

标识 那些事儿

一看就懂的中国石化品牌形象手册
An Easy Understanding Handbook about Sinopec Brand Image

中国石油化工集团公司

地址:中国北京市朝阳区朝阳门北大街22号

www.sinopec.com

An Easy Understanding Handbook about Sinopec Brand Image
A Counselling Book of Brand Logo
Exclusive Operation for Sinopec Great Family
From now, we would appreciate to share the historical story about brand logo with you ...



ABOUT LOGO

An Easy Understanding Handbook about Sinopec Brand Image

一本

品牌标识辅导读物

专享

中国石化大家庭

从此刻起

一同分享品牌标识的历史故事.....

**An Easy
Understanding
Handbook about
Sinopec Brand Image**

CONTENTS

01

VI赋予品牌标识更生动的表情 04

1. 打破常识认知
2. 关于VI的重要事实
3. 将更多工具放进你的工具箱
4. 纵览全局的眼光

02

LOGO——开启品牌世界的大门 12

1. 中国石化LOGO史上的那点事儿
2. 如何成为一个有内涵的LOGO?
3. 国内外的中国石化品牌标识

03

保持品牌识别一致性极为重要的基础要素 20

1. 核心识别要素有哪些?
2. 8个方法保持品牌识别一致性
3. Hold住别犯错, 百分之百零差错秘籍4条

04

统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力” 44

1. 办公用品
2. 作业设备
3. 会议场景
4. 宣传媒介
5. 服装系统
6. 海外品牌标识的应用

05

从个别管理到系统管理, 让品牌架构足够“给力” 56

1. 关于传说中的品牌架构
2. 中国石化家族成员品牌树
3. 成为家族成员需要这种仪式感



01

VI赋予 品牌标识 更生动的 表情

VI是我们在
品牌标识系统中
首先想到的东西.....



● 对于中国石化每一名员工, VI系统都为大家提供了一个有力的形象支持, 当你为他人递上一张印有中国石化品牌标识的名片时, 彼此的信任就已经开始建立了, 所以VI系统是我们企业品牌标识系统中首先想到的东西。谈标识, 就要先从了解VI开始。

打破常识认知

深入了解VI的独特个性

01 VI赋予品牌标识
更生动的表情

如果你把VI
只是理解为一个
LOGO,
那你就OUT了!

标志、标准字、标准色、商号、辅助图形、图片等品牌核心元素，还有它们的组合规范、应用规范等都属于VI的范畴。话不多说，干货全码在下面了！

品牌
标识



产品品
牌标识



商号

中国石油化工集团公司
SINOPEC GROUP

中国石化扬子石化公司
SINOPEC YANGZI PETROCHEMICAL
CO., LTD.

字体

汉仪大宋
方正兰亭中黑简体
思源黑体

中国石化专用字体
中国石化专用字体
中国石化专用字体

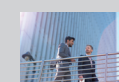
色彩



图片



人物



环境场景



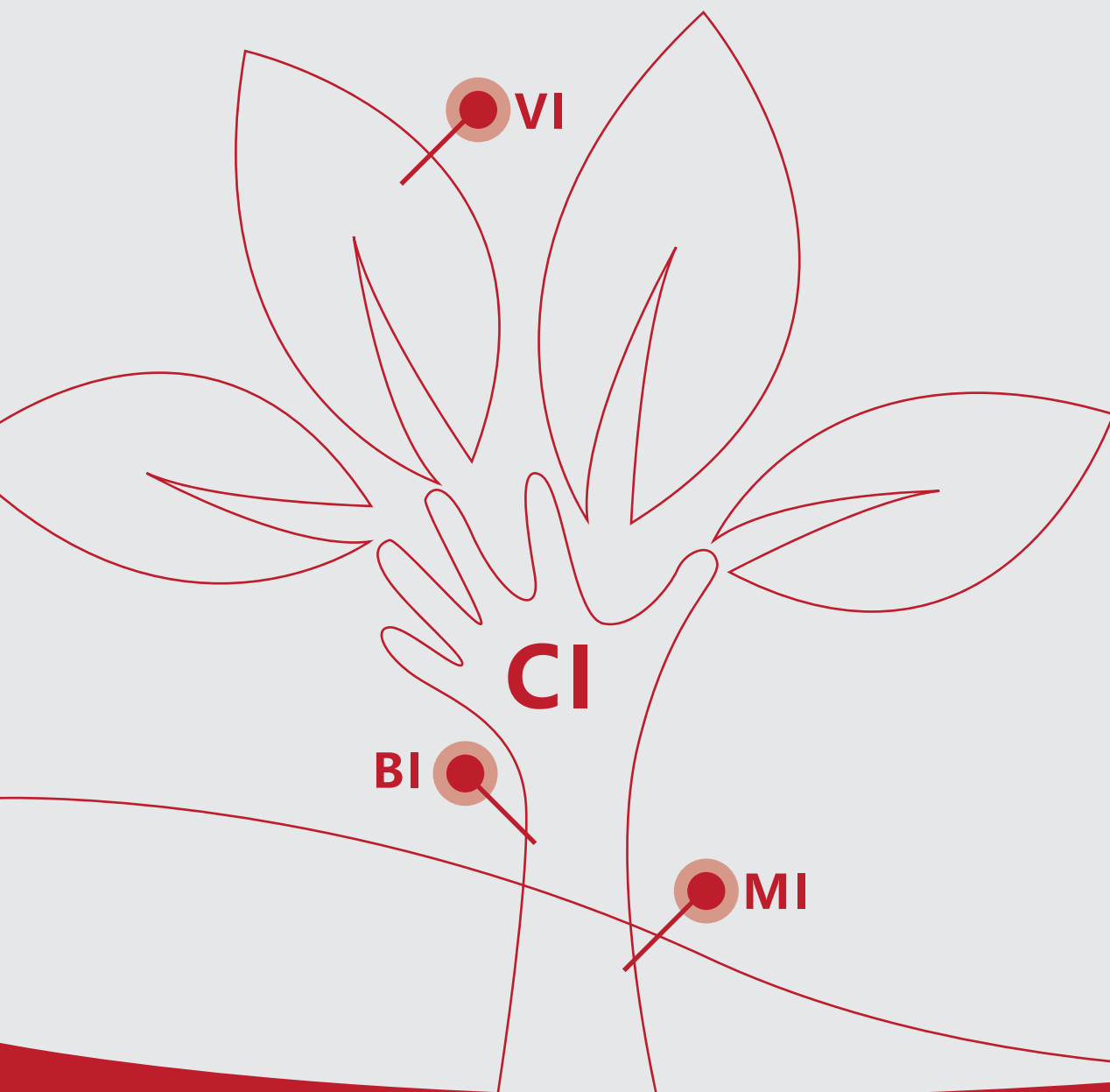
产品

辅助
图形



关于VI的重要事实

要搞清楚VI, 必须先明白什么是CI

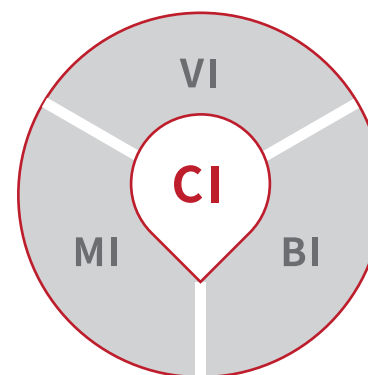


01 VI赋予品牌标识更生动的表情

C

CI系统

CIS简称CI, 全称Corporate Identity System, 译称企业识别系统, 亦称“企业形象统一战略”。对内要强化“统一性”; 对外要强化“差异性”。



MI—mind identity
理念识别

企业哲学
精神的语言表现

BI—behavior identity
行为识别

行为, 行动上的个性化表现

VI—visual identity
视觉识别

视觉认知的直观表现

CI 好像一棵大树 | MI 是树根 | BI 是树干 | VI 是树冠

V

VI系统

VI 全称 Visual Identity, 即企业 VI 视觉设计, 是围绕标志、标准字、标准色等品牌核心元素展开的标准性、差别性、传播性、系统性和战略性的视觉识别体系。

VI 立足于人的第一感观——视觉, 将抽象的品牌策略和定义, 如理念、使命、愿景、价值观等用直观的视觉语言表现出来, 让受众通过视觉接触感受到这个品牌。

VI 系统的三个基本特性: 统一性、完整性、唯一性。

将更多工具放进你的工具箱

兼容多样性的才华,成为更有价值的员工

当你佩戴着印有中国石化品牌标识的工牌开始一天的工作,你就时刻在传达着中国石化的品牌形象。但只具备专业的工作能力远远不够,要在品牌的世界里游刃有余,还要学会正确使用 VI 手册,GET 更多品牌新技能,让你成为更有价值、更加自信的中国石化员工。

VI



纵览全局的眼光

VI需要你的参与,这关乎你的工作和生活

你的每一次商务谈判,都展示着中国石化的品牌形象,你可能还不知道,VI 的执行不仅仅是品牌管理部门的事情,一起熟悉和正确使用 VI、统一品牌形象并准确传达给客户,其实也是每一位员工的事情。

02 LOGO —— 开启品牌世界 的大门



◆ 知道吗?受众认知品牌、了解品牌是一个由眼入心的过程, 83%的信息是由视觉传给大脑的。标识, 作为企业连接市场的第一视觉接触点, 承载着企业发展方向的重任, 向受众传递着自身品牌价值和内涵, 它可是最容易被认知的辨识性元素!

中国石化LOGO史上的那点事儿

从总公司成立至今，中国石化LOGO一直以来都彰显着公司的品牌形象，新的时代新的趋势，我们期待未来改变。



1984年，中国石化“朝阳”标识诞生了。中国石化总公司成立后，陈锦华同志提出设计中国石化标识的问题，李人俊同志选定“朝阳”图案。中文手写体由胡耀邦同志题写。最初在商标使用方面，没有特别的规范，图案整体为一个单色。有用黑色、红铜色，也有用反白等。



1986年，由商业部所属中国石油公司转来的“火炬”服务商标开始在总公司的全国销售系统使用，逐渐树立了良好商业信誉。



1995年，中国石化“朝阳”商标和“火炬”服务商标经国家工商管理局批准开始使用。



1998年，石化集团公司成立以后，设计制作了集团公司第一本形象识别手册。红色的圆圈为李毅中同志审定。标识统一后，有效地塑造和维护了集团公司在国内外的良好形象，增强集团内部凝聚力和外部竞争力。



2000年，为配合股份公司上市，也决定使用中国石化朝阳标识。股份公司印发形象识别手册。



2010年，为打造统一品牌战略，发布《2010版中国石化视觉识别手册》，主要企业标识统一为中国石化标识，主要产品品牌逐步实现了集中管理、统一销售，中国石化品牌价值大幅提升。



2017年，发布全新《中国石化品牌视觉形象规范管理系统》，包括《集团手册》、《海外手册》、《品牌架构管理手册》。

02 LOGO—开启品牌世界的大门

如何成为一个有内涵的LOGO?

红色圆圈将中文与英文和谐地连接为一个整体，寓意中国石化是能源的提供者，是经济运行的血脉，正朝着建设世界一流能源化工公司的愿景目标迈进。中国石化图形标由朝阳图形、中文简称和英文简称（SINOPEC）三部分构成。代表中国石化秉承可持续发展的理念，通过完备的上中下游产业链和先进的技术，肩负起为美好生活加油的神圣使命。



标准品牌标识呈现

● 国内



中国石化
SINOPEC

● 海外



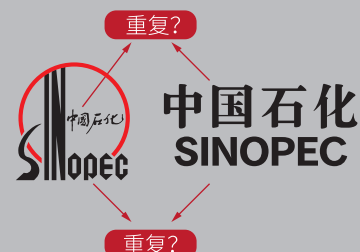
SINOPEC

中国石化品牌标识由图形标 (LOGO)、中英文字体两部分构成。品牌标识是一个标准组合，严格意义上图形标与字体不可单独使用。但介于中国石化品牌标识使用现状，图形标可在工作服，安全帽等个别物料或受客观环境约束无法完整使用品牌标识时应用。



为什么要使用LOGO+品牌名称组合形式

● LOGO+品牌名称组合形式代表一个完整的品牌标识



有人说我重复?

① 请忽略LOGO里的中英文，将其看做一个图形



中国石化图形标里的中文为书法体，英文为创意字体设计，可阅读性和辨识度很低。当 LOGO 缩小到一定程度或者远处看时仅靠 LOGO 难以识别品牌名称，所以请忽略 LOGO 图形中的文字，将其看作一个图形。

国内外的中国石化品牌标识

02 LOGO—开启品牌世界的大门

② LOGO+品牌名称是各大品牌固定用法



在国际国内,大部分用图形标的企业,都是在使用LOGO+品牌名称的组合标识。品牌名称更利于呼叫,型的记忆配合音的记忆,更加强化了品牌。

③ 为什么壳牌、苹果、耐克可以用单独的LOGO

像苹果、壳牌等,本身图形就等同于他的名称,而且全球人都知道。所以发展到后期是可以去掉名称的。目前中国石化朝阳标对于社会大众而言认知还不足,特别是在海外,并不具备单独使用的条件。



图形就是苹果等同于名称。不加品牌名称也可正确识别。



同理



全球都知道

④ LOGO+品牌名称更利于消费者辨别真假

中国石化 LOGO 图形较为复杂,易被篡改,若单独使用易造成消费者真假难辨。规范的 LOGO+ 品牌名称有利于在公众当中形成品牌认知。

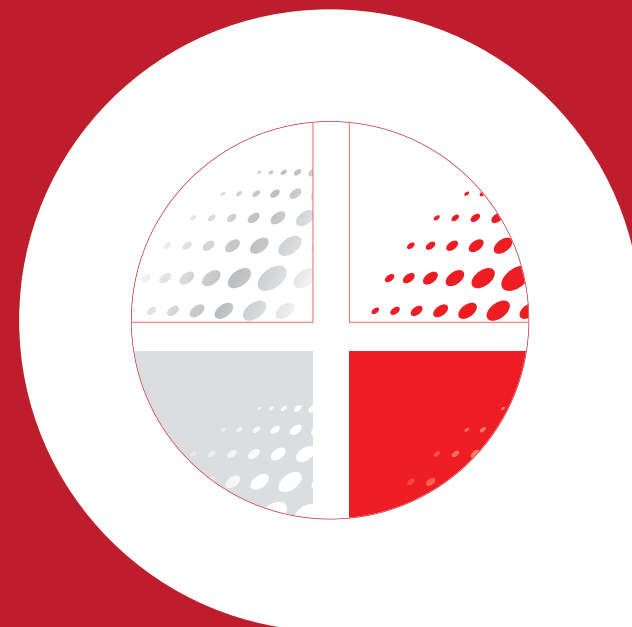


正牌

山寨

03

保持品牌识别 一致性 极为重要的 基础要素



● 规范品牌标识的基础部分要素，能从根本上解决品牌识别的一致性。但你知道VI系统建立的真正原因吗？没错！同样是统一性！

核心识别要素有哪些？

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

中国石化

品牌视觉形象

由品牌标识、商号、辅助
图形、字体、色彩、图片等
品牌要素构成。
它们是品牌传播的
重要元素。



品牌标识形式大全

中国石化品牌标识组合存在且只有这些形式，其它均不正确

标准组合

中文环境下的首选组合形式。



首选

中轴式组合



竖式组合



横式组合

横式组合只适用于加油站雨棚，赛场的广告
展板，路演等横竖比例超过 1:7 的窄长情况。



中国石化 SINOPEC

标准组合

海外环境下的首选组合形式。



首选

中轴式组合



竖式组合



核心识别要素有哪些？

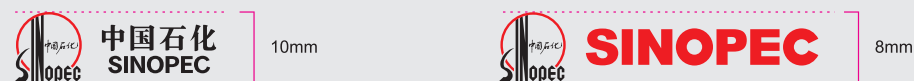
03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

只有这些色彩形式,其它均不正确

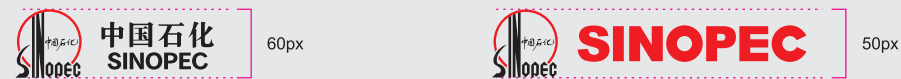
首选	标准彩色版本 首选红黑标准色彩版本	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC
次选	反白稿版本 红黑标准色彩版本无法呈现时,选用白色版本	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC
特殊用法	单色版本 仅限于传真纸等单色物料使用	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC
	红色版本 仅限于红头文件等有特殊规定的行政文件使用	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC
	专金 仅限于特殊工艺材质及高端礼品使用	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC
	专银 仅限于特殊工艺材质及高端礼品使用	 中国石化 SINOPEC	 SINOPEC

不得小于本页规定的最小使用尺寸

印刷尺寸



屏显尺寸



品牌色彩

(标准色与辅助色)

标准色石化红、石化黑 石化红主要用于辅助图形,石化黑主要用于文字内容

- 中国石化标识在使用时应尽量放置于白色背景上,在易混淆的底色上应使用反白标识。

能源、激情、使命	石化红 PANTONE:1795C/U C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0 R: 230 G: 0 B: 18	 中国石化 SINOPEC
力量、沉稳、包容	石化黑 PANTONE:Process Black C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 R: 0 G: 0 B: 0	 中国石化 SINOPEC

- 辅助色是基于标准色的延展,也是对标准色的补充。

暖色系

人本、责任、共赢	C: 0 M: 20 Y: 100 K: 0 R: 253 G: 208 B: 0
	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0 R: 240 G: 131 B: 0

冷色系

科技、创新、未来	C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0 R: 0 G: 160 B: 233
	C: 100 M: 60 Y: 0 K: 0 R: 0 G: 91 B: 172
环保、生命、新能源	C: 30 M: 0 Y: 60 K: 0 R: 193 G: 218 B: 129
	C: 80 M: 0 Y: 100 K: 0 R: 0 G: 167 B: 60

核心识别要素有哪些？

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

多级单位企业名称 (全称、对外简称及各语言版本)

● 集团/股份

左对齐

集团商号规范（左对齐形式）
中文字体：方正兰亭中黑简体
英文字体：Arial Bold

11.17x		13.24x
中国石油化工集团公司	x	中国石油化工股份有限公司
SINOPEC GROUP	x	SINOPEC CORP.
0.51x	0.23x 0.47x	0.23x 0.47x
4.06x		0.72x 5.42x

● 一级单位

全称

中国石化集团胜利石油管理局
SINOPEC SHENGLI PETROLEUM BUREAU

中国石油化工股份有限公司胜利油田分公司
SINOPEC SHENGLI OILFIELD COMPANY

对外简称

中国石化胜利油田
SINOPEC SHENGLI OILFIELD

● 二级单位

全称

中国石油化工股份有限公司胜利油田分公司胜利采油厂
SHENGLI OIL PRODUCTION PLANT, SINOPEC SHENGLI OILFIELD COMPANY

对外简称

中国石化胜利油田分公司胜利采油厂
SHENGLI OIL PRODUCTION PLANT, SINOPEC SHENGLI OILFIELD COMPANY

中英文版

SINOPEC ARGENTINA EXPLORATION AND PRODUCTION, INC.	0.30x x 0.30x 0.80x
中国石化集团国际石油勘探开发有限公司阿根廷公司	

仅英文版

SINOPEC ARGENTINA
EXPLORATION AND PRODUCTION, INC.

第三方语言版

SINOPEC EUROPA GMBH
SINOPEC INTERNATIONAL EUROPE
中石化（欧洲）有限公司

中国石化海外企业由于考虑到当地语境，适应当地市场，故企业名称呈现以当地语言为主，中英文为辅，其中中文可根据使用场合环境需要选择是否删除。

在以英语为主的语境国家，商号呈现以英文为主，中文为辅，中文可根据使用场合环境需要选择是否删除。

在以小语种语言为主的语境国家，商号呈现以当地语言为主，中英文为辅，其中中文可根据使用场合环境需要选择是否删除。

核心识别要素有哪些？

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

辅助图形

中国石化辅助图形分为三种形式。

形式一为主推使用形式，形式二为辅助使用形式，形式三为加油站雨棚专用形式，禁止在印刷物料中使用形式三。

形式一

该辅助图形样式为常规样式。主要用于办公，环境等载体内容较少需要装饰的物料。



形式二

该辅助图形样式适用于需要大面积使用颜色或是物料以图片为主的载体中使用。



形式三

加油站雨棚专用辅助图形样式。



中英文字体

本页规范的字体是我们可以使用的品牌字体。需注意若使用其他字体，可能会涉及到字体版权问题，应及时购买字体版权，以免侵权引起纠纷。

中文环境

注 在中文环境下当内容信息中，字母或是数字、符号出现时要使用相应的英文字体。

外文环境

注 本字体字库中涵盖主流的小语种字母，相应语种环境可用相应的语种输入法即可。

方正兰亭中黑简体
作为商号专用的中文字体使用。

中国石化专用字体

汉仪大宋
作为主标题、副标题使用。
印刷字体的大标题等大中型文字

中国石化专用字体

仿宋
内文使用。
印刷字体的大标题等中小型文字

中国石化专用字体

黑体
内文使用。
印刷字体的大标题等中小型文字

中国石化专用字体

思源黑体
旁白或者解释性说明使用。
印刷字体的大标题等小型文字

中国石化专用字体

Arial Bold
作为商号专用的英文字体使用。
作为主标题、副标题使用。
印刷字体的大标题等大中型文字

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Regular
内文使用。
印刷字体的大标题等中小型文字

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

核心识别要素有哪些？

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素



图片使用原则

图片是企业形象统一的重要元素之一，在使用中需遵循使用原则选择符合品牌调性的图片。风格统一的中国石化品牌形象画面能有效增强品牌传播力度，强化与其它竞品品牌的视觉差异，构筑鲜明的品牌形象。品牌图片首先应符合三个基本原则：



原则一

画面主题明确，主体聚焦，清晰可见。



原则二

中国石化的标准色融入画面中，整体风格明快。



原则三

图片以纪实风格捕捉真实生活的瞬间。光线及取景避免舞台化和人工造作的痕迹，图片整体风格明亮清晰，背景避免过于阴暗。



■ 禁忌一 / 主体不明确



■ 禁忌二 / 色彩不规范



■ 禁忌三 / 色彩浓郁



公益标识的正确使用

设立中国石化公益标识，是为了体现中国石化造福人类的社会责任形象。构建以中国石化品牌标识为核心的公益视觉规范体系，能增强中国石化品牌美誉度。主要用于公益慈善、扶贫救灾、环境保护、服务社会、志愿服务、社区发展、海外公益等公益项目中。



中文
环境



英文
环境

■ “公益”字体为思源黑体 “CHARITY”字体为Arial Bold



项目名称区域

中国石化销售北京石油分公司
SINOPEC MARKETING BEIJING COMPANY

8个方法保持品牌识别一致性

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

01 认清基础概念

区分品牌标识、图形标、商号概念是做到VI形象统一的前提。

● 品牌标识



品牌标识是基于品牌层面的称呼主要体现的是产品或服务本身是产品、服务的视觉符号代表。主要对于消费者在识别不同品牌之间做区隔，尽量做到唯一、简单、易记。

● 图形标(LOGO)



品牌标识的图形部分。

● 商号(企业名称)

中国石油化工集团公司
SINOPEC GROUP

中国石化上海石油化工股份有限公司
SINOPEC SHANGHAI PETROCHEMICAL CO., LTD.

商号是基于行政、法律层面的称呼，主要体现的是产品或服务的提供者。主要用于企业、公司之间的区别，以文字形式出现。

02 首选品牌标识, 少用图形LOGO

正确的
使用方式



图形标常规情况下不可以单独使用

以下情况除外：

- 1 空间非常小的情况下，朝阳图形作为ICON使用，体现中国石化属性、不作为品牌传播出现
- 2 作为徽章出现(胸徽、会徽)
- 3 安全帽、服装胸口标识应用



● 空间非常小的情况下，朝阳图形作为ICON使用，体现中国石化属性、不作为品牌传播出现



● 作为徽章出现(胸徽、会徽)

8个方法保持品牌识别一致性

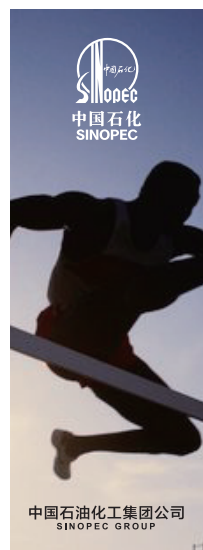
03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

03 突出品牌标识, 弱化商号

中国石化品牌标识与企业商号同时出现时, 二者需保持一定的间距。
且品牌标识应处于第一识别位置。

当空间有限不能同时出现时, 首先保证品牌标识的识别。

● 特殊形式 竖向



● 常规形式



● 特殊形式 横向



04 区分全称与简称

公司名称包括全称商号、对外简称、对内简称。公司名称很重要, 要注意区分场合使用。

全称商号、对外简称、对内简称应用场合区分:

1、全称商号:

全称是指在国家工商行政管理机关核准登记的企业全称, 如中国石化扬子石油化工有限公司。法律规定必须使用登记名称的场合必须使用企业全称。例如合同书、招投标等商业函件、产品包装等情况下必须使用全称。

2、对外简称:

对外简称是指法律规定必须使用全称的场景之外, 由于受到位置、空间等环境受限的特殊情况下可使用的对外宣传简称, 如中国石化扬子石化公司。主要用于品牌推广和新闻宣传, 如新闻报道、公司外网、楼顶字、大门外形象墙、宣传品等。

3、对内简称:

对内简称是指内部行文使用的简称, 如扬子石化公司。对内简称以办公厅下发的内部公文名称规范为准。

8个方法保持品牌识别一致性

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

05 突出红色主颜色

视觉识别系统的色彩需要紧密联系品牌价值和定位,在整个视觉识别系统中承担重要的角色。比如我们想到渣打银行就是蓝绿色,想到BP石油就是充满活力的绿色, SHELL就是服务的黄色。是因为他们在传播中保证了在不同时期不同载体上色彩的一致性,久而久之在大众心中留下了深刻的印象,产生了品牌联想。

石化红是中国石化的品牌色彩,但在传播中需要注意,整体格调要明亮干净,弱化石化行业污染的联想,所以整体色彩可采用红色和白色或浅灰的搭配,红色比重需要控制不要太过压抑。

◎ 色彩比其他视觉元素更容易且有效的传达情感,更加容易与目标受众产生共鸣。

HONESTY
AND
INTEGRITY

SINOPEC

Continued Innovation

China Petrochemical Corporation (Sinopec Group Co., Ltd.) is a leading provider of oil products in the main market for China Petrochemical Corporation Group member companies with its main sector development. The company, incorporated in 1993, is a public company. Sinopec Group Co., Ltd. is a leading provider of oil products in the main market for China Petrochemical Corporation Group member companies with its main sector development. The company, incorporated in 1993, is a public company.

06 规范使用辅助图形

辅助图形在实际使用中需遵循规范,不得出现规范以外的形式和使用方法。辅助图形的基本形态不变,使用时应根据实际版面、图片色彩、环境选择、特殊需求灵活调整。

形式一



形式二



形式三



8个方法保持品牌识别一致性

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

07 把握品牌标识使用的品质感和应用场合

品牌标识是品牌识别的核心要素，代表公司级形象。我们应保护好我们的形象，凸显品牌品质的位置和公司级场合，不要滥用品牌标识拉低品牌形象。



■ 禁止滥用标志,如地毯、洗护用品、拖鞋、水桶等,禁止使标志出现在不恰当的场合,影响品牌形象。作为品牌传播应使用品牌标识,不能单独使用LOGO。

08 正确使用矢量AI格式制作

正确的品牌标识是由色彩、间架比例结构、位置顺序、最小规范等组成,不要随意变形、变色、改变字体,随意描边模糊等,影响品牌一致性和传播有效性。尽量使用AI (illustrator) 格式或高清晰度JPG图片,禁止篡改品牌标识。

● 标识只能从VI手册光盘中提取



● 错误用法



「Hold住别犯错， 百分之百零差错秘籍4条

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

01 禁止篡改品牌标识, 禁止不醒目的无效应用



02 禁止品牌标识与背景色混淆

标识在不同色彩背景上的错误预演, 应避免出现与本页相同或类似的标识使用情况。



Hold住别犯错， 百分之百零差错秘籍4条

03 保持品牌识别一致性
极为重要的基础要素

03 禁止图形标与企业名称直接组合

图形标不能与企业名称直接组合使用，不能混淆品牌与企业名称的概念。

● 标识与中文商号



禁止使用标志与公司全称直接组合形式



禁止使用标志与对外简称直接组合



禁止使用标志与对内简称直接组合



禁止使用品牌标识与业务属性词直接组合



禁止使用标志与业务属性词直接组合

● 标识与英文商号



禁止使用标志与企业英文全称直接组合形式



禁止使用标志与企业英文简称直接组合形式



禁止使用标志与企业英文缩写直接组合形式



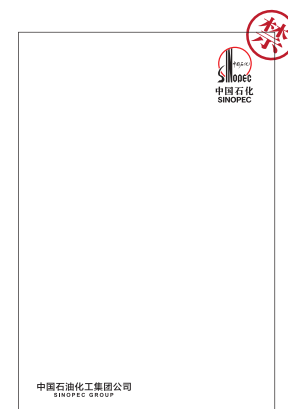
禁止将品牌标识与业务属性词进行组合使用



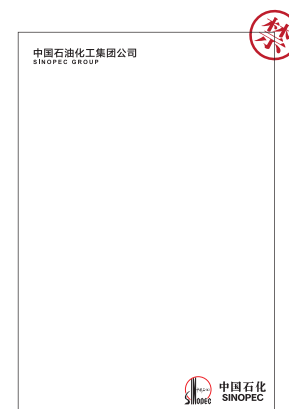
禁止将标准字体SINOPEC与业务属性词进行组合使用

04 禁止品牌标识与企业名称主次不分

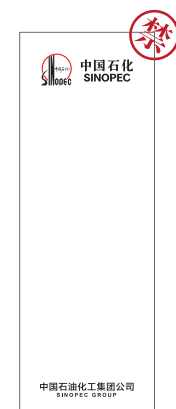
中国石化品牌标识与企业商号同时出现时，应把握主次关系。要确保品牌标识处于第一识别位置。



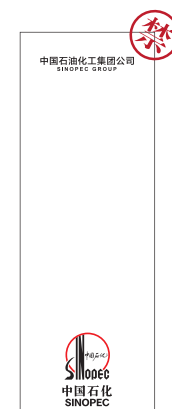
在常规比例页面中，首选标识应为横式组合。



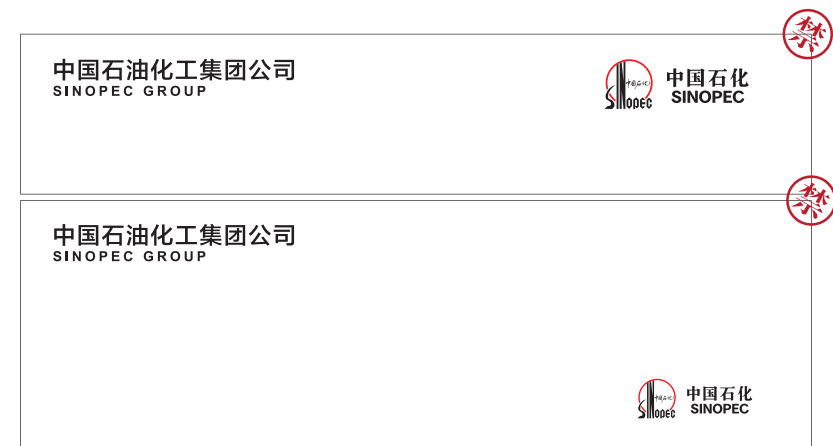
品牌标识与商号位置错误，标识应在商号上方。



在极窄竖式页面中，标识首选应为竖式组合。



品牌标识与商号位置错误，标识应在商号上方。



在极窄横式页面中，商号与标识的对齐方式错误，商号应与标识中标准字底对齐。

在常规比例页面中，商号与标识的放置位置错误，标识应在商号上方。

04

统一化的反复
应用才能
使品牌标识
拥有恒久的“生命力”



中国石化
SINOPEC

TITLE TEXT

SINOPEC is the main affiliate for China Petrochemical Construction Group, mainly engaged in the oil and chemical industry development, the company registered capital is 100,000 yuan. SINOPEC is the main affiliate for China Petrochemical Construction Group, mainly engaged in the oil and chemical industry development, the company registered capital is 100,000 yuan.

● 厉害了, 据研究每人一天至少要接触5000个品牌! 但能记住的品牌却少之又少, 要使品牌有更多的机会被认识和牢记, 就要反复宣传。反复宣传的基础是要统一, 保证品牌的所有宣传是统一的形象和信
息, 从此刻起, 开启你统一的“话唠模式”!

办公用品

突出中国石化品牌标识要求版式简洁、凸显品牌标准色。下属单位, 参考集团模板使用。

04 统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力”

名片

名片正面



名片背面



胸卡

胸卡



PPT封面 (标准版)



提袋

提袋



环境导示

总原则: 在与外部沟通中, 落脚点应是中国石化品牌, 国内应使用统一的中国石化品牌标识, 国外使用海外品牌标识, 企业对外简称不能高于品牌标识。

总部与多家单位合属办公建筑物标识规范

集团总部及多家单位合属办公建筑物, 建筑物仅出现中国石化品牌标识, 不出现企业名称, 建筑物标识以两种形式表现:

形式一, 当标识位于建筑物楼顶时, 首选在品牌标识后整体加白色格栅背景; 当楼顶不具备做大面积格栅背景时, 可使用镂空版品牌标识, 需在图形标后加白色背景板且标准字为红色。

形式二, 当品牌标识出现在背景简洁色彩统一, 不影响图形标识性的楼体上时, 使用镂空版品牌标识, 色彩可使用标准色彩标识或红色标准字版标识。

当楼体颜色为深色, 影响图形标识性时可选择在图形标后加白色背景板, 标准字为白色的标识或银色版标识。

直属单位独立办公建筑物标识规范

直属单位独立办公并且楼体情况较好的单位, 特别是油田、炼化企业的机关办公大楼应在显著位置出现中国石化品牌标识, 企业名称放于楼体侧面或遮雨檐上。

其他单位建筑物标识规范

楼身条件欠佳、非局级单位、车间厂房等, 楼顶一律不准出现中国石化品牌标识, 企业名称可打在楼顶或楼体, (一般不建议楼顶, 减少制作维护成本)。厂区楼体商号仅使用中文不使用英文。

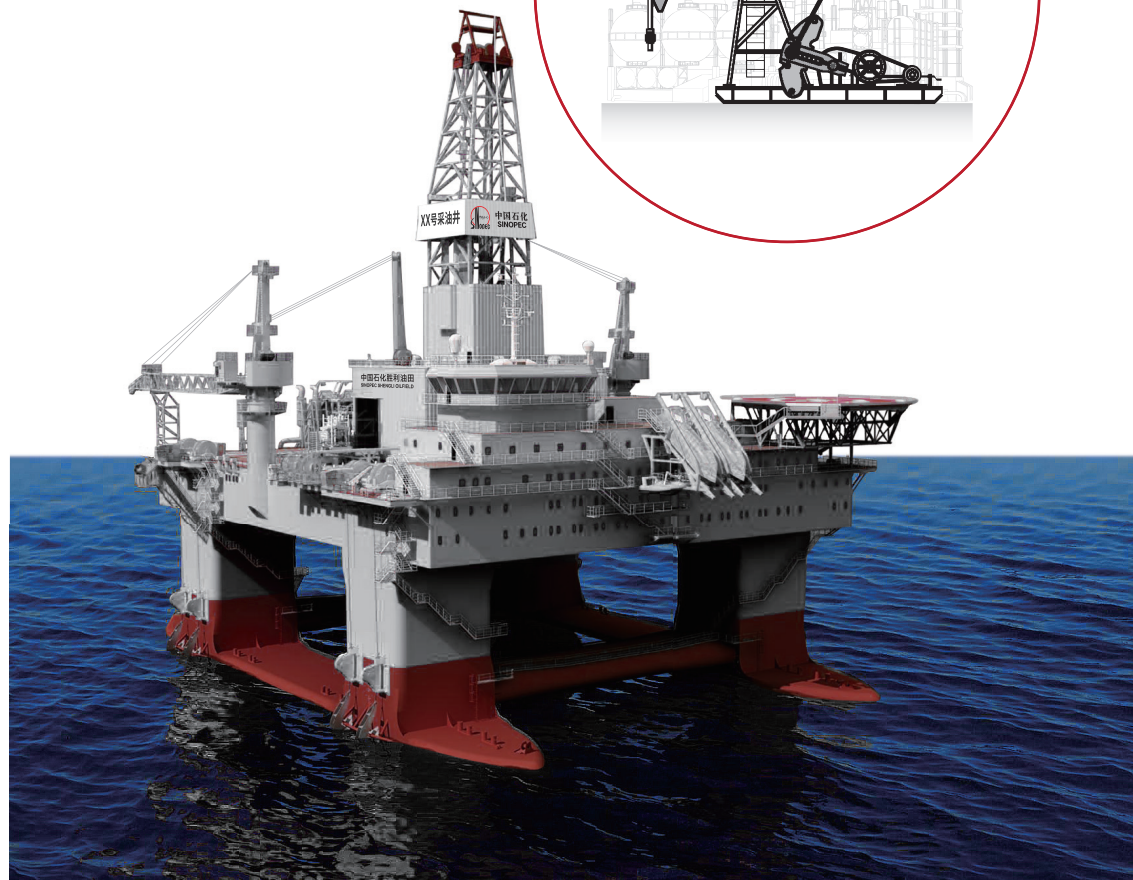


作业设备

04 统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力”

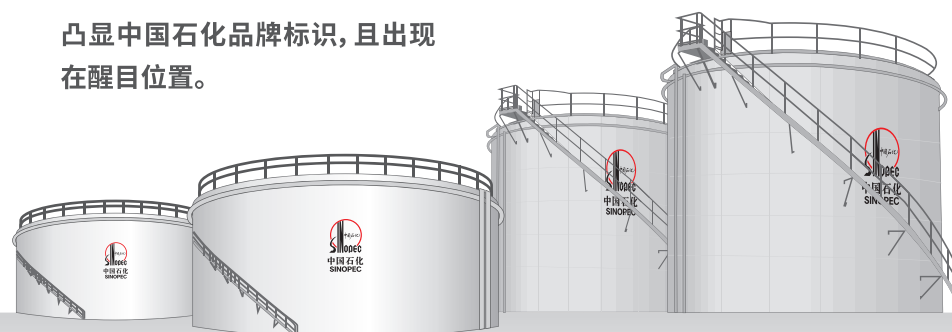
01 上游集合

确保品牌标识处于第一识别位置，企业商号处于次要位置，若多个设备并排放置时，为节约成本仅在对外的一侧放置品牌标识即可。



02 中游集合

凸显中国石化品牌标识，且出现在醒目位置。



03 下游集合

加油站作为面向大众的重要载体，一定要保证标识和字体的准确，按照规范执行。



会议场景

会议场景是对外展现品牌形象的重要场合, 注意突出中国石化品牌标识, 并与企业名称保持一定间距。

请柬



会议背板



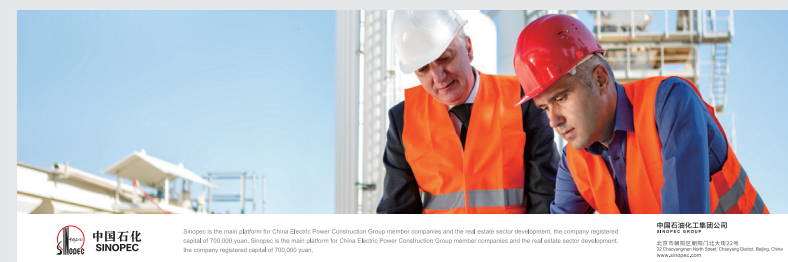
内部视频会议背板



注 为便于区分各单位, 内部视频会议背板突出企业名称

宣传媒介

广告宣传中要注意突出中国石化品牌标识, 画面为固定版式规范, LOGO和企业名称有自己的位置区域, 不能随意改动。



04 统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力”

服装系统

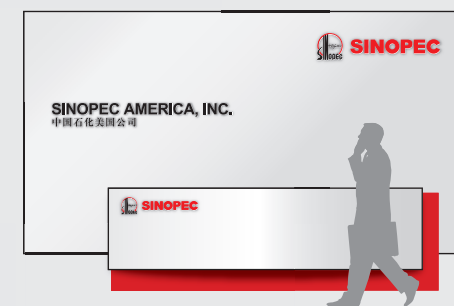
服装统一使用图形标,各单位的企业名称仅从施工作业工牌上进行体现和区分。安全帽正面统一为中国石化图形标,禁止侧面及后面加其它信息。



04 统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力”

海外品牌标识的应用

中国石化品牌在海外知名度较弱,要突出中国石化海外品牌标识,强化中国石化海外品牌形象,提升中国石化海外品牌知名度和美誉度。



Daiyongming
Secretariat, General Office
Division Chief



SINOPEC GROUP
Add: 22 Chaoyangmen North Street, Chaoyang District, Beijing, China
Tel: 86-10-59960000
Fax: 86-10-59960000
Mp: 13000090200
E-mail: name@sinopec.com
Postcode: 100728
www.sinopec.com



海外品牌标识的应用

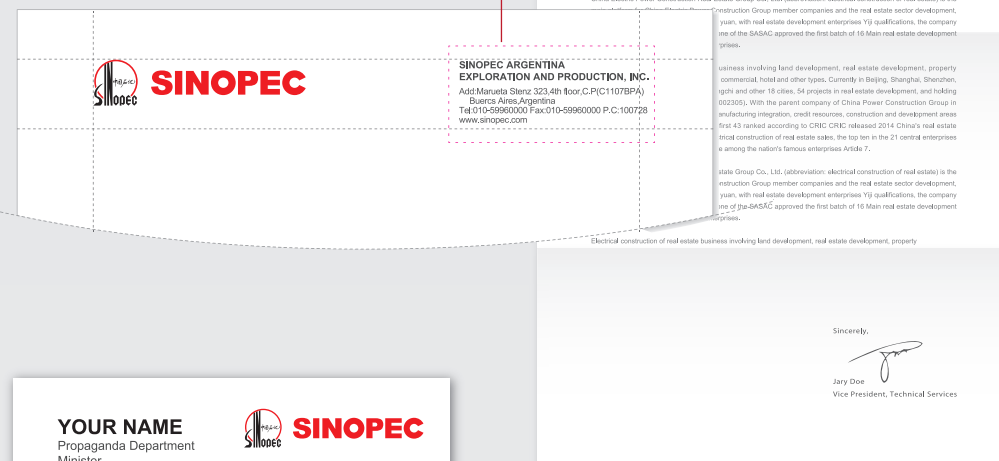
04 统一化的反复应用才能使品牌标识拥有恒久的“生命力”



商号或具体信息可根据不同单位进行替换



商号或具体信息可根据不同单位进行替换



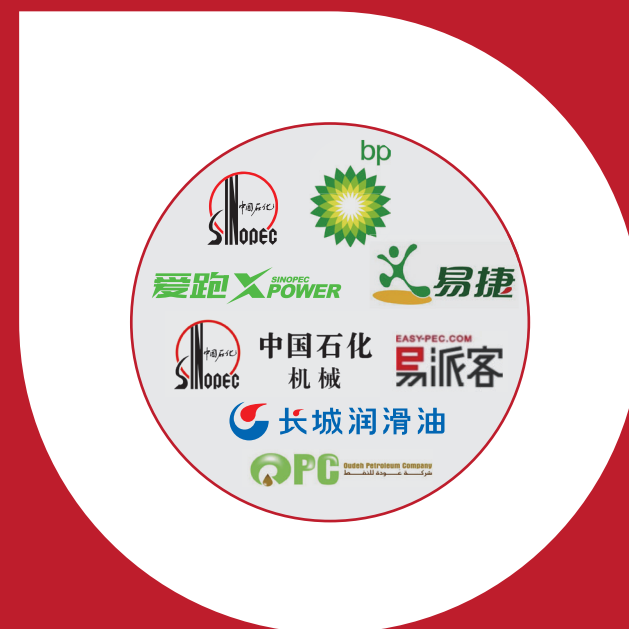
SINOPEC ARGENTINA
EXPLORATION AND PRODUCTION, INC.

商号或具体信息可根据不同单位进行替换



05

从个别管理到 系统管理, 让品牌架 构足够 “给力”



● 先定一个小目标, 让品牌标识的应用进入良性循环, 不断扩大中国石化的品牌影响力。然而要实现它却不简单, 需要清晰的品牌架构、统一规范的品牌系统, 最重要的是要有足够给力的品牌架构!

关于传说中的品牌架构

05 从个别管理到系统
管理让品牌架构足够“给力”

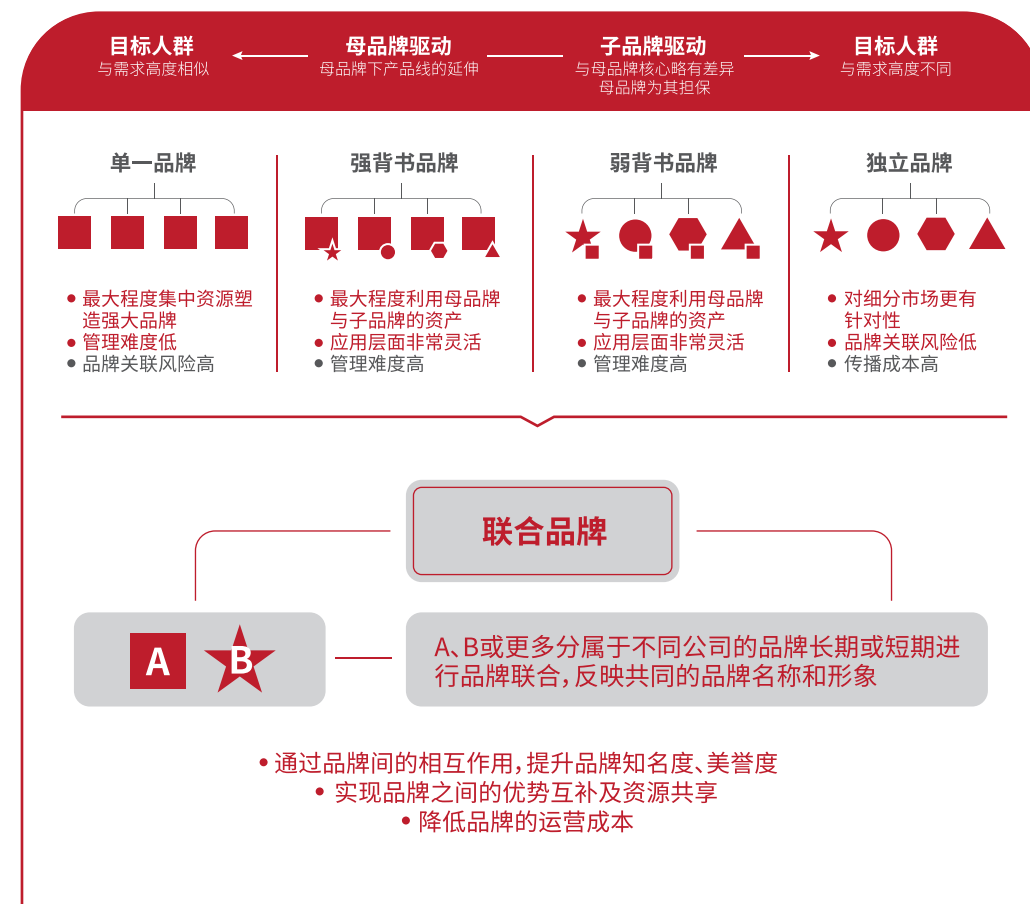
品牌架构就是回答一个企业需要多少个品牌、品牌之间是什么关系这两个问题。品牌架构并不是一个非常新的观念，它贯穿在企业的整个市场策略之中。众所周知，品牌是一种无形资产，资产若没有有效地运用，它就不可能继续增值。很多企业的品牌战略并没有有效地利用它的品牌资产。其实，如果你不当地运用你的品牌资产，有时会造成一个品牌危机，这个现象现在国内尤为普遍，很多企业将他们的品牌无限制的延伸，这样是很危险的。

品牌架构通俗来说
就像家族的家谱，
展示了上下层级品
牌间的相互关系。



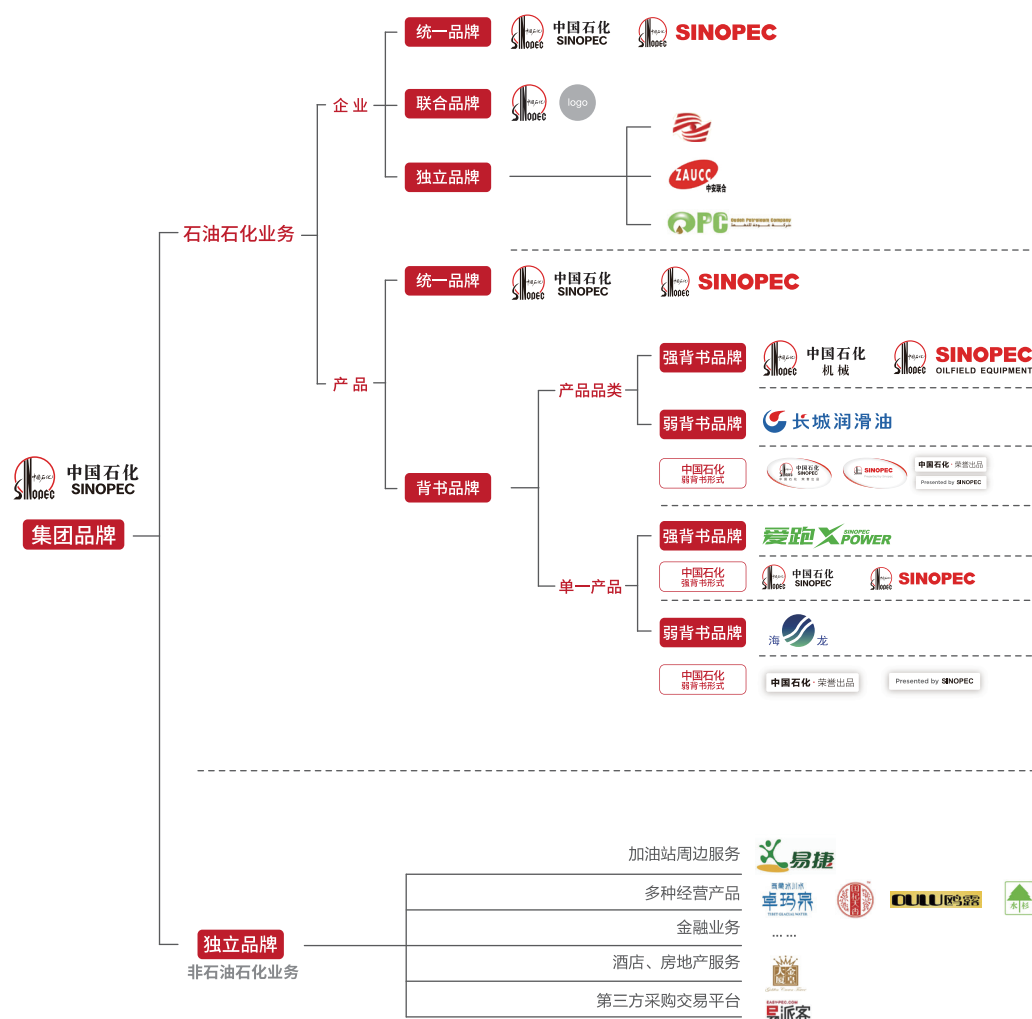
品牌架构的类型

每个企业根据自身发展的需求，其品牌架构设计不尽相同，需量体裁衣，慎重规划，规范执行。



中国石化家族成员品牌树

总原则：“单一主品牌+少量优质子品牌”。即以“中国石化”单一主品牌为主的混合架构模式，仅允许少部分具备高品质、有市场差异化的产品或服务成立子品牌。



05 从个别管理到系统
管理让品牌架构足够“给力”

成为家族成员需要这种仪式感

新建品牌、已有品牌变更、已有品牌授权、品牌联合、已有品牌处置的申请与审批流程，具体参见《中国石化品牌架构管理办法》。



审批流程

上报宣传部
并提交至所属
总部业务归口管
理部门(事业部)

总部业务归口管
理部门(事业部)
从业务发展视角
给出专业意见

宣传部作出
最终审批意见

报品牌管理领导小
组审批、备案
(重大事件报党组)

《中国石化品牌视觉形象规范管理系统》

- ① 《中国石化品牌视觉识别集团手册》
- ② 《中国石化品牌视觉识别海外手册》
- ③ 《中国石化品牌架构管理手册》
- ④ 《标识那些事儿》(科普版)



如需了解更多内容, 请联系各单位 VI 管理负责人

中国石化品牌标识的
干货都已上架!
但品牌标识的故事远
不止此!
期待与你分享下一段
故事.....



www.sinopec.com

中国石化集团公司 宣传部(品牌处) 编印