



## Adobe公司品牌指导手册

执行Adobe品牌传播

更新于 2010 年 10 月 25 日

# 目录

|                    |           |                    |           |
|--------------------|-----------|--------------------|-----------|
| Adobe品牌：企业愿景声明     | 1         | 助记符系统：战略           | 32        |
| Adobe品牌平台：品牌承诺     | 2         | 助记符系统：规范           | 33        |
| Adobe品牌平台：品牌个性     | 3         | 助记符系统：范例           | 34        |
| 项目徽章               | 35        |                    |           |
| <b>Adobe logo</b>  | <b>4</b>  | <b>品牌商品</b>        | <b>36</b> |
| Adobe logo         | 5         | 品牌商品整体一览           | 37        |
| 红色标签logo：规格        | 6         | 使用范例               | 38        |
| 标准logo：规格          | 7         | 品牌商品代码名称和团队名称      | 40        |
| 该用哪一个？             | 8         |                    |           |
| 使用范例：印刷传播          | 9         | <b>企业模板</b>        | <b>41</b> |
| 使用范例：网络传播          | 12        | 抵押品模板              | 42        |
| 使用范例：展会图形          | 14        | 邮件标签               | 43        |
| 错误使用               | 16        | 演示模板               | 44        |
| 文化用品               | 45        |                    |           |
| <b>视觉识别</b>        | <b>17</b> | <b>法律指导</b>        | <b>46</b> |
| 色彩                 | 18        | 公司名称               | 47        |
| 色彩：规格              | 19        | 什么时候添加商标符号的“Adobe” | 48        |
| 色彩：使用范例            | 20        | 在网络上的商标符号          | 49        |
| 图片                 | 21        | 版权声明&归属声明          | 51        |
| 图片：使用范例            | 22        |                    |           |
| 图片：摄影              | 23        | <b>编辑旁白</b>        | <b>52</b> |
| 图片：摄影范例            | 24        | 整体一览               | 53        |
| 字体：企业字体            | 25        | 旁白：范例              | 54        |
| 字体：使用Adobe Clean字体 | 26        | Adobe.com及编辑差异化    | 59        |
| 字体：文字商标            | 28        |                    |           |
| 字体：使用其他字体          | 29        |                    |           |
| Logo字体             | 30        |                    |           |
| Logo字体：文字商标        | 31        | <b>了解更多信息</b>      | <b>60</b> |

# Adobe品牌：企业愿景声明

Adobe通过想法和信息彻底革新与世界沟通。

自从成立开始，Adobe公司已经建立了强大的品牌识别。我们屡获殊荣的产品已经赢得了良好的声誉，只有少数高质量和卓越的产品能够媲美。我们的企业愿景和定位，以及品牌平台都体现了我们的高度。

# Adobe品牌平台：品牌承诺

Adobe能够给个人和组织创造出非凡体验。

我们的传播应该都出“非凡体验”的特点。我们相信非凡体验是：

## 实用

在任何时间，任何地方都能给客户随时提供他们所需的选择。例如，美国联合航空公司，您可以预订机票，选择座位，办理登机手续，并能从您的桌面或移动设备显示全天的航班延误信息。富国银行（Wells Fargo）提供全天候的帐户信息，服务注册和交易。

## 交互性

促进与他人的互动（例如社交网站，像MySpace, LinkedIn和Facebook），挖掘了巨大的价值，它是个性化的，跨越了企业和个人网络之间的界限。例如预定度假，可以阅读在Yelp.com获得之前其他人对该地区酒店或餐厅的评论从而了解更多。

## 引人注目

更具互动性和娱乐性 – 例如Nike.com网站，在这里您可以自己定义有Nike ID号的鞋子，能够为右脚和左脚不同的人解决问题，或者能够有一个与众不同的颜色，鞋底，内衬等等。

## 容易使用

互动和交易是很容易的。例如，亚马逊一键购买，iTunes不需触控就能完成同步，以及您将看到一个简短的演示有助于更快的完成在LiveCycle和Flex保险索赔的这个过程。

## 个性化

自定义个别客户的需求 – 例如MyYahoo门户网站，这是eBay在Adobe AIR构建的应用程序，能够让eBay用户拥有自己的查看列表，在他们竞标失败之后能及时通知他们。

## 快速反应

让您能够及时回复客户，如能在客户支持下或者电子商务网站上实时与客户进行聊天 – 例如Amazon.com能提供在您指定的时间内打电话。Amazon.com在通话开始时就知道客户是谁，不需要等待客服，客服已经准备号立即解决客户的问题。

# Adobe品牌平台：品牌个性

Adobe是优秀的，互动的，真诚的和创新的。

真正的非凡体验是当限制消失以及新的可能成为焦点的时候。一个非凡体验创造了改变，产生了新的火化。

为了支持作为非凡体验的推动者的立场，我们的视觉风格页必须发展。我们必须被看作是充满激情的惯例挑战者，必须完善我们每一点努力。无所畏惧的创新者带动探索，同时我们必须保持我们作为一个真诚的，值得信赖的合作伙伴的角色。我们必须持续不断的给客户在每一个接触点开发个性化的东西。

品牌个性描述的语气和方式是Adobe品牌想要传达内容。

**优秀的**

我们致力于创造最好的产品和服务：“在Adobe好就是不够好。”

**互动的**

我们以一颗包容和开放的心态对待我们的客户和我们所服务的领域。

**真诚的**

我们是真诚的，可信赖的，可靠的。

**创新的**

我们极富创意并且努力完成之前没有人实践过的事情。

Adobe logo

# Adobe logo

Adobe公司的logo能够以最直接的方式代表我们的公司，我们的员工，以及我们的品牌世界。必须贯彻使用适当的，被认可的方式表达，才能形成有价值的企业无形资产。下载logo请从Marketing Hub > Corporate > Corporate logos.

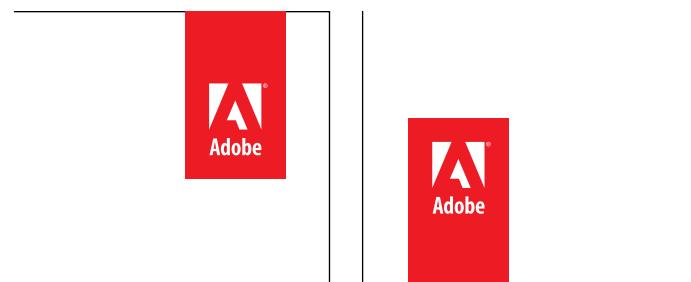
如下有2个版本的Adobe logo。1.红色“标签” 和 2.没有升级的标准logo。

## 红色标签logo

红色标签logo在传播时应该被当作Adobe品牌，而不是一个扶助传播的签名。它必须被放在顶部或者地步的边缘处，就像一个标签的放置。叠加在顶部的图片，插画或者色彩部分上。红色标签logo时一个白色的标准logo，放在一个红色区域上，它在视觉上变的更突出以及更倾向于企业标志的色彩。

Adobe公司保留红色标签logo使用权。

红色标签logo在每一文件只能出现一次。例如在多个页面，标签只应该显示在封面，但标准logo应放置在封底。



红色标签logo置于页面顶部

红色标签logo置于页面底部

## 标准logo

应用标准logo主要有三种情况：

1. 文件结尾（如规格书或宣传册的封底）。
2. 没有顶部或者底部边缘能悬挂标签logo的时候（如高尔夫球，笔，居中的文档或网页）。
3. 第三方许可下（合作伙伴，合作营销，赞助等）。



标准logo

# 红色标签logo：规格

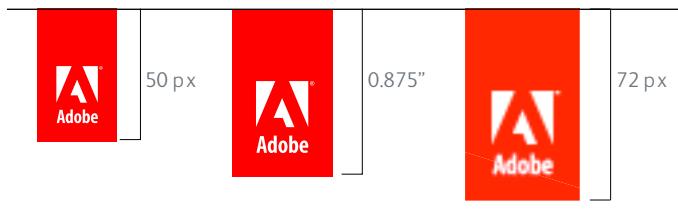
红色标签logo在每一文件只能出现一次。例如在多个页面，标签只应该显示在封面，但标准logo应放置在封底。

Adobe公司保留红色标签logo使用权。

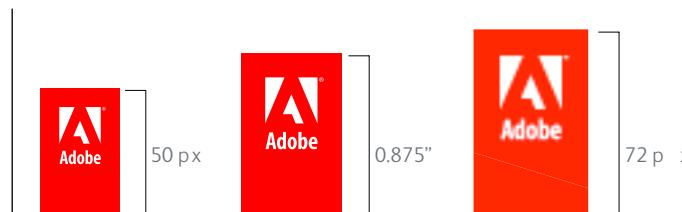
## 大小和使用空间

为了规范使用标签logo，我们提供三种尺寸 - 网站横幅广告和邮件标签为50像素高，印刷材料为0.875”，以及网页为72像素高得尺寸。这些尺寸应该考虑到印刷 / 网络得最小尺寸。对于印刷传播，在顶部添加0.125”的红色区域，以覆盖出血。

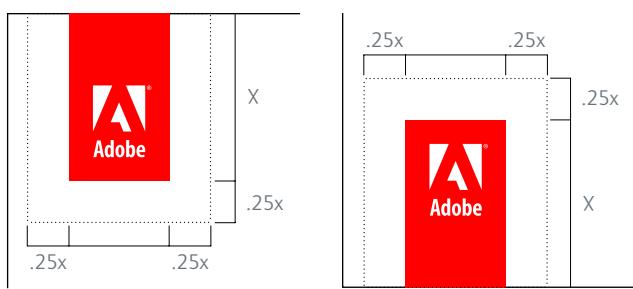
顶部放置



底部放置



最小四周空间



顶部放置

50像素的logo用于：

- 邮件传播
- 网页横幅

72像素的logo用于：

- 网页

7/8"的logo志用于：

- 5 × 7"明信片
- 6 × 9"的小册子
- 8.5 × 11"版面
- A4版面
- A3版面
- 11 × 17"版面
- PowerPoint演示文稿

大于11X17"或A3版面，应按比例缩放红色标签logo。

# 标准logo：规格

应用标准logo主要有三种情况：1.文件结尾（如规格书或宣传册的封底）。2.没有顶部或者底部边缘能悬挂标签logo的时候（如高尔夫球，笔，居中的文档或网页）。3.第三方许可下（合作伙伴，合作营销，赞助等）。

Adobe公司保留红色标签logo使用权。

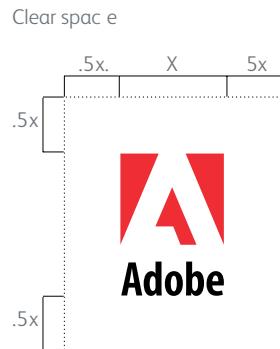
## 颜色

Adobe logo 主要有2个版本适合使用 – 黑色和 Pantone 485。当颜色或打印不备循序，它可以使用全黑或者反白黑色。注册商标应该时黑色或者反白黑色以配合“Adobe”，而不是红色。

“A” 的logo应该时透明的，能让背景颜色透过来。

只要logo的易读性和完整性都没有问题，它可以出现在色彩，插画，或者图片背景上。

## 四周空间和最小尺寸



2-color



1-color



## 水平方向的logo

水平方向的logo应该只用在非常小的空间，如笔，以保持可读性。



# 该用哪一个？

试图确定使用红色标签logo或标准logo？

这里有一些问题要问你自己：

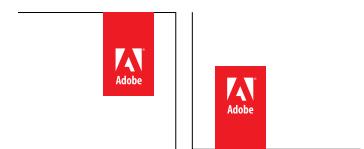
## 1. 传播来自Adobe公司？

否。使用标准logo。

是。移动到下一个问题。

[第三方不应该使用的红色标签logo。当第三方需要一个标志来表示了合作关系，赞助等，他们应该使用标准logo。请注意：使用Adobe标志由第三方需要许可协议。]

2个版本的logo如下，给予参考：



红色标签logo顶部放置和底部放置

## 2. Logo是一个品牌的介绍，而不是单纯的标志？（这是第一个或唯一的标识实例？）

否。使用标准logo。

是。移动到下一个问题。

[红色标签logo在每一文件只能出现一次。例如在多个页面，标签只应该显示在封面，但标准logo应放置在封底.请参阅下页的例子。]

## 3. 是否留有边缘给红色标签logo悬挂或者出血？

否。使用标准logo。

是。使用红色标签logo。

[“边缘”可以打印 – 纸张边缘（参见示例）;网络 – 屏幕边缘；网页横幅边缘，电子邮件边缘（见例子）;展会图片（见的例子）;一些赠品/新奇物品，如记事本（见例子）。]



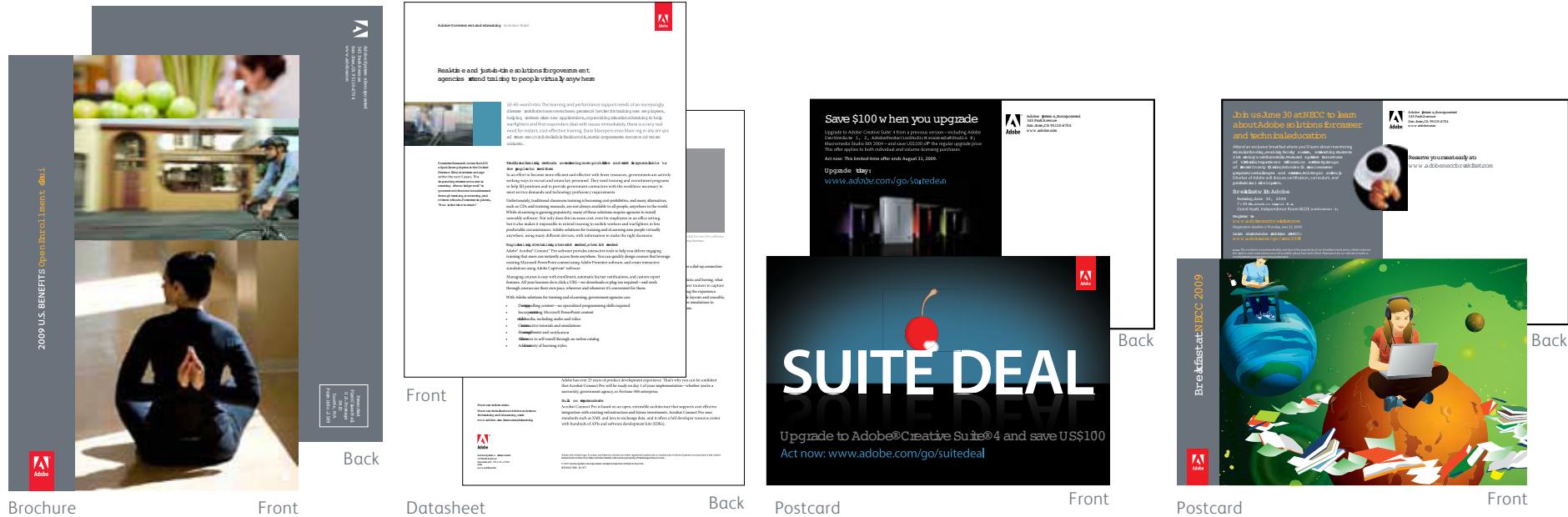
标准logo

# 使用范例：印刷传播

绝大多数情况下，来自Adobe的印刷传播应该使用红色标签logo。为什么？这些印件可以使红色标签logo有地方悬挂。他们也可以在封底使用标准logo，如下所示。

下面使一些同时显示红色标签logo和标准logo的例子（更多请看下一页）。

这些例子演示了如何让logo和版面内容进行搭配。红色标签logo介绍了通过放在一个合适的为止，在视觉上将标题和主题很好的融合在一起。红色标签logo只能出现一次，所以在封底使用标准logo（如邮件地址，规格书或宣传册封底）。



## 使用范例：印刷传播续



Print ad



Event flyer

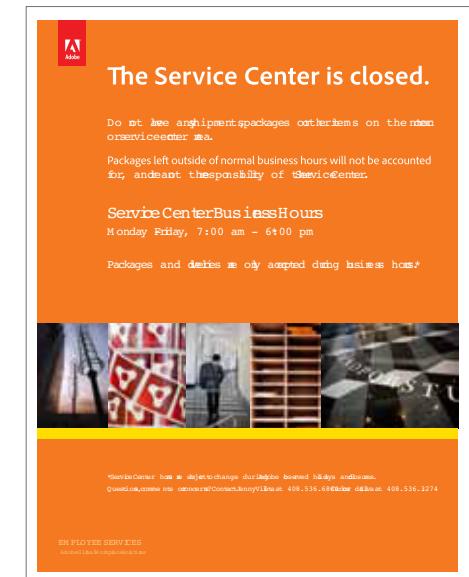
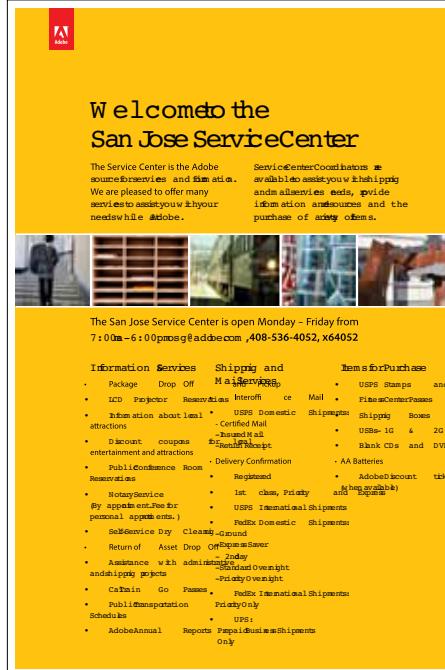


Poster



Poster

# 使用范例：印刷传播续



小报尺寸海报

8.5x11"传单

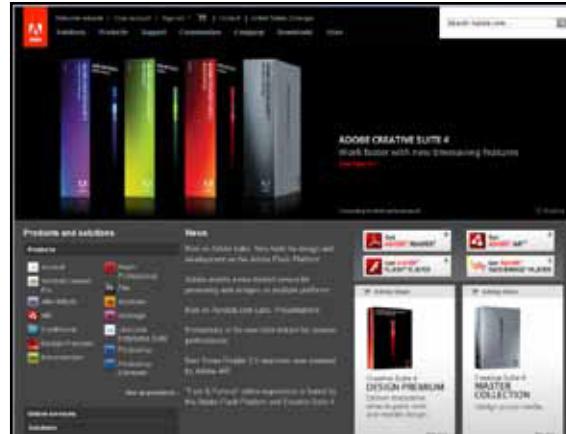
表格招牌

小报尺寸海报

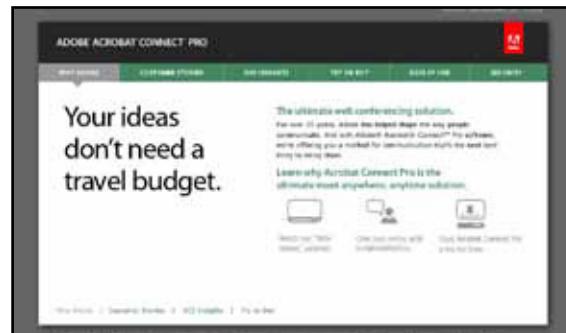
# 使用范例：网络传播

来自Adobe公司的网络传播也可能会使用红色标签logo，它可以使红色标签logo有地方悬挂。

下面使一些同时显示红色标签logo和标准logo的例子（更多请看下一页）。

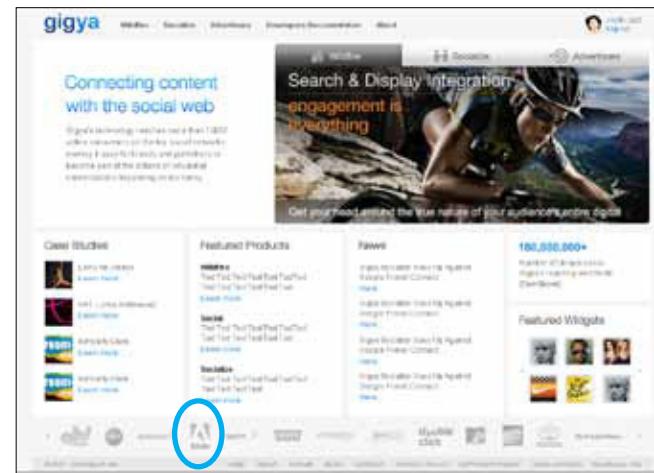


网页



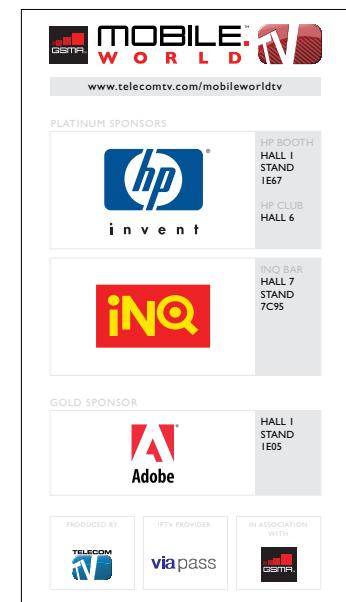
登陆页

这些是网页，所以使用红色标签logo



第三方网页

这是一个第三方网站（标志位于网页面中间），所以在使用标准logo。这是一个罕见的例子，为了匹配其他合作伙伴的logo显示Adobe logo是允许颜色被修改的。



第三方网页

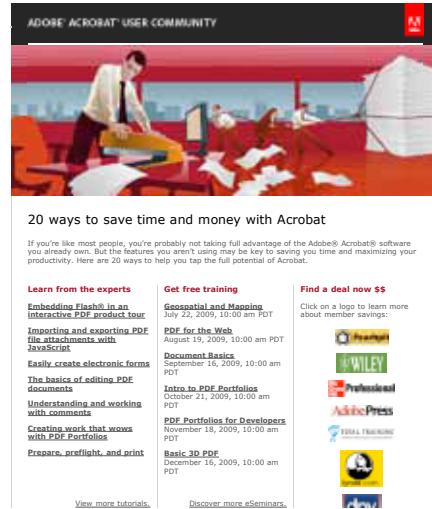
这是一个第三方网站，标志位于网页中间，所以使用标准logo。

## 使用范例：网络传播续



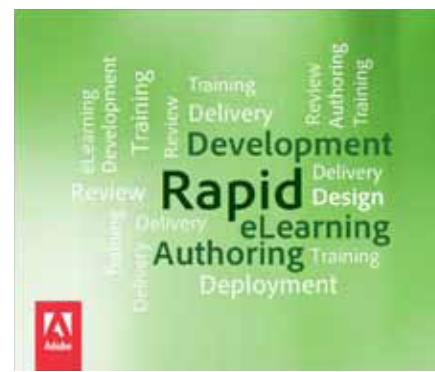
Email

这是一封 Adobe Email，所以使用红色标签  
logo。



Email

这是一封 Adobe Email，所以使用红色标签  
logo。



网页横幅

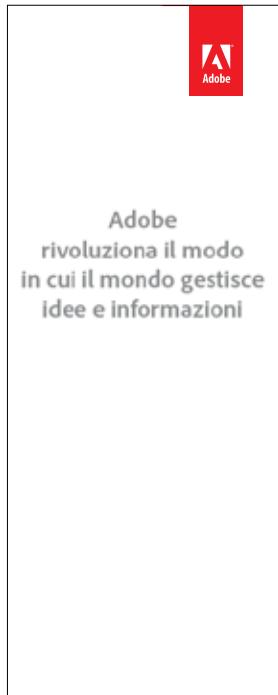


网页横幅

## 使用范例：会展图形

创建会展图形时可以考虑从有边缘的地方将红色标签logo进行悬挂。

(更多请看下一页)



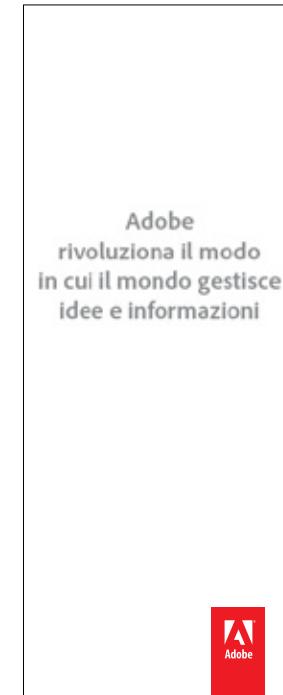
站立横幅



将红色标签logo放置到顶部能够给予站立横幅更好的视觉效果。



悬挂横幅



第一个例子是一个简单的红色标签logo缩放悬挂的例子。在这种情况下他被悬挂在顶部，这种悬挂行为叫“边缘”。由于这是一个非常大胆的使用，所以在任何特定的空间只允许被使用一次。

在第二个例子中的红色标签logo被放置在底部，当从地面仰望时能够为logo提供更清晰的识别性。

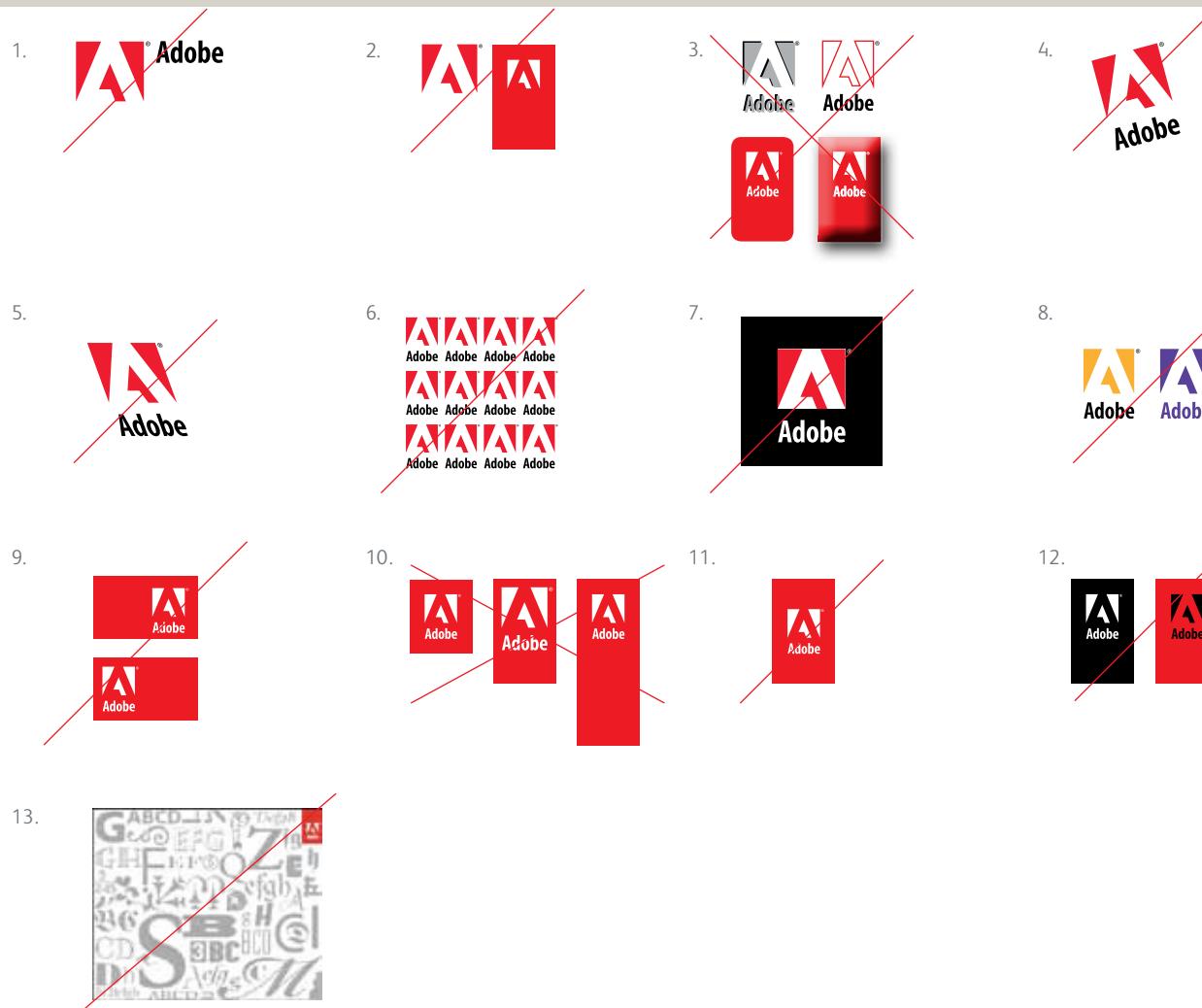
## 使用范例：会展图形续

当创建会展图形式，他们红色标签logo会不止一次的出现在展台上，但它在每个“区域”上只能被使用一次。例如，在演示展位种，只有一个面板会显示红色标签logo。



# 错误使用

当创建会展图形式，他们红色标签logo会不止一次的出现在展台上，但它在每个“区域”上只能被使用一次。例如，在演示展位种，只有一个面板会显示红色标签logo。



## 注意事项：

1. 不要移动“Adobe”。
2. 不要删除“Adobe”。
3. 不要添加任何效果。
4. 不要旋转logo。
5. 不要歪斜logo或者添加3D效果。
6. 不要重复同样的logo。
7. 不要更改透明的标志。
8. 不要运用其他颜色在logo上。
9. 不要改变标签水平模式。
10. 不要裁剪或增加标签范围。
11. 不要在标签内移动logo。
12. 不要在标签内运用其他颜色。
13. 不要随意将logo放置在右边缘或左边缘 – 遵循四周空间要求。

## 不要这么做：

- 切勿移出注册商标。
- 不要结合其他原色 – 如logo、文字、图形、图片、标语或者符号，那样看起来很像创建了一个混合标志。
- 不要让第三方的产品隐喻表明他们是Adobe产品，或者Adobe的名称是第三方产品名称的一部分。  
请注意：使用Adobe logo的第三方必须有Adobe公司的许可协议。

# 视觉识别

# 色彩

企业色彩系统展示了一个丰富，动感，多维度的Adobe。Adobe不仅仅是一个平面单维度的“红色”公司。我们将继续保留公司的主要颜色为红色，但只是用于强调我们“特别”之处；这是我们在每一次加强传媒的良好方式。

## 色彩系统

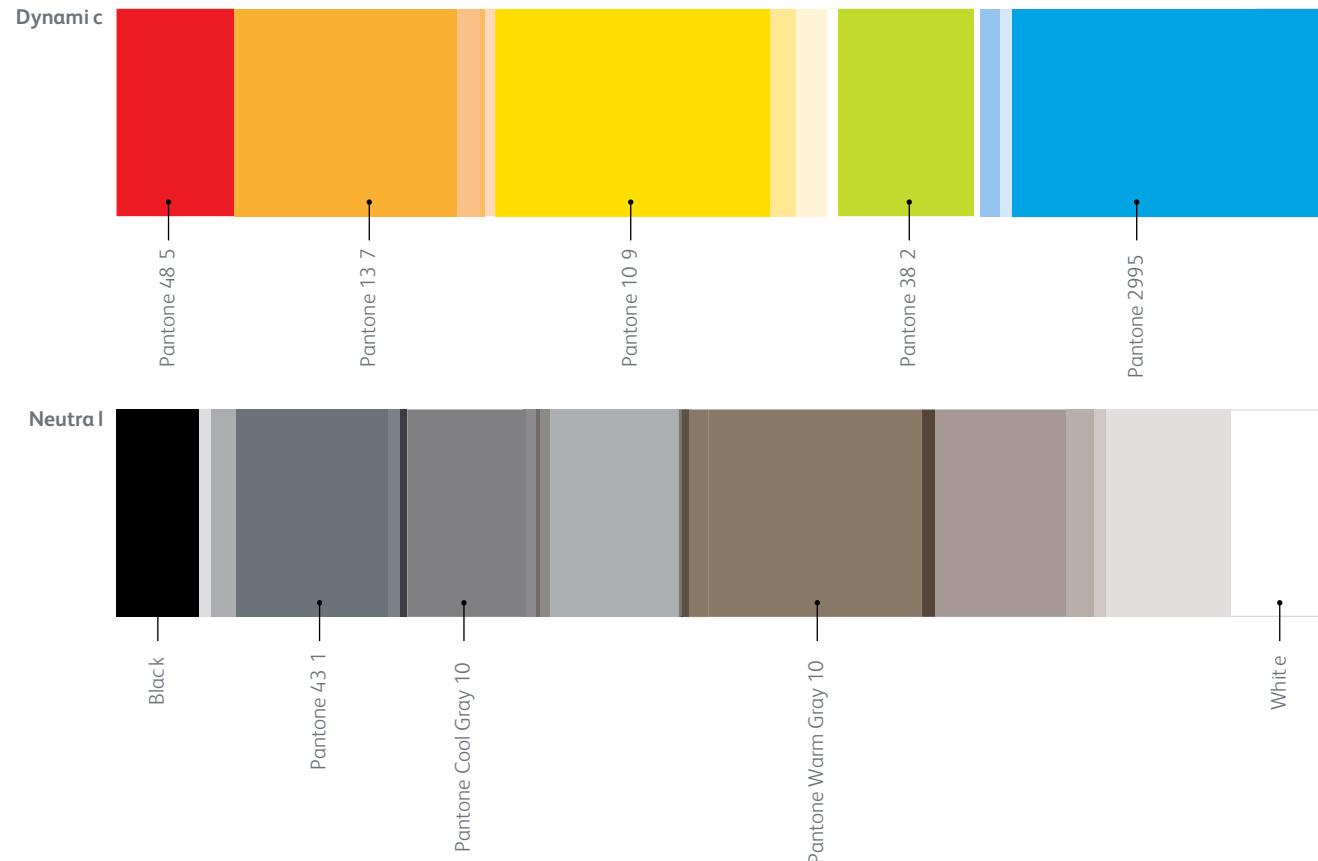
这些例子演示了如何让logo和版面内容进行搭配。红色标签logo介绍了通过放在一个合适的为止，在视觉上将标题和主题很好的融合在一起。红色标签logo只能出现一次，所以在封底使用标准logo（如邮件地址，规格书或宣传册封底）。

## 这是什么意思？

创意。

当颜色同时搭配时，将动态颜色和中性颜色相结合，但不是所有的动态颜色或中性颜色。

我们为您定义了一组核心颜色（显示了专色色值的）。为了说明色彩系统的开放性 – 可以过滤不同的定义的核心颜色色值。不要觉得这里定义的色彩很有限。



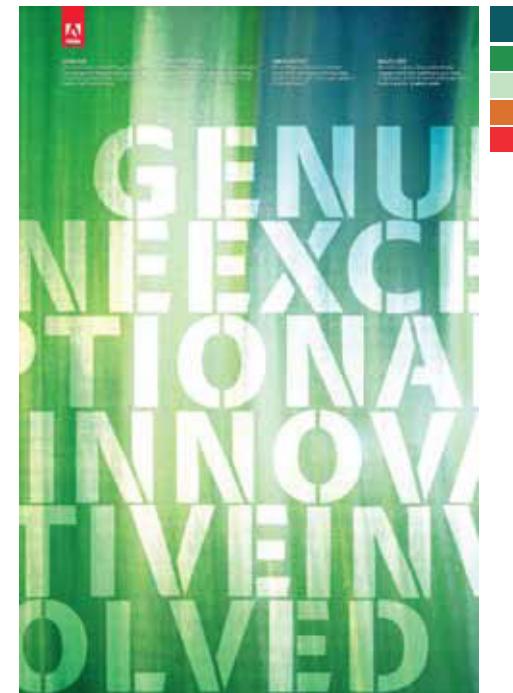
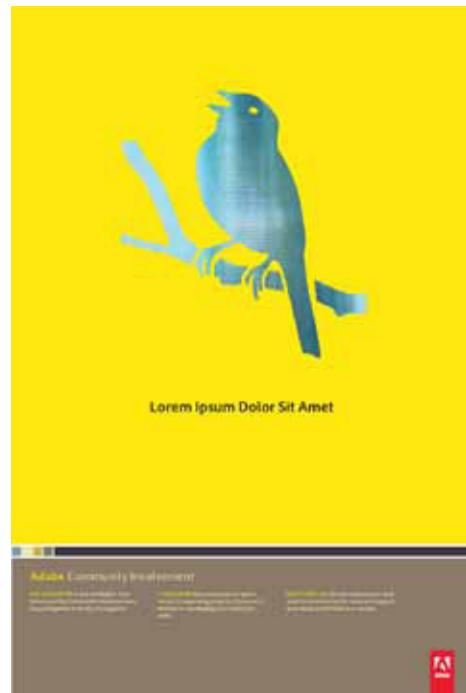
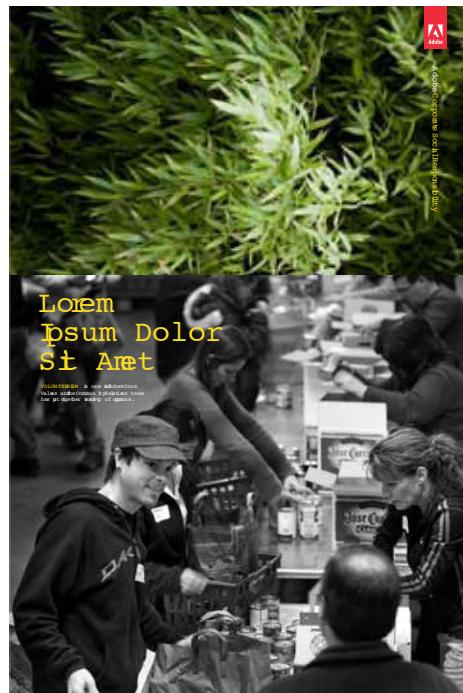
## 色彩：规格

Adobe公司企业色板是一组核心颜色。根据特定的产品，可以选择其他颜色。如果你的传播与产品相关，看指导手册，相关颜色可以在产品知道手册中找到。

| 颜色       | 专色           | C  | M   | Y   | K   | R   | G   | B   | Web#   |
|----------|--------------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| ● Adobe红 | Pantone 485  | 0  | 100 | 100 | 0   | 255 | 0   | 0   | FF0000 |
| ● 黑      | Black        | 0  | 0   | 0   | 100 | 0   | 0   | 0   | 000000 |
| ● Adobe灰 | Cool Gray 7  | 0  | 0   | 0   | 50  | 153 | 153 | 153 | 999999 |
| ○ 白      | -            | 0  | 0   | 0   | 0   | 255 | 255 | 255 | FFFFFF |
| ● 橙      | Pantone 137  | 0  | 35  | 90  | 0   | 251 | 176 | 52  | FBB034 |
| ● 黄      | Pantone 109  | 0  | 10  | 100 | 0   | 255 | 221 | 0   | FFDD00 |
| ● 绿      | Pantone 382  | 29 | 0   | 100 | 0   | 193 | 216 | 47  | C1D82F |
| ● 蓝      | Pantone 2995 | 90 | 11  | 0   | 0   | 0   | 164 | 228 | 00A4E4 |
| ● 暖灰     | Warm Gray 10 | 0  | 14  | 28  | 55  | 138 | 121 | 103 | 8A7967 |
| ● 炭灰     | Pantone 431  | 11 | 1   | 0   | 65  | 106 | 115 | 123 | 6A737B |

## 色彩：使用范例

新的系统贯穿了整个广告活动和产品的发布周期，同时仍然能够与产品颜色系统进行灵活的搭配。当这些动态颜色搭配中性颜色被用作设计元素时，请让其中一种颜色占据主导。如果您所选用的主导色时动态颜色，那么您的点缀色应该是中性色彩，反之也是如此。logo 和相关产品红色依然被保留，但不应该大面积或者用在文字上，包括产品的文字logo。未来的产品文字logo将被设定在全部黑色或者反白。



# 图片

品牌图片的建立包括一个理想的组合系统，概念图片以及有意义的，使人身临其境的真实生活图片。

## 三个类别图片系统：

1. 抽象的概念，项目识别（如光，能源，社会）。不要自己随意创建项目识别 - 请联系品牌战略团队。
2. 记载客户和员工生活的报道图片。
3. 明确插画或解决方案的图片（如401k，股票，奖金）。

抽象概念



生活报道图片



概念插画

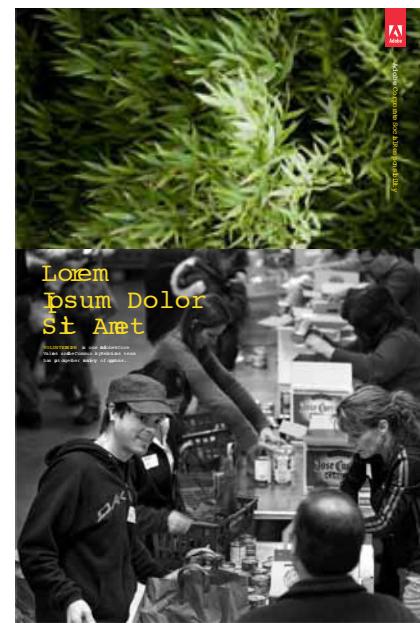


# 图片：使用范例

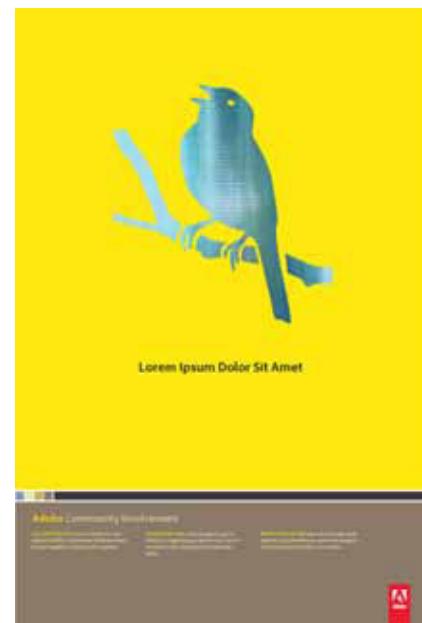
1. **概念项目识别图片**可以结合已经建立的产品颜色系统，以及这个项目的主体。
2. **生活拍摄图片**应该是一种环境拍摄，而不是英雄主义的个人展示，一种报道标签的方式，以及客与客户交流的视觉语言。自然光，真实的参与和协作，混合色和黑色，白色。避免表面上的视觉感觉，深入内涵。
3. **概念插画**。Adobe已经传承了很久的插画，我们应该主导，尽可能保持我们的风格和概念。



1. 网页或Email



2. 小册子



3. 海报

## 图片：摄影

企业拍摄图片系统包含了一些有气氛的，细腻的，人物虚化的，个人化的图片。

以下三类中的图片的位置：Marketing Hub > Corporate > HR > Photography。如果需要一些备用图片，可以在想要购买之前申请，通知 [brandapproval@adobe.com](mailto:brandapproval@adobe.com) 进行审查通过。

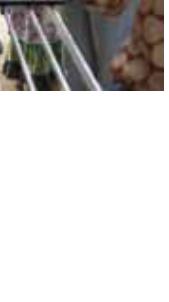
有气氛的 / 细腻的



人物虚化的



个人化的



## 图片：摄影范例

真实记载客户和员工的这些生活体验，能让用户识别这些题材。当一个页面上出现了多面图片时，全部类型的图片都应该被选用。不要让放在一起的照片描述的是相同的概念和相同的摄像视角。应该考虑到搭配一个能够叙述更多情感的图片。



当一个页面上出现了多面图片时，全部类型的图片都应该被选用。

不要让放在一起的照片描述的是相同的概念和相同的摄像视角。

# 字体：企业字体

能结合我们的logo，符合我们企业使用的字体 – Adobe Clean和Minion® Pro – 加强了Adobe的品牌识别。OpenType™是一个跨平台的格式，通过广泛的拓展提供了更丰富的语言支持字符集和先进的布局功能。

这些字体都能在这个地方下载到：Marketing Hub under Corporate > Corporate Fonts。

## 主字体 – Adobe Clean

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
=~!@#\$%^&\*() +[]\{}|;':><?.,/

Adobe Clean字体合一用于标题并且可以复制。简短的标题或者标签能使用答谢，其他情况下则不使用。

Adobe在2009年4月推出专有字体Adobe Clean，这帮助Adobe公司在市场上能出现一个独特的视觉形式。它取代了以前的sans serif企业字体，Myriad Pro字体。这不是对外界开放的字体。

使用Adobe Clean字体与logo是最好的，也能继续使用Myriad Pro字体，但要避免字体压缩或者拉伸。

Adobe Clean Light  
Adobe Clean Regular  
Adobe Clean Bold  
Adobe Clean SemiCondensed  
Adobe Clean Bold SemiCondensed

Adobe Clean Light Italic  
Adobe Clean Italic  
Adobe Clean Bold Italic  
Adobe Clean SemiCondensed Italic  
Adobe Clean Bold SemiCondensed Italic

注：可替代图像的字母“G”和数字“1”在Adobe Clean Regular字体中。

## 辅助字体 – Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
=~!@#\$%^&\*() +[]\{}|;':><?.,/

Minion Pro字体主要用于跨度较多和较长，多页的文件内，比如画册或者数据表。

避免使用Minion Pro Regular以外的字重。当有必要时SemiCondensed Bold字重显示重点。避免使用9pt以下的Minion字体。使用标准数字；不要使用Minion老样式数字。

Minion Pro Semibold Condensed  
Minion Pro Regular  
Minion Pro Semibold  
Minion Pro Bold

Minion Pro Semibold Condensed Italic  
Minion Pro Italic  
Minion Pro Semibold Italic  
Minion Pro Bold Italic

# 字体：使用Adobe Clean字体

## 4 point: tracked +20

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 5 point: tracked +16

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 6 point: tracked +12

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 7 point: tracked +8

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 8 point: tracked +4

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 9 point: tracked 0

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 10 point: tracked 0

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 11 point: tracked 0

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 12 point: tracked 0

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 14 point: tracked -3

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

## 字体：使用Adobe Clean字体续

16 point: tracked -4

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

18 point: tracked -5

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

24 point: tracked -6

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

30 point: tracked -8

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

36 point: tracked -8

When using Adobe Clean, please follow these guidelines for tracking.

# 字体：文字商标

商标符号与文字标识大小的比例非常重要。商标符号在搭配的时候应该始终保持清晰，并且商标符号与之前文字标识的最后一个字母的空隙应尽量减少。

## Adobe Clean

当使用 Adobe Clean 字体在 18pt 或者以上的时候，商标符号应该和文字标识的大小一样。

在 18pt 以下，商标符号的最小尺寸是 18pt。

例如 - 文字标识是 10 点，商标符号就是 18 点：

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

## Minion Pro

当使用 Minion Pro 字体时，商标符号应调整与文字标识的大小。

文字标识在 12pt 以下时，商标符号的最小尺寸是 12 点。例如：

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

18 pt Minion Pro regular 字体时商标符号为 20 pt。

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

12 pt Minion Pro regular 字体时商标符号为 14 pt。

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

10 pt Minion Pro regular 字体时商标符号为 12 pt。

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

Adobe<sup>®</sup> Photoshop<sup>®</sup>

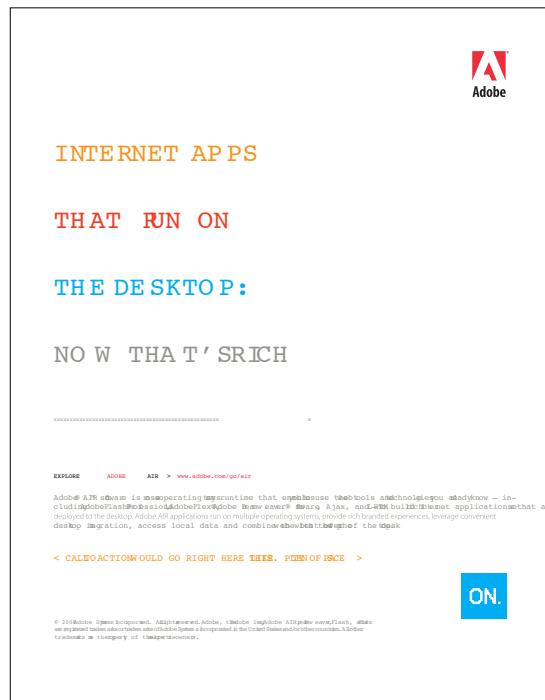
商标符号在视觉上与前一个字母的顶部对齐。根据不同的尺寸，它可能在技术上对齐或稍微偏上。

商标符号与文字标识的距离很紧，但不能互相碰到。

# 字体：使用其他字体

在极少数情况下，在极少数情况下，一个字体可能称为多媒体或者活动传媒的图形表达，这样有可能需要Adobe Clean或者Minion Pro之外的字体。这种情况下，始终确保您使用的Adobe字体是正确的Adobe原始字体。

例如：如下图所示的电子邮件，网络领导活动等以文字为重点的传媒。由于文字 / 编码是开发者的语言，这个类型的图形传播的方式，就不需要其他字体了。



## Logo字体：文字商标

我们的产品名称风格始终是Adobe品牌识别的一个重要组成部分。所有可用的艺术类产品的文字标识在Marketing Hub中，其中包括产品，项目或者服务。不要（重新）自己随意创建文字标识。

黑色和白色文字标识是能使用的。他们可以在背景上进行基础的互换。除非是设计的一部分，否则不要重新填充其他色彩。

例如：

ADOBE® PHOTOSHOP® ELEMENTS 8

ADOBE® PHOTOSHOP® ELEMENTS 8

在Marketing Hub中下载文字标识。其中包括产品，项目或者服务。

不要（重新）自己随意创建文字标识。

## Logo字体：文字商标

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。

### ADOB<sup>E</sup>® PHOTOSHOP<sup>®</sup> ELEMENTS 8



对于非常大的尺寸，  
商标必须减小并且靠  
近前面的字母。

大多数用途的商标大  
小尺寸已经下载并显  
示出来。

在极少数情况下会使用  
特别小的文字标识，商标  
符号必须按标准扩大，并  
且需要离前面的字母远一  
些。

# 助记符系统：战略

Adobe在产品识别以及营销中运用了一套助记符系统。这是一套扩展性很强的解决方案，易于学习和阅读，并且每个产品的版本都不需要重新来学习新的方向。

如要了解更多信息，看到更完整的系统，请访问<http://xd brand.corp.adobe.com>（点击仅供内部使用）。

| 产品类型                             | 安装方式                                                                                   | 使用方式                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Creative Suite版本<br>包装识别 – 购买和许可 | <ul style="list-style-type: none"><li>硬盘</li></ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>配置（管理执照）</li><li>咨询/培训服务（例如Adobe电视）</li></ul>             |          |
| 服务<br>满足的包装 – 许可                 | <ul style="list-style-type: none"><li>无托管</li></ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>订阅</li><li>产品自身服务</li></ul>                               |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Destinations<br>家 – 网址 – 托管产品和服务 | <ul style="list-style-type: none"><li>无托管</li></ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>托管服务，功能和在线应用程序。</li></ul>                                 |          |
| 桌面应用程序<br>传统的应用程序 – 创造和作者        | <ul style="list-style-type: none"><li>硬盘安装</li><li>下载安装</li><li>网络在线安装</li></ul>       | <ul style="list-style-type: none"><li>打开图标（底栏/启动栏，桌面快捷方式等）</li><li>自己的文件类型（如PSD, SWF）</li></ul> |          |
| 托管产品<br>在线创建和编辑体验                | <ul style="list-style-type: none"><li>无需安装</li><li>在Web浏览器与产品内部使用托管产品</li></ul>        | <ul style="list-style-type: none"><li>桌面应用程序内的网址，书签，快捷方式</li><li>可以单独直接使用</li></ul>             |          |
| 服务器产品<br>服务内容                    | <ul style="list-style-type: none"><li>硬盘安装</li><li>服务器产品</li></ul>                     | 安装在专用的机器上                                                                                       |          |
| 增强应用程序<br>添加，修改，修正和配置应用程序        | <ul style="list-style-type: none"><li>硬盘安装</li><li>增强应用程序</li></ul>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>安装在专用的机器上</li></ul>                                       |       |
| 特色应用程序<br>修改，转码文件类型 – 不是制作他们     | <ul style="list-style-type: none"><li>捆绑硬盘安装</li><li>下载安装</li></ul>                    | <ul style="list-style-type: none"><li>打开图标（应用文件夹，可能开始酒吧/码头）</li><li>infrequent 使用</li></ul>     |    |
| 内容应用程序<br>安装桌面应用程序，托管及下载的内容      | <ul style="list-style-type: none"><li>安装在桌面应用程序，托管和下载的内容</li></ul>                     | <ul style="list-style-type: none"><li>从图标/文件中打开</li><li>在软件内部其他应用程序</li></ul>                   |    |
| 平台<br>浏览，读取，运行                   | <ul style="list-style-type: none"><li>下载安装</li><li>提示安装（试图安装）</li><li>捆绑硬盘安装</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>从文件，“隐藏”安装：air, .swf, PDF中打开</li><li>正在运行的应用程序中</li></ul> |    |
| 移动式<br>基于设备链接到一个更大的生态系统          | <ul style="list-style-type: none"><li>OTA安装</li><li>连接到电脑移动式</li></ul>                 | <ul style="list-style-type: none"><li>从手机菜单启动</li><li>使用开始，例如启动用户打开另一个应用程序</li></ul>            |                                                                                         |
| Capabilities<br>推出跨产品服务 – 执行和活动  | <ul style="list-style-type: none"><li>通过订阅被“安装”</li></ul>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>从产品内部的访问，推出</li></ul>                                     |                                                                                         |
| 技术<br>嵌入式技术                      | <ul style="list-style-type: none"><li>OTA安装</li><li>连接到电脑移动式</li></ul>                 | <ul style="list-style-type: none"><li>合作伙伴的品牌</li><li>在产品中？</li></ul>                           |                                                                                         |
| 新的应用程序和实验室<br>有代号，限制安装，测试        | <ul style="list-style-type: none"><li>下载安装</li></ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>多种方式</li></ul>                                            |    |

# 助记符系统：规范

在营销传播时，需要借助助记符系统：

- 由于大小或空间的限制产品包装拍摄不恰当（赠品或者在有限的空间内需要一个视觉表达的清单）。
- 不恰当的排版布局或者传播或者虚构的产品/活动图片。

大多数助记符提供三个版本：



四色带阴影 – 这是主要版本



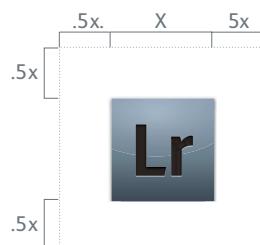
四色不带阴影 – 使用在PowerPoint或者其他不能让阴影表现的很好的应用中。



平涂不带阴影 – 这个版本只使用在增平/新奇物品，如帽子和衬衫这些只能使用4色但是不能渐变的地方。

请将这个指导用于所有助记符：

四周空间



最小尺寸



在Marketing Hub中下载助记符。其中包括产品，项目或者服务。

用助记符时应该记住

助记符视觉效果应始终捆绑的产品名称。

在Illustrator缩放助记符时，确保“缩放描边和效果”选项被选中。

当助记符放置在PPT中时，请使用PNG文件（可在Marketing Hub下载），不要使用AI文件。PNG文件更小，并且在PPT中显示的更好。

用助记符时应该记住

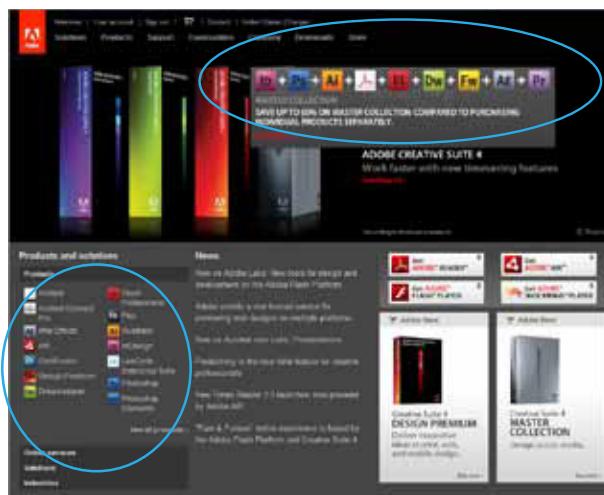
不要在助记符中加入任何内容或者文字。

不要改变颜色或则搭配的字符。

不要自己随意创建助记符来表示一个新的程序或者新的项目 – 这些工作都由品牌和UI团队负责。

# 助记符系统：范例

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。



Adobe.com

助记符用在这里代表多个产品，在这种尺寸大小的分组中很难分清这么多繁杂的产品。



Email

助记符是用在这里代表多个产品，在这个大小它们的分组中镜头无法辨认太忙了这么多的产品。



Email

这种性质的传播不是促销，所以这样的助记符是一个干净的，非“营销”性质的代表产品。

在营销传播中，只要在产品没有任何相关的信息/解决方案的图像（即RoboHelp中）助记符可以作为“英雄形象”。

# 应用程序徽章

所有的Adobe应用程序，包括内部和面向外部的 – 应该通过品牌战略团队进行标准的命名。通过的应用程序会需要有一个身份象征，将有一个徽章来证明，如下所示。

不要自己随意创建徽章， logo或者其他标识；这些工作都由品牌战略团队完成。

基于特定的应用程序名称和任何联营公司的等级，和描述等，会有如下几种静心排版的徽章。已经全部经过设计，包括字体，对所有应用程序保持了相同视觉风格。

各种排版范例：



纯粹面向内部的程序，可以使用一个平涂的背景颜色。

品牌战略团队将与程序负责人选择一种颜色。

每个应用程序都会有特殊指导，包括四周空间，最小尺寸等规范。

品牌商品

## 品牌商品整体一览

负责创建Adobe作为个人的服装和高档礼品，你有得天独厚的优势，以确保的Adobe品牌和影响力能够传播到所有客户以及员工上。下面是创建Adobe品牌商品时，要记住几件事情：

- 使用Marketing Hub上提供的Adobe logo作为标准。
- 使用Marketing Hub上提供的产品标识和文字标识。
- Logo以外的文字使用企业字体Adobe Clean或者Minion Pro。
- 考虑使用的首选供应商，他们有正确的标准，与我们的指导方针是相通的。

1. BrandVia – [www.brandvia.com](http://www.brandvia.com)

联系方式：Doug Kahl – [doug.kahl@brandvia.com](mailto:doug.kahl@brandvia.com)

2. Jack Nadel – [www.nadel.com](http://www.nadel.com)

联系方式：Catherine Harkins-Smith [catherine.smith@adel.com](mailto:catherine.smith@adel.com)

3. Barrington Gifts – [www.barringtongifts.com](http://www.barringtongifts.com)

联系方式：Wes Boyd – [wboyd@barrington-ltd.com](mailto:wboyd@barrington-ltd.com)

- 你的供应商，提供这些准则。

在商品量产前请发送您的设计到[brandapproval@adobe.com](mailto:brandapproval@adobe.com)进行批准。

# 使用范例

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。



帽子

1和2显示了标准logo在黑暗的帽子中的反色运用；标准光线下。3显示了怎么使用标签logo并“悬挂”在帽子的背面或者侧面的底部边缘。4的标签logo使用不正确，因为没有边缘。



服装

因为服装不符合标签logo悬挂的性质，所以应该使用标准logo。如果使用多于一个类型的图像，确保产品名称，助记符和企业logo有足够的空间，或让他们彼此分开。



帽子

咖啡杯可以使用标签logo或者标准logo中的任意一个。如果使用的是标签logo一定要悬挂边缘，不要像第三个例子一样放在中间。



高尔夫球

高尔夫球和类似的商品应该使用标准logo，因为他们不存在边缘。

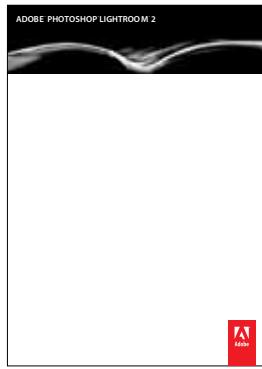


服装

类似服装，类似服装，箱包，建议使用标准logo。通常可以防止清洁生产的擦到边缘，从而损伤了标签logo。

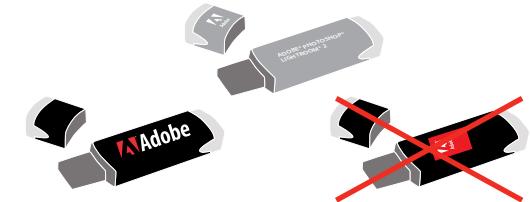
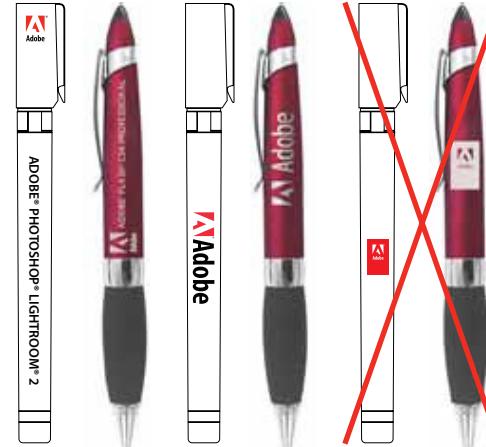
# 使用范例

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。



记事本

记事本可以完美的展示标签logo。标签logo可以适当的悬挂在顶部或者底部。



记事本

小件物品如钢笔和U盘应该使用标准logo或者使logo具有最大清晰度的水平标准。logo或者文字标识可以刻在金属物品上，如笔。



双色物品

标准logo以及文字标识可以重新选用新颜色，去创建一个双色效果的赠品。

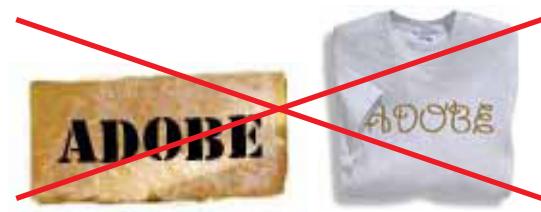
标签logo不能重新选用其他颜色，即使有地方能够让标签logo悬挂，但是也不能用双色时使用。

39 Adobe 企业品牌手册 | Adobe 机密 | 2010 年 10 月 25 日



不当物品

不要选择与公司不搭的商品，如酒，压力球，砖头等。



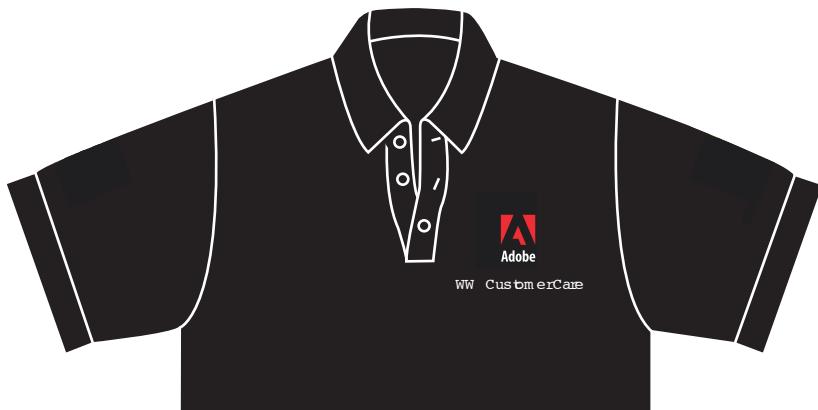
其他类型

不要改变到其他的logo或文字标识。使用经过企业认证的logo或文字标识。

## 品牌商品代码名称和团队名称

代码名称不建议放在品牌商品中。代码名称的法律保护是一直存在的，所以会产生冲突，任何携带品牌的商品都需要报废。

- 在代码名称之前务必使用“项目”在物品上（即项目延展）
- 请不要为您的团队或者代码名称自己随意创建图像或者助记符。如果您的代码名称已经被XD创建了，可以使用它。
- 使用Adobe公司的字体，但不要复制我们的文字标识的风格。
- Adobe logo有可能需要被运用，但一定要确保logo与您的团队或者代码名称之间在不同物品上有一个合理的摆放空间。例如：



# 企业模板

# 抵押品模板

抵押品模板能够在Marketing Hub中的Templates > Collateral找到。

每一个InDesign模板会有一个图层显示特定的规范。

有一些提供选择的模板，但是只能作为数据模板的例子 - 它表明了有指导图层和没有指导图层的不同。



# 邮件标签

企业邮件标签和设置说明可以在Marketing Hub中的Templates > E-mail Signatures找到。

除了可以编辑联系人信息，不以不可以改变任何布局设置，包括添加/改变颜色，改变字体等。

Windos上的邮件标签



Firstname Lastname  
Title  
Adobe (or BU/dept/etc)

000.000.0000 (tel)  
000.000.0000 (cell)  
username@adobe.com

Office address  
City, state/province, postal, country  
www.adobe.com

Mac上的邮件标签

Your Name  
Your Title  
Adobe  
345 Park Avenue, MS XXX -XXX  
San Jose, CA 95110-2704 USA  
XXX.XXX.XXXX (tel), XXX.XXX.XXXX (cell)  
XXXXXXXX@adobe.com

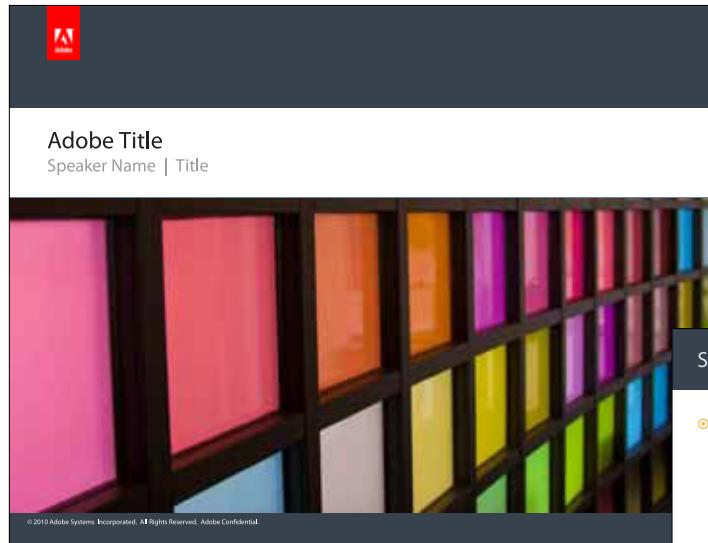
可选的在线标签回复 / 转发

FirstName LastName | YourTitle | Adobe | p. 408.XXX.XXXX | c. 408.XXX.XXXX | yourname@adobe.com

# 演示模板

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。

模板可用于标准和宽屏尺寸，PowerPoint和主题演讲都适用。



标题幻灯片

Standard White Background Bullet Slide

- Level 1 Bullet
- Level 2 Bullet
- Level 3 Bullet

内文幻灯片（灰色和黑色主题都可以）

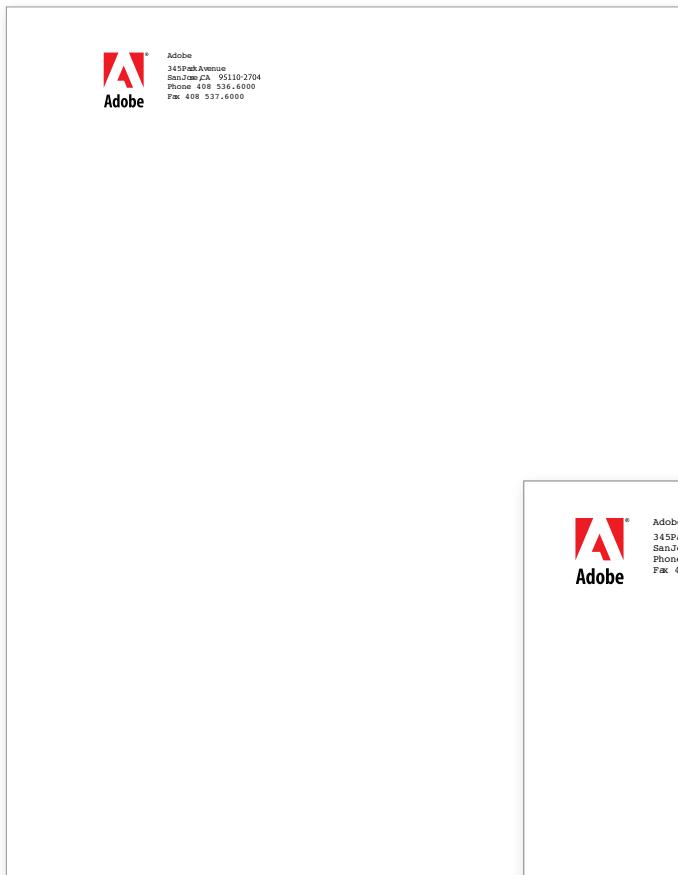


结束幻灯片

# 文化用品

公司文具依然使用标准的Adobe logo，如下图所示。

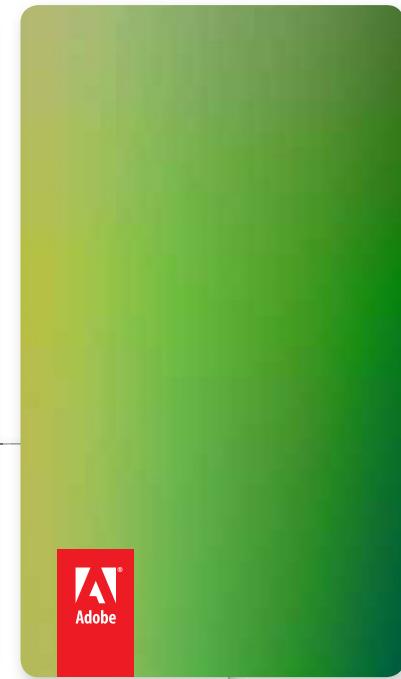
名片使用红色标准logo和红色标签logo



信头

信封

名片（正 / 反）



## 法律指导

# 公司名称

当使用公司名称时，请遵循以下准则

## 主要用法（适用于所有标签和营销传播）：

Adobe

## 次要用法（所有都有法律依据）：

Adobe Systems Incorporated

## 不正确用法：

Adobe Systems

Adobe Systems, Inc. (我们不是法律意义上的“Inc.”)

Adobe Incorporated

Adobe Systems Incorporated (logo是注册商标，但是公司名称中的文字并没有注册。)

## 什么时候该添加商标符号“Adobe”

“Adobe”应该包括商标和商标名称。当描述公司的软件产品或者服务时，商标必须配合®商标符号使用；当只是Adobe Systems Incorporated的内部名称时，使用商品名称，但不用搭配®商标符号。

### Adobe是一个商标的时候 – 搭配所有产品和服务的例子（Adobe带有注册商标的）

Adobe® software

Adobe® solutions

Adobe® products

Adobe® Photoshop

Adobe® Minion

### Adobe是一个商品名称的例子（Adobe无需带有注册商标的）

Adobe logo

Adobe has partnered with . . .

Adobe e-store

Adobe brand

Adobe values

Adobe colors

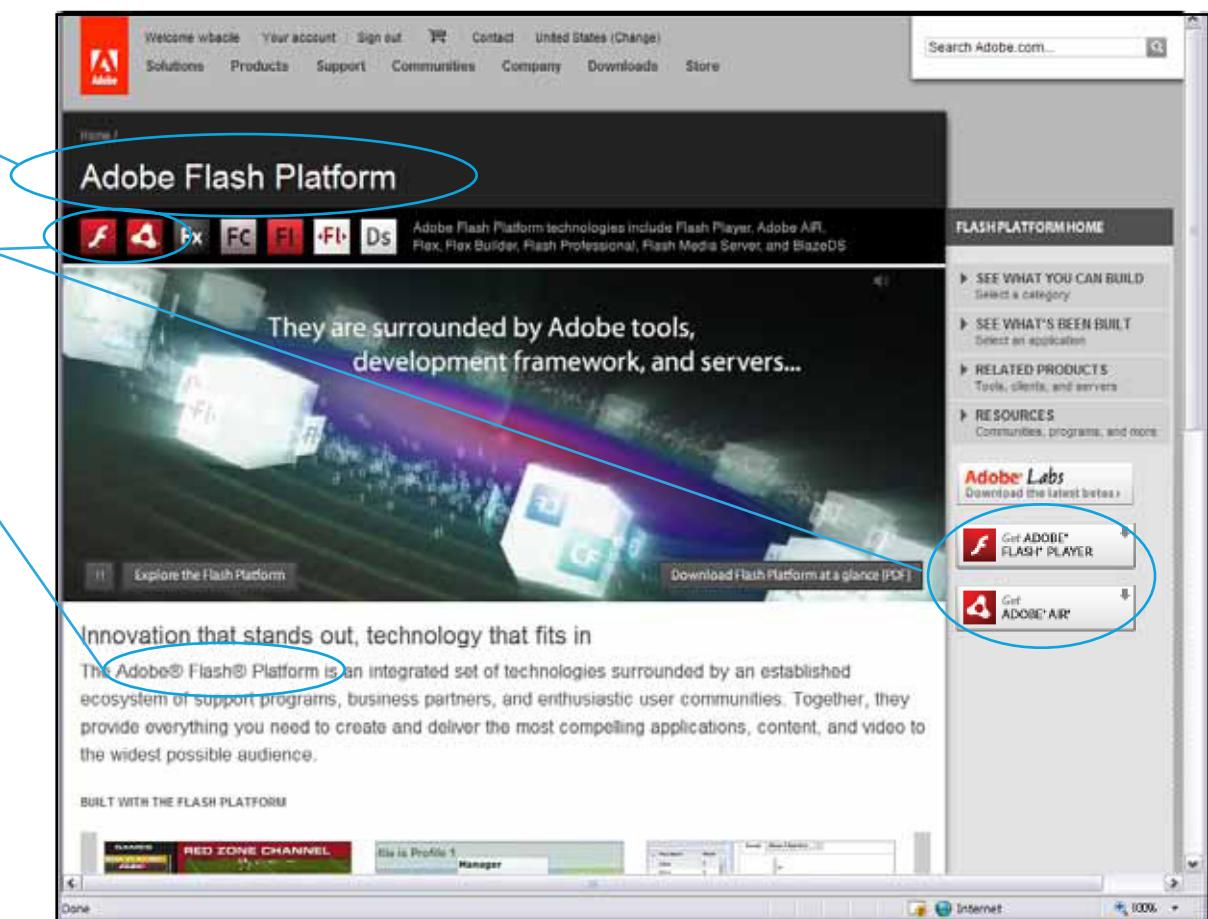
Adobe employees

# 在网络上的商标符号

为了保护我们的商标，我们的商标符号必须应用在网页上。

## 什么情况下我应该在网页上使用商标？

- 它们不需要出现在页面的主标题 / 开头上。
- 它们应该应用在所有的logo, 纽扣, 徽章, 签名, 助记符等, 即使商标也已经应用在网页的其他地方上了。
- 它们应该出现在每一个网页上第一个或者最突出的部分（短标语 / 标题）。（这条规则也适用于已经显示商标符号的网页链接上。）
- 它们应该能在当前的页面任何地方被单独使用 - 如网页横幅广告, FMA, 互动件等。

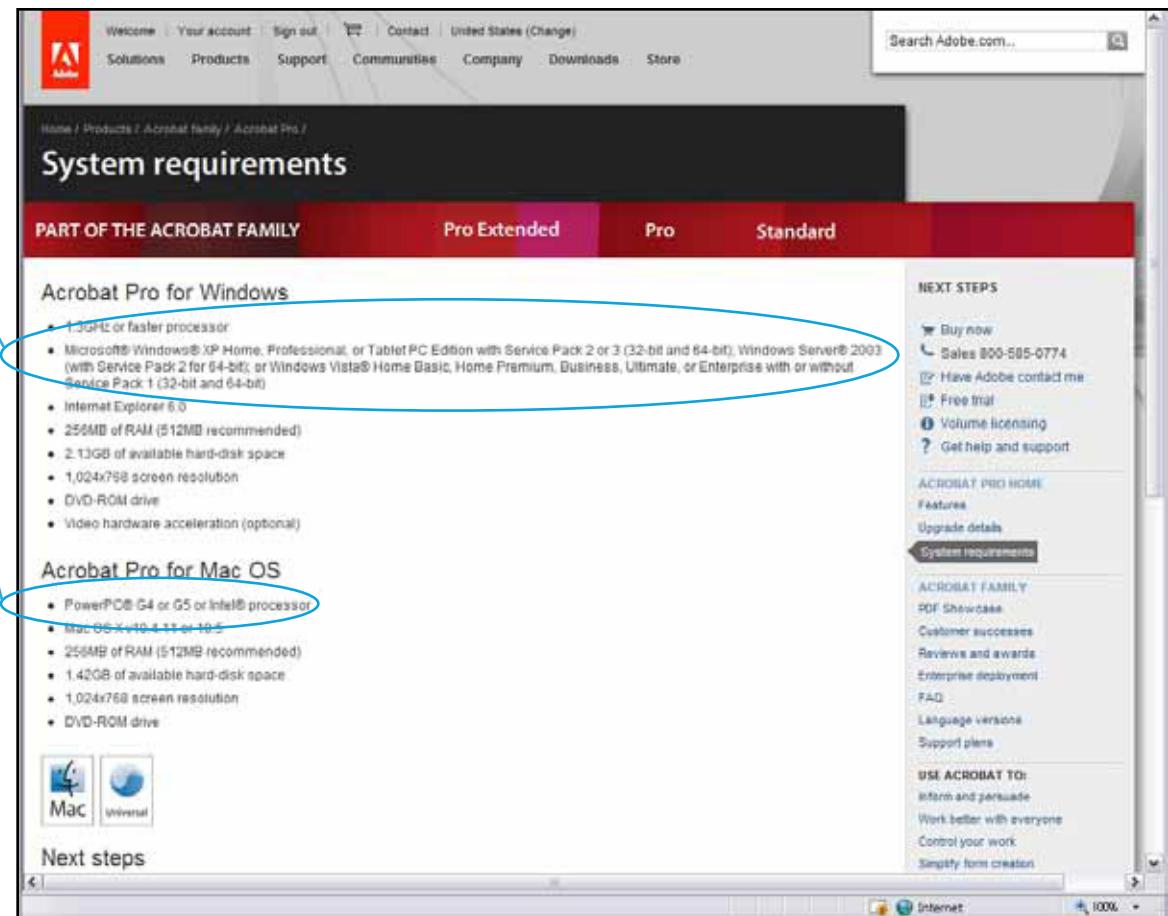


## 在网络上的商标符号续

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。

### 什么情况下我应该在网页上使用商标？

- 它们应该用来显示第三方的法律属性的要求。



## 版权声明 & 归属声明

你很少会调整文字标识上的商标符号。然而，当使用文字标识是一个非常大的尺寸时（如展会）以及很少接触到的特小尺寸时，商标符号应该根据以下指导进行调整。就经验而谈，当一个商标符号的大小时一个不会碰到其他标识，并且应该始终保持清晰可见状态。

在任何使用Adobe商标在公共传播时，请注明版权声明和归属声明，即使很小，但一定能需要清晰。

### Adobe的版权声明的格式如下：

© [Year of Publication] Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.  
© [出版年份] Adobe Systems Incorporated公司。保留所有权利。

### 归属声明的格式应该是：

List of Adobe marks used, beginning with “Adobe” and “the Adobe logo,” if used, followed by any other marks (in alphabetical order) “are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries.”

Adobe使用列表开始携带 “Adobe” 和 “Adobe logo” ，如果需要使用，其次就是其他任何商标（按照英文字母排列） “Adobe Systems Incorporated公司在美国和/其他国家的注册商标或商标。”

编辑旁白

## 整体一览

编辑的旁白是诚实的，有远见的，聪明的，和有爱心 – 编辑类似我们品牌的人格特质：真正的，创新的，特殊的，和参与。编辑旁白旨在促进Adobe品牌与客户之间的情感联系。因此，它必须包含生命力和强迫反应。

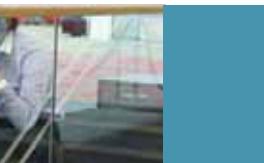
我们期待我们能与受众是站在同样的高度，这样就避免了不同点的传播。视觉效果和字体不应该相互竞争，而应该互补。我们果断，自信，大胆但不自夸。文字和声音应该传递出平等和专注现实世界的价值，而不是技术。

我们用交谈。我们表达了对技术的热情，但创新不能失去客户给我们带来的激励。我们有一个强大的声音去了解客户的需求，市场的变化以及给予我们的信任。我们彻底改变了人们沟通方式的想法和信息。我们是革命者。

# 旁白：范例

Adobe Government and eLearning Solution Brief

实时和快速为政府机构任何地方的人提供拓展训练的解决方案。



50-85-word intro The training and performance support needs of an increasingly diverse workforce have never been greater. Whether it's training new employees, helping workers learn new applications, or providing situational training to warfighters and first responders dealing with issues immediately, there is a real need for instant, cost-effective training. This paper explores how general and specialized training can be delivered virtually, sustainably, and cost-effectively.

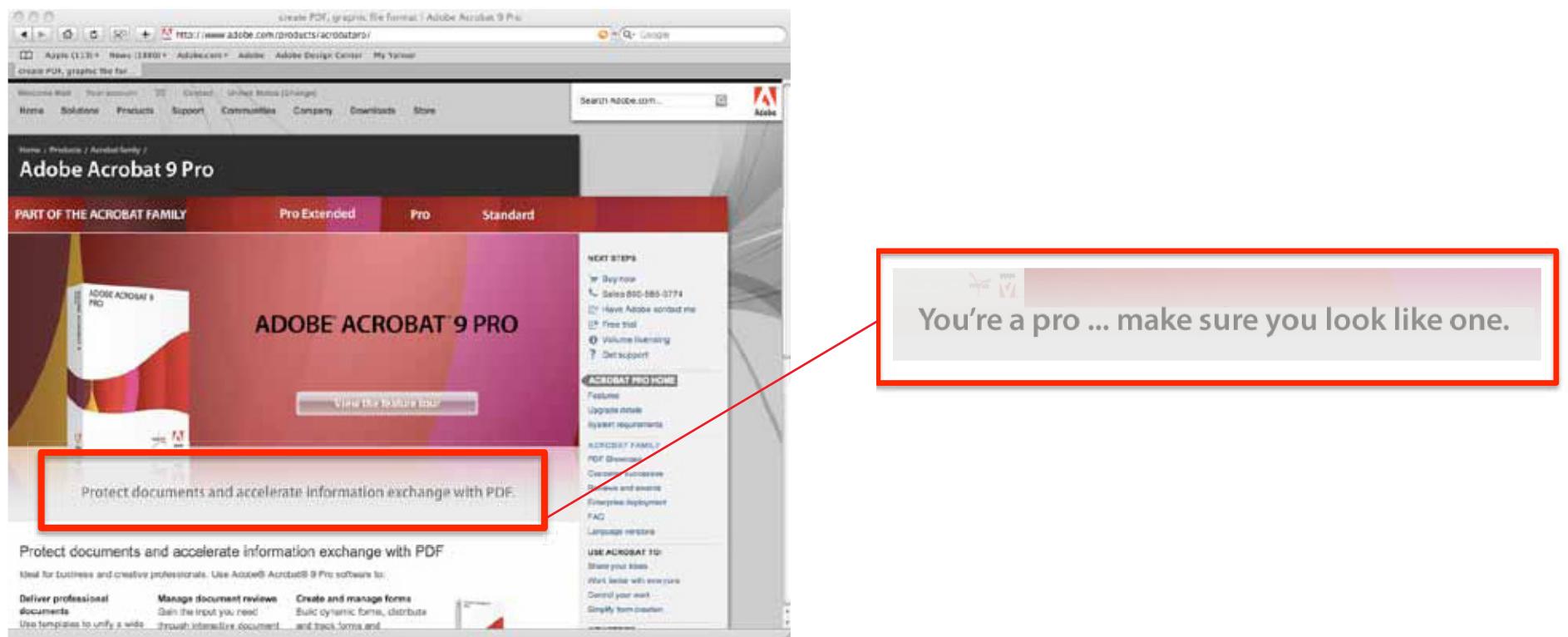
Forty-five percent of public employees in the United States will be retiring within the next 10 years. This pending retirement wave is creating a knowledge void in government that can be addressed through training, mentoring, and other methods. Fostering impatience, "Now is the time to start."

Traditional training methods are becoming cost-prohibitive and aren't always available to the people who need them. In an effort to become more efficient and effective with fewer resources, governments are actively seeking ways to recruit and retain key personnel. They need training and recruitment programs to help fill positions and to provide government contractors with the workforce necessary to meet service demands and technology proficiency requirements.

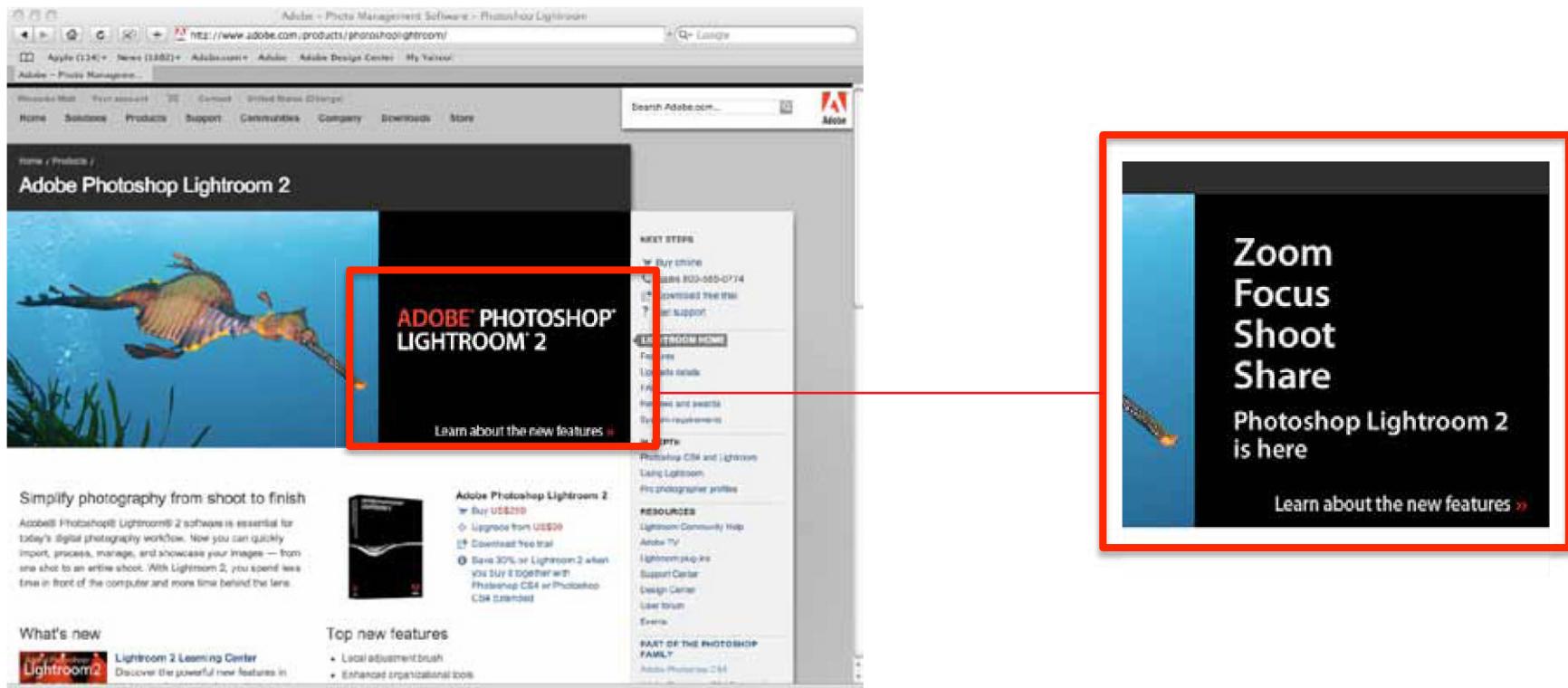
Unfortunately, traditional classroom training is becoming cost-prohibitive, and many alternatives, such as CDs and training manuals, are not always available to all people, anywhere in the world. While eLearning is gaining popularity, many of these solutions require agencies to install unwieldy software. Not only does this increase cost, even for employees in an office setting, but it also makes it impossible to extend training to mobile workers and warfighters in less predictable circumstances. Adobe solutions for training and eLearning arm people virtually anywhere, using many different devices, with information to make the right decisions.

实时，快速，24小时：  
因为您的员工“需要帮助”

# 旁白：范例续



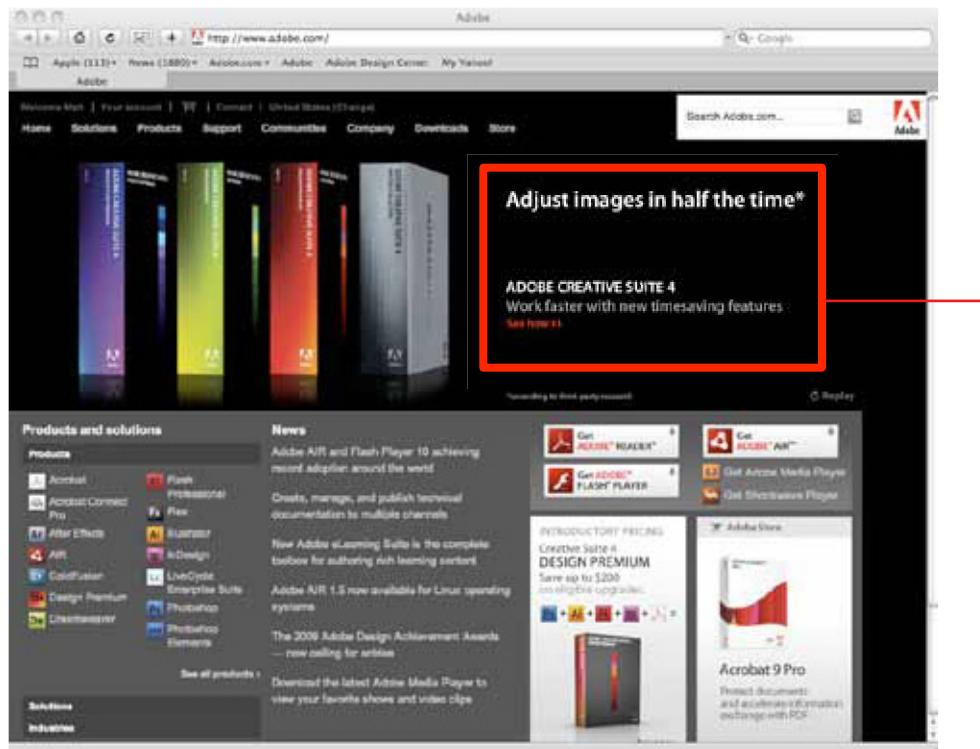
## 旁白：范例续



# 旁白：范例续

The screenshot shows a web browser displaying the Adobe Rich Internet Applications (RIA) page. The URL in the address bar is [http://www.adobe.com/resources/business/rich\\_internet\\_apps/#open](http://www.adobe.com/resources/business/rich_internet_apps/#open). The page features a dark header with the Adobe logo and navigation links for Home, Solutions, Products, Support, Communities, Company, Downloads, and Store. A search bar is also present. The main content area is titled "Rich Internet applications" and displays a grid of logos for various companies like eBay, scrapbook, AOL, Nasdaq, CS4, Fx, and others. A red box highlights a section titled "RIAs + Technology" which says "EXPLORE A SELECTION OF RIAs AND THE TECHNOLOGIES USED TO BUILD THEM". To the right, a sidebar lists links such as RIA HOME, Benefits, Analyst reports, Getting started, DESIGN/DEVELOP WORKFLOW, CUSTOMER QUOTES, and RELATED TECHNOLOGIES (Adobe Flash Platform, Adobe Creative Suite 4, Adobe ColdFusion, Adobe LiveCycle ES, Adobe Scene7). Another red box highlights a large call-to-action banner with the text "Internet applications with a competitive advantage" and "Discover how RIAs built on the Flash Platform are changing the game". At the bottom left, there's an "About RIA" section and a "BENEFITS OF RIAs" list.

## 旁白：范例



# Adobe.com及编辑差异化

我们的Adobe的网站在主要营销传播的途径中扮演很重要的角色，能在不同的Adobe品牌从竞争对手中脱颖而出。子网页在分化中的作用中同样扮演着一个很重要的角色。按照这些准则，以书面形式复制和使用Adobe旁白在adobe.com上。

## 写作内容区别Adobe

网页中会出现不同的Adobe品牌内容主要分为标题，副标题，产品概述段落，以及小的导航元素如按钮，通话的言行。Adobe的编辑旁白最强的，我们是最有可能引发与品牌的情感联系。

子网页中的深度（位置）相对减少。例如，一个产品主页上的内容，产品领域的最上面的内容中，应明确Adobe通过品牌的声音区分其竞争对手的的内容。另一方面，功能的描述，出现在网站的最底层的，是客观的，真实的，简洁的，并且包含很少的品牌旁白。

## 了解更多信息

所有的在这个文本中详细介绍的资料都能够在Marketing Hub中下载。

应用Adobe资料时必须申请并批准使用，申请地址：[brandapproval@adobe.com](mailto:brandapproval@adobe.com)

如有任何疑问，请E-mail：[askbrand@adobe.com](mailto:askbrand@adobe.com)

