

CAI  
NIAO 菜鸟

菜鸟品牌基础规范



# 1 基础系统

1.1 标识

1.2 标识排版

1.3 标识应用规范

1.4 色彩及应用规范彩

1.5 图形及应用规范

1.6 字体

1.7 合作伙伴联合应用

1.8 业务线标识及应用规范

# 1.1 标识

## 标识释义

全新的菜鸟品牌标识简洁直观，代表着基于流动的物流数据延伸所提供的智能服务。

菜鸟的新形象以数据网络及平台化思考，将菜鸟字母拼写（cainiao）中的“A”和“I”巧妙的结合在一起，形成两排自下而上的箭头，连贯有序。当箭头流动起来的时候左右交替呈现人工智能的简称“AI”，体现以数据为核心驱动的智能调度，高效协同及对智能数据的研究、开发和应用。

菜鸟在流畅的数据和物流网络中为客户提供先机，应对未来的市场变化。动态的标识形态很好的体现菜鸟的使命和能力，以源源不断的动力赋予给同行者持续的价值和有序增长。菜鸟是价值链共赢的生态中枢，并以社会化协同和科技驱动的智能物流平台。菜鸟将创造万物生机，以流动的数据、智能的服务助力世界未来。



# 1.1 标识

## 标准制图

菜鸟标识图形是一个符合黄金比例标准的平衡整体，由对称的上下结构组成，使用中不得改变其形状和比例。

在标准网格制图中，恒定标识图形的竖线宽度为x，并以此对图形进行精确绘制。其中标识图形的高度为14.7x，宽度为26.6x。字母间上下左右之间的间距为一个x。

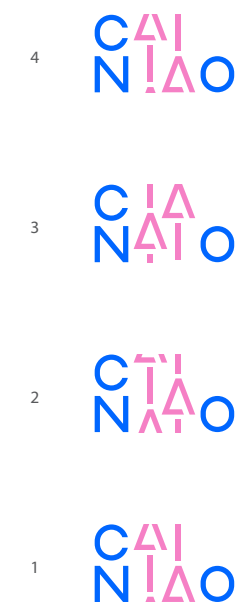


# 1.1 标识

## 动态公式

菜鸟标识的动态图形由标识中间两排向上的“箭头”由下而上匀速移动，形成有序的向上联动，其速度为( $v=29x/s$ )。

其运动的起点和静止为静态标识的形态，分解图形动作为右侧1、2、3、4。



# 1.1 标识

## 中文横版标识组合

中文标识横式组合由标识图形、品牌名称构成，在使用中不可改变品牌标识的结构和比例关系。

标识图形与中文名称的左右间距为图形中字母C纵向截面的一半，高度与图形中单个字母的高度保持一致。



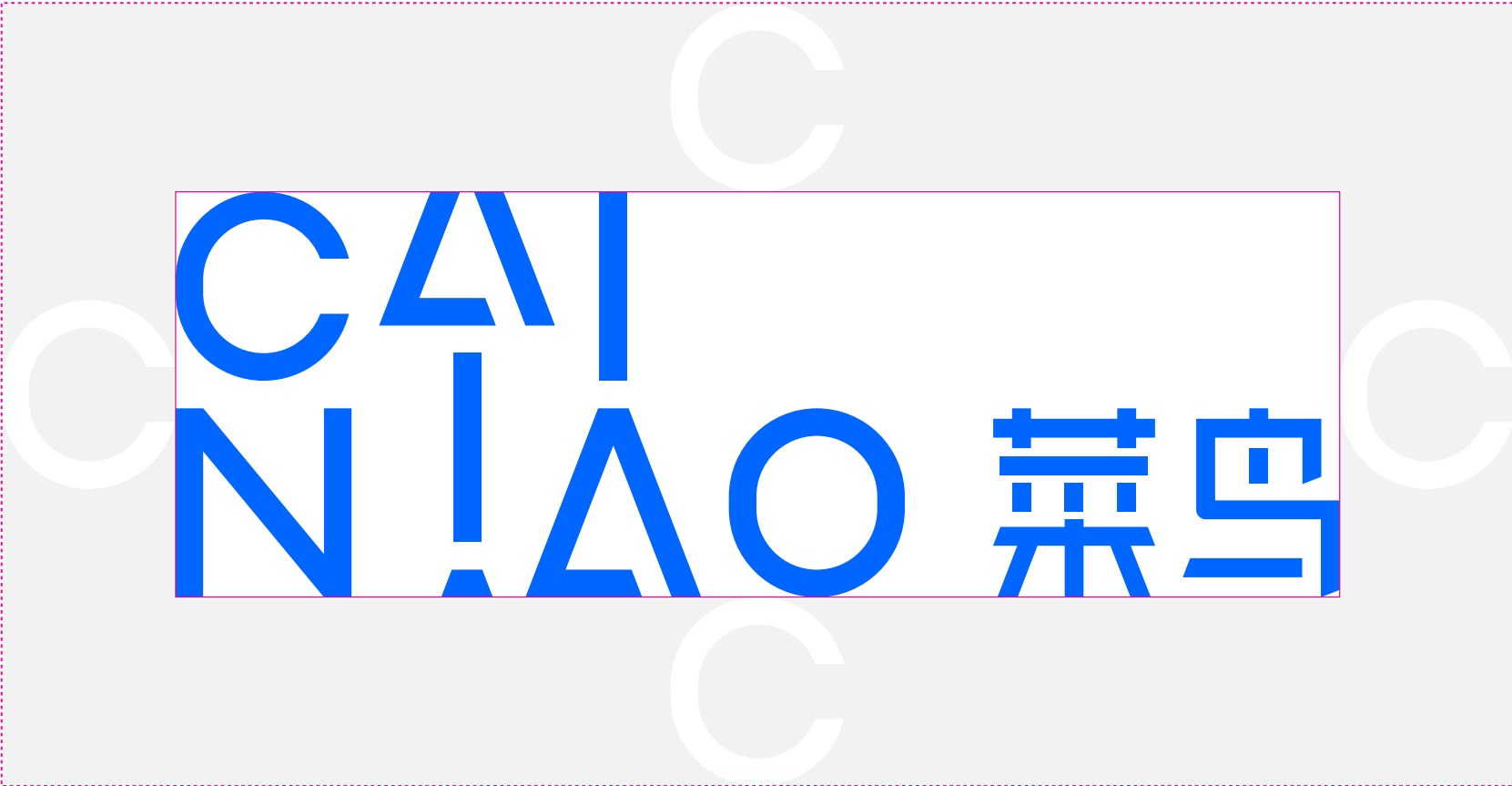
# 1.1 标识

## 中文横版限制区及最小尺寸

为了更加清晰有效地传播品牌标识，品牌标识周边必须保持一个最小尺寸的空白空间，该空间称为限制区域。限制区域内不得出现任何的文字、符号和其它元素。

在菜鸟的品牌标识中，限制区域的高度和宽度与标识图形中的字母C截面一致（见右图）。当标识尺寸改变时，限制区域大小随之改变。

最小尺寸：  
中文标识横式组合的高度不得小于 8.5mm，小于该尺寸将在不同的应用情况下，容易导致标识难以辨认。



# 1.2 标识

## 其他版本

本页为多种品牌标识的应用版本，规划其应用范围，便于统一使用与管理。

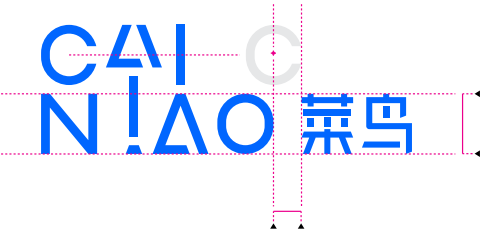
- 01 无域名常规版本，一般适用于全部品牌传播触点。
- 02 域名版本，通常在陌生地域性的传播，需要做品牌强化时使用。

### 01 常规版本

英文标识（横竖版）



中英文标识组合（横版）  
首选使用版本



中英文标识组合（竖版）

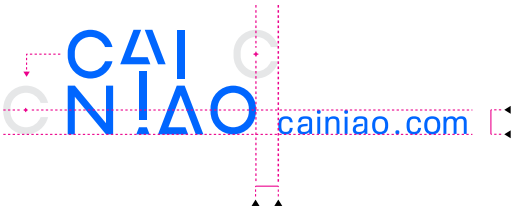


### 02 域名版本

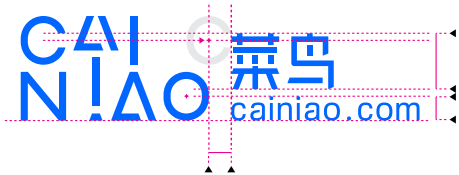
英文标识（竖版域名）



英文标识（横版域名）



中英文标识组合（横版域名）



中英文标识组合（竖版域名）





# 1.2 标识

## 标识版本汇总

本页为多种品牌标识的应用版本，规划其应用范围，便于统一使用与管理。

- 01 首选使用版本，在品牌露出和其他传播推广中优先使用的标识版本。
- 02 次选版本，在线上及线下特殊尺寸banner或特定的媒体情况下使用的版本（例如：公关礼品、尺寸特别的网页广告或导视等）。
- 03 特殊版本，在特殊用途情况下使用的版本。例如需要强化品牌需使用域名标识，并且媒介具有一定特殊性（例如：应用量极少的媒介、空间应用等）。

### 01 首选标识

横版中文标识



横版英文标识（域名）



### 02 次选标识

英文标识



竖版英文标识（域名）



竖版中英文标识组合



### 03 特殊使用标识

横版中英文标识组合（域名）



竖版中英文标识组合（域名）



# 1.3 标识

## 标识颜色规范

菜鸟品牌标识按照颜色可以分为全色品牌标识、单色品牌标识、反白品牌标识。

### 01 全色品牌标识

全色品牌标识分为专色版本(Pantone)、四色版本(CMYK)、多媒体版本 (RGB)三个版本。适用于所有的传播材料，请尽量使用该版本的品牌标识。

### 02 单色品牌标识

单色黑应用于传真等物料，以及适用于制作受到工艺限制时使用。专色金或银色品牌标识可用于烫金、烫银或印金、印银等特殊工艺。

### 03 反白品牌标识

反白品牌标识一般在品牌色、黑色、金色、银色或明度较低的图片背景上使用，其他背景颜色的反白视情况而定。

### 01 全色品牌标识



### 02 单色品牌标识（制作工艺应用）



### 03 反色品牌标识（制作工艺应用）



# 1.3 标识

## 灰度背景控制

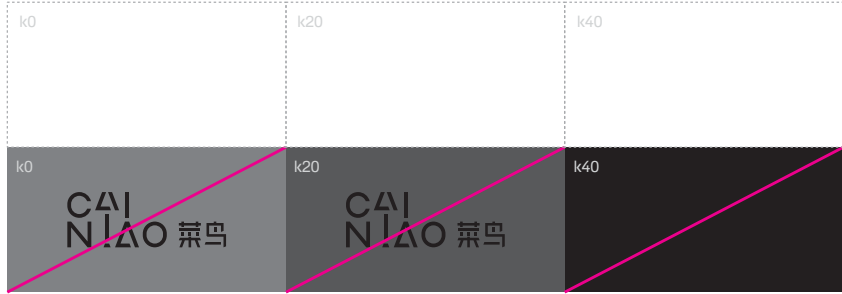
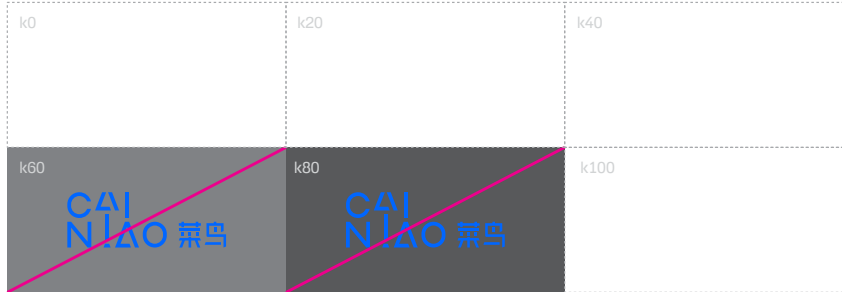
为确保品牌标识能够清晰可辨，务必严格控制背景色的亮度。本页展示了品牌标识在不同灰色背景上的应用情况，使用时可以参考本色板判断有色背景下标识的应用范围。

品牌标识应尽可能的使用在白色或浅色背景上，如需使用灰色或有色背景上，务必严格控制背景亮度。

Do:



Don't:



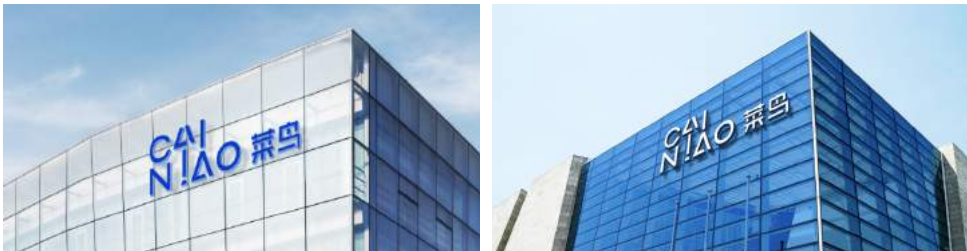
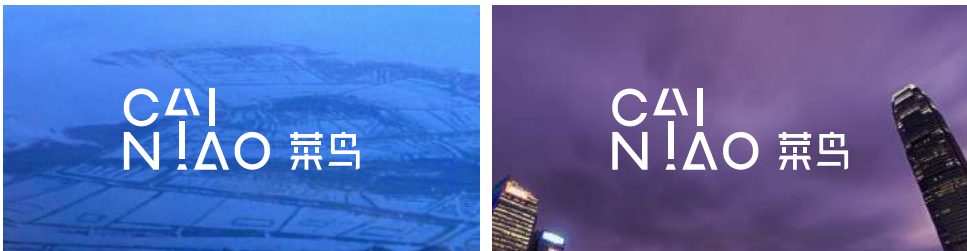
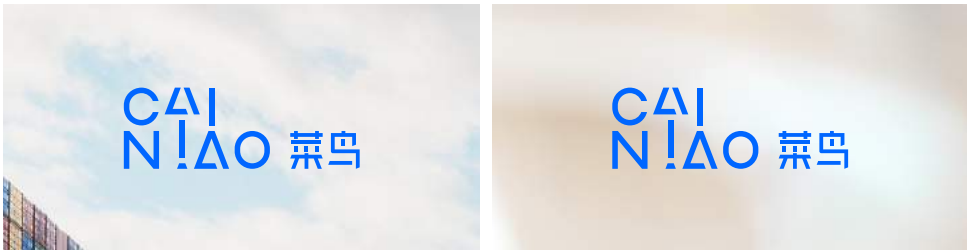
# 1.3 标识

## 图片背景控制

为确保品牌标识能够清晰可辨，本页展示了品牌标识在图片背景色上的应用。

当品牌标识置于图片背景时，请确保品牌标识与图片背景有足够的明度对比和色彩对比，从而避免品牌标识在背景中含混不清。背景不可杂乱无章，也不可和品牌标识的颜色过于接近。

Do:



Don't:



标识正色应用  
在明度较高且避免在复杂背景上



标识反色应用  
在明度较低且避免在复杂背景上



标识安装应用在具体材质上  
避免应用方案与应用场景过度相近

# 1.3 标识

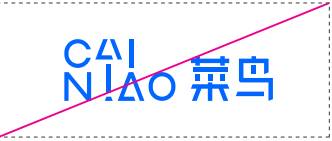
## 标识错误应用

本页展示品牌标识的一些常见的错误应用，请在推广应用中避免。

Do:

CAI  
N!ΔO 菜鸟

Don't:



破坏标识比例



改变标识结构



添加其他色彩



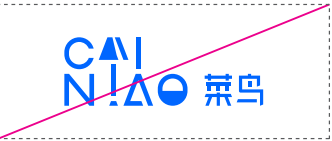
破坏性描边



添加其他元素



使标识变形



标识元素随意演绎



整体改变标识颜色

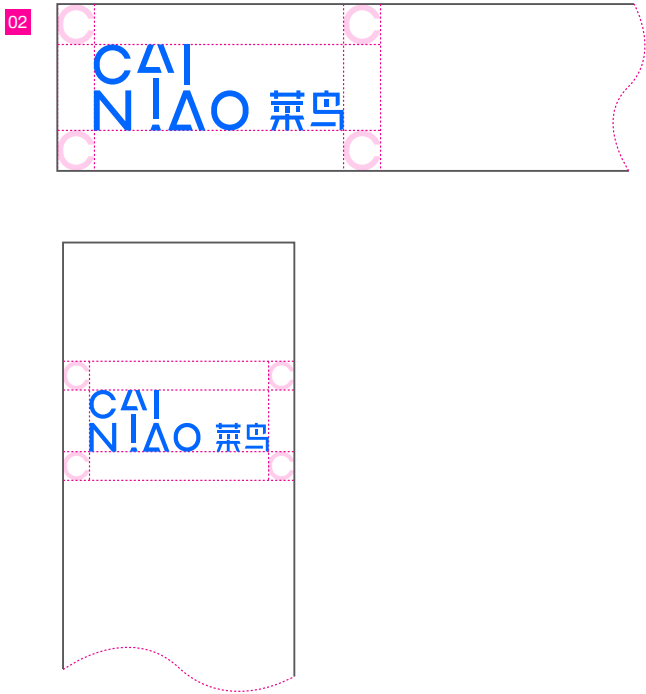
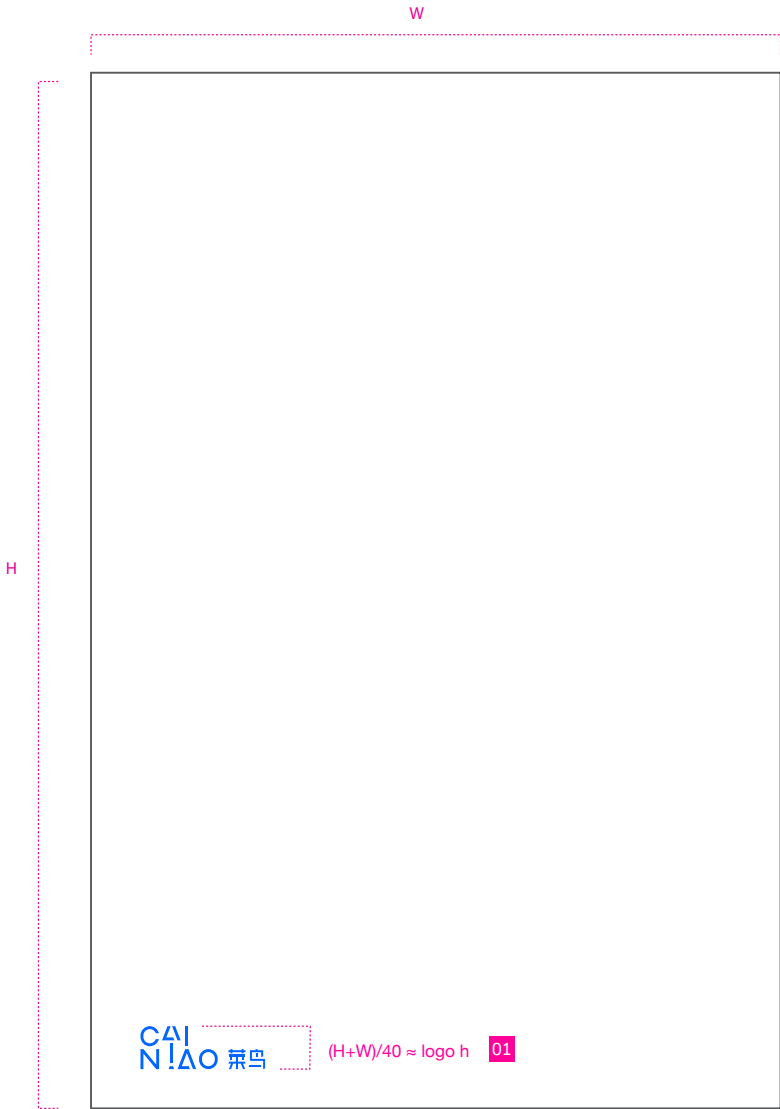
# 1.3 标识

## 应用尺寸计算公式

在品牌传播中，严格控制品牌标识在版面中的大小，有助于菜鸟在视觉传播中的统一性。品牌标识在版面中的大小控制方式以实际的版面尺寸的不同而定，常规情况下使用“不小于原则”，特殊情况如超竖、超长尺寸使用“不大于原则”。

**01 不小于原则：**  
设置变量“H”为版面高度，“W”为版面宽度，  
“logo h”为标识的高度，作用于公式：  
 $(H+W)/40 \approx \text{logo h}$

**02 不大于原则：**  
当应用到及其特殊的超长或超宽版面尺寸，及无法进行测量的版面尺寸时，标识的应用不大于标识的限制范围，及不破坏到限制区域。

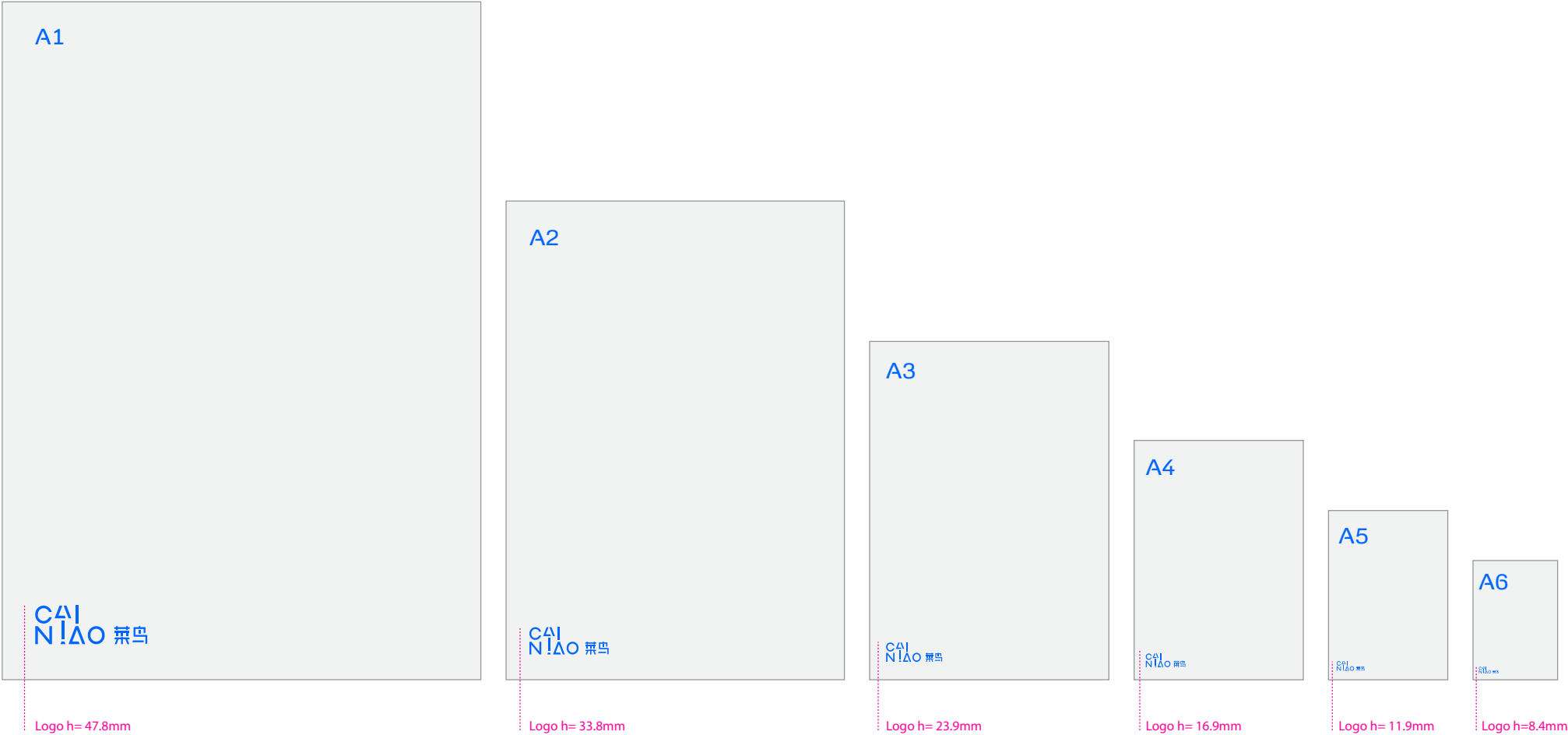


# 1.3 标识

## 恒定常用尺寸

为了方便操作人员在绝大多数情况下可以快速准确地使用品牌标识，本手册提供在印刷品等应用领域中的品牌标识恒定尺寸，在使用中可根据固定的版面尺寸直接提取或设置参数。

如遇特殊情况，可根据实际需要调整品牌标识的大小。



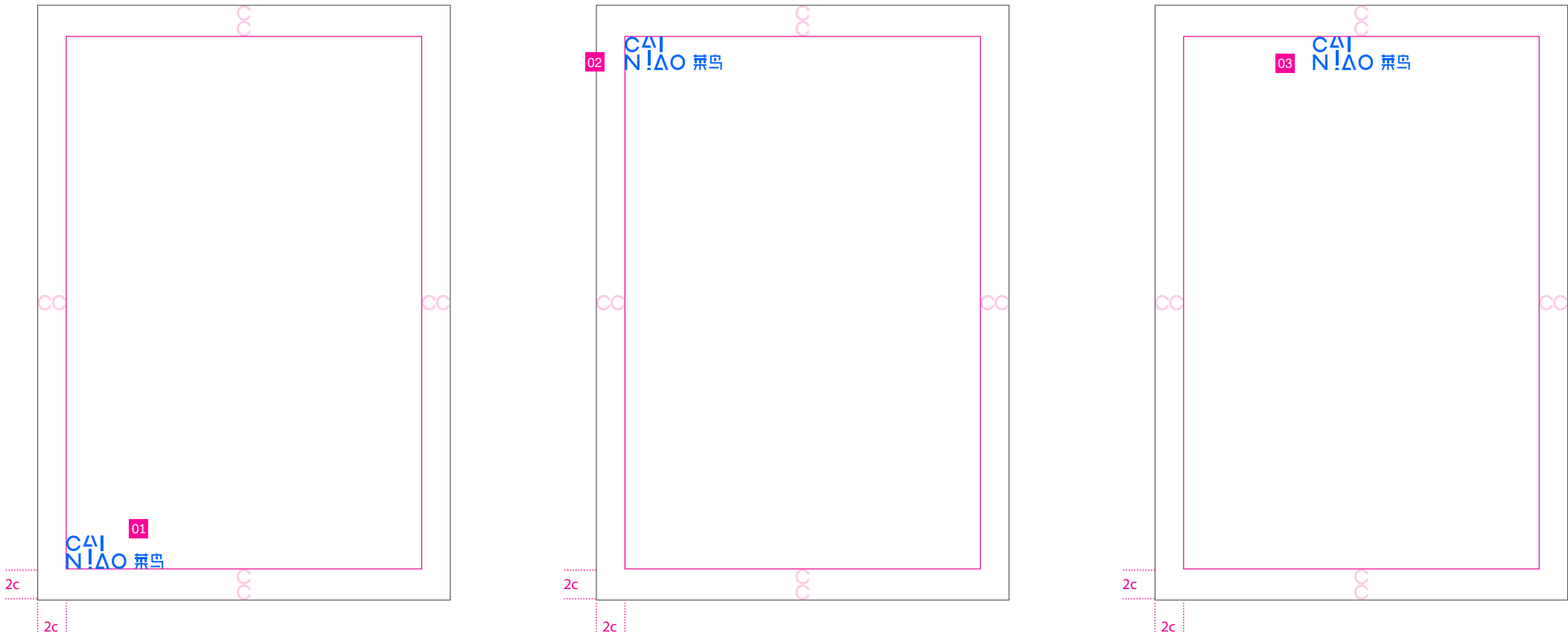
# 1.3 标识

## 在版面中的位置

在菜鸟的品牌传播中，菜鸟的品牌标识在版面中的应用位置有统一的设定，如右图所示。

建议：同类应用设计及联合标识的应统一在相同的版面位置。

- 01 常规品牌传播中标识的应用位置，例如：广告
- 02 系统、办公系统等。
- 03 特殊品牌传播中标识的应用位置，例如：发布会、导视系统等。



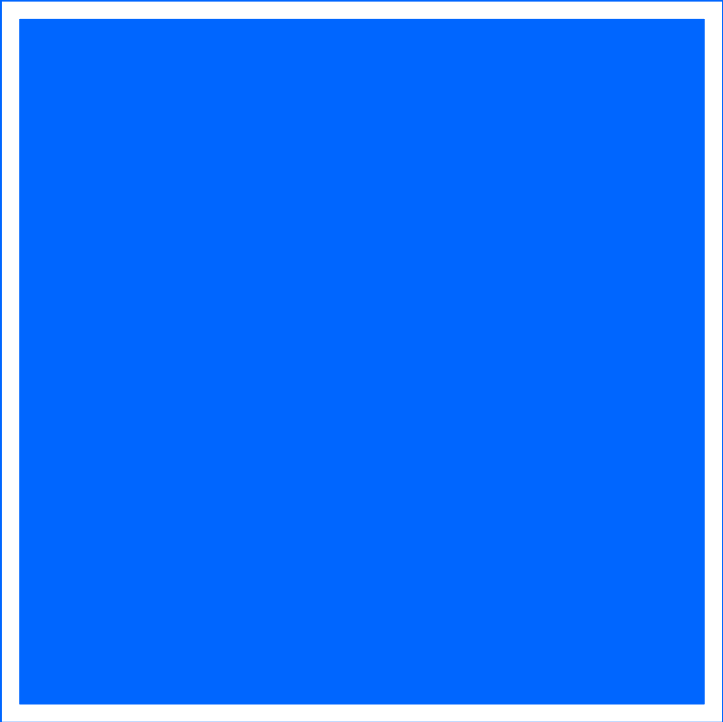


# 1.4 色彩

## 标准色

品牌标准色是为塑造独特的品牌形象而确定的某一特定的色彩或一组色彩系统，并运用在所有的视觉传达设计的媒体上。通过色彩特有的知觉刺激与心理反应，以表达企业的经营理念和精神。菜鸟的品牌标准色为“菜鸟蓝”，体现以科技、沉着的视觉感受服务于每一个合作伙伴和客户。

菜鸟的蓝色广泛应用于各传播系统，包括印刷品、广告、多媒体、办公环境、及其附带品等。



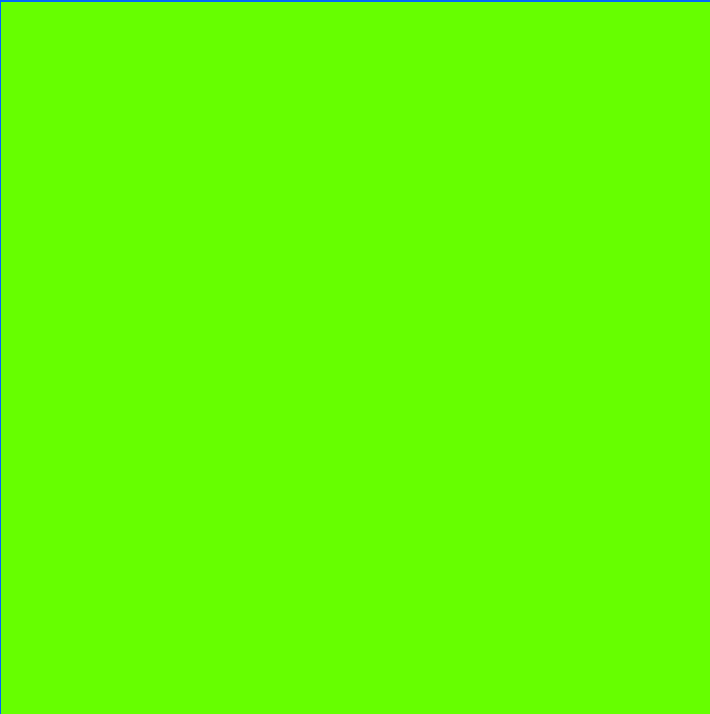
#0066FF  
C100 M30 Y0 K0  
R0 G102 B255  
  
PANTONE 3005C

## 1.4 色彩

### 辅助色

辅助色主要用于衬托表现企业理念和象征意义，配合企业标准色使用以增强企业表达的独特和活力。辅助色可以用于图形、图表和表格等。

菜鸟的辅助色来自“荧光色”，体现智能的信号，醒目、且富有活力。其中“荧光绿”为主辅助色（优先选用），它就像一路畅通的信号，给人以安全疏导、蓬勃向上的无限遐想。



#66FF00  
C65 M0 Y90 K0  
R102 G255 B0

PANTONE 7488C

# 1.4 色彩

## 应用管理

为了使品牌色彩在未来的传播中更加科学有效，我们设置标准色和辅助色以使用比例进行划分管理，使其在应用时更为便捷直观。

标准色“菜鸟蓝”的应用比例为80%，其他全部辅助色应用比例为20%，其中“荧光绿”为主辅助色优先使用。

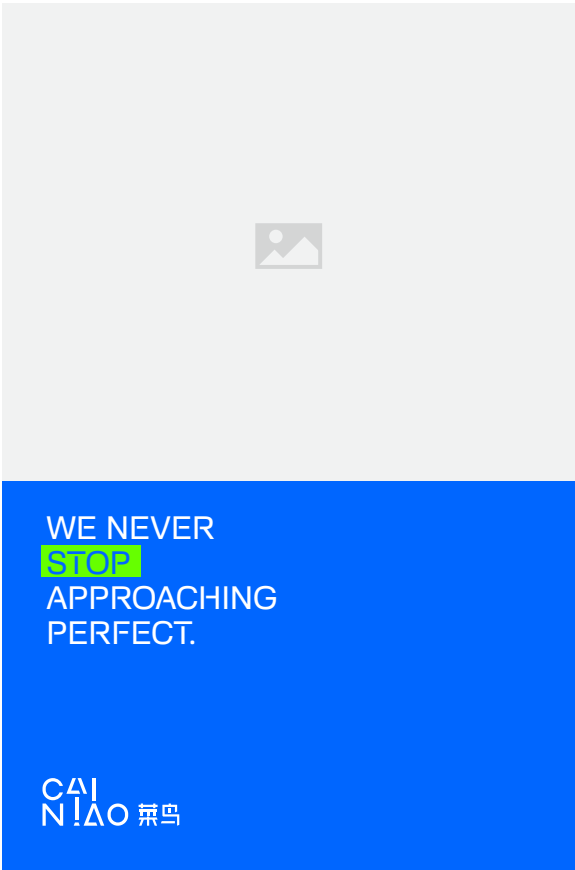


# 1.4 色彩

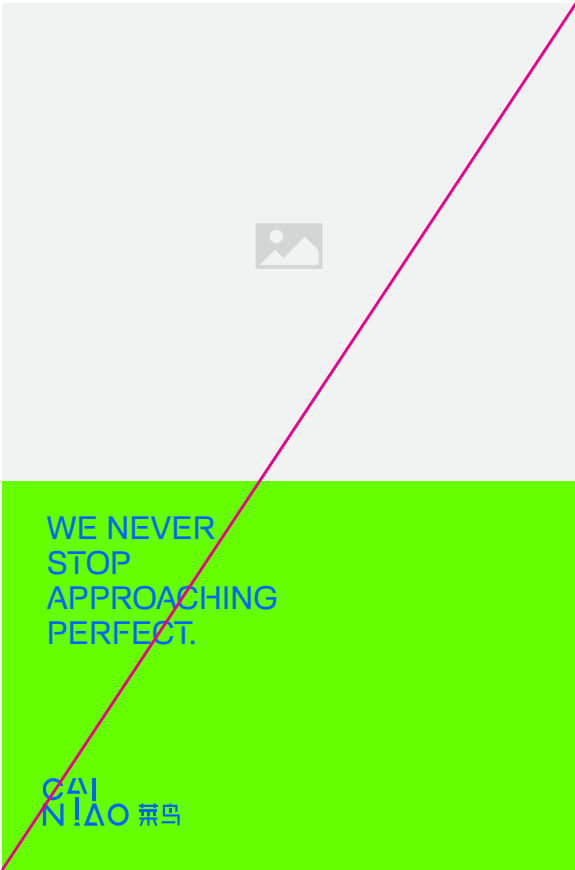
## 色彩应用的错误示意

本页展示品牌色彩的一些常见的错误应用，请在推广应用中避免。

Do:



Don't:



⊘ 避免大面积使用荧光绿，在整体的应用比例不超过20%

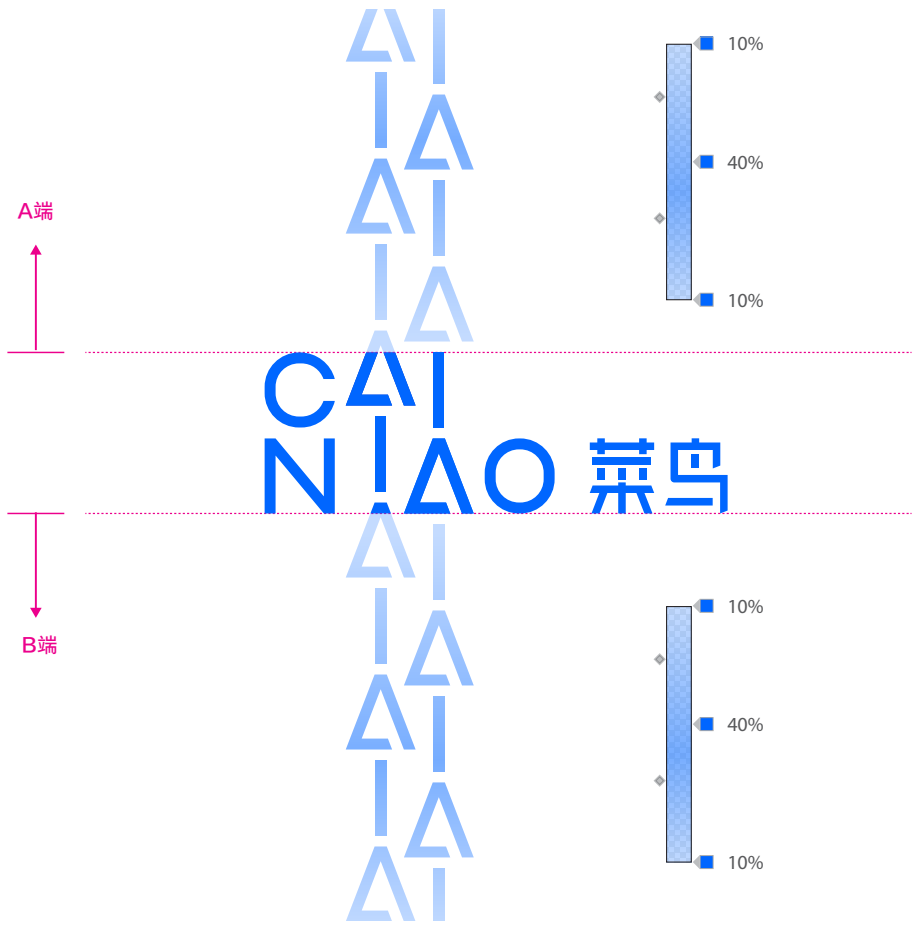
1.5 图形

形式一

菜鸟辅助图形是经过设计后的图形, 在实际应用中非常灵活多样，结合品牌标识一起使用可以强化菜鸟的品牌形象。

辅助图形形式一为“连续的向上...”的图形，源自菜鸟标识的延伸。

形式一可视情况在标识单独使用时与标识组合使用，使用时应与标识图形的符号重合一致，从下至上连贯至整个版面（例如形象墙的应用）。



标准应用



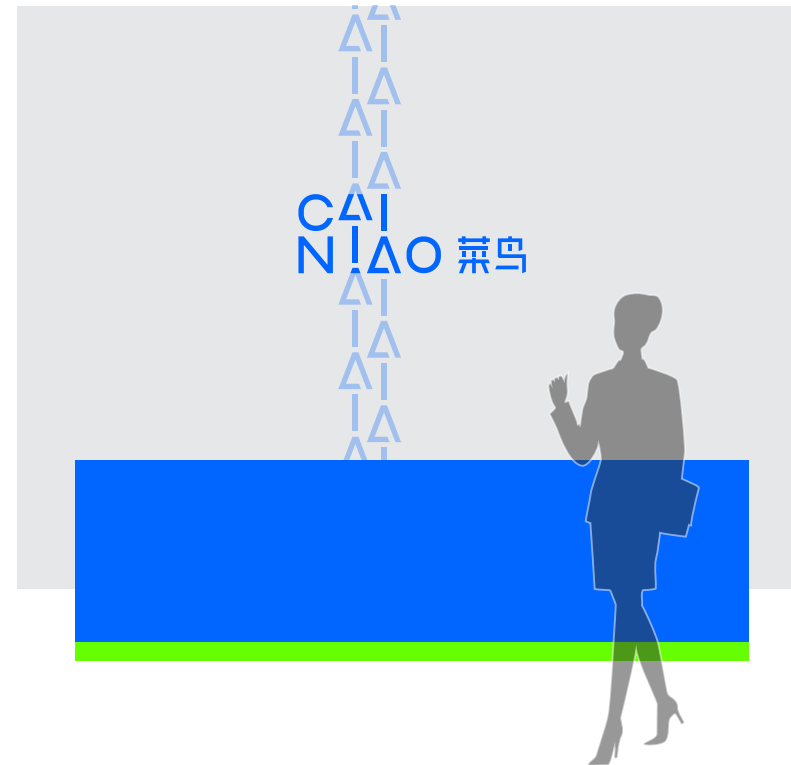
无渐变（透明度40%）



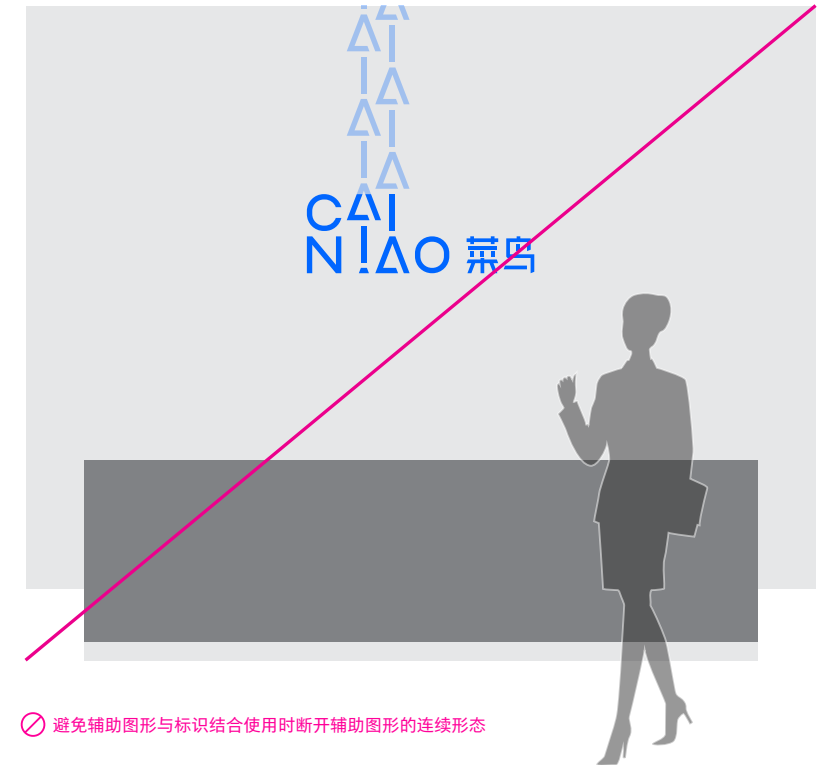
## 形式一的错误示意

本页展示品牌辅助图形元素形式一的常见错误应用，请在推广应用中避免。

Do:



Don't:



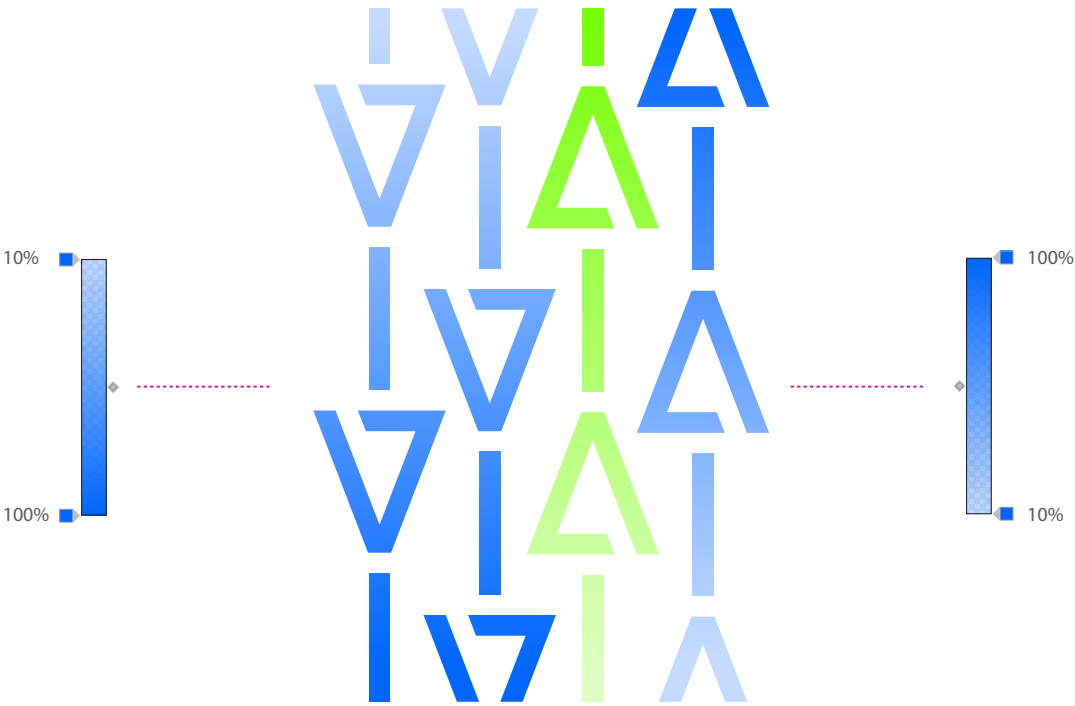
# 1.5 图形

## 形式二

菜鸟辅助图形是经过设计后的图形, 在实际应用中非常灵活多样, 结合品牌标识一起使用可以强化菜鸟的品牌形象。

辅助图形形式二为“流动有序的共赢中枢...”以菜鸟标识图形提取的辅助图形体现菜鸟提供的智能服务基于流动的数据，有序交错，高效协同。

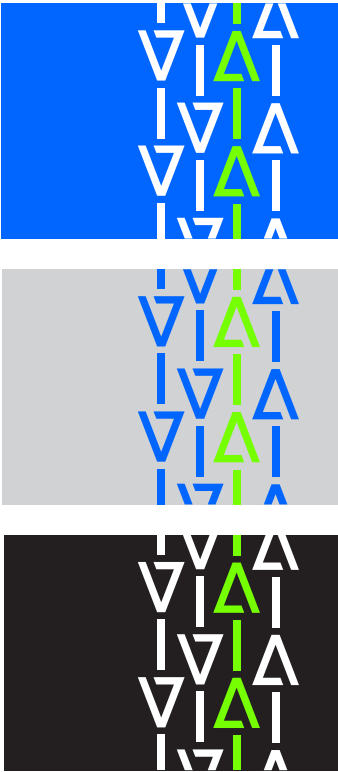
形式二可视情况在主要的传播触点与标识组合使用（例如广告传播系统、办公系统等）。



标准应用



无渐变应用



# 1.5 图形

## 形式二

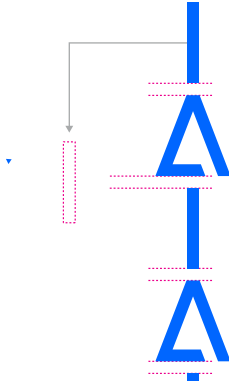
本页展示了辅助图形在版面中的标准运用规范，包括固定形态、尺寸设定、及延展应用。

请在品牌推广中熟练掌握，并遵守相应的使用规则。

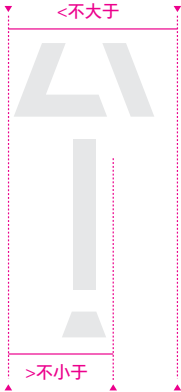
**基础形原则：**  
基础形为两列向上图形



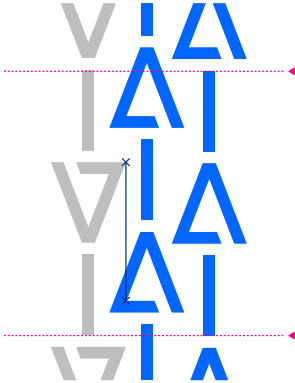
**延长原则：**  
“I”“和”A“的图形  
间隙为一个”I“的笔画宽度



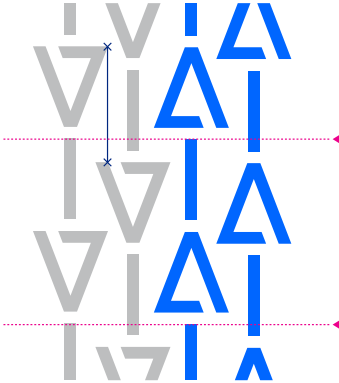
**单列图形尺寸：**  
不大于页面中标识的整体宽度  
不小于标志图形宽度



**增宽原则：**  
“外角”对其“内角”  
以基础形中的“I”为上下对齐目标



**增宽范围：**  
标准图形不少于两列同方向图形（>2）  
可根据版面宽度进行增减





# 1.5 图形

## 在版面中的应用

为了更加清楚地理解辅助图形在版面中的应用，本页展示了具体的应用步骤。

- 01 根据标识尺寸的计算公式及在版式中确定的位置，确定版心和域名尺寸。
- 02 将版面分为9个单元格（以较长的一边进行分隔）根据内容进行分区，一般情况下分为信息区和图片区。
- 03 辅助图形根据上一章节的应用规范，与图片进行组合使用并根据图片区的大小进行调节：

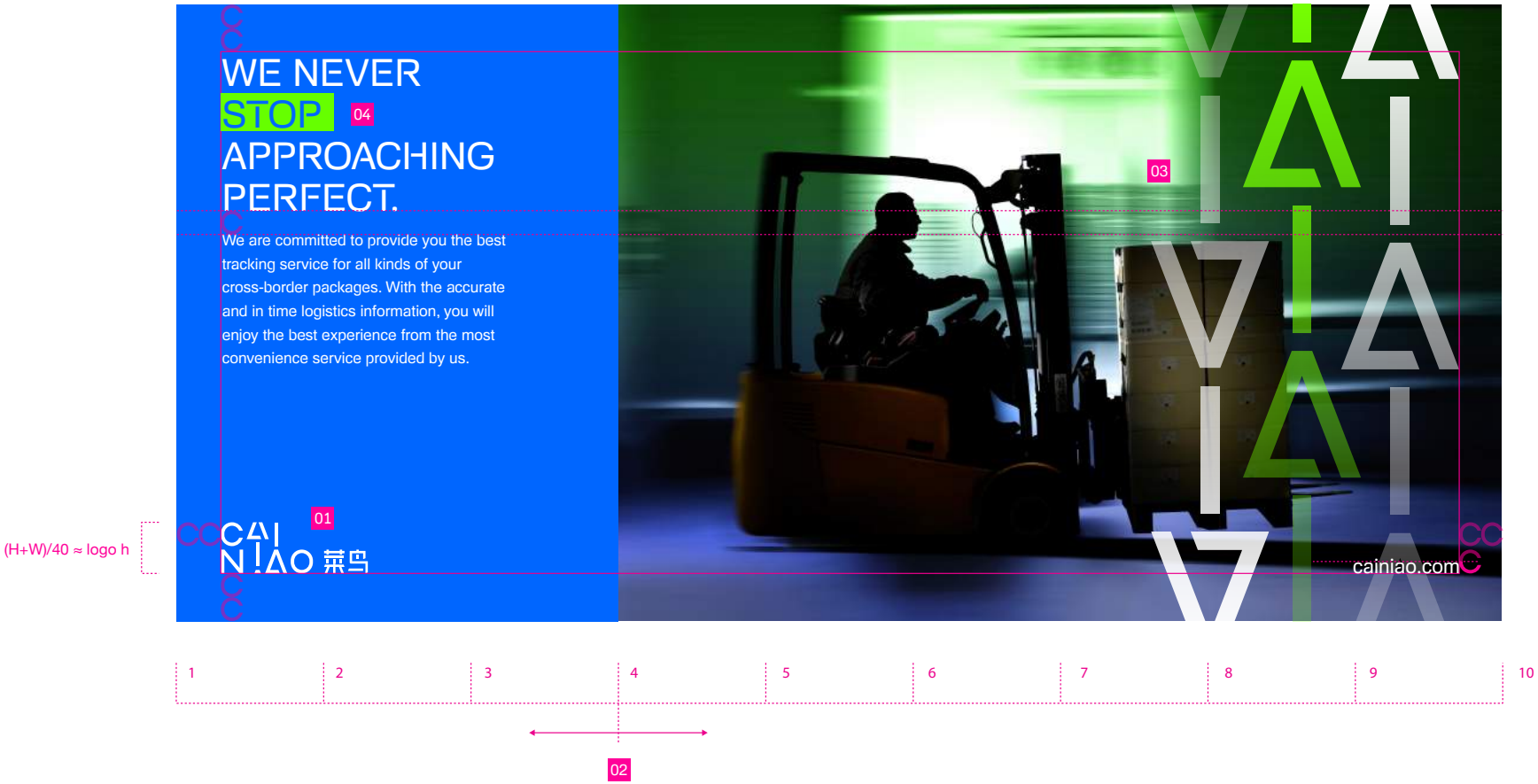
a.单排图形的宽度不超过标识的宽度

b.不得少于两排并列向上的基础图形

c.符合与图片结合的应用规则

d.通常情况下应在版式的右侧
- 04 信息区标题可用辅助色以块面的方式特别标识关键词，并与小字文案保持标识图形中字母C的高度。

信息区的大小可根据实际信息内容按单元格进行适配。



# 1.5 图形

## 横式应用版面

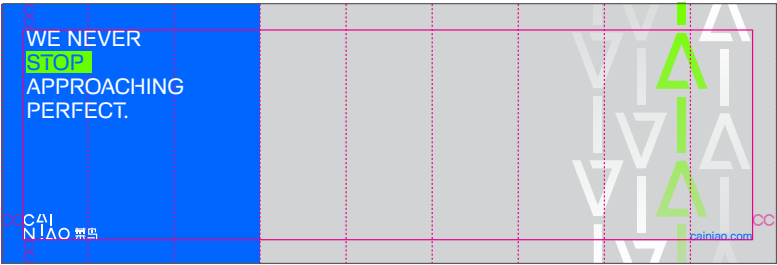
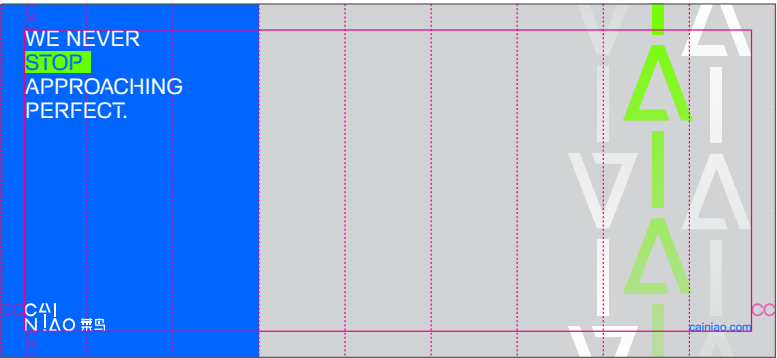
本页汇总了菜鸟横式版面应用的基本模版，菜鸟各传播层级均可以此为基础模版进行后期的设计延展。

基本版式可应用于各层级的广告及宣传物料的设计中，在具体的使用中需正确选择和调整相应设计元素。

常规横版



横长版



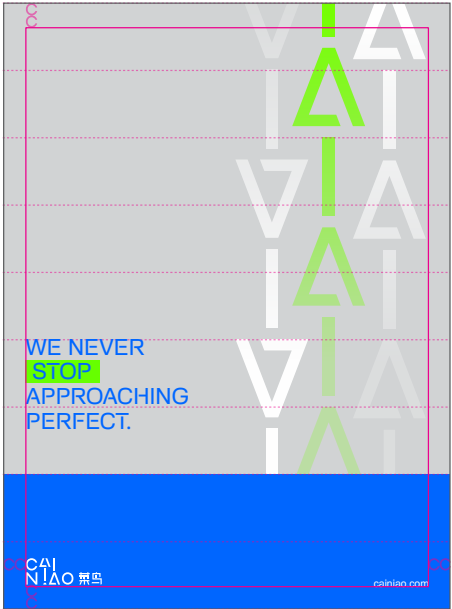
# 1.5 图形

## 竖式应用版面

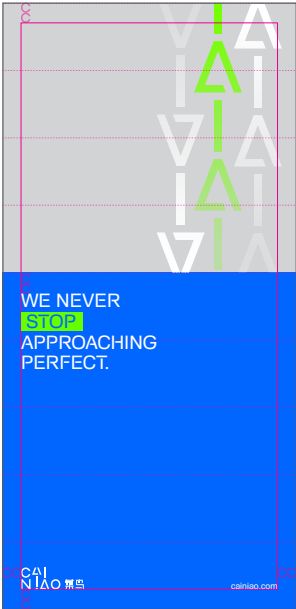
本页汇总了菜鸟竖式版面应用的基本模版，菜鸟各传播层级均可以此为基础模版进行后期的设计延展。

基本版式可应用于各层级的广告及宣传物料的设计中，在具体的使用中需正确选择和调整相应设计元素。

常规竖版



竖长版



# 1.5 图形

## 形式二的错误示意

本页展示品牌辅助图形元素形式二常见的错误应用，请在推广应用中避免。

Do:



Don't:



- ⊗ 避免在版面中跨区域的大面积使用
- ⊗ 避免辅助图应用2种以上的色彩
- ⊗ 避免在版面中大面积的荧光色配合辅助图应用

形式二的错误示意

本页展示品牌辅助图形元素形式二常见的错误应用，请在推广应用中避免。

Do:



Don't:



- ⊗ 避免使用最少两排并且不同方向的辅助图形
- ⊗ 避免单个辅助图形的宽度大于菜鸟品牌标识的宽度

# 1.6 字体

## 品牌专用字体

品牌专用字体是品牌视觉体系中的一个重要视觉元素，规范统一使用品牌专用字体能够塑造一致的品牌体验，成功积累品牌资产。品牌专用字体为品牌的首选字体，适用于所有的传播渠道。

品牌通用字体为次选字体，适用于没有条件使用品牌专用字体的情况下 (电脑系统差异或用户安装习惯的差异，具体应用例如：WEB-SITE, POWER POINT等)，以系统自带的无版权字体为主。

专用字体



方正悠黑简体\_细  
方正悠黑简体\_准  
方正悠黑简体\_中粗



FOOBARPRO-Light  
FOOBARPRO-Regular  
FOOBARPRO-Bold

通用字体

系统黑体一粗 / 细

Arial- **Bold** /Regular

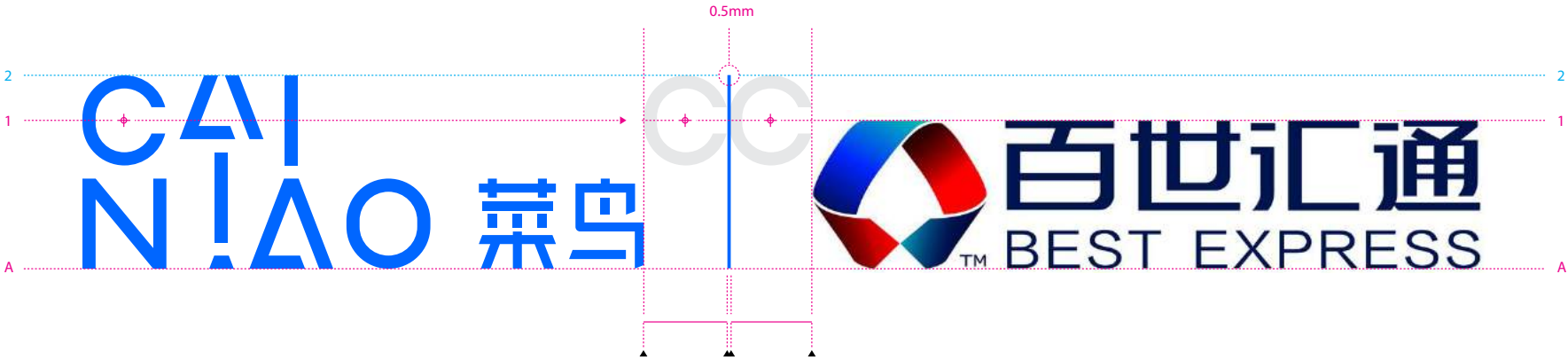
# 1.7 主品牌联合标识

## 与合作伙伴联合

在主品牌与合作伙伴及客户组合中，使用主品牌联合标识。

在应用中合作伙伴标识的高度为A-1（见右图），特殊结构的标识高度可调整为A-2的范围，但不得超出菜鸟主品牌标识的高度。与分隔符线距离为标识图形中一个C的距离，分隔线宽度为 0.5mm。

主品牌联合标识组合的整体高度不得小于 8.5mm。



# 1.7 子品牌授权标识

## 第三方合作授权

菜鸟的合作授权伙伴是由菜鸟官方认证并授权的合作伙伴。在视觉架构中，合作伙伴品牌传播需在传播过程中使用本章节的授权标识。

在应用中子品牌标识与第三方标识采用上下组合的方式（见右图），中间的间隔为子品牌标识图形中一个C字母的高度，分隔符线与其居中，分隔线宽度为 0.5mm。

子品牌授权标识组合的整体高度不得小于 12mm。





# 1.8 标识——业务线标识（简体）

## 标识释义

全新的菜鸟品牌标识简洁直观，代表着基于流动的物流数据延伸所提供的智能服务。

菜鸟的新形象以数据网络及平台化思考，将菜鸟字母拼写（cainiao）中的“A”和“I”巧妙的结合在一起，形成两排自下而上的箭头，连贯有序。当箭头流动起来的时候左右交替呈现人工智能的简称“AI”，体现以数据为核心驱动的智能调度，高效协同及对智能数据的研究、开发和应用。

菜鸟在流畅的数据和物流网络中为客户提供先机，应对未来的市场变化。动态的标识形态很好的体现菜鸟的使命和能力，以源源不断的动力赋予给同行者持续的价值和有序增长。菜鸟是价值链共赢的生态中枢，并以社会化协同和科技驱动的智能物流平台。菜鸟将创造万物生机，以流动的数据、智能的服务助力世界未来。



# 1.8 标识——业务线标识（繁体）

## 标识释义

全新的菜鸟品牌标识简洁直观，代表着基于流动的物流数据延伸所提供的智能服务。

菜鸟的新形象以数据网络及平台化思考，将菜鸟字母拼写（cainiao）中的“A”和“I”巧妙的结合在一起，形成两排自下而上的箭头，连贯有序。当箭头流动起来的时候左右交替呈现人工智能的简称“AI”，体现以数据为核心驱动的智能调度，高效协同及对智能数据的研究、开发和应用。

菜鸟在流畅的数据和物流网络中为客户提供先机，应对未来的市场变化。动态的标识形态很好的体现菜鸟的使命和能力，以源源不断的动力赋予给同行者持续的价值和有序增长。菜鸟是价值链共赢的生态中枢，并以社会化协同和科技驱动的智能物流平台。菜鸟将创造万物生机，以流动的数据、智能的服务助力世界未来。



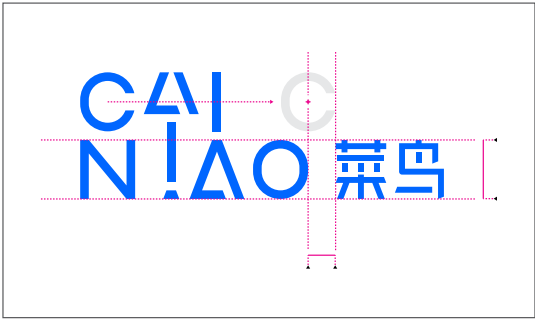
# 1.8 子品牌视觉

## 继承主品牌视觉规范

子品牌标识组合由标识图形、品牌名称构成，在使用中不可改变品牌标识的组合结构和比例关系。

标识图形与中文名称的左右间距为图形中字母C纵向截面的一半，高度与图形中单个字母的高度保持一致。上下间距为图形字母中C横向截面的一半，高度与图形中单个字母的高度保持一致。

一致的视觉风格



主品牌横版标识组合



标识限制区域



主品牌竖版标识组合



标识限制区域

CAI N!ΔO 菜鸟联盟

CAI N!ΔO 菜鸟驿站

CAI N!ΔO 菜鸟乡村

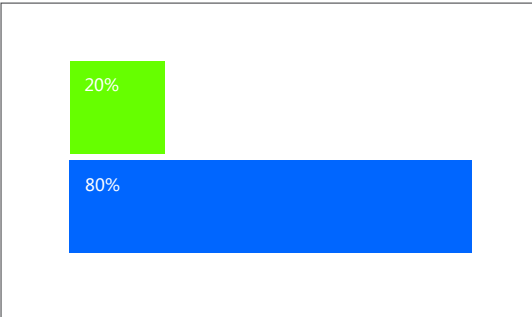
CAI N!ΔO 菜鸟裹裹

# 1.8 子品牌视觉

## 继承主品牌视觉规范

子品牌将继承主品牌的视觉系统， 这包括核心系统中的“标识应用， 色彩应用， 图形应用， 图片应用和字体应用规则”， 在传播中可参照主品牌的详细应用章节。

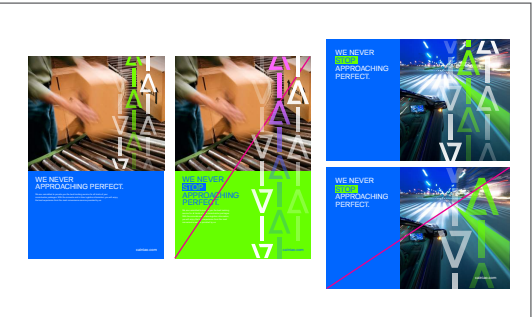
一致的视觉风格



色彩



图形



文字



图片

CAI  
N!ΔO 菜鸟

CAI  
N!ΔO 菜鸟联盟

CAI  
N!ΔO 菜鸟驿站

CAI  
N!ΔO 菜鸟乡村

CAI  
N!ΔO 菜鸟裹裹

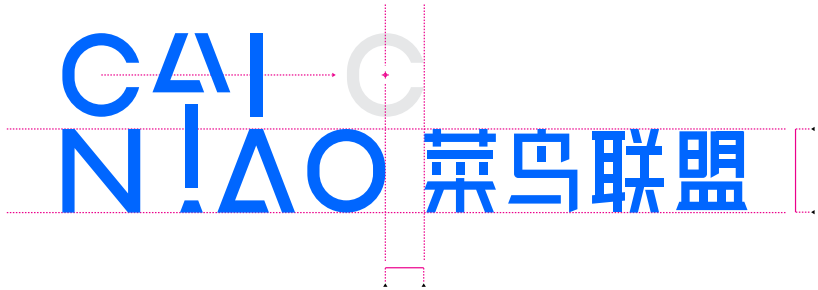
# 1.8 子品牌视觉

## 子品牌标准标识错误示意

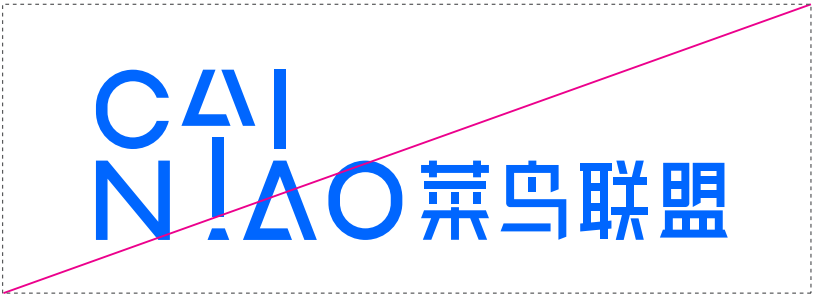
本页展示子品牌标识的标准比例应用，和实际推广中容易出现的错误应用，请在品牌应用推广中避免。

子品牌应用时可参照主品牌相关章节。

Do:



Don't:



标识图形与中文名称的间距没有按标准比例进行组合



中文名称的高度与宽度没有按标准比例组合

# 1.8 子品牌视觉

## 与主品牌的关系

本页展示子品牌和主品牌标识在实际推广中的错误应用，请在推广应用中避免。

Do:



Don't:



⊗ 避免主品牌和子品牌标识直接应用在同一传播页面

END !

