

1.1

品牌标志的组成及含义

标志是使用频率最高的视觉符号及品牌形象的核心，因此必须严格按照本手册的相关规范来使用品牌标志。

标志示意：

- 1、整体是抽象设计的“吴”字和“文”字的汉语拼音首字母“W”，同时融入代表运河文化的河流、代表丝绸文化的绸带等元素，起到画龙点睛的作用。
- 2、本款标识线条为主，图形为辅，在简洁之中传递着吴江文化旅游的自然生态优势与文化底蕴，让人可以细细欣赏，感受其中的奥妙。
- 3、标识色调是水蓝色，既代表吴江自然生态优势，也表达严谨冷静的集团制度和发展理念，与文化元素相得益彰。
- 4、字体设计简约端庄，符合吴江文旅集团的社会身份。



WUJIANG
CULTURE&TOURISM GROUP
吴江文旅集团

1.2

品牌标志制图法

品牌的标准制图规范，主要用来阐述标志的科学绘图方法，以此来衡量和确定标志的造型比例、空间关系，在制作相关项目中必须严格遵守，以求标志的精确比例和视觉形象统一。

在一般情况下使用品牌标志，应尽量使用提供的AI电子版源文件，不建议直接绘制标志，从而避免在重绘中出现的误差。



1.3

品牌标志周边留空规范

为了使品牌标志在传播过程中不被其他元素干扰从而影响识别性，特规定出标志周围的安全空间，在标志的使用过程中，与其他元素的空间不得小于此规范。



1.4

品牌标志的最小尺寸

为避免标志在使用过程中产生模糊不清的现象，确保品牌的传播效果和清晰的识别度，特规定品牌标志的最小使用尺寸，任何情况下不得小于该尺寸。

印刷品



web显示



1.5

品牌标志竖型组合

标准组合规范是对标志基本要素组合运用的系统规定。它是应用设计项目开发的基本点，务必严格执行。

