



The Security Division of EMC

品牌风格手册
以及部门识别标准



前言

这个文件是一个交互式的PDF，所以您能够轻松的直达您正在寻找的主题。
点击这些主题能够直接的到达这个单元或者主题。
您也可以在Acrobat中使用查找功能搜索特定的词或内容。

欢迎查看新版RSA品牌指导手册

今天，在全球各地，我们运用先进安全的产品和解决方案与客户进行合作，以解决他们最迫切的问题 – 并把这些超越竞争对手等级的创新产品推向市场。这个文件能进一步加强我们在市场上的声誉和形象的另一个条件。更多的规则放置在我们新的签名中或者是字体使用中，这是一个指导手册，它将给RSA品牌带来新的生命。

在我们所有的营销传播中有效地管理我们的品牌，针对每一个客户触点和不同地区，我们在沟通方式上都需要非常统一。因此，我们的新品牌计划开始深入我们的核心战略，并随着事件的推移，将这一战略贯彻实施，管理和维护RSA品牌的价值。

此处包含的信息会引导你做出正确的决策，建立和保护我们的品牌资产。你会发现一个丰富的信息，电子邮件地址，徽标，颜色，网格和摄影的外在表现，我们的品牌。

此文件的信息会引导你作出关于建立和保护我们品牌资产的正确决策。你会发现关于我们品牌的标志，颜色，格式以及图片这些外在表现形式的丰富信息。不过RSA品牌表达的精神是由你决定的。选择合适的图片，运用合理的语词，将客户放在第一位并采取缜密的思考，富有奉献精神来体现我们品牌价值。我们知道你会成功的，因为每一个人都带来了不同的客户触点，这让我们与众不同，并最终确保我们的市场地位，使我们称为案确解决方案的首要供应商，这样是以信息的安全性为中心最好的也是唯一的选择。

虽然本知道手册目的是为了全面的讲解，但不是每一个情况都能考虑到。它会定期进行更新，以反映新的标准以及新出现的一些问题。请让您的创意机构和产品合作伙伴将此文档作为一个参考。

有任何疑问，应直接咨询[营销事业部](#)。

感谢您的帮助管理实施RSA的品牌计划。

RSA的品牌团队



The Security Division of EMC

老板致辞



这是我们的时刻。

在我们27年的历史以前从未有过中能让商业的力量以及社会企业共同创造一个新的世界的可能 – 为RSA，我们的员工我们的投资者，我们的合作伙伴，最重要的是我们的客户。我们能为企业发展提供全球领先的创新安全性解决方案。我们帮助世界领先的企业解决他们最复杂和最敏感的安全问题，并让他们接触安全故障之忧。在安全下，我们能够让他们去想象任何新的商业机遇，不断创新，并实现目标。

然而，这些只会发生在我们的合作伙伴以及我们的客户上，并且这样会不断培养和提高他们对RSA的品牌信仰以及让他们了解RSA它代表什么。要做到这一点，我们必须有一个统一的认知，我们是谁。我们必须清晰并简洁的传达我们的品牌承诺。每个媒体传播和客户联系必须反映出我们的品牌信息，我们的个性以及我们的特性。我们必须尊重我们的客户，并及时回应他们需要解决的迫切问题。缩短时间周期，提高解决方案的质量，并始终超越客户的期望是RSA品牌建立客户信任的重要点。

这个文件包含了关于RSA品牌的正确定位、传播和视觉形式的信息，象征着在新的母公司EMC公司并购后的整合。这些资料帮助您了解关于我们的品牌需要做些什么，并传达我们的价值观和不同的市场。

我鼓励你拥护RSA的品牌，这样我们能对所有利益相关者充分体现我们的潜

力，并提升我们的行业领导地位。我鼓励你与我们的客户，我们的业务合作伙伴和其他EMC部门合作，利用我们的专业知识和广泛的以信息为中心的安全产品和服务，以提供卓越的集成安全解决方案。

一起实现RSA的品牌承诺，一起成功，一起驾驭我们的未来。我很难想象还有比这更有意义的事了。

Arthur W. Coviello, Jr.

总裁

RSA，EMC信息安全事业部



The Security Division of EMC

目录

1

RSA品牌的基本元素

1.1 RSA品牌战略

品牌理念/使命
定位
个性

1.2 体系结构

主品牌
结构
品牌融合
独立背书品牌
收购理念
转型指导

1.3 命名

企业名称
业务
产品及服务
其他

1.4 商标

管理
名称管理
主要使用规则
其他公司
第三方使用
商标列表

2

RSA部门视觉系统

2.1 Logotype Standards

部门标志

基本
空间以及尺寸
公司署名
颜色规范

产品品牌标志

基本
颜色规范

合作伙伴标志

RSA Secur World
RSA Secured
RSA SecurID Ready
RSA FraudAction
Secured by RSA

2.2 文字

部门识别资料
字体
语词使用

2.3 办公系统

系统
打字
信头
信封
名片

3

RSA品牌识别系统

3.1 介绍

3.2 主要设计元素

文字
主色彩库
副色彩库
视觉风格
图片风格

3.3 实例

广告及系列广告
展会及活动
宣传品

3.4 资源

RSA品牌标准
Winbrook印刷（办公系统）
品牌/图形库（RSANET用户）
技术合作伙伴



The Security Division of EMC

我们的品牌战略为我们了解品牌潜力提供了一个清晰的线路图。统一了解和阐述我们独特的功能和属性，使我们提高认知，建立客户种程度，同时加强我们品牌与客户的关系。RSA品牌战略的基本要素是：

RSA的品牌理念，愿景和价值主张

我们的品牌理念和使命明确了致力于我们给予客户的承诺。

我们的品牌理念被抓获如下：

“改变游戏” 改变游戏规则的安全性，我们将帮助我们的客户在自己的企业和行业改变游戏规则。

我们的使命支持我们的品牌理念：

“解放团队的安全忧虑，称为企业突破成功的催化剂。”

我们的价值主张进一步明确我们的目的：

“RSA能解决最复杂和最敏感的安全问题持久保护您的客户，业绩和信誉，实现企业最大的目标。”

我们的品牌承诺是RSA现在的精髓。通过我们信息中心的安全方案，能确保信息始终财富不会流失。我们品牌对外的承诺是根据我们的定位和给予的特定属性决定的。

RSA品牌定位

定位是我们区别于主要竞争对手的重点所在。制造一个我们可以可靠地提供优质产品和服务或者其他组织不能提供独特优势地地位。定位指导所有的传播，它必须以实际行动得到加强给予受众，所有的业务部门。

我们独特的定位声明决定RSA于其他所有的区别，并清晰的告诉客户我们提供的价值：

“RSA是业务加速安全解决方案的首要供应商。”

RSA品牌个性

不懈努力的RSA员工推动公司成功是我们将来的至关重要的一部分。我们以客户为中心的企业文化通过我们主要的品牌特征来达到，如红色图中所示。

这些关键特征应该体现在我们的行为和重要生活中，社交的个人方式。每个员工的行动将需要支持我们的品牌承诺，为我们的客户建立一个完整的品牌体验。

热情的
真实的
有动力的
活跃的
创造性的
领先的



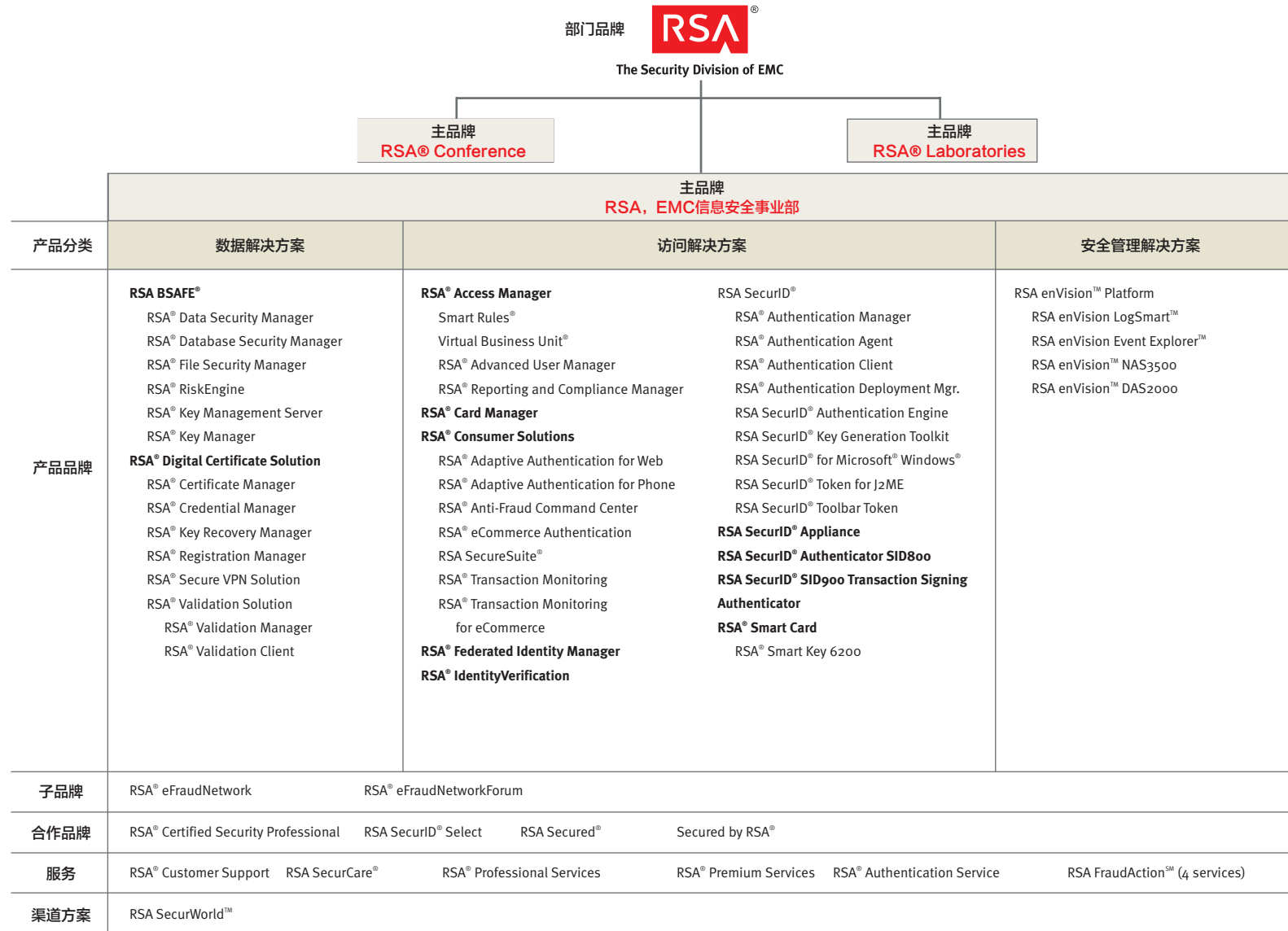
RSA主品牌架构

RSA特定的服务都组织在一个主品牌战略中（也称为一个单一架构），公司的所有业务单位，产品和服务都将著名的RSA主品牌作为其主要的标识符。

在这种体系结构中，RSA支持多种的产品品牌和服务品牌，在各自的市场都是众所周知的标识符。在任何情况下的除了RSA主品牌的品牌都是次要的。在大多数情况下，产品和服务名称是描述性的。作为一般规则，最好是主品牌下的产品和服务不使用一个单独的标志，除下文所述外，或写在产品或服务的名称在同一个风格的字体或不同的图形上 - 实际上，这是创建了一个新的标志。只有经过批准的产品标识才能使用并且只用于特定产品的用途，例如，界面，启动画面和包装。

子品牌是独立的产品品牌并且提供的产品不同于主品牌；他们的建立使为了针对不同的市场，吸引不同的客户，例如 Go ID, eFraudNetwork.

下页的示意图显示了我们目前的品牌架构。推荐应用的主品牌战略的例外情况时，必须由事业部市场审查和批准。



品牌融合

近年来，RSA已经做了许多战略性收购，提升产品，技术和解决水平。RSA打算在适当的时候将收购的品牌合并到RSA主品牌架构中，以避免在架构中创建新的品牌，除非有高回报的商业理由需要这样做。这是一个战略性的政策，旨在利用RSA的强大品牌资产，扩大主品牌的力量。

在将来收购的企业和品牌，重点是在收购理念的基础上制定和执行。品牌的迁移计划是审查和并购整合过程中的一部分。具体的品牌迁移策略的制定咨询由业务团队领导。市场部门能为品牌迁移到RSA主品牌提供游泳的信息和工具进行指导。

收购理念

在RSA收购公司，业务部，品牌，产品线，技术或者其他部分的时候，最重要的是使其发展成为收购和整合计划中的转型战略的一部分。

在某些时候，RSA主品牌战略中收购的品牌利用RSA在市场中的知名度和美誉度作为优势被整合到RSA主品牌架构中。如果有明确的有效市场数据支持下的发展下的业务，可以在业务组领导下一起决定其作为一个独立的品牌或者背书品牌保留和支持。背书品牌的转况一般是转型到RSA主品牌计划中的一个步骤。经过一段时间之后（12-24个月左右）背书品牌将演变成RSA主品牌架构中的产品或服务品牌。独立品牌很有可能保留其当下的状态，但将进定期评估使其与RSA主品牌更接近。

然而，在所有情况下，一个新的RSA独立品牌或者背书品牌必须经过营销部门的审查和批准确保其管理，让命名和视觉识别标准能够正确的执行。

转型指导

我们总体的品牌转型战略设计使运用实用和最商业的头脑转让收购股票以及RSA主品牌良好的意愿。如果决定在较长一段时间内保留收购的产品或服务的品牌名称，RSA的目标就是利用其现有的品牌资本进行运作。

建议转型的时间线

刚刚收购完之后

- 所有员工的传播物料应遵循的RSA指导手册；
- 所有的PowerPoint 演示文稿，应使用经过批准的RSA模板；
- 新闻稿应该是经过认可的RSA信头；
- 所有对外网站应发布临时通知，告知公众转型；
- 电话应答和语音信箱规则应分配好；
- RSA标贴可用于现有的材料制作（例如，小册子，直邮等）。

收购完成60天内

- 所有的经理以及与一线客户接触的员工应该有RSA的名片；
- 临时RSA标志应该放置在主站点作为识别；
- 主要营销材料（例如，大型宣传册，展览展示等）应遵循RSA指导手册；
- 主要面向外部的材料，应经过RSA格式化批准进行生产；
- 所有原公司的材料，应该从公共场所删除（如大堂，公告板等）。

收购完成90天内

- 所有员工都应该有RSA的名片；
- 永久设施标志应被安装好，公司的所有车辆应遵循RSA指导；
- 所有的对外物料应该被替换为RSA物料的生产标准；
- 所有的办公文具（信头，表格等）应该被替换为RSA物料的生产标准；
- 所有的传播物料应该被替换为RSA物料的生产标准；
- 所有对外和对内网站应该是RSA格式标准；
- 所有商业展览会设计应该遵循RSA标准；

收购完成6 – 12个月内

- 应完全转型到RSA部门以及品牌视觉系统。

企业名称

RSA名称在全世界出名以及受尊重，这要感谢公司跨越几十年的辉煌成就以及企业对RSA品牌的投资的促进和传播。

为了充分利用品牌的投资，并继续建立RSA的品牌价值，企业已经采取了主品牌战略，其中包括了其产品，技术和服务的命名的一致性，这样也知道了它的命名规则。本章节详细说明了我们的命名战略和规则。商标特定的法律要求和使用说明请参照1.5章节。

命名规则

本企业名称法定名称仍然是RSA Security Inc（不要逗号）。法律协定和版权声明是有关本公司所有者的商标或任何其他地方法律规定的基准，使用的名称是RSA Security Inc.（RSA安全公司），除非另行通知，否则公司的商标全部根据RSA Security Inc.注册。并且RSA Security Inc.应该被列为所有者商标的鼻祖。公司商标将被分配到EMC（RSA隶属于EMC公司）。并回有一个准时的通知。这没有提到与EMC合同关系的要求，如RSA信息安全公司可以单独作为合同的担保人。

公司的新品牌名称是RSA, The Security Division of EMC（RSA, EMC信息安全事业部）。当提到本公司的担保品，广告和其他没有法律规定的地方时，使用该品牌名称RSA, The Security Division of EMC.通常情况下在文件中第一次引用公司名时您应该引用“RSA, The Security Division of EMC”然后接着后续的引用应该只有“RSA”（没有Security）“Security”部分是品牌的一部分，因此将没有要求使用“Security”与RSA一起时指的时公司品牌宗旨。

如果您有涉及RSA标准或运用方面的任何问题，可以联系：Bill Grainge bgrainge@RSA.com 或者 781 515 6207。

EMC公司保持独立的品牌标准，商标，及宣传品。如果您有关于EMC标准的问题，请联系：Peter Popieniuck Popieniuck_Peter@EMC.com。



业务组名称

RSA是EMC的安全部门，因此它并不需要使用“部门”描述自己的业务。RSA是由4个战略性业务组运作。他们可以称之为“业务组”，“业务”或者“运作”。

在大多数情况下，单独使用“RSA”的名称是让对外受众识别公司和雇员，设施，产品，服务及其他资产。业务组名称是一个组织结构，对公司以外的人没有任何意义，如果变化，会让我们对外受众觉得混乱。

例如，在书写文本的小册子，新闻稿或其他标准对外传播中，首选应该是“RSA plans to open a new office,” “Jane Doe works for RSA,” 或者 “RSA is a leading producer of security technologies for developers,” 没有一个特定的业务组名称作为参考。作为一种署名“RSA, The Security Division of EMC”也应该包括在内。

业务组的名称可以在下列情况下使用：

- 在内部传播中，当区分一个业务组和另一个业务组的时候。
- 在外部传播中，当多个业务组讨论时避免混淆。
- 在对外传播中使用业务组名称将帮助受众了解公司，及其范围和它的功能。

在所有情况下，一个业务组必须时仅次于RSA名称的。例如在一本小册子，新闻稿或其他对外传播中首选是“RSA计划开设一个新的办事处。该办事处将放置公司的安全性作业数据。”或者“RSA已经推出了一套新的安全解决方案，符合中小企业（SMB）”接下来就是“通过企业解决方案的业务组提供的产品和服务，新的SMB解决方案将被添加到RSA的业务广泛中。”

第一次对外物料的参考语句应该是单独的“RSA”，或者“RSA, The Security Division of EMC”；当需要其他时，次要的参考可能包括具体的业务组名称。

当使用RSA业务组对内或者对外传播的资料时，正确的使用业务组的名称时非常重要的。因为更改名称是非常不“正式”的做法。这些能够让业务组领导人与员工保持相同的命名方式。

产品和服务名称

“RSA” 主要代表RSA主品牌旗下的产品和服务销售。在大多数情况下，品牌和服务名称应包括“RSA”，其次是一个简单而精准的词或者短语，来描述类型。尽一切可能保持产品和服务名称的简短和精确。

主要的命名规则是：

RSA + 描述的产品名称

例如：

RSA 数字证书解决方案

RSA 自适应验证

它往往是描述制定产品和服务品牌的必要条件，除了系列或者单个信号描述。在这些情况下，主要命名规则是：

RSA+描述品牌/系列/型号+描述的产品名称

例如：

RSA SecurID认证引擎

RSA BSAFE密钥管理

如需要更深入正确的指导规则，请参阅下一章节，[商标](#)。

命名一个新的产品或服务

RSA主品牌战略，不鼓励为新的产品和服务发展独特的品牌名称，商标和服务标志。“RSA” 是我们目前市场最受广泛认可和尊重的名字。如果创建多个新的名字，随着时间的推移，消费者会造成混乱，严重损害RSA主品牌的价值。此外，为一个新的品牌进行介绍，建立并提供支持是一项昂贵的费用。

当需要区分一个新的版本，升级或者添加一个现有产品线或者系列型号时应尽量保留完整的命名规则。纳入产品名称/型号或类似名称，而不是创造一个独特的产品或服务名称。

如果因为市场或者竞争的原因需要引人注目，建立名称可以不符合本指导规范，但必须通过战战略业务组，法律部门以及营销部门和高管的同意。

工作名称

命名工作名称不应该是一个单独的品牌或奇怪的名称。所有项目名称的开发，应明确指定的“项目”一词前面的代码名称，例如，Project Nightingale（项目南丁格尔）等，不能是Nightingale（南丁格尔）或RSA Nightingale（RSA南丁格尔）。的品牌名称需要敲定，只有当管理层已决定继续与推广项目，产品或其他向公众发售。只有当管理层决定进行项目的推广，产品或者其他的对外推广时，品牌名称才需要到最后确定。

命名例外：收购来的品牌和背书品牌的项目。

在临时性战略和永久战略中可能会有一些例外，因为被收购的公司有明显的独立品牌名称。在收购中，这些产品一般在产品名称中不使用RSA名称；而是RSA作为被收购的公司的背书品牌进行运作。

在宣传册，新闻稿及其他书面传播中，品牌名称应将RSA名称有效地联系在一起。例如，一份新闻稿中说，“品牌名称X技术，已授权的消费信贷工会组成的联合体”，接下来应该写道“品牌名称X隶属于RSA，EMC信息安全事业部”。

此外，RSA维护和支持RSA批准的品牌项目组。这是与RSA名称关联的联盟以及技术合作伙伴项目，如“RSA Secured（RSA安全）”和“Secured by RSA（安全的RSA）”称号。他们有自己的标识和特定识别标准。

名称管理

为什么要保护商标？

RSA的品牌是一笔宝贵的财富。 做为价值数百万美元的商标，它们代表RSA的高水平高质量。

当一个商标变成一个通用的产品的词语时，这个商标就会一文不值。当这种事发生时，公众会将商标作为一个通用产品的名称，而不是某品牌的产品名称。例如“阿司匹林”。所有的商标，包括注册商标，如果使用不当，可能会称为一种通用词语。一旦这样，将很难识别。

RSA是仅仅负责保持其商标不变成通用词语。本指导规则提供使用RSA商标的基本规则。当需要准备任何包括RSA书面资料的时候，请参考本节。当向公共传播时保护RSA商标，合理的在所有书面资料中利用他们是很重要的。如果您有任何关于商标使用的问题，请电子邮件LegalRequests@rsa.com。您能看到包括商标的RSA品牌列表。

保护公司和产品商标

RSA是EMC公司的全资子公司。这反映在新的部门标志上。在准备的RSA的营销材料，包括宣传品，销售工具和新闻材料时，必须包括公司，产品和服务的商标信息。需要2种类型的注册符：注册商标（®），和正在申请注册的商标（TM）。这有非常详细的关于正式商标标识的使用规则。他们的产品或服务名称必须经过批准才能使用。详细内容请查阅[商标](#)章节。

RSA的产品和项目是与其他 “RSA.” 开头的东西一样属于主品牌系统之中。因此，需要全面正确的表示产品商标应该是 “RSA SecurID” 和 “RSA BSAFE” – 不要 “SecurID” and “BSAFE.”，这也同样适用于我们其他主品牌部分的 “RSA Conference” and “RSA Laboratories”。

主品牌系统同样也适用于批准关键的项目，如 “RSA SecurWorld” 和 “RSA Secured”. 产品名称的缩写方式如果没有 “RSA”，会降低商标保护和主品牌系统带来的好处。

以下的应用为例外：

例外1：在同一页上，RSA品牌的产品或项目名称是正确的，“RSA” 可能会减少，以消除重复。有任何疑问，请与[营销部门](#)联系。

例外2：在一个句子或列表使用一个以上的RSA BSAFE或RSA SecurID的产品，例如：

两种方式表达都可以：

“该客户购买了RSA BSAFE® Crypto-C的，CERT-C和了CERT-J软件产品。”

“客户购买的RSA BSAFE® Crypto-C，RSA BSAFE Cert-C和RSA BSAFE CERT-J软件产品的。”



主要使用规则

请务必使用商标作为形容词去修饰名词。

如果不采用这种方式，你就是在冒着风险去制作一个“假冒”的商标。不正确使用而导致商标不受到法律保护的一个典型例子就是“阿司匹林”。另一个打假熟悉的例子就是施乐作为动词的语词，“Please xerox this letter.（请复印这封信）”这使施乐公司商标不受保护的风险增大。

RSA商标不恰当的使用也会可能导致被误认为是“描述性的语词”不会受到法律保护。例如：

不正确的使用方法：

RSA BSAFE®Crypto-C是一个全球领先的加密组件服务。

正确的使用方法：

RSA BSAFE® Crypto-C软件是一家全球领先的加密组件服务。

RSA BSAFE® Crypto-C在上面的例子中的正确使用方法应该包括名词“软件”。其他正确的使用的例子是：

RSA SecurID的“认证”，“产品”或“解决方案”。

RSA BSAFE加密“，”软件“或”产品“。

总之，一个描述性名词必须跟在商标的后面，名词可以不同，但RSA是独一无二的。没有注册商标的产品名称，如RSA® Authentication Manager. 这些名称不需要额外的名词表述，因为它本身就是名称的一部分。（Authentication Manager是RSA商标描述性的名词）

注：RSA部门名称是一个例外，在公司书写中可以作为专用名称（如RSA是密码学领域的领导者）。

切勿使用商标作为动词。

不正确的使用方法：

RSA SecurID®您的业务！

正确的使用方法：

使用RSA SecurID®，以帮助保护您的企业！

不得在连字符连接的短语中包含商标用语。

不正确的使用方法：

保护您的电子商务与RSA SecurID® authentication – 自信

正确的使用方法：

自信地保护您的电子商务与RSA SecurID® authentication

大写注册商标上出现的商标列表。

要特别注意不一样的大写，如下面的

例子：RSA BSAFE® RSA SecurID®

不要缩写，除非缩写是一个商标用语的商标用语。例如：

不正确的使用方法：

Authentication Manager在电子安全是一个值得信赖的名字。

正确的使用方法：

RSA® Authentication Manager在电子安全是一个值得信赖的名字。



其他公司和第三方使用

请务必为公司名称使用正确的格式。

该公司的正式名称是RSA，EMC信息安全事业部。您可以参阅本公司RSA的简单表格。

使用其他公司的产品名称与“RSA”的组合：

不要将RSA公司名称或者产品名称与其他公司名称或者产品名称一起组合。如，MultiPrime公司的名称，你不能说RSA MultiPrime。不过你可以说“RSA BSAFE® 产品采用了 MultiPrime 技术”或者是“RSA 和 MultiPrime...”此外，在MultiPrime情况下图例必须包含宣传资料，简报等，当使MultiPrime技术作为参考，RSA已经通过了康柏电脑公司的许可（MultiPrime属于康柏电脑公司）：

“本产品包括康柏电脑公司授权的专利MultiPrimeTM技术。美国专利5848159，其他专利，国外和国内，以待。”

谨慎地使用“合作伙伴”

有些组织有非常严格的内部指导，使用“合作伙伴”来形容他们和另一家公司只见的关系。与RSA有关系的一部分公司禁止使用“合作伙伴”一词。请务必查看RSA的关系管理（销售，市场合作伙伴，渠道营销等），以确保与其他公司没有此类限制，然后只用“合作伙伴”来描述RSA与其他公司的关系。

第三方商标

你必须在文件，页面或者页面脚注上添加第三方公司的商标上指定的一个符号 (t)，这样具有以下属性：

“第三方产品和品牌名称可能是其各自的商标或注册商标。”

第三方使用“RSA®”

RSA自己的商标“RSA®”能用在软件产品，服务以及数据安全会议上。然而，“RSA”可能被第三方形容为Professors Rivest的Shamir and Adelman发明的加密算法。第三方声称他们的产品集成了RSA®算法，并不意味着RSA是来源于他们的产品。

不正确的使用方法：

本软件是由RSA®提供或该软件包括RSA®功能。

正确的使用方法：

本软件集成了RSA®算法。



商标列表

注册标志 (®)

目前的注册标志的完整列表，请参阅RSA商标列表。对于特别的国家在注册的以及不是用于一般用途的，请联系 LegalRequests@rsa.com 查看在其他国家的注册商标列表。归属通知应加在文档中使用注册商标的结束，例如SecurID是RSA信息安全公司注意，只有商标名称被引用，例如SecurID和RSA的SecurID的注册商标。在文件的最后应该使用注册商标作为归属的释义，如SecurID是RSA Security Inc. 的一个注册商标，注意，只有商标名称被引用，如SecurID，而不是RSA SecurID。

待定注册的标志 (™)

在注册商标的过程中，应携带 (™) 进行描述，格式如下：Transaction Authority™。在下面商标产品文件结尾的归属释义参考：Transaction Authority是RSA, The Security Division of EMC的一个商标。

商标语词

商标

在识商业识别中和区分其他商品中一个商标包括任何文字，名称，符号，设备或者任何这样的组合使用方式。实际上，一个商标就是一个品牌名称。

服务标记

服务标记的任何文字，名称，符号，设备或任何这样的组合使用，或打算使用，能区分其他商业服务，并注明服务的出处。

注册符号

字母R在®圆内是一个象征，象征着联邦商标注册。联邦注册符号被用作已经经过的商标（商品商标或服务商标）实际上就是美国专利和商标局注册的商标。即使是正在申请准备审查也不可以在被申请完成之前使用。注册符号通常放置在标志最后一个字母的右上角。

商标 (™) 和服务商标 (SM) 的符号

商标 (™) 和服务商标 (SM) 的符号通常表明一个已经申请通过的标志。这些符号经常使用在注册中还存在问题的标志上。这些符号和名称不属于联邦法律管辖之内，但他们可能由州或国外的法律管辖。™、SM符号通常放置在标志的最后一个字母右边。这些符号一般称为普通法律商标。

署名通知

这时一个品牌注册所有人的标记，它通常标记在页面的底部。

普通法商标

指拥有TM或SM符号的一个通用的非联邦注册的商标。

商业中的符号使用

符号在商业中主要使用于演示文稿，打印材料，书籍，市场营销资料，广告，外部网站等

标志	文字	办公系统			
	部门标志	产品品牌标志	子品牌标志	合作伙伴标志	
		基本	空间以及尺寸	公司署名	颜色规范

部门标志

这些识别标准已经开发完成，能够很好的阐述RSA部门的识别以及帮助其应用提供正确的指导方向。

可以复制的RSA识别元素包括RSA部门标志以及关键的产品标志：RSA SecurID®, RSA BSAFE®, RSA SecurWorldTM 和 RSA Secured®合作品牌的数字文件。这些品牌加上行政和产品图片文件，都能在部门网站[RSA的品牌标准选项](#)中找到。

要求

RSA部门的标志是我们的品牌主要视觉识别，并应附带所有部门和产品传播。我们的标志就像是个人签名。不要自己重新制作，更改或以任何方式扭曲标志。

“The Security Division of EMC”的文字标识是一个不可分割的部分，不能有改变或者移动。注册商标也是一个不可分割的部分，不能被删除掉。

比例

带有红色矩形的字母标志RSA（称为“砖块”）的比例为2：1。砖块的宽度等于高度的两倍。

RSA标志的网格比例为2：1，这意味着砖的宽度是其高度的两倍。对于网格来说记本的单位是1,其中1是砖块的宽度，而0.5是砖块的高度。所有的边距和芬兰都是这些值的倍数。例如信纸的边距等于1个单位，而在名片上，他们是0.5个单位。（不同的是，这个单位是所对应应用的相对大小。）当放置在页面与分割信息（如文具）砖的高度是始终等于三行文本的高度。第四行文字，如果有的话，总是与“The Security Division of EMC”相同的基准。



最小保护空间

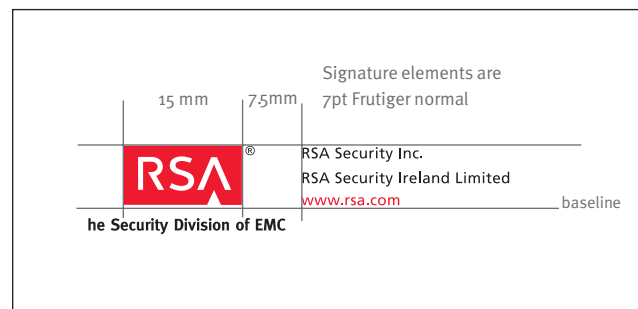
最小保护空间是标志四周保持视觉干净的空间范围。为了确保可读性，标志应该始终有保留一些保护空间，如这里。这个区域内应该不能有文本，图形以及边界的，除非标志被叠加放置在图片上。

尺寸

部门标志采用了2种尺寸进行印刷。这些比例是根据砖块的单位来的，而不是根据在它下面的文字标识的宽度来的：20mm和25mm的宽度；网络应用的建议尺寸为75px的宽度。由于需要提高品牌的统一识别性，请不要随意修改标志（如加入额外的线条、图形、剪贴画或者光环、阴影等特殊效果）。

公司署名

带有部门签名时，标志有15mm宽度，签名仅仅只包括了爱尔兰和美国法律名称以及网址。这个信息提供了有效的法律保障。如果需要其他的地址联系方式，请将下面的部门签字移开并覆盖，不要改变这些信息与标志之间的位置比例关系。



部门地址签名：标准版式和对齐

标志	文字	办公系统			
	部门标志	产品品牌标志	子品牌标志	合作伙伴标志	
		基本	空间以及尺寸	公司署名	颜色规范

颜色规格

在品牌传播时色彩起着重要作用，红色是RSA品牌长久以来的品牌色。它是一种强力的颜色，能够突出RSA品牌个性。并且在行业内，RSA被称为红色的“专属者”。

RSA标志以及产品标志识别的官方色彩是红色（Pantone 485 Coated）以及黑色（Pantone Black Coated）。色彩图表显示了颜色的专色（PMS）值、以及相应的四色印刷（CMYK）和电子颜色（RGB）值。



RSA Color	Pantone	CMYK	RGB	Web-safe & HexValue
	485C	Co M100 Y100 K0	R255 G0 B0	R255 G0 B0 FE0000
	BlackC	K100	R0 G0 B0	R0 B0 B0 000000
	White		R255 G255 B255	R255 G255 B255 FFFFFF

此页面上显示的颜色以及本指导手册众没有被PANTONE公司进行精确的评估，不匹配PANTONE色彩标准。请参考当前的PANTONE出版物，以获得精确的色彩。

正确和错误的彩色及黑白标志应用

正确使用

彩色版本应用参考



The Security Division of EMC

单色版本应用或参考



The Security Division of EMC

错误使用

字母“RSA”不应该填充黑色到砖块部分上。



The Security Division of EMC

砖块应该用纯色填充，不要用线来描边。



The Security Division of EMC

在黑色或者深色背景的应用参考



The Security Division of EMC

标志不应该用一个外框来显示



The Security Division of EMC

接受黑色或者深色背景上显示，但是不要优先选择反白模式的标志。尽量选用首选标志。



The Security Division of EMC

产品品牌标志

基础

一个RSA产品名称必须一直与RSA砖块进行视觉搭配。

请注意“The Security Division of EMC”不能用于产品标志。产品标志并不因为被EMC公司收割而改变。但是部门标志应该应该在产品物料的前面或者后面显示一次。

所有新产品名称必须经过市场部门以及法律部门、产品管理部门和执行管理部门通过。

重要注意事项

SecurID和BSAFE的产品名称有他们自己的注册商标，因此应该在产品名称后面处理这些标志。注册商标是标志的一部分，不能被删除。为了更好的描述产品，产品名称本身不是一个注册商标 – 因此注册商标被插入在RSA 砖块上因为它已经是注册状态。

书面形式的或产品演示、文本、登记的产品名称应始终描述产品的类型，例如RSA SecurID®认证，RSA BSAFE®加密，而绝不是只有前面的名词。在后面的东西都显示了品牌保护的状态，关于商标的更多信息请参阅1.4节。描述性名称在文本中不需要符合描述的要求，并且可以用作普通名词。

此外，产品和其他RSA标志图形不能被用作一个句子中的一部分使用。RSA部门和产品标志目的是为了明确的分开公司或产品的图形元素，而不是称为句子中的一段文字。

不当使用：RSA BSAFE® 加密方式是一个高标准的加密方式。

正确使用：RSA BSAFE®加密方式是一个高标准的加密方式。

在这个文件中RSA品牌产品名称里，你能在第7页可以找到一个表格。

产品标志管理

产品名称应该使用Frutiger Blod 65号字体书写，并且保持一行到两行，这取决于产品名称的长度（请看例子）。描述性的产品标志只用在产品的借口或者产品包装上，不能被用于演示文稿，宣传品，广告或者人和其他划分标志或已经存在标志的地方。由于这些原因，这些标志不会被发布。在这些用途中，描述性的名称应该只有那些文字跟在注册商标RSA后面。如果你需要管理他们，请联系市场部。描述性的名称不是商标；在这些名字中只有RSA是注册商标。

管理方式1：注册产品名称标志



RSA SecurID 产品品牌



RSA SecurID 产品品牌和子品牌

管理方式2：没有注册的“描述性”产品名称标志



标志	文字	办公系统		
	部门标志	产品品牌标志	子品牌标志	合作伙伴标志
	RSA Secur World	RSA Secured	RSA SecurID Ready	RSA FraudAction Secured by RSA

合作伙伴标志

RSA SecurWorldTM标志

RSA SecurWorldTM的项目标志作为产品品牌商标遵循相同的规范。

- 标志必须始终与RSA砖块的视觉上结合，不能分开。
- SecurWorld始终选用Frutiger Blod 65字体，并且与” RSA” 保持相同的高度。
- 产品名称与RSA字母在相同的基线上，并与外边缘的距离相同，（ 为字母“A” 是到边缘的距离）。
- 颜色标准请参考2.1节

高分辨率和低分辨率的RSA SecurWorld标志以及RSA SecurWorld合作伙伴等级标志文件能够在RSA品牌标准中找到。

RSA SecurWorld标志识别的官方色彩是红色（ Pantone 485 Coated）以及黑色 (Pantone Black Coated)。色彩图表显示了颜色的专色（ PMS）值、以及相应的四色印刷（CMYK）和电子颜色（ RGB）值。

RSA SecurWorldTM 项目请务必参阅作为一个项目名称的使用的（ 参考第1章中的命名）。同时还要注意法律对于合作伙伴一词的限制（ 参考章节3b）。SecurWorld标志是一个RSA Security Inc.的商标。关于 RSA SecurWorld标志或者RSA SecurWorld级别标志的使用权限，请咨询E-mail:securworld@rsa.com。请在邮件中注明您要使用的标志。您当地的RSA SecurWorld代表处也应该在最初阶段进行审核。



RSAColor	Pantone	CMYK	RGB	Web-safe& HexValue
	485C	Co M100 Y100 K0	R255 G0 B0	R255 G0 B0 FE000C
	BlackC	K100	Ro Go Bo	Ro Bo Bo 000000
	White		R255 G255 B255	R255 G255 B255 FFFFFFF

此页面上显示的颜色以及本指导手册众没有被PANTONE公司进行精确的评估，不匹配PANTONE色彩标准。请参考当前的PANTONE出版物，以获得精确的色彩。

标志	文字	办公系统		
	部门标志	产品品牌标志	子品牌标志	合作伙伴标志
	RSA Secur World	RSA Secured	RSA SecurID Ready	RSA FraudAction Secured by RSA

正确和错误的彩色及黑白标志应用

正确使用	错误使用
彩色版本应用参考	字母“RSA”不应该填充黑色到砖块部分上。
单色版本应用参考	砖块应该用纯色填充，不要用线来描边。

在黑色或者深色背景的应用参考	标志不能单独框一个外框显示

	接受黑色或者深色背景上显示，但是不要优先选择反白模式的标志。尽量选用首选彩色标志。
--	-------------------------------------------

RSA SecurWorld™合作伙伴级别标志

SecurWorld™合作伙伴级别名称使用选用italic Frutiger Bold 65字体。它与“SecurWorld”左对齐。

在文本中，提到项目名称时，不要只使用“SecurWorld Access Partner.”请务必参考RSA SecurWorld™ Access Partner或者SecurWorld™ Solutions Partner的级别。



RSA SecurWorld Partner级别标志的正确和错误使用方式规范同样适用于RSA SecurWorld 标志。

RSA SecurWorld级别标志正确对齐及尺寸关系规范：



RSA安全®标志的设计，能适应多种不同的条件下使用。下一页上的例子包括所有允许的格式。该标志不应该被用于以任何描述其他东西的方式。如果您有任何疑问，请访问技术合作伙伴。

RSA安全品牌的官方色彩是红色（Pantone 485 Coated/铜版纸 & Un-coated/胶版纸）和黑色（PANTONE Black Coated）。色彩图表显示了颜色的专色（PMS）值、以及相应的四色印刷（CMYK）和电子颜色（RGB）值。

RSAC olor	Pantone	CMYK	RGB	Web-safe & HexV alues
	485C	Co M100 Y100 Ko	R255 Go Bo	R255 Go Bo FE000C
	BlackC	K100	Ro Go Bo	Ro Bo Bo 000000
	White		R255 G255 B255	R255 G255 B255 FFFFFF

此页面上显示的颜色以及本指导手册众没有被PANTONE公司进行精确的评估，不匹配PANTONE色彩标准。请参考当前的PANTONE出版物，以获得精确的色彩。

正确和错误的彩色及黑白标志应用

正确使用

彩色版本应用参考



单色版本应用参考



错误使用

字母“RSA”不应该填充黑色到砖块部分上。



单色应用标志外面的描边应定要用黑色，并且不能到处浮动。



彩色版本在黑色或者深色背景的应用参考



单色版本在黑色或者深色背景的应用参考



标志不能单独框一个外框显示



反白标志不允许在黑色应用中使用



标志	文字	办公系统		
	部门标志	产品品牌标志	子品牌标志	合作伙伴标志
	RSA Secur World	RSA Secured	RSA SecurID Ready	RSA FraudAction Secured by RSA

RSA Secured®战略合作伙伴项目标志

The RSA Secured 标志用于RSA Secured合作伙伴的产品供应商表示他们已经经过了RSA BSAFE 的技术许可，或者是通过了硬件及软件的技术许可并兼容RSA的产品。

经过RSA认证的这些供应商产品与RSA SecurID 的产品是可以实现互通的。所有的产品包装和宣传材料可能包括RSA Secured标志 “RSA SecurID Ready” 的文字描述。

对于已经通过RSA BSAFE技术认证的供应商，使用RSA Secured标志是应该遵守许可协议的要求。RSA Secured标志以及描述包括“RSA BSAFE加密或安全协议许可软件” 应该展示在网站上，同样也应该在所有产品的包装和宣传物料中包括RSA BSAFE技术。The RSA Secured标志也应该显示在软件的启动画面中。供应商也应该选择使用RSA Secured标志结合“RSA BSAFE enabled” 的文字说明。

RSA Secured标志不允许人任何与RSA只存在简单联系的公司使用。同样，RSA安全标志不适合于分销商。分销商可以使用在宣传物料上，但是必须是上文提到的符合RSA认证资格的特定产品。

RSA Secured标志标准

使用RSA Secured标志不要有任何的修改：使用原有的比例，不要修改颜色、亮度、对比度。

标志最小尺寸规定在20mm的宽度。因为这样能够加强品牌的统一形象，避免自己修改管理如添加线条、平卖难图形、剪贴画或者特殊效果（光环或阴影）。其他准则：

- 标志不应该是“浮雕” 在图片背景中。
- 不要加入其他标志中让它看起来像另一个标志的一部分。
- 这可能与其他类似的“第三方” 的标志，但大小和间距应遵守同样的方式，以最大限度地发挥每个标记作为独立品牌的效应。

为了进一步清晰了解，或在特定情况下应用，最好发送电子邮件到partner-info@rsa.com进行询问。

在文本中，参考项目时，千万不要只写“Secured.” 请务必参阅该项目的RSA安全伙伴项目（见[章节1](#)）。

RSASecured（不仅仅是Secured）是RSA Security Inc. 的注册商标。另外还要注意使用文字“合作伙伴”（[章节3b](#)）的法律限制。

RSA的SecurID Ready标志

RSA SecurID Ready身份验证项目是一个技术合作伙伴项目。RSA SecurID Ready标志代表的合作伙伴提供了RSA SecurID认证设备，可以作为一个认证的产品。合作伙伴有权使用这个标志已通过RSA安全认证。标志是只可用于指定为RSA的SecurID Ready伙伴的合作伙伴。它指定要显示在启动画面，合作伙伴的用户界面和包装的等技术产品上。

项目符号“Ready”应用Frutiger Blod 65字体，57%产品系列品牌的“SecurID”的尺寸以及其上边与砖块底线对齐，左对齐的产品名称。标志遵循RSA的产品标志相同的规则。（参见2.1节）。它可能不改变在这里看到的正确的形式。

关于标志文件，请联系RSA司令部的RSA Secured伙伴关系组。

标志仅被作为第三方的标记，告诉客户网站或产品的安全特性以及状态。在使用时有以下限制：

- 这个标志不能被客户的标志或其他艺术作品所包围，从而感觉像是客户的一个标志。
- 标志可以被放置到客户的标志或其他艺术品相邻的地方，只要在两个标志之间有足够的空间。

网页上应该留有足够20像素边缘的距离显示的RSA SecurID Ready标志。打印时应该留有足够0.5英寸边缘的距离显示的RSA SecurID Ready标志。



正确使用



错误使用



RSA FraudAction标志

RSA FraudAction标志是客户收到RSA FraudAction网络反钓鱼服务的指示。它只能用于网络并且不是用来代替企业标志或者放在其他公司的网站说明他们已经够买了RSA FraudAction网络反钓鱼服务的。同样它也不是用来在适当的位置代替企业标志的RSA FraudActionSM标志。这个标志没有发布。标志文件可以通过联系RSA公司总部的RSA消费者帮助部门索取。标志由RSA砖块和服务标志FraudAction组成。这两个元素不能分离或者修改；FraudAction应该始终保持与RSA砖块的比例以及关系。

在我们客户的网站，这个标志仅仅只是一个第三方标志，代表着客户签署了RSA FraudAction服务。因此有如下几点限制：

1. 标志不能包含其他客户的标志或艺术作品，所以也不能变成客户标志的一个部分。
2. 标志应该与客户标志或者艺术作品相邻放置，并且他们要有足够的间隙。在线上有规定FraudActionSM标志在任何方向的边距都是20px。

客户授权的标志有一个超链接到一个新的网页地址：<http://www.rsa.com/node.aspx?id=3020> RSA有权改变URL在任何时间。如果客户自行改动包括RSA经营的网站的超链接，RSA有权撤销与客户的关系。

正确使用



错误使用



正确使用



错误使用

不要与另一个标志缠在一起



Secured by RSA标志

Secured by RSA标志代表着客户正在使用RSA自动认证解决方案。

这个标志适用于网络和打印。它不是为了取代部门标志或者使用于RSA自动认证解决方案网页或宣传物料以外的地方。同样也不能作为Secured by RSA商标来取代RSA部门标志。

这个标志没有发布。标志文件可以通过联系RSA公司总部的RSA消费者帮助子部门索取。

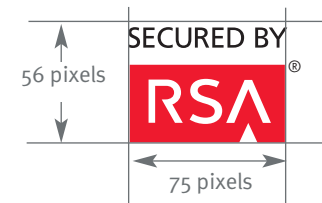
Secured by RSA标志这里的显示尺寸是常用尺寸。这个标志由RSA砖块和文字SECURED BY组成。这2个元素不能被分开或者修改；SECURED BY应该始终以同样的比例以及关系显示在RSA砖块旁边。

“The Security Division of EMC”这句话不是Secured by RSA标志的一部分。部门标志包括了“The Security Division of EMC”这句话它是一个独立的标志。这2个标志不能合并。

在客户的应用中，Secured By RSA标志是作为一个第三方的标志，代表客户网站的拥有RSA的安全功能。因此，有如下几点限制：

- 这个标志不能放置在客户的标志或者其他艺术品里面，让它感觉像是客户的标志的一个部分。
 - 标志应该与客户标志或者艺术作品相邻放置，并且他们要有足够的间隙。
- 在线上有规定Secured By RSA标志在任何方向的边距都是20px。

正确使用



错误使用

不要结合下面那句话使用



不要将版式随意改变



不要将比例随意改变



不要放置在其他标志中



部门识别物料

印刷字体

在平时工作中的字体，易读性应该指导字号，宽度，颜色，显示在图形或图像上。对于部门品牌物料始终选用RSA指定的Meta系列字体，RSA会用到 Roman Bold, Roman Medium 和 Roman Normal 这几个版本。EMC（母公司）对Meta整个系列字体有使用权。字体可以向部门市场营销部的Bill Grainge索取。

线上字体使用

线上应用如Microsoft® Word, PowerPoint®和其他对字体有限制的程序使用 Arial字体。Arial是Microsoft Windows系统的预装字体。RSA 市场营销部提供了一个可以用于公共演讲的PPT模板，它可以在品牌/图形库下载（只针对RSA线上员工）。

Frutiger字体是RSA识别的官方字体，它用于主品牌识别文字中。除了“The Security Division of EMC”这句话用了Meta Medium Roman是为了反映属于EMC（母公司）管理这个性质。Frutiger 65 (bold)用于RSA产品品牌识别，部门公司署名，服务标志以及产品物料（如文档）。Frutiger 55 (normal)用于次要部分。所有创建的标志以及文档都来自于部门市场营销部，所以不需要获取Frutiger字体。

单词使用

RSA有标准化的条款并具体到产品以及例外情况，这是参考了标准条款。如果你有任何问题，参考条款列表中第一个以及第二个。一个链接到正确的最新的单词列表：品牌/图形库（只针对RSA线上员工）。

Meta Normal Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Meta Medium Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Meta Bold Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Frutiger 55 (normal)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Frutiger 65 (bold)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

办公系统

在美国,RSA办公系统识别包括: 9x12 和 10x13 信封, #10商务信封, A6记录卡, 标准名片, 美国标准信纸和第二页以及记录卡。这些物料包括了部门标志和其他信息识别, 识别字体规定为 Frutiger 65 (bold)。

这些识别物料可以在通过网上制定个性化的识别(如果它们有提供), 但是只能通过您的帐号管理。



伟大的品牌不是天生就存在的，它多年来通过不同的人，经过不同的变化一步一步建立起来的。这就是为什么为我们的客户形成一个统一的品牌体验是我们成功的关键。

客户首先会通过我们的品牌识别的传播（看和感觉）判断它们在品牌市场上如何看待我们。我们的品牌传播保持统一性体验是关键因素。RSA品牌元素的设计如看、感觉、风格、声音都带来了RSA品牌个性。它们帮助我们传达热情、真实、驱动、动态、创造的感觉。我们是一个领导者。唯一的方式是我们将所有的设计元素结合起来形成一个RSA品牌，并且传达给每一个客户从而让我们拥有更多的商机。

多个客户，多个信息，多个解决方式。一个聚焦点。

我们的优势，我们的策略，我们的技术是全球消费者最广泛需求的东西，并为它们的资产、品牌和用户的保护提供信心。没有人能比RSA对数据的以及访问更具独特优势。我们这样，能够帮助客户发现新的业务机会以及开拓创新的机会。

我们品牌传播的新外观和感觉直观地支持我们的品牌承诺，确保信息始终是保密的资产。我们的品牌设计系统采用了图形化设备，在视觉上带来了一个简单而强大的科技思想，安全以及商务支持。这种方式具有极高的灵活度，它可以直观地传达我们品牌以及产品和我们提供地解决方案，同时在一定范围内通过选择图片给予一个故事或者给予客户所需要的那种感觉。

在我们品牌设计的其他建设区域包括了一个强大的“红砖”，用这种新鲜的方式创造了我们的重点关键信息；扩展的辅助色增强了RSA红色的特性，干净的办事增强了阅读性；专有的摄影风格的图片直观地讲述了一个关于我们的领先技术以及未来畅想的震撼人心的故事。

结合两者，新的设计元素帮助我们以独特的方式传达信息和新的信心，现代的视觉语言支持新的RSA品牌。此处的指导提供了一个用语开发设计和产品物料传播的框架，这样能反映我们所期望的，以及提供了更多的灵活性，对应各种特定需要和生产。您的支持确保了这些设计标准能够有效的执行。

建立品牌识别的五个重点板块

1. RSA的部门标志
2. 字体
3. 色彩
4. 风格图片
5. 半透明的“砖块”

字体

RSA品牌视觉个性的核心是字体，统一的字体使我们的传播更具有凝聚力和有效。

Meta是RSA指定的品牌字体：对于其他安全公司来说它是现代的，干净的。这里同样也指定了 EMC（母公司）的字体，增添了企业的统一效应。

在RSA品牌物料应该使用如下Meta字体：

Meta Normal Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Meta Medium Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

Meta Bold Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

在实际应用中，包括Microsoft® Word, PowerPoint®以及其他程序对于字体有局限性，Arial是代替字体。易读性指导字的大小，宽度，以及排版等。

获取字体

EMC（母公司）对Meta整个系列字体有使用权。字体可以向部门市场营销部的Bill Grainge索取。

在我们的品牌传播中颜色起着关键性作用。红色以及红色的“砖块”长期以来一直伴随着RSA。在我们这个行业我们独占红色。这很强大，充满活力以及在应用时充满灵活性并且是半透明。

主要色彩

RSA的主要色彩是强大的以及简单的：红色、黑色和白色。它们代表了核心品牌色彩。在食用色彩时请对RSA的供应商认证，确保打印的一致性。

色彩图表颜色是由它们PMS值经过相应的公室转换成四色打印色（CMYK）以及电子色（RGB）。没有显示的颜色的值也是允许的，还可以进行更多的选择。其他的红色是不允许的。

RSAC olor	Pantone®	CMYK	RGB	Web-safe & HexV alues
	485C	Co M100 Y100 Ko	R255 Go Bo	R255 Go Bo FE000C
	BlackC	K100	Ro Go Bo	Ro Bo Bo 000000
	White		R255 G255 B255	R255 G255 B255 FFFFFFF

此页面上显示的颜色以及本指导手册众没有被PANTONE公司进行精确的评估，不匹配PANTONE色彩标准。请参考当前的PANTONE出版物，以获得精确的色彩。

二级/三级辅助色彩

二级/三级辅助色彩应该使用提供的相同类型，让RSA品牌物料在产品 and 市场中增加亮点区别于其他品牌。避免将这些颜色作为主导颜色。在大多数传播中，红色应该占据主导地位。使用的颜色值显示在这里，供应商应经过RSA的验证，以确保颜色使用的统一性。









彩色图表显示的颜色由他们的彩通配色系统（PMS）的数量，以及相应的公式为四色印刷（CMYK）和电子复制的公式（RGB）。

色彩图表颜色是由它们PMS值经过相应的公室转换成四色打印色（CMYK）以及电子色（RGB）。没有显示的颜色的值也是允许的，还可以进行更多的选择。其他的红色是不允许的。

二级辅助色彩

RSAColor	Pantone	CMYK	RGB	Web-safe & HexValues
	294C	C100 M58 Yo K21R	9 G53 B102	Ro G51 B102 18357A

Tertiary Colors

	452C	C24 M18 Y42 KoR	194 G189 B133	R204 G204 B153 C2BD85
	5425C	C30 M4 Yo K31	R124 G150 B161	R102 G153 B153 7B96A1
	5565C	C30 Mo Y24 K26	R133 G167 B137	R153 G204 B153 85A789
	428C	C12 M6 Y5 K12R	195 G200 B200	R204 G204 B204 C3C8C8
	4645C	Co M37 Y68 K28	R183 G116 B48	R153 G102 B51 B87430
	5773C	C9 Mo Y43 K38	R44 G152 B89	R153 G153 B102 909859
	535C	C42 M27 Y7 Ko	R148 G157 B189	R153 G153 B204 949DBD
	5493C	C43 Mo Y14 K21	R115 G167 B159	R102 G153 B153 73A79F

视觉风格

RSA品牌视觉识别

目前RSA的品牌形象和品牌的未来的愿望是我们的视觉表达的灵感之源。研究发现，RSA的品牌个性特征包括如“聪明”，“稳定”，“一致”，“高品质”和“专业的”。我们也清楚地听到客户和员工期望越来越重视创新和行业领导地位。我们的评估，得出的结论是RSA的品牌视觉表达，应该是最受尊敬的团体，同时也注入了新的活力与激情，反映了公司的未来的机会。

因此，我们确定了我们的视觉沟通应该平衡品牌两个主要概念：能力和远见。能力说明的稳定性，质量，业绩和知识，在我们的公司并扮演着重要的角色。视觉暗示的创造力，新鲜度和能量，并提供了专注于不断创新的解决方案，我们提供的机会，我们帮助客户实现我们的努力的结果。

新的视觉风格关键基本要素是一个双窗格的图形架构，图片，半透明的红色砖的应用和新的摄影风格。请参阅本指南中的例子来了解这些核心图形元素的应用。总体而言，新的视觉风格是开放的，清洁的，技术和纪律。我们认为这将是跨越多种沟通的机会。

双窗格的图形框架

通过一个可视化的框架演示的能力和远见，实现了动态品牌的完形。在双面板，侧端图形化的方式最能抓住这两个概念。

- 一个侧面代表了我们的竞争力：基础技术，技术创新或受保护的数据，无数的新的可能性；
- 另一侧抓住了本质，我们的视野，人，地方或事物的能力实现了新的可能性，并有了巨大的机会。

双窗格的方法具有很高的灵活性，它可以直观地传达一个总体的我们公司和我们所提供的产品和解决方案的想法，同时注重在广泛的情况下，客户的选择。据我们了解，不是所有的传播都需要双面板，所有的布局也不能容纳在一个平面视觉。呈现不一样概念是可以接受的，虽然优选的默认值是总是双窗格的演示文稿。RSA部门内部网下载照片以及显示首选搭配。品牌/图形库（仅适用于RSA内网用户）。

半透明红色砖

半透明的红色砖是一种非常有效的设计元素，这将有助于把注意力集中在关键的传播信息。黑色或白色的文字放在该元素上。砖块是标志一种微妙的反射的和原始的显示，因此，它反映了我们的想法并且可以变成一个的品牌元素。设计师，请使用标准化的半透明砖（Adobe公司的Photoshop 文件），可从事业部市场索取。请注意，在此文件中的颜色已被优化，以混合带有标志的红色，但是不一样的颜色规格。用于透明度的红色的如下所示。透明度为85%。

RSAC olor	Pantone®	CMYK	RGB	Web-safe & HexV alues
	485C	Co M100 Y91 Ko	R255 Go Bo	R255 Go Bo FE000C

图片风格

图片是新的视觉品牌的重要组成部分，可以极大地传达我们品牌的重要品牌概念和愿景。为了强化品牌感，我们已经传见了一套摄影风格，以及一个可以自由使用地图片库，制定正确地传播。

图片地选择应该是关于我们公司、产品以及客户强有力地要点。我们有2种图片风格提供选择：

- 一种图片风格被称作“抽象科技”，它旨在传达我们的竞争力—科技、系统、产品、以及数据的安全解决方案。
- 另一种愿景图片被称为“落脚点”，它旨在传达使用我们安全解决方案所带来的积极的成果。这是代表着使用我们技术和解决方案的人、地方或者事物从中获益。

品牌/图形库

我们已经将所有的照片放在品牌/图形库，因此我们有对它们的使用权。随着时间的推移我们会不断添加新的图片。

对于许多应用程序，从我们的品牌/图形库选择并列的图片可能是有效的，你能在下一节看到例子。品牌/图形库中去选择图片应该要能够覆盖大多数传播状况。

请尽量避免使用商业摄影图片，因为RSA并没有使用这些图片独家代理权，因此你可能会发现其他公司或者产品在使用相同的图片歹势代表着不同的理念。受众可能已经在其他地方看过了这些商业图片。这会削弱品牌。

如果您需要一个自己原创摄影图片，请使用部门库的灯光、模特和高质量的指导。或者联系营销部门获取适当的图片。

如果您还是需要使用商业摄影图片，请谨慎选择。当选择图片进行传播时，用这个例子作为参考，确保使用最高质量的图片。全彩图片是首选。只有在颜色有限制的情况下，如报纸广告，才能使用黑白图片。



双窗格摄影图片用的半透明砖块标志的竖式市场宣传册封面。信用卡的图像被认为是“抽象科技”类型，购物者的形象是一个从我们的解决方案中受益的人，在这种情况下，信用卡安全性得以表现。

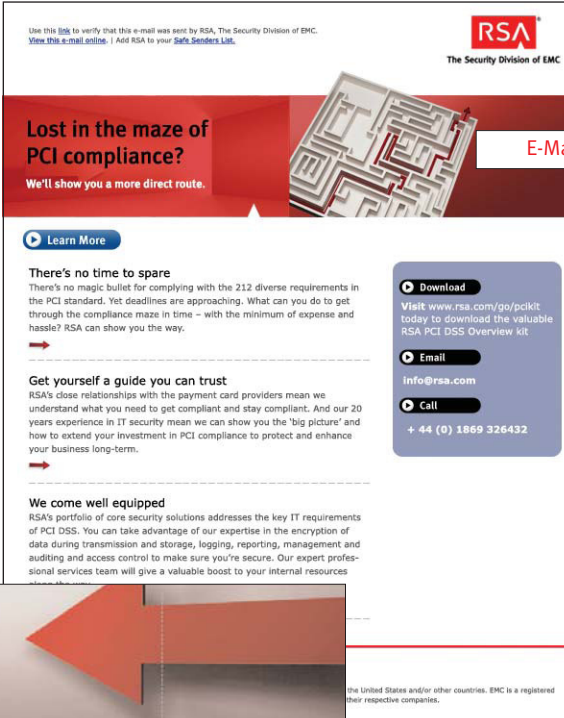
广告和系列广告

广告和主题活动是RSA品牌承诺的关键信息点表达的强大途径，同时加强了RSA在我们客户中的品牌个性。它们提供了我们与客户建立关系的机会同时传播具体信息。

为了巩固我们的品牌展示，在广告和促销传播种都遵守RSA品牌识别标准，并使用一致的要求。所有RSA品牌传播必须经过RSA部门市场部批准。如果您自行制作了不同的传播信息，请联系部门市场部帮忙指导以及审查。

例子：广告和系列广告

以下例子演示了我们如何将网上促销或者广告中转换成新的品牌识别。虽然单一的例子不能覆盖所有的传播，但是它们可以提供给你一个我们品牌的传播感觉。



Use this link to verify that this e-mail was sent by RSA, The Security Division of EMC.
[View this e-mail online](#) | Add RSA to your [Safe Senders List](#).

RSA
The Security Division of EMC

Lost in the maze of PCI compliance?
We'll show you a more direct route.

E-Mail

Learn More

There's no time to spare
There's no magic bullet for complying with the 212 diverse requirements in the PCI standard. Yet deadlines are approaching. What can you do to get through the compliance maze in time – with the minimum of expense and hassle? RSA can show you the way.

Get yourself a guide you can trust
RSA's close relationships with the payment card providers mean we understand what you need to get compliant and stay compliant. And our 20 years experience in IT security mean we can show you the 'big picture' and how to extend your investment in PCI compliance to protect and enhance your business long-term.

We come well equipped
RSA's portfolio of core security solutions addresses the key IT requirements of PCI DSS. You can take advantage of our expertise in the encryption of data during transmission and storage, logging, reporting, management and auditing and access control to make sure you're secure. Our expert professional services team will give a valuable boost to your internal resources.

Download
Visit www.rsa.com/go/pckit today to download the valuable RSA PCI DSS Overview kit

Email
info@rsa.com

Call
+ 44 (0) 1869 326432

the United States and/or other countries. EMC is a registered trademark of EMC Corporation.



RSA
The Security Division of EMC

PCI
There's no time to spare

Complying with the PCI standard is far from simple. Its 212 requirements extend across IT systems, processes and physical security. So you can't just check a box and move on to other jobs: there's no magic bullet that assures compliance.

Yet deadlines are approaching – and the penalties for non-compliance are severe. There's nowhere to hide, so what can you do to get through the maze by the deadline – with the minimum of expense and hassle? RSA can help you get on the right road to compliance.

We come well equipped

RSA's robust and extensive portfolio of core security solutions addresses the key IT requirements of PCI DSS. You can take advantage of our skills in encryption of data during transmission and storage, logging, reporting, management and auditing and access control to make sure you're secure. Furthermore, our solutions include the expertise of industry-leading partners and will integrate with your existing systems and processes to make compliance as painless as possible.

START TODAY
Visit www.rsa.com/go/pckit today to download the valuable RSA PCI DSS Overview kit and to learn more about PCI DSS solutions. And then find out more about the solutions and ways to make sure you're secure.

直邮

展会及活动

展会及活动为向我们的主要目标受众巩固我们的能力和声誉提供了独特的机会。一个本地的领导者系列讲座或行业展会事件可以加强品牌对顾客的吸引。发展一个单一的相应主题，然后适当向观众表达过各种各样的传播是一个很好的产生影响的方式，同时这样能够最大限度地提高您的营销投资。

为了确保部门的一致性表达您的主题，您应该使用RSA品牌风格图片以及关键信息。选择相应的题材或者受众图片。不要让每一个元素看起来都相同；但是应该有一个一致的品牌识别标准保持视觉上的统一。

注意开发一个主题活动并创建一个新的标志。根据定义，研讨会和活动需要明确一个开始和结束日期，或者定期发生，例如季度研讨会。虽然活动需要一个程式化的名称活标题，但不是每一个活动都需要一个不一样的标志。这些活动应该清楚的表明RSA是赞助商。我们应该首选RSA部门标志。对于具体的指导工作请联系营销部门。主要的一些文件也请联系他们索取。

以下示例展示了如何运用新的品牌标识在各种研讨会和活动中。



易拉宝展架



顶部表格



电子邮件报价



RSA 展台

宣传品

我们的宣传物料帮助我们和信息传达给各种各样的有需求的受众。我们开发出的一种新的宣传品架构能够提供结构和一致性的帮助，它们被定义为三大类，基于特定的信息和功能，以及目标受众群体的需求。

本章节会提供一个宣传品架构表以及它们每一个类型的规格。各主要类型（小册子，折页等）都有一个预先设计的模板协助开发。我们也提供一些可以选择的本章节所应用的例子。我们正在设计全新的品牌风格，相关的新的物料也会在每周有更新，所以请隔2周查看一次宣传品的设计升级。宣传品可以在网上索取：rsa.faicentral.com/access。

开发新的宣传品

如果您正在开发新的宣传物料以及需要新的格式的指导或者使用我们的模板，请联系营销部门。在开发新的宣传物料之前请回答以下列的问题：

1. 受众怎么去使用它们。请参考宣传品架构表（[第39页](#)）。
2. 最终表现形式，如网页的html格式或者是pdf格式，用于打印需求。
3. 宣传品的时间期限。
4. 宣传品的范畴，请参考宣传品架构表（[第39页](#)）。

了解这些问题回答的答案将有助于营销部门指导怎么去设计宣传品以及在新的开发中是否需要额外的帮助。那些不适合受众需求的，尺寸，以及设计的宣传品需要更多时间去设计，并且应该在营销传播团队的讨论之后进行特殊的处理。

宣传品		产品规格	目标受众
单页设计	<ul style="list-style-type: none"> •思想领导 •部门背景资料 •部门的PowerPoint* •部门资料夹 	独特的设计，例如，Vantage杂志 – 完全由营销部负责。	首席执行官、首席运营官 首席财务官、董事会成员
概览小册子	<ul style="list-style-type: none"> •行业解决方案或业务部门概述 	7 × 10英寸（150x210mm）8、12、16或20页的内容，最多300字/页。这是高级的概述;允许3–5页的摄影和其他艺术图片;完美的结合，通常由分区公关部负责印刷。	首席信息官、公司首席技术官 销售总监、CSIO、公关总监（私障）
解决方案简介	<ul style="list-style-type: none"> •商务解决方案 •技术解决方案 	7.25x10.5英寸（184x267mm）2、12、或10页的内容，最多500字/页。这些产品UCT/解决方案部分的内容应描述RSA或者RSA及合作伙伴的产品解决方案。在特殊的情况下可以插入图片。如果有表格或插图，文字内容必须减去。骑马丁装订方式，数字印刷。	ITvp、ISvp、基础建设vp、 vp/LOB总监(VP应该是某一种职位)
案例研究	关于个别客户使用RSA产品的故事	8.268x11英寸（210x280mm）2页（双面单张纸）的内容，最多500字/页。里面应该包括：内文应该描述RSA的安全解决方案怎么帮助一个有名的客户解决他们的问题。每一叙述里面必须包括一个50 ~ 100字的内容描述RSA如何加速客户的商务发展。主要以PDF显示。	IT总监、IS总监、基础建设总监、 反诈骗总监、商务总监
白皮书	行业问题或技术发展趋势	8.268x11英寸（210x280mm）6、10、14或18页的内容，最多500字/页。这些思想领导的内容应仅限于在非RSA为中心的方式讨论行业问题，白皮书没有产品页面。主要以PDF显示。	IT总监、IS总监、基础建设总监、 反诈骗总监、商务总监、 VP/LOB 总监
分析简介	行业趋势的分析\内部报告	以PDF显示原来通过销售门户分析所提供的资料。	IT、IS、基础建设、反诈骗、商务、 VP/LOB 总监
产品数据表	单独的会有SKU编码的产品描述	8.268x11英寸（210x280mm）2或4页内容（标准为2页），最多500字/页。内容应限制在一个简短的讨论关于特性优势和技术规格的单页。其他产品的互动信息也包括在内，但保持简短。采用胶印和数字印刷。	IT、前台、安全、桌面、网络、 WAN/ LAN的安全性、风险MGMT、 安全架构师、开发人员
指导	分析附录指导/安装解决方案	8.268x11英寸（210x280mm）6、10、14或18页内容，最多500字/页。主要以PDF格式显示。	IT、IS、基础建设总监， IT管理、安全架构师、开发人员
服务数据表	全球服务市场营销（专业服务）服务数据表	8.268x11英寸（210x280mm）2页内容（双面单张纸），最多500字/页。内容应描述我们的全球化服务怎么解决安全问题。主要以PDF格式显示。	IT、前台、安全、桌面、网络、 WAN/ LAN的安全性、风险MGMT、 安全架构师、开发人员
技术合作伙伴简介	技术合作数据表描述一些联合技术解决方案。	8.268x11英寸（210x280mm）2页内容（双面单张纸）。内容应描述RSA安全技术合作伙伴项目经理怎么创建和管理的。	IT、前台、安全、桌面、网络、 WAN/ LAN的安全性、风险MGMT、 安全架构师、开发人员
快速参考指导	产品/市场概览	8.5x4.25英寸（210x105mm）折页；4、6或者8个页面，最多250字/页。内容应描述RSA安全技术合作伙伴项目管理经理怎么创建和管理的。这是一个关于销售的快速参考指南；内容应该限定在产品的特性、目标受众、常见问题以及任何可以扶助识别的展望。数字印刷。	内部受众

1级：部门宣传品

1级宣传品传播我们在我们所服务的市场的领导地位。这些宣传品能否告诉我们“RSA是什么”以及“为什么选择RSA”这些问题以及重点围绕我们的解决方案的一些问题。这样做是为了建立我们作为一个以客户为中心、全球领先一体化的解决方案的形象以及声誉。

被列为1级的材料包括部门手册、部门PowerPoint®、部门一览（背景介绍），以及领导的材料包括我们备受推崇的Vantage出版物。下面举例了一些我们新的品牌审美。

部门背景



Vantage 杂志



安全领导执行指南



Presentation Title: 32 pt Arial Normal

PowerPoint® 模板

Force/Company, Date, Title



The Security Division of EMC

2级：功能类型宣传品

这个类别的宣传品比1级的更具体，比传达特定的品牌、产品、服务以及集成解决方案的内容。它能高速我们“RSA提供什么”，这些信息是利益导向。

被列为2级材料包括也无阻小册子、解决方案简介、案例研究、以及白皮书。这里举例了这些应用的新的品牌风格。



白皮书

3级：产品和技术宣传品

3级宣传品提供技术或者教育有关的特定产品、服务或者解决方案的信息，帮助客户作出更明智的购买选择或者提高他们的购买欲望。它们高速我们“我怎么订购、使用或者优化RSA解决方案”，这些信息是基于技术和特定的应用。

被列为3级材料包括产品数据表、技术指导手册、服务描述和合作伙伴技术简介。这里举例了这些应用的新的品牌风格。



产品数据表

解决方案简介

部门营销团队

Gail Freeman	总监, 部门营销 gfreeman@rsa.com
Paul Joyal	高级市场传讯经理 pjoyal@rsa.com 安全管理; 视频产品; 编辑, 杂志
Bill Grainge	高级平面设计师 bgraince@rsa.com 安全生产; 管理; 品牌咨询
Louise Johnson	展览和会议管理 ljohnson@rsa.com 美洲展会管理
Heidi Bleau	营销传播专家 hbleau@rsa.com 编写Web内容和PowerPoint演示文稿

网络资源

[RSA Brand Standards](#)
<http://www.rsa.com/node.aspx?id=1391>

[Winbrook Printing \(Stationery\)](#)
<http://winsource.winbrook.com/login.html>

[Branding/Graphics Library \(RSANET Users Only\)](#)
<http://rsanet.na.rsa.net/src/page.aspx?id=3650>

[Technology Partners](#)
<http://rsa.com/node.aspx?id=1296>