

Brand Guidebook

2024.9

Ozelle

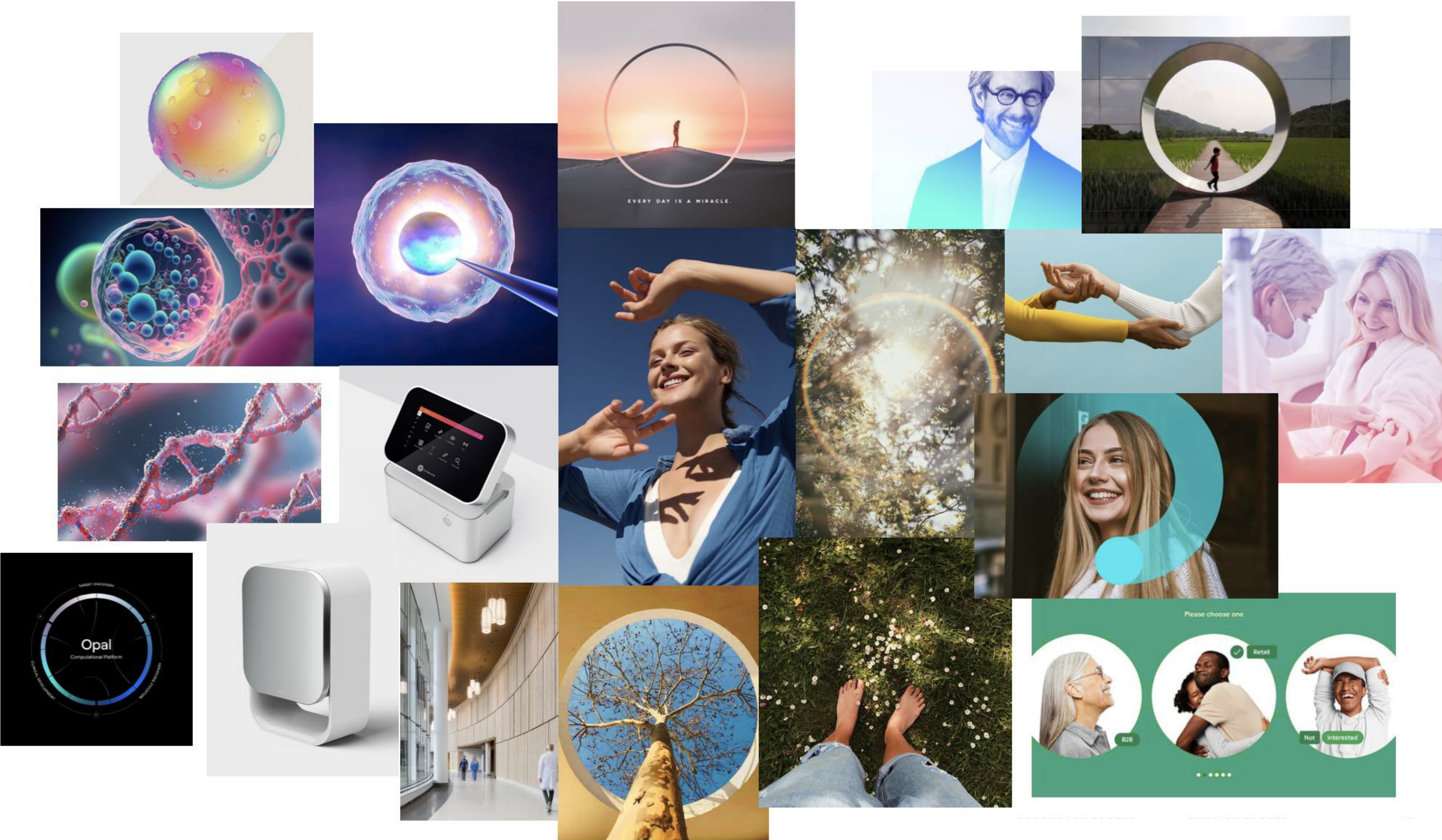
CONTENTS

目录

01	02	03	04	05	06	07
Mood-board 情绪板	Logo 标识	Color 色彩	Typography 字体排印	Shape 图形	Image 影片	Application 应用
Mood-board	04	品牌标识使用原则06 品牌标识最小尺寸07 品牌标识色彩08 品牌标识错误使用09	品牌主色板11 品牌色应用比例12 品牌色渐变13 品牌色表达应用示例14	中文字型16 英文字型17	辅助图形与应用19 辅助图形与应用-120 辅助图形与应用-221	产品展示23 产品展示场景24 品牌名片应用示例26 品牌手册应用示例27 品牌发布应用示例28 品牌建筑应用示例29

01

Moodboard



02

Logo

品牌标识使用原则

英文字标的宽度和高度是锁定的。任何应用都应该整体运用标准制图稿，不得将任何字标元素单独调整。为了保证logo有呼吸空间，因此logo四周的安全区域不能放置任何文字，同时也需要保证logo位于画面的边缘距离大于安全距离。目前的安全距离设定为一个logo字标字母O的高度。



品牌标识的最小尺寸

在logo的不同使用场景中，logo的最小尺寸也不相同，请确保在使用对应的logo时，尺寸不小于右侧标注的数值。



Ozelle



Ozelle



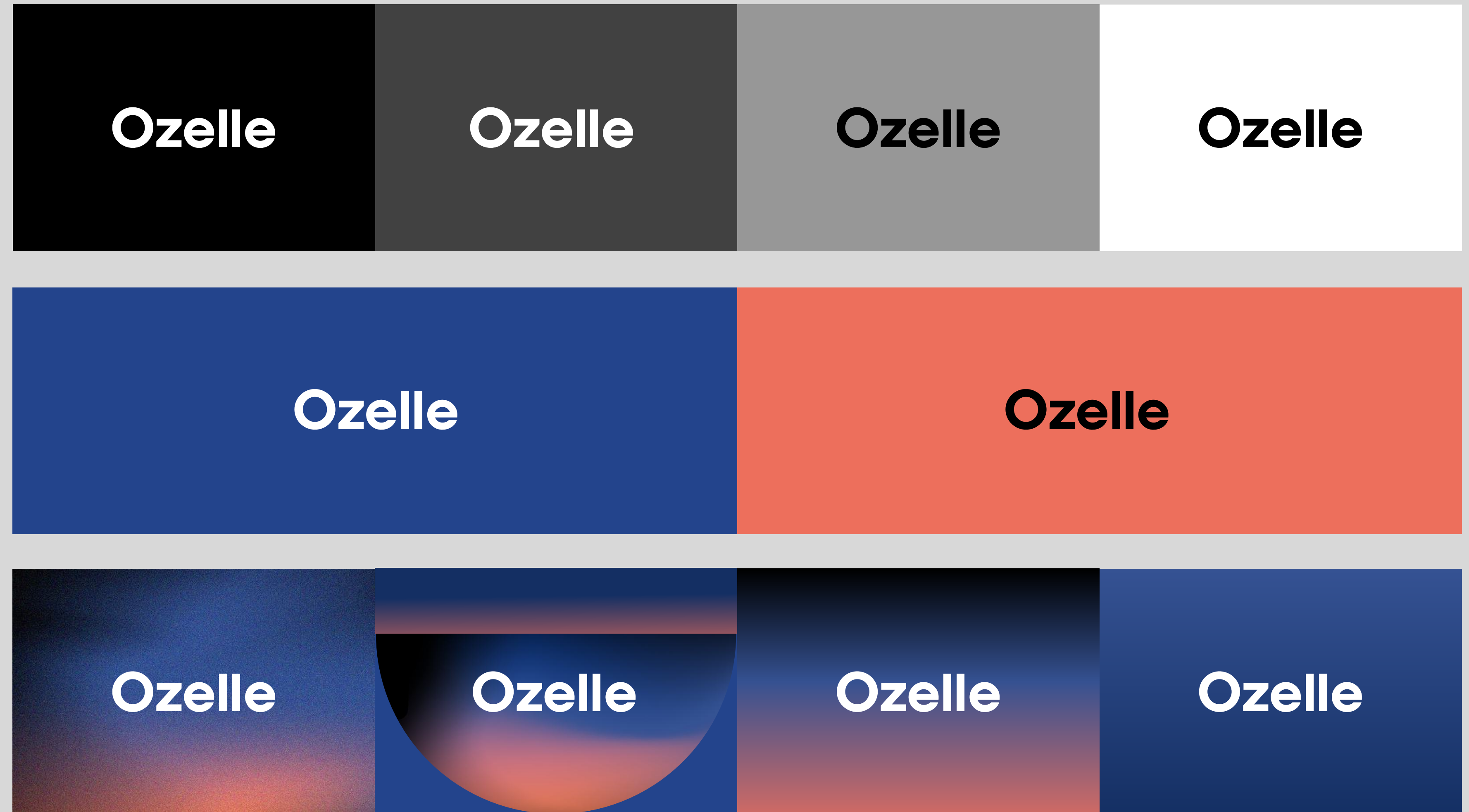
Ozelle

18mm / 60px

Ozelle

品牌标识的色彩与背景

我们的logo目前有只有黑白两色，使用时，应配合不同背景效果，更换不同的色彩版本，以确保logo在底色上呈现最大的对比度与最高的识别度。



品牌标识的错误使用

右侧展示了一些logo的常见错误用法。请尽量避免并规范使用logo。



03

Color

品牌主色板

品牌色彩是表现品牌视觉的基础要素，它帮助我们创建统一、连贯的品牌体验，在使用品牌色彩时请注意使用固定的颜色，不要改变亮度、饱和度、色相和透明度。

Ozelle 的品牌标准色我们将其命名为「宇宙黑 / Cosmic Black」。象征品牌的权威和专业；黑色也是充满创意和无限包容的颜色。

另外搭配「海蓝 / Ocean Blue」增加了品牌科技且稳重的特质。再搭配上「生命红 / Vital Red」，能够突出品牌血液检测产品的特性，也使蓝色的使用，更具有个性化和识别性。

Ocean blue # 23448C R 35 G 68 B 140 C 93 M 82 Y 21 K 0 PANTONE 3590 C	Vital Red # ED6F5C R 237 G 111 B 92 C 7 M 70 Y 58 K 0 PANTONE 2344 C
Cosmic Black # 000000 R 0 G 0 B 0	# D8D8D8 R 216 G 216 B 216

品牌色应用比例

色彩应用比例规范了色彩组合之间的关系，通过色彩规律可以给消费者留下统一的品牌印象。

主色板中的蓝色、黑色和红色是品牌最重要的色彩，需要始终占据主导的比例。其中，为了更有目的地传达科技与专业的品牌理念，蓝色需要被大面积使用，红色和黑色的使用面积次之。

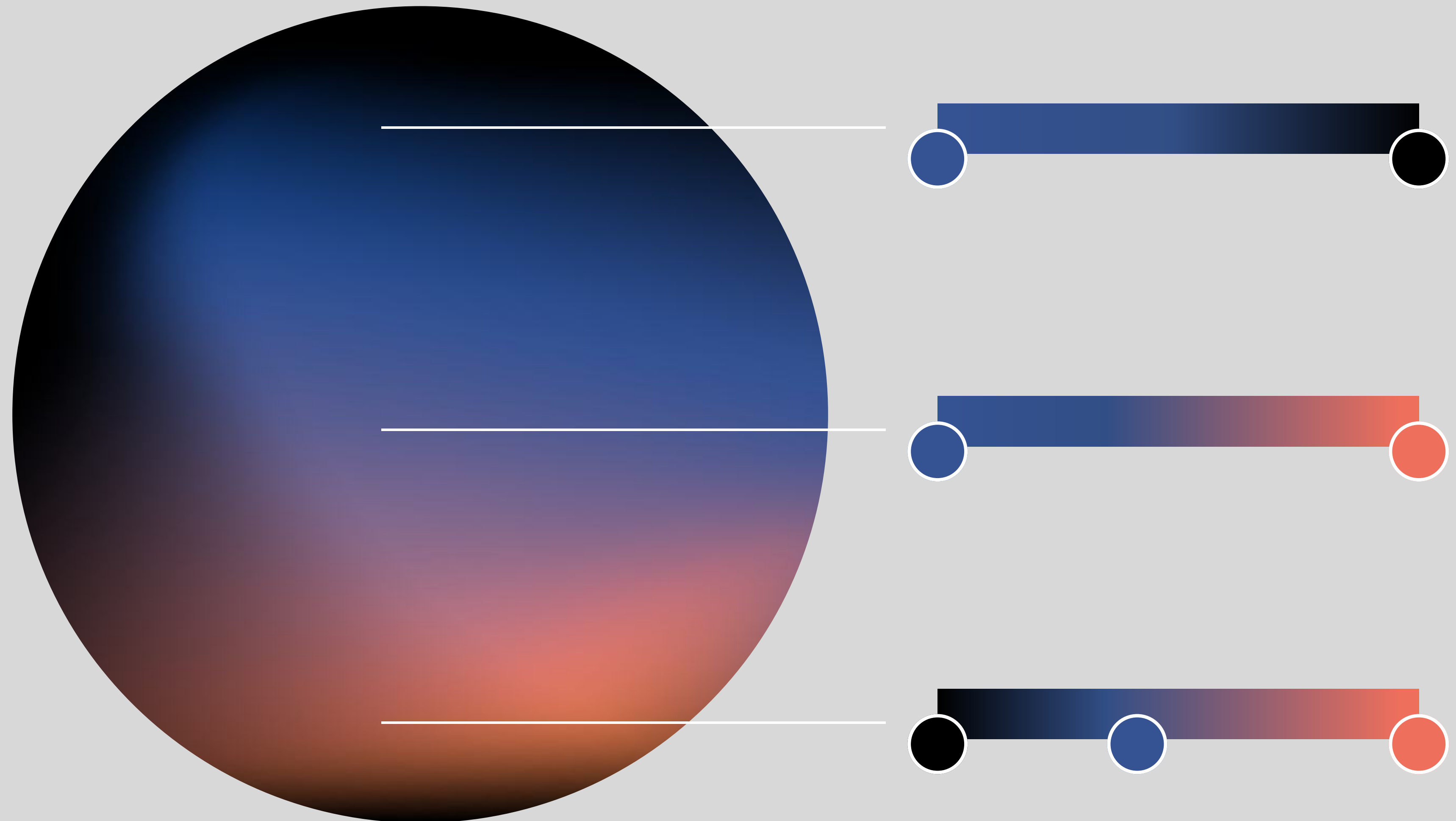
灰色作为中性色，为品牌个性提供了更多的搭配灵活性，从而让画面呈现不同的色阶层次。灰色始终辅助于其他品牌色彩，不作为画面的主导色彩。



品牌色的应用-渐变

品牌色的应用，通过渐变色的呈现方式，将品牌色融合，使品牌形象更具有个性化和识别性，同时，渐变的呈现方式，也进一步突出了品牌的科技和专业性的特质。

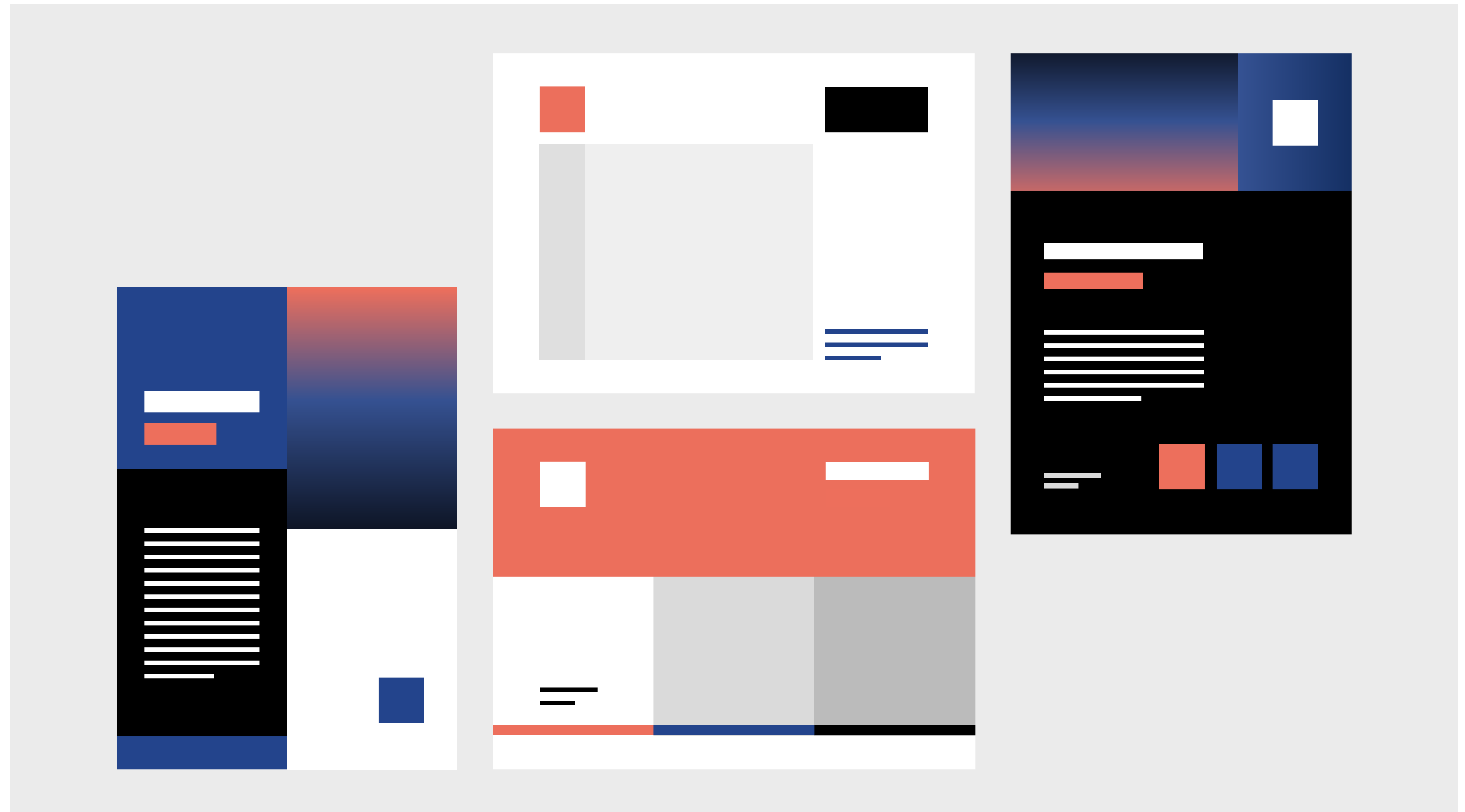
右边规范了几种渐变的逻辑和使用规范，请按照右边呈现的几种渐变方式使用。



品牌表达色彩应用示例

当品牌色彩形成规律时，可以有效地将不同的沟通形式赋予同样的品牌个性。

如图所示，大面积的运用蓝色、黑色、红的的渐变色可以让画面形成既有深邃的个性又有科技感。鲜亮的红色赋予了生命力的感受。辅以白色、灰色，形成层次更丰富的画面内容。



04

Typography

中文字型

「思源黑体 / Noto Sans SC」是一款风格介于现代和传统之间，适合多种语言和场合。支持多种语言，包括简体中文、繁体中文、日文和韩文。并且有多种字体粗细，满足不同设计需求。同时，开源的字体授权使安装更便捷，应用难度降低，更易于维护品牌一致性。

字体家族本身包含多种字重，为了简化应用方式，形成更清晰统一的品牌形象。规范选定其中有较大差异的四种字重搭配,方便品牌日常的使用：粗体、中粗、常规、细体。非特殊情况不建议擅自取用规范外字重。

中文字体

字型特点

字重选项

思源黑体

上中下左右大小食住衣行育乐忠孝仁爱信义和平子曰
父母兄弟夫妇君臣马牛羊鸡犬豕喜怒哀惧恶目耳口手
足见闻声贝车雨赤

粗体 Bold

中粗 Medium

常规 Regular

细体 Light

正文标题 Bold 重塑诊断

正文副标题 Medium 为医疗专业人士提供更准确且触手可及的诊断设备

正文段落 Regular Ozelle的目标是通过不断创新的技术，改变和提高诊断的方式和效率，从而重塑诊断，让所有人在任何地方都能享受到高质量的医疗服务。

注释 Bold 创新、重塑诊断

英文字型

「Poppins」是一款人文主义无衬线字体。字型表达开放，个性中立，外观友好，是兼容性非常好的英文正文字体，且可开源使用。它为打印、网络和移动界面进行了优化，并在其信笺形式上具有出色的可读性特征。

英文字体

Poppins

字型特点

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 @#\$%^&*()

字重选项

Extrabold
Bold
Medium
Regular
Light

正文标题

Bold

Reshaping Diagnostic

正文副标题

Medium

Where Professionals Find
Accessibility And Accuracy

正文段落

Regular

Ozelle aimed to change and improve the method and efficiency through innovative technologies to reshaping diagnostics for everyone at everywhere with high quality medical services.

注释

Bold

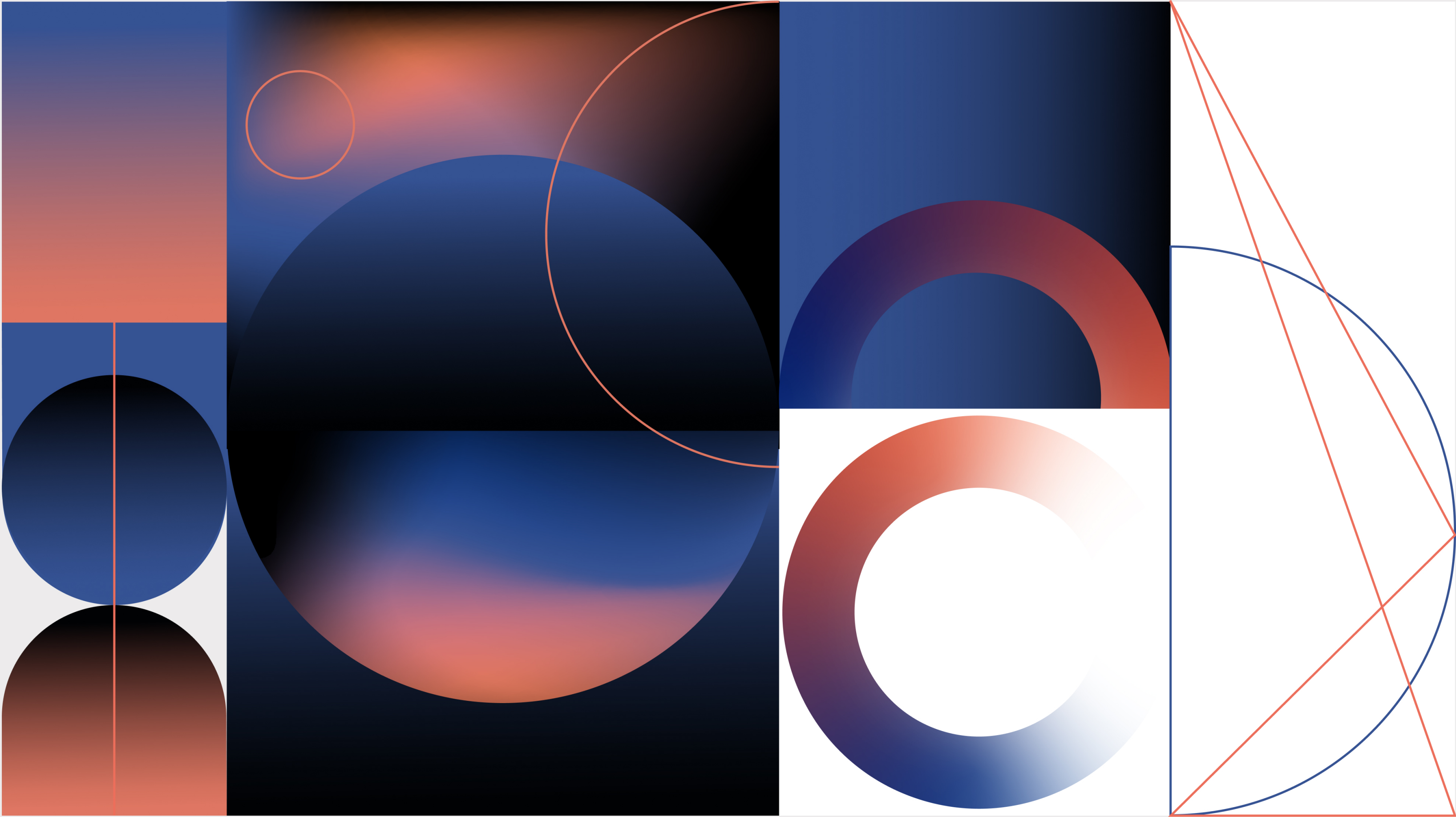
Innovation, Reshaping Diagnostic

05

Shape

辅助图形与应用

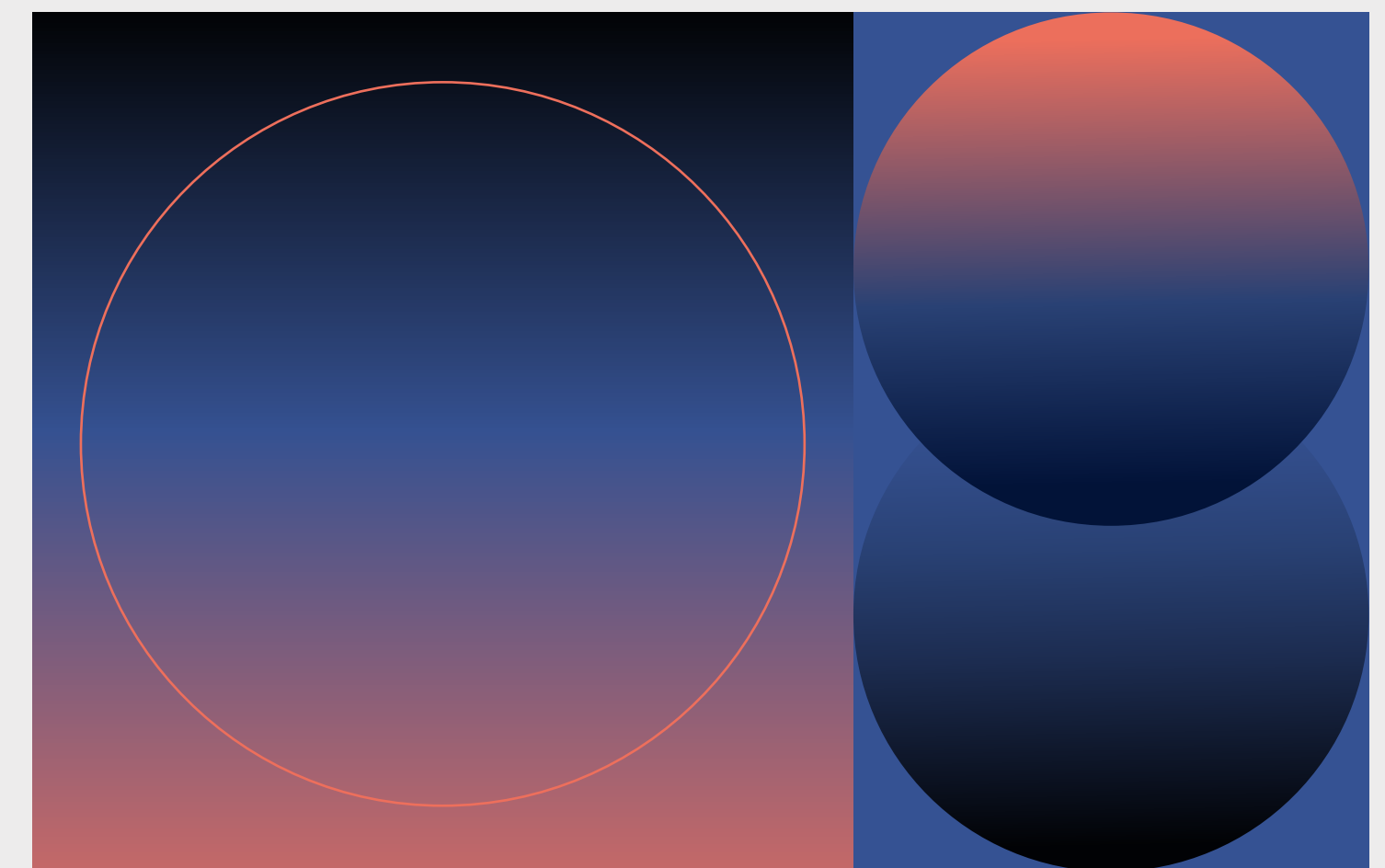
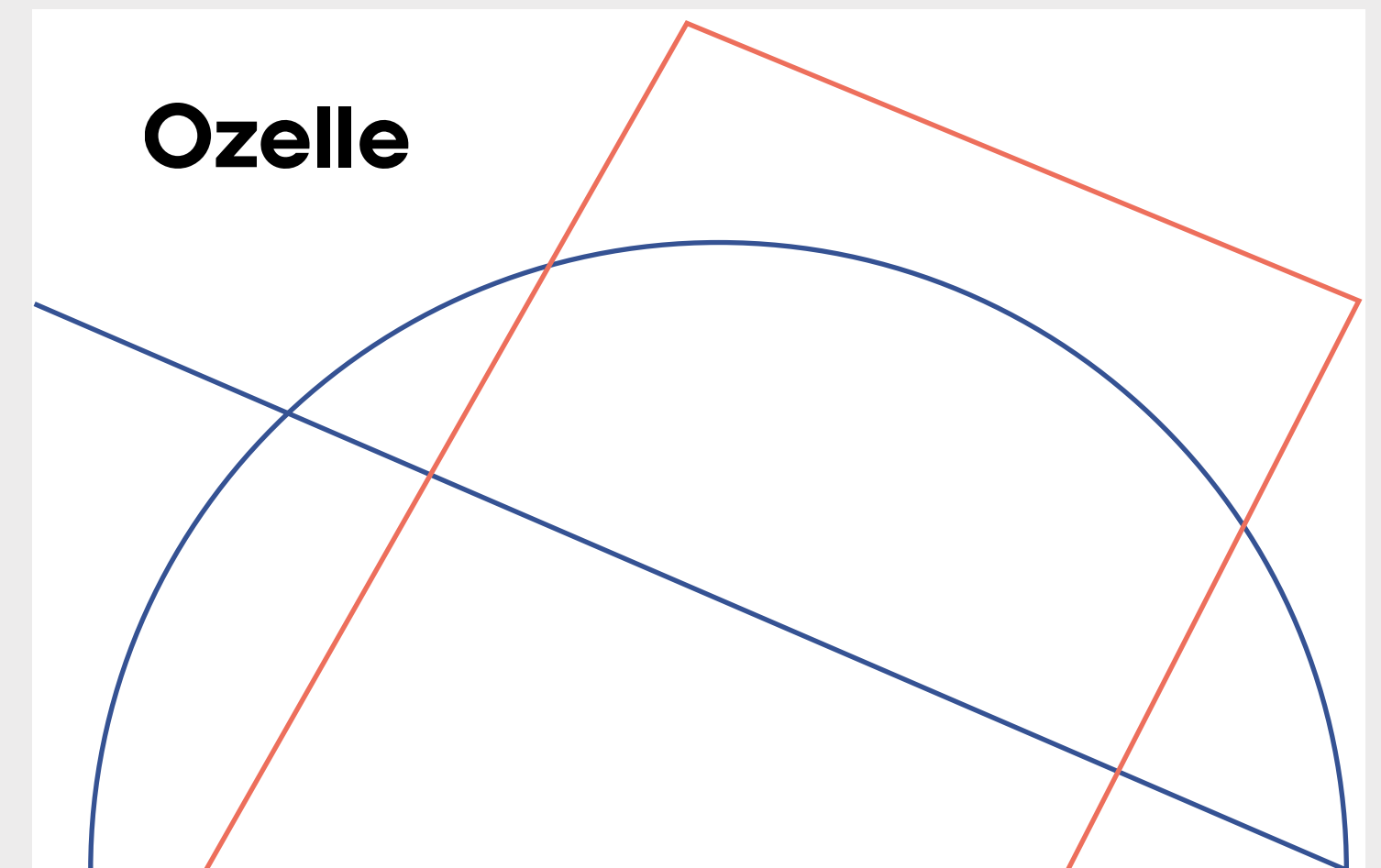
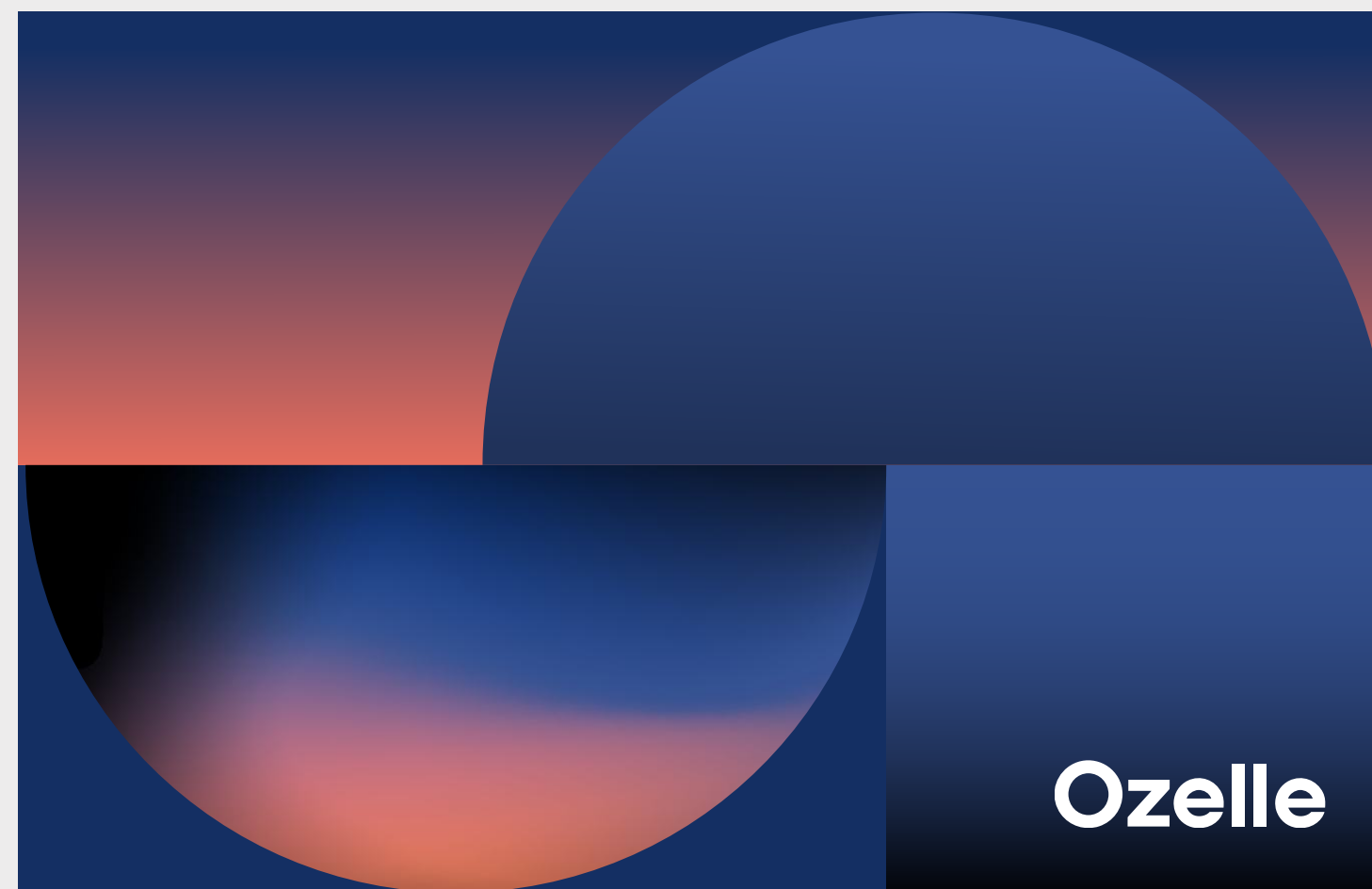
渐变与几何图形结合的使用，适当的留白，也可以线与面的结合，可灵活多变。使其具有更好的使用延展性。



辅助图形与应用-渐变1

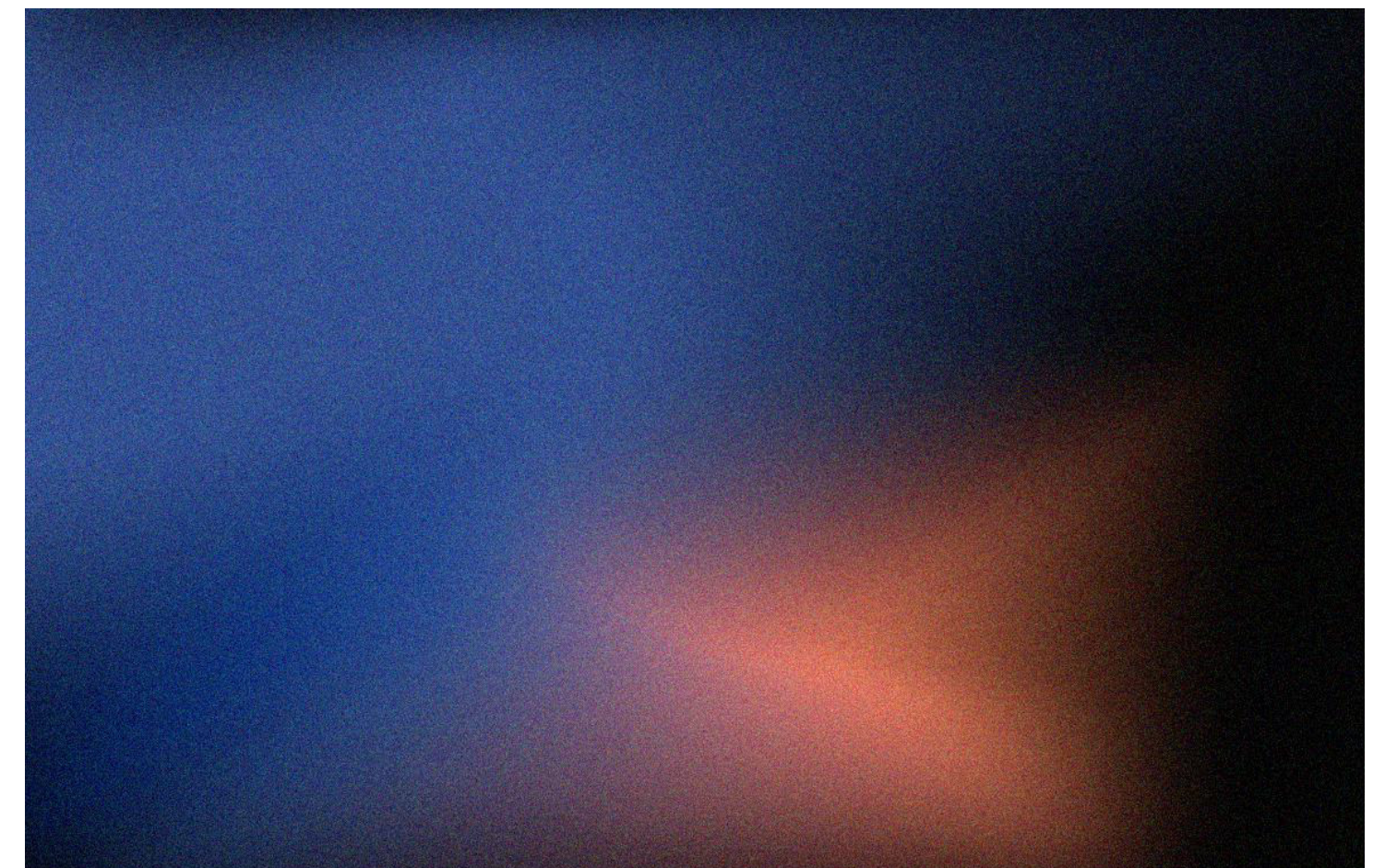
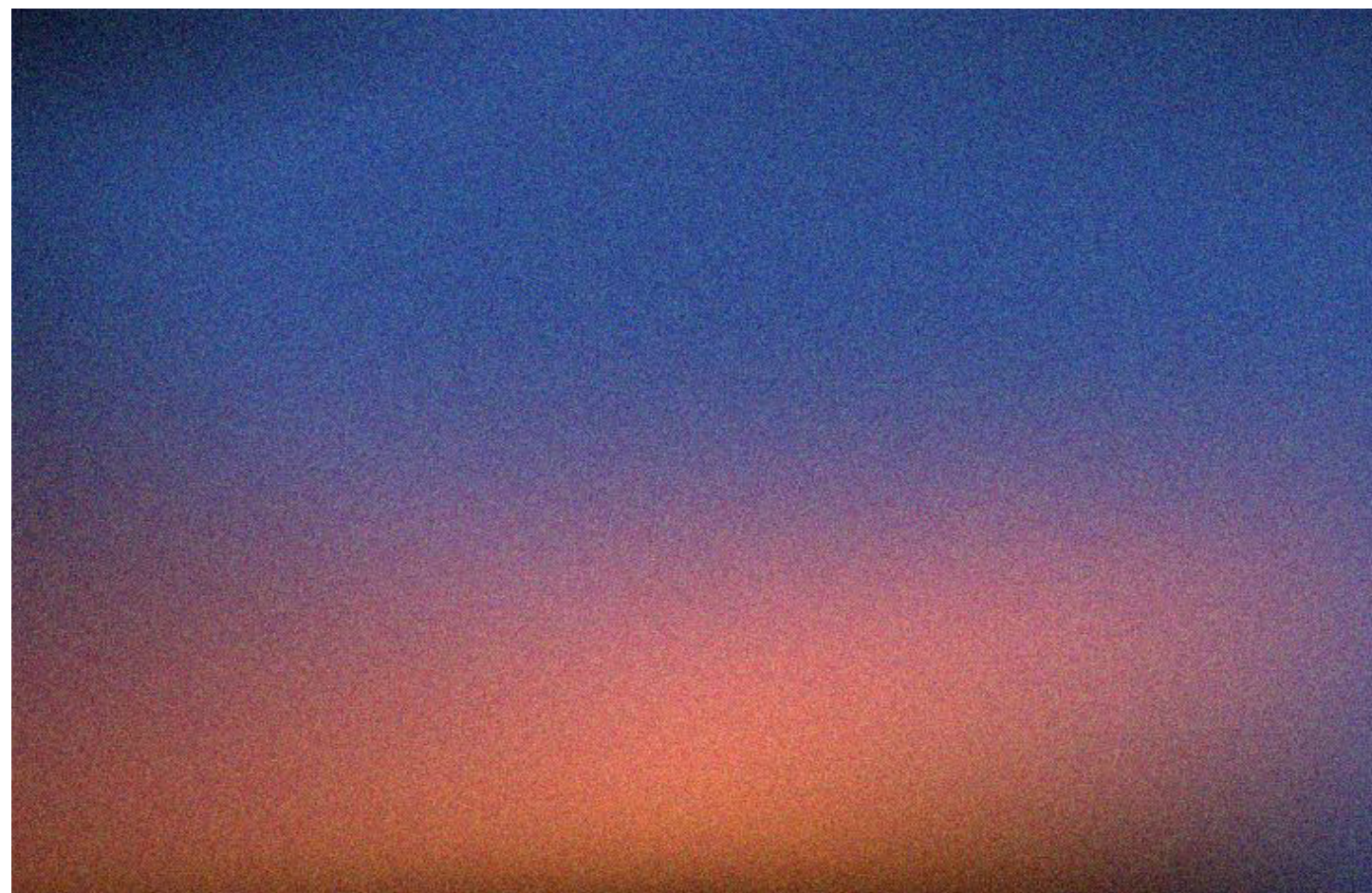
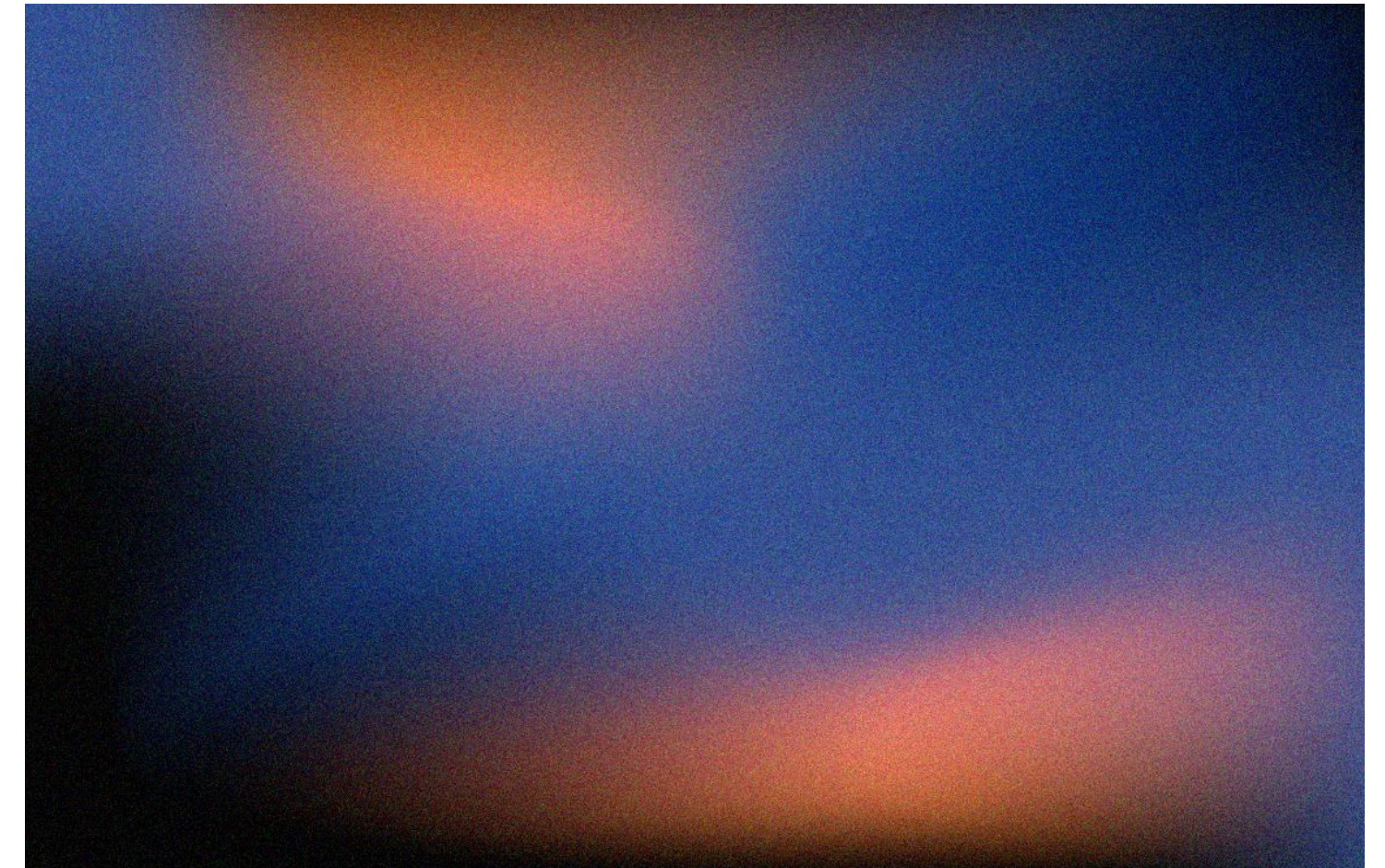
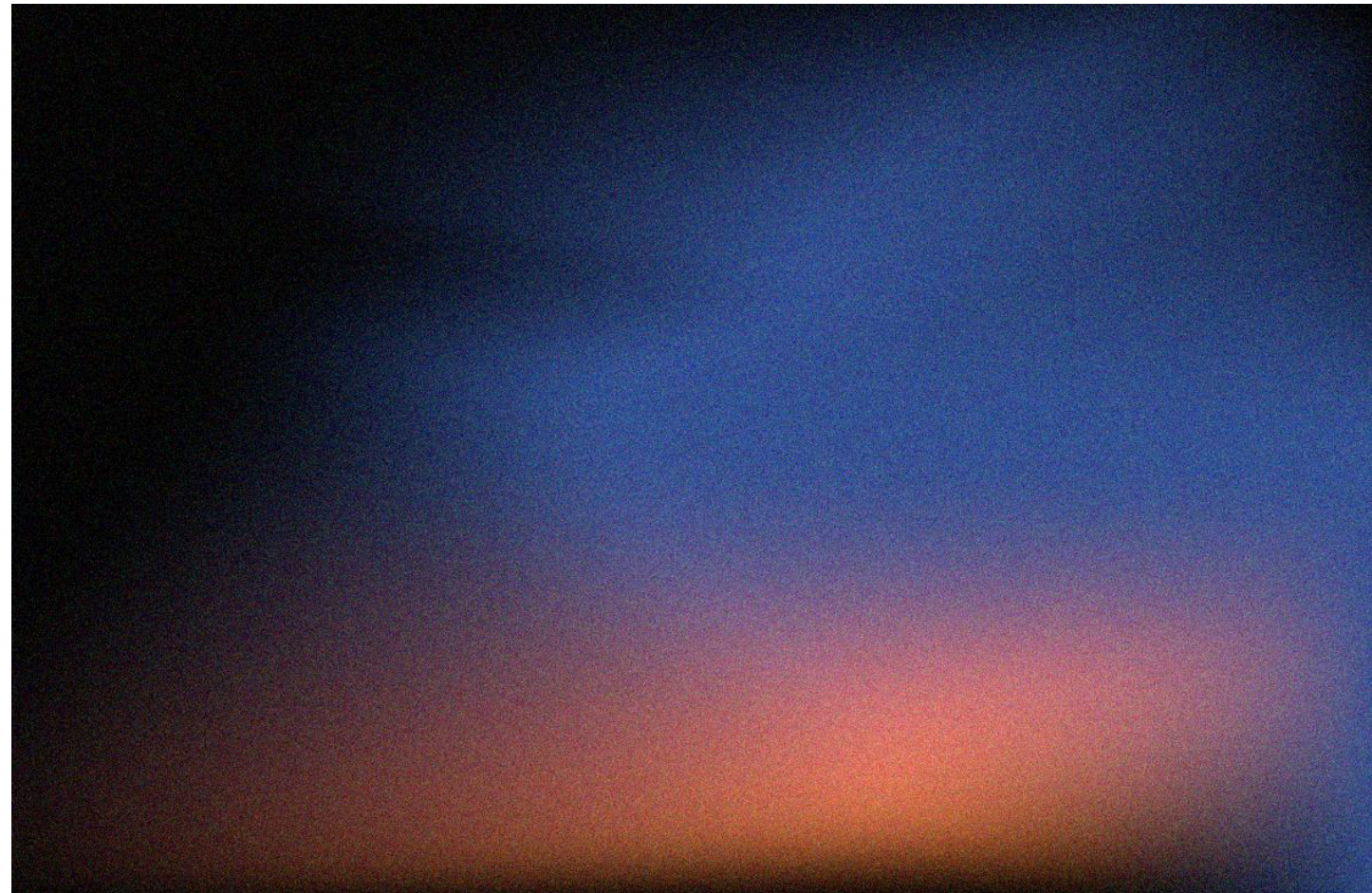
我们将几何圆形和方形作为辅助图形最基础的要素。面与面，或面与线的结合。当视觉设计中需要利用到形状来区隔信息或内容，亦或利用形状来丰富构图时，都可以利用几何图形的局部或者整体来丰富品牌的视觉设计。

结合品牌的颜色特点，将渐变的色彩有效的和品牌的辅助图形结合在一起。使颜色具有更好的延展性。



辅助图形与应用-渐变2

渐变肌理的使用，通常结合一些颗粒感效果，增加渐变的质感，也适合大面积使用，突出渐变的色彩的融合与流动感。



06

Image

产品展示

针对品牌单一产品，或者纯产品展示的影像应用场景，产品需要居于画面。

造型规整的产品，建议使用适用的前、侧、顶视图。

对于需要体现产品厚度或者几何结构的，需要减少产品的透视畸变。

除了需要用品牌色的作为背景の場合，通常情况下，产品背景应当使用黑、白、灰等中性色。背景明度没有严格限制，应当根据与产品的对比度需求进行选择。背景尽量简洁干净。



产品展示场景

产品展示场景，可以侧重于展示产品的使用过程，数据特写，或者整体的产品展示效果。方便应用于不同媒介的产品宣传。



07

Application





corrections
—
colors
—
projects
—
time
—
logo
—
flyer

Are you
busy later?
I need
corrections
made on the
design
project. Can
we try some
other
colors?
Moreover,
there are
more
projects
lined up
charge extra
the next
time.

EHBT-25

Cell Morphology
Hematology Analyzer

Ozelle

2024

OZELLE BRAND GUIDEBOOK

Ozelle



Ozelle







Thank you