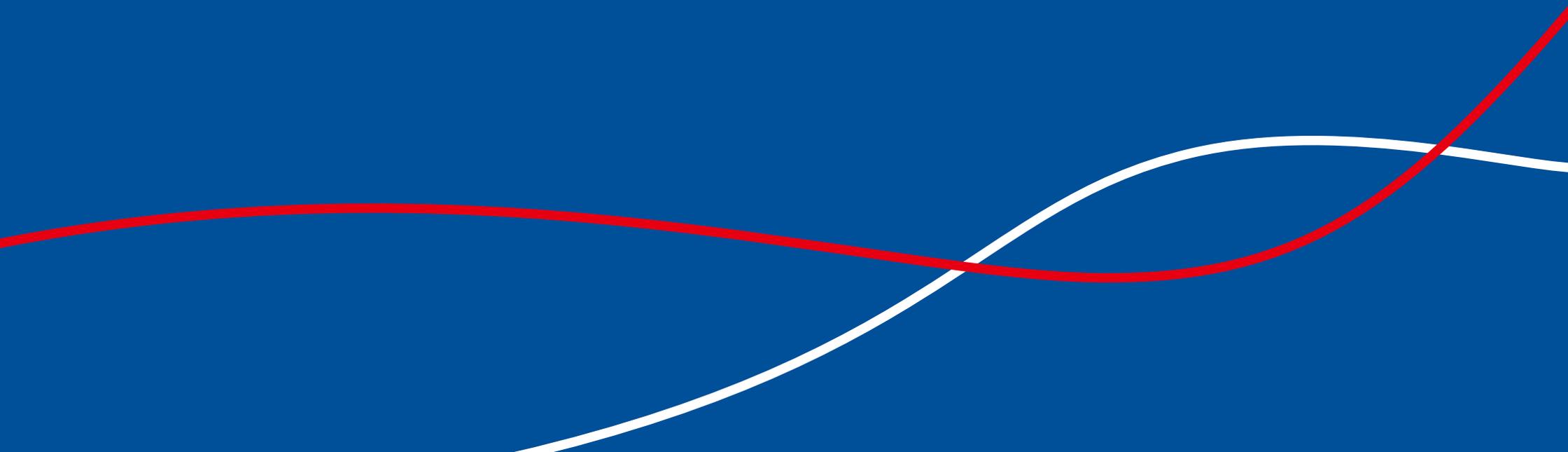


**禁止**更改或替换标志字体



**禁止**标志放在凌乱的背景上

# A3 品牌核心识别使用



## A3 品牌核心识别使用

### A3-1.1 立体使用标准

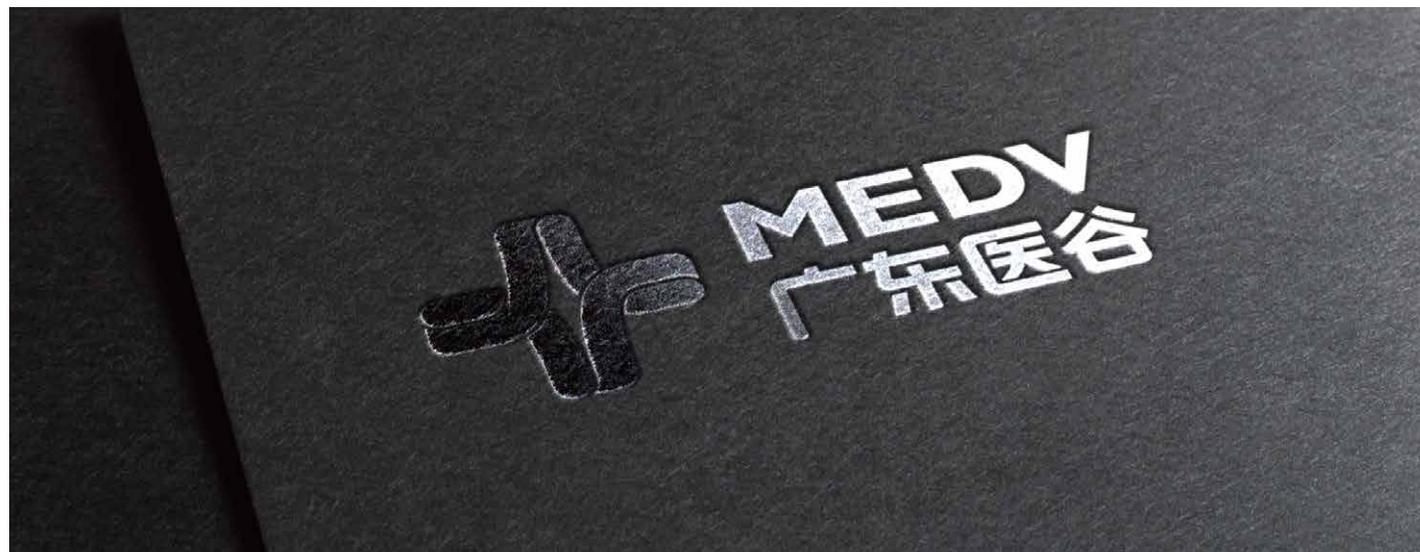
品牌标志的立体使用规范有利于加强广东医谷的品牌形象，立体使用标准保留了原图形的视觉特征，以保证整体视觉协调。



## A3 品牌核心识别使用

### A3-1.2 黑白使用标准

在某些情况下需要特殊用法的品牌标志。以下的图例为视觉参考。在实际的应用中，视具体情况灵活设定。

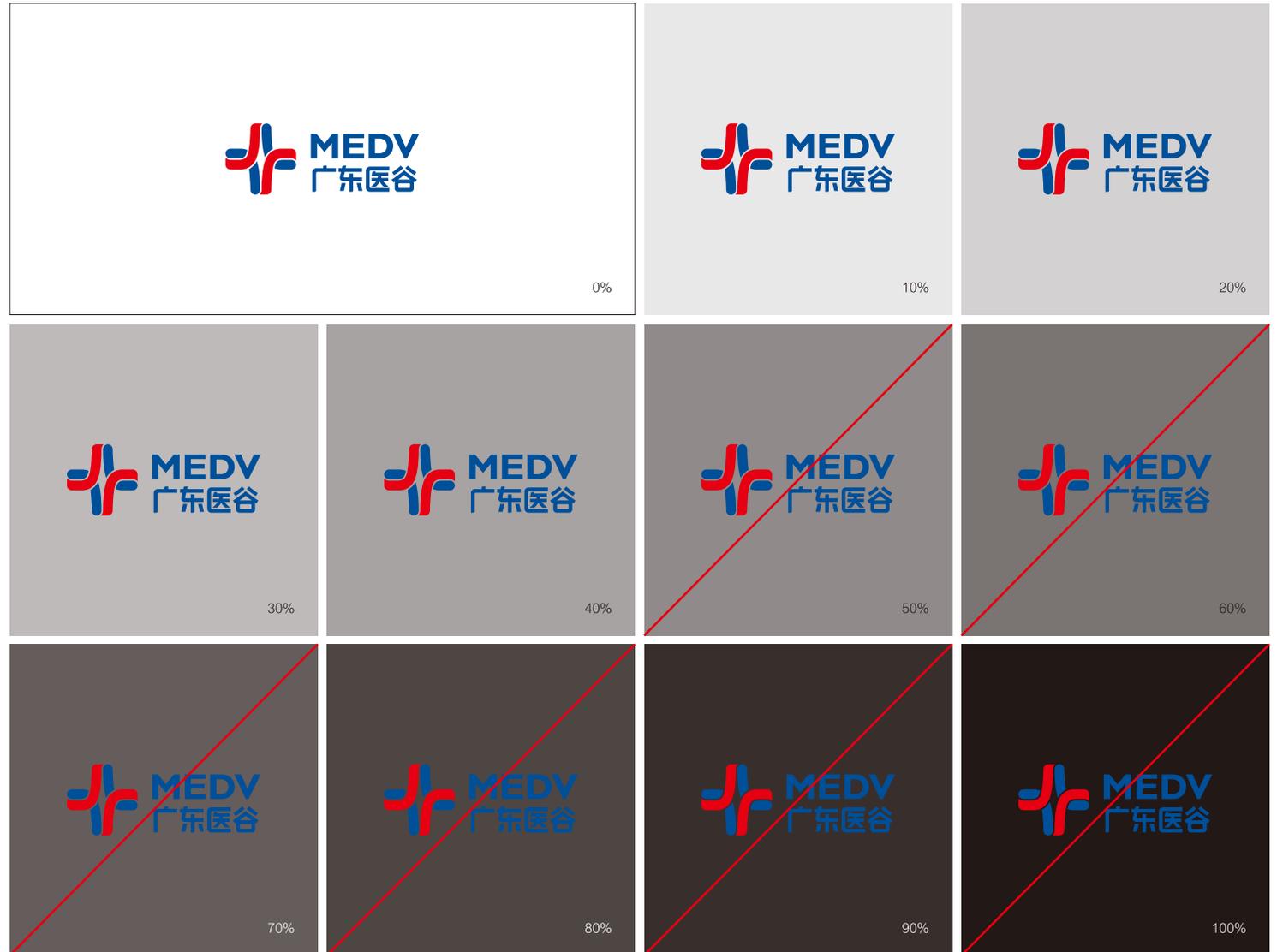


# A3 品牌核心识别使用

## A3-1.3 标识色彩使用标准

为了确保广东医谷品牌标志清晰可辨，请务必严格控制不同背景色的亮度。本页提供的品牌标志应用在不同灰度背景上的色板供使用者参考。

以下带标记部分表示错误标志应用。



## A3 品牌核心识别使用

### A3-1.4 不同色彩环境使用标准

当广东医谷品牌标志置于不同色彩背景时，请确保品牌标志清晰可辨。

以下仅为示意，在实际的应用中，视具体情况灵活设定。

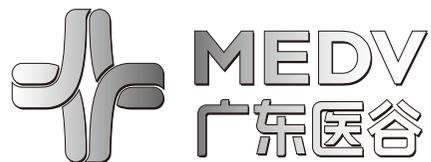


## A3 品牌核心识别使用

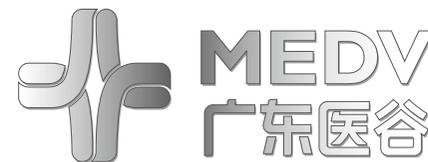
A3-1.5

### 不同材质上的使用工艺

品牌标志在某些情况下需要特殊的用法。以下的图例为视觉参考。在实际的应用中，视具体情况灵活设定。



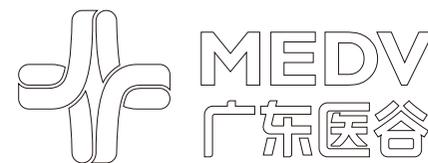
单色金属质感标志



无色刚印标志



单色黑标志



印章或单线标志

## A3 品牌核心识别使用

### A3-1.6

#### 特殊尺寸使用标准

品牌标志是应用最为广泛、出现频率最高的视觉传达要素，必须在各种传播媒体上广泛使用。品牌标志图形要针对印刷方式、制作工艺技术、材料质量和应用项目的不同，采用多种对应性和延展性的变体设计，以产生契合、适宜的效果与表现。

以下仅为示意，在实际的应用中，视具体情况灵活设定。



宽:40mm

品牌标志用于信封 (229mm\*324mm)、文件夹、文件袋、宣传册、产品技术手册、年报、杂志广告、招牌广告上。



宽:30mm

品牌标志用于信纸、信封 (110mm\* 220mm)、传真和不干胶纸上。



宽:35mm

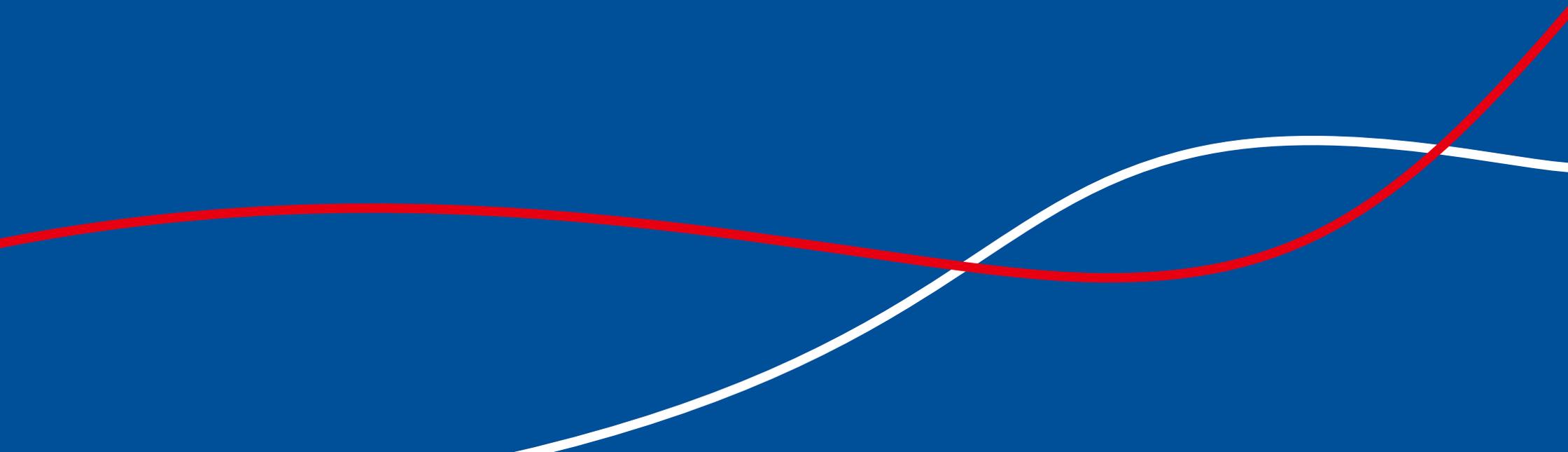
品牌标志用于折页、贺卡、生日贺卡和请柬上。



宽:20mm

品牌标志用于名片、贵宾卡、员工卡、来宾卡和个人卡上。

# A4 品牌视觉识别符号

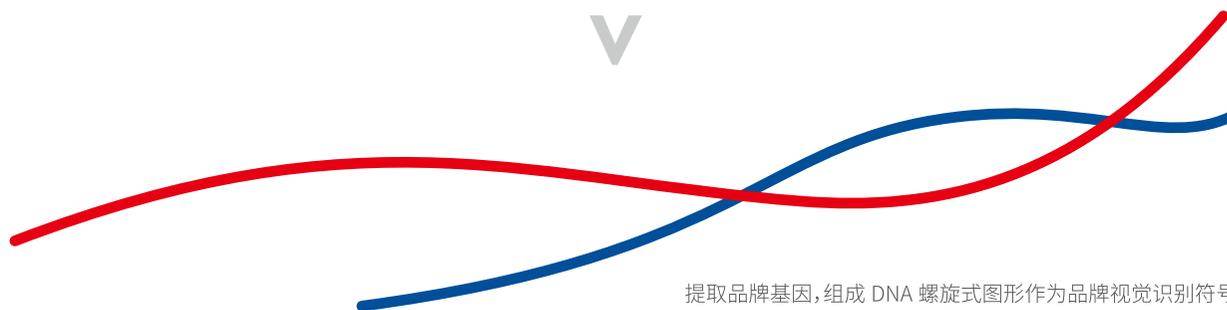
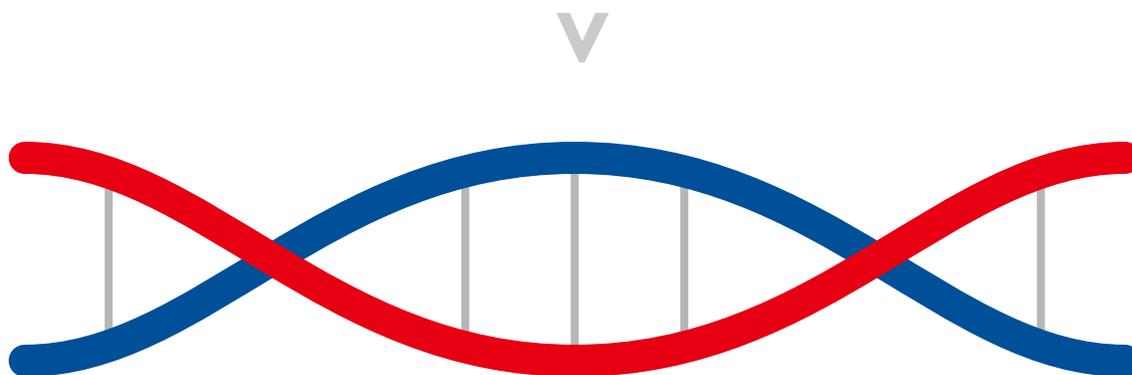


## A4 品牌视觉识别符号

A4-1.1

### 品牌视觉识别符号元素

品牌核心识别延展元素是品牌标志的延展应用，帮助品牌标志在实际应用中起到丰富视觉效果，统一视觉形象，加强品牌及基因等多重作用。



提取品牌基因,组成 DNA 螺旋式图形作为品牌视觉识别符号

## A4 品牌视觉识别符号

A4-1.2

### 延展元素应用(纹样或图样1)

品牌核心识别延展元素是品牌标志的延展应用，帮助品牌标志在实际应用中起到丰富视觉效果，统一视觉形象，加强品牌及基因等多重作用。

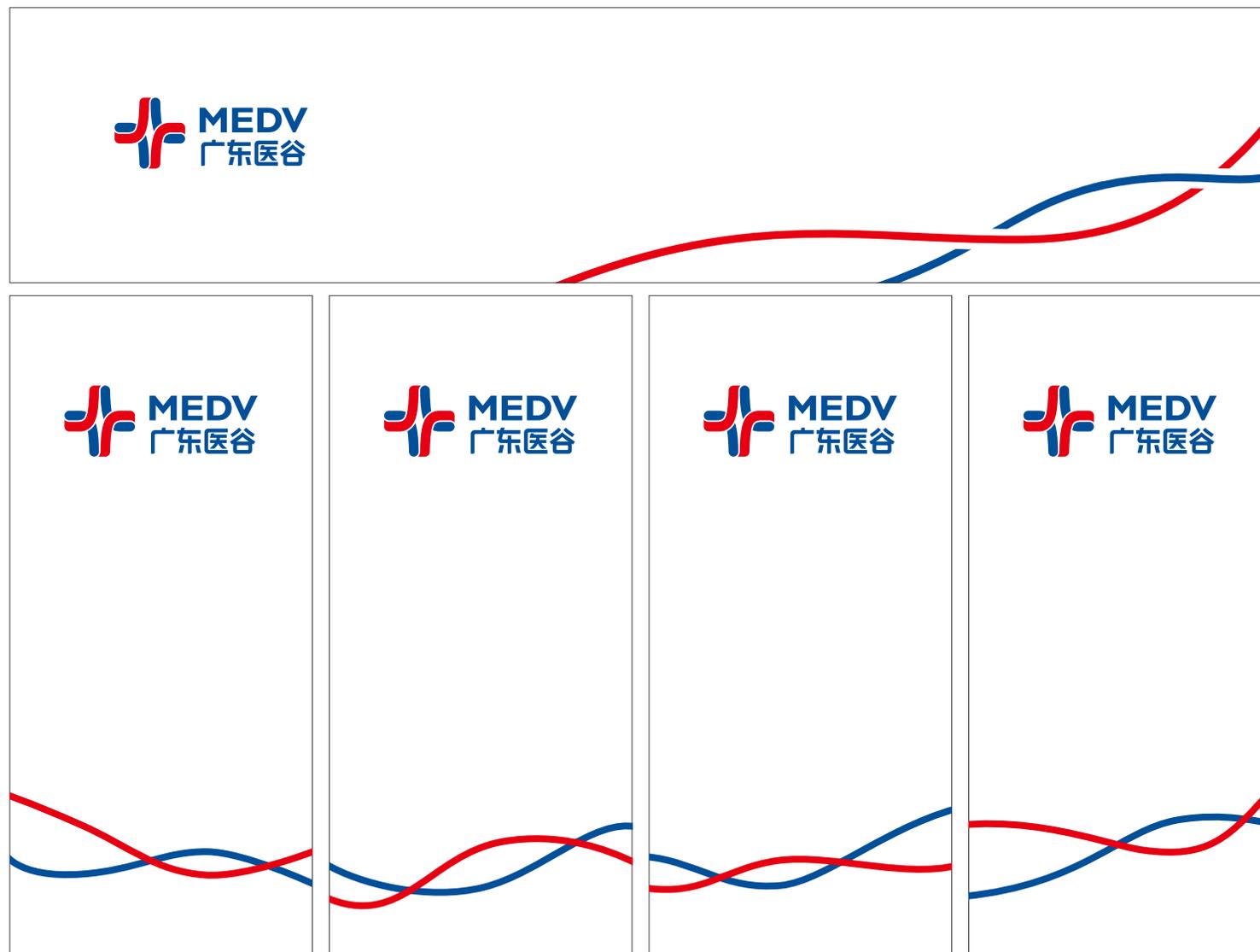


## A4 品牌视觉识别符号

A4-1.2

### 延展元素应用(纹样或图样2)

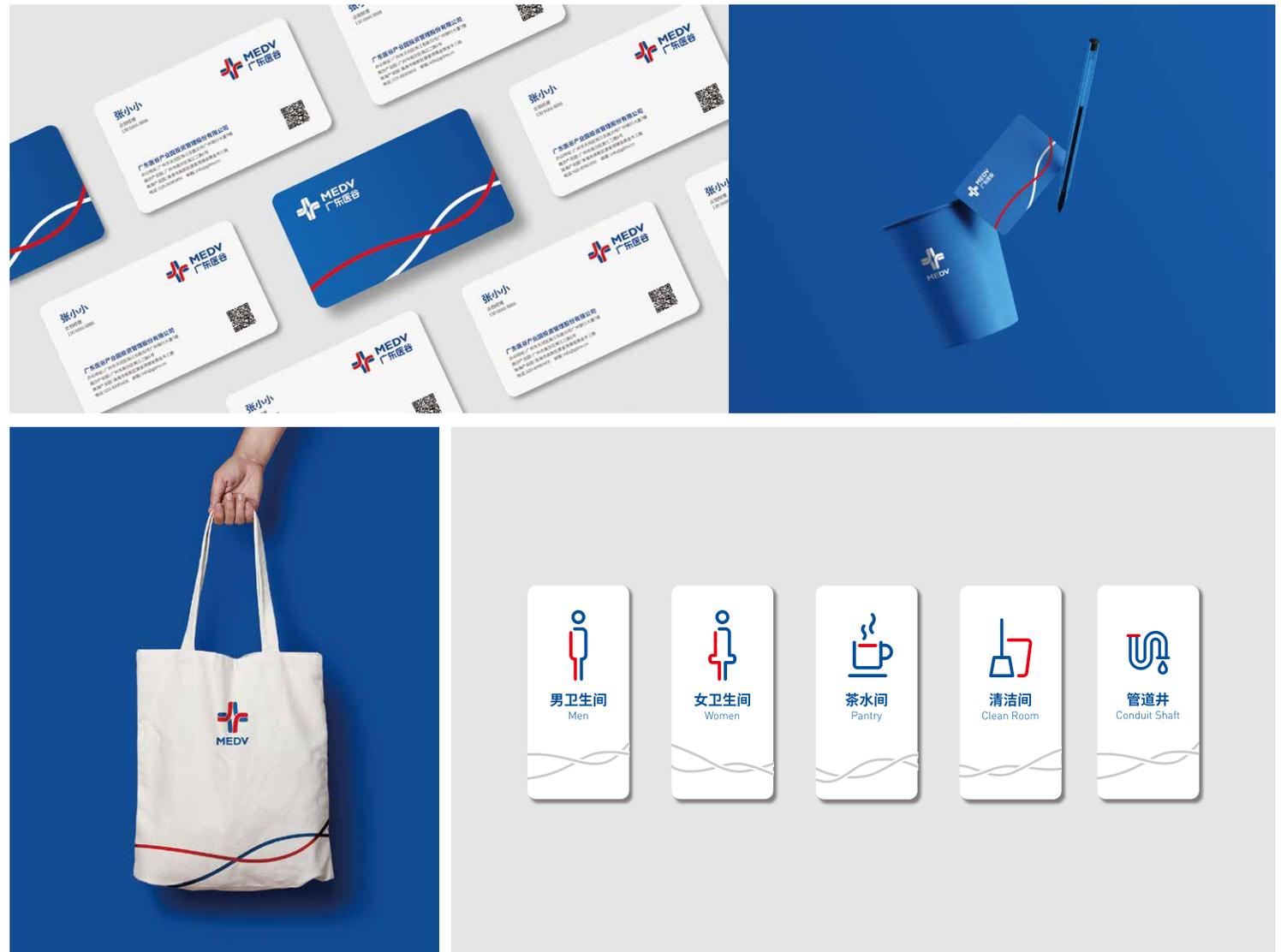
品牌核心识别延展元素是品牌标志的延展应用，帮助品牌标志在实际应用中起到丰富视觉效果，统一视觉形象，加强品牌及基因等多重作用。



## A4 品牌视觉识别符号

### A4-1.3 延展模式的应用效果示范

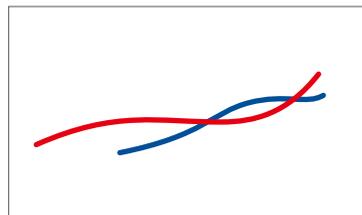
品牌核心识别延展元素是品牌标志的延展应用，帮助品牌标志在实际应用中起到丰富视觉效果，统一视觉形象，加强品牌及基因等多重作用。



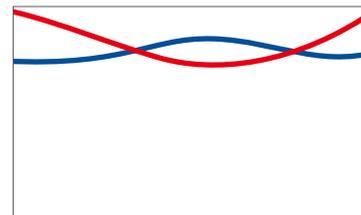
## A4 品牌视觉识别符号

### A4-1.3 延展模式禁忌

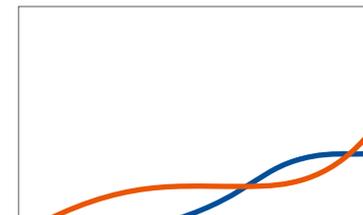
品牌核心识别延展元素是品牌标志的延展应用，帮助品牌标志在实际应用中起到丰富视觉效果，统一视觉形象，加强品牌及基因等多重作用。



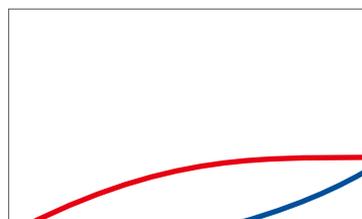
**禁止**悬浮在画面中心



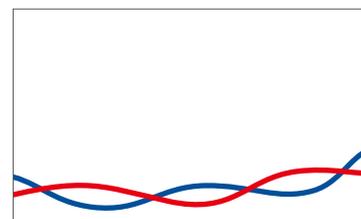
**禁止**出现在画面上方



**禁止**改变图形颜色



**禁止**错误的比例导致DNA螺旋式图形失去识别特征

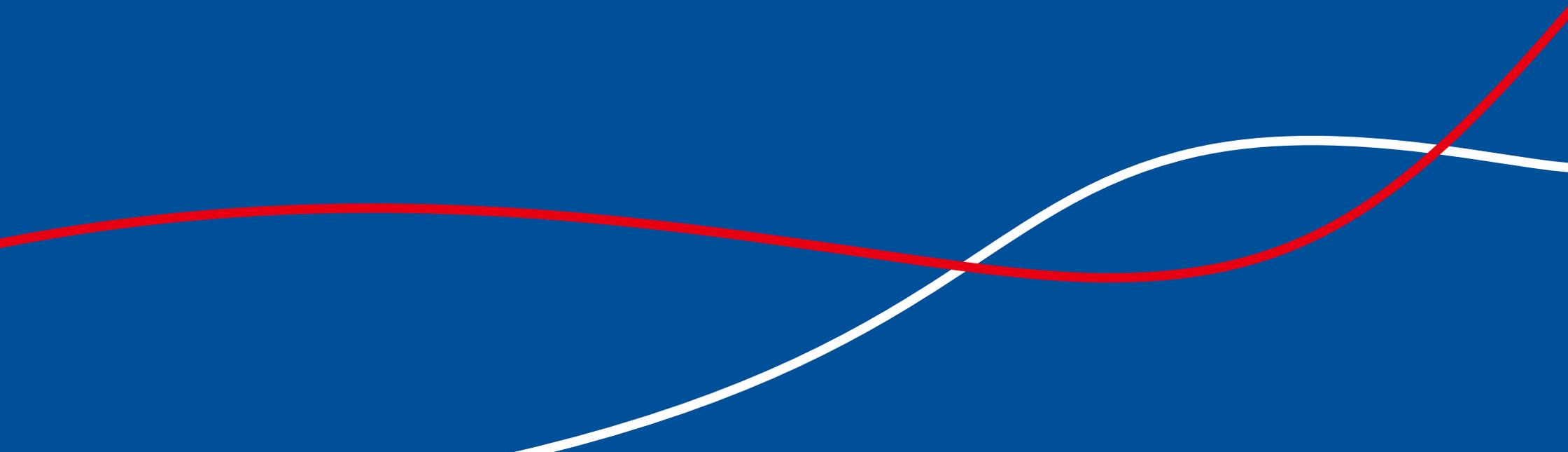


**禁止**使用过多节点使其成为如麻花状、链条状等其他图形



**禁止**垂直使用

# A5 品牌影像风格规范



# A5 品牌影像风格规范

## A5-1.1 品牌影像风格 (色彩)



# A5 品牌影像风格规范

## A5-1.1 品牌影像风格(色彩)



## A5 品牌影像风格规范

### A5-1.1

#### 品牌影像风格(色彩)

当选择有色彩图片时，请尽量选择那些包含本手册颜色规定中特定颜色的图片。颜色无需完全一致或非常突出，局部细节色彩一致都有助于形成统一的感觉，从而强化广东医谷的视觉风格。



## A5 品牌影像风格规范

### A5-1.2 品牌影像风格(人物)

当选择有人的图片时，请确保沟通的信息清晰明确。它们必须反映广东医谷的价值和个性。

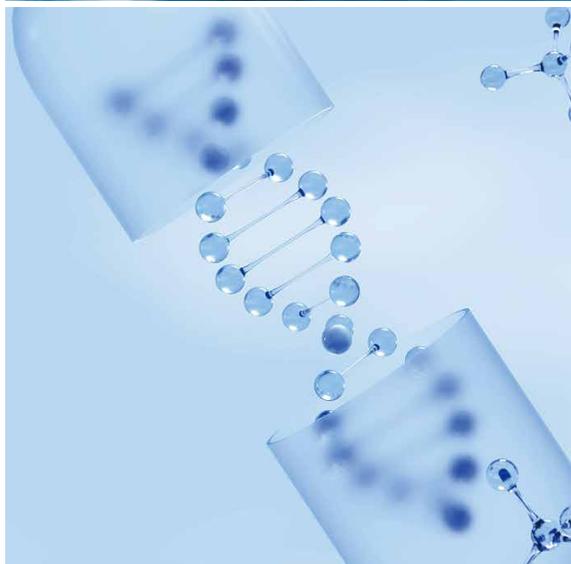


## A5 品牌影像风格规范

### A5-1.3 品牌影像风格(借喻)

借喻式的图片以间接的方式传达信息。这类图片使广东医谷品牌超越语言的局限，而更加富有深意。本页展示了如何应用简单的元素表达强大而简洁的理念。

当选择借喻式的图片时，请确保它们能反映广东医谷统一而个性的形象。

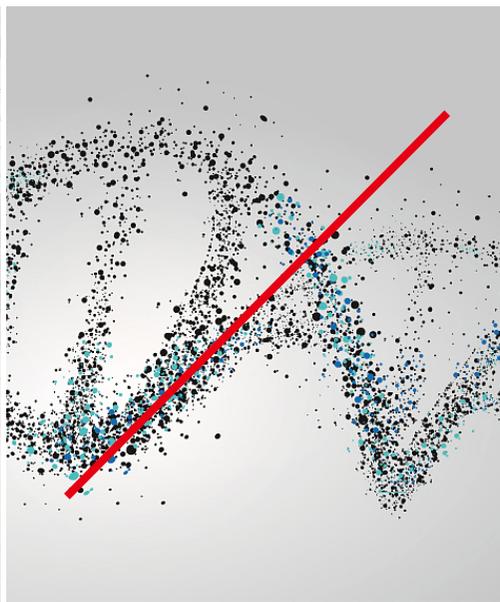


## A5 品牌形象风格规范

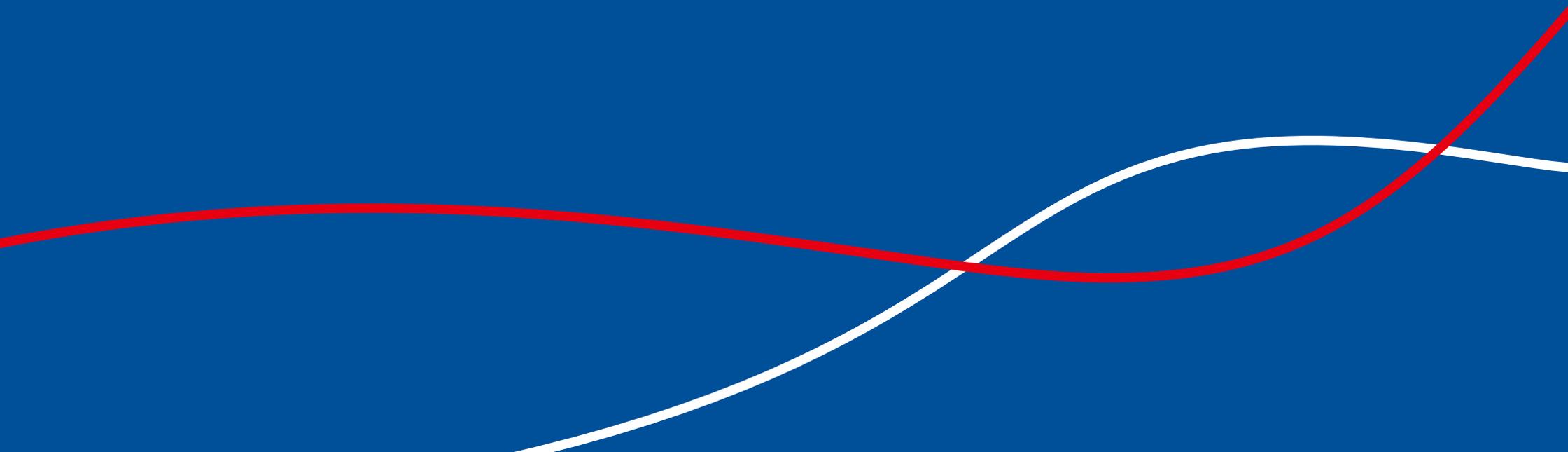
A5-1.4

### 品牌形象风格(不恰当的图片)

避免使用那些情绪低落、画面混乱、其他主题产品、虚拟绘制的图片等。不恰当的图片会损害广东医谷的品牌形象，不利于品牌以正面积极且统一的形象传播。



# A6 品牌色标



# A6 色标样票



CMYK 100 70 10 00

RGB 00 79 153

HEX #004F99

PANTONE 4152 C



# A6 色标样票



CMYK 00 100 100 00

RGB 230 0 18

HEX #E60012

PANTONE 2035 C



# A6 色标样票



CMYK 100 70 10 00  
RGB 00 79 153  
HEX #004F99  
PANTONE 4152 C



CMYK 00 100 100 00  
RGB 230 0 18  
HEX #E60012  
PANTONE 2035 C

