



BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM

LOGO GUIDELINES

QUY CHUẨN LOGO THƯƠNG HIỆU

Created by Adina Vietnam
Copyright 2020

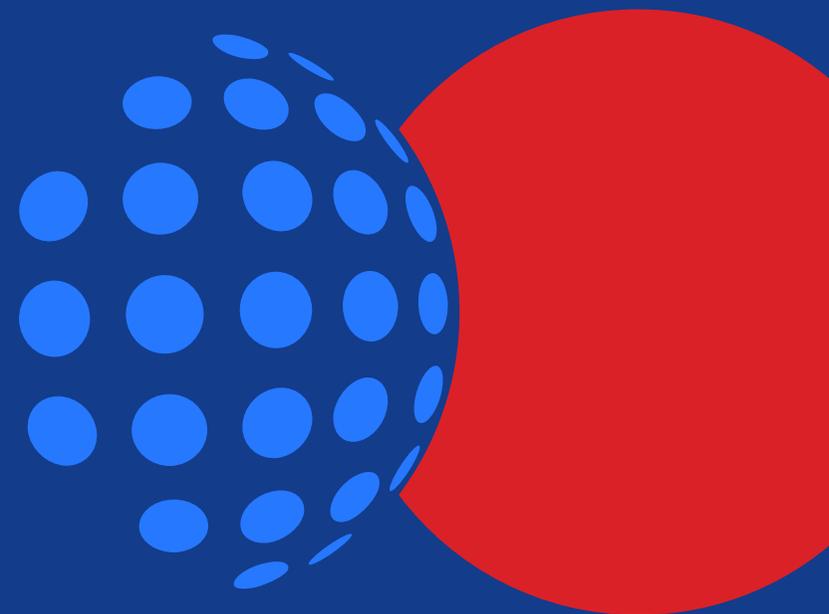
Chào mừng bạn đến với Cuốn cẩm nang thương hiệu VNNIC

Cuốn hướng dẫn sử dụng và quản lý thương hiệu này nhằm mục đích giải thích diện mạo và cảm nhận về thương hiệu VNNIC, trong đó mô tả đầy đủ các yếu tố cốt lõi tạo lên hình ảnh của thương hiệu, cùng với các nguyên tắc cơ bản, những yếu tố đúng, sai, các ví dụ thực tiễn để người đọc tiện theo dõi. Tài liệu này dành cho tất cả thành viên thuộc VNNIC đặc biệt là những người sử dụng thương hiệu VNNIC vào mục đích truyền thông.

Mục lục

Quy chuẩn logo

1. Thông tin quan trọng
2. Logo và ý nghĩa logo
3. Tỷ lệ đồ họa
4. Màu sắc logo
5. Font chữ sử dụng
6. Không gian trống tối thiểu
7. Các dạng thức sử dụng logo
8. Kích thước logo tối thiểu
9. Logo màu hạn chế
10. Logo thi công dạng nổi, dạng chìm
11. Logo đặt trên nền ảnh
12. Các trường hợp tránh sử dụng



QUY CHUẨN LOGO

“

Việc quy chuẩn Logo thương hiệu là vô cùng quan trọng
Sau đây là những quy định dành cho Logo VN NIC

**Mọi hình thức sử dụng Logo đều cần được tuân theo
một cách chính xác và nhất quán từ bản quy chuẩn này.**

”

0.1

Thông tin quan trọng

Tính nhất quán

Điều quan trọng nhất là nhận diện mới của thương hiệu cần được áp dụng một cách chính xác, nhất quán trên tất cả các định dạng theo quy định.

Tài liệu mà chúng tôi đưa ra sẽ giúp bạn hiểu rõ được tất cả mọi quy định đó và hướng dẫn bạn làm thế nào để có thể đảm bảo việc thực hiện tính nhất quán tất cả mọi ứng dụng.

Kiểm duyệt

Tất cả các ứng dụng truyền thông của VNNIC trước khi được xuất bản và sử dụng cần phải được thông qua bởi Ban quản lý thương hiệu của VNNIC. Điều này là bắt buộc và là trách nhiệm của bạn để có được sự chấp thuận về mặt pháp lý. Ban quản lý thương hiệu VNNIC sẽ hỗ trợ bạn trong quá trình thực hiện. Mọi yêu cầu chỉnh sửa đều cần được thông qua sự giám sát của Ban quản lý thương hiệu.

Kho dữ liệu

Ban quản lý thương hiệu VNNIC sẽ thành lập lên Kho thương hiệu để cung cấp những nguồn nguyên liệu mà bạn muốn (logo, dấu hiệu nhận diện, hình ảnh, các mẫu có sẵn,...) và để lưu trữ toàn bộ dữ liệu công việc mỗi khi được hoàn thành. Bạn nên luôn luôn sử dụng Kho này trước khi bắt đầu hoặc xem xét lại bất cứ hạng mục nào để chúng tôi có thể chia sẻ toàn bộ cẩm nang hướng dẫn sử dụng thương hiệu giúp bạn tránh tốn kém chi phí, thời gian công sức.

Thông tin liên hệ

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM

A: Tầng 24, Tòa nhà Cục Viễn thông, số 68 đường Dương Đình Nghệ

H: +84 24 3556 4944

T: +84 24 3782 1462

E: webmaster@vnnic.vn

W: <https://www.vnnic.vn/>

0.2

Logo và ý nghĩa logo

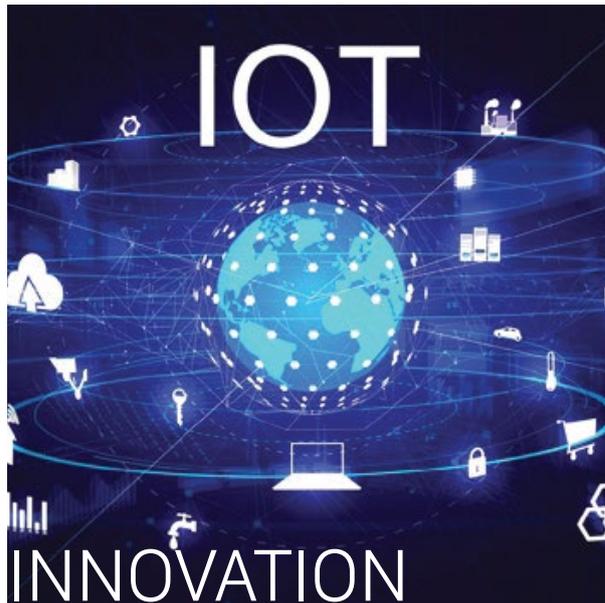
1. BỐ CỤC LOGO

Logo được bố cục theo chiều ngang, với điểm nhấn chính là hình cầu được tạo bởi các dot tượng trưng cho muôn vàn giá trị được tạo ra trên môi trường số. Hình cầu dot giao với chấm tròn lớn làm nền cho chữ VN vừa tạo điểm nhấn vào yếu tố nhận biết địa lý - Việt Nam, vừa ngắt quãng - phân cách 2 cụm nội dung VN/NIC. Bố cục ngang với chiều từ trái qua phải (thuận mắt theo thói quen Á Đông) giúp tạo một mạch cảm xúc xuyên suốt giúp người xem có thể dễ dàng nắm bắt - nhận biết yếu tố khác biệt của VNNIC.

2. MÀU SẮC VÀ FONT CHỮ

- Màu sắc logo được phối hợp dải màu đỏ - cam tại điểm nhấn lấy cảm hứng từ màu cờ đỏ sao vàng của Việt Nam. Kết hợp với đó là màu xanh biển – màu sắc đặc trưng của công nghệ - thế giới (oversea). Sự kết hợp màu sắc hài hoà về mặt ý nghĩa, sắc nét về mặt thẩm mỹ, tạo hiệu ứng thị giác tốt.

- Font chữ logo sử dụng định dạng không chân hiện đại với các nét chữ đậm tạo sự vững chắc, uy tín.



0.2

Logo và ý nghĩa logo

3. Ý NGHĨA LOGO

Tổng thể chung, bằng những đường nét dứt khoát, khoẻ khoắn, Logo thể hiện sự hiện đại, mạnh mẽ, chắc chắn cho thấy sự tin cậy vững chắc của tổ chức. Bên cạnh đó, sự kết nối thế giới, chuyển đổi số mạnh mẽ cũng được thể hiện rất rõ ràng. Và điểm khác biệt là, Logo được kết cấu theo hướng mở, thể hiện giá trị của VNNIC trong khát vọng chủ động tiên phong, hội nhập và hướng đến cộng đồng. Các đánh giá cụ thể như sau:

3.1 Thể hiện tính định vị ngành rõ nét

Hiện nay thế giới đang bước vào kỷ nguyên mới với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mà một phần không thể thiếu tạo nên là Internet. Biểu tượng được cách điệu từ nhiều dot nhỏ bao phủ quanh khối hình cầu tượng trưng cho muôn vàn ứng dụng được tạo ra trong môi trường Internet.

3.2 Chữ VN như cánh cổng mở ra KẾT NỐI với thế giới

Bên cạnh các dot nhỏ giao thoa với hình tròn lớn, chữ VN phía trên được thể hiện như một cánh cổng mở ra kết nối Việt Nam với thế giới công nghệ. Đó chính là giá trị mà VNNIC tạo ra bằng các dịch vụ mình cung cấp tới khách hàng. Sự nhấn nhá phá cách thú vị trở thành điểm nhấn cũng tạo được sự tương đồng với đột phá khi có Internet xuất hiện trên thế giới cũng như ở Việt Nam.

Biểu tượng được thiết kế theo phong cách tối giản kết hợp với chữ hiện đại, lược bớt phần tên thương hiệu để trở thành iconic trên môi trường số như App Icon, FAVIcon, avatar hay các biểu tượng khác. Đặc biệt, logo gắn liền phần tên VN giúp tạo tính nhận biết vị trí địa lý không gây nhầm lẫn.

3.3 Số lượng dot nhỏ mang ý nghĩa phong thủy

Biểu tượng 27 dot nhỏ (màu đỏ cam) được sắp xếp thành hàng trải đều trên bề mặt hình cầu. Theo dân gian, ý nghĩa số 27 sẽ tạo sự may mắn, hài hoà, phát triển bền vững.

- Số 2 chính là con số mang lại sự hài hòa và ổn định.
- Số 7 là con số may mắn, là sự kết hợp giữa âm và dương.

Sự kết hợp giữa hai con số này tạo nên số 27 với ý nghĩa phát tài, phát lộc trong kinh doanh.

Và cũng có thể hiểu, vòng trong xanh VN là 1 chấm, sẽ hoà vào trong 27 dot nhỏ, tạo thành dot 28, thể hiện ngày thành lập của VNNIC.

3.4. Tính kế thừa từ Logo hiện tại

- Logo mới có sự kế thừa một phần từ hình khối đồ họa của logo cũ khi cùng sử dụng khối tròn làm nền nhấn mạnh cụm tên thương hiệu VN. Ở logo cũ sử dụng khối hình elip mang tính động, logo mới sử dụng khối tròn tuyệt đối để cân bằng với cụm hình tròn dot bên cạnh. Hình tròn mới mang tính trừu tượng có thể hiểu là mặt trời tỏa sáng phía sau trái đất (hình tròn dot), có thể hiểu là vòm cổng thể hiện yếu tố cổng kết nối Việt Nam với thế giới số bên ngoài (hình tròn dot).

- Ý tưởng về việc sử dụng hình tròn mới về thông điệp có khác với logo cũ nhưng về mặt thị giác vẫn có sự kế thừa. Mục đích nhằm thể hiện sự chuyển đổi số - sự thay đổi không ngừng của công nghệ - sự kết nối mang tính mở, không bị bó buộc trong 1 khối hình cố định của toàn bộ logo.

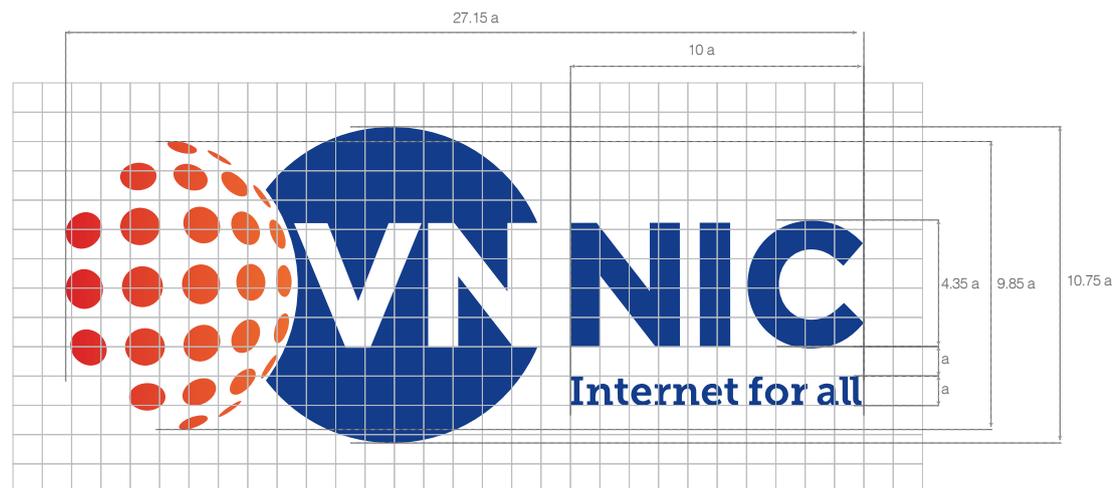
0.3

Tỷ lệ đồ họa logo

Hệ thống kẻ ô là một tiêu chuẩn đồ họa để đảm bảo hình ảnh không thay đổi của logo và được sử dụng bằng cách phóng to hay thu nhỏ các dữ kiện có trong bản hướng dẫn hay CD-Room vào tỷ lệ cụ thể để tránh làm biến dạng logo trong khi sử dụng. Tuy nhiên trong trường hợp kích thước quá lớn hay máy tính không thể xử lý được thì hình vẽ phải được thực hiện đúng như hệ thống kẻ ô này.

Logo VNNIC cần được thể hiện một cách chính xác, chi tiết và thống nhất tuyệt đối. Chỉ nên tăng hoặc giảm kích thước của toàn bộ logo theo đúng tỷ lệ logo nguyên bản. Những đường chỉ dẫn khoảng cách và kích thước của từng thành tố trong logo VNNIC cần được đảm bảo luôn rõ ràng và dễ nhận biết.

a được tính là chiều cao của slogan "Internet for all" của Logo. Mọi thành tố trong logo được tỷ lệ từ a.



0.4

Màu sắc Logo

Màu sắc là yếu tố có ảnh hưởng lớn đến sức mạnh thương hiệu tổng thể. Sức mạnh của màu sắc quan trọng không kém hình dạng của biểu tượng, chính vì vậy màu đặc trưng phải được ưu tiên áp dụng để duy trì tính thống nhất của thương hiệu và hệ thống nhận hiệu.

Màu sắc của Logo (phần hình và phần chữ) trong thương hiệu và tất cả các đơn vị không được phép thay đổi như những gì đã quy định.

Chú ý:

- Khi sản xuất, in ấn liên quan đến màu sắc đặc trưng của logo trên các chất liệu khác nhau như: giấy, vải, gỗ, đá, kính, kim loại ... cần đối chiếu với màu được quy chuẩn trong cuốn Guidelines này.

- Tất cả các bản vẽ thiết kế trong hồ sơ này đều được sử dụng thông số màu như đã nêu ở bên.

- Các trường hợp màu thể hiện trên các vật liệu đặc biệt khác sẽ được chú thích riêng kèm theo bản vẽ.

C100 M85 Y0 K15
R19 G60 B139
#133C8B

Pure blue dulux 62 BB 08/369
FS 327(Mã mẫu Mica đài loan FS Phú Thịnh)
EV3007 (mã màu Aluminium Alcorest)

C10 M100 Y100 K0
R218 G33 B40
#DA2128

C0 M70 Y90 K0
R243 G122 B50
#F37032

0.5

Font chữ sử dụng

Trong thiết kế logo việc lựa chọn và sử dụng font chữ cũng vô cùng quan trọng.

Ngoài ra chúng tôi cũng đưa ra font chữ trình bày văn bản (thể hiện trong các ứng dụng văn phòng) và font chữ gợi ý khác đồng bộ với font chữ thương hiệu và tạo bản sắc riêng cho thương hiệu.

Mọi sản phẩm truyền thông thương hiệu của VNNIC đều bắt buộc phải sử dụng font chữ đã quy định để đảm bảo tính nhận diện và tính đồng bộ nhất quán của thương hiệu.

Font chữ thương hiệu SVN-Gotham Bold

a b c d e f
g h i j k l
m n o p q r
s t u v w x
y z

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q R
S T U V W X
Y Z

1 2 3 4 5 6
7 8 9 0

Font chữ slogan Adina tự thiết kế

a b c d e f
g h i j k l
m n o p q r
s t u v w x
y z

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q R
S T U V W X
Y Z

1 2 3 4 5 6
7 8 9 0

Font chữ văn bản đề xuất: Open San

a b c d e f
g h i j k l
m n o p q r
s t u v w x
y z

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q R
S T U V W X
Y Z

1 2 3 4 5 6
7 8 9 0

0.6

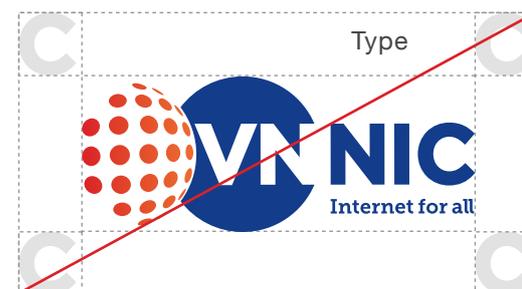
Không gian trống tối thiểu logo

Khoảng cách an toàn nhằm đảm bảo biểu tượng logo luôn được thể hiện với mức độ rõ ràng và tác động thị giác lớn nhất. Không một yếu tố đồ họa nào được xâm phạm khu vực này.

Tỷ lệ khoảng trống xung quanh logo VNNIC cần được đảm bảo sự cân đối như chỉ dẫn phía bên. Trong một số hiếm trường hợp đặc biệt cần thiết (ví dụ: biển hiệu dạng khối, tượng đài hoặc đèn ống...) có thể không cần tuân theo hướng này nhưng phải đảm bảo biểu tượng logo xuất hiện rõ nét nhất có thể.

Khoảng cách logo được đưa ra phía bên là khoảng cách bắt buộc tối thiểu giữa biểu tượng với các yếu tố đồ họa, thương hiệu khác, nội dung, hình ảnh khác nhằm đảm bảo sự rõ ràng và dễ nhận biết của biểu tượng.

Ở đây khoảng cách an toàn được tính bằng chiều cao của chữ C



0.7

Các dạng thức sử dụng logo

Trong một số trường hợp truyền thông đặc biệt ta có thể sử dụng logo dưới các dạng thức khác nhau như bên.

Tuyệt đối không vi phạm các dạng thức sử dụng logo sai như đã quy định, nếu có các trường hợp đặc biệt khác cần tham khảo thêm và được thông qua ý kiến của Ban thương hiệu trước khi tiến hành sử dụng.



Logo hiển thị bố cục dọc không có Slogan



Logo hiển đầy đủ thành tố

0.8

Kích thước logo tối thiểu

Sau đây là kích thước tối thiểu của logo khi sử dụng trong trường hợp in ấn và trường hợp hiển thị trên màn hình.

Kích thước tối thiểu của Logo khi hiển thị không có slogan là 20mm, hiển thị trên màn hình tối thiểu là 56px

Kích thước tối thiểu của Logo khi hiển thị đầy đủ thành tố là 30mm, hiển thị trên màn hình tối thiểu là 85px



20mm
56 pixel

Khi hiển thị
không có slogan



30mm
85 pixel

Logo khi hiển thị
đầy đủ các thành tố

0.9

Logo dạng màu hạn chế

Trong mọi trường hợp, logo nên được sử dụng ở phiên bản hiển thị đầy đủ màu sắc. Tuy nhiên trong một số trường hợp việc sử dụng màu nhận diện của Logo là không thể và không phù hợp do hạn chế về chi phí, nguồn tài trợ sản xuất, về phương pháp chế tác thì các phiên bản logo màu đen trắng, màu hạn chế có thể được sử dụng. Tuy nhiên nên hạn chế tối đa vấn đề này trừ trường hợp thực sự đặc biệt cần thiết liên quan đến truyền thông.

Logo có thể được hiển thị âm bản hoặc dương bản trên nền màu nhận diện của nó.

Logo có thể hiển thị dạng màu đơn sắc theo tông màu nhận diện.



Logo phiên bản gốc



Logo dạng màu nguyên bản



Logo âm bản



Logo trên nền màu nhận diện



Logo trên nền màu nhận diện



Logo dương bản



Logo trên nền màu nhận diện



Logo màu hạn chế



Logo màu hạn chế

10.

Logo thi công nổi thi công dạng chìm

Trong nhiều tình huống thi công bằng chất liệu trong không gian nội, ngoại thất hoặc hệ thống biển bảng hiệu thì logo có quyền làm nổi theo những dạng với quy định sau:

- Có thể làm nổi lên hoặc âm xuống, nhưng độ dày tối đa của logo bằng dày của chữ cái “J” trong tên thương hiệu, ta có độ dày được tính chuẩn bằng “a”.

- Tuy nhiên trong một số trường hợp thi công đặc biệt nếu việc thi công không ảnh hưởng đến sự nhất quán của nhận diện thương hiệu thì có thể thi công logo tùy theo yêu cầu của từng trường hợp đó. Mặc dù vậy vẫn cần được sự thông qua kiểm duyệt của Ban thương hiệu VNNIC.



a = độ dày chữ cái “N” trong tên thương hiệu

Biểu tượng + tên thương hiệu VNNIC được thi công khối chìm và nổi tỷ lệ bằng a.

Độ chìm nổi Slogan “Internet for all” bằng tỉ lệ a/2

11.

Logo đặt trên nền ảnh

Việc kết hợp logo và hình ảnh là cần thiết và thường xuyên được sử dụng khi thực hiện công tác truyền thông nhưng không phải lúc nào cũng có thể để logo dạng nguyên bản hiển thị đầy đủ màu sắc và đặt trên nền ảnh.

Khi bắt buộc phải để logo trên nền ảnh, logo cần được xử lý theo 2 trường hợp phía bên.



Trên nền ảnh có độ tương phản màu nhẹ logo nên chuyển về âm bản



Trên nền ảnh có độ tương phản màu phức tạp, logo nên được đặt dưới dạng đơn sắc trên nền màu nhận diện.

12.

Các trường hợp tránh sử dụng

Những ví dụ sau đây là minh họa cho một số lỗi thường gặp khi sử dụng nhận diện thương hiệu của logo VNNIC.

Vui lòng sử dụng các tài liệu được cung cấp bởi Ban thương hiệu VNNIC để tránh được những sai sót và đảm bảo được tính đồng bộ, nhất quán, chính xác cho thương hiệu.



1. Không được đổi màu logo thành màu khác hoàn toàn màu đặc trưng của logo



2. Không được thay đổi tương quan kích thước giữa biểu tượng và tên thương hiệu của logo



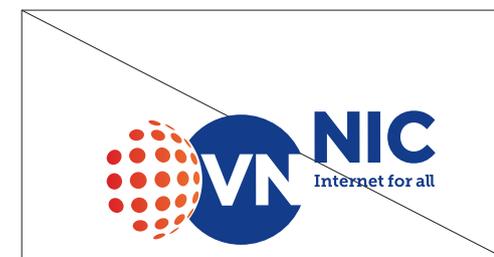
3. Không được thiết kế lại logo



4. Không được bóp dẹt, làm dị dạng logo



5. Không được lược bớt các thành phần chính của biểu tượng



6. Không được đặt lệch thương hiệu với biểu tượng.

12.

Các trường hợp tránh sử dụng

Những ví dụ sau đây là minh họa cho một số lỗi thường gặp khi sử dụng nhận diện thương hiệu của VNNIC.

Vui lòng sử dụng các tài liệu được cung cấp bởi Ban thương hiệu VNNIC để tránh được những sai sót và đảm bảo được tính đồng bộ, nhất quán, chính xác cho thương hiệu.



6. Không được xoay logo, việc này sẽ làm cho logo khó quan sát, gây ảnh hưởng không tốt khi sử dụng.



7. Không được lộn ngược logo, việc này sẽ làm cho logo khó quan sát, gây ảnh hưởng không tốt khi sử dụng.



8. Không được xô nghiêng logo



9. Không được bóp ngang logo

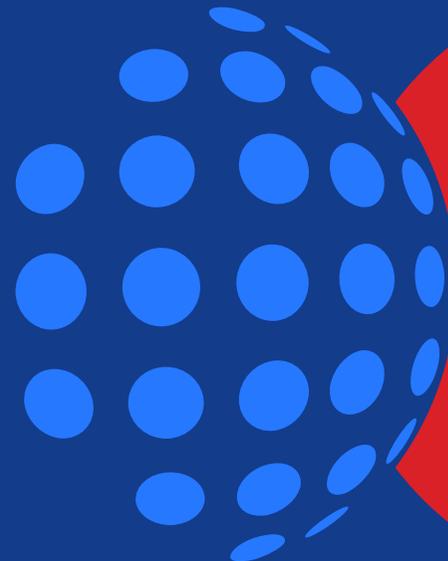


10. Không được tạo hiệu ứng nhằm tách logo với nền, việc này sẽ làm cho logo trở nên mờ nhạt.



11. Không được đặt logo lên nền cùng màu với logo, trong trường hợp này cần chuyển về định dạng trắng

Thank
You



TRÂN TRỌNG CẢM ƠN QUÝ KHÁCH
ĐÃ TIN TƯỞNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ
CỦA CHÚNG TÔI!

ADINA
Branding & Strategy

CÔNG TY TNHH GIẢI PHÁP THƯƠNG HIỆU ADINA VIỆT NAM

HN: Tầng 3, Tòa nhà 32/133, Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội

HCM: Tầng 2, 1007 Phan Văn Trị, P7, Q Gò Vấp. TP. HCM

Tel: 024 6659 6680

Hotline: 098 771 2288

Email: info@adina.com.vn Website: www.adina.com.vn