澜码科技

澜码品牌视觉规范

目录

1 品牌标志

1-01 标志释义

1-02 品牌标志

1-03 标准标志

1-04 竖版标志

1-05 图形标志

1-06 安全区域

1-07 最小尺寸

1-08 板式位置

1-09 标志背景色

1-10 使用限制

1-11 联合logo

2 品牌色

2-01 品牌标准色

2-02 背景色应用

3 品牌字体

3-01 中文字体

3-02 英文字体

澜码品牌视觉规范

01 品牌标志

1-01

标志释义

澜码标志以 “Rule 30” 为基础骨架，其自增长能力带来的规则感和随机性，传达品牌强大的生命力和自驱的成长能力；
Rule 30 无限生长得到的金字塔结构，代表品牌根基的的稳定性、可靠性；
整体倾斜7°，陡峭的角度表达品牌将带来突破和创新。



生长
“Rule 30”



稳定



突破



1-02

品牌标志

澜码品牌标志由两种元素组成：1.图形标志 2.文字标志，其元素间的相对大小和位置是固定的，并且文字标志不能单独使用。澜码品牌标志只能从最终规范文件中直接拷贝使用，而不是重新绘制或者擅自组合。

图形标志

文字标志



标准标志

1-03

标准标志

澜码标准标志的使用场景分为：
在白色/浅色背景上使用全彩标志；
在深色背景上使用单白标志；
当全彩标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时，例如单色表格、布艺刺绣、丝网印刷、传真纸和备忘录，可使用单黑或单白标志。



全彩



单黑



单白

1-04

竖版标志

澜码首要品牌视觉识别是标准标志，但在显示区域宽度固定或有限的情况下，可使用竖版标志作为第二选择。其元素间的相对大小和位置是固定的，并且其文字标志不能单独使用。

澜码竖版标志的使用场景分为：
在白色/浅色背景上使用全彩标志；
在深色背景上使用单白标志；
当全彩标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时，例如单色表格、布艺刺绣、丝网印刷、传真纸和备忘录，可使用单黑或单白标志。



全彩



单黑



单白

1-05

图形标志

澜码图形标志的使用场景分为：
在白色/浅色背景上使用全彩标志；
在深色背景上使用单白标志；
当全彩标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时，例如单色表格、布艺刺绣、丝网印刷、传真纸和备忘录，可使用单黑或单白标志。



全彩



单黑



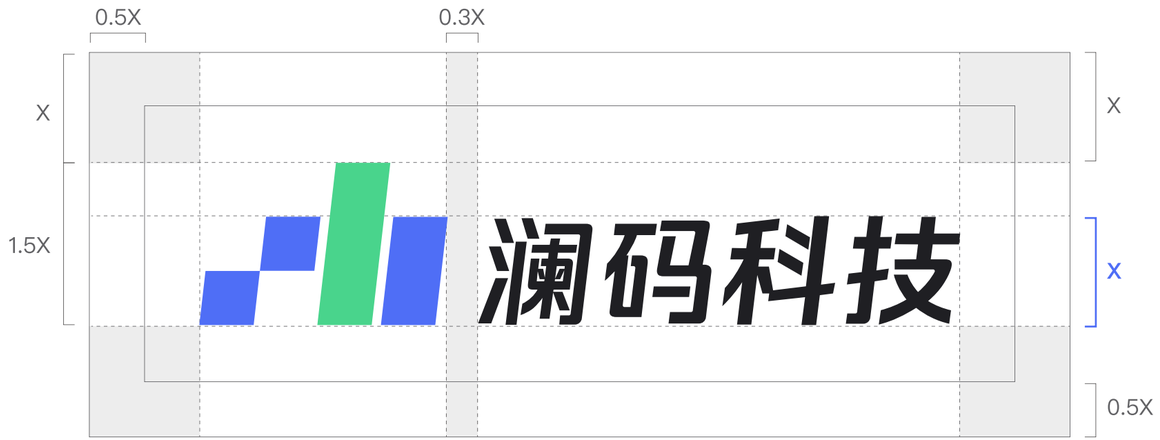
单白

1-06

安全区域

为确保澜码的品牌标志可以在所有应用中被清晰识别，标志周围需预留一定的安全不可侵犯区域。为确保标志的完整性与可读性，此区域大小必须严格遵守规范。当标志尺寸被缩放使用时，安全区域大小随之等比缩放。

一般情况下应保持100%的安全区域，或当100%安全区域不可用时，使用50%安全区域为第二选择。





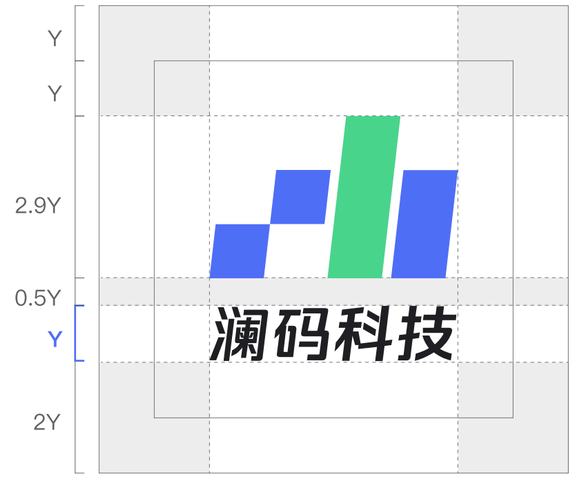
标准标志

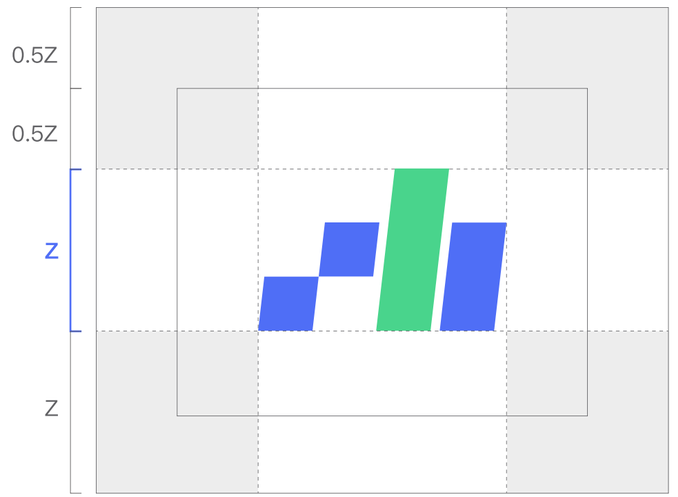
1-06

安全区域

为确保澜码的品牌标志可以在所有应用中被清晰识别，标志周围需预留一定的安全不可侵犯区域。为确保标志的完整性与可读性，此区域大小必须严格遵守规范。当标志尺寸被缩放使用时，安全区域大小随之等比缩放。

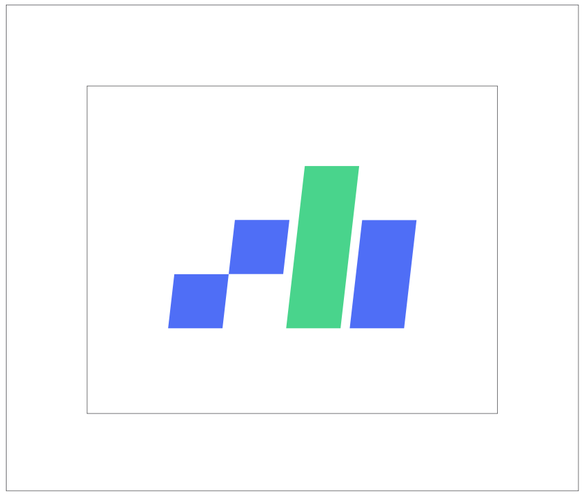
一般情况下应保持100%的安全区域， 或当100%安全区域不可用时，使用50%安全区域为第二选择。







竖版标志



图形标志

1-07

最小尺寸

澜码标志没有固定的尺寸大小，其比例关系应由可用空间、美感、功能和可见度来决定。



印刷：5mm
显示器：15px



印刷：16mm
显示器：45px



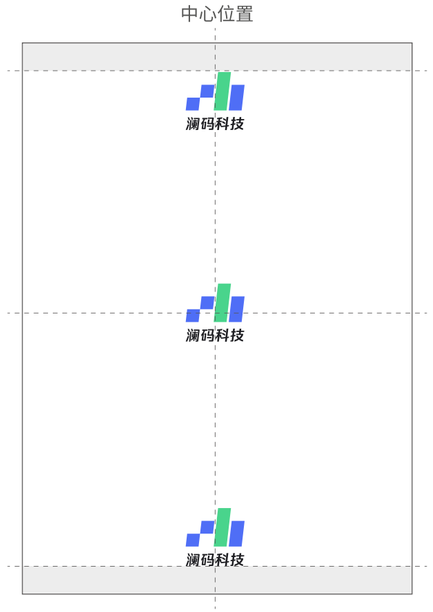
印刷：10mm
显示器：30px

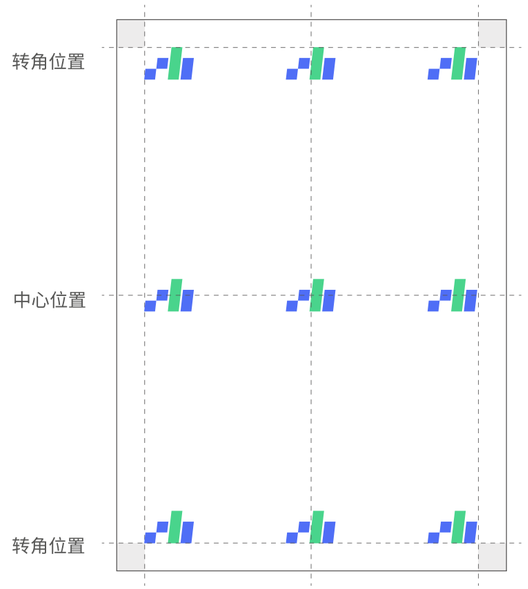
1-08

板式位置

版式运用在大多数办公应用系统，标志的位置取决于标志的样式。标准标志在版式页面中应遵循左对齐或右对齐、居顶、 居中或居下。竖版标志应遵循中对其，居顶或居下。而图形标志则应遵循左中右对齐、居上、居中或居下。



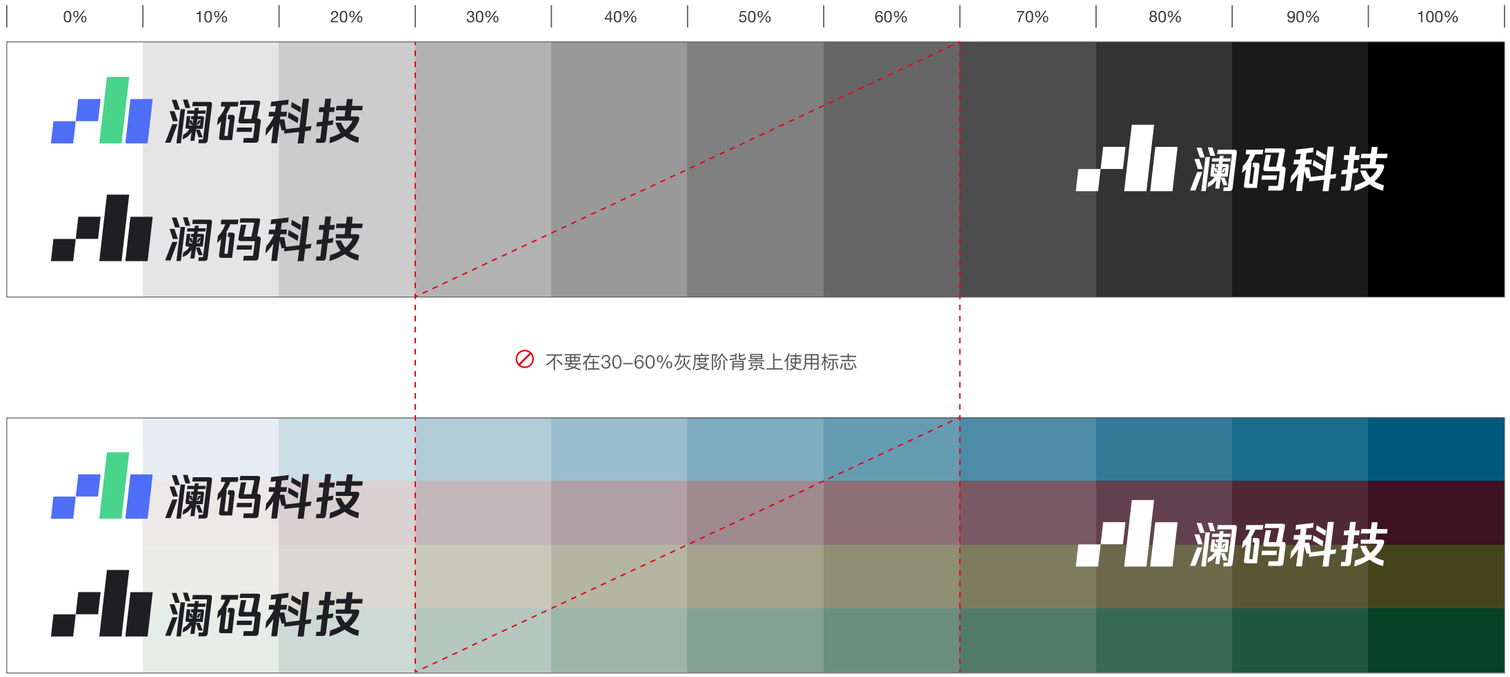




1-09

标志背景色

建议将全彩标志做为代表使用标志。
在白色/浅色背景上使用全彩标志；在澜码蓝背景上使用白色标志；在黑色/深色背景上使用单白标志；也可根据实际场景在白色/浅色背景上使用单黑标志。



1-10

使用限制

为了保证品牌标志的完整性以及保持品牌统一性，在使用品牌标志时，应尽量避免如右图所示的各种不规范使用样式。



不要擅自改变文字标志字体；



不要擅自组合或排列标志；



不要改变标志元素的比例关系；



不要倾斜或旋转标志；



不要轮廓化标志或添加描边；



不要单向拉伸标志；



不要在标志周围添加任意文本；



不要在标志底添加投影；



不要擅自改变标志标准色；



不要使用模糊，质量低的标志；



不要将标志放在没有足够对比色的背景中；



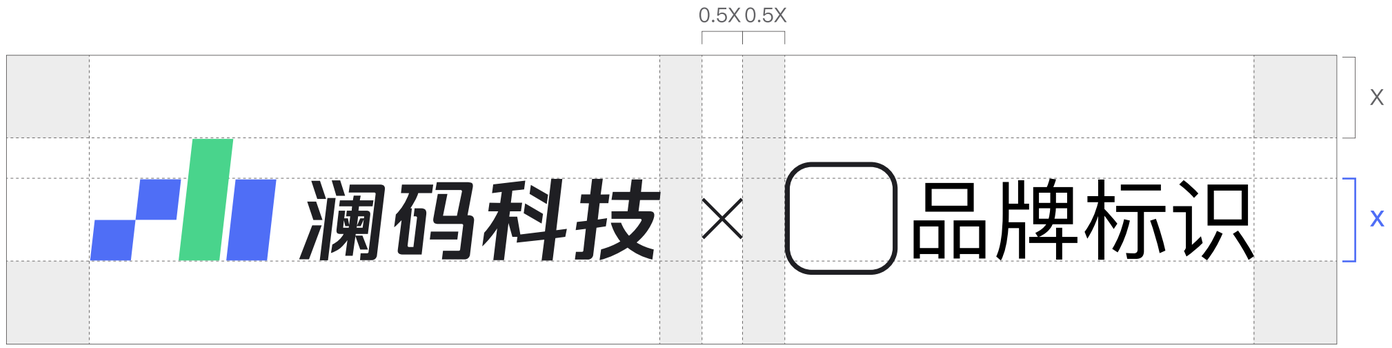
不要将标志放在繁乱复杂的图像中。

1-11

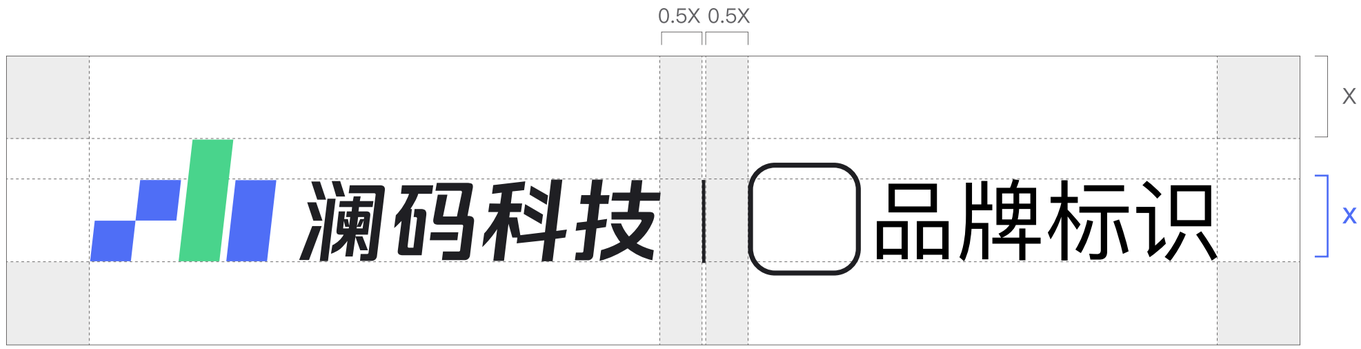
联合logo

当澜码与合作商标志一同使用时，请遵照此规范进行处理，保持品牌形象统一性和稳定性，不得擅自变更为其他形式。

1 品牌深度合作



2 联合发起、子产品等



澜码品牌视觉规范

02 品牌色

2-01

品牌标准色

澜码的每一个品牌色都有着精准匹配的Pantone色彩。关于平面/广告印刷物，一般情况下须使用对应的的Pantone色值(单色)；若因条件限制无法使用Pantone色彩，选取对应的CMYK色值做为第二选择。关于界面/网页/PowerPoint演示文稿等显示器颜色，须使用RGB色值或十六进制值。

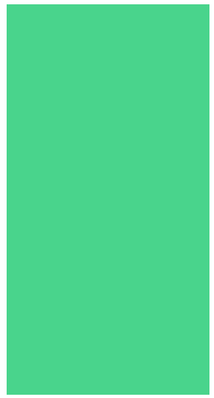
*Pantone属Pantone公司所有



澜码蓝

R79 G110 B246
C77 M59 Y0 K0
4F6EF6
PANTONE 285C

主色 1



澜码绿

R97 G218 B155
C58 M0 Y53 K0
61DA9B
PANTONE 3395C

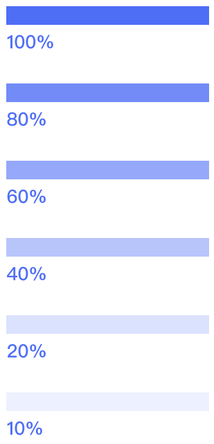
主色 2

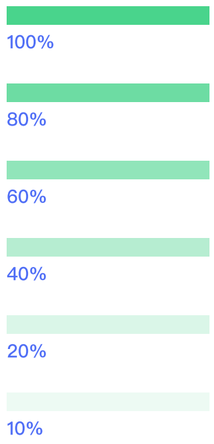


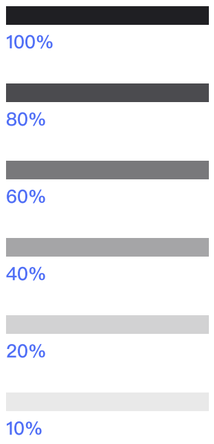
澜码黑

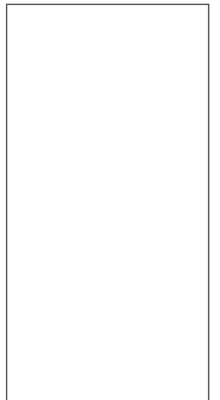
R31 G31 B35
C85 M81 Y74 K60
1F1F23
PANTONE 419C

主色 3









澜码白

R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0
FFFFFF

辅助色 1



澜码灰1

R98 G98 B101
C69 M61 Y56 K7
626265

辅助色 2

澜码灰2

R237 G237 B237
C9 M7 Y7 K0
EDEDED

辅助色 3

2-02

背景色应用

澜码图形标志根据背景色不同，选用不同的色彩标志：

在白色/浅色背景上使用全彩标志或单黑标志；

在深色背景上使用单白标志。



03 品牌字体

3-01

中文字体

为塑造企业的整体形象，所有传播媒体和平面印刷所需的文字，均采用统一的专用字体以供不同场合使用。若无相同字体时，请以字形尽可能相近的字体代替。

在应用中可根据不同场合挑选使用，如较细字体适用于名片或宣传品等正文，较粗的字体则可用作标题或户外广告等。

体

思源字体

人人都能设计自己的智能助手

。，：；‘“！？＋－*／＝（）《》

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 Heavy

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 Regular

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 Bold

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 Light

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 Medium

人人都能设计自己的智能助手

思源字体 ExtraLight

3-02

英文字体

为塑造企业的整体形象，所有传播媒体和平面印刷所需的文字，均采用统一的专用字体以供不同场合使用。若无相同字体时，请以字形尽可能相近的字体代替。

在应用中可根据不同场合挑选使用，如较细字体适用于名片或宣传品等正文，较粗的字体则可用作标题或户外广告等。

Aa

思源字体 Source Han Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#$%^&*()?+-=,.<>;:[]{}\1234567890

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans Heavy

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans Regular

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans Bold

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans Light

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans Medium

Aa Bb Cc Dd 123456

Source Han Sans ExtraLight


澜码科技