

resources.SpecialOlympics.org/brand

特奥会 品牌标识指南

供已核准的成员使用 | 版本 1.0 / 简体中文

Zero-G / 2012 年 6 月 25 日

Special Olympics



简介	3
使用本指南	4
传播受众	5
标识区域	6

1 我们的品牌	
我们的历史	8
我们的使命	9
共同的声誉	10
指导思想	11
秉承相同的指导思想。演绎丰富多彩的故事。	12
个性	13
我们的品牌模式	20
讲述我们的故事	21
高效的品牌传播	22

2 视觉形象标识	
结构单元	24
品牌架构	25
品牌标志	26
社交媒体中的头像	35
认可标志	36
主调色板	37
扩展调色板	38
色彩渐变	39
色彩参考	40
印刷样式	41
动态曲线	44
图片样式	49
标志应用 - 快速指南	50

3 品牌的应用	
文具概览	52
推荐的打印耗材	52
信笺	53
电子邮件签名	56
名片	57
注释	59
信封	60
演示文稿	61
条幅、背景和旗帜	62
新闻折页	66
时事通讯	67
报告封面	69
传单	70
宣传海报	73
T 恤	74

4 品牌管理	
检查清单	79
品牌联合	80
原图命名协议	81
标准模板和原图列表	82
词汇表	83
联系人和资源	84

简介

品牌代表我们的声誉，这是特奥会所有成员都享有的共同的声誉。无论是社会大众还是组织相关人，都对我们的声誉了然于心。我们的声誉主要通过我们的行动来建立，并且受到我们的沟通内容和方式的影响。

请注意，我们不会为特奥会创建“新的”品牌标识。创建本指南的目的在于巩固和强化现有的特奥会品牌在全球的形象，以符合特奥会战略计划的目标。

对于我们的共同需求和个人需求，本册可以通过统一的方法实现两者的平衡，从而分别获得更广泛的认可并面向不同受众、地域以及传播渠道创造适当的多样性。



使用本指南

本指南分为四个主要部分。第一部分介绍我们品牌的核心理念和传达的信息；第二部分介绍可创建视觉形象标识的图形结构单元；第三部分将这些元素汇集在一起以说明品牌的实际应用。最后部分提供有关管理品牌的信息。



核心理念

该符号突出介绍需理解的特定理念。高效品牌管理的核心是达成共识。



信息

该符号突出介绍可帮助您考虑双方语言交流方式的信息。



外观和体验

该符号突出介绍可体现我们品牌的视觉外观和图形样式的元素。



技术性

该符号突出介绍与创建和制作原图有关的技术性信息。



小心

该符号提醒您注意需防范的常见错误或容易产生误解的方面。

这些符号可帮助您确定在自身专业领域中感兴趣的特定方面以及注意事项。



该符号提供了一些简单练习，在创建品牌传播之前进行这些练习可带来一定帮助。

传播受众

总体而言，特奥会品牌信息传播的受众主要分为三类：普通公众、我们的成员和支持者，以及我们的赞助商和合作伙伴。上述各类受众具有不同的信息需求，视其成熟度和对我们所解决的问题以及工作内容的理解程度而定。



根据不同的特定目标受众，您需要采取不同的方法来确定介绍的信息量和细节、所传达消息的直接程度或细微差别，以及对特奥会进行深入解释或提供相关背景的程度。



请花些时间确定您要与之沟通的特定受众。如果您拥有多位受众，可以试着把他们列出来，并注明其特性。



普通公众

我们不能假定普通公众都了解特奥会以及我们的工作内容。与普通公众的沟通要求简单而直接，目的是使其获得对我们品牌的认知，并且与我们的品牌建立适当的联系。



成员和支持者

与成员和支持者之间的沟通应通过长时间地提供相关信息，重点加深本质性关系。尽管与普通公众的交流活动相比，这些交流活动可能包含更多信息，但仍然需要简单而有重点。



赞助商和合作伙伴

此类观众包括特奥会运动中的其他项目、政府机构、决策者以及当前正在运作的赞助合作伙伴。交流活动反映了与特奥会更专业性的关系，并且包含更丰富的细节和细微差别。

标识区域



识别应用的不同范围需要不同级别的专业化设计方法。我们将这些范围分为三个不同区域。



创建通信时，请检查此项目是否已设计、需要何种技能和资源，以便将此项目创建到合适的标准中。



1. 核心识别

简单即醒目

核心标识区域表示标识的基本识别元素，着重于标识的应用以及主调色板的使用。

该区域内的项目包括标志、仅需要核心标志的文具、商品或通信，以及主调色板。

可以将区域 1 中的项目进行预先设计以作为模板使用，或者几乎或完全不需要专业设计进行应用。

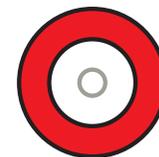


2. 操作

使其更易于与品牌联合

第二个区域重点向我们的成员、支持者和合作伙伴展示信息。该区域中的项目包括时事通讯、年度报告、项目更新以及演示文稿。与区域 1 不同，该区域包含的信息范围广泛，并且更多样化。次级调色板用于在通信项目之间创建适当的差异性。

区域 2 中的项目可以由具有基本设计能力的组织内部创建。创建更复杂或具有细微差别的文档将需要专业设计人员的技能。



3. 机构

理解战略

第三个区域在其通信风格上更具目标性和说服力。在保持核心识别的明确性和标准化的前提下，这些设计需要更感性的方法来进行拷贝和形象化，以便使其在繁杂的公众通信场所令人印象深刻。

该区域中的项目包括户外、电视和广播广告，以及直邮活动。

一般情况下，区域 3 中的项目由专业设计人员和机构创建。



我们的品牌

指南的这一部分介绍了用于阐明我们通信方式的指导思想 and 个性特征。通过了解和深入研究我们品牌的核心理念，在共享普通的潜在信息和面对不同的个性时，我们可以授权并创建适合于特定观众的通信。



特奥会理念始于 20 世纪 60 年代早期，当时 Eunice Kennedy Shriver 看到智障人士受到了极为不公平的对待。她还看到一些有特殊需要的孩子甚至连玩耍的地方都没有。她开始采取行动。不久后，她把把这个想法付诸行动，在自家后院举办了夏令营，邀请年轻的智障人士来参加。这次夏令营的目的是了解这些孩子能够进行哪些体育运动和其他活动，而不是关注他们的障碍。

特奥会自 1968 年创立以来，已从最初仅有 1000 名运动员的竞赛发展成为拥有 400 万名运动员的全球性运动。



我们在做什么

我们为谁*而做

我们为什么而做

*家庭和更广泛的社区也会受益于我们的行动。

为智障儿童和成年人常年参与奥林匹克式的体育训练及竞赛创造条件和机会，使他们发挥潜能、勇敢表现，在参与中与其他运动员、家人和公众分享快乐、交流技艺并增进友谊。

多样化的社区

公用标志



自 1968 年以来，特奥会已发展成为拥有超过 170 个成员组织的全球性运动。在共享特奥会所体现的荣誉时，其中的每个成员组织都反映了当地的文化、习俗以及多样化。



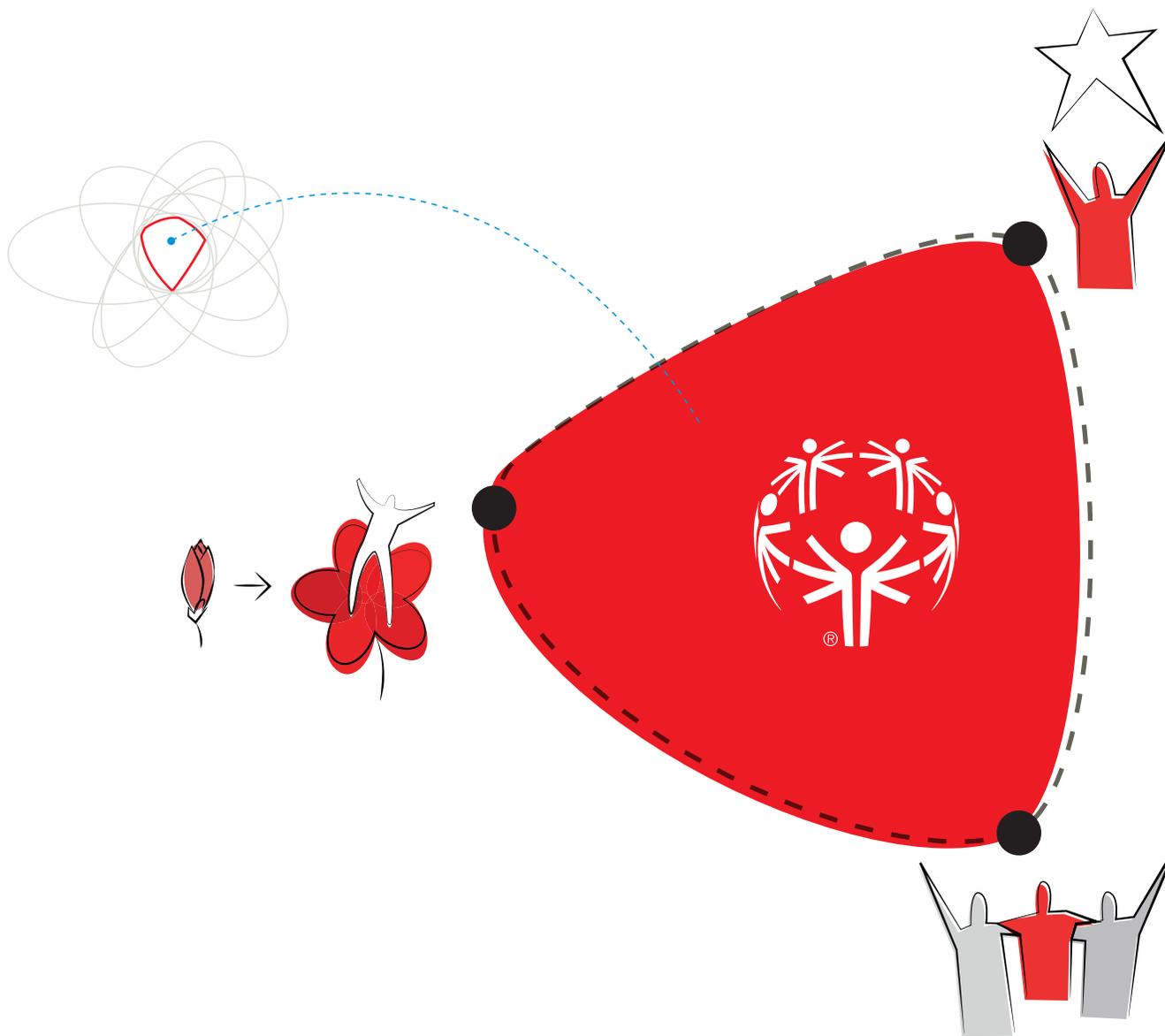
花些时间来确定项目中最能引起共鸣的故事。从当地的创立者到运动员、各个家庭、教练、志愿者和合作伙伴 - 这里有许多可以用当地的方式来讲述的故事。





特奥会品牌核心的重叠区域可由三个基本理念进行定义。

这些理念通过该图直观地表达出来，它超越了不同的语言、能力和文化，我们共同的故事有一个框架，在统一阐释共同的目标时，对于不同的观众而言，可以通过许多方式以及使用各种语言来讲述故事。



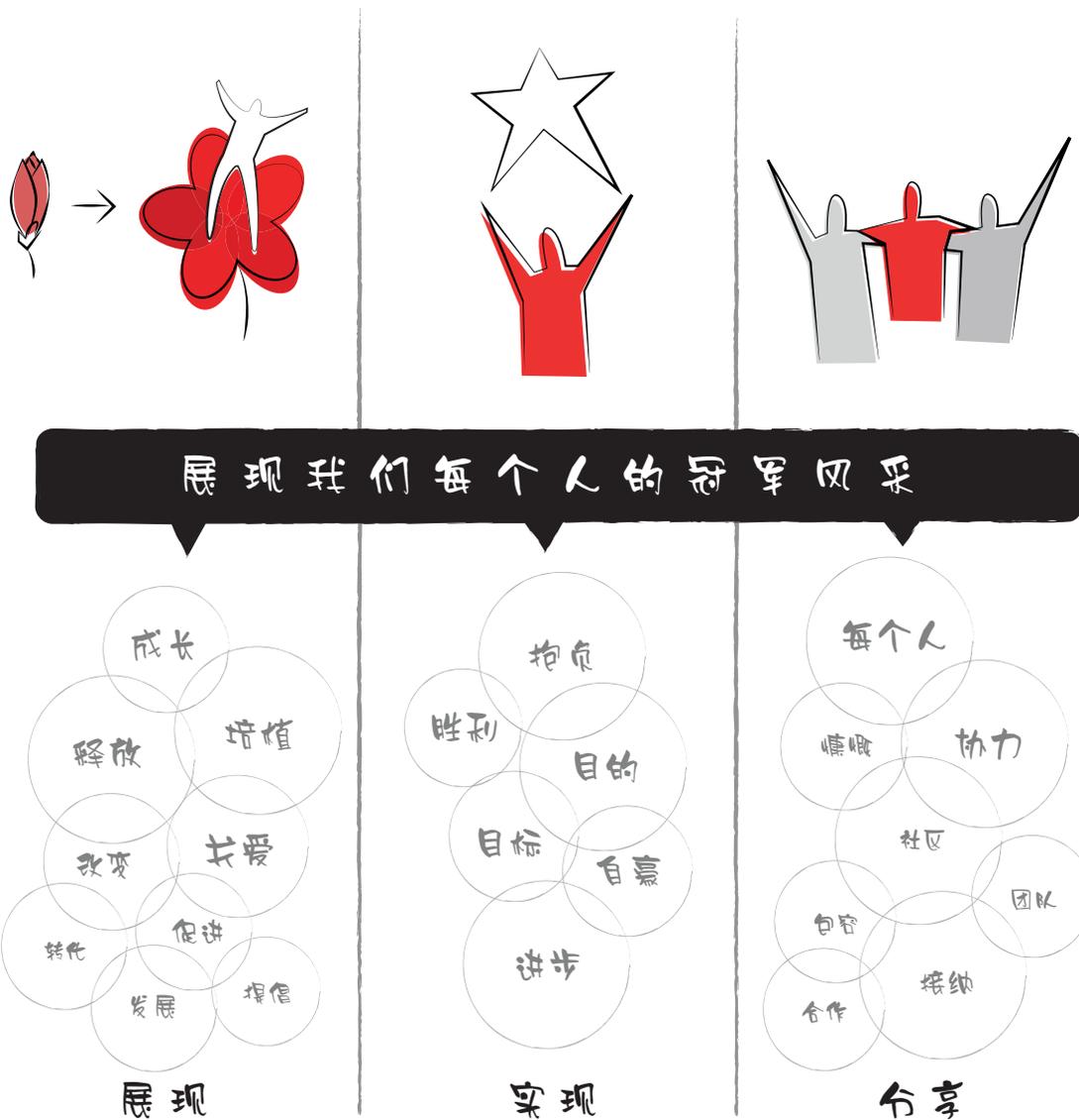


“展现我们每个人的冠军风采”
将这三个基本理念整合为简单的阐释。这仅是阐释我们的指导思想的诸多方式之一。

可使用许多其他相关的词汇和思想，以最大程度引起当地的特定观众共鸣的方式来阐释这些基本理念。



花些时间来考虑如何能够以引起社区或特定观众共鸣的方式阐释该指导思想。



展现风采



个性告知了我们进行沟通的表现风格。应当集中考虑这些特性。通过整合这些特性可以创建我们独一无二的个性。



请记住，可以根据沟通的内容和方式含蓄地阐释这些特性。在沟通各个项目时，不必明确阐释每个特性。



创建通信时，应考虑这些话语所引发的情感，并评估由此对您的通信所产生的观感。

鼓舞人心的
愉悦的 ■ 包容的
坚定的
勇敢的
真实的

我们的品牌

个性

鼓舞人心的



我们用行为和沟通方式鼓舞着人们去尝试新的事物和用全新的视角进行思考。特奥会动员人们勇敢地展示自我,做自己内心的冠军。



我们带给人们的信息是震撼的。

我们的品牌

个性

愉悦的



我们鼓励人们积极向上。特奥会主要的益处在于愉悦身心，这种感受贯穿于我们的每一项行动中。



我们的信息积极而乐观，让人们绽放笑容，这正体现了我们对于运动的快乐所蕴含的变革力量的信念。

我们的品牌

个性

包容的



特奥会是以社区为基础的运动，它超越了国籍、种族、信仰、性别、年龄或社会地位。它创建了一个可供人们发挥各种才能的平台。



在介绍我们的工作时，我们会使用像“我们”和“我们的”这样的词语。我们的形象通过我们运动的多样性来体现。

我们的品牌

个性

坚定的



我们所做的工作需要勇气、执着和鼓励。我们致力于改变生活的信念需要通过直接和强有力的传播方式来体现。



我们鼓励和赞赏运动员运动员努力的过程，而不仅仅是他们赢得的奖牌，通过传递这样的信息来表达我们坚定的决心。

我们的品牌

个性

勇敢尝试，争取胜利
特奥运动员誓言

勇敢的



特奥会褒扬每位运动员的勇气，并赞赏他们每天所克服的挑战和障碍。



我们勇于挑战偏见、仗义执言。



我们的品牌

个性

真实的



特奥会是一项面向普通民众的群众运动。它建立在每一个普通人的希望、渴望、精神和信念之上。



特奥运动每一天都在发生着感人的瞬间，我们通过传递信息来颂扬个人的成就和快乐。



我们的品牌模式体现了特奥运动在各个不同方面取得的荣誉



切入点

体育训练和比赛是被大多数公众所认可的认识特奥会的切入点，我们的健康、教育和社区项目也为不同的观众提供参与特奥会的机会。

指导思想

我们的指导思想是我们品牌精华的一种视觉再现，超越语言及文化，告知我们所做的每一件事。

使命

我们的使命说明了我们在做什么、我们为谁而做，以及我们所做的好处。

承诺

我们的承诺即指人们能够从我们的品牌获得什么。这是对我们的使命更为感性的表达。

个性

这些性质告知了我们的口吻以及我们如何沟通。

收获

这些是一些关键获益，来源于所有参加特奥会的成员。我们的收益还说明了我们要做什么我们所做的那些事。

讲述我们的故事 写作风格指南



这些简明的建议将帮助您创建能够阐释我们使命的强有力的信息。

- ✔ 用心与您的目标观众进行书面交流。从接收信息的受众角度来检查您的交流方式。(假定某个人属于这一类观众。通过用心与这些有代表性的个体进行沟通,并设想他们可能做出的反映,您可以更有效地传递信息,与目标观众产生共鸣。
- ✔ 确定面向目标观众的最合适的切入点。这可以是我们的某一位运动员的体育比赛成绩,也可以是来自我们某健康项目、社区项目或教育项目的成长故事。
- ✔ 讲述有关运动员和志愿者的故事,故事中要包含他们的改变、成就和社区贡献。
- ✔ 使用包含下列词语的语言:“我们”和“我们的”。
- ✔ 标题要醒目,以便直接地向读者讲述您的故事或有关内容。
- ✔ 使其短小精悍,并删除任何多余的词语。读者对您编写的内容阅读的速度越快,您的观众就越有可能去进一步思考和理解。
- ✔ 善于使用动词短语。
- ✔ 将所有相关的信息组织起来,便于快速理解。
- ✔ 使用小标题以快速提供信息。
- ✔ 在标题和文本以及大的图片和较小的细节方面创造对比的效果。
- ✔ 使用动感的设计、图片和词语。
- ✔ 使用标有运动员姓名的标题照片,并提供相应的背景信息。
- ✔ 注意通篇对其(左对齐)或右对齐。
- ✘ 避免使用行话和缩略语。
- ✘ 避免字迹潦草,并确保留有足够的距离,以便使行文不致过于臃肿。
- ✘ 避免全部使用大写字母(简短的标题或标头除外)。(请记住,在平面媒体中全部使用大写字母的行为通常被某些读者视为非常无礼。)
- ✘ 避免使用居中对齐的方式(需要表达更为传统或古典样式的情况除外)。

高效的品牌传播

介绍视觉形象标识之前的说明 ...



当准备一份简讯或创建一则通讯时，请考虑如下因素：

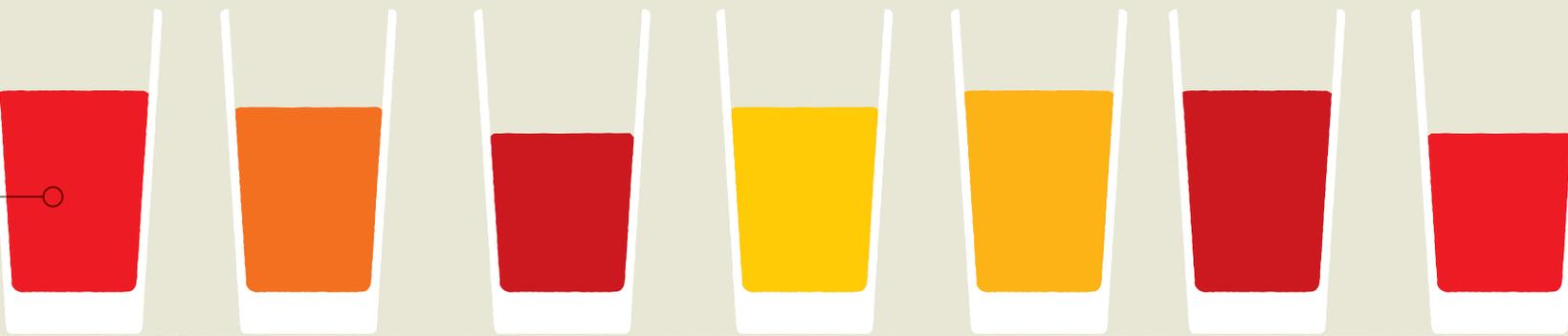
- 您期望达到的明确目的
- 您期望与之沟通的观众
- 哪种语境下会产生这种联系
- 您希望唤起的感觉和想法
- 所提议的通讯手段的局限性和可能性
- 您会如何平衡特奥会品牌的个性和个人故事

是否已思考成熟？

现在，您可以阅读视觉形象标识部分的内容了 ...

我们的品牌标识
创建了一种易于
辨识的一致形式...

...包含带有本土气息
的内容



我们的品牌识别就像是一个玻璃杯，里面盛满了有关我们的故事，并通过特奥会独特的方式呈现给受众。我们具体的风格和共鸣点源于我们当地的故事，这些故事涉及运动员个人、活跃的社区以及合作伙伴关系。



视觉形象标识

指南的这一部分介绍了我们的视觉形象标识的基本结构，例如标志、颜色和印刷样式。通过使用这套体系，我们可以在统一风格的前提下，实现多样化。



视觉形象标识包含整合在一起的一系列结构单元，可创建符合特奥会印刷风格的通信。

标志 符号

符号是视觉识别的通用元素。

标识

使用标识时，应与符号一起锁定，可根据需要翻译成多种语言。

组织成员名称

将成员名称与符号和标识一起锁定。字体为 *Ubuntu Italic*。

主调色板

可将这些核心颜色用于最重要的项目（例如文具和其他官方通信）中。

印刷样式

应将 Ubuntu 用于所有官方文档和信息文本中。

动态曲线

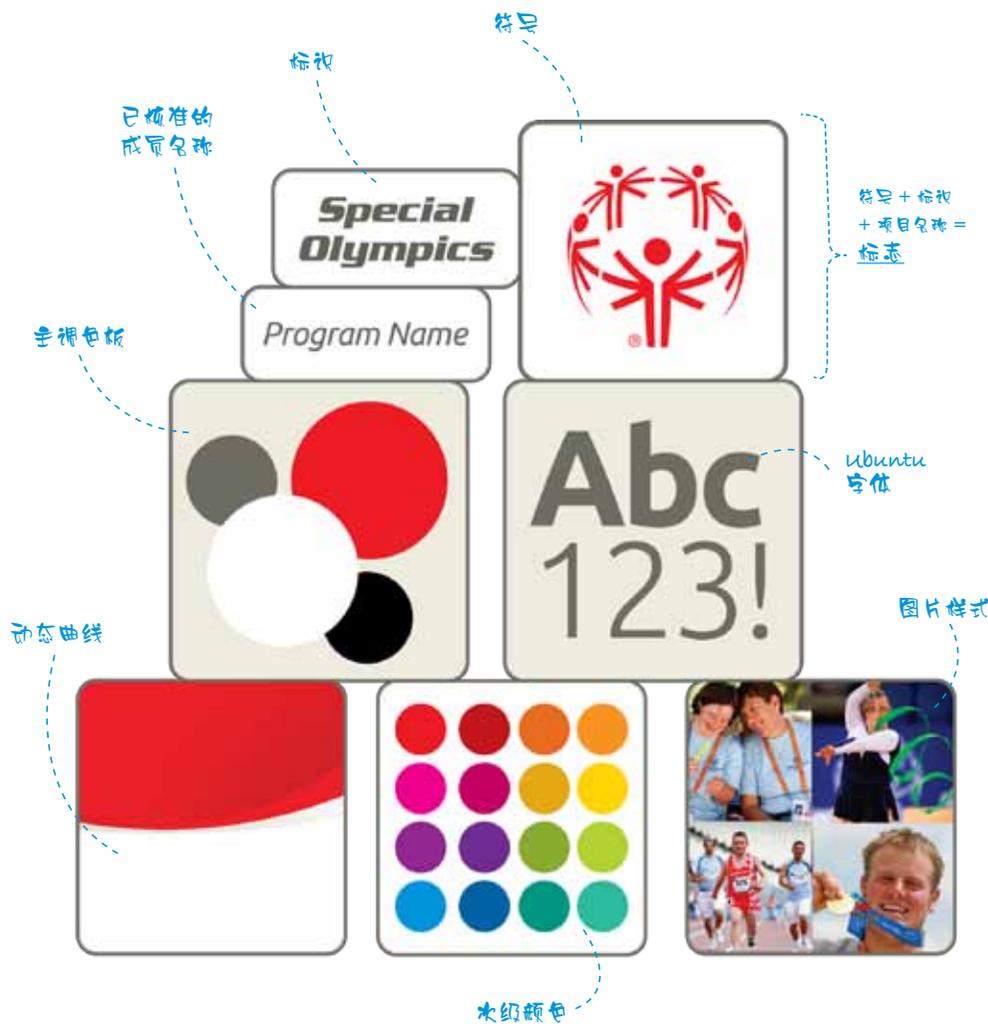
将我们的标识放置于动态设计图中，有助于体现我们的设计风格。

次级调色板

当需要更多颜色来体现差异性时，推荐使用次级调色板中的颜色。

照片

图片更有说服力和感染力。





特奥会在许多不同的地区展开活动。清晰地阐述特奥会与这些活动之间的关系也是非常重要的。

品牌战略

请注意，我们的唯一品牌是特奥会，并且我们所做的任何事情都是为了建立和维护这个品牌。所以，任何一个活动、比赛和项目都只是建立特奥品牌的切入点。

右图中的标志仅供参考，尚未完成。

组织的品牌

只有我们认可的五个成员组织可使用含有其名称的特奥会标志。如：中国特奥会，韩国特奥会等。



俱乐部 / 团队标志示例



俱乐部或团队品牌的建立为构建当地社区自己的品牌提供了样板。对于期望以该方式认可团队的项目使用这些指南。

健康、教育和社区项目



命名

在活动名称中，使用前缀“特奥会”。

形象

创建符合特奥会形象印刷风格的通信。根据需要，可将核准成员标志用于认可特定的当地活动。

例如：

特奥会运动员健康计划特奥会融合运动

赛事 / 运动会



命名

在赛事名称中，使用前缀“特奥会”。

形象

赛事的形象应反映该赛事的特定举办地点的特征以及该赛事的比赛日期（季节 / 年份）。通过将特奥会符号锁定于用于该赛事的核心标志中，该身份获得认证。

例如：

特奥会世界大赛拉各斯 2051 特奥会爱尔兰大赛利莫瑞克 2019

认证的项目



命名

“特奥会”字样不必显示在赛事的主名称中，但可用于认可活动，例如：“支持特奥会佛蒙特州的 Springfield 郊游”

形象

创建符合组织者印刷风格的通信。可将核准成员标志用于认可特定活动。

例如：

特奥会执法人员火炬接力

特奥会的标志仅供注册授权的特奥会成员组织使用。

标志包括：标识 + 符号 + 成员组织名称 (Ubuntu Italic 字体)。

该标志必须完整使用，等比例缩放。



我们的符号代表我们品牌的指导思想。它本身蕴含“成就”、“改变”、“启示”和“社区”的含义。我们的符号超越语言，是对我们的运动的统一表示方式。



品牌标志 标准的双行版锁定

颜色

在颜色应用程序中，将符号的印刷颜色设置为特奥会指定红色 (Pantone® 186)，将标识和核准成员名称的印刷颜色设置为特奥会指定灰色 (Pantone® 418)。

留白

标志的四周应留有留白空间。不应在此区域中使用其他图形元素或信息。

最小尺寸

高度最低为 $\frac{1}{8}$ 英寸或 8 毫米。请注意，此值仅推荐用于标准印刷。最小尺寸的确定将取决于所使用的印刷方法。



请使用三原色混合创建原图。颜色应与最新的 Pantone® 色卡完全匹配。



视觉形象标识

品牌标志 可选版本

有许多锁定标志的方法，这样可以灵活满足不同的版面设计要求。已经对标准锁定方法进行了最优化设计：将标志放置在普通印刷项目的右上角或右下角。

双行版（标准）

在使用空间可能受限制的一般使用情况下，对占用双行空间的标识进行锁定是最佳选择。

单行版

在对标志可提供更多水平空间的情况下，使用单行锁定为最佳方法。

居中版

居中锁定方法最适用于垂直应用或以中心线为轴的版面设计。

网络版

对于网站、电子邮件和电子杂志而言，惯用的方法是将符号显示在左上角。对于这些应用，可以使用将符号锁定在左侧的方法。

另外，也可以在必须将标志放置于项目左侧的情况下（例如，信封）使用此锁定方法。

标准锁定方法是指对书写顺序从左到右的书写体文字使用这种锁定。

印刷使用

双行版（标准版本）



单行版



居中版



网络使用



视觉形象标识

品牌标志 长文件名版本

已创建了标志的特殊版本，用于项目名称超过 16 个字符空间的核准成员。在这些情况下，修改了标志的三行和居中版本以符合此要求。这里提供了一个示例，说明如何更改标志以配合 *St. Vincent & The Grenadines* 标志。

需要根据标准核准成员标志的比例，对双行锁定版和 Web/ 在线锁定版进行更改。

项目名称超过 16 个字符的核准成员包括：

- Brunei Darussalam
- Bosnia and Herzegovina
- Dominican Republic
- United Arab Emirates
- British Virgin Islands
- Northern California
- Southern California
- District of Columbia
- St. Vincent & The Grenadines
- US Virgin Islands

普通出版使用

双行锁定版（标准版本）



单行锁定版



居中锁定版



在线使用

Web/在线锁定版





在创建特奥会标识的翻译版本时，应使用 *Serpentine Bold Oblique* 字体。字体的相对大小和位置应与标志的英文版本相一致。

在创建原图时，翻译的标志中所有的字体均应在分发之前进行栅格化。

双语标志

在需要用两种语言来表示标志的区域，应将这两种语言的字体设置为 *Serpentine Bold Italic*，并符合双行版本。

字体设置为 *Serpentine Bold Oblique* 的标识翻译版本示例

***Olimpiady
Specjalne
Polska***



***Olimpíadas
Especiais
Brazil***



***Olympiques
Spéciaux
France***



***Olimpíadas
Especiales
Bolivia***



双语双行锁定版

***Special Olympics
Olympiques spéciaux
Canada***



双语居中锁定版



***Special
Olympics
Olympiques
spéciaux
Canada***

可以在每个锁定版中以两种颜色、单色和白色使用特定的原图。

两种颜色：这些标志版本可用于白色背景。首选版本是对标识使用特奥会指定灰色，这样可以使符号更醒目。

单色：此标志版本使用单色。理想情况下，在使用单色时，标志应使用特奥会指定红色、特奥会指定灰色或黑色，并且使用浅色、低对比度背景进行印刷。务必使标志颜色和背景颜色之间有足够的对比度。

白色：此标志版本可用于深实心颜色和相应的图片图像。

两种颜色（字体颜色为灰色）

**Special
Olympics**
Program Name



两种颜色（字体颜色为黑色）

**Special
Olympics**
Program Name



单色（黑色）

**Special
Olympics**
Program Name



单色（红色）

**Special
Olympics**
Program Name



单色（灰色）

**Special
Olympics**
Program Name



白色

**Special
Olympics**
Program Name



文件格式已通过例如 Microsoft Word 和 Microsoft Powerpoint 一类的应用软件生成了官方使用的 **PNG** 原图。

已生成 **EPS** 原图供专业设计人员使用，此种原图能够在不损失画质的情况下调整为任何尺寸。

视觉形象标识

品牌标志 非罗马语言版本



在创建用于非罗马语言的标志时，应使用与罗马字体相同的层次和结构。除了本地化的标识和核准成员名称，符号应保持一致性。

Cyrillic 版本

对于使用 Cyrillic 书写体的语言而言，可以在粗斜体和普通斜体中使用 Ubuntu，将其分别用于标识和核准成员中。

简体中文

标识的书写顺序从左到右，并且其字体结构为稳定的四方结构，例如儂黑 Pro 字体。

阿拉伯和希伯来

当使用阿拉伯和希伯来语言时，在用于打印应用程序的标准标志版本中，标识应位于标识的右侧。这有助于将标志置于打印应用程序的左上角或左下角。

居中版本锁定标志的标准适用于所有语言。

Cyrillic – “特殊奥运会俄罗斯”

Специальная
Олимпиада
России



简体中文 – “特殊奥运会中国”

特殊奥运会
中国



阿拉伯 – “特殊奥运会”



الأولمبياد
الخاص



品牌标志 标准打印位置

标准位置

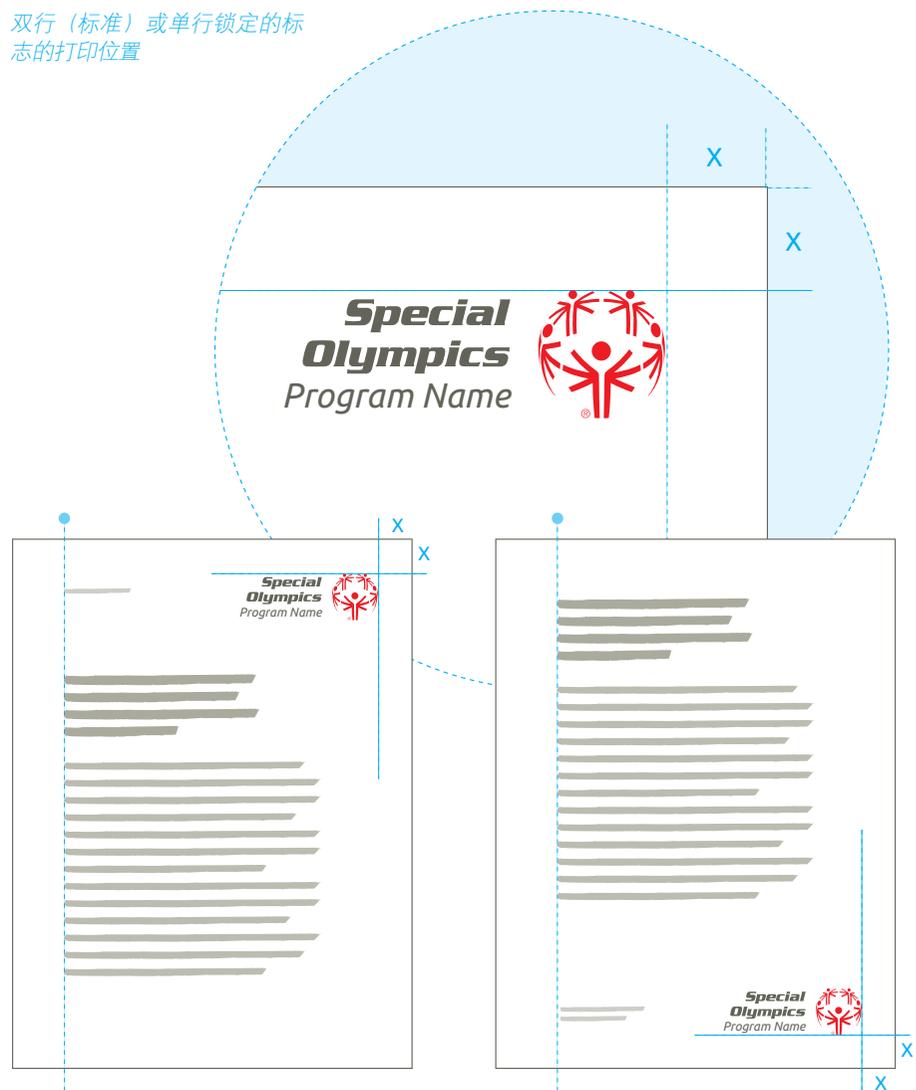
双行或单行锁定的标志应位于页面的右上角或右下角。标志应与两个最靠近的边缘间隔相同的距离。实际距离将取决于所提供的项目的大小和性质。

此位置应当使特奥会标志与大多数打印项目相比，处于突出位置。此外，须使标志远离文档装订线（位置靠近文档左侧边缘）。

书写顺序从右到左

请注意，对于书写顺序从右到左的语言，须将标志置于左上角或左下角。此外还应考虑，一般情况下，这些语言的书籍和文档的装订线位于右侧。书写顺序从右到左的语言包括阿拉伯语和希伯来语。

双行（标准）或单行锁定的标志的打印位置



在采用从右到左的书写顺序创建的文档中，标志应位于页面的左上角或左下角。



颜色标志

颜色标志应仅与白色对比使用。

单色标志

在色调值介于白色和 30% 黑色的背景上，单色标志应使用深色。

在色调值大于 30% 的背景上，应使用白色的标志版本。

低对比度

在根据照片背景放置标志时，须按要求将单色或白色标志置于照片的低对比度部分。

将颜色标志置于白色背景上



将单色标志置于低对比度背景上



在根据背景放置单色标志时，须确保标志的颜色和背景颜色之间具有合适的对比度。



基本头像

在为 Facebook、Twitter 或其他社交媒体网站创建头像时，可以使用原有符号。使用原有标志时，可以使用红色背景和白色标志，也可以使用白色背景和红色标志。

基本头像



本地化的头像

根据需要，也可以使用动态曲线将头像进行本地化设计，以包含项目名称或缩写（GB、IRL、VT 等）。此外，还可以使用色彩曲线以便更清晰地区分在如织的微博中显示的项目。

可以使用 Adobe Photoshop 原图文件创建本地化的头像。

本地化的头像 - 使用成员组织名称或缩写

命名

请注意，在命名您的微博或 Facebook 帐号时，应使用项目名称（例如，“Special Olympics Great Britain”（英国特奥会））或项目名称的缩写形式（例如，“Special Olympics GB”）



联合标志 用于第三方应用

认可标志已创建，可用于期望获得与特奥会核准成员联合的认可或期望支持特奥会核准成员的第三方。该标志采用徽章的格式创建，便于在最少的指导下，在简单且健壮的应用程序中使用。

可以将徽章设计为全彩色或单色，而不受其背景的颜色和对比度的限制。

可以将徽章置于垂直或水平位置。

认证线条

可以更改认证线条以符合第三方赞助商或合作伙伴和项目之间相互关系的性质。

可以包含以下短语：

- 特别支持
- 专项受益于
- 特别合作伙伴
- 荣誉赞助
- 呈现单位

全彩色 / 水平



全彩色 / 垂直



单色 / 水平



单色 / 垂直



认证线条



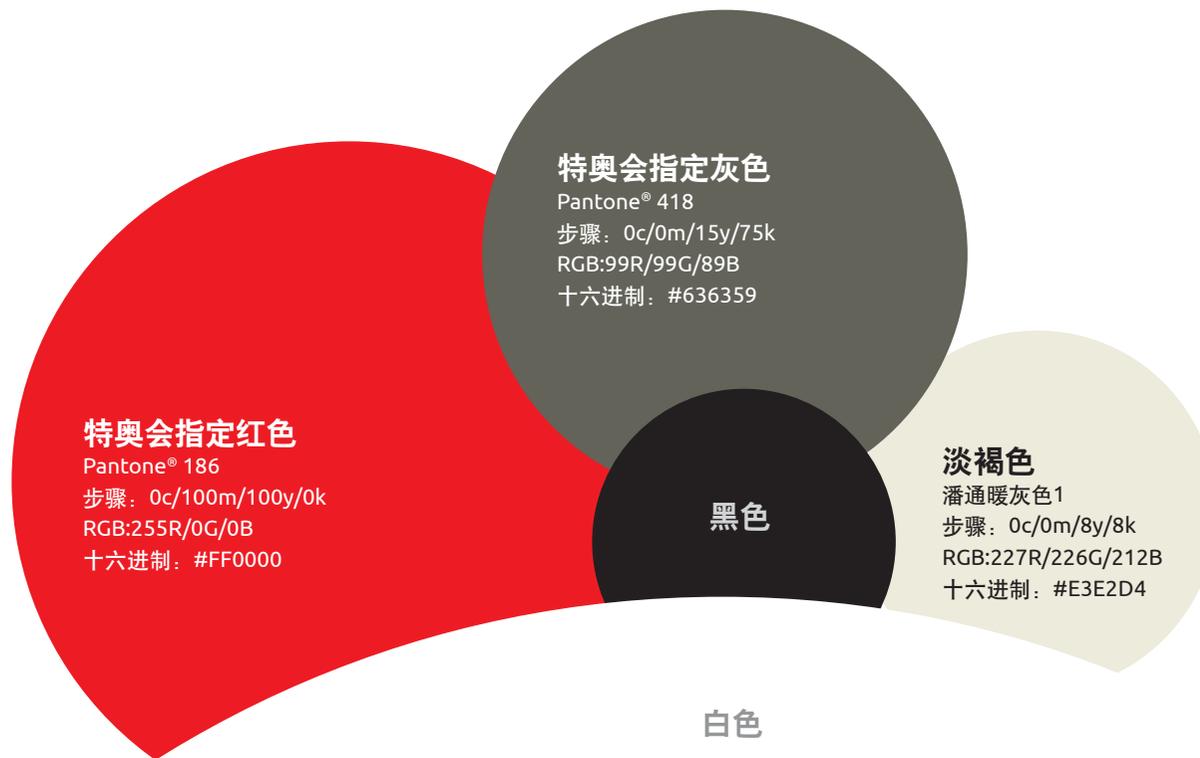
最小间距

创建认可标志时，务必在徽章中为符号和文字保留相应的可用空间。不应使文字太靠近徽章边缘。



特奥会主调色板包含特奥会指定红色和特奥会指定灰色。这是我们与其他机构联合时所期望使用的颜色组合。通过配合使用黑色、浅褐色和白色，可以将这两种颜色用于品牌视觉识别的核心应用，例如文具和标识。

请注意，应将白色视为调色板内重要的颜色。在设计布局内利用白色空间以及在白色背景上使用标志可以产生明亮、开放和现代感。





可以在设计中使用次级颜色以覆盖较大的区域或产生突出显示效果。此外，还可以整合颜色以创建色彩渐变的效果。要保持清新亮丽的外观，应使用同样色系中的颜色创建色彩渐变的效果。请参考附录中对于 CMYK、RGB、Pantone 和十六进制值颜色参考的颜色规范。



避免在设计中使用过多的次级颜色。建议您对任何项目使用颜色时，仅限于使用主调色板中的颜色以及次级调色板中相同范围中的颜色。

请使用三原色混合创建原图。颜色应与最新的 Pantone® 色卡完全匹配。

已指定次级颜色范围以支持主调色板。可以使用这些颜色将个性添加到设计中，以便区分不同的通信项目。





创建渐变效果时，务必在套版色 (CMYK) 之间实现渐变。如果在点色之间进行混合，应创建特殊原图。

如果要实现细微的渐变效果，须将颜色的浅色调移至中间色调。如果要实现较为显著的渐变效果，须将浅色调移至深色调。

可以在设计中使用色彩渐变以创建更强烈的动态效果。
使用同一颜色的不同深度可以创建渐变效果。



浅红色

中红色



浅红色

深红色



浅洋红色

中洋红色



浅洋红色

深洋红色



浅紫色

中紫色



浅紫色

深紫色



浅蓝色

中蓝色



浅蓝色

深蓝色



白色

淡褐色



浅宝石绿

中宝石绿



浅宝石绿

深宝石绿



浅绿色

中绿色



浅绿色

深绿色



浅黄色

中黄色



浅黄色

深黄色



浅橙色

中橙色



浅橙色

深橙色



浅灰色

中灰色



浅灰色

深灰色

请使用此处提供的颜色细分。

原色	Pantone® C/M/Y/K	R/G/B	十六进制
特奥会指定红色	186C	0/100/100/0	237/28/36 #ED1C24
特奥会指定灰色	418C	0/0/15/75	99/99/89 #636359

次级颜色

浅红色	186C	0/100/100/0	237/28/36 #ED1C24
中红色	1945C	0/100/100/25	187/19/26 #BB131A
深红色	202C	0/100/100/50	139/3/4 #8B0304
浅洋红色	四色品红	0/100/0/0	236/0/140 #EC008C
中洋红色	215C	0/100/20/20	196/0/99 #C40063
深洋红色	222C	0/100/40/40	158/0/64 #9E0040
浅紫色	2587C	60/90/0/0	127/63/152 #7F3F98
中紫色	267C	75/95/0/10	92/47/136 #5C2F88
深紫色	2695C	90/100/0/20	59/35/123 #3B237B
浅蓝色	四色青	100/20/0/0	0/149/218 #0095DA
中蓝色	300C	100/40/0/10	0/114/180 #0072B4
深蓝色	294C	100/80/0/20	2/63/136 #023F88
浅宝石绿	3262C	70/0/50/0	57/187/157 #39BB9D
中宝石绿	3282C	80/0/50/20	0/151/132 #009784
深宝石绿	3302C	90/0/50/60	0/92/81 #005C51

	Pantone®	C/M/Y/K	R/G/B	十六进制
淡褐色	暖灰色 1C	0/0/8/12	227/226/212	#E3E2D4
黑色	黑色	0/0/0/100	0/0/0	#000000
白色	-	0/0/0/0	000/000/000	#FFFFFF

浅绿色	382C	30/0/100/0	191/215/48 #BFD730
中绿色	376C	40/0/100/20	136/172/46 #88AC2E
深绿色	370C	50/0/100/40	89/133/39 #598527
浅黄色	109C	0/10/100/0	255/221/0 #FFDD00
中黄色	110C	0/25/100/10	230/176/15 #E6B00F
深黄色	1255C	0/40/100/30	185/124/15 #B97C0F
浅橙色	137C	0/50/100/0	247/148/29 #F7941D
中橙色	1505C	0/60/100/10	222/18/28 #DE761C
深橙色	159C	0/60/100/50	143/74/2 #8F4A02
浅灰色	413C	0/0/0/30	188/190/192 #BCBEC0
中灰色	415C	0/0/8/50	148/149/141 #94958D
深灰色	418C	0/0/15/75	99/99/89 #636359



已选择了 Ubuntu 字体，因为它在打印和屏幕显示效果方面均具有良好的清晰度及可用性。它具有多种粗细值和样式供选择。



可在 Mac 或 PC 上通过 font.ubuntu.com 免费下载 Ubuntu



如果在 Microsoft Office 文档 (Word/Powerpoint) 中使用 Ubuntu 字体，那么请注意，只有将文档转化为 PDF 格式后才能与第三方或公众共享。否则，应该用 Arial 替代 Ubuntu。Arial 是所有 PC 和 Mac 计算机提供的标准字体。

Ubuntu 为特奥会首选字体。应在特奥会制作的传讯资料中使用该字体。目前，以下多种语言提供该字体：拉丁（西方）、希腊语和西里尔文。撰写本指南时，阿拉伯和希伯来版本的 Ubuntu 字体尚在开发中。

Ubuntu: Latin

Abcdefghijklmno

Light12345

Regular67890

Medium!@£\$%^&

Boldı€#ç§^¶

Ubuntu: Greek

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞ

αβγδεζηθικλμνξοπρ

Ubuntu: Cyrillic

АБВГДЕЖЗИЙКЛ

абвгдежзийклмн



创建一份通讯时，应考虑到读者的情况。您的设计应简单并具有可读性，通过内容（包括摄影图片和故事在内）抓住观众的心。

良好的设计能够提高指南、报告和时事通讯等文档的可读性和访问率。下列建议将帮助您确保文档易于阅读和使用。

布局

将文本分成小段落和项目以便于浏览（而不是让读者失去阅读耐性的“一大段文字”）。

保持布局简洁，加入足够的边距和空白空间（空白区可以让眼睛得到休息的机会）。

左对齐文本，使其更易于阅读。读者有时候会忽略位于中心的标题。

字体大小和类型

将文本尺寸调节到足够大以方便阅读，并且所有文本内容均使用 Ubuntu 字体。

使用粗体突出显示重要的词语和短语。

下一页提供了建议使用的字体类型大小。请注意，字体类型的理想大小与该类型的列宽相关。

字体颜色和对比度

在文本与背景之间保持高对比度。位于白色或颜色很浅的背景上的黑色文本具有最高的可读性。

需谨慎使用彩色文本。绝不要在浅色背景上使用浅色文本（例如橙色或黄色）。

避免在彩色背景上打印文本，背景颜色非常淡（例如淡黄色）的情况除外。对背景进行阴影处理会降低对比度，使文本较难阅读。

为了方便阅读，不要将信息文本放在照片或有图案的背景上。

印刷样式 推荐的文字大小



此处提供了一些可用于信息文档（例如通信、报告及手册）的标准字体大小。请注意，正在创建的文档格式会告知字体的理想大小。

字体大小：14pt / 行距：21pt / 建议用于介绍性段落

特奥会举行面向智障儿童和成人的全年体育训练和多种奥林匹克运动项目的体育比赛，从而不断给予他们增强体魄、展示勇气、体验快乐，以及参与和其家人、其他特奥会运动员及社区分享天赋、技能和友谊的机会。

字体大小：9pt / 行距：14pt

用于较小格式、窄文本栏的正文

特奥会举行面向智障儿童和成人的全年体育训练和多种奥林匹克运动项目的体育比赛，从而不断给予他们增强体魄、展示勇气、体验快乐，以及参与和其家人、其他特奥会运动员及社区分享天赋、技能和友谊的机会。

字体大小：10.5pt / 行距：16pt

用于 A4/US Letter 格式，较宽文本栏的正文

特奥会举行面向智障儿童和成人的全年体育训练和多种奥林匹克运动项目的体育比赛，从而不断给予他们增强体魄、展示勇气、体验快乐，以及参与和其家人、其他特奥会运动员及社区分享天赋、技能和友谊的机会。

这是用于信件和其他类似通信文本中的标准字体。



该曲线是以正圆为基础。其使得曲线反映出特奥会标志的形状，并带有全球的意思。



已创建了一系列预先准备的曲线原图，用于穿过一系列的标准格式。



该曲线只能用完美的圆形重新创造。应保留性地使用曲线设计—主要用于封面、海报或传单。例如，不需要用于手册的内页中。

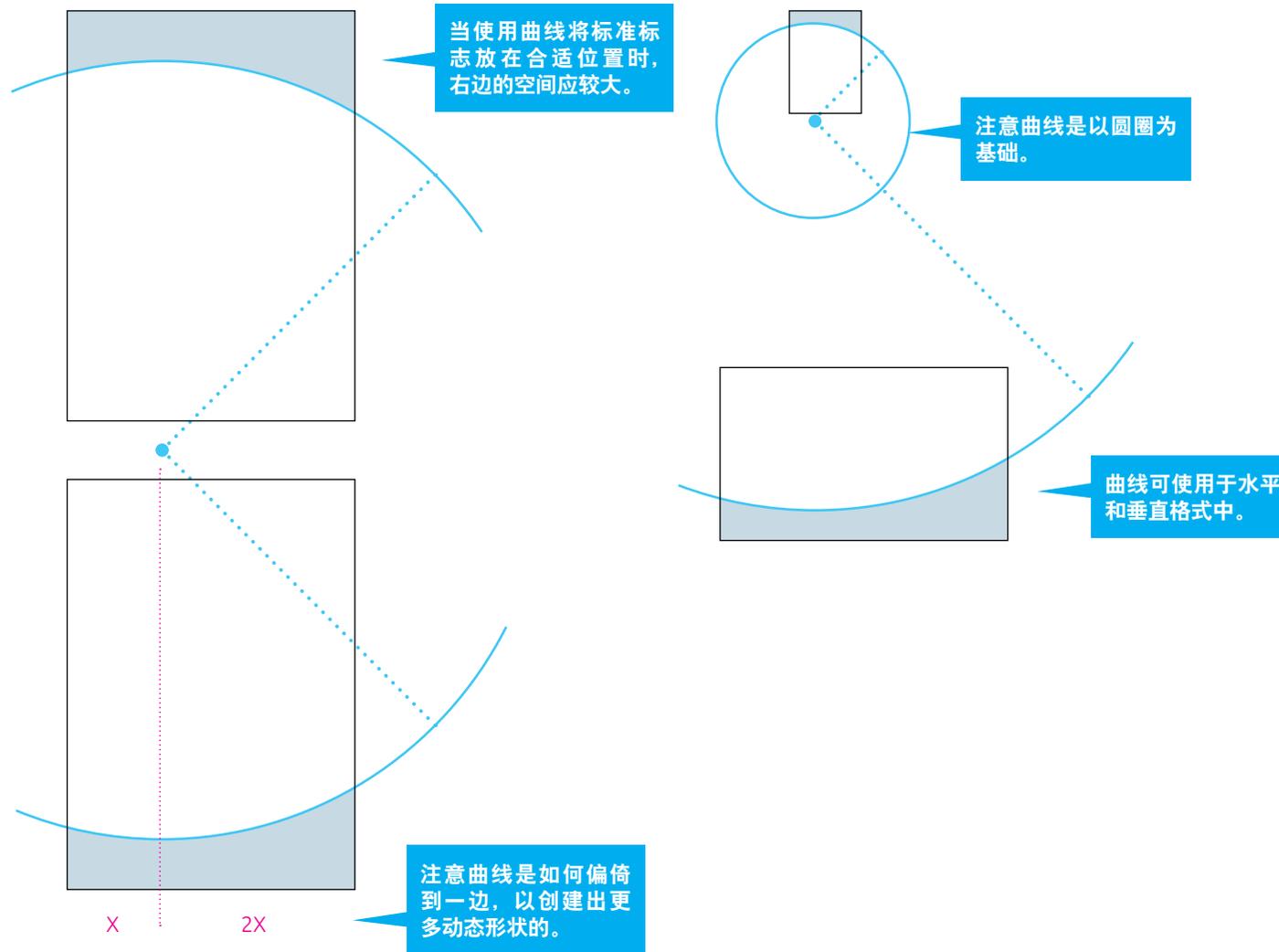
动态曲线是一种图形设计，能够给我们的通讯提供一种易于辨识的独特风格。该曲线设计还可以保护标志不受到页面上其他图形元素的影响，让我们的核心标志更易突出更易进行识别。



动态曲线 结构



通过使用圆圈分割空间，来创建动态曲线。注意圆圈是如何没有位于项目中心的。这样创建了更多的空间动态分割。还使右边留出了更大的空间，可以放置标志。



动态曲线 简单或分层曲线



简单曲线

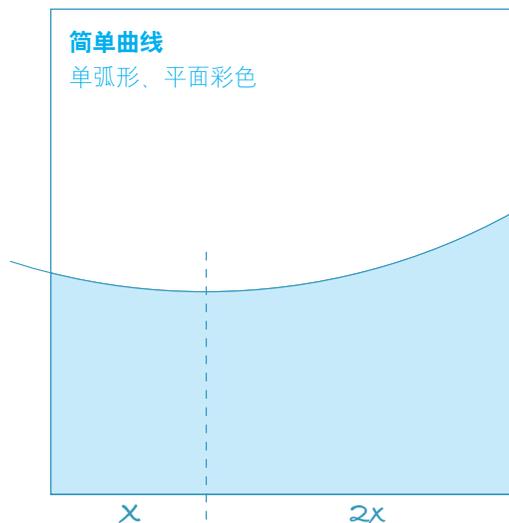
可使用正圆的单曲线和平面色彩创建动态曲线的最基本样式。

分层曲线

可使用多曲线创建动态曲线更为复杂的分层版本（如最右图所示）。

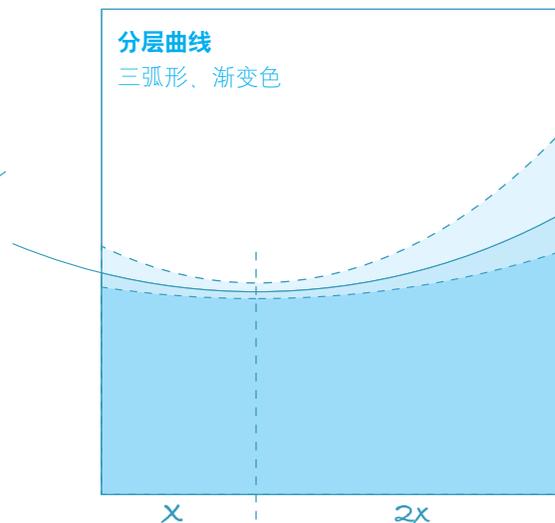
当创建分层曲线时，使用正圆创建中心曲线。通过垂直地伸缩曲线创造出上下两个色调区，创造出上方的较深色曲线和下方的较浅色曲线。

如图所示，边缘曲线 [1] 使用了浅（或套印的）渐变色进行填充。第二条曲线 [2] 使用了调色板浅色调范围的纯色填充。第三条曲线使用了同种颜色向自身深色渐变的颜色填充。



简单曲线

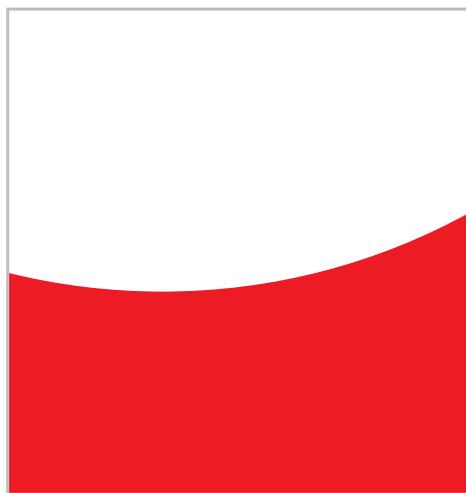
单弧形、平面彩色



分层曲线

三弧形、渐变色

用正圆创建中心弧形



在分层曲线中有三种色调区：

1
2
3

区域 1 使用了浅色（例如淡褐色）到白色的渐变。

区域 2 使用了调色板的浅色。

区域 3 使用了同种颜色向自身深色渐变的颜色。这样在区域 2 和 3 之间创造出了一个可区分的差别。

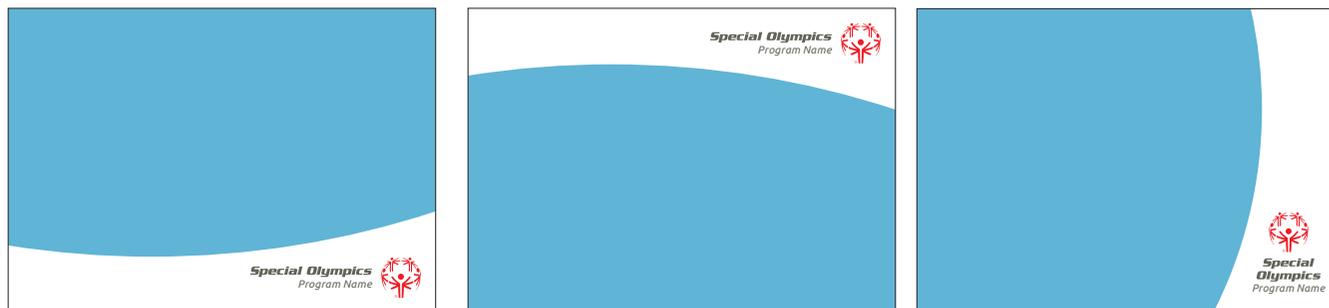
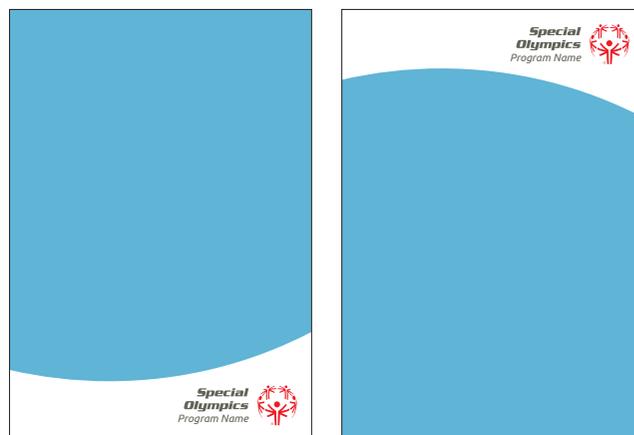


动态曲线为一种覆盖和保护标志的设计。



注意：在项目的符号应用（例如垂直符号）中，特奥会认证项目标志可根据需要成为曲线布局的主要元素，以增加装饰性。

打印应用



符号应用





已创建了一系列标准格式和颜色的曲线原图。这些原图可以与认证项目标志合用，以方便有效地在打印物品上印上商标。

提供的每种格式和版本都未带有地区成员标志。可以在最后的项目原图创作中加上这些标志。已创建认证项目标志的 PNG 和 EPS 文件，其具有透明背景，方便在曲线上覆盖标志。设计中已包含了一个白色边框，便于台式印刷。

根据情况，可让当地设计师使用次级调色板创建替代的颜色选项。这需要在 Adobe Illustrator 中对原图进行改编。

红色曲线设计

顶部



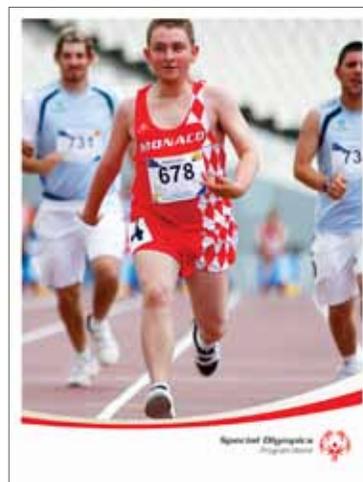
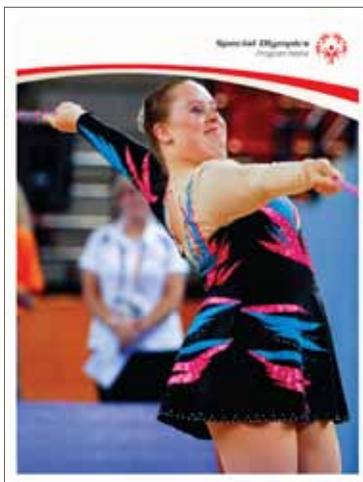
底部



一半



白色曲线设计



很多照片类型都能够用于特奥会通讯中。这些图片可用于教育、阐释、提升意识、说明需要、唤起情感、培养价值观或建立同理心。

记住，在所有选择中，决不能孤立地使用图片。照片的含义和效果与它们所处的上下文息息相关，包括使用它们的头条、它们伴有的题注或简单印上的特奥会标志。



尝试用所涉及到的运动员姓名及其特别的故事来标注照片。



动态动作



特写 / 个人



创建上下文



表达

1

仅使用原图和标准色

仅使用官方的原图文件。不要影印、扫描或试图重新绘制您自己版本的标志。

色彩参考：当用专色打印标志时，该符号应使用特奥会指定红色打印（Pantone® 186），并用特奥会指定灰色（Pantone® 418）或黑色打印字体。



由专业设计师使用 EPS 文件格式，能够在不丢失画质的前提下放大至大尺寸。

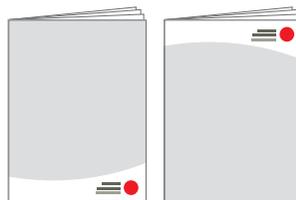


仅供官方在 Microsoft Word 或 Microsoft Powerpoint 应用中使用 PNG 文件格式。

2

确认将标志放在了正确的位置

标志打印的标准位置在右上方或右下角。符号应与最近的文件边缘距离相等。考虑标志的位置时，应将其他元素和文件边缘一同考虑，并选择合适的最佳锁定选择。



打印物品上标志的标准位置在右上方或右下方



3

给标志足够的空间

在标志周围留下足够的空间，以便能够让人方便地识别，并且不会被其他元素侵犯。一般原则是标志周围留出的最小空间应该与“Olympics”中的“O”的高度相同。



4

将标志放在合适的背景上

标志应该放在不会影响其辨识的背景上。当放置两个颜色版本的标志时，背景色需使用白色。当放置单色版本的标志时，应确保使用了低对比度的背景，并确保标志颜色和背景颜色之间应有恰当的对比度。

在动态曲线图案上可能放置标志的地方，应将其与页面上的其他项目隔开，确保其引人注目。

Two Color



Single Color





品牌的应用

文中所列示例均为建议

文具概览 标准项目及推荐的打印材料



标准的文具项目为：

- 1 信笺 (A4/US Letter)
打印原图：Adobe InDesign 模板的电子
信头：MS Word 模板
- 2 名片
打印原图：Adobe InDesign 模板
- 3 A5 便签
打印原图：Adobe InDesign 模板
- 4 信封
打印原图：Adobe InDesign 模板
- 5 演示文稿
MS PowerPoint 模板

推荐的打印材料

亮白色布纹的（无明显织纹的）胶版纸和名片材料可用于打印文具。推荐的材料包括：

Conqueror 亮白色纸（ArjoWiggins Creative Papers 生产）
纸：100g / 名片：300g

Environment 平滑的白色（Neevah Paper 生产）
纸：70 张 (104g) / 名片：100 面 (270g)

Options PC 白色牛皮纸（Mohawk Fine Papers 生产）
纸：70 张 (104g) / 名片：100 面 (270g)

这些推荐产品均为 FSC 认证纸张，确保了纸张的采购过程值得信赖。





格式： US Letter (8.5" x 11")

在白色胶版纸上印刷的两种颜色：特奥会指定灰色（潘通色卡 418）/ 特奥会指定红色（潘通色卡 186）

左边距（正文）	22mm
右边距	22mm
上边距	42mm
下边距（正文）	28mm

1 标志位于距离上边距及右边距 13mm 处

2 标志的单行版为 18.5mm

3 标准文本大小为 10.5pt Ubuntu Light 字体，行间距为 16pt

4 字号为 8pt，行间距为 11pt
名称：Ubuntu 粗体，特奥会指定红色
地址：Ubuntu 常规字体，特奥会指定灰色，粗体突出（如图所示）

5 向导、支持信息（如要求）及认证资格（强制性）设置为 6pt Ubuntu 字体，行间距为 9pt

强制性的认证资格文本应读作：

由 Joseph P. Kennedy Jr. 基金会创建。获得特奥会股份有限公司授权及认证，为了智力残疾人士的利益。





签名应和所有电子邮件结尾处的签名格式相一致。

- 1 电子邮件签名设为 9pt Arial 字体，行间距为 12pt。（在电子邮件信件中，不要使用 Ubuntu 字体）。所有字体设为特奥会指定灰色 (RGB : 99/99/89)
- 2 在签署人姓名上方应设置 5 个粗体句号作为一个短的分割线。姓名设为 Arial 粗体。颜色：黑色 (RGB:0/0/0)
- 3 签署人的头衔设为 Arial 斜体。
- 4 5 个粗体句号设为特奥会指定红色 (RGB : 255/0/0)，以便在签署人姓名上方创建一个短的分割线。特奥会成员名称设为 Arial 粗体。颜色：特奥会指定红色 (RGB : 255/0/0)。
- 5 联系信息内的标签使用 Arial 粗体。
- 6 认证文字、其他信用证明或免责声明应设为 Arial 斜体。

我们建议不要在电子邮件签名中加入图案，因为其可能会让接收方误认为有附件。

1

- 2
Serena R. Boykin
- 3 *在线媒体和图案设计师*
- 4
特奥会成员名称
- 5 第 1 排地址，第 2 排地址
县、城市、邮政编码、国家
- 5 电话号码 +XX 123 123 1234
传真 +XX 123 123 1234
移动电话 +XX 123 123 1234
电子邮件 PersonsName@SpecialOlympicsAP.org
Skype : 人名
Twitter : @SpecialOlympics
- 6
www.SpecialOlympics.org
.....
- 6 由 *Joseph P. Kennedy Jr. 基金会* 创建。获得特奥会股份有限公司授权及认证，为了智力残疾人士的利益。

品牌的应用

名片 正面规范



格式 54mm x 85mm

在白色胶版卡片上印刷的两种颜色：

特奥会指定灰色（潘通色卡 418）

特奥会指定红色（潘通色卡 186）

1 标志位于距离上边距及右边距 3.5mm 处

2 单行版的标志高度为 13.5mm

3 边距：4.5mm

4 8.5pt Ubuntu 粗体，行间距为 10pt

5 7pt Ubuntu 斜体

6 7pt Ubuntu，行间距为 10pt
成员名称：Ubuntu 粗体，特奥会指定红色
地址：Ubuntu 常规字体，特奥会指定灰色
通道，粗体突出（如图所示）
[见较大字体大小注释。]

对于双语卡片，应按照证明一样，反面用
第二种语言书写。

内含最多内容的卡片示例

卡片持有者的姓名和职称应在固定的位置

成员名称和地址，以及联系信息应写在
底线上。该设计可以容纳最多六行信息



请注意：名片模板设计为能够容纳尽可能多的所需信息及联系方式。但是，对于名片上所需信息较少的情况，则可以使用较大的字体。

标准字号文本 – 联系信息使用 7pt/10pt



较大字号文本选项 – 所有信息使用 8.5pt/11pt





可在特奥会的指定红色背景上使用各种白色文本对名片进行装饰。此为可选的设计元素，如果您喜欢，背面可以保持空白。

根据情况可将文本翻译为当地语言。

- 1 特奥运动员誓言
- 2 特奥会品牌承诺
(可署上成员自身的网址)。
- 3 特奥会使命
(提供了该项运动最为详尽的说明，推荐用于特奥会知名度偏低的地区)。
- 4 品牌口号
(如果成员或所在地区使用了一种特殊口号，那么可采用这种形式，并且可以署上成员具体的特奥会网址)。

可提供名片的原图。



注意 A5 打印前注意事项



格式： A5 (148mm x 210mm)

在白色胶版纸上印刷的两种颜色：特奥会指定灰色（潘通色卡 418）/特奥会指定红色（潘通色卡 186）

- 1 标志位于距离顶端及右边缘 $\pm 8\text{mm}$ 的位置。
- 2 单行版的标志高度为 16mm。
- 3 字号为 8pt，行间距为 11pt
名称：Ubuntu 粗体，特奥会指定红色
地址：Ubuntu 常规字体，特奥会指定灰色
如图所示，将联系方式用粗体字突出。
- 4 特奥会的渐变灰用于显示曲线图案。

该项通常用于手写体的非正式注释中。参见有关纸质材料的注释。

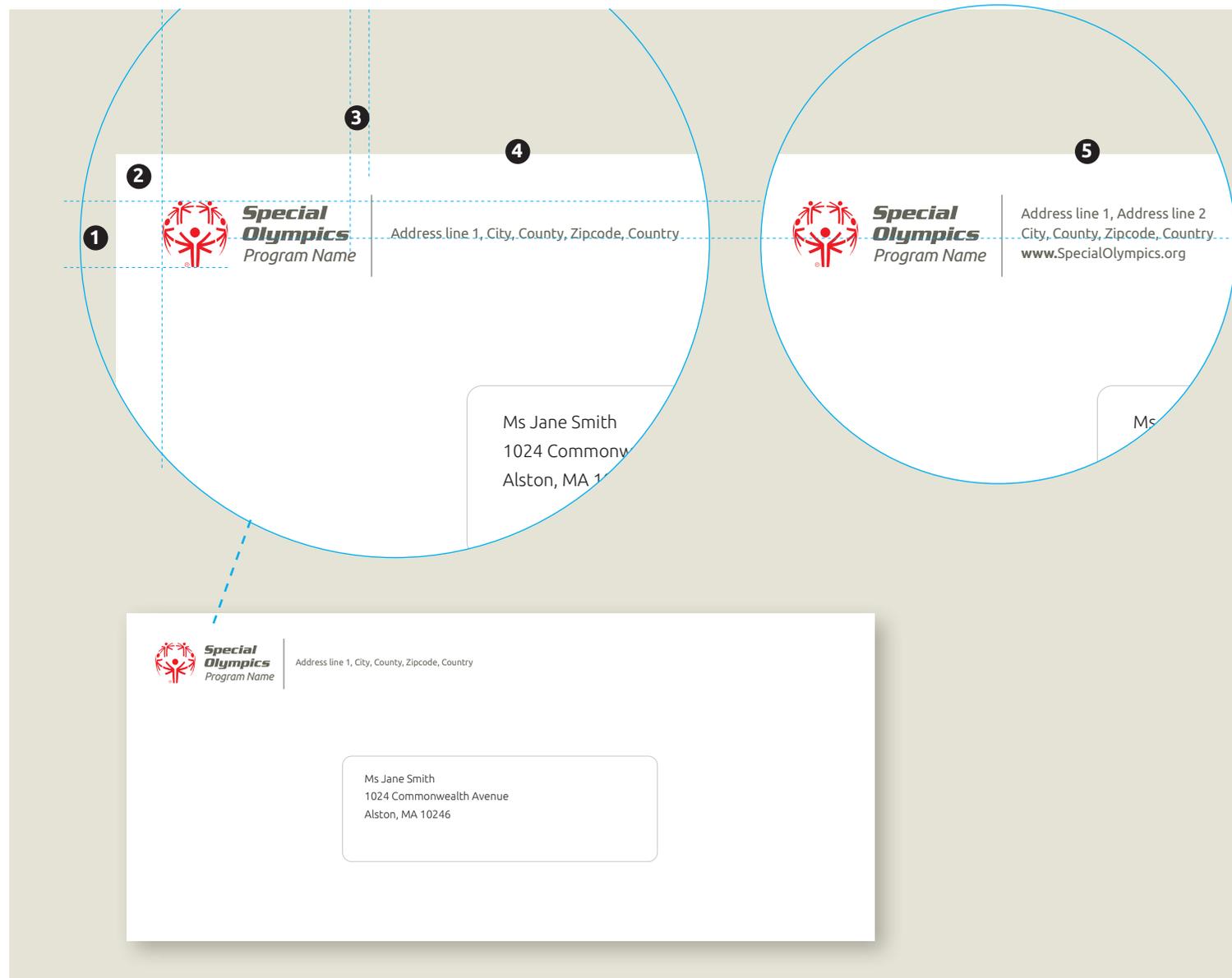


信封 标准品牌



对于所有尺寸的信封，均使用了相同的排版结构，将品牌及地址放在了左上角中（如图所示）。

- 1 双行版的标志：13mm 高。请注意，应用于信封时，该符号用在标识的**左边**。
- 2 将该符号置于离信封上缘及左缘各 10mm 处。
- 3 标志和地址之间以特奥会指定灰色的 0.5pt 线条隔开。应离标志右边 $\pm 5\text{mm}$ 。
- 4 该地址设置为 8pt Ubuntu 字体，11pt 行距。
- 5 对于较长的地址，可将其分为两至三行。



演示文稿 Powerpoint 模板



使用 Microsoft Powerpoint 创建演示文稿。在特奥会的视觉形象标识中已创建了一个模板。请遵循下列步骤对模板进行适于成员的本地化处理。

1 打开幻灯片母版页面

(查看 > 母版 > 幻灯片母版) 并用已核准的成员名称替代文本“成员名称”。

2 在白色正文页面的页脚，用已核准的成员名称替代“成员名称”。

将文件保存为 PPT 模板，作为将来制作演示文稿的基础。

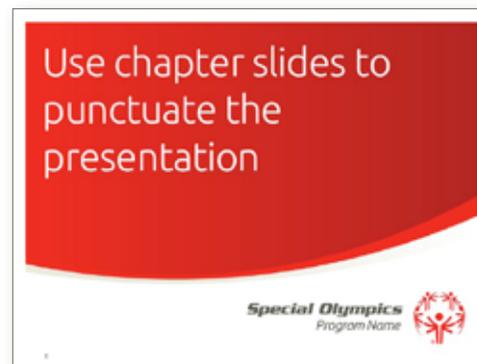
您还可以将更新后的文件保存为您电脑中的默认主题。

3 在可能的地方加入图片来讲述您的故事。一张图片胜过千言万语。利用模板嵌入整张图片。

4 用章节幻灯片将您较长的演示文稿进行分段。

5 用简明扼要的信息表达观点。

将您的演示文稿保存为 PDF 格式，以便与第三方分享。



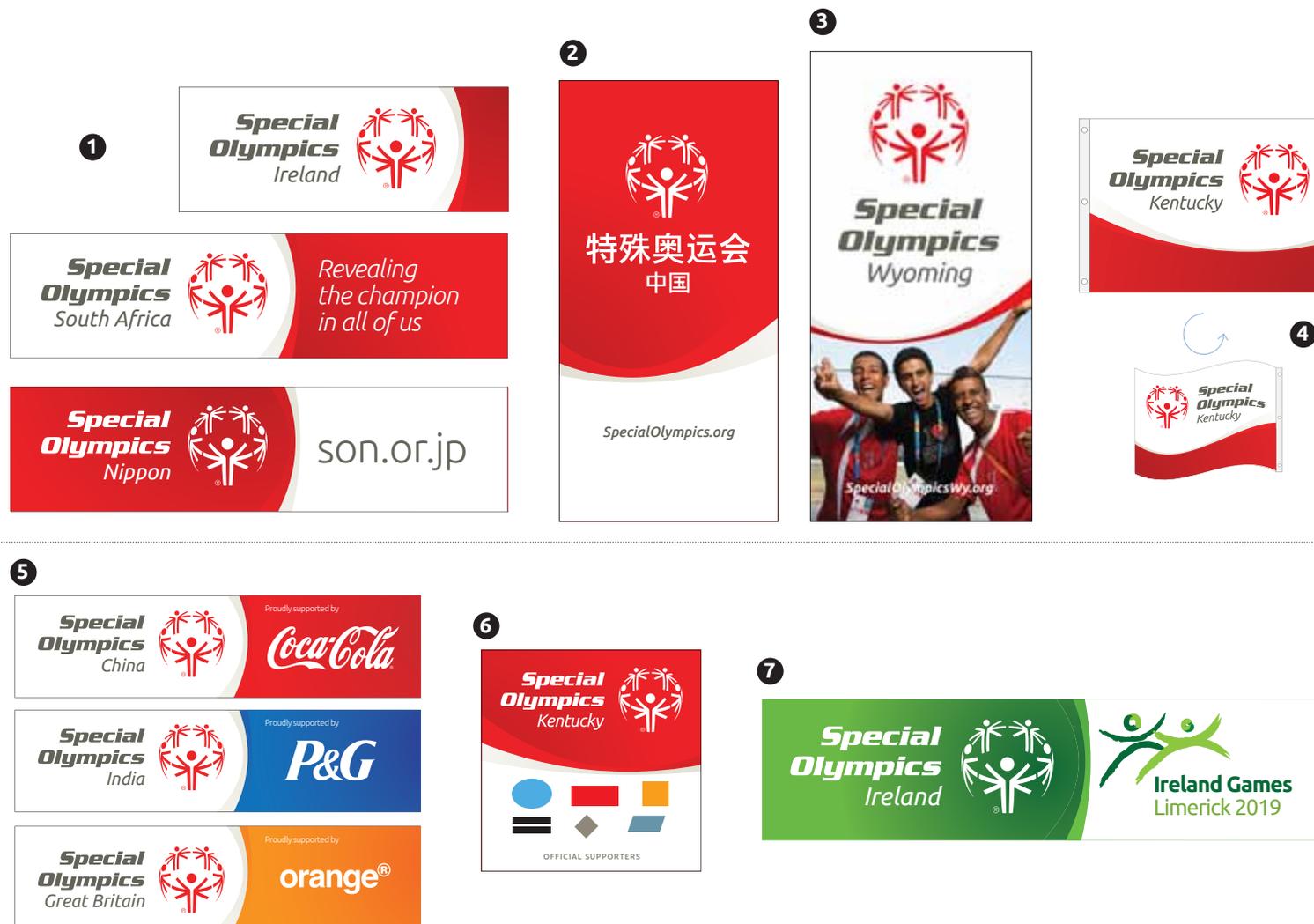
条幅、背景和旗帜概览



作为组织在体育赛事中活跃性的表现，条幅、背景和旗帜在我们的品牌应用中具有重要作用。除了此处所示格式外，还有多种格式，它们均可被纳入我们的形象标识系统中。

一些示例：

- ❶ 仅带有核心品牌元素的各种横幅
- ❷ 仅带有核心品牌元素的垂直条幅
- ❸ 带有图片的垂直条幅
- ❹ 双面旗帜。注意：将背面的图片进行了修改，以保证两面对齐
- ❺ 带有单个赞助商品牌的各种横幅
- ❻ 带有多个合作伙伴的方形条幅 — 请注意，白色背景有助于方便地应用多个第三方标志
- ❼ 赛事条幅示例

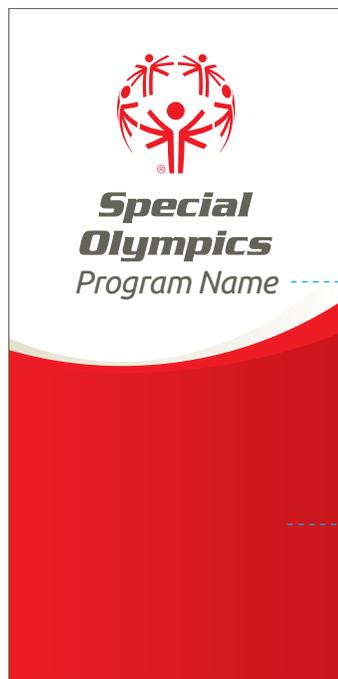


条幅、背景和旗帜 垂直条幅图片



原图通过 Adobe Illustrator 制作，可修改以适应特定成员。

- 1 用已核准的成员名称 (Ubuntu 斜体) 替换文本“成员名称”。
- 2 可在条幅的剩余部分加入额外信息。可以包括：
 - 成员的网址
 - 赞助商或合作伙伴标识
 - 特奥会运动员或各项活动的照片。
- 3 当在 A 选项中使用照片时，应将照片置于主曲线部分中 (如图所示)。
- 4 根据需要，可对条幅格式进行缩小或扩大，以适应所需的比例或内容。



A 选项 — 标志位于白色背景上



B 选项 — 标志位于红色背景上



条幅、背景和旗帜 横幅原图



原图通过 Adobe Illustrator 制作，可修改以适于特定成员。

- 1 用已核准的成员名称（Ubuntu 斜体）替换文本“项目名称”。
- 2 可在条幅的剩余部分加入额外信息。可以包括：
 - 成员的网址
 - 赞助商或合作伙伴标识
 - 特奥会运动员或各项活动的照片。
- 3 根据需要，可对条幅格式进行缩小或扩大，以适应所需的比例或内容。



A 选项 — 标志位于白色背景上



B 选项 — 标志位于红色背景上



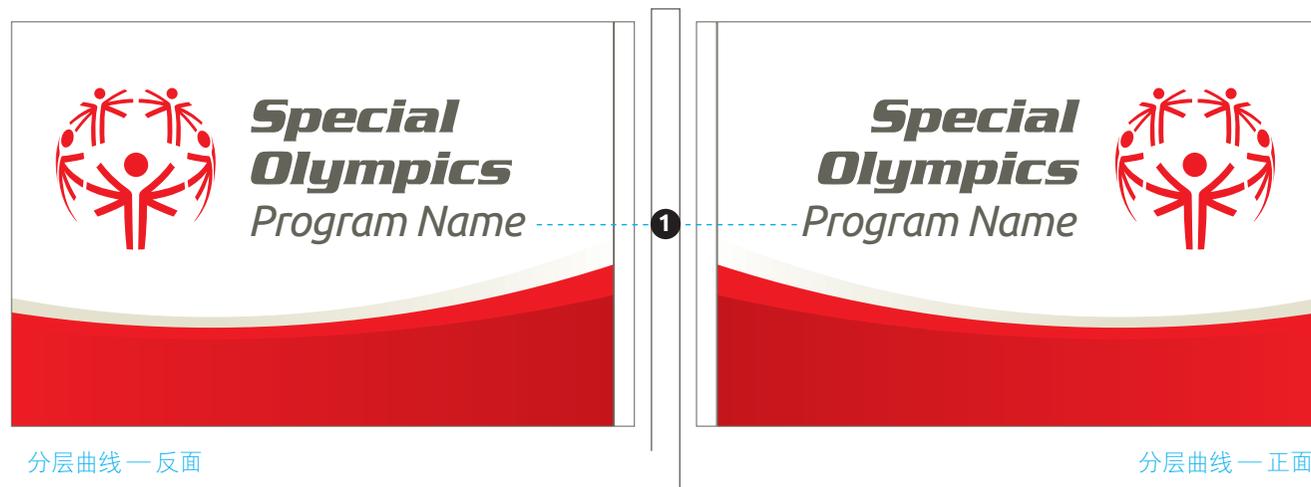
条幅、背景和旗帜 旗帜原图



原图通过 Adobe Illustrator 制作，可修改以适于特定成员。请注意是如何将锁定标志进行翻转的，以保证旗帜正反面上的符号对齐。

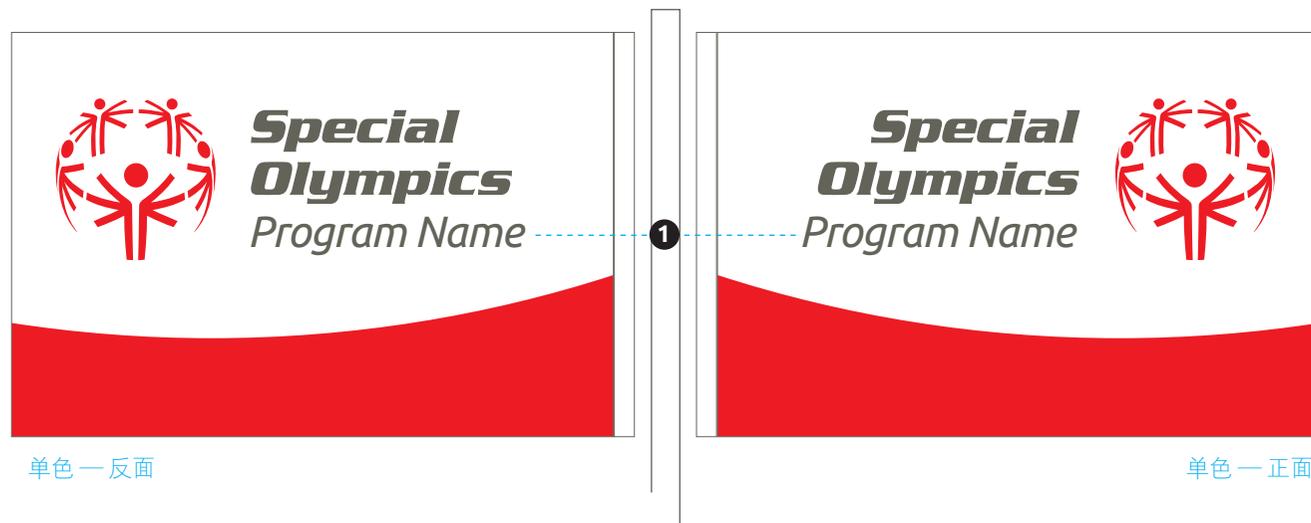
- 1 用已核准的成员名称（Ubuntu 斜体）替换文本“成员名称”。

可根据需要调节旗帜的比例。此原图按照 2 : 3 的比例创建。



分层曲线—反面

分层曲线—正面



单色—反面

单色—正面



这两个新闻折页示例表明了刻画此类内容的不同方法。

- 1 A 选项仅使用了标识的核心图片元素。通过在封面上使用尽可能大的标志，让以参与者照片形式表示的标志占据整个新闻折页。
- 2 该选项的内部仅有图片，可以包含一段介绍性文字或特奥会使命的陈述。
- 3 B 选项说明了在封面上使用一幅图片。使用一幅强力图片，达到最大的影响力。不需要在封底使用曲线图案。
- 4 该选项的内部使用照片说明特奥会做些什么。尝试使用所属成员提供的高质量图片，记住加上说明文字讲述照片中运动员的故事。



A 选项
两种颜色
仅图片



B 选项
全彩色
通篇包含照片。



时事通讯 本地化时事通讯



当设计时事通讯时，考虑它的制作方式，以及需要包含到多少内容。

- 1 已将短讯的刊头设计为没有出血，因此可以用台式打印机打印。
- 2 专业制作的时事通讯可以使用全出血的图像和图片。
- 3 在一个版本中，将成员标志放在右上角，适应刊头的内容。
- 4 注意：怎样在时事通讯中使用次级调色板，以突出内容并增添地方风味。
- 5 在图片上放置文本时，确保将其添加于图片的低对比度区域，以保证文字的清晰度。
- 6 恰当地区分出赞助商和合作伙伴，但是记住，在我们自己的出版物中，特奥会始终是主导品牌，应与合作伙伴独立开。



短通讯：1-4页

对于单页或者多达四页的时事通讯，通常使用以文本为基础的封面。除非进行大批量的专业制作，否则该选项通常通过MS Word制作。



长通讯：超过4页

对于超过四页的时事通讯，全页图像封面可造出更强的效果，并创造出一种吸引人的杂志之感。该选项通常会需要专业的设计技能。

报告封面 MS Word 模板



已用 MS Word 格式创建了报告封面，并能够通过个性化定制区分不同的报告，或用已核准的成员标志进行本地化

- 1 可通过在标题页的页眉插入新图像并发送至后续页面中。
- 2 页眉的网址可替代为当地成员组织地址。
- 3 可将已核准的成员的标志插入到标题页页脚。
- 4 曲线图案可选红色或白色。可通过次级调色板创建其他颜色，但是需要专业设计师的介入。
- 5 标题：42pt Ubuntu 细字体
副标题：10.5pt Ubuntu 粗体



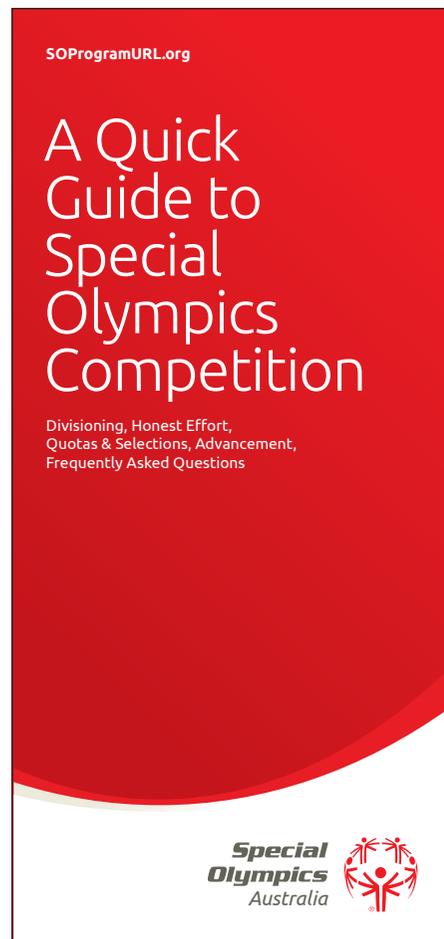
资料册 封面设计选择



封面的选择范围从仅图片到半幅或整幅照片。不同的选择要求不同级别的技能进行创建。

- 1 印刷封面** 强烈的视觉冲击和清晰的文字内容。不必担心，设计风格应简单明了。建议设计更平易近人，并且合适用作面向内部观众的指导和信息册。
- 2 拼接封面** 该选项保证了无论选择哪种图像，都能便利地阅读文本。
- 3 全图像封面** 该选项最能够突出图像，但是需要一名专业设计师协助进行正确的设计。

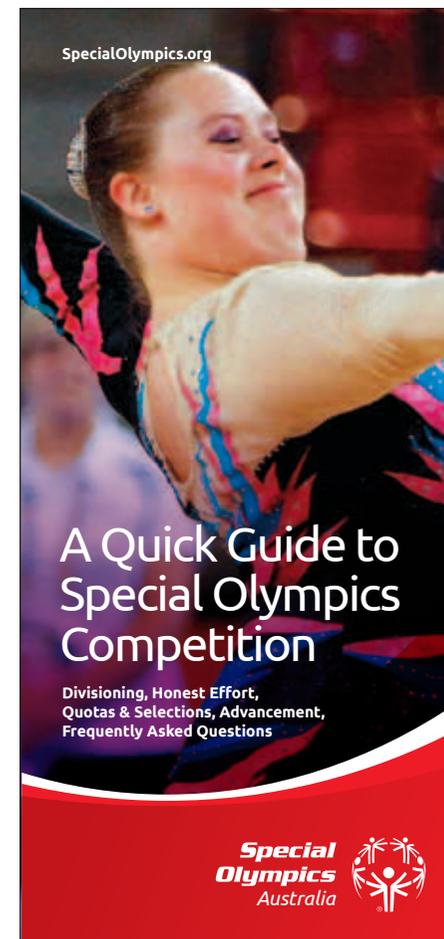
这些选择可用于所有封面格式。



1



2



3

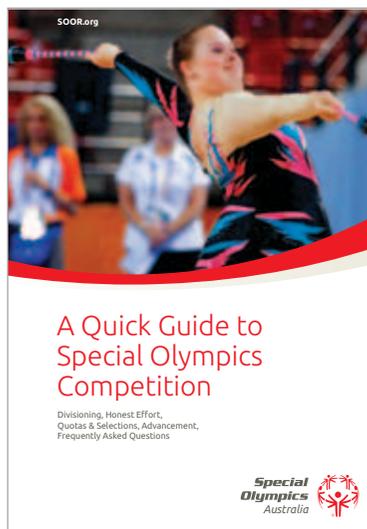
传单 传单格式和封面系列



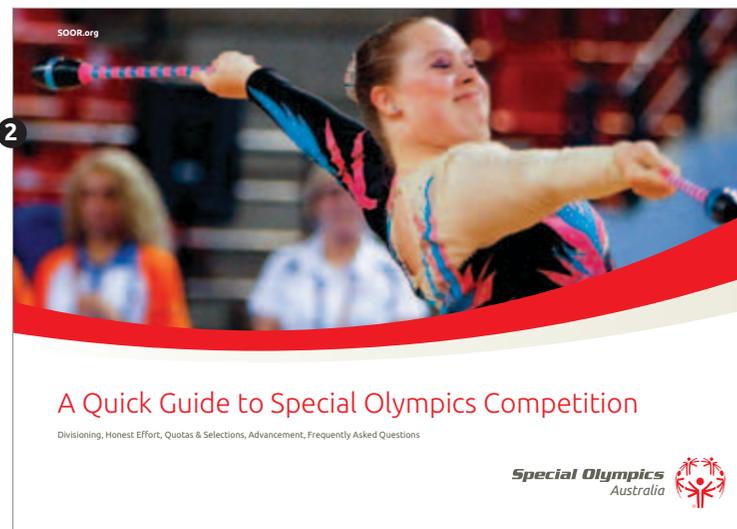
传单和打印信息可以多种格式创建，并且可调整我们的标识以与之相适应。

- 1 **格式选项** 每种封面设计选项可以设计为从垂直到水平的不同格式。
- 2 当使用照片时，请花时间选择一张适合该格式的图像。同时还应小心地裁剪图像。
- 3 **所使用的颜色系列** 颜色是在系列传单中增添多样性的一种有效方式。
- 4 使用同一色调的渐变色创造出一种动态的曲线图案。可从次级调色板中选择颜色。注意：当使用对比色时，标志是如何用白色突出显示的。

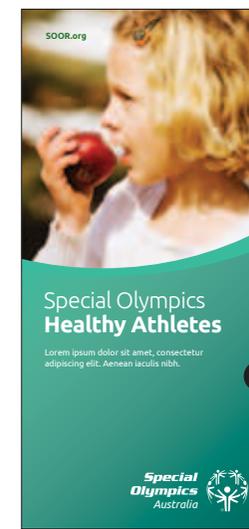
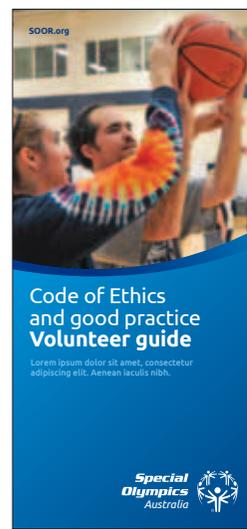
1



2



3

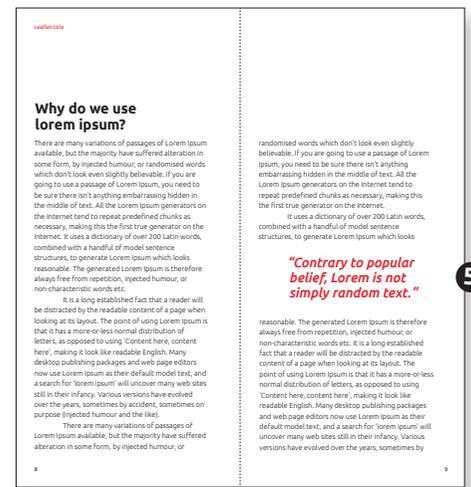
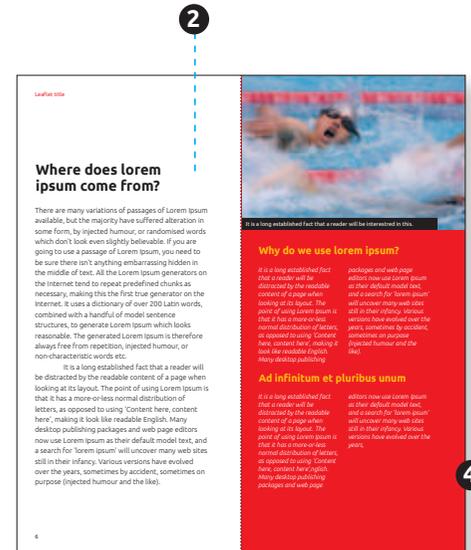


4



特定的传单设计将根据内容自身的性质和目的而定，但是，这些建议将有助于创建更有效的版式。

- 1 信息的层次应让读者一目了然。在标题和正文之间、不同级别的标题和不同级别的正文之间创建出清晰的差别。
- 2 在整体设计中使用白色间隔，让信息之间有清晰的空间。
- 3 如果文本位于图像上，那么文本应该清晰易读。可通过在文本下方选择浅色或渐变变色减少反差来实现。
- 4 使用不同的背景区信息的各个部分。这还可以有助于适当增加整体设计的反差。
- 5 在主要为文本的文档中，使用单独提出的引文以增加布局的趣味性或向读者突出某些特别的事情。

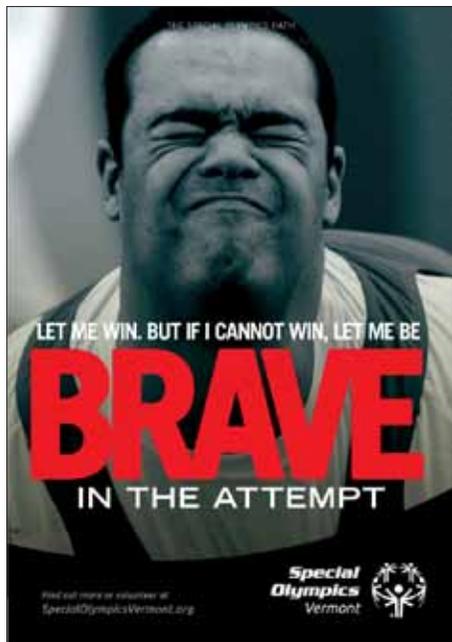


宣传海报 文体范围

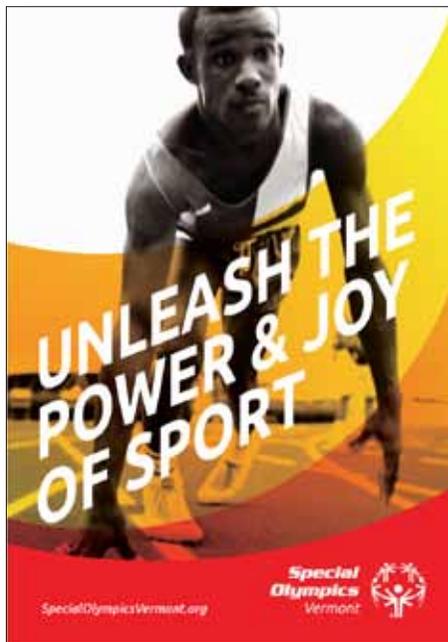


一张宣传海报的基本作用是吸引注意力，并传递简单明确的信息或想法。当设计宣传海报时，设计风格应简单直接。如图所示，特定的基调是由消息或赛事的特定性质所决定的。注意使用标志和动态曲线的用法要始终如一，以统一各种表达的风格。

- 1 使用了对比强烈的黑白图像，中部加粗的红白印刷体支持这种风格。这张宣传海报的基调是强调我们的勇气和决心。
- 2 使用了对比强烈的黑白图像，中部加粗的红白印刷体支持这种风格。这张宣传海报的基调是鼓舞人心和充满力量。
- 3 这张宣传海报使用图片元素和色彩来营造赛事的欢乐效果。它传递了一种热情、包容和欢快的个性。



1



2



3

T 恤

运动员所属成员级别品牌 — 无赞助



用于竞技比赛的运动员 T 恤或制服不应带有任何赞助品牌。可以印上已核准的成员的标志。对于专为特奥会赛事生产的 T 恤，可以加上赛会品牌。

- ❶ 大号 T 恤使用锁定在中心的标志。在不使用其他图形元素时使用。符号高度： $\pm 110\text{mm}/4.3''$
- ❷ 中号 T 恤使用锁定于水平位置的标志。可仅自身使用，或与赛事名称或图形搭配使用。符号高度： $\pm 80\text{mm}/3.15''$
- ❸ 用于顶部。可用于要求写上号码的队服 T 恤或运动衫上。符号高度： $\pm 60\text{mm}/2.3''$
- ❹ 当使用深色 T 恤时，品牌应打印成白色。
- ❺ 当使用除白色以外的浅色 T 恤时，品牌应打印成黑色，或与基础色调具有足够反差的颜色。



T 恤

供地方组织、俱乐部或团队使用的版本

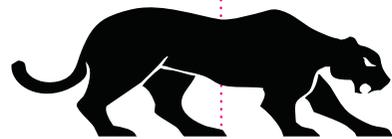


当为地方组织、俱乐部或团队制作运动衫时，可将实际的队名锁定于首要位置。这承认了特奥会中地方队的重要性，并方便在成员内部的各种比赛中创造独一无二的团队标识。

- 1 队名在运动衫上处于首要位置，确保在竞技比赛中能够辨认出各支队伍或俱乐部。此元素中字型和设计的选择由成员自行决定。
- 2 地方组织、团队或俱乐部所属的已核准成员的名称全部用大写的 Ubuntu 粗体表示 (如图所示)。
- 3 特奥会符号位于成员名称正下方。
- 4 为每支队伍创建的颜色、字型或主题反映了俱乐部或队伍在当地的身份，同时可以在特奥会已核准的成员内部清晰地辨别出此俱乐部或团队。

Sub-program / Team / Club
Local expression

1



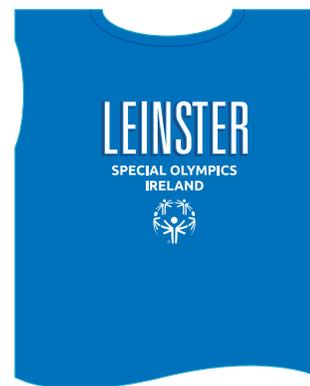
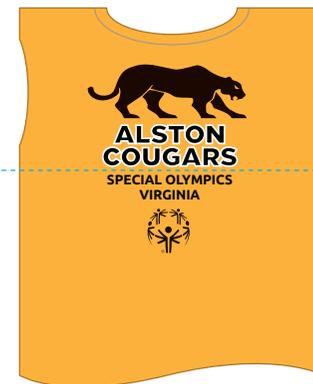
**CLUB/TEAM
NAME**

Program
Standardized

2

**SPECIAL OLYMPICS
PROGRAM NAME**

3



4

T 恤 地方组织、俱乐部或团队的徽章样式



地方组织、俱乐部或团队 T 恤也可以锁定为盾牌样式。

- 1 可按照如图所示中那样使用盾形标志，推荐高度为 $\pm 120\text{mm}$ 。
- 2 盾形标志可使用两种颜色。
- 3 也可以用一种颜色制作。



当为地方组织、俱乐部或团队创建盾形标志时，可以采用多种方法。

- 4 与名称或地点相关的一个简易符号或图案。
- 5 一种粗体刚健风格的字母组合。
- 6 对于使用区号的地方组织、俱乐部或团队，在选择字型和颜色时，考虑赋予区号更多的个性。

请注意：俱乐部或团队标识仅能用于队衫或制服上。



T 恤

带有赞助商标的志愿者 T 恤设计



当制作带有赞助商标的志愿者 T 恤时，特奥会已核准的成员品牌标志必须比赞助商标明显。

- 1 单面 T 恤，特奥会和合作伙伴品牌位于正面。
- 2 双面 T 恤，正面为大号特奥会标志，背面为合作伙伴品牌。注意：在背面的显眼位置也要印上特奥会品牌。
- 3 当使用深色 T 恤时，品牌应打印成白色。
- 4 当使用除白色以外的浅色 T 恤时，品牌应打印成黑色，或与基础色调具有足够反差的颜色。





品牌管理

须严格参照执行，如有个别新的建议，另行讨论。



制作一份通讯需要您编写简讯、创造设计，并且在很多情况下，要用某种风格来进行印刷和制作。

这份简单的检查清单为您指出了这一过程的每一阶段需要优先考虑的事项。

简讯

当准备一份简讯或创建一则通讯时，请考虑如下因素：

- 您期望达到的明确目的
- 您希望与哪些特定观众进行联络，哪些想法会与他们产生共鸣
- 哪种语境下会产生这种联系
- 您希望唤起的感觉和想法
- 所提议的通讯渠道的局限性和可能性
- 您会如何平衡特奥会品牌的个性和指导思想
- 哪些个人和集体成果、启示、变革或团体故事支持了您的目的。

设计

在设计前，检查您已具备下列内容：

- 一则基于对特定观众和目的的了解的简报
- 理解视觉形象标识的结构单元和特奥会印刷风格
- 您所属的已核准的成员的原始标志图和用于信息文本的 Ubuntu 字体
- 可识别的原图和文案写作要求
- 提供的信息层次分明，着眼于措辞和用语，确保效果简单有效
- 经过深思熟虑的文案解决方案，以适合观众并能够引起当地共鸣的方式来利用“展现我们每个人的冠军风采”的理念。

制作

当制作原图时，确保满足以下要求：

- 原始标志图所用颜色正确，有适当的吸引力
- 信息文本使用 Ubuntu 字体
- 标题使用了合适的排版对比，正文中副标题的使用恰当
- 限于在调色板内挑选颜色，应合理使用主调色板
- 有效地使用动态曲线——未过度使用！
- 所有图像都通过加注文字说明和背景讲述一个引人入胜的故事
- 最终设计尽可能简单而主题明确。



当我们与其他组织或赞助品牌合作时，用最为恰当的品牌层次结构来承认联合品牌的关系非常重要。

请注意：这里所阐述的内容是一个初步指南，用以帮助确定并识别最合适的方式。还需要考虑其他事实和关系。

当有机会可能进行品牌联合时，找出下列问题，找到最合适的选项。

- 如果特奥会主导并推动了该活动，则适用选项 1。如果合作伙伴占据主导地位，则适用选项 2。
- 该活动的名称是什么？如果特奥会位于标题的显要位置，则适用选项 1。如果特奥会没有出现在主标题中，或用作下标，则适用选项 2。
- 如果特奥会是几个平等合作方之一，则适用选项 2。
- 如果品牌联合的机会出现于体育、健康、教育或团体情况之外，则适用选项 2。
- 对于特奥会的相关活动，例如 *EKS 纪念日* 或宣传活动，例如 *传播尊重理念*，同意将特奥会标志与其他支持组织例如 *Best Buddies* 的标志进行平等使用。这些情况适用于选项 2。

选项 1

突出特奥会

由特奥会制作的材料通常使用特奥的标志比合作伙伴的标志更为明显。

当应用该选项时，请确保满足以下要求：

- 无论大小或位置，特奥会标志都是较为突出的。
- 赞助品牌在关系中的角色清晰可辨。举例来说：认证文字，例如“全球赞助商”、“特约支持”、“官方供应商”等，均应用于靠近合作伙伴品牌的位置。

选项 2

突出合作伙伴或活动

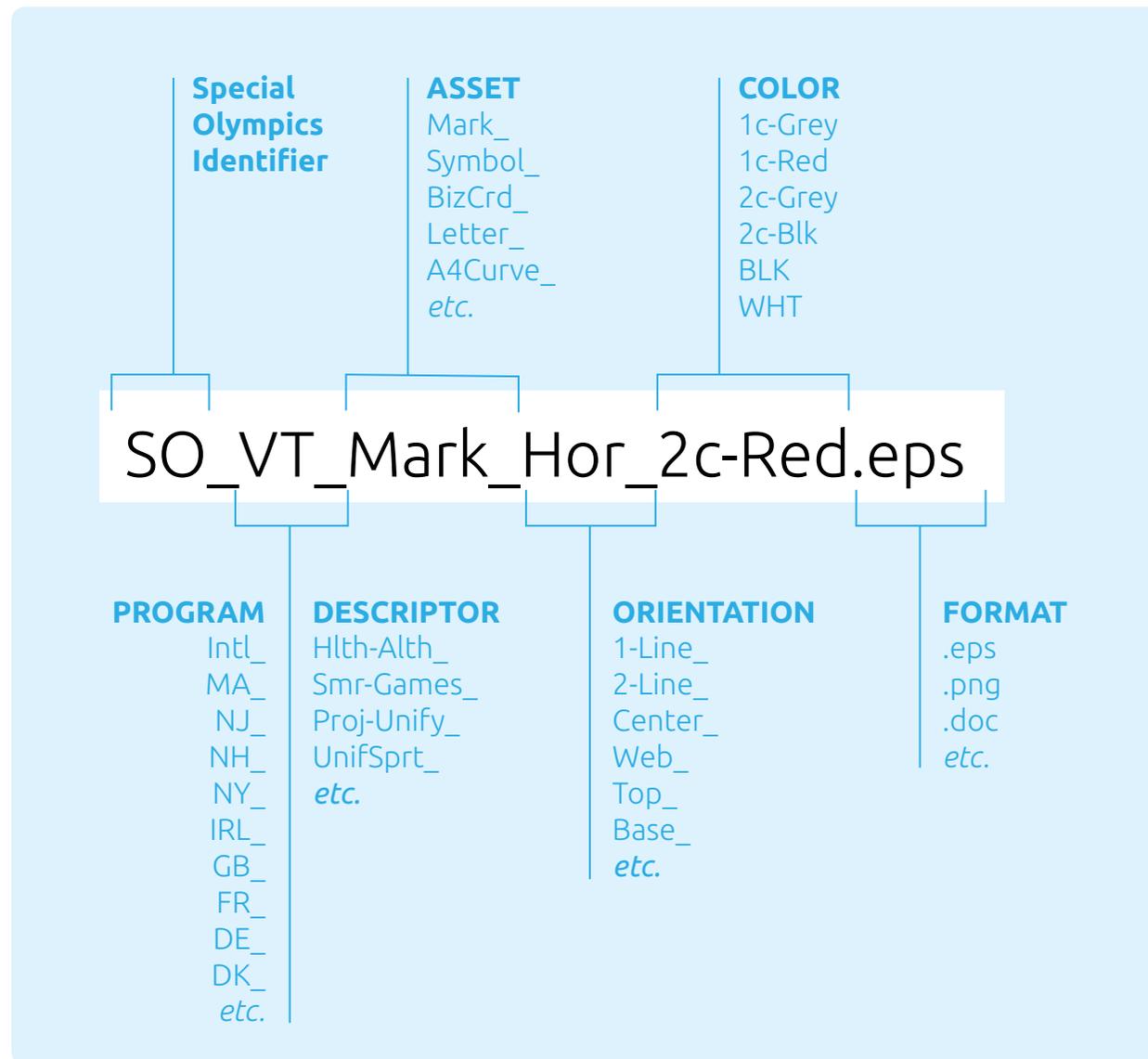
有赞助商 / 合作伙伴制作的材料通常使用的标志比特奥的标志更为明显。在这种情况下，特奥会标志作为受益方代表出现。

当应用该选项时，请确保满足以下要求：

- 事件或活动的整体品牌和主题不与特奥会的使命和伦理价值相冲突。
- 确保合作伙伴品牌不会掩盖或纳入特奥会品牌——特别是在联合品牌活动中。
- 特奥会的角色清晰可辨。例如：认证文字“支持”、“受益于”等，均应用于靠近特奥会标志的位置或活动名称内。

设计图文件名创建规则

视觉形象标识中的原图应使用下列命名约定。



文件格式

已通过例如 Microsoft Word 和 Microsoft Powerpoint 一类的应用软件生成了供官方使用的 **PNG** 原图。

已生成 **EPS** 原图供专业设计人员使用，此种原图能够在不损失画质的情况下调整为任何尺寸。

已使用 Adobe Creative Suite 5 创建了 EPS 文件。

模板 — 官方使用

这些模板使用 Microsoft Word 或 Powerpoint 修改以适于地方成员。

电子版信头

A4 & US Letter MS Word 文件

报告封面

A4 & U S Letter MS Word 文件

情况说明书

A4 & US Letter MS Word 文件

演示文稿

MS Powerpoint

专业人员使用

这些文件可由专业设计人员根据需要通过 Adobe Illustrator、InDesign 或 Photoshop 进行使用和修改。

已核准的成员标志

Adobe Illustrator 原图用于全范围的标准锁定。

认可标志

Adobe Illustrator

社交媒体头像

Adobe Photoshop

预印书写材料：

Adobe InDesign 原图适于以下用途

- 信头 (A4 和 US Letter)
- A5 便签
- 名片
- 信封

条幅

可选择垂直和水平样式的 Adobe Illustrator 原图文件

动态曲线

用于标准打印格式的 Adobe Illustrator 原图文件

俱乐部 / 团队盾形标志

Adobe Illustrator 原图文件

调色板

Adobe Illustrator EPS – 由设计人员使用，以便于使用扩展的调色板

CMYK — 该缩写词指代一种印刷技术，使用四种套版色 — 青色、品红、黄色和黑色 (CMYK)。

PMS (Pantone® 配色系统) — 一个标准的配色系统，由印刷人员和图案设计人员用于墨汁、纸张和其他材料。一种 PMS 色彩是由不同的基墨按照比例混合后所定义的标准色彩。

RGB — 红、绿、蓝；用于屏幕应用（包括网页）的颜色系统。

出血 — 当图案超出页面边缘时

次级调色板 — 超出主调色板的颜色，赋予通讯差异化个性，为视觉形象标识提供合适的表现方式。

调色板 — 一种指定颜色的系统，用于互相配合后达到一种视觉一致性。

胶版纸 — 两边均未涂层的纸。这些纸可用于各种颜色、重量和纸面（直纹纸、滑面纸、牛皮纸、书写纸）。

品牌承诺 — 我们的承诺即指人们能够从我们的品牌获得什么。

品牌个性 — 这些性质传递了我们的品牌表现风格和我们的沟通方式。

品牌收益 — 这些是一些重要的好处，源自所有参加特奥会的成员。我们的收益还说明了我们为什么要做我们所做的那些事。

品牌资产 — 品牌资产指与那些没有品牌名称或品牌标识的同类商品的价值相比，由品牌名称或品牌标识产生的价值。

色彩逆转 — 在深色背景上的白色或浅色对象。

使命 — 我们的使命说明了我们在做什么，我们为谁而做，以及我们这样做的好处。

铜版纸 — 一面或两面刷上涂层的纸。这些涂层生产出了各种光泽效果：暗淡的、鲜艳、无光泽等。

预打印 — 事先用特定的视觉元素印制的一种文档，并可在激光打印机上进行操作，便于定制。

原图 — 可用于打印或生产的文件。

指导思想 — 我们的指导思想是我们品牌精华的一种视觉表现，超越语言及文化，贯穿于我们所做的每一件事中。

主调色板 — 我们用于统一我们通讯和辅助识别的颜色。

主品牌 — 是所有子品牌及相关品牌从其获取价值的基础品牌。

特奥会运动的每名参与者都能够为我们品牌在世界范围内的规范和强化做出自己的贡献。这些指南以及综合工具套件、信息材料和模板均可以从 **resources.SpecialOlympics.org/brand** 上下载

我们鼓励您随时就您的任何问题、查询或意见与 **brand@specialolympics.org** 联系。

还请您随意分享您的成员或地区的任何成功的品牌活动或品牌执行的案例分析或图像。

致谢

在项目启动指导委员会 (Project Ignite Steering Committee) 的领导下，通过广泛的合作，制定了特奥会品牌形象标识指南。感谢每一名志愿付出自己宝贵时间的成员，以及支持该重要项目的理事会成员。

我们感谢我们的品牌策划及创意顾问 Ciarán ÓGaora 及其在 Zero-G 的团队以及品牌顾问 Noel Toolan，感谢他们的出色工作和卓越的贡献。在他们的引领下，我们的特奥会品牌已度过了发展和成熟的关键时期。现在，我们致力于在各成员之间达成更广泛的共识，帮助提升特奥会在世界范围内的形象和认知度。