

BRAND VISUAL IDENTITY SYSTEM



皇麦吉品牌视觉识别系统

皇麦吉品牌视觉识别系统 (HuangMaiJi Visual Identity System) 是皇麦吉品牌建立的重要组成部分，它是将品牌理念与精神文化运用统一的、标准化的视觉传达系统，传递给周围的关系群，使其对品牌内外部产生一致的认同感与价值观，在社会大众中形成统一的系统的深刻印象，从而达到塑造并提升皇麦吉品牌形象，传播品牌文化、促进发展的目的。

本手册为皇麦吉品牌视觉识别系统导入的重要工具，载有皇麦吉品牌视觉识别系统的重要元素，对品牌标志、标准字体、标准色、标志组合等予以明确规范，确保皇麦吉品牌在后期物料执行中始终如一保持系统性。

本手册并非仅供专业的市场推广或品牌人员使用，是为每一位皇麦吉员工及合作伙伴而设定。皇麦吉全体员工均肩负展现公司品牌价值与特质的重要责任，竭诚为我们的客户提供最优质服务。

本手册将根据实践中提出的问题进行更新，使用时的指导，解释及修改权归皇麦吉。

在执行手册之规范过程中，如有不明或疑问之处，请致电皇麦吉的品牌形象管理机构：

塔塔商业品牌设计顾问

电话：0791 88170868

网址：www.ontata.com

专色印刷 PANTONE



潘通配色系统(PANTONE MATCHING SYSTEM)是一种印刷、出版和包装颜色的国际性语言；它为颜色选择、演示、规格、交流、复现、配色和颜色控制提供一种精确的控制方法，它获得全球PANTONE颜色交流网络及全球PANTONE特许油墨制造商网络支持。潘通印刷是国际通用的专色印刷方式

客户与印刷厂之间需有统一的PANTONE手册作为色彩检验的唯一标准，即潘通配方指南(PANTONE FORMULA GUIDES)两册装，包括了1114种潘通专色的色彩样票和名称编号，其中含有光面铜版纸(COATED)、胶版纸(UNCOATED)两种样本，分别展示了每种色彩相应的印刷油墨配方。

四色印刷 CMYK

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。

视频 RGB

自然界中绝大部份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。

皇麦吉品牌视觉形象由“品牌标志”、“品牌标准字”、“品牌标准色”元素组成，在皇麦吉品牌视觉识别系统中起到极其重要的作用，在执行时不可随意更改任何元素及风格。

标志图形



标志组合



品牌标准色

CMYK: 90/45/85/0 RGB: 10/125/85 PANTONE 341 C/U

CMYK: 20/30/40/0 RGB: 210/185/155 PANTONE 2310 C/U

Brand Elements

—
基础系统规范指导

A1-品牌标志

标志及标志创意说明	A1-01
标志图形标准化制图	A1-02
标志图形不可侵犯空间与最小比例限定	A1-03
标志组合(横)标准化制图	A1-04
标志组合(横)不可侵犯空间与最小比例限定	A1-05
标志组合(竖)标准化制图	A1-06
标志组合(竖)不可侵犯空间与最小比例限定	A1-07
标志组合墨稿与反白稿	A1-08
标志特定色彩效果展示	A1-09

A2-基本要素组合规范

品牌传播语使用规范	A2-01
标志与传播语组合规范	A2-02
标志禁止组合多种模式	A2-03
标志图形禁止组合多种模式	A2-04

A3-品牌色彩体系

标准色彩系统规范	A3-01
辅助色彩系统规范	A3-02
辅助色(网络安全色)彩系统规范	A3-03
背景色使用规范及色彩搭配组合	A3-04
背景色明度控制	A3-05

A4-辅助图形

辅助图形色彩稿(单元图形)	A4-01
辅助图形二方连续应用	A4-02
辅助图形二方连续使用规范	A4-03
辅助图形四方连续应用	A4-04
辅助图形四方连续使用规范	A4-05
辅助图形曲线(虎尾)应用	A4-06
辅助图形曲线(虎尾)使用规范	A4-07

A5-品牌专用字体

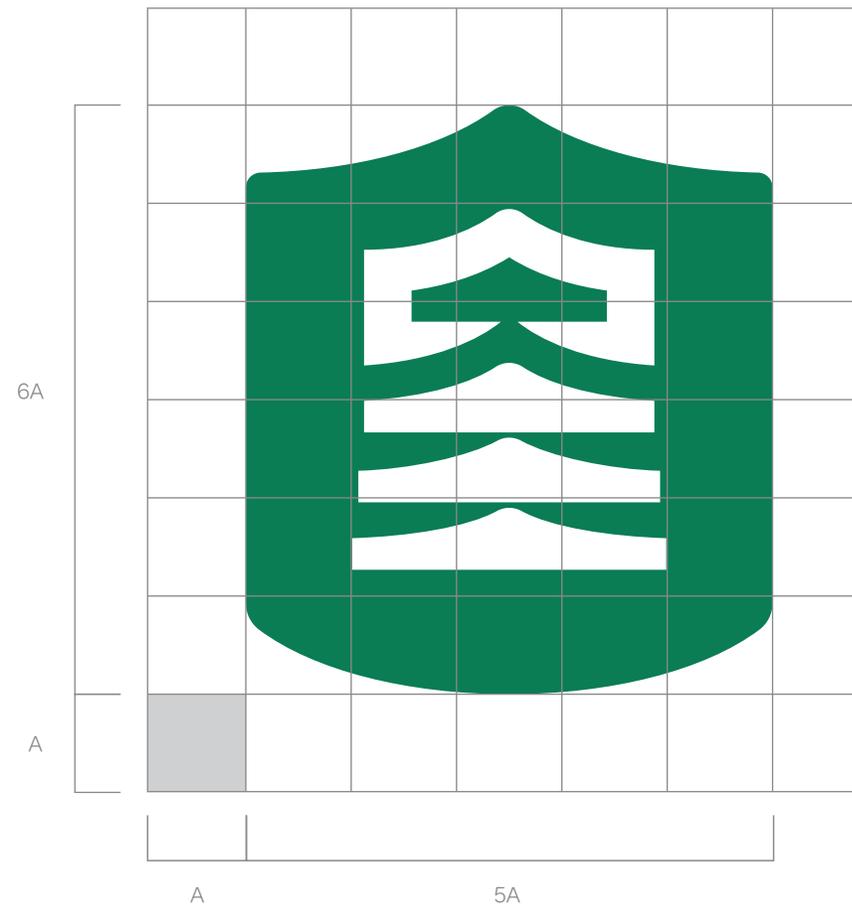
中文指定印刷字体	A5-01
英文指定印刷字体	A5-02

皇麦吉的品牌LOGO以“皇”字为核心，通过变形设计，融合山峦与树木的意象，象征品牌源自山野的天然本质，呼应品牌理念——“真野生，更养人”。图形外轮廓呈印章形态，传递稳重与信赖感，体现品牌的品质保证与匠心精神。图形延伸出的四方连续纹样形似虎纹，寓意自然的力量与生命力，也增强了视觉识别性。整体设计既展现出品牌对纯天然原料的坚持，又传递出厚重而亲和的品牌气质，贴合消费者对健康养生的需求。

H U A N G  M A I J I
皇 麦 吉

标志图形是一个精细化、完整的整体，在使用时不得改变其形状、结构和比例。一致连贯地使用品牌标志有助于保持品牌的统一性规范性，使品牌形象更容易识别。如图所示的标准网格线展示了标志的正确比例。

使用时应当以电子文件拷贝为准，当电子文件无法输出时，本图严格规定标志制作的规格和各部分比例关系，制作时应严格按照本制图法的规定。



标志是皇麦吉品牌的象征和精神符号，是视觉识别系统的核心。为了在标志应用中，不干扰其视觉识别，特设立标志的不可侵犯空间，在此区域内不可有任何妨碍标志展示的图案及纹样元素。不正确的标志使用将会造成视觉识别障碍，从而削弱或有损皇麦吉品牌形象。

标志的最小使用规范:

在各种印刷品中的最小尺寸如图所示。

如果标志小于该尺寸将难以辨认。

标志最小应用尺寸：高度6mm



皇麦吉标志组合由两元素组成:

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。皇麦吉的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。

考虑最大化使用传播成本，在对外传播品牌皇麦吉品牌标志有且只有一种组合方式，在使用时不得随意更改其位置及大小。



标志是皇麦吉品牌的象征和精神符号，是视觉识别系统的核心。为了在标志应用中，不干扰其视觉识别，特设立标志的不可侵犯空间，在此区域内不可有任何妨碍标志展示的图案及纹样元素。不正确的标志使用将会造成视觉识别障碍，从而削弱或有损皇麦吉品牌形象。

标志的最小使用规范:

在各种印刷品中的最小尺寸如图所示。

如果标志小于该尺寸将难以辨认。

标志最小应用尺寸：高度8mm



皇麦吉标志组合（竖）由两元素组成：

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。皇麦吉的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。

考虑最大化使用传播成本，在对外传播品牌皇麦吉品牌标志有且只有一种组合方式，在使用时不得随意更改其位置及大小。



标志是皇麦吉品牌的象征和精神符号，是视觉识别系统的核心。为了在标志应用中，不干扰其视觉识别，特设立标志的不可侵犯空间，在此区域内不可有任何妨碍标志展示的图案及纹样元素。不正确的标志使用将会造成视觉识别障碍，从而削弱或有损皇麦吉品牌形象。

标志的最小使用规范:

在各种印刷品中的最小尺寸如图所示。

如果标志小于该尺寸将难以辨认。

标志最小应用尺寸：高度15mm



标志除彩色图例外，亦制定黑白图例和反白效果稿，它的制定是为了适应媒体发布的需要，在明度上的使用做个规范，有助于标志在单色使用时提供一个标准的明度对比依据，保证标志在对外的形象体现一致性。主要应用于报纸广告和传真等单色（黑白）印刷范围内，使用时请严格按此规范进行。



标志组合（横）墨稿



标志组合（横）墨稿



标志组合（竖）墨稿



标志组合（竖）墨稿

在特殊环境或特殊工艺的情况下，全彩品牌标志因为其特殊性会存在应用限制。如右图，特对品牌标志作出调整，以适应不同的应用或特殊工艺

示例1、2应用于金属字等其他雕刻形式的工艺。

示例3应用于刺绣、丝印、烫金、烫银、压凹、激凸等需要用到单色品牌标志的工艺。

示例4应用于印章等需要用到单线品牌标志的工艺。

示例 1- 银色金属质感标志

HUANG  MAIJI
皇麦吉

示例 3- 单色标志

HUANG  MAIJI
皇麦吉

示例 2- 金色金属质感标志

HUANG  MAIJI
皇麦吉

示例 4- 印章或单线标志

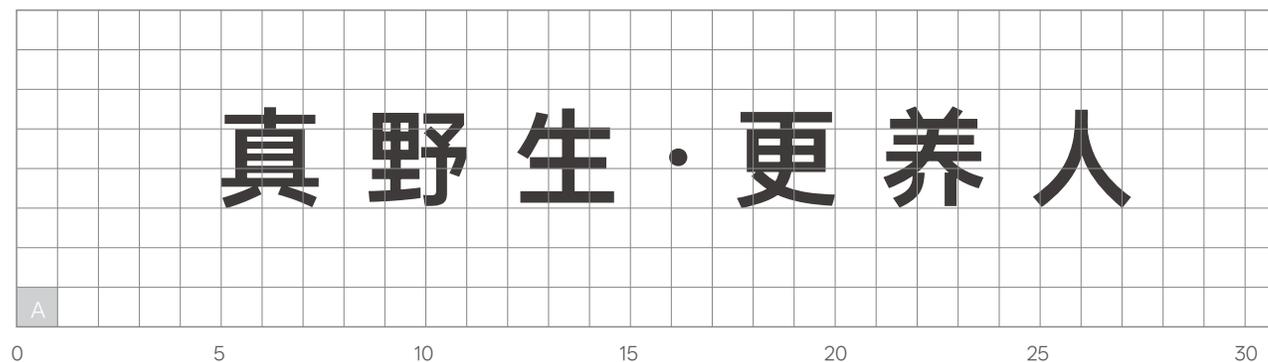
HUANG  MAIJI
皇麦吉

传播语是皇麦吉品牌对外宣传的重要信息，对受众传递品牌价值，提升企业形象。为与标志及品牌形象形成统一的风格，特设传播语标准字体，为了品牌形象的系统性传达，禁止随意更改，在品牌形象实际宣传中同比例缩放使用。

字体：OPPO SANS 4.0（可按情况调整粗细）

品牌传播语

真 野 生 · 更 养 人



标志与品牌传播语组合在视觉形象传达中占有极为重要的位置，因此标志与品牌传播语组合使用的统一性和标准化管理就显得极为重要。为与标志及品牌形象形成统一的风格，特设标志与定位组合，为了品牌形象的系统性传达，禁止随意更改，在品牌形象实际宣传中同比例缩放使用。

在实际中请使用提供的电子文件格式应用，不能重绘，避免在重绘中出现误差。



为了保证皇麦吉品牌标志的完整性以及保持品牌统一性，遵循本规范中所述的使用与限制是很重要的。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。



不要改变标志元素的比例关系



不要擅自改变文字标志字体



不要倾斜或旋转标志

正确示例：



不要改变原有标志外观



不要擅自改变标志标颜色



不要在标志底添加投影

HUANG MAIJI
皇麦吉



不要使用模糊,质量低的标志



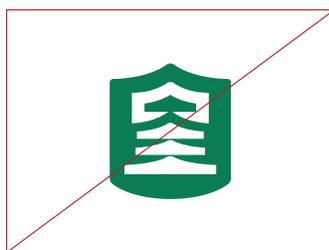
不要单向拉伸标志



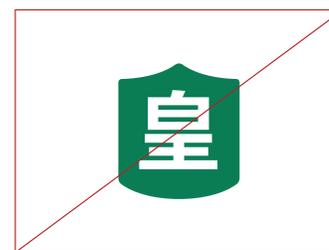
不要在标志内填充图像

为了保证皇麦吉品牌标志的完整性以及保持品牌统一性，遵循本规范中所述的使用与限制是很重要的。在使用标志图形时，应尽量避免如右图所示的各种不规范使用样式。

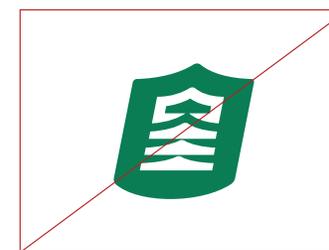
正确示例：



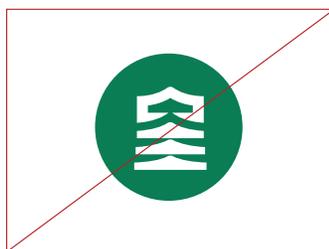
不要改变标志元素的比例关系



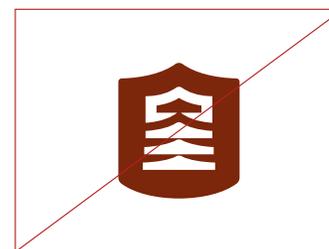
不要擅自改变文字标志字体



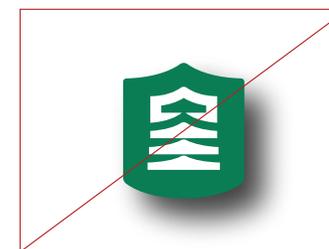
不要倾斜或旋转标志



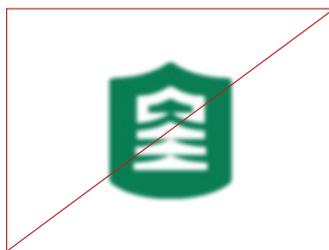
不要改变原有标志外观



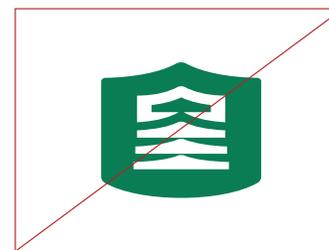
不要擅自改变标志标颜色



不要在标志底添加投影



不要使用模糊,质量低的标志



不要单向拉伸标志



不要在标志内填充图像

标准色彩在视觉形象传达中占有极为重要的位置，因此标志色彩使用的统一性和标准化管理就显得极为重要。特设“山野绿”“沃土咖”为品牌标准色，广泛应用于线上线下传播系统，包括办公用品、印刷品、广告等；在不受条件限制时，都必须优先使用标准色。

PANTONE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。

Process四色印刷色

在印刷范围内应用需要进行四色分色印刷时所需的颜色标准。为保证印刷的色彩质量，请在使用中遵循规范色值。

视屏RGB色

在视屏范围内应用。比如PPT展示文件及网络传播。那么图像的相关的颜色就要转化成RGB格式。

山野绿

PANTONG 341 C/U
RGB: 10/125/85

CMYK: 90/45/85/0



沃土咖

PANTONG 2310 C/U
RGB: 210/185/155

CMYK: 20/30/40/0



辅助色彩规划是对标准色的补充和延展，主要应用于不同场景及特定活动等需求时使用的，为彰显出不同色彩的气质，在特殊的印刷品上可使用金色和银色等工艺。

当使用一种颜色时，可以使用本色板中的标准系列、重色系列和特殊系列的任何颜色。当组合使用不同设计颜色时，必须使用同一色系的颜色（纵列）或同一饱和度的颜色（横排）。这种方法使该设计视觉效果统一和谐，可以强化表现品牌独特的品牌个性。

CMYK: 80/35/75/0
RGB: 40/145/95

CMYK: 70/25/65/0
RGB: 45/160/100

CMYK: 60/15/75/0
RGB: 70/175/120

CMYK: 30/40/50/0
RGB: 190/157/125

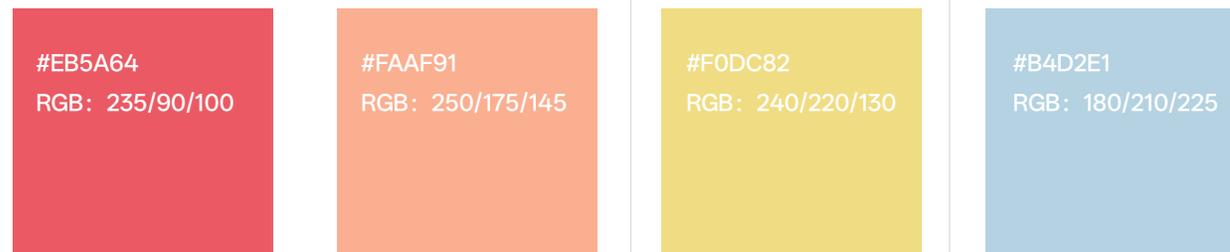
CMYK: 40/50/60/0
RGB: 170/133/100

CMYK: 50/60/70/0
RGB: 145/155/85

辅助色（网络安全色）规划是对标准色的补充和延展，主要应用于线上不同场景及特定活动等需求时使用的，为彰显出不同色彩的气质，在特殊的印刷品上可使用金色和银色等工艺。

辅助色不得与品牌标准色相冲突。当使用一种颜色时，可以使用本色板中的标准系列、低饱和系列和特殊系列的任何颜色。当组合使用不同设计颜色时，必须使用同一色系的颜色（纵列）或同一饱和度的颜色（横排）。这种方法可以使该设计视觉效果统一和谐，从而达到强化品牌独特性与统一性。在网页上使用，辅助色被用在强调区域或者作为背景色。

Low Saturation Colors 低饱和色



Dark Color 标准色



为了确保品牌标志在色彩系统内得到更丰富的展示和保证品牌得到专业充分的传达，务必严格控制背景色的亮度。

示例1

品牌色可作为背景色使用。品牌的色值不可被更改。

示例2

辅助色作为背景使用应保持品牌标志的清晰可辨，颜色搭配和谐。

示例3

当使用烫金、烫银作为背景时，品牌标志应使用单色品牌标志。

示例4

当品牌标志置于图片背景时，请确保足够的色彩对比，从而避免品牌标志在背景中含混不清。背景不可杂乱无章，也不可于品牌标志的颜色过于接近。

示例 1- 品牌色背景应用



示例 2- 辅助色背景应用



示例 3- 烫金、烫银背景应用

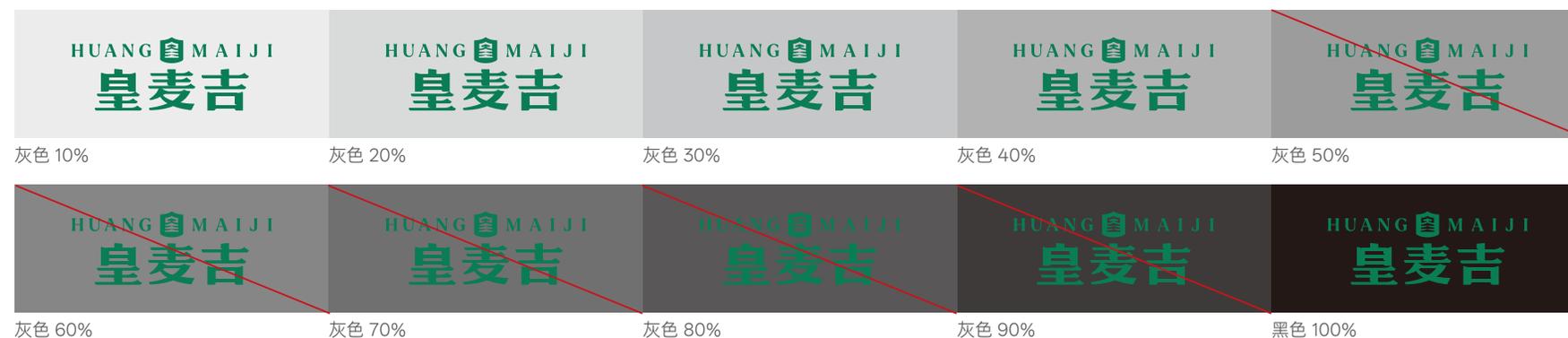


示例 4- 图片背景应用

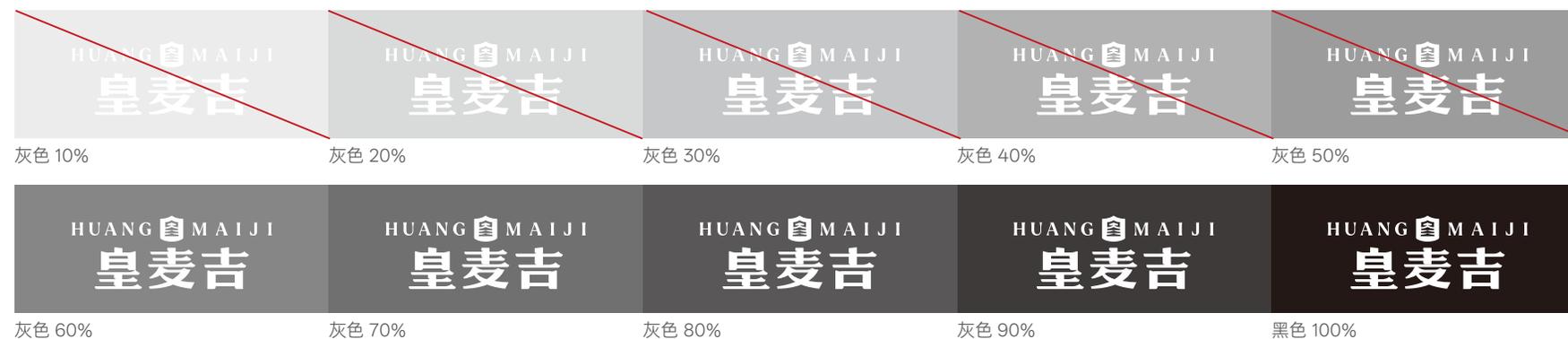


为了确保标志清晰可辨，务必严格控制背景色亮度，本页提供了标志在不同明度背景上的使用指引。应用中背景色必须与品牌标志形成良好的对比，确保标志清楚易识别。请参照此页规范正确使用。

标准色牌标志不同明度背景应用



白色品牌标志不同明度背景应用

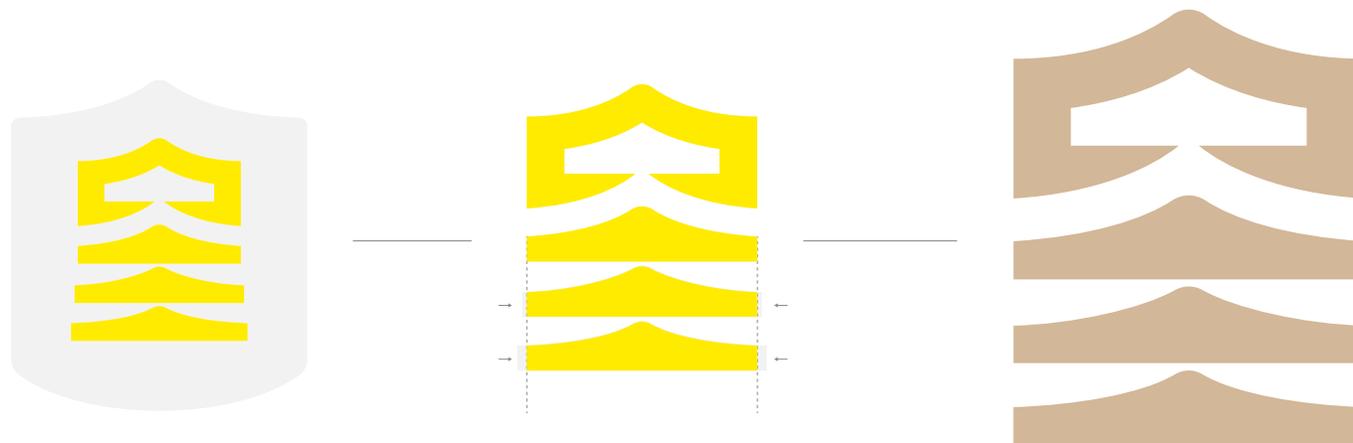


辅助图形单元格：

辅助图形在视觉形象传达中占有极为重要的位置，是品牌视觉识别的另一关键元素，解决了包装识别等问题，能很好的体现出品牌的专属性。为了充实皇麦吉品牌形象，丰富品牌标志的具体应用，提取皇麦吉品牌标志中“皇”的符号作为辅助图形的单元格，使其在实际应用中达到丰富视觉效果、统一视觉形象的双重作用。

辅助图形适用于公司线上线下对内物料、对外广告物料和品牌对外形象展示设计。

皇麦吉品牌辅助图形可根据实际情况灵活应用，但需遵守品牌色彩系统规范，整体气质符合皇麦吉品牌调性。



辅助图形二方连续应用：

为了皇麦吉品牌的差异化和独特性，沿用了品牌图形标志中“皇”字的视觉元素，用二方连续的设计语言进行符号演绎，使其在实际应用中达到丰富视觉效果、统一视觉形象的双重作用。

皇麦吉品牌辅助图形可根据实际情况灵活应用，但需遵守品牌色彩系统规范，整体气质符合皇麦吉品牌调性。



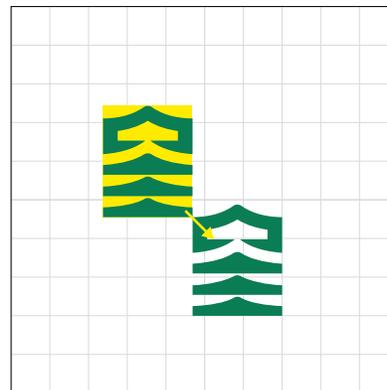
辅助图形二方连续使用规范：

步骤一：将辅助图形单元格 45 度角往下移动。

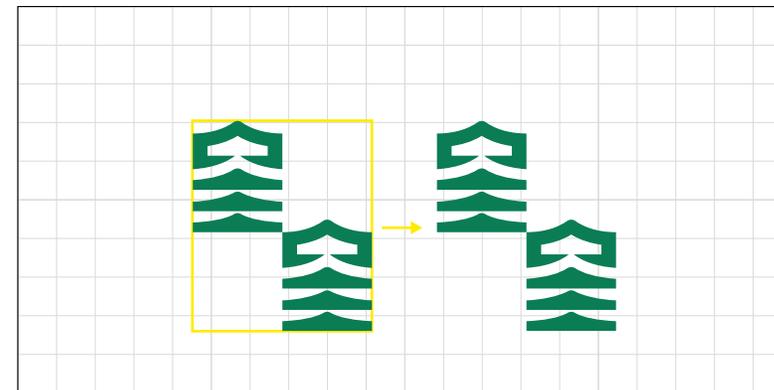
步骤二：将步骤一图形整体往左对角复制。

注意：辅助图形的单元格不可重叠，在移动调整过程中等比例拉伸，请勿单边拖拽的方式改变电子文件比例。

步骤一



步骤二



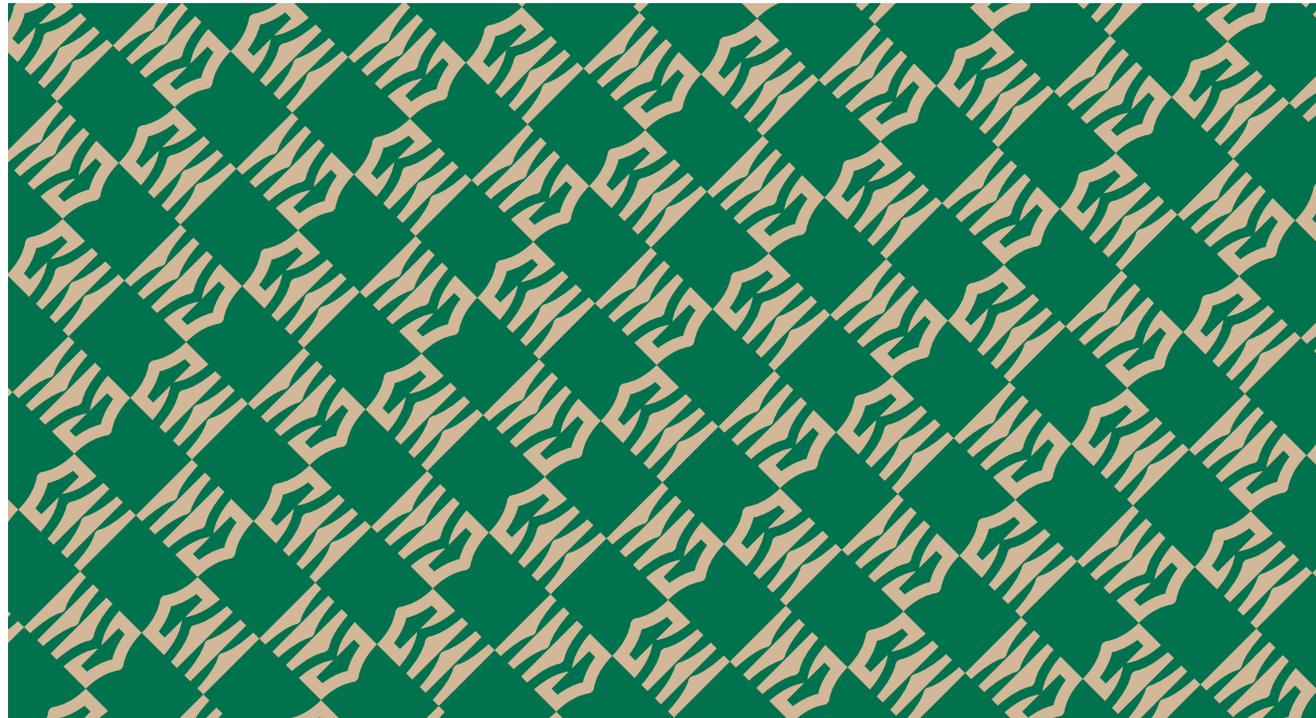
应用示例：



辅助图形四方连续应用：

为了皇麦吉品牌的差异化和独特性，沿用了品牌图形标志中“皇”字的视觉元素，用二方连续的设计语言进行符号演绎，使其在实际应用中达到丰富视觉效果、统一视觉形象的双重作用。

皇麦吉品牌辅助图形可根据实际情况灵活应用，但需遵守品牌色彩系统规范，整体气质符合皇麦吉品牌调性。



辅助图形四方连续使用规范：

步骤 1：将辅助图形单元格 45 度角
往上移动后垂直翻转。

步骤 2：将步骤一图形分别往左、
往下复制。

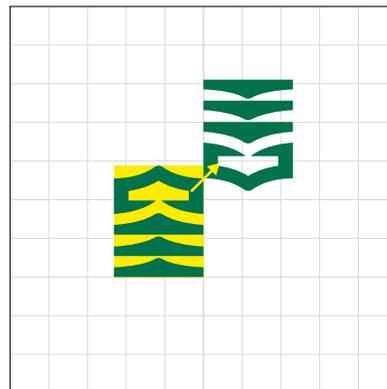
步骤 3：将步骤二图形逆时针旋转
45 度。

注意：辅助图形的单元格不可重
叠，在移动调整过程中等比例拉
伸，请勿单边拖拽的方式改变电子
文件比例。

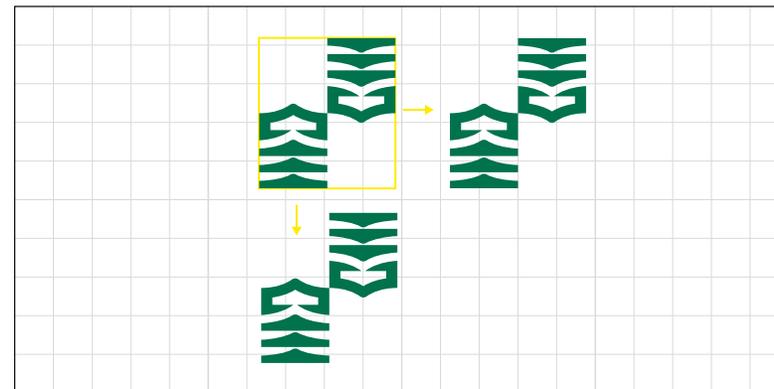
应用示例：



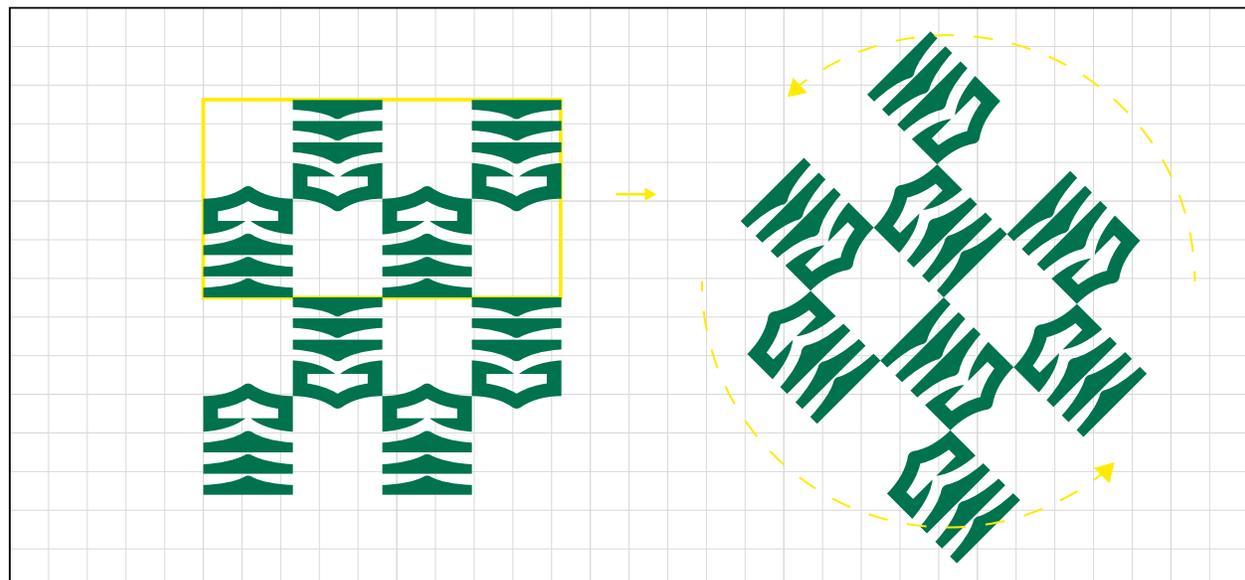
步骤一



步骤二



步骤三

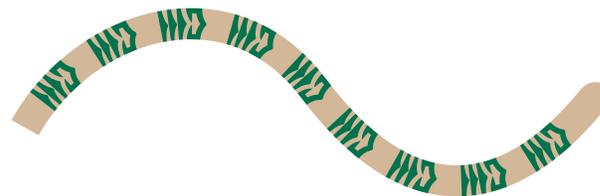
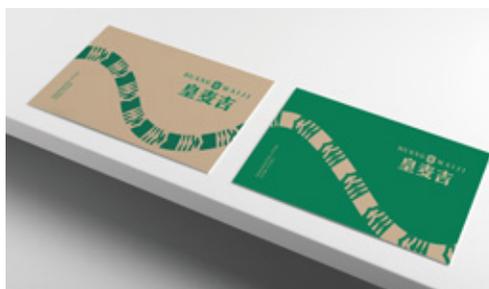


辅助图形曲线(虎尾)应用：

为了丰富皇麦吉品牌的高度识别性和辅助图形的灵活性，特设计辅助图形虎尾表现形式，虎尾应用方式灵活，但需要注意每个单元格之间的比例关系，在应用过程中，不可以随意更改每个单元格之间的位置及比例大小。

注意：辅助图形的单元格不可重叠，在移动调整过程中等比例拉伸，请勿单边拖拽的方式改变电子文件比例。

应用示例：

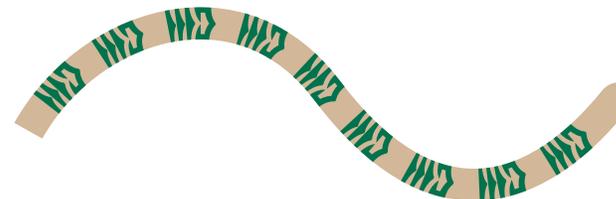


辅助图形曲线（虎尾）应用：

为了丰富皇麦吉品牌的高度识别性和辅助图形的灵活性，特设计辅助图形曲线（虎尾）表现形式，曲线（虎尾）应用方式灵活，但需要注意每个单元格之间的比例关系，在应用过程中，不可以随意更改每个单元格之间的位置及比例大小。

注意：辅助图形的单元格不可重叠，在移动调整过程中等比例拉伸，请勿单边拖拽的方式改变电子文件比例。

应用示例：



规范使用中文指定印刷字体是皇麦吉品牌形象统一性的深度执行。在使用时应根据实际情况来选择相应的字体。所有传播媒介、广告、信函、文件等，均采用指定中文印刷字体及数字符号，以求塑造一致的形象。而某些创意性宣传品，如广告、海报之标题可依设计需要不受限制，正文及企业基本信息仍统一在本系统内。

此字体可商用

真 野 生 · 更 养 人

真 野 生 · 更 养 人

真 野 生 · 更 养 人

真 野 生 · 更 养 人

真 野 生 · 更 养 人

OPPO Sans 4.0 Bold

适用于户外广告的大型文字，标语和媒体资料大标题等大型文字，以及需要反白的文字。

OPPO Sans 4.0 SemiBold

适用于户外广告、指示牌内文字、标语和小标题、中标题等中小型文字，以及需要反白的文字。

OPPO Sans 4.0 Medium

适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

OPPO Sans 4.0 Regular

适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

OPPO Sans 4.0 Light

适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

规范使用英文指定印刷字体是皇麦吉品牌形象统一性的深度执行。在使用时应根据实际情况来选择相应的字体。所有传播媒介、广告、信函、文件等，均采用指定中文印刷字体及数字符号，以求塑造一致的形象。而某些创意性宣传品，如广告、海报之标题可依设计需要不受限制，正文及企业基本信息仍统一在本系统内。

此字体可商用

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

OPPO Sans 4.0 Bold
适用于户外广告的大型文字，标语和媒体资料大标题等大型文字，以及需要反白的文字。

OPPO Sans 4.0 SemiBold
适用于户外广告、指示牌内文字、标语和小标题、中标题等中小型文字，以及需要反白的文字。

OPPO Sans 4.0 Medium
适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

OPPO Sans 4.0 Regular
适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

OPPO Sans 4.0 Light
适用于各种广告宣传的内文、地址、宣传文案等小型文字，以及需要反白的文字

