



活满之旅品牌视觉形象识别系统 / 2025 /
HOFFMAN PROCESS VISUAL IDENTITY GUIDELINES

目录
Contents

品牌形象基础要素总览 Visual Identity System: Basic Element Overview		003
A		
品牌形象基础核心系统 Brand Identity Core System		004
A-1品牌中文标准字设计说明		005
A-2品牌中文标准字规范		006
A-3品牌英文标准字设计说明		007
A-4品牌英文标准字规范		008
A-5品牌标志组合规范 - 01		009
A-6品牌标志组合规范 - 02		011
A-7品牌标志组合规范 - 03		013
A-8品牌标志组合规范 - 04		015
A-9品牌标准色、辅助色及应用规范		017
A-10品牌宣传语中文标准字		023
A-11品牌宣传语英文标准字		024
A-12品牌专用字体		025
A-13品牌辅助图形设计说明		026
A-14品牌辅助图形及应用规范01		027
A-15品牌辅助图形及应用规范02		029
A-16品牌辅助图形及应用规范03		032
B		
品牌形象延展应用物料 Brand Identity Extended Applications		037
B-1帆布袋 - 01		038
B-2帆布袋 - 02		039
B-3体恤衫		040
B-4水杯 - 01		041
B-5水杯 - 02		042

品牌形象基础要素总览
Visual Identity System:
Basic Element Overview

活满之旅的视觉识别系统以简洁的方式塑造。
该系统由五大要素构成：品牌标识、品牌标准色彩、品牌
辅助图形（放光的心）、品牌宣传语标准字、品牌指定字
体。视觉识别系统对设计中的蓝色使用设定了严格的尺
寸与比例控制。

1、品牌标志



2、品牌标准色与辅助色



3、品牌宣传语标准字

当你决心改变
when you're serious about change

4、品牌辅助图形



5、品牌专用字体

阿里巴巴普惠体 - Light
阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体
阿里巴巴普惠体 - Regular
阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体
阿里巴巴普惠体 - Bold
阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体

阿里巴巴普惠体 - Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
阿里巴巴普惠体 - Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
阿里巴巴普惠体 - Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



品牌形象基础核心系统
Brand Identity Core System

A-1

品牌中文标准字设计说明 Brand Chinese Standard Font Design Description

活满品牌中文字体以“活”字为核心创意载体，将其“口”部形态提炼为循环流转的阴阳图形，呼应时间周行与生命圆融的意象，传递动静相生、内在自洽的哲学意境。

结构设计收放有致、比例均衡，在方正理性的骨架中融入圆润自然的转折，于秩序中蕴含包容。字内空间疏密有度，形成呼吸般的通透感，呼应“活满之旅”所倡导的身心圆满、回归真爱自我的体验哲学。

整体设计兼具现代字体的清晰与东方人文的温度，在视觉与理念层面，构建起品牌理性而温润、平衡而流动的完整表达。

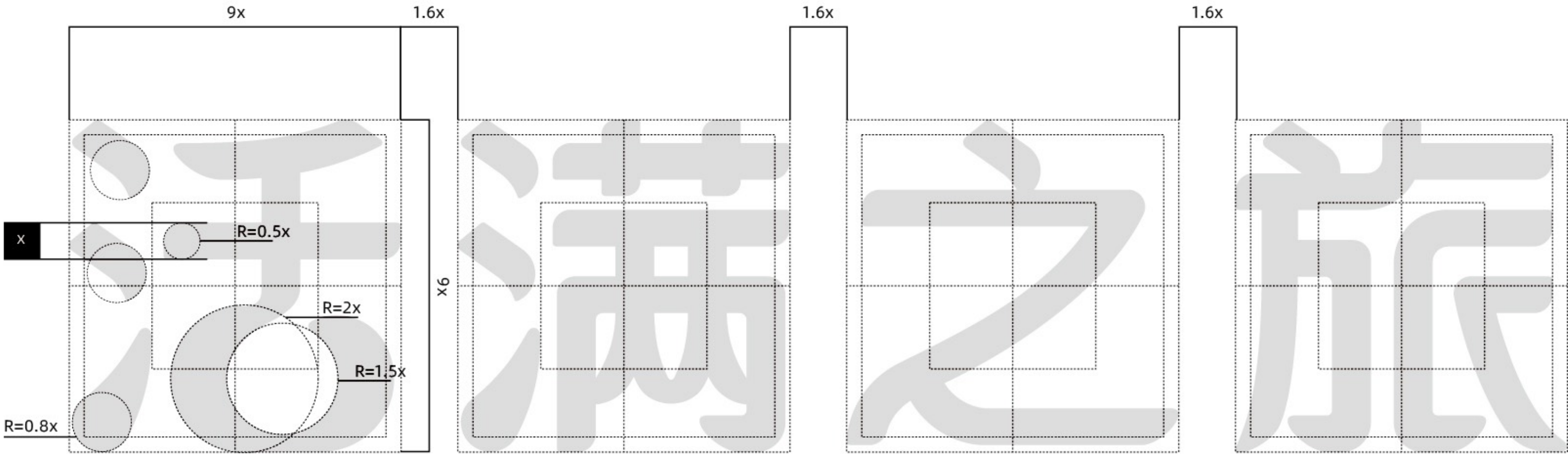


活满之旅

A-2

品牌中文标准字规范 Brand logo combination specification

本页为标准图形的标准制图比例规范。
注: x为一个基本计量单位



A-3

品牌英文标准字设计说明 Brand English Standard Font Design Description

活满英文字体设计延续中文“方圆相济”的视觉基因，在字母结构中体现理性与包容的共生。尤为突出的是字母“o”的循环设计，呼应活字“口”部的阴阳流转意象，成为中西字形之间的视觉纽带。

字体结构收放有序，比例均衡，于理性架构中传递稳定与信赖。字内空间舒朗通透，形成呼吸般的节奏感，呼应品牌所倡导的“身心圆满、回归真爱自我”的体验哲学。

整体设计既保持了现代字体的清晰功能，亦延续了东方人文意蕴，使品牌在多元语境中呈现一致而温润的气质表达。



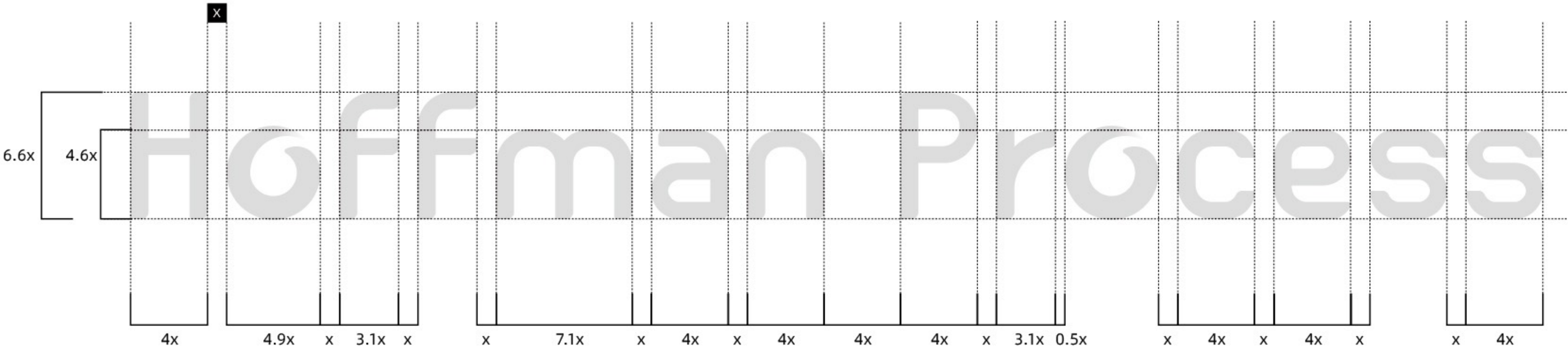
Hoffman Process



A-4

品牌英文标准字规范 Brand English Standard Font Specifications

本页为标准图形的标准制图比例规范。
注: x为一个基本计量单位



A-5

品牌标志组合规范 - 01 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



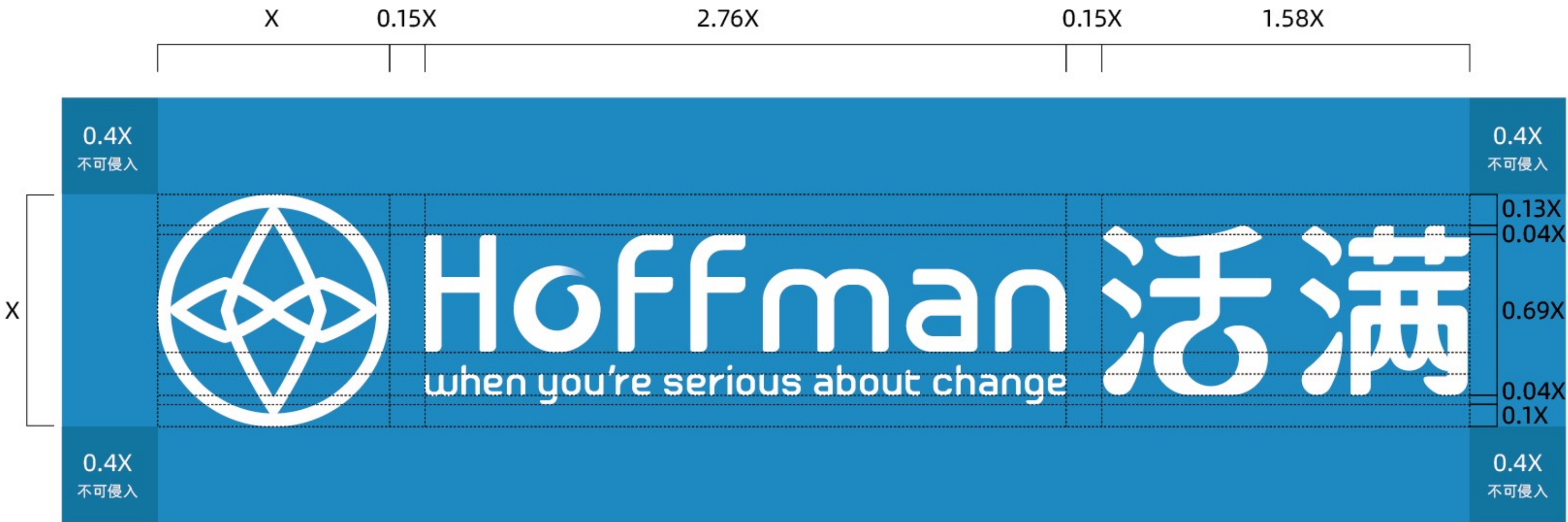
最小应用尺寸: 59.4×10.5(mm)

A-5

品牌标志组合规范 - 01 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



最小应用尺寸: 59.4×10.5(mm)

A-6

品牌标志组合规范 - 02 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



最小应用尺寸:25×7(mm)

A-6

品牌标志组合规范 - 02 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



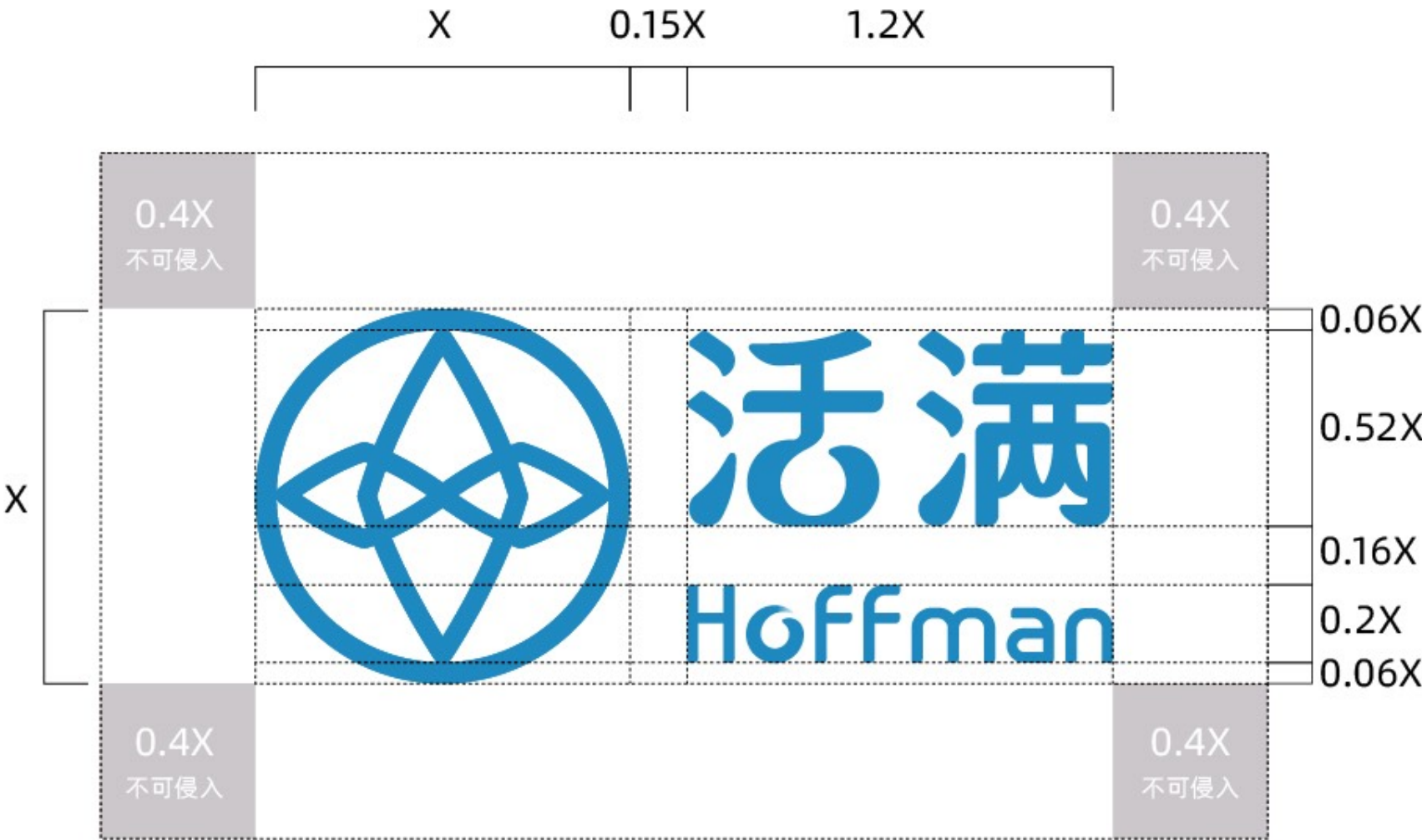
最小应用尺寸: 25×7(mm)

A-7

品牌标志组合规范 - 03 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



最小应用尺寸:16×7(mm)

A-7

品牌标志组合规范 - 03 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



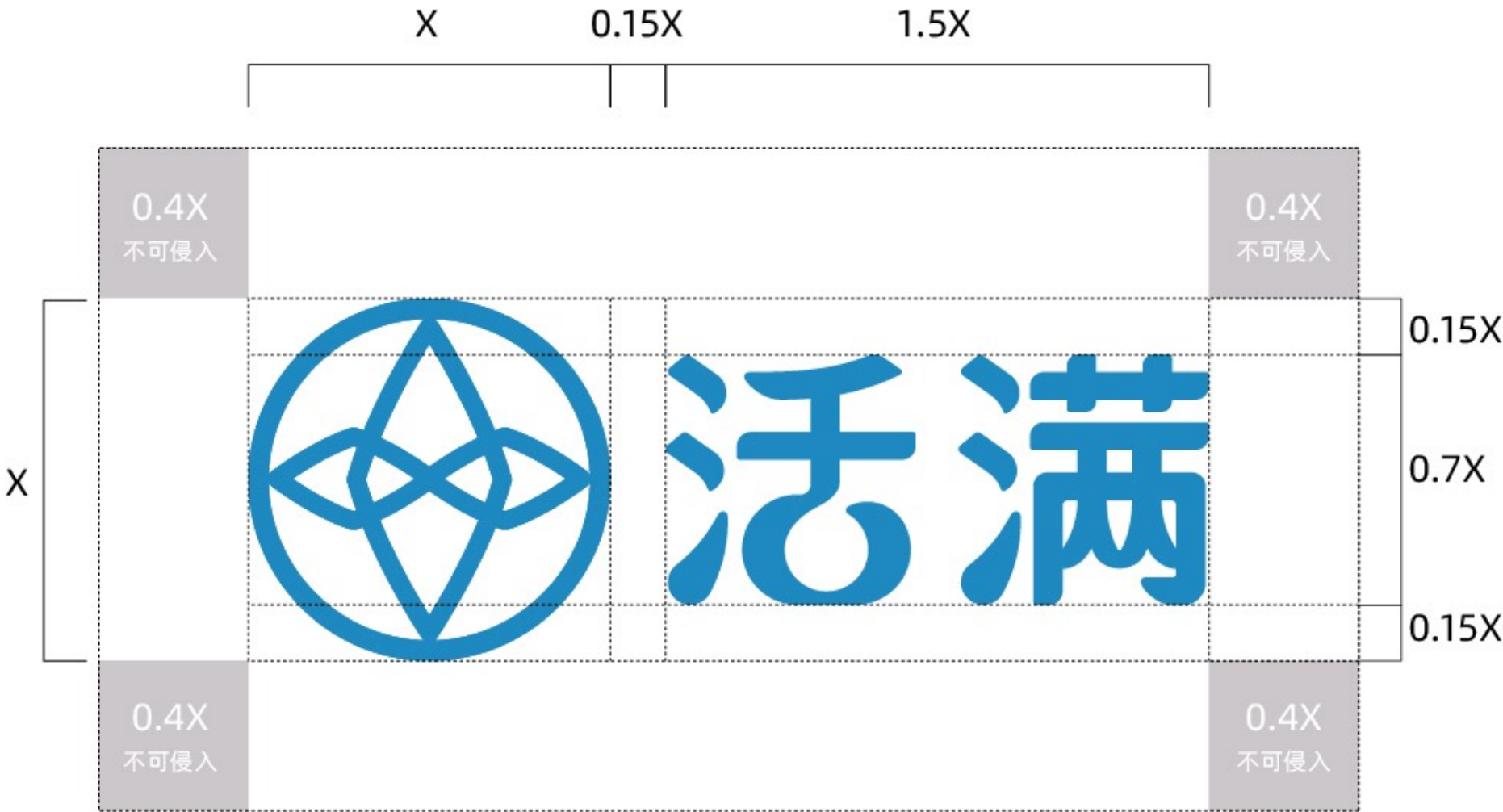
最小应用尺寸:16×7(mm)

A-8

品牌标志组合规范 - 04 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



活满

最小应用尺寸:14.3×5.3(mm)

A-8

品牌标志组合规范 - 04 Brand logo combination specification

本系统所建立的组合规范, 在应用时不得擅自改变、组合成其他形式使用。
不可侵入区域的目的是为了保护品牌标志, 为更加清晰有效的传播, 标志周边必须保持一个最小尺寸的空白空间, 该空间称为不可侵入区域, 该区域内不得出现标题、文本、图像、边框或其它的元素。

注: x为一个基本计量单位



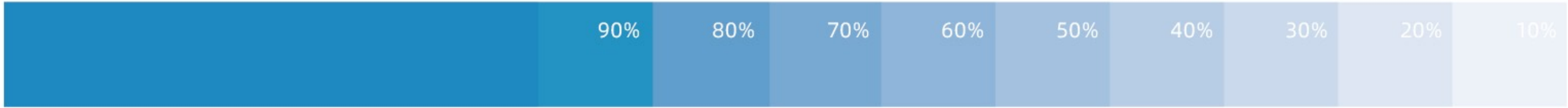
最小应用尺寸:14.3×5.3(mm)

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意， 这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值 (单色); 若因条件限制无法使用 Pantone 色彩， 选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业， 须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、 辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差， 使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。 (*Pantone 属 Pantone 公司所有。)

品牌标准色

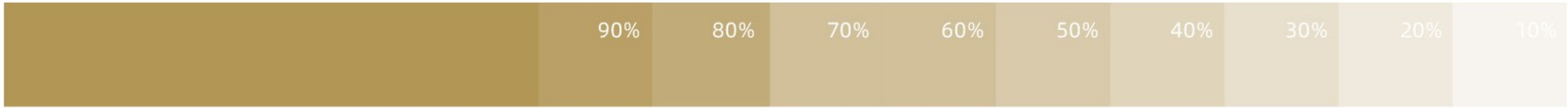


Pantone2925c C79 M33 Y9 K0 R0 G146 B203

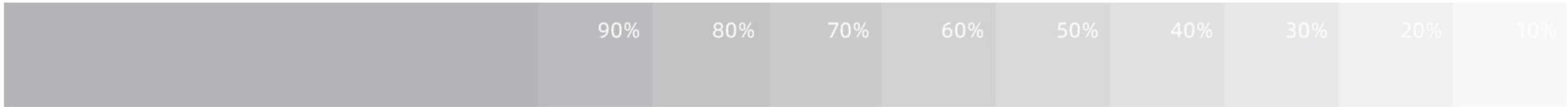
品牌辅助色



Pantone Red 032C C0 M85 Y72 K0 R255 G68 B56



Pantone 874U C29 M37 Y69 K12 R174 G143 B111
专色金



Pantone 877U C35 M26 Y24 K0 R179 G181 B184
专色银

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值（单色）；若因条件限制无法使用 Pantone 色彩，选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业，须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差，使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。（*Pantone 属 Pantone 公司所有。）

品牌标准色



品牌辅助色





专色金



专色银

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值（单色）；若因条件限制无法使用 Pantone 色彩，选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业，须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差，使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。（*Pantone 属 Pantone 公司所有。）



Pantone 2393c C79 M33 Y9 K0 R0 G146 B203



Pantone 874U C29 M37 Y69 K12 R174 G143 B111
专色金



Pantone 877U C35 M26 Y24 K0 R179 G181 B184
专色银

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值（单色）；若因条件限制无法使用 Pantone 色彩，选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业，须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差，使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。（*Pantone 属 Pantone 公司所有。）



Pantone 2393c C79 M33 Y9 K0 R0 G146 B203



Pantone 874U C29 M37 Y69 K12 R174 G143 B111
专色金



Pantone 877U C35 M26 Y24 K0 R179 G181 B184
专色银

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值（单色）；若因条件限制无法使用 Pantone 色彩，选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业，须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差，使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。（*Pantone 属 Pantone 公司所有。）



Pantone 2393c C79 M33 Y9 K0 R0 G146 B203



Pantone 874U C29 M37 Y69 K12 R174 G143 B111
专色金



Pantone 877U C35 M26 Y24 K0 R179 G181 B184
专色银

A-9

品牌标准色、辅助色及应用规范 Brand Primary Colors, Secondary Colors, and Application Guidelines

品牌标准色、辅助色在品牌视觉传达中起到了核心作用。右图所示为品牌规范颜色色板示意，这些颜色可以运用在任何品牌有关衍生物料中。每一个品牌色都有着精准匹配合适的 Pantone 色彩。关于平面印刷物，一般情况下须使用对应的 Pantone 色值（单色）；若因条件限制无法使用 Pantone 色彩，选取对应的 CMYK 色值做为第二选择。关于显示器作业，须使用 RGB 色值。本规范中提及的品牌标准色、辅助色会因不同屏幕和印刷机而产生色差，使用时应尽可能以 Pantone 色卡做为最终参考对象。（*Pantone 属 Pantone 公司所有。）



Pantone 2393c C79 M33 Y9 K0 R0 G146 B203



Pantone 874U C29 M37 Y69 K12 R174 G143 B111
专色金

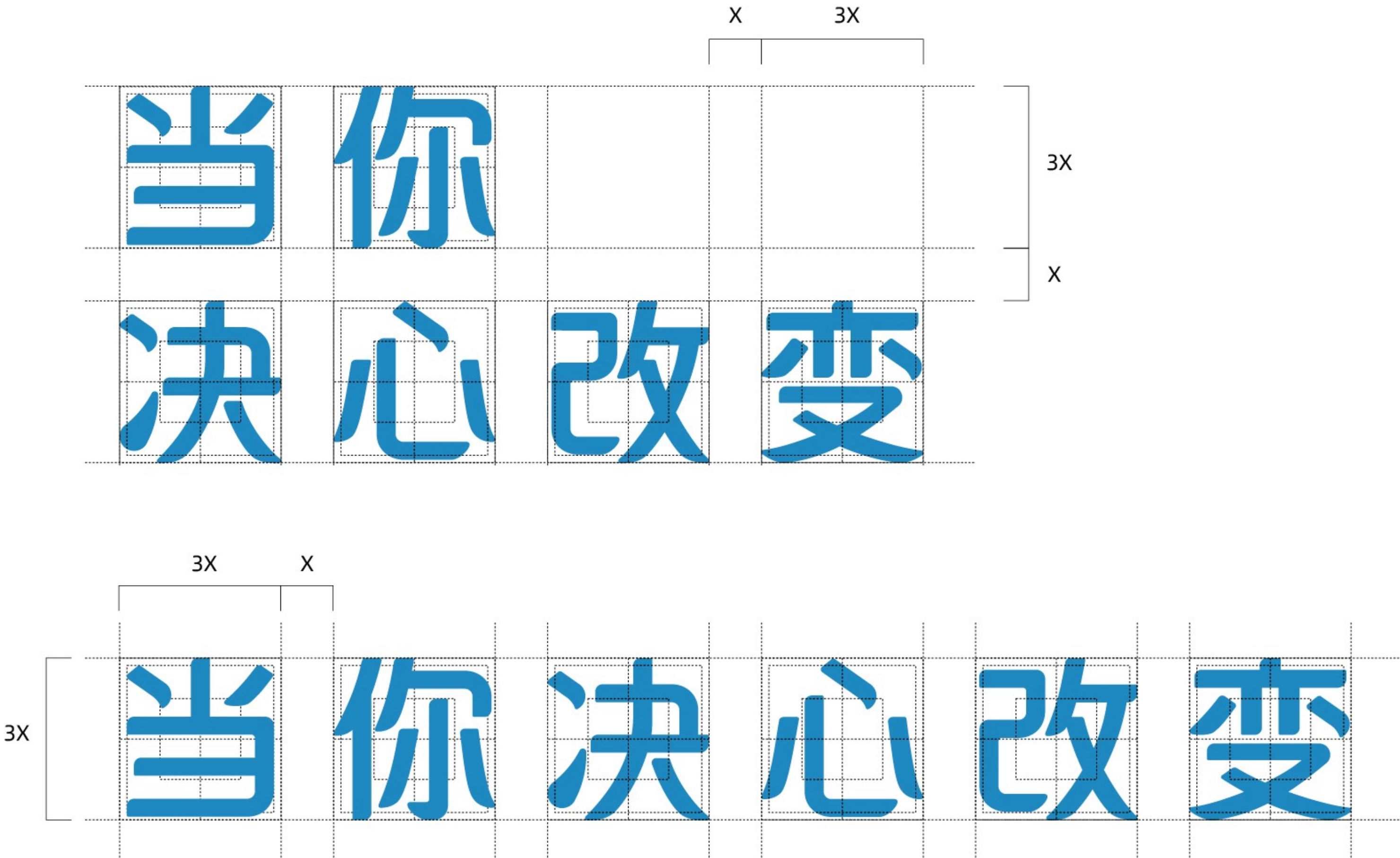


Pantone 877U C35 M26 Y24 K0 R179 G181 B184
专色银

A-10

品牌宣传语中文标准字 Chinese Standardized Logo Font for Brand Slogan

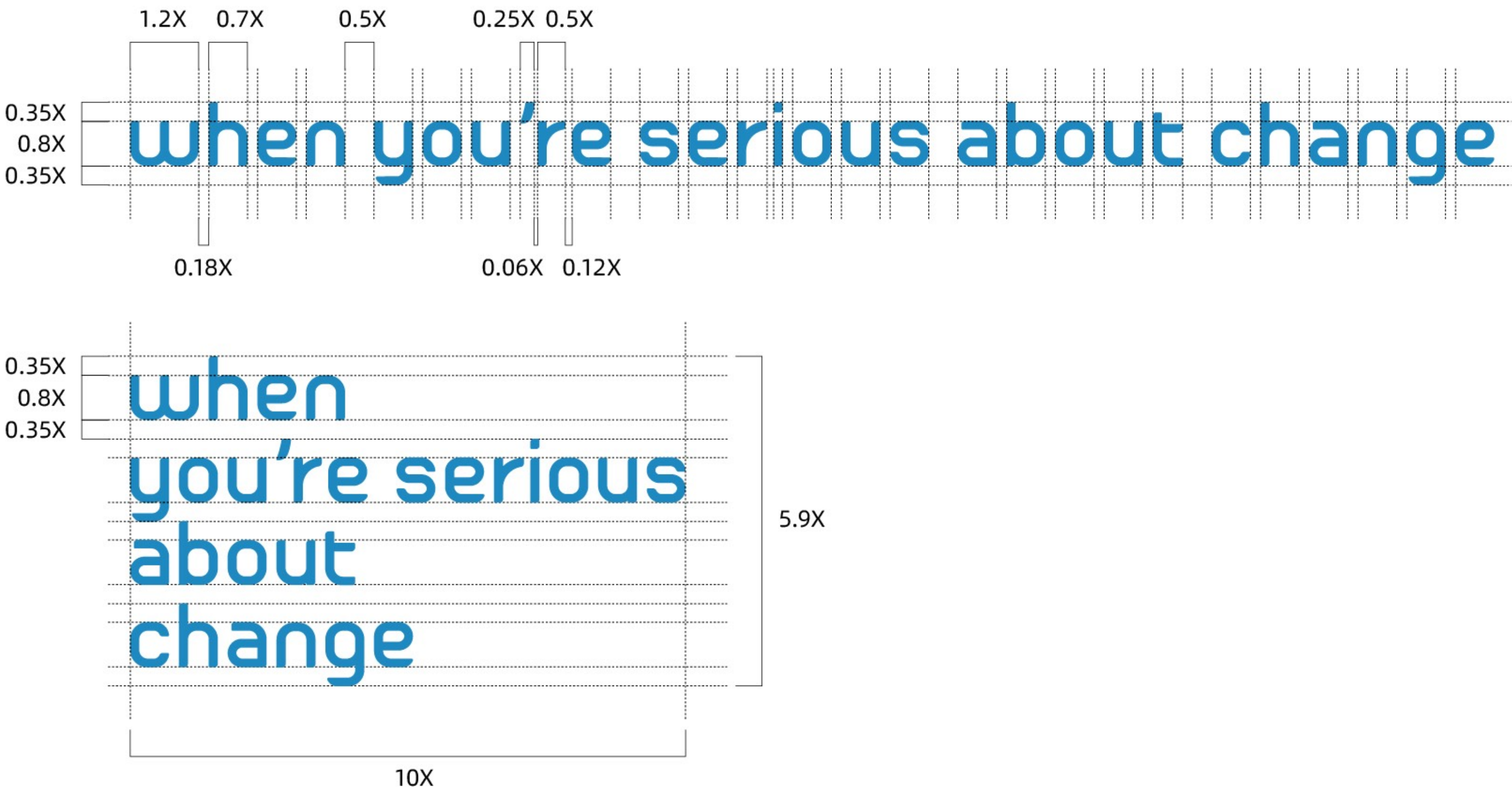
标准色是品牌的重要组成部分，在应用中必须按照色彩标准数值严格执行，以确保品牌的色彩外观保持一致。标准色的设定，是为了有效辅佐形象差异化、个性化的形成。借色彩的心理作用，强化统一的视觉识别传播效果。应用时必须严格按照规范规定的四色、专色及潘通 (Pantone) 色标执行。



A-11

品牌宣传语英文标准字 Chinese Standardized Logo Font for Brand Slogan

标准色是品牌的重要组成部分，在应用中必须按照色彩标准数值严格执行，以确保品牌的色彩外观保持一致。标准色的设定，是为了有效辅佐形象差异化、个性化的形成。借色彩的心理作用，强化统一的视觉识别传播效果。应用时必须严格按照规范规定的四色、专色及潘通 (Pantone) 色标执行。



A-12

品牌专用字体
Corporate Designated Font

字体是视觉识别系统的重要资产，有助于统一传播口径并提升品牌形象。在所有设计和应用场景中，必须使用企业指定字体。

阿里巴巴普惠体 - Light

阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体

阿里巴巴普惠体 - Regular

阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体

阿里巴巴普惠体 - Bold

阿里巴巴普惠体系列为活满专用中文字体

阿里巴巴普惠体 - Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

阿里巴巴普惠体 - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

阿里巴巴普惠体 - Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

A-13

品牌辅助图形设计说明 Brand Supporting Graphic Design Description

活满品牌辅助图形由一颗饱满的红色发光“心”构成，象征着“回归真爱自我”的情感内核。其轮廓柔和流动，与品牌字体中的曲线语言相呼应，形成和谐统一的视觉系统。

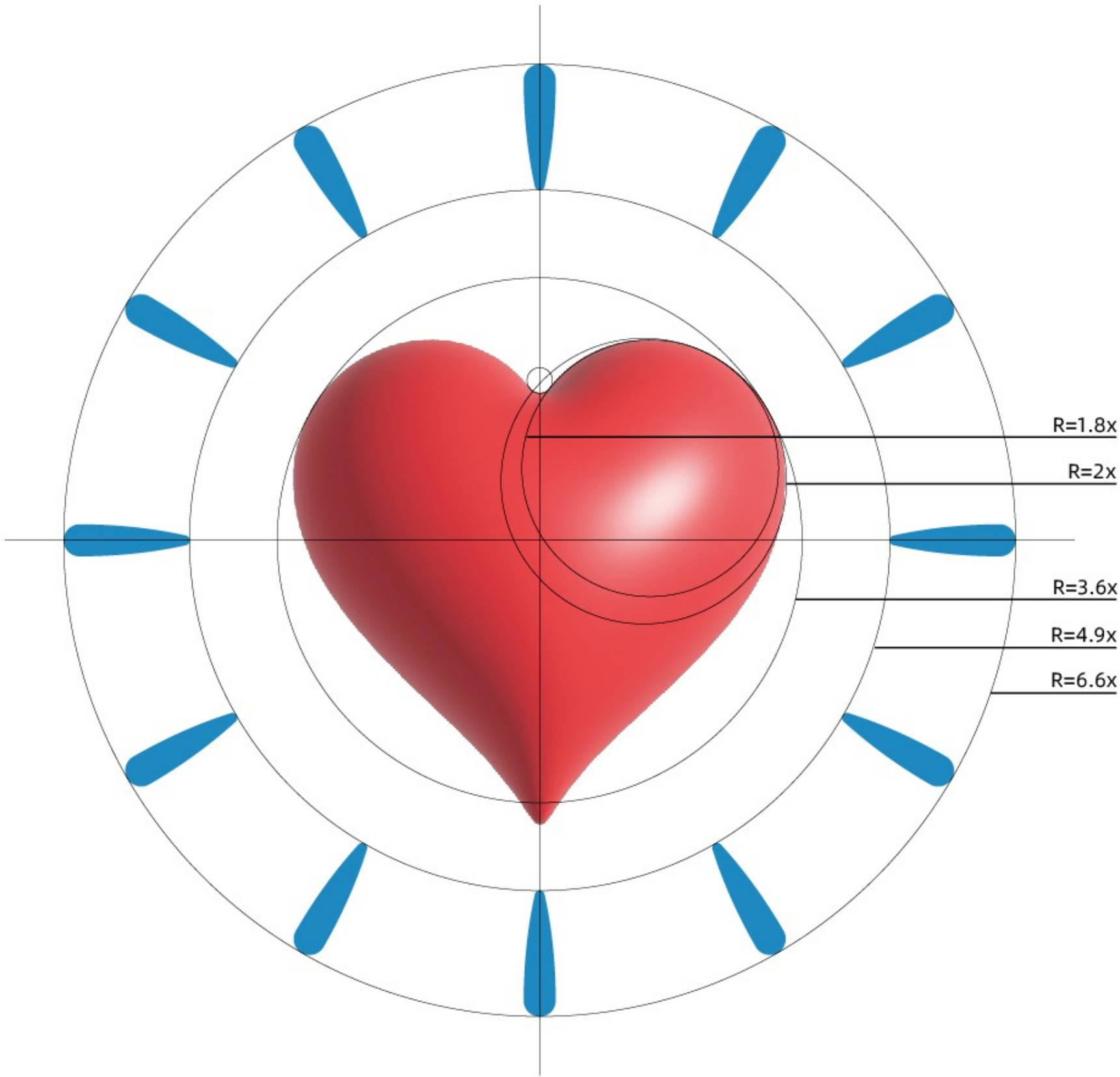
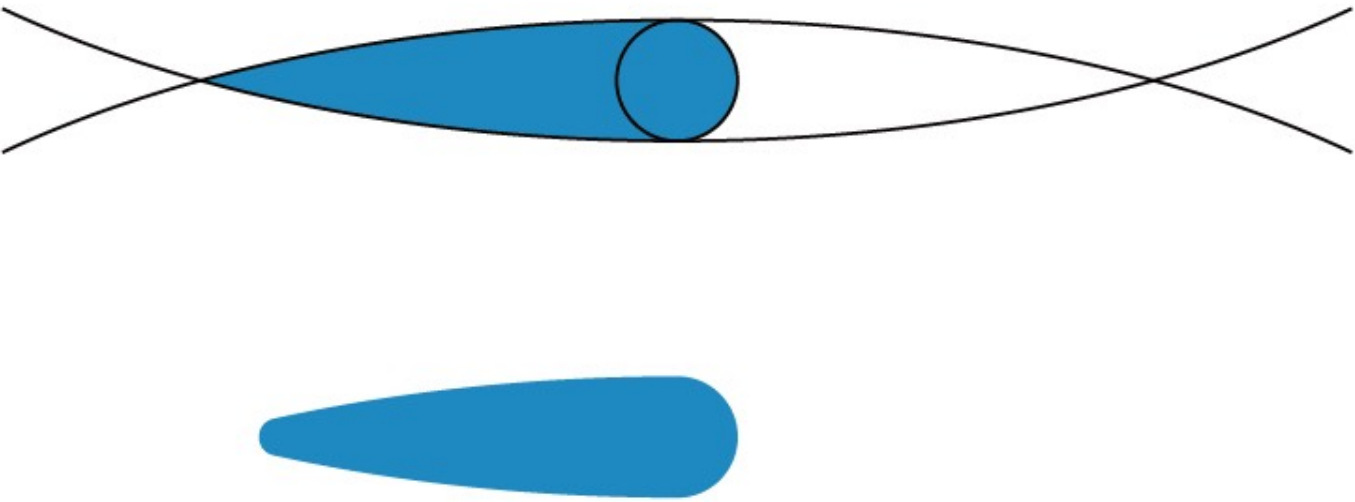
红心外围环绕十二道光芒，代表时间的循环与完整，聚拢为圆满的光环形态，呼应品牌对于身心圆满、完整生命体验的追求。心体圆润、光芒温煦而舒展，传递出由内而外的自信、丰盛的生命力，亦承载着品牌温暖而坚定的情感温度。



A-14

品牌辅助图形及应用规范 01 Brand auxiliary graphics and application specifications

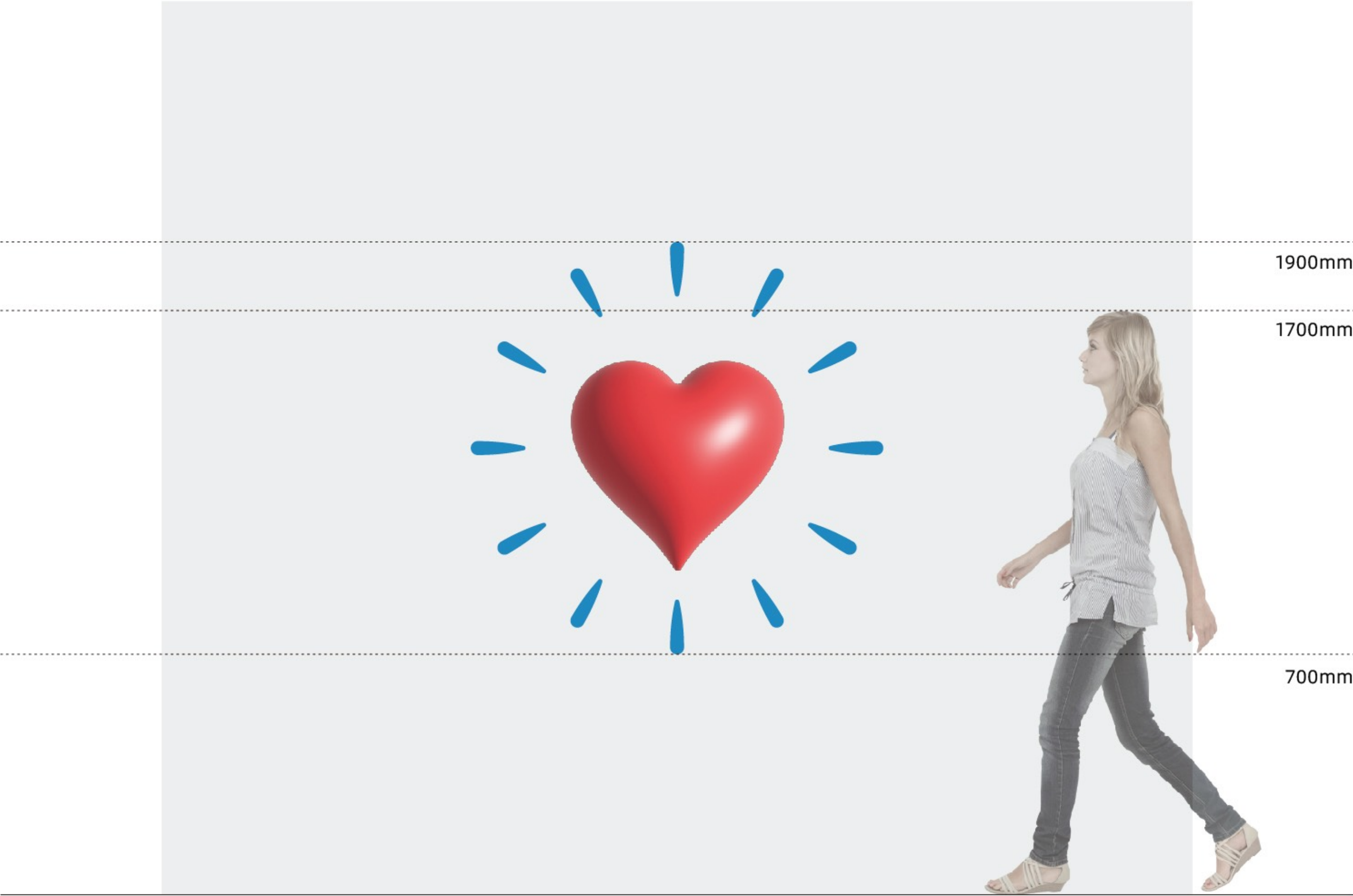
此图形适用于0.5米以上的墙面装饰使用。
右图为品牌辅助图形标准图形的标准制图比例规范。
注：x为一个基本计量单位



A-14

品牌辅助图形及应用规范 01 Brand auxiliary graphics and application specifications

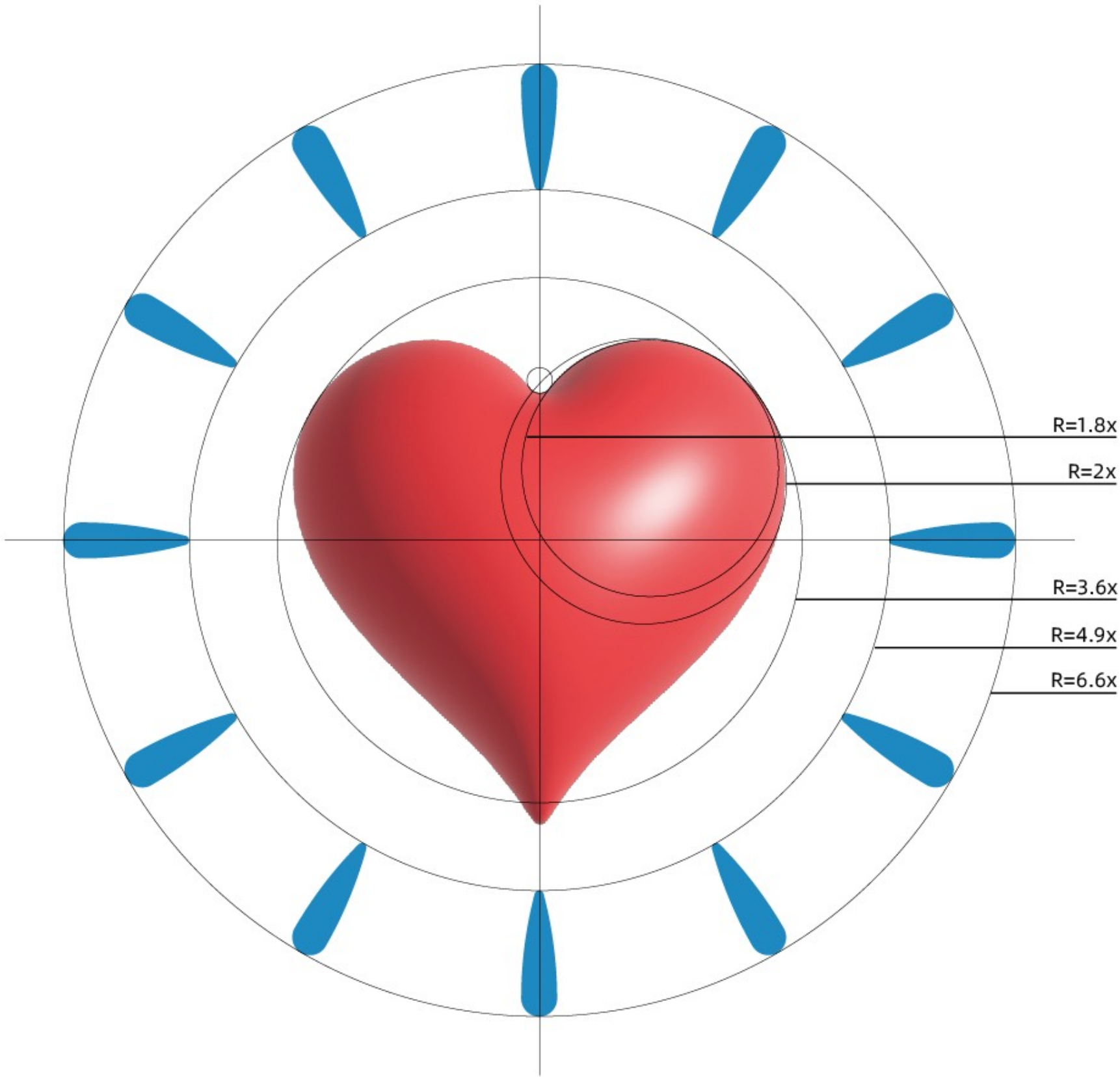
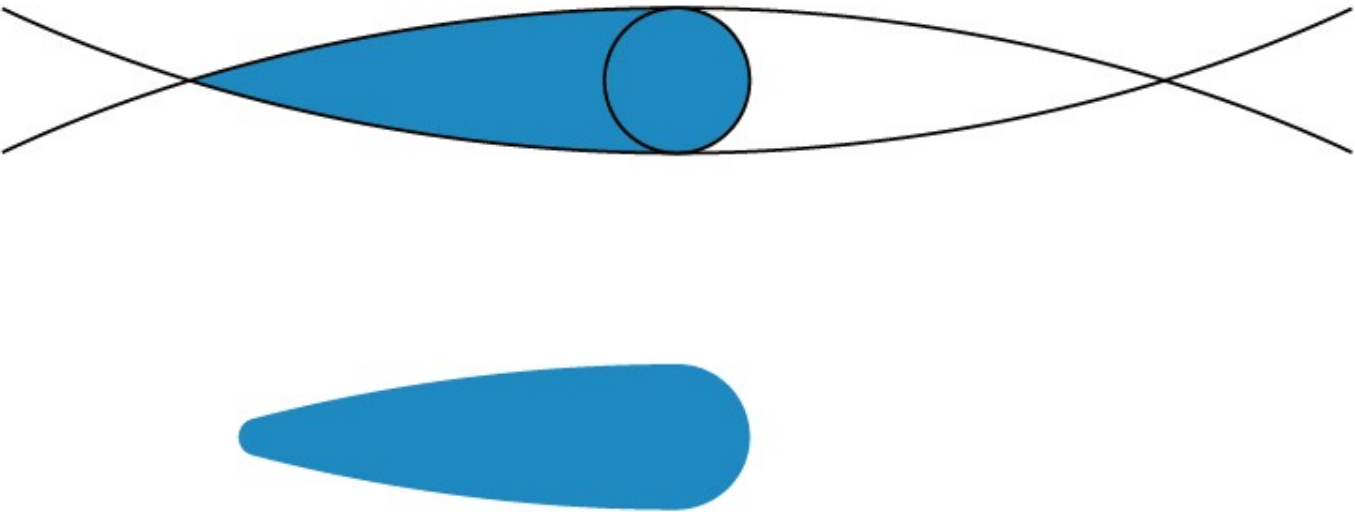
此图形适用于0.5米以上的墙面装饰使用。
右图为应用效果示意图。



A-15

品牌辅助图形及应用规范 02 Brand auxiliary graphics and application specifications

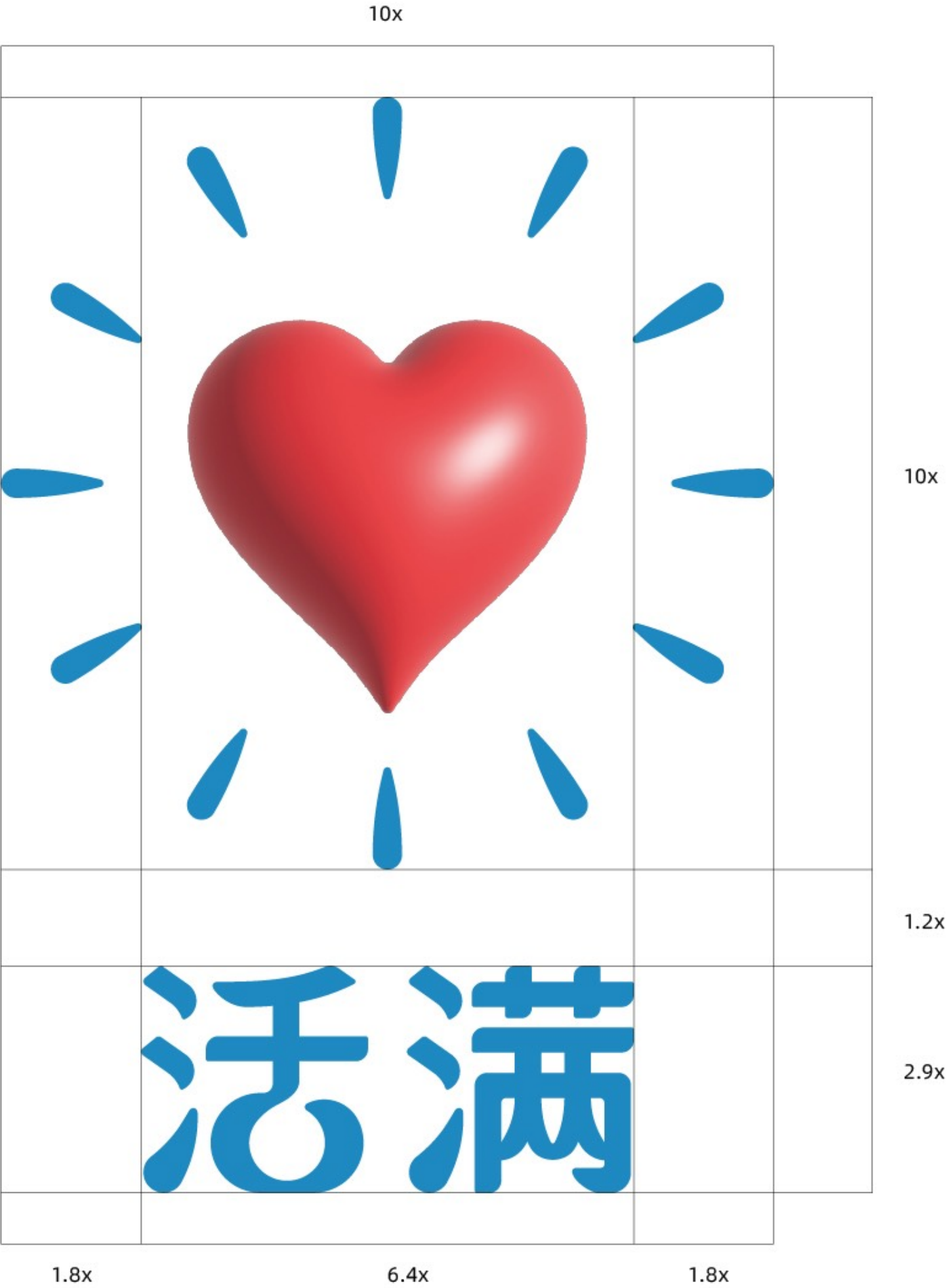
此图形适用于帆布袋和水杯等衍生产品上的图案使用。
右图为品牌辅助图形标准图形的标准制图比例规范。
注：x为一个基本计量单位



A-15

品牌辅助图形及应用规范 02 Brand auxiliary graphics and application specifications

此图形适用于帆布袋、水杯、笔记本等衍生产品上的图案使用。
右图为应用效果示意图。



A-15

品牌辅助图形及应用规范 02 Brand auxiliary graphics and application specifications

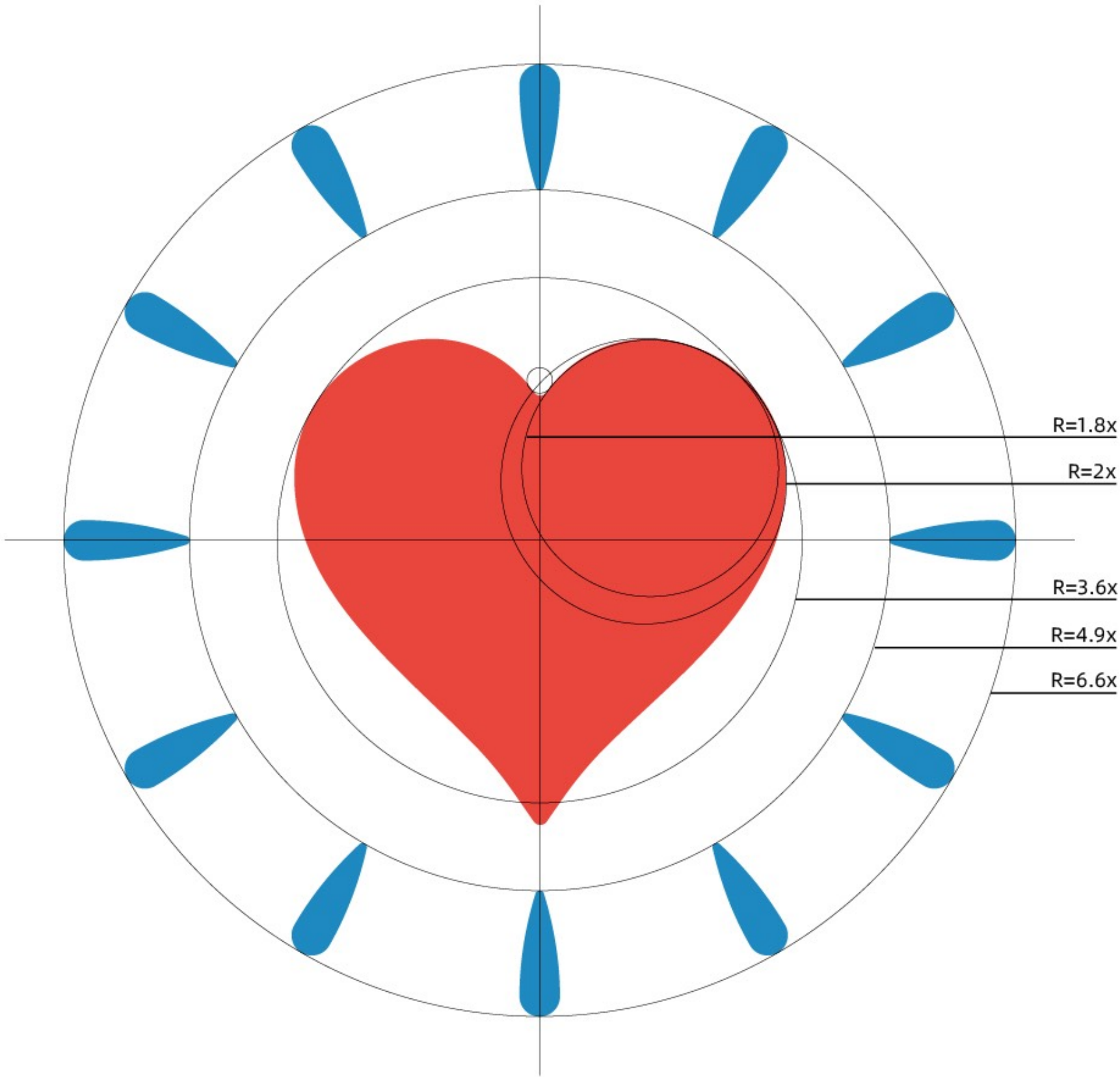
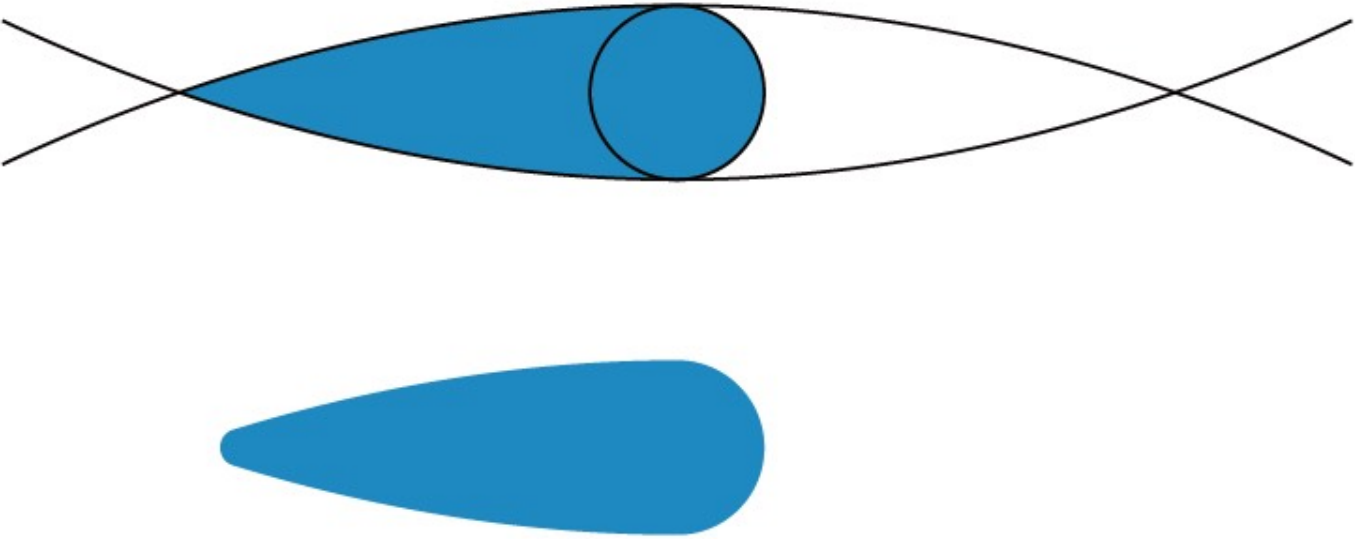
此图形适用于帆布袋、水杯、笔记本等衍生产品上的图案使用。
右图为应用效果示意图。



A-16

品牌辅助图形及应用规范 03 Brand auxiliary graphics and application specifications

适用于与文字组合使用不单独使用。
右图为品牌辅助图形标准图形的标准制图比例规范。
注：x为一个基本计量单位



A-16

品牌辅助图形及应用规范 03
Brand auxiliary graphics and
application specifications

适用于与文字组合使用不单独使用。



A-16

品牌辅助图形及应用规范 03
Brand auxiliary graphics and
application specifications

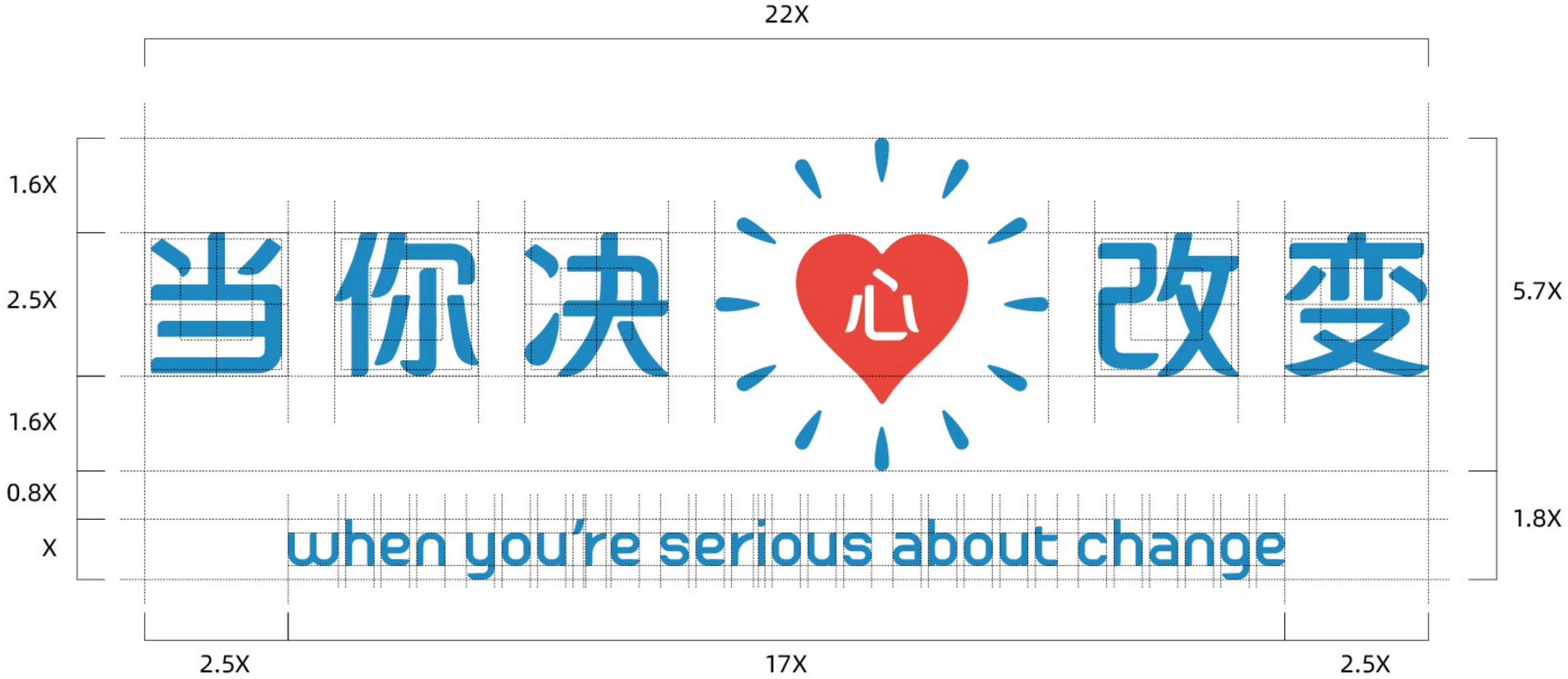
适用于与文字组合使用不单独使用。



A-16

品牌辅助图形及应用规范 03 Brand auxiliary graphics and application specifications

适用于与文字组合使用不单独使用。



A-16

品牌辅助图形及应用规范 03
Brand auxiliary graphics and
application specifications

适用于与文字组合使用不单独使用。



B

品牌形象延展应用物料
Brand Identity
Extended Applications

B-1

帆布袋 - 01 Reticule

右图为帆布袋效果示意图，具体制作时的尺寸需要根据实际情况定制尺寸和制作图标准后，可根据特定项目和对象而专门制作。

工艺建议 :丝网印
材质 :根据实际情况确定



正面



背面

B-2

帆布袋 - 02 Reticule

右图为帆布袋效果示意图，具体制作时的尺寸需要根据实际情况定制尺寸和制作图标准后，可根据特定项目和对象而专门制作。

工艺建议 : 丝网印
材质 : 根据实际情况确定



正面



背面

B-3

体恤衫 T-shirt

右图为体恤衫的效果示意图，具体制作时的尺寸需要根据实际情况定制尺寸和制作图标准后，可根据特定项目和对象而专门制作。

工艺建议 :热转印
材质 :根据实际情况确定



B-4

水杯 - 01 Water bottles

右图为水杯的效果示意图，具体制作时的尺寸需要根据实际情况定制尺寸和制作图标准后，可根据特定项目和对象而专门制作。

工艺建议 :丝网印
材质 :根据实际情况确定



B-5

水杯 - 02 Water bottles

右图为水杯的效果示意图，具体制作时的尺寸需要根据实际情况定制尺寸和制作图标准后，可根据特定项目和对象而专门制作。

工艺建议 :丝网印+雕刻
材质 :根据实际情况确定





设计团队：北京新界丹青文化传播有限公司