

AICHEN 爱妻
浙江爱妻电器有限公司

ZHEJIANG AICHEN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.

总部：宁波聚亿商业中心爱妻大厦（宁波宁南北路367号）

工厂：浙江宁海西店爱妻工业园

全国统一热线：400-7110-510

AICHEN 爱妻

VISUAL IDENTITY SYSTEM

AICHEN 爱妻
VIS VISUAL IDENTITY SYSTEM
视觉形象识别系统

AICHEN 爱妻

- 浙江爱妻电器有限公司企业始创于1986年，辖有浙江爱妻电器有限公司、宁波爱妻智能科技有限公司、香港中亿（亚洲）有限公司、宁波希拉里炊具有限公司、浙江爱妻置业有限公司五家全资子公司，集团产业涉及内销、外贸、地产、金融等多个领域。
- 浙江爱妻电器有限公司旗下“AICHEN 爱妻”品牌创立于1992年，专注于炊具、生活电器、厨卫电器、卫浴五金及洁具家纺等多个领域，在发展的过程中始终不忘掌握核心科技能力致力于为全球消费者提供高品质的产品和服务。
- 浙江爱妻电器有限公司是国内规模较大压力锅生产企业之一，也是压力锅国家标准拟订单位。目前产业涉及炊具、生活电器、厨卫电器、卫浴五金及洁具家纺等多个领域。公司拥有雄厚的技术力量和一流的产品生产线，具有完善的产品检测手段和售后服务体系。公司已通过ISO 9001:2008质量体系认证和压力锅产品QS 认证。电器产品全部符合3C国家强制性认证要求，并先后获得德国GS、TUV安全标准证书，美国UL安全认证，香港标准及检定中心授予的英国BS1746:1987安全证书。作为中国五金制品行业协会理事成员，公司严格执行国家质量标准，被评为“质量示范单位”、“浙江省管理示范型企业”，产品被评为“全国消费者信得过产品”、“浙江省名牌产品”等，爱妻商标被评为“浙江省著名商标”。公司拥有自有知识产权的产品专利83项，其中发明专利6项，为“宁波专利示范企业”。
- 浙江爱妻电器有限公司专注于智能厨房领域的布局，并开发和运营“爱妻知味”APP。

FOUNDED IN 1992

AICHEN 爱妻
—— 始创于1992年 ——

每个角落 · 都是爱的主场

导言 INTRODUCTION

VI 是品牌形象视觉识别系统的英文缩写。VI 是流行世界企业界的企业形象识别系统CIS的视觉组成部分。VI 系统通过对视觉形象的整体规划,使得企业和品牌的形象格外清晰、明确、从而迅速抢占目击者的心智空间,树立良好的记忆和印象。企业通过视觉的创新,达到与内部和外部沟通的目的,最终取得对各种资源的凝聚作用,使企业的发展获得一个良性运作的环境。

VI以标志、标准字、标准色为核心展开的完整的、系统的视觉表达体系。将上述的企业理念、企业文化、服务内容、企业规范等抽象概念转换为具体符号,塑造出独特的企业形象。

希望借此VI系统标准手册为我们的品牌建设以及产品推广提供有益的帮助和正确的指导。并希望公司所有部门及合作方相关单位以此手册为标准,务必严谨执行,规范操作。

A

BASE

Identification system

基础识别系统

- A-01 标准标志
- A-02 标志组合规范与最小尺寸
- A-03 标志组合应用规范(方格图)
- A-04 标志组合规范与最小尺寸
- A-05 标志组合应用规范(方格图)
- A-06 标志组合应用规范(方格图)
- A-07 企业名称应用规范(方格图)
- A-08 标准色与辅助色
- A-09 标志特殊效果规范
- A-10 标志在不同明度背景下的规范
- A-11 标志禁用范例
- A-12 辅助图形
- A-13 辅助图形
- A-14 品牌广告语及组合规范
- A-15 品牌广告语及组合规范
- A-16 品牌广告语及组合规范
- A-17 品牌广告语及组合规范
- A-18 标志与企业信息组合规范
- A-19 印刷字体使用规范

B

APPLICATION

Identification system

应用识别系统

- B-01 名片
- B-02-03 授权证书
- B-04 荣誉勋章
- B-05 VIP卡
- B-06 胸牌(工作证)
- B-07 胸牌(通行证)
- B-08-09 信封 信纸 便签
- B-10 邀请函
- B-11 合同书
- B-12 文件夹
- B-13 档案袋
- B-14-15 合格证 识别卡
- B-16 保修卡
- B-17 说明书
- B-18 手提袋
- B-19 包装(彩包)
- B-20-23 外包装箱
- B-24 促销礼品
- B-25 广告帐篷
- B-26 广告伞 雨衣
- B-27 气球 拱门
- B-28 广告衫
- B-29 导购员服饰(夏、冬装)
- B-30 行政人员服饰(夏、冬装)
- B-31 行政人员服饰(夏、冬装)
- B-32 工作人员服饰(夏)
- B-33 工作人员服饰(秋、冬装)
- B-34 旗帜(室内)
- B-35 旗帜(户外)
- B-36 科室指示牌
- B-37 企业部门导向牌
- B-38 方向指示牌
- B-39 警示牌
- B-40 标识牌
- B-41 玻璃贴纸
- B-42-45 广告旗帜
- B-46-47 易拉宝/门型展架
- B-48-51 灯箱
- B-52-53 吊旗
- B-54-57 大型户外广告牌
- B-58-61 车体广告
- B-62-64 产品POP

C

TERMINAL

Identification system

终端展示系统

- C-01 门头一
- C-02 门头二
- C-03 单门专卖店效果(门头)
- C-04-06 单门专卖店效果
- C-07 单门专卖店平面图
- C-08-14 双门专卖店效果
- C-15 双门专卖店平面图
- C-16-17 店中店效果图一
- C-18-19 店中店效果图二
- C-20-24 空地特装效果图
- C-25 空地特装平面图



基础系统

BASE IDENTIFICATION SYSTEM

VI基础系统是品牌形象VI视觉系统中的核心部分，其中标志是整个企业品牌建设的核心，公司的广告策略与品牌形象定位都以其为依据。同时，基础设计系统的精致化作业是非常重要的环节，任何不正确的使用与任意的设计容易造成企业管理水准低下及企业形象不成熟的负面效果。所以，以下每个设计单元都是经过严格考究的。在后期推广中无论是色彩应用还是标志字体组合应用都必须按其规定执行，不得随意改动。

■ 标准标志

标准标志对外代表品牌的形象及理念，对内则凝聚企业全体工作同人和大众的向心力，其适用范围及方式均列入本规范手册中，以便在各种状态下，做整体一致的应用。



BASE
Identification system
基础识别系统

AICHEN 爱妻

标准标志 形态一



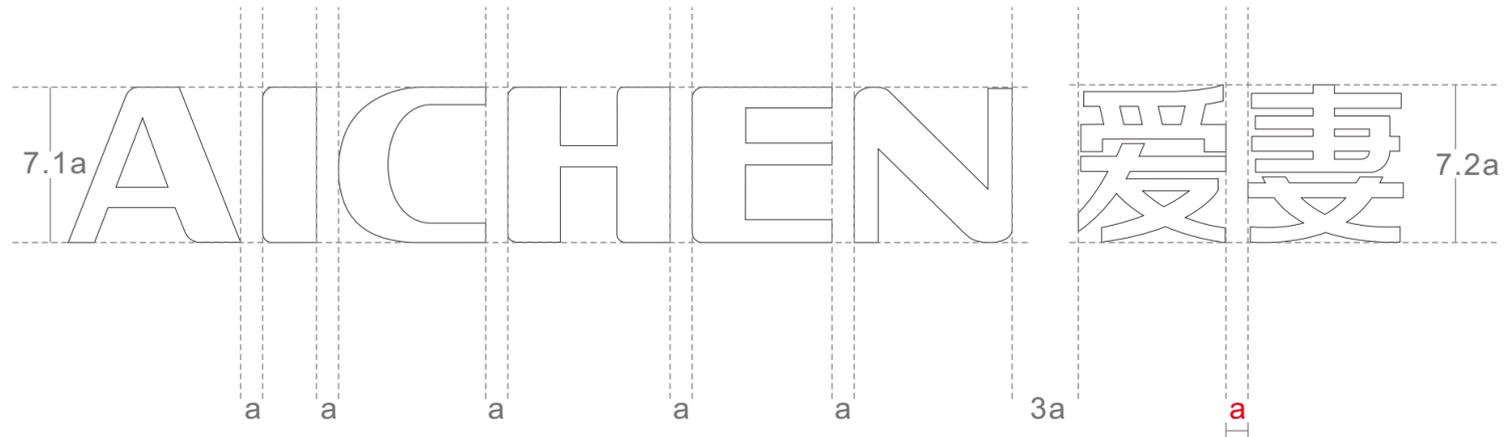
标准标志 形态二

■ 标志组合规范与最小尺寸
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。

标志最小使用规范：为了使标志缩小使用不被变形，本节对标志进行了最小使用规范。



BASE
Identification system
基础识别系统

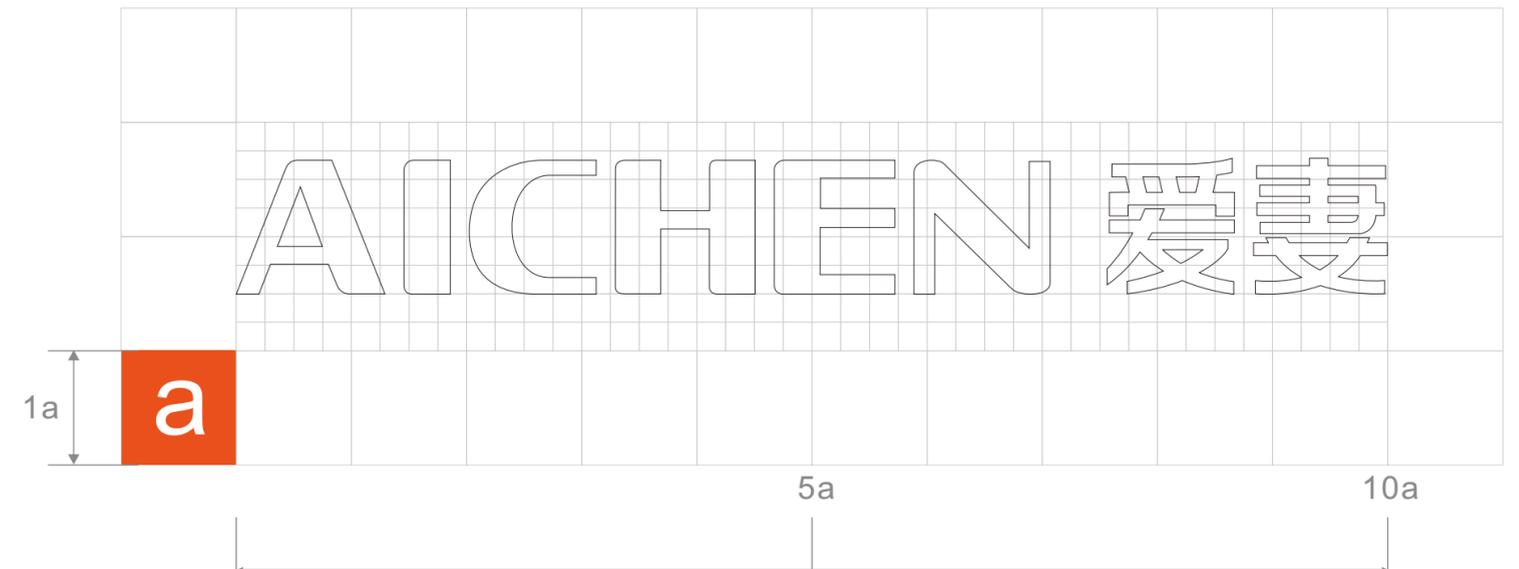


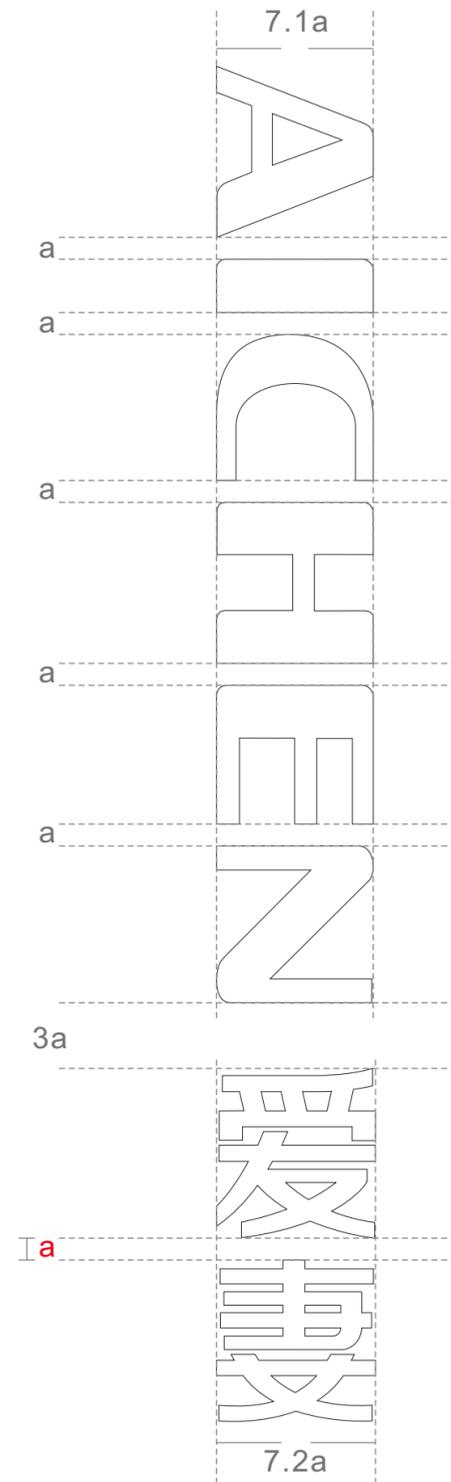
标志最小使用尺寸

■ 标志组合应用规范 (方格图)
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统





■ 标志组合规范与最小尺寸
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。

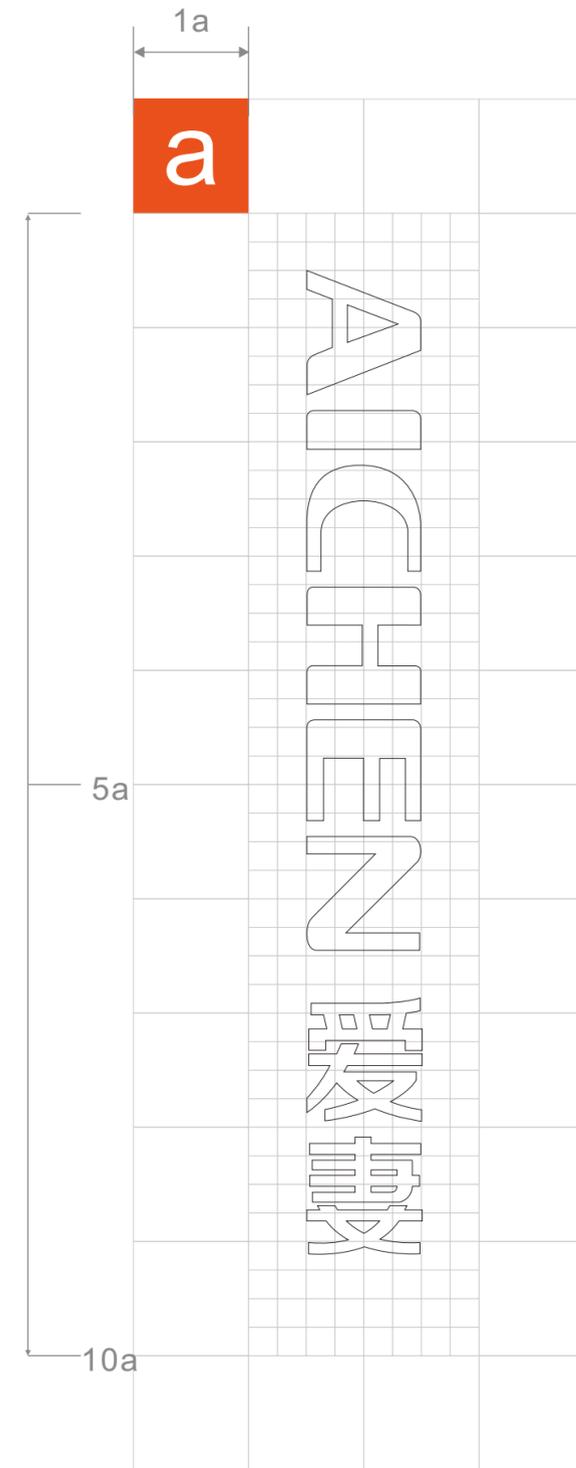
标志最小使用规范：为了使标志缩小使用不被变形，本节对标志进行了最小使用规范。



BASE
Identification system
基础识别系统



标志最小使用尺寸



■ 标志组合应用规范 (方格图)
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



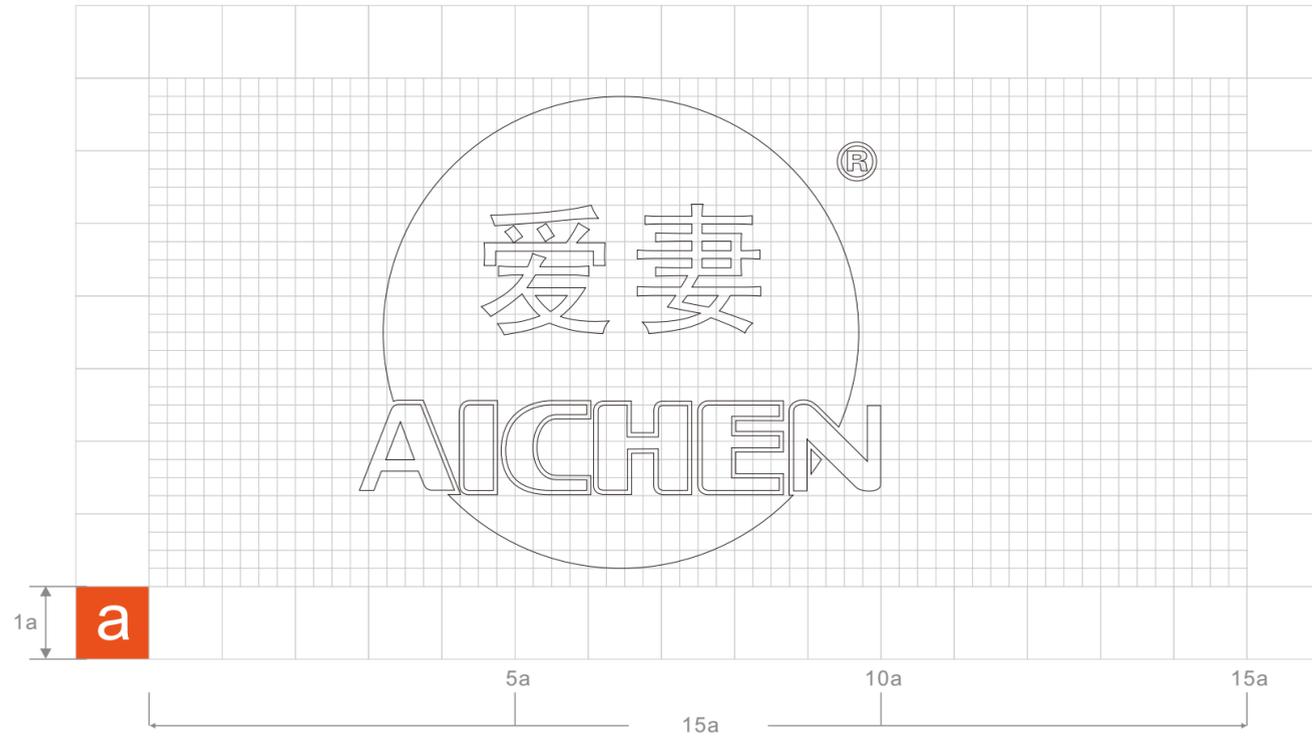
BASE
Identification system
基础识别系统

■ 标志组合应用规范 (方格图)

企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的权威性、识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统



■ 企业名称应用规范 (方格图)

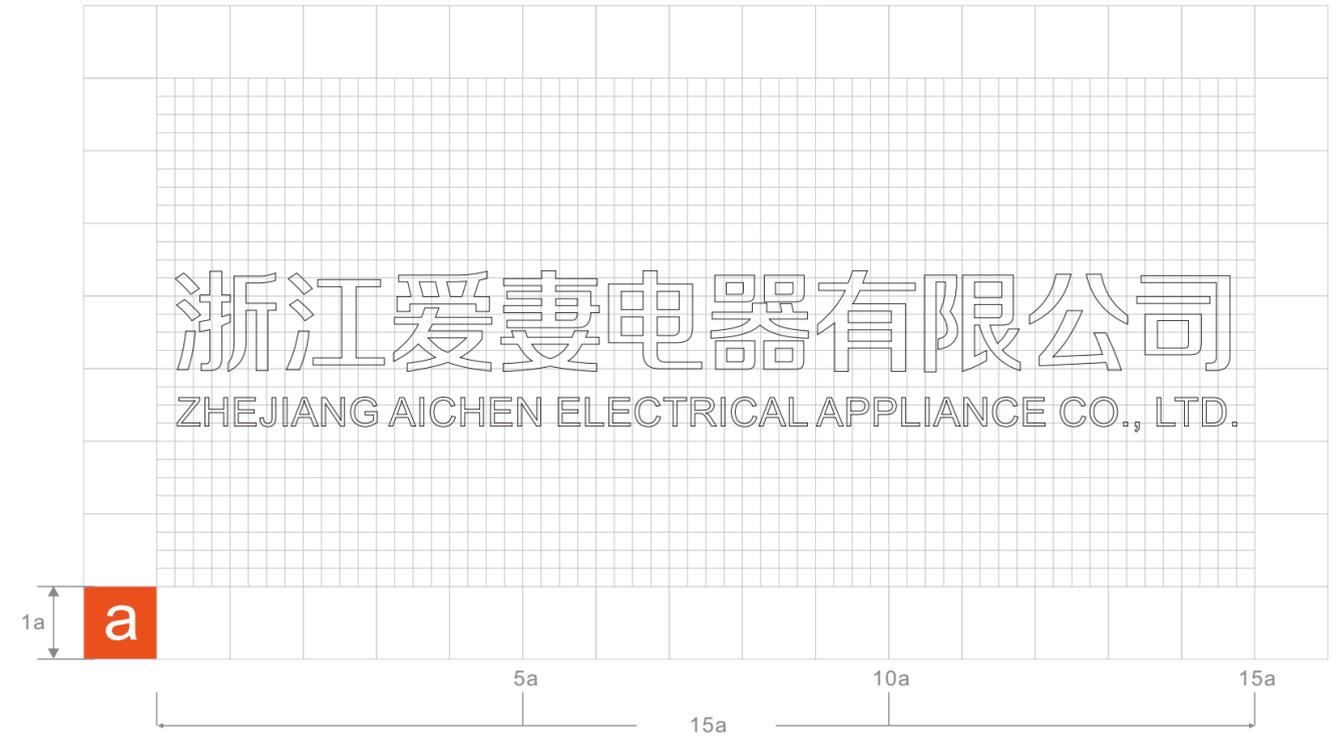
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证企业名称的权威性与识别性，在运用时，保持严格的使用规范是很必要的。



BASE
Identification system
基础识别系统

浙江爱妻电器有限公司

ZHEJIANG AICHEN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.



■ 标准色与辅助色

色彩在识别系统中具有超越一切形态而为先的个性特征。它能有效地区分与强调品牌形象的差异性与品牌个性，并充分发挥，全面扩散，在整体上统一形象识别的传播效果。

品牌辅助色\标志和标准字体在某些场合的使用中，受客观条件限制或出于特殊需要，须用颜色辅助出现时，我们规定了辅助色规范，保持形象的整体性。



BASE
Identification system
基础识别系统

AICHEN 爱妻

标准色 C:0 M:82 Y:93 K:0
R:234 G:86 B:45

PANTONE
Orange 021 U



C:0 M:0 Y:0 K:75
R:107 G:105 B:106



C:0 M:0 Y:0 K:60
R:139 G:139 B:140



C:0 M:20 Y:40 K:40
R:179 G:155 B:119



C:20 M:100 Y:100 K:40
R:140 G:25 B:27

■ 标志特殊效果规范

为使标志达到最好的使用效果，在实际使用当中可根据材料、制作工艺、成本等因素对标志的表现手段进行延伸，达到既适应要求又保持标志的识别性，以下为几种表现方案。



BASE
Identification system
基础识别系统



普通单色



印银色



印金



五彩烫金

■ 标志在不同明度背景下的规范
此规范涉及到标志标准色的规范要
领色彩，对于标志形态起着不可侵害
的作用，为达到标志、字体在使用中
的一致性，我们规定了标志、字体色彩
的可适用范围。当背景明度小于或等
于K40时，标志适用黑色；背景明度
超过K50时，标志适用白色。在应用
中，应严格参照下列规定使用。



BASE
Identification system
基础识别系统



■ 标志禁用范例
企业形象识别系统在实施时，有可能
出现因操作的不规范而导致识别困难
和记忆错误，造成识别系统混乱与不
完整的现象。因此，在使用实施时，
必须严格按照规范执行，不得擅自改
变而出现以下禁用范例。



BASE
Identification system
基础识别系统



不可变形



不可斜放



不可出现色彩混淆



不可任意改变色彩明度



组合错误



组合错误

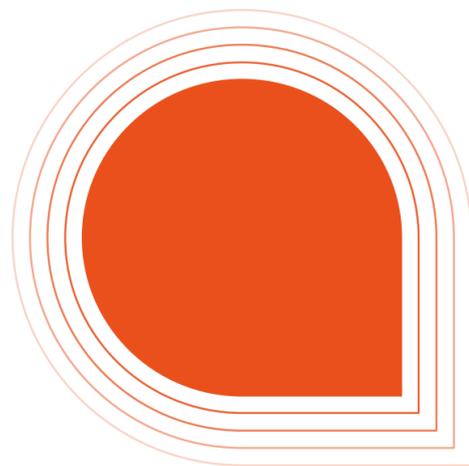
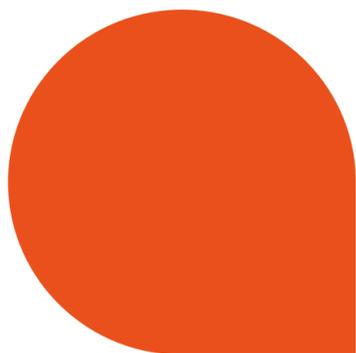
■ 辅助图形

辅助图形是在品牌标志基础上衍生出来的辅助性识别信息。对于品牌整体形象和精神的传递起着不可忽视的作用。特此规范其使用模式，作为基本辅助图案。也可作为创意元素出现。在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的想互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统

ai



图形1

图形2

■ 辅助图形

辅助图形是在品牌标志基础上衍生出来的辅助性识别信息。对于品牌整体形象和精神的传递起着不可忽视的作用。特此规范其使用模式，作为基本辅助图案。也可作为创意元素出现。在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的想互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统



图形3

■ 品牌广告语及组合规范

品牌广告语是品牌视觉识别的核心，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统

AICHEN 爱妻

—— 始创于1992年 ——

AICHEN 爱妻

—— 始创于1992年 ——

■ 品牌广告语及组合规范

品牌广告语是品牌视觉识别的核心，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统

每个角落 • 都是爱的主场

广告字体：苹方中等

爱之美味 • 与妻乐享

广告字体：苹方中等

AICHEN 爱妻

每个角落 • 都是爱的主场

AICHEN 爱妻

爱之美味 • 与妻乐享

■ 品牌广告语及组合规范

品牌广告语是品牌视觉识别的核心，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统

AICHEN 爱妻
家电精品中心

HOUSEHOLD APPLIANCES
BOUTIQUE CENTER

AICHEN 爱妻 家电精品中心

HOUSEHOLD APPLIANCES BOUTIQUE CENTER

AICHEN 爱妻 家电精品中心
HOUSEHOLD APPLIANCES BOUTIQUE CENTER

■ 品牌广告语及组合规范

品牌广告语是品牌视觉识别的核心，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统


AICHEN
BRAND ECOLOGICAL CHAIN
爱妻生态链


AICHEN
BRAND ECOLOGICAL CHAIN
爱妻生态链

品牌生态系统主要由品牌企业、供应链企业、公共组织、顾客等成员构成，处于品牌生态系统中的品牌企业及其他系统成员有着复杂的能量流动路径与资源配置规则。

B.E. is mainly composed of core brands, supply chain enterprises, public organizations, customers and other members. In a brand ecosystem, there are so many complex energy flow paths and resource allocation rules.

■ 标志与企业信息组合规范
企业形象视觉基本项目是企业视觉识别的核心的内存，其组合应用的范围非常广泛。为保证标志等基本项目的元素的权威性与识别性，在相互组合运用时，保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。



BASE
Identification system
基础识别系统

AICHEN 浙江爱妻电器有限公司
ZHEJIANG AICHEN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD. 总部：宁波聚亿商业中心爱妻大厦（宁波宁南北路367号）
工厂：浙江宁海西店爱妻工业园 全国统一热线：400-7110-510

组合形态一

AICHEN
浙江爱妻电器有限公司
ZHEJIANG AICHEN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.
总部：宁波聚亿商业中心爱妻大厦（宁波宁南北路367号）
工厂：浙江宁海西店爱妻工业园
全国统一热线：400-7110-510

组合形态二

■ 印刷字体使用规范
为了塑造品牌统一的对外形象，特设定四种字体为指定字体。在任何品牌传播场合，只可使用规定的标准字。所有日常商务下规文件、信函、广告、印刷品等，均应采用以下的印刷字体，以形成一贯风格（特殊环境下的主体的字体，则不在此限定之内）。



BASE
Identification system
基础识别系统

爱妻天使 爱妻绅士 苹方 常规

爱妻天使 爱妻绅士 苹方 中等

爱妻天使 爱妻绅士 苹方 粗体

Arial ZHEJIANG AICHEN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.

Arial Black **FOUNDED IN 1992**

Clarendom BT **VISUAL IDENTITY SYSTEM**