

# 天外天品牌书

# 天外天品牌书

## TWT Brand Book

---

TWT STUDIO 2017. 09

本规范手册包含的品牌基本原则和使用案例，通过基本标志、品牌色、图形设计以及图像排版风格，以保持“天外天”的品牌视觉识别统一性。本手册将呈现品牌所有的关键视觉元素以及系统地告诉大家如何在各个应用和物料上正确和统一地使用它们。我们应做到保持正确和一致地应用所有品牌关键视觉元素。然而，在遵循品牌统一性以及不违背品牌视觉识别的基础上，学习灵活运用其中的基本规则，从而衍生出更具创新、新颖、个性以及多维度特点的表达形式，传达出强大有力的品牌信息。

# 目录

## Contents

---

1.00 品牌 Brand	1.01 品牌概述 Brand Overview	5 - 6	4.00 品牌专用字体 Typography	4.01 中文 Chinese	37 - 38
2.00 标志 Logo	2.01 标志元素 Logo Elements	9 - 10		4.02 英文 English	39 - 40
	2.02 标准标志 Basic Logo	11 - 12	5.00 子品牌 Sub-brands	5.01 子品牌标志元素 Sub-brand Logo Elements	43 - 44
	2.03 垂直标志 Vertical Logo	13 - 14		5.02 子品牌展示 (部分) Sub-Brands(Parts)	45 - 46
	2.04 图形标志 Symbol	15 - 16	6.00 品牌应用系统 Applications	6.01 名片 Business Card	49 - 50
	2.05 安全区域 Clear Space	17 - 18		6.02 品牌产品 Brand Produce	51 - 52
	2.06 最小尺寸 Minimum Size	19 - 20		6.03 徽章 Badge	53 - 54
	2.07 版式位置 Logo Placement	21 - 22		6.02 衬衫 T-Shirt	55 - 56
	2.08 使用与限制 Restrictions	23 - 24			
	2.09 品牌形象规范 Image Specification	25 - 26			
3.00 品牌色 Color	3.01 品牌标准色 Brand Color	29 - 30			
	3.02 品牌色比例 Brand Color Proportion	31 - 32			
	3.03 背景颜色 Background Color	33 - 34			

1.00

## 品牌 Brand

1.01

## 品牌概述 Brand Overview

天外天工作室( TWT Studio)

2000年6月8日，天外天网站正式上线，天外天工作室也随即成立。十几年来，天外天工作室以网络思想政治教育为主要建设方向，开发了党建、形势与政策答题、新闻、问卷、投票、天外天商城、微北洋APP、问津APP、求实BBS等众多网络产品。 网络产品涵盖教育资讯、服务、生活、娱乐等领域，为天大师生提供全方位的网络服务。天外天工作室于2015年1月成为首批教育部大学生网络文化工作室。

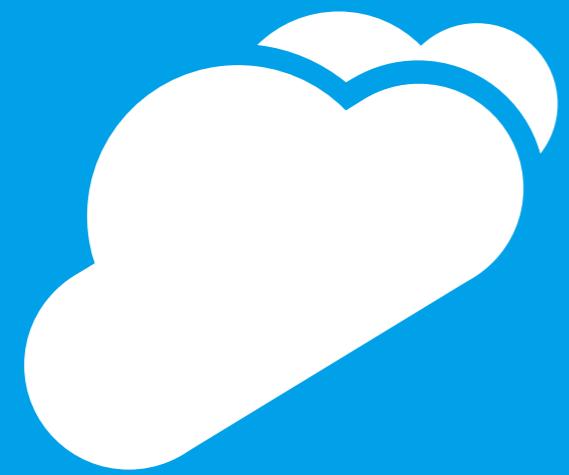
2.00

## 标志 Logo

2.01

### 标志元素 Logo Elements

天外天标识由两元素组成：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，并且文字标志不能单独使用。其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。本规范的各种电子格式文件通用  
于移动端或Web端，可在天外天工作室云盘组内公共分享区域进行下载。



图形标志 / Symbol

文字标志 / Logotype



标准标志 / Logo

## 2.02

### 标准标志 Basic Logo

标准标志是天外天的主要品牌符号，多数情况下请使用此标志。它有助于建立品牌识别，同时传达出品牌信誉与稳定性。标准标志的使用场景分为：在白色/浅色背景上使用纯蓝色标准版标志；在需要时，深色背景上可使用天外天灰色标志或者反白标志；在品牌蓝色背景上使用白色标志；当标准标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时可使用单色黑或单色灰标志，例如纸张印刷，物料印刷，特殊标示的情况。



天外天标准版

标志：天外天纯蓝版 背景：单白



天外天反白版

标志：天外天 白色 背景：蓝 黑



天外天单黑版

标志：单黑 背景：白色

## 2.03

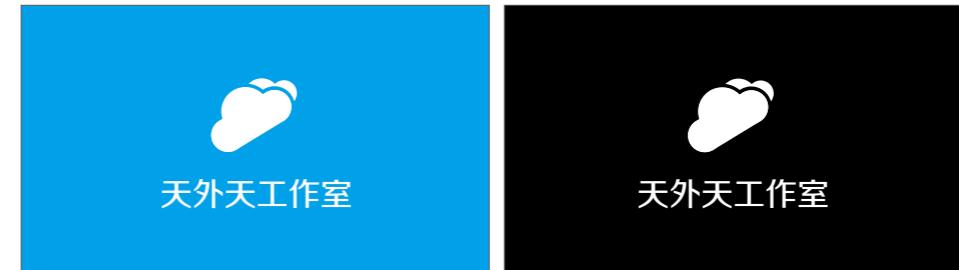
### 垂直标志 Vertical Logo

天外天的首要品牌视觉识别是标准标志，然而在显示区域宽度固定或有限的情况下，可使用垂直标志作为第二选择。其元素间的相对大小和位置是固定的。垂直标志的使用场景分为：在白色/浅色背景上使用纯蓝色标准版标志；在需要时，在深色背景上可使用天外天灰色标志或者反白标志；在品牌蓝色背景上使用白色标志；当标准标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时可使用单色黑或单色灰标志，例如纸张印刷、物料印刷、特殊标示的情况。



天外天标准版

标志：天外天纯蓝版 背景：单白



天外天反白版

标志：天外天 白色 背景：蓝 黑



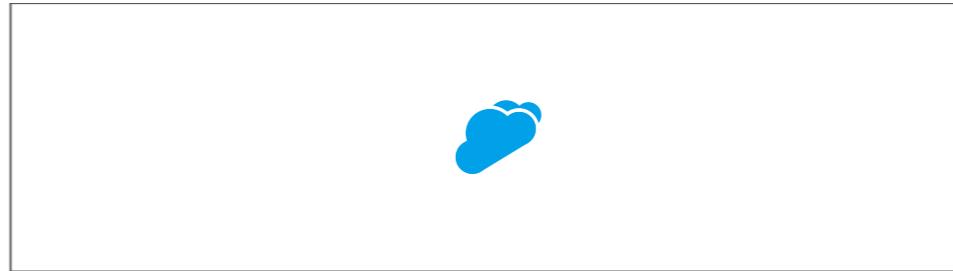
天外天单黑版

标志：单黑 背景：白色

## 2.04

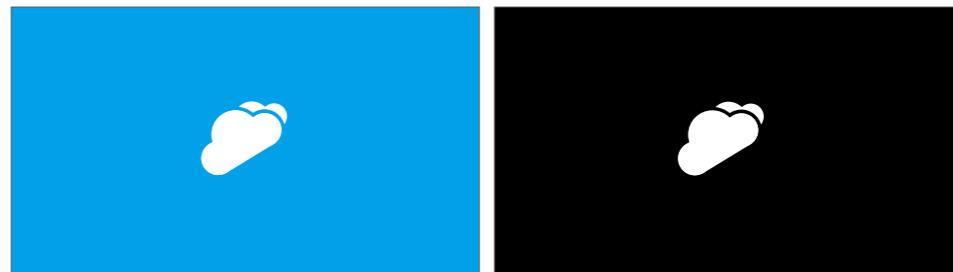
### 图形标志 Symbol

天外天的首要品牌视觉识别是标准标志，在标准标志里包含图形和文字内容。在一些情况下，是需要单独使用图形标志。其元素间的相对大小和位置是固定的。图形标志的使用场景分为：在白色/浅色背景上使用纯蓝色标准版标志；在需要时，深色背景上可使用天外天灰色标志或者反白标志；在品牌蓝色背景上使用白色标志；当标准标志不能以舒适的方式使用在单色应用场景时可使用单色黑或单色灰标志，例如纸张印刷、物料印刷、特殊标示的情况。



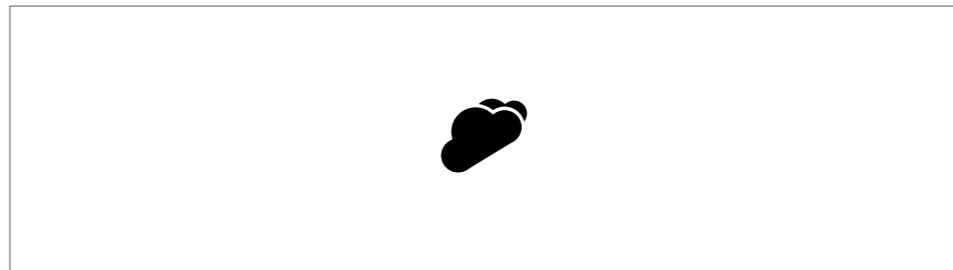
天外天标准版

标志：天外天纯蓝版 背景：单白



天外天反白版

标志：天外天 白色 背景：蓝 黑



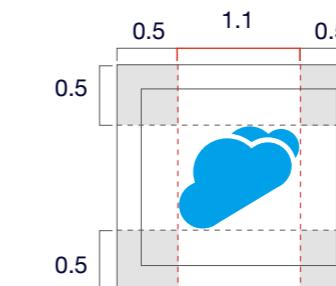
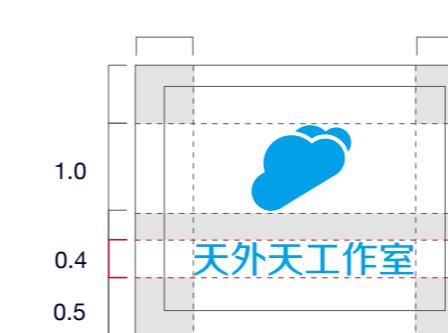
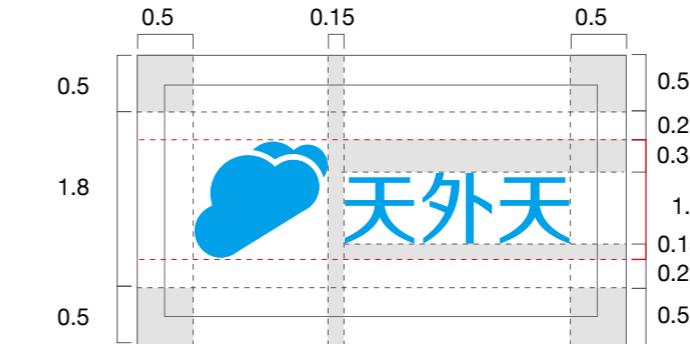
天外天单黑版

标志：单黑 背景：白色

## 2.05

### 安全区域 Clear Space

为确保天外天的品牌标志可以在所有场景中被易识别，标志周围需预留一定的安全不可侵犯区域。此区域相当于标志在运用时，与其他设计元素或文本内容所应保持的最小距离。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。



## 2.06

### 最小尺寸 Minimum Size

天外天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。且标志没有预设的最大尺寸，其标准标志的最小印刷尺寸宽度为16mm，最小显示器尺寸宽度为44px。



印刷宽 / Print: 16mm  
显示器宽 / Screen: 44px



印刷宽 / Print: 7mm  
显示器宽 / Screen: 20px

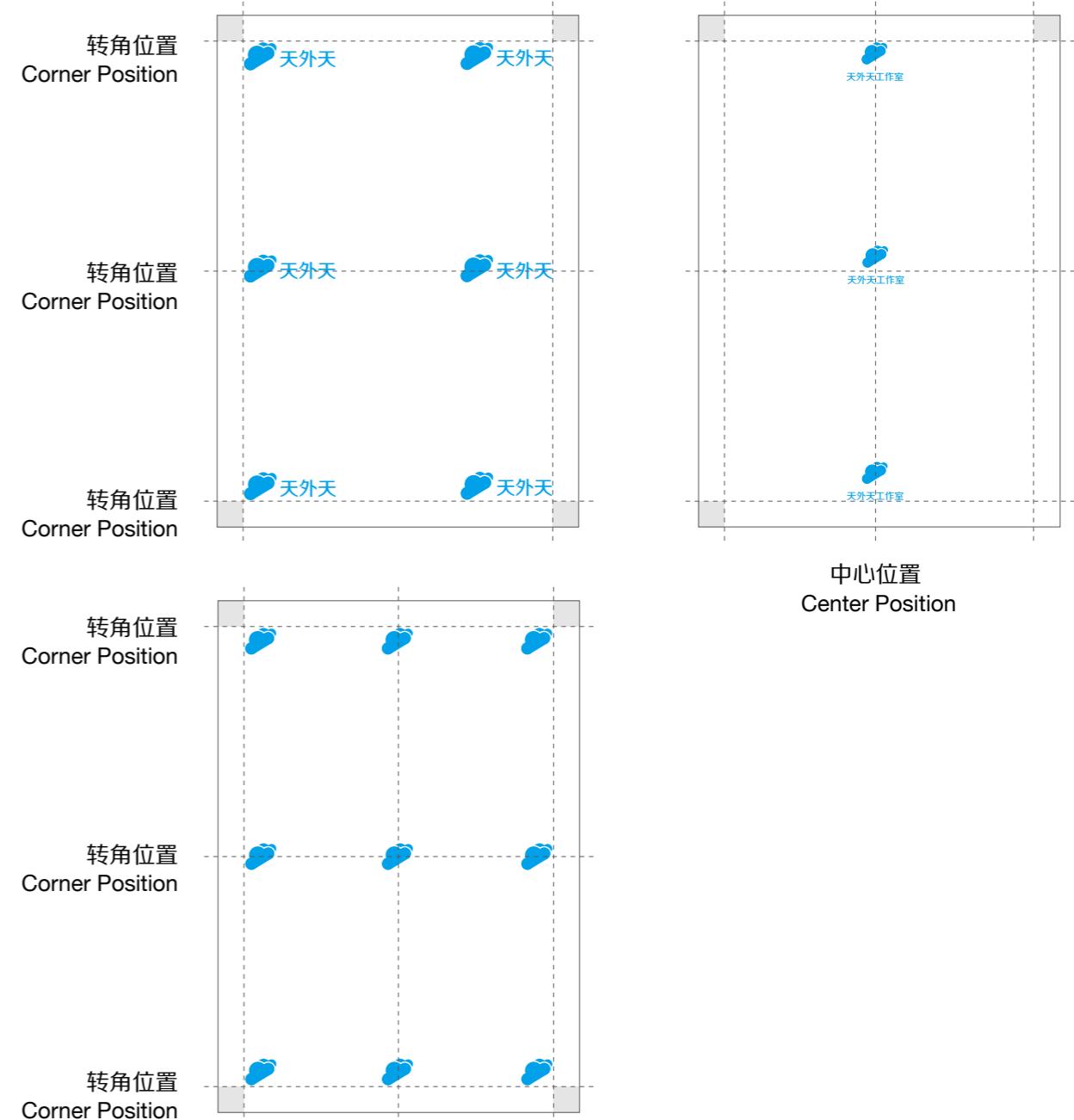


印刷宽 / Print: 5.5mm  
显示器宽 / Screen: 16px

## 2.07

### 版式位置 Logo Placement

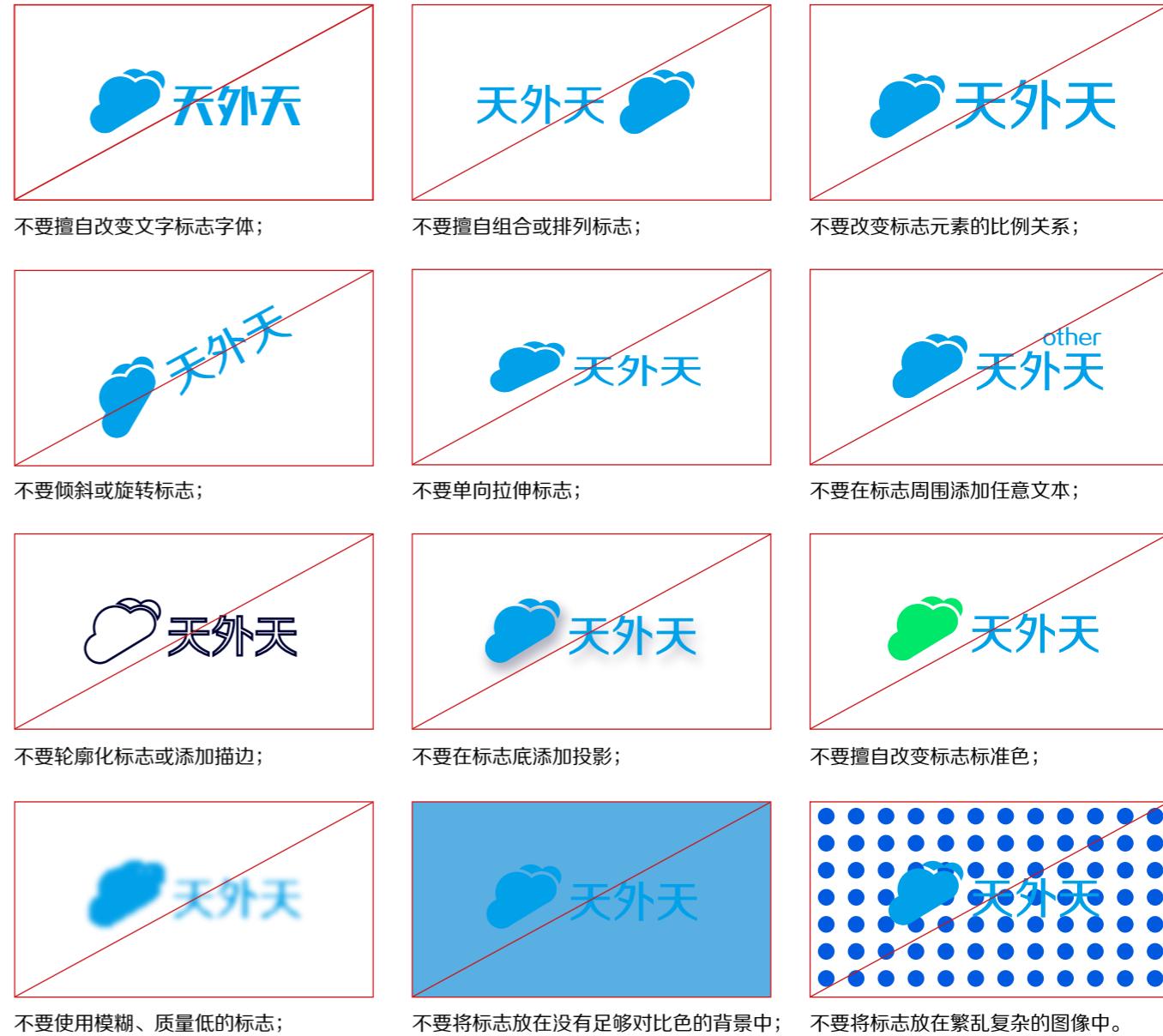
标志的位置取决于标志的样式。标准标志在版式页面中应遵循左对齐或右对齐，居顶、居中或居下。例如这种版式运用在大多数Web站点系统。垂直标志应遵循中对其，居顶或居下。而图形标志则应遵循左中右对齐，居上、居中或居下。



## 2.08

### 使用与限制 *Restrictions*

为了保证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。



## 2.09

### 品牌形象规范 Image Specification

天外天形象-天天

小天天是天外天的品牌形象标示，预示工作室团队人群以及我们所服务人群的年轻、活力、青春、向上 特质。

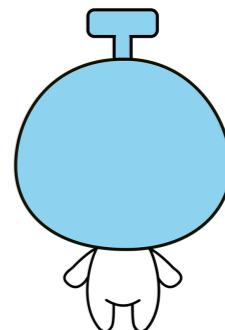
三维视角下，品牌形象有多视图展现。品牌形象的立体曲面细节有相应规范，应用时必须深思熟虑，谨慎和适当使用，不得擅自改动任意单个元素的颜色。



2维三视图



正面



侧面



延展表情包



期待



难过



飞吻



3.00

品牌色 Color

## 3.01

### 品牌标准色 Basic Color

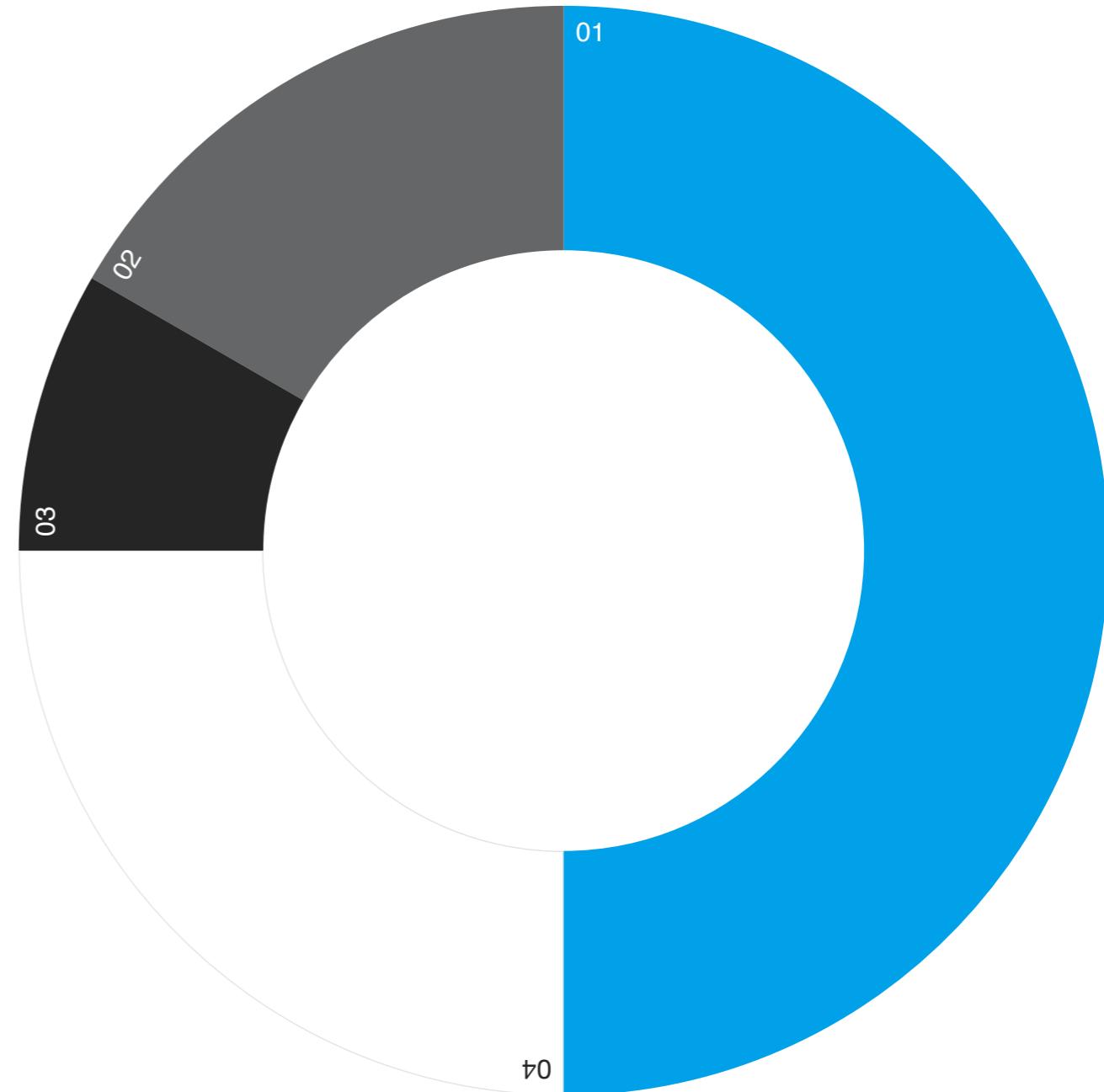
品牌色在天外天品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为天外天品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。天外天的每一个品牌色都有着精准匹配合适的Pantone色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的Pantone色值（单色）；若因条件限制无法使用Pantone色彩，选取对应的CMYK色值做为第二选择。为了避免品牌色因为不同显示器而发生色差，请尽可能使用PANTONE色。

天外天 纯蓝 TWT Green	R: 0 / G: 161 / B: 233 C: 76 / M: 20 / Y: 0 / K: 0 PANTONE 2925 C # 00A1E9	主色调 Main Color		
天外天 黑 TWT Black	R: 37 / G: 37 / B: 37 C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 90 PANTONE 426 C # 252525	子品牌参与色（辅色1） Sub Color 1		
天外天 漸变色 TWT Gradient	R: 5 / G: 213 / B: 238 C: 66 / M: 0 / Y: 16 / K: 0 # 05D5EE	R: 0 / G: 161 / B: 233 C: 76 / M: 26 / Y: 0 / K: 0 # 00A1E9	R: 0 / G: 129 / B: 229 C: 82 / M: 47 / Y: 0 / K: 0 # 0081E5	个性色（辅色2） Sub Color 2
天外天 白 TWT White	R: 255 / G: 255 / B: 255 C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0 # FFFFFF	反白显示色（辅色3） Sub Color 3		
天外天 灰 TWT Gray	R: 101 / G: 102 / B: 103 C: 68 / M: 59 / Y: 56 / K: 6 PANTONE 10 C # 656667	深色背景时标示显示色（辅色4） Sub Color 4		

## 3.02

### 品牌色比例 Brand Color Proportion

恰当的颜色比例使用可确保所有用户正确认知天外天品牌。蓝(01)应作为品牌主色；其他辅色(02-04)则有助于应用系统的使用和延展。



## 3.03

### 背景颜色 Background Color

纯色标志，建议做为代表使用标志。在白色/浅色背景上使用纯色标志或单色标志；在天外天蓝背景上使用白色标志；在黑色/深色背景上使用白色标志或蓝白标志，在白色/浅色背景上使用黑色标志或天外天蓝黑标志。



在白色/浅色背景上使用纯蓝色标志。



在天外天蓝色背景上使用反白版标志。



在黑色/深颜色的背景上使用灰色标志。



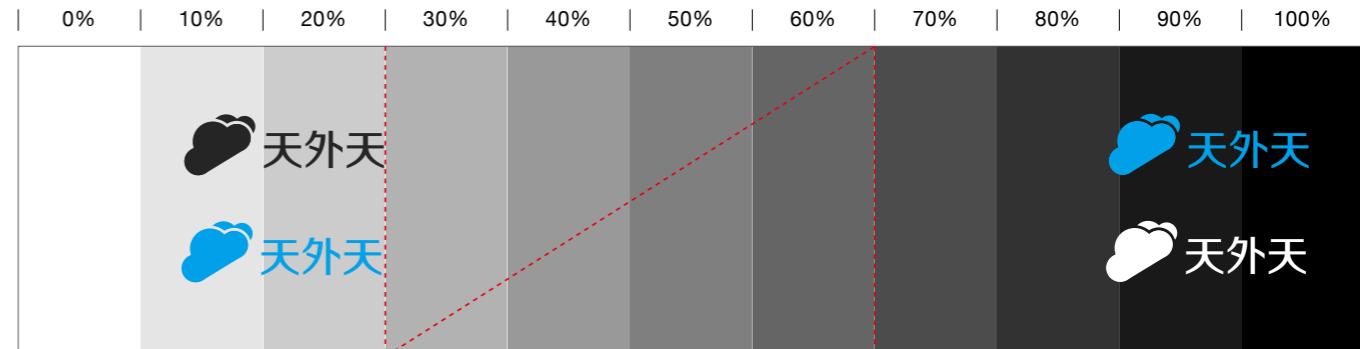
在黑色/深颜色的背景上使用反白版标志。



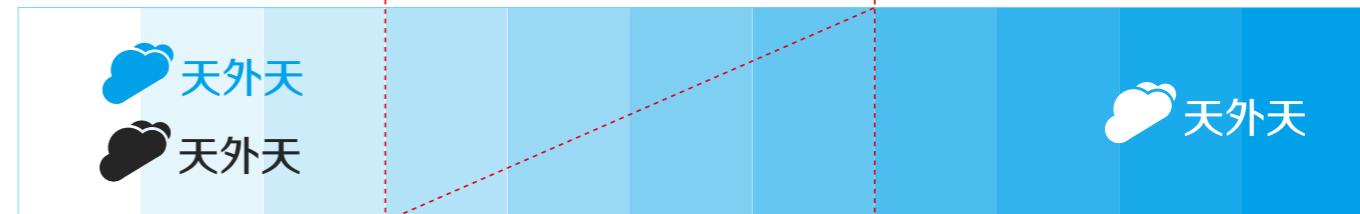
在明亮的图像上使用纯蓝色标志



在深色的图像上使用白色标志。



🚫 不要使用标识30-60%的背景。





4.00

## 品牌专用字体 Typography

## 4.01

### 中文 Chinese

品牌专用字体是品牌视觉识别的重要部分。品牌专用字体风格有助于建立品牌独特的美感。方正正准黑简体做为天外天的中文品牌专用字体，被用于品牌产品及品牌视觉传达中。

青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天  
青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天

。 ， ； ‘ “ ! ? + - \* / = ( ) 《 》

01.  
方正正准黑简体  
FZZhengHeiS-B

青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天  
青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天

。 ， ； ‘ “ ! ? + - \* / = ( ) 《 》

02.  
方正正准黑简体  
FZZhengHeiS-M

青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天  
青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天

。 ， ； ‘ “ ! ? + - \* / = ( ) 《 》

03.  
方正正准黑简体  
FZZhengHeiS-R

青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天  
青春无极限天外更有天青春无极限天外更有天

。 ， ； ‘ “ ! ? + - \* / = ( ) 《 》

04.  
方正正准黑简体  
FZZhengHeiS-L

## 4.02

### 英文 English

品牌专用字体是品牌视觉识别的重要部分。品牌专用字体风格有助于建立品牌独特的美感。Helvetica Neue做为天外天的英文品牌专用字体，被用于品牌产品及品牌视觉传达中。

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

01.  
Helvetica Neue Bold

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

02.  
Helvetica Neue Medium

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

03.  
Helvetica Neue Regular

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

04.  
Helvetica Neue Light



5.00

子品牌 Sub-brands

# 5.01

## 子品牌标志元素 Sub-brand Logo Elements

天外天拥有一系列的子品牌，所有子品牌标志延续整个天外天品牌的视觉表现，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，并且文字标志不能单独使用。子品牌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。

图形标志 / Symbol

文字标志 / Logotype



标准标志 / Logo

## 6.02

### 子品牌展示（部分） Sub-Brands (Example)

右图为部分子品牌展示。为统一天外天整个品牌基调，子品牌的使用需严格按照本书所述规范执行。例如右侧的学习平台、招募中心、理论答题、投票系统、问卷系统、社会实践标示样式。



天外天学习平台



天外天招募中心



天外天理论答题



天外天投票系统



天外天问卷系统



天外天社会实践



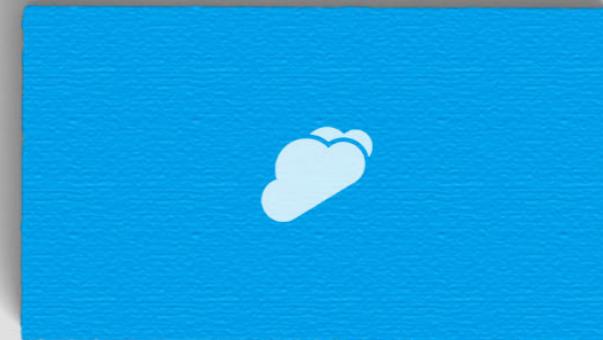
6.00

## 品牌应用系统 Applications

# 6.01

## 名片 Business Card

以统一的方式使用天外天品牌视觉识别系统将建立一个强大的品牌形象。如右图所示，天外天将以最正确的品牌基调为用户传达正确的品牌信息。



# 6.02

## 品牌产品 Brand Products

以统一的方式使用天外天品牌视觉识别系统将建立一个有效的品牌形象。如右图所示，天外天将以最正确的品牌基调为用户传达正确的品牌信息。



## 6.03

### 徽章 Badge

以统一的方式使用天外天品牌视觉识别系统将建立一个有效的品牌形象。如右图所示，天外天将以最正确的品牌基调为用户传达正确的品牌信息。在各类品牌应用场景中，图形标志运用可起到强有力地传达天外天品牌形象的作用。



## 6.04

### 衬衣 T-shirt

以统一的方式使用天外天品牌视觉识别系统将建立一个强大的品牌形象。如右图所示，天外天将以最正确的品牌基调为用户传达正确的品牌信息。例如右侧T恤中的运用，不仅可传递品牌效应，又体现了天外天品牌的亲和力。



