



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION

---

# 视觉形象应用手册

中国科协科普部编制  
2015年4月



科普中国品牌是适应科普与信息化深度融合发展需求，中国科协创立、运营、推广和管理的我国科学传播的科学权威标志。

科普中国品牌旨在携同社会各方，利用信息化技术手段，着力科普内容建设，创新表达形式，借助传播渠道，促进传统科普与信息化深度融合，精准满足公众个性化需求，增强科普传播的准确性和科学权威性，提高科普时效性和覆盖面。

科普中国品牌视觉形象由红、蓝色线条构成，上缘的S形状和整体构成的T形状，分别象征科学和技术；线条构成的电波形状，象征利用信息化技术手段进行科学传播。

## A 基本设计组合规范

A-01 基本设计要素

A-02 标志

A-03 标志制图法

A-04 标准制图法

A-05 基本要素组合规范

A-06 标准色 辅助色

A-07 不同底色的使用规范

## B 产品应用设计

B-1 网站栏目

B-2 网站栏目

B-3 网页文章

B-4 视频画面（视频文件）

B-5 授权游戏开始部分主画面

B-6 授权游戏画面（如需出现标识）

B-7 授权栏目（移动端）开始部分主画面和标准画面

B-8 授权栏目（移动端）开始部分画面

B-9 授权栏目（移动端）标准画面

B-10 授权频道（栏目）主标题画面

B-11 授权频道（栏目）画面（如需出现标识）

B-12 科普文章（移动端）标准画面

B-13 活动用演示文件PowerPoint版式

B-14 活动用演示文件PowerPoint版式

B-15 授权游戏（移动端）开始部分主画面

B-16 授权游戏（移动端）开始部分主画面

## C 活动应用设计

C-1 活动广告灯箱横版规范

C-2 活动广告灯箱竖版规范

C-3 活动广告大型户外写真横版规范

C-4 宣传礼品伞

C-5 活动展板规范

C-6 宣传活动气球

C-7 宣传活动讲台

C-8 大型活动停车指示牌

C-9 大型活动导向指示牌

C-10 服装

C-11 遮阳帽

C-12 旗帜

C-13 挂旗

C-14 旗帜

## D 其他应用设计

D-1 信封（中式）

D-2 信封（西式）

D-3 信纸

D-4 便签

D-5 提袋

D-6 资料袋、背心袋

D-7 不干胶标识

D-8 文件夹

D-9 识别卡

D-10 识别卡

D-11 车证

D-12 记事本、效率手册

D-13 办公用品

D-14 水杯

D-15 电脑光盘

D-16 请柬

## E 附录

E-1 标准色色标

E-2 标准组合的制版及应用范本

E-3 科普中国品牌使用与维护管理办法

视觉识别系统将文化与精神通过标准化的视觉语言和系统化的视觉符号传达给社会大众，从而形成统一的公众辨别和认同感。

视觉识别系统手册共分三部分：

手册第一部分为标志、标准字体、标准色、辅助色等基本设计要素，各基本设计要素的比例及绘制方法、各种错误使用例证等。

手册第二部分为应用设计，是各基本要素规范的延展使用，内容包括：事务用品、旗帜、礼品等。在各项实际应用中除了考虑美观的因素外，还考虑到其功能性及经济实用性。

手册第三部分为附件，包括标准色标、辅助色标及各种标准组合的制版及应用范本。

各相关单位及部门在使用过程中均应严格执行本手册所规定的各项规定的各项规范，不得随意更改，以保证视觉形象的规范性和统一性，避免产生误导。

# A

## A 基本设计组合规范

### A-01 基本设计要素

视觉识别系统是由标志、中英文标准字、标准色三部分构成，它们是整体信息传达与形象识别的核心，基本设计一经确立，即应遵照执行，不容轻易变更修改。因此，所有有关的视觉传达与表现，均应严格遵循本手册所规范的使用方法，以建立完整统一的形象。

#### A-011 标志



#### A-012 中英文标准字

科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION

#### A-013 标准色



M100 Y10



C100 M30



K60

A 基本设计组合规范

A-02标志

A-02标志

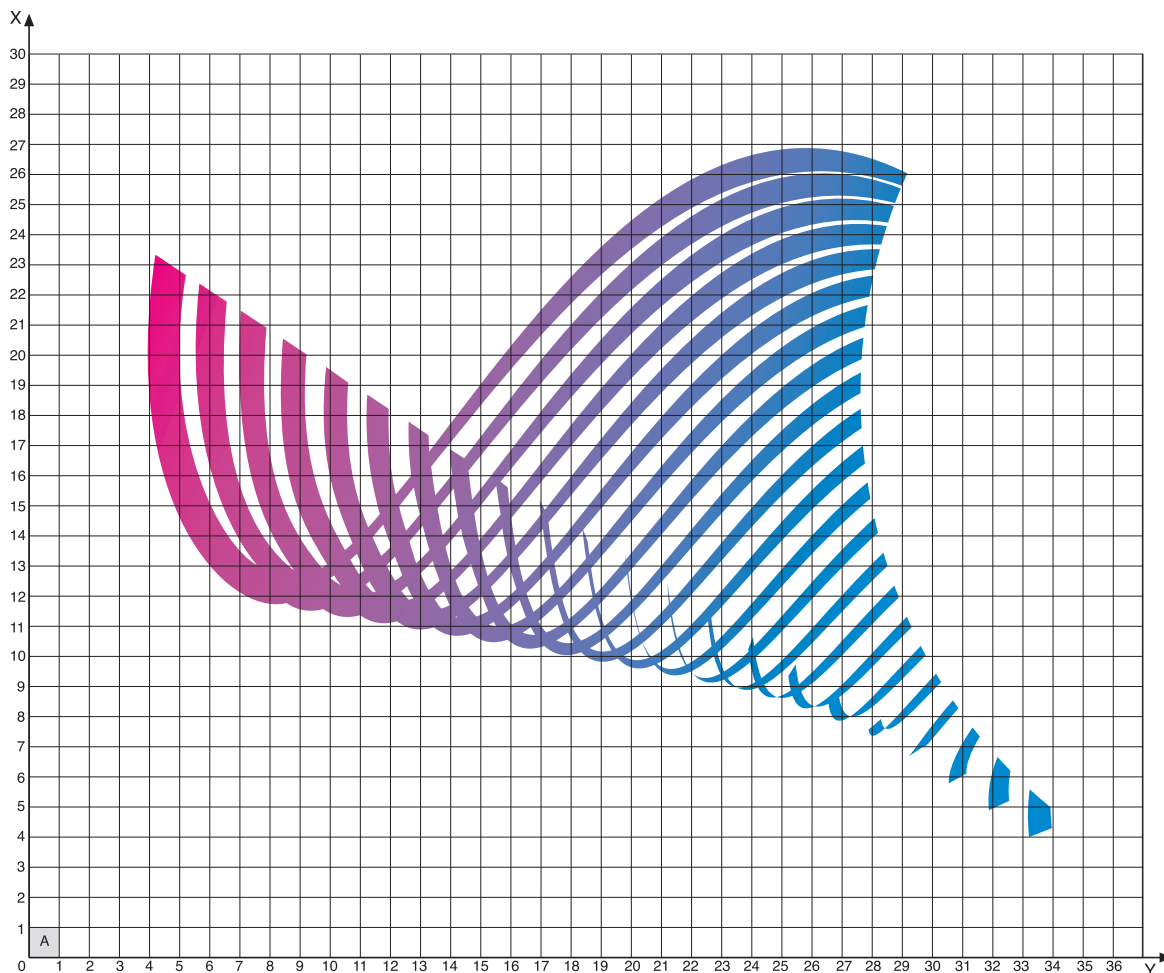


## A 基本设计组合规范

### A-03标志制图法

标志是本视觉形象的精神和特点的集中体现,是视觉识别系统的核心。不正确的使用标志将会使公众产生视觉印象混乱,从而削弱或损害总体形象。因此,标志制作的规范化极为重要。在本图中严格规定了标志制作的规格及各部分的比例关系,制作标志时应严格遵照本制图法的规定,以得到准确的标志造型,从而达到统一化、标准化的识别目的。

A-03标志制图法



A 基本设计组合规范

A-04标准字制图法 (横)

标准字是视觉识别系统中的基本要素之一，由于文字本身具有可读性、说明性及可视性等特征，使其在视觉识别系统中的应用十分广泛。为了使标准字在这些应用中达到准确一致，采用科学的标准字制图法十分必要，在绘制标准字时，一定要严格按照标准字制图法的规定，以免出现错误。为了保证标准字使用时达到清晰、醒目，行长最小不能小于15mm。

A-041标准制图法



A 基本设计组合规范

A-05基本要素组合规范

为使基本设计要素的使用适用于不同场合及媒体，特设计几种不同的组合形式，并加以规范化。当横向使用总长度小于25mm时，务必选用组合A-053。

A-051



A-052



A-053



A 基本设计组合规范

A-05基本要素组合规范

为使基本设计要素的使用适用于不同场合及媒体，特设计几种不同的组合形式，并加以规范化。A-051a、A-052a、A-053a标准字为银色，当横向使用总长度小于20mm时，禁止使用。

A-051a



A-052a



A-053a



A 基本设计组合规范

A-05基本设计组合规范

除上面所规范组合形式以外的任何组合形式都应视为错误而加以避免。为此，特列举数种不规范组合形式，并以具体图例示意，禁止使用。

禁止使用的组合规范



A 基本设计组合规范

A-06标准色 辅助色

标准色是象征科普中国精神及文化的重要一环，透过视觉的传达而产生强有力的印象，以完成色彩在视觉识别中的作用。为了适应不同场合的需要特选定数种颜色作为辅助色和标准色配合使用，以增强其表现力。在标准色及辅助色的运用中，应严格遵守配色规定，以免造成误导。

A-061标准色



M100 Y10



C100 M30



K60

A-062辅助色



M100 Y40 K20



M85



M75 Y75



M35 Y100



C100 M35



C70 Y15



M50 Y100



K35

A 基本设计组合规范

A-07不同底色的使用规范

为了适应不同需要，特规定了在不同底色上的色彩运用规范，以避免在实际应用中出现不协调的色彩配合。从而确保各项基本要素组合在使用中鲜明、醒目、易于识别。

A-071白底色的使用规范



A-072灰底色的使用规范



A-073黑底色的使用规范



# B

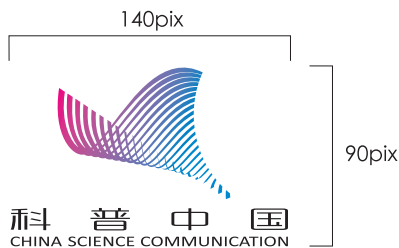
## B产品应用设计

### B-1 网站栏目

规格：尺寸和边距如图所示

标志140pix X 90pix

要求：标志和标准字组合统一出现在网页的左上角



40pix

30pix



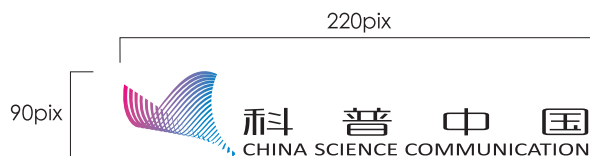
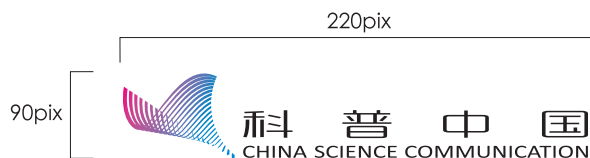
B产品应用设计

B-2 网站栏目

规格: 尺寸和边距如图所示

标志220pix X 90pix

要求: 标志和标准字组合统一出现在网页的左上角



40pix

40pix





B产品应用设计

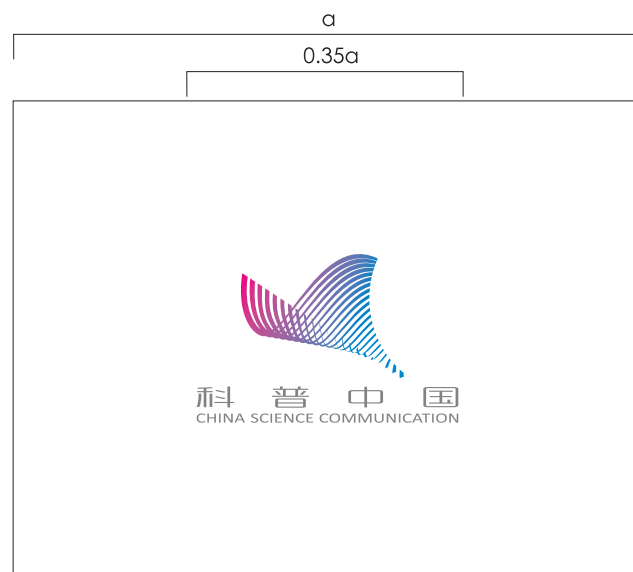
B-4 视频画面（视频文件）

规格：画面规格16：9和4：3

要求：白色背景，标志居中出现



画面规格16：9



画面规格4：3

B产品应用设计

B-5 授权游戏开始部分主画面

规格：画面规格16：9和4：3

要求：标志出现在画面中间



画面规格 16: 9



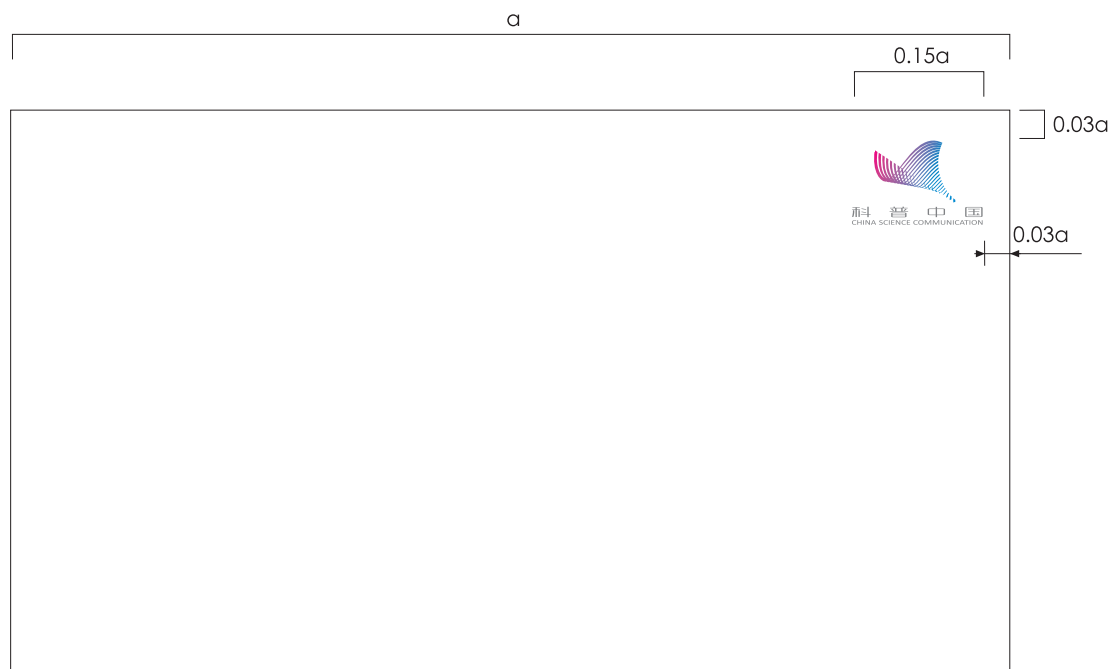
画面规格4: 3

B产品应用设计

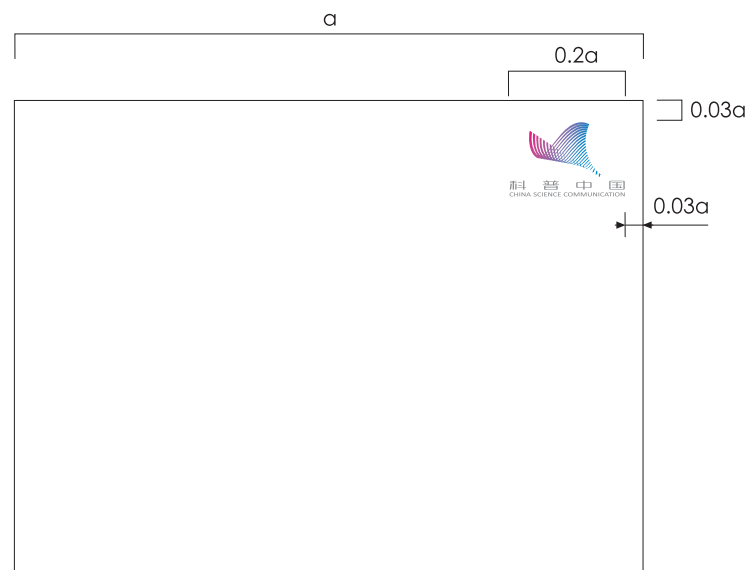
B-6 授权游戏画面(如需出现标识)

规格: 画面规格16: 9和4: 3

要求: 标志出现在画面右上角



画面规格 16: 9



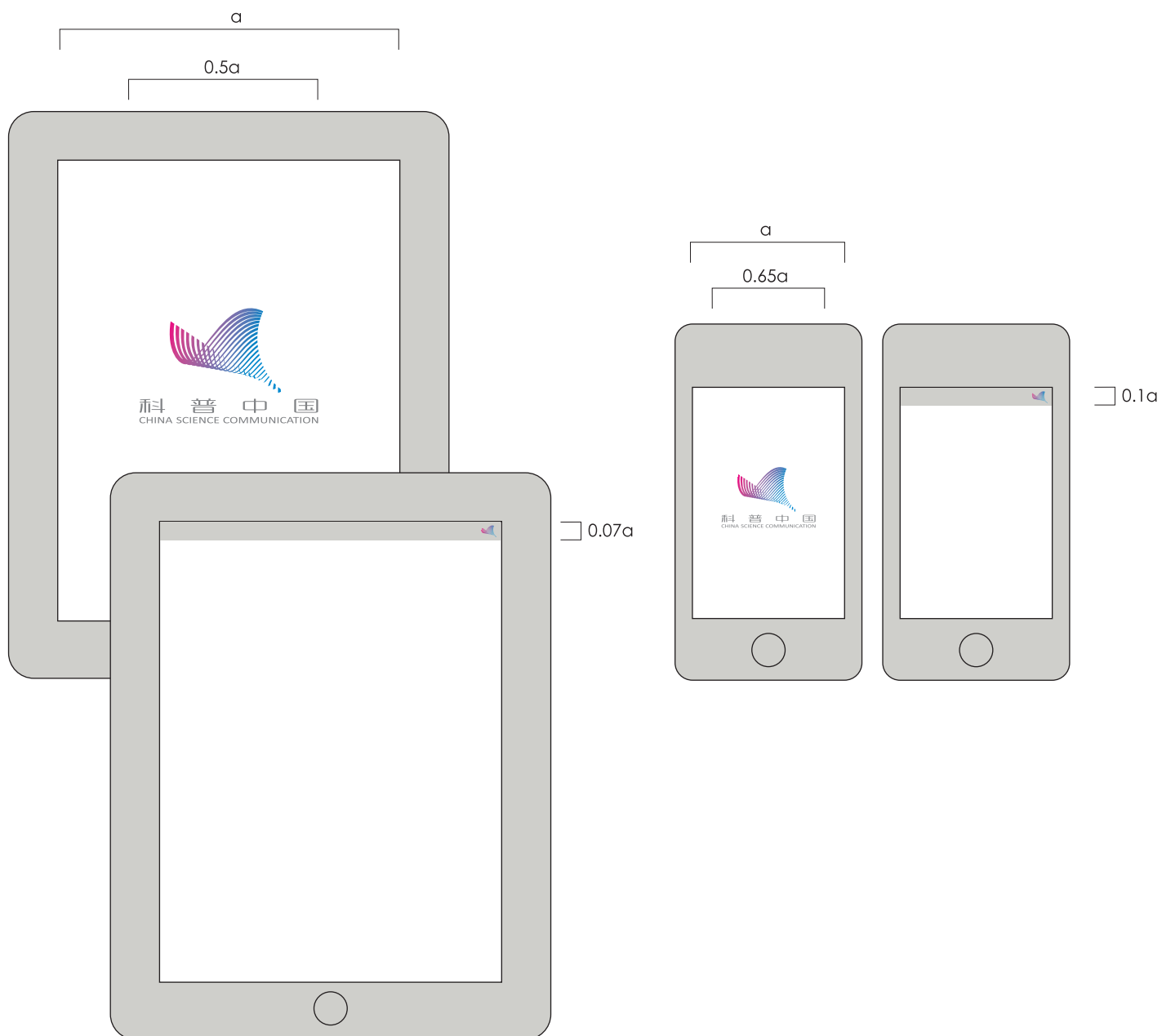
画面规格 4: 3

B产品应用设计

B-7 授权栏目（移动端）开始部分主画面和标准页面

规格：竖版

要求：标志出现在画面中间和顶部浅灰色功能条右侧

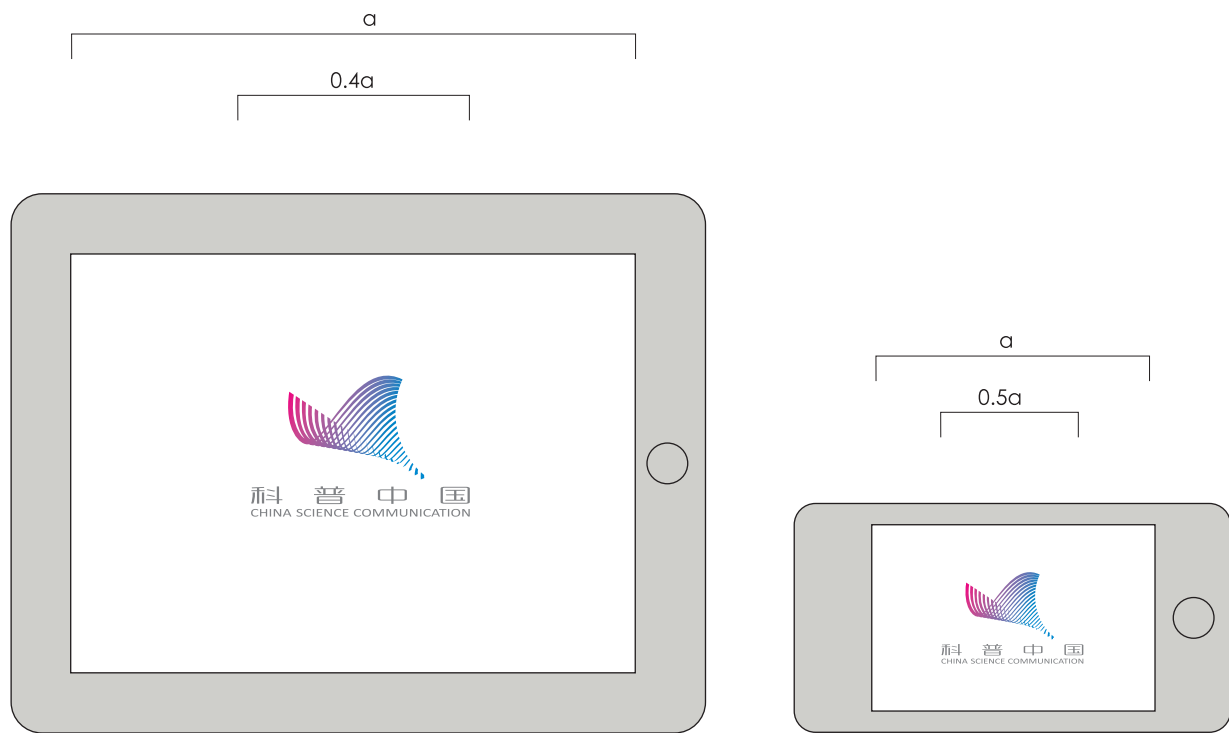


B产品应用设计

B-8 授权栏目（移动端）开始部分主画面

规格：横版

要求：标志出现在画面中间

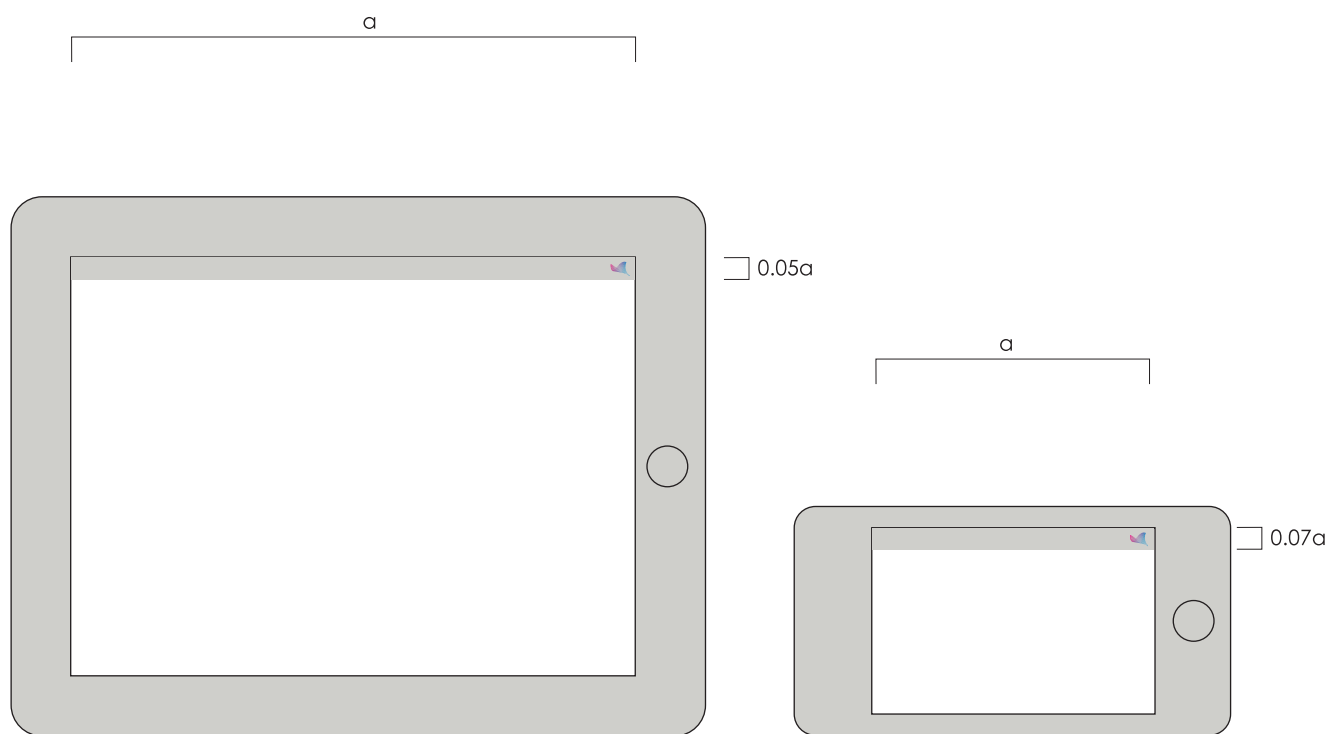


B产品应用设计

B-9 授权栏目（移动端）标准页面

规格：横版

要求：标志出现在顶部浅灰色功能条右侧



B产品应用设计

B-10 授权频道（栏目）主标题画面

规格：画面规格16：9和4：3

要求：白色背景，标志居中出现。可随后出现“科普中国认证节目”字样



画面规格16：9



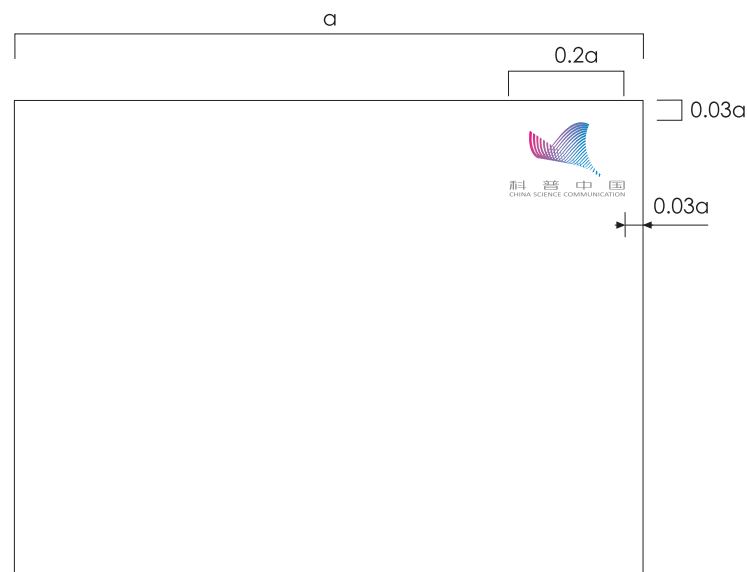
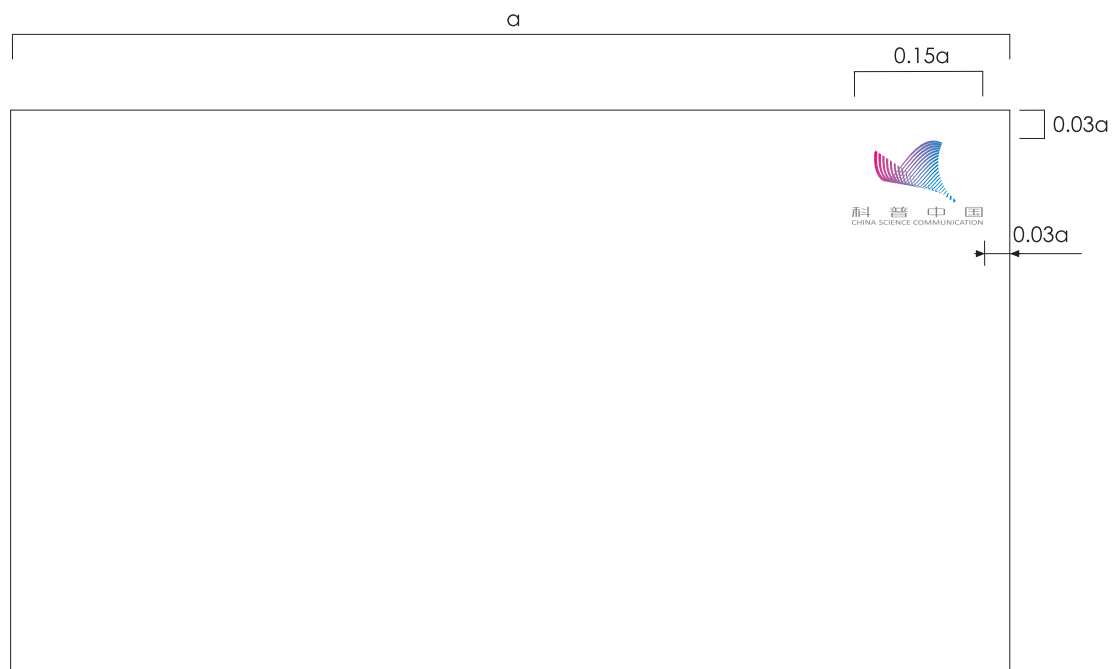
画面规格4：3

B产品应用设计

B-11 授权频道（栏目）画面（如需出现标识）

规格：画面规格16：9和4：3

要求：标志出现在画面右上角，如非高清节目可不出现在英文



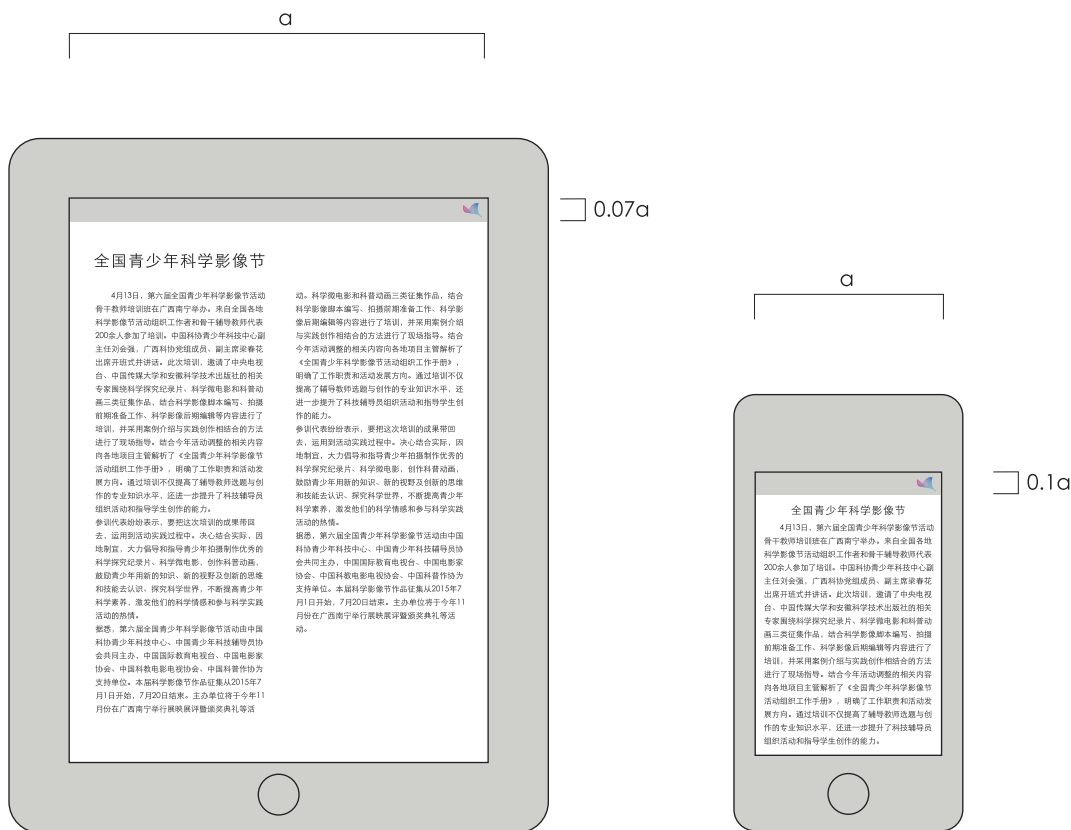
画面规格4：3

## B产品应用设计

### B-12 科普文章（移动端）标准页面

规格：竖版

要求：标志出现在画面中间和顶部浅灰色功能条右侧

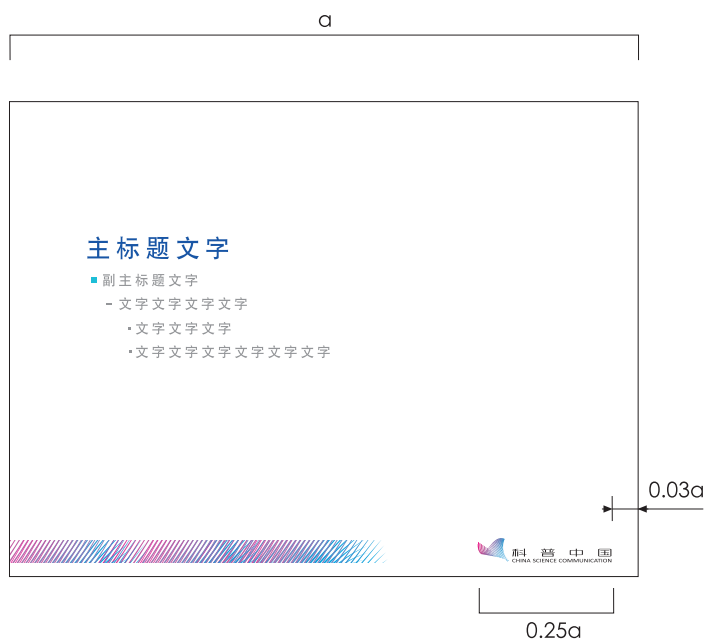
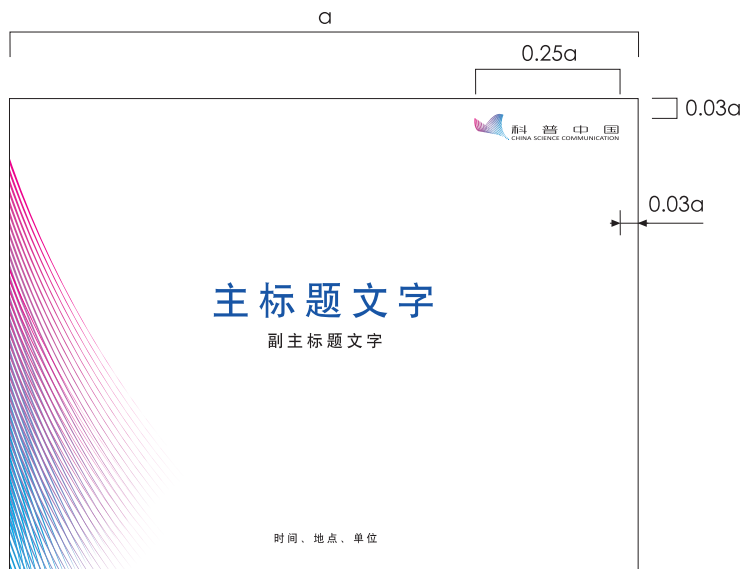


B产品应用设计

B-13 活动用演示文件PowerPoint版式

规格：画面规格4：3

要求：标志出现在画面右上角和右下角



B产品应用设计

B-14 活动用演示文件PowerPoint版式

规格：画面规格16：9

要求：标志出现在画面右上角和右下角

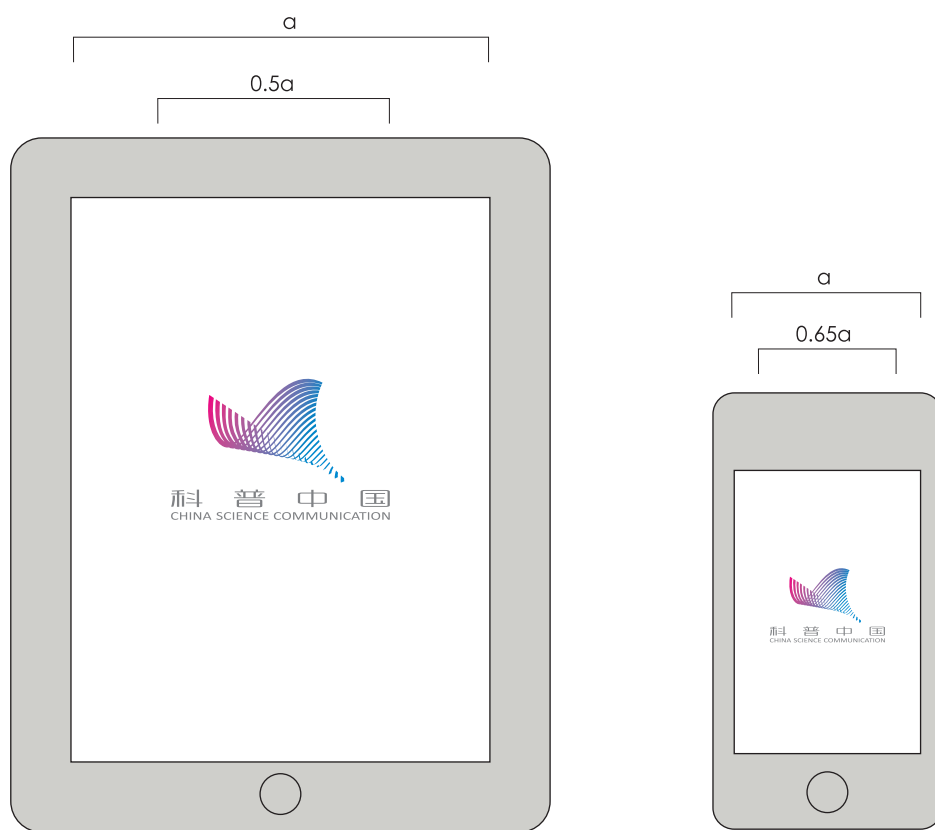


B产品应用设计

B-15 授权游戏（移动端）开始部分主画面

规格：竖版

要求：标志出现在画面中间

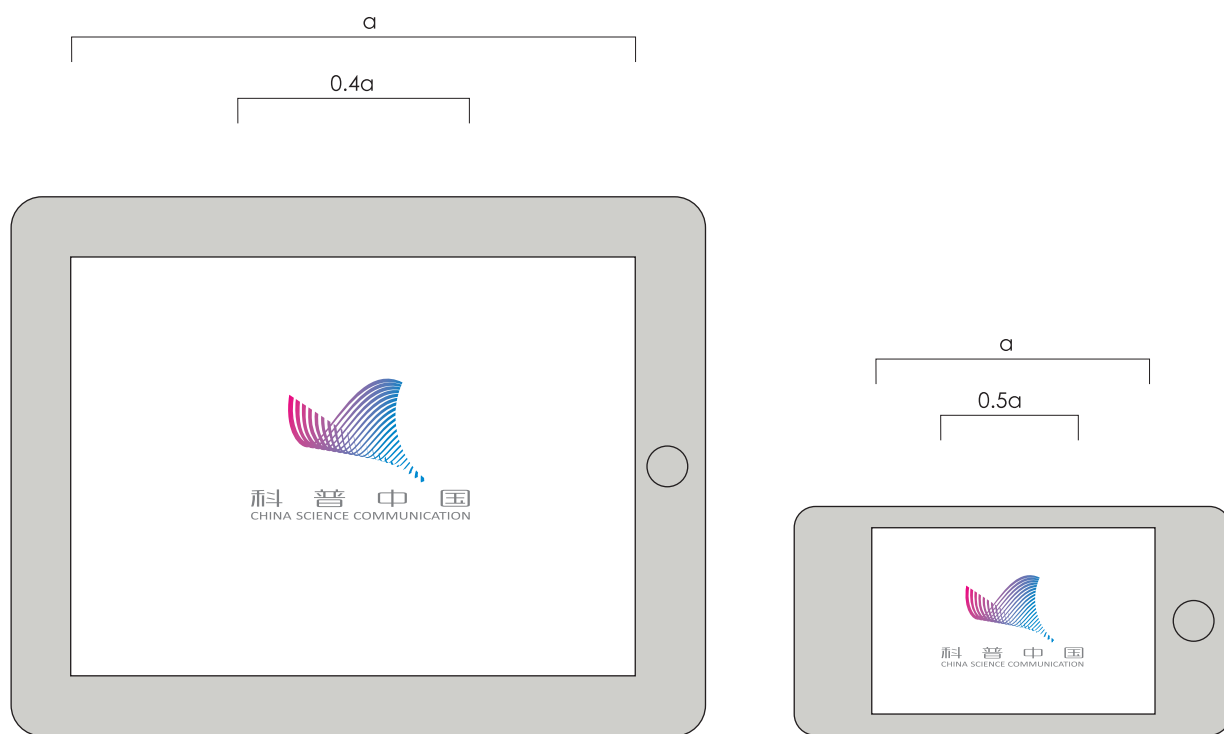


B产品应用设计

B-16 授权游戏（移动端）开始部分主画面

规格：横版

要求：标志出现在画面中间



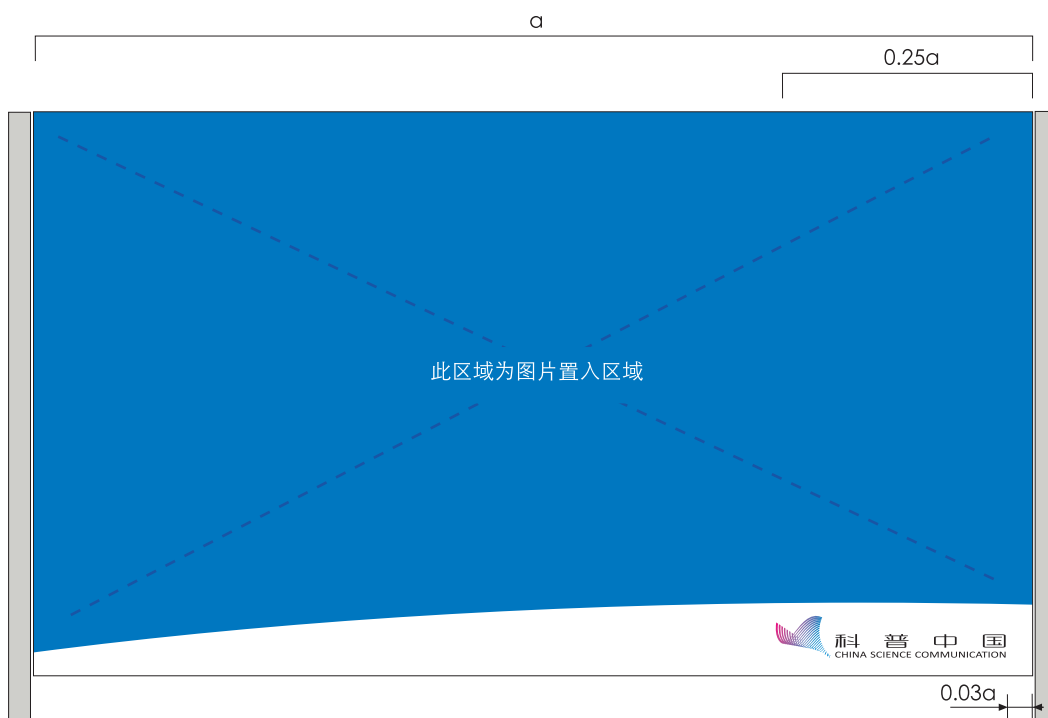
# C

## C活动应用设计

### C-1 活动广告（如公共汽车站等）灯箱横版规范

规格：画面规格16：9

要求：标志出现在画面右下角

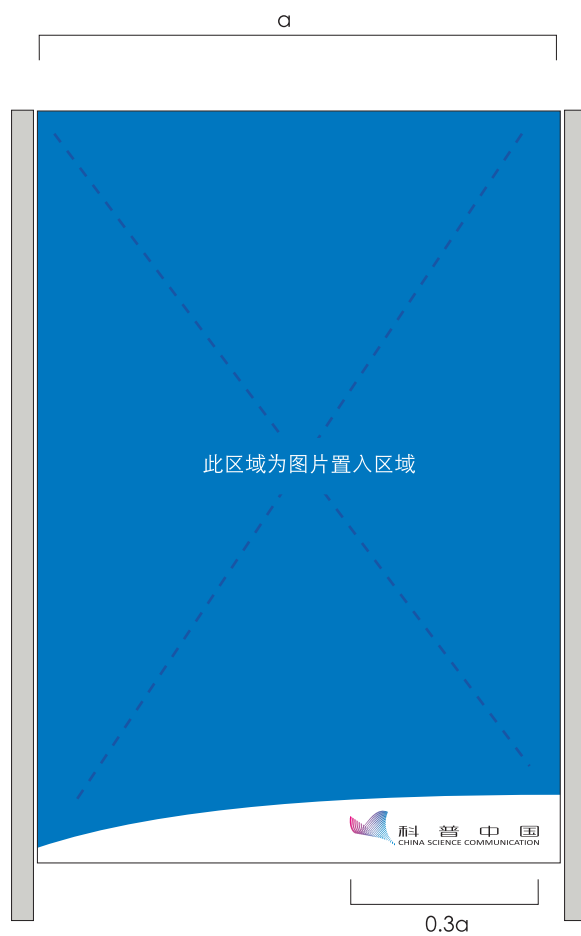


C活动应用设计

C-2 活动广告（如公共汽车站等）灯箱竖版规范

规格：画面为竖版

要求：标志出现在画面右下角



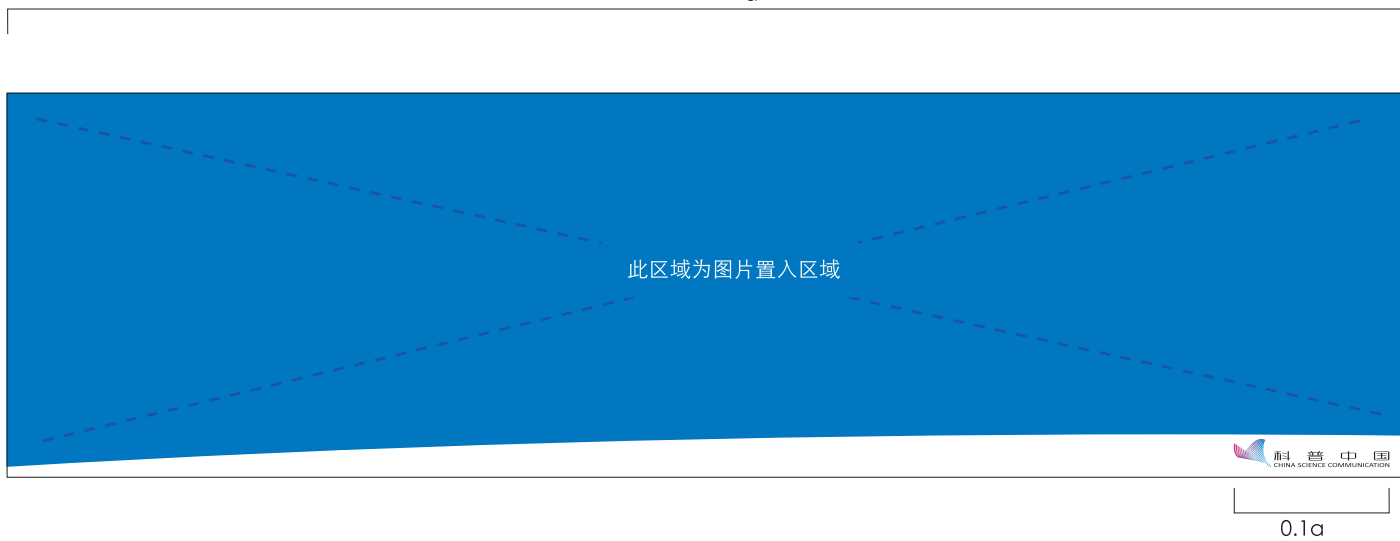
C活动应用设计

C-3 活动广告大型户外写真横版规范

规格：室外写真布根据需要实际选择

要求：标志出现在画面右下角

$a$

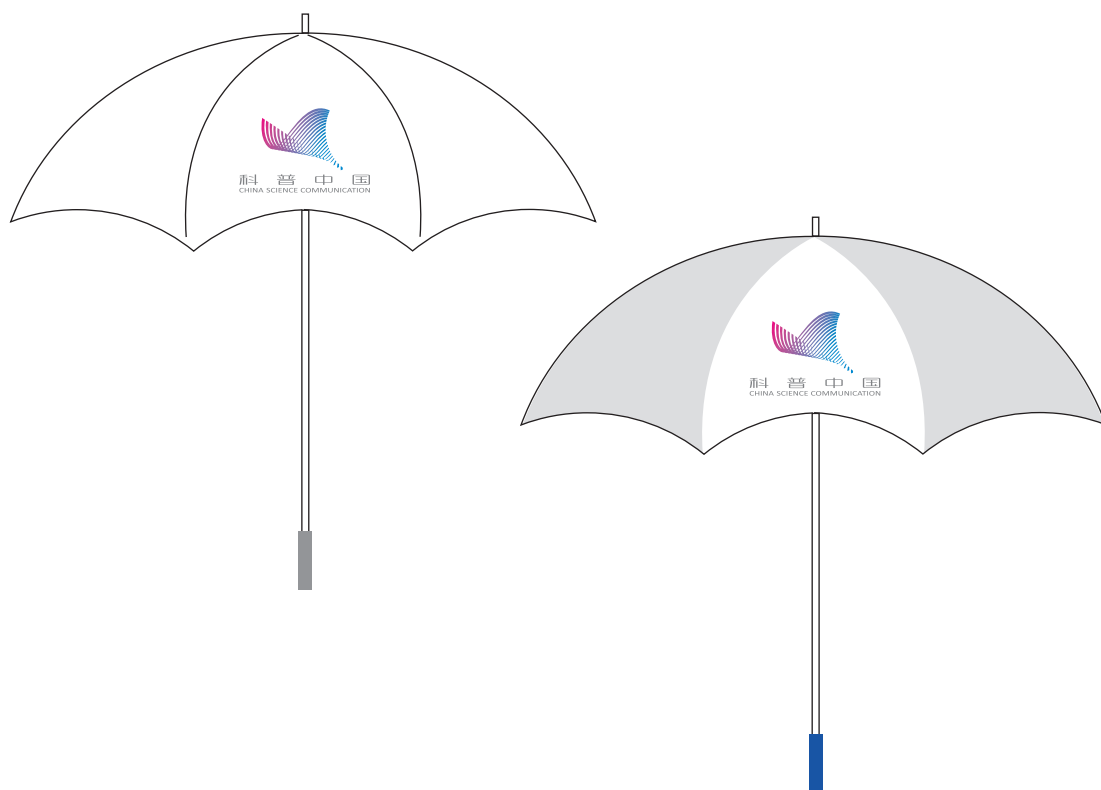


C活动应用设计

C-4 宣传礼品伞

规格：根据市场产品定制

要求：伞体主色调为白色或灰白相间



### C活动应用设计

#### C-5 活动展板规范

规格：尺寸根据实际需求制定（硬质材料、软之材料均可）

要求：标志出现在画面右下角

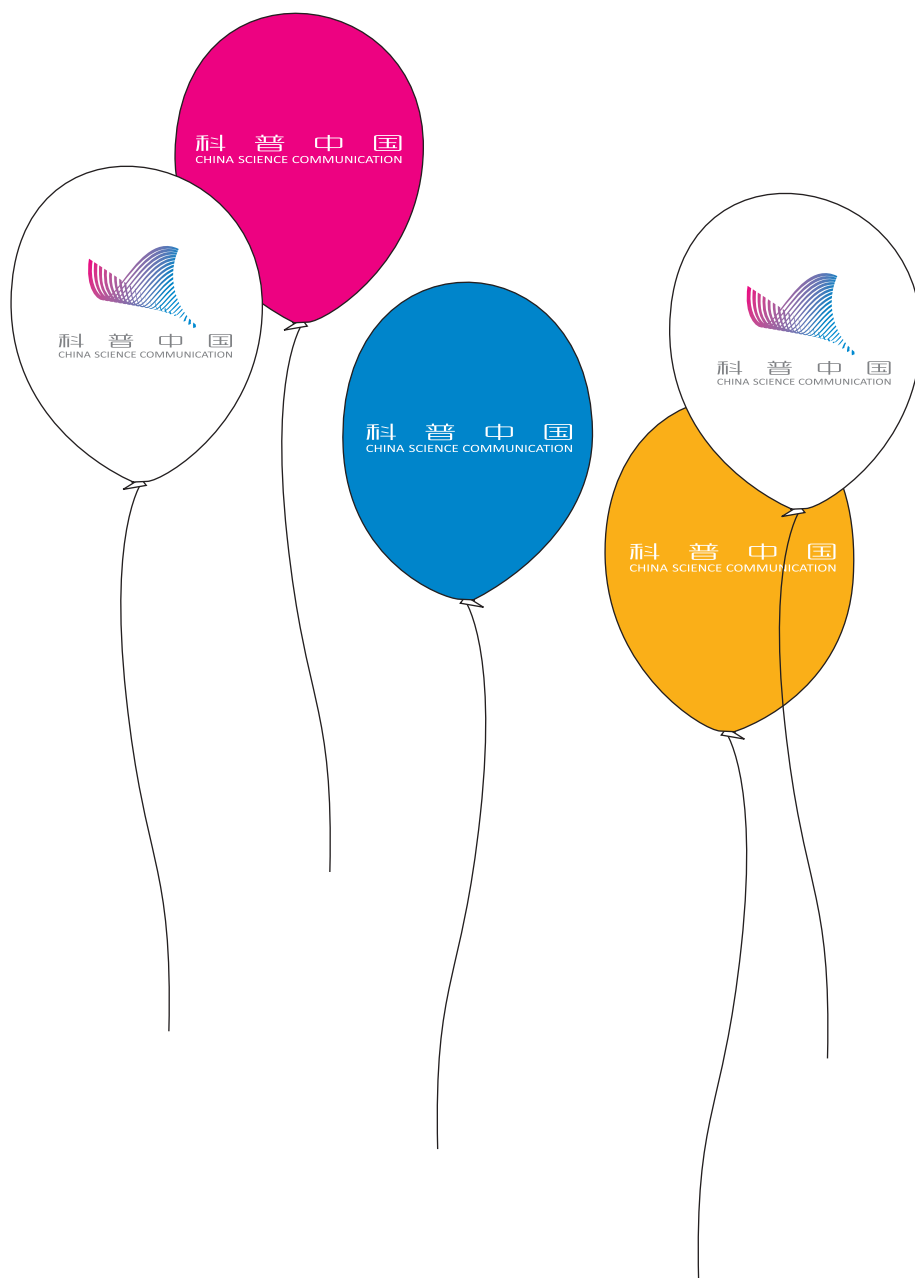


C活动应用设计

C-6 宣传活动气球

规格：根据具体需求定制

要求：白色或彩色

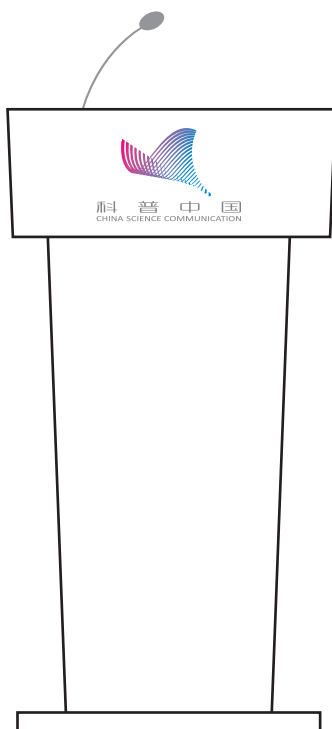


C活动应用设计

C-7 宣传活动讲台

规格：根据具体需求定制

要求：讲台为白色，标志居中



C活动应用设计

C-8 大型活动停车指示牌

规格：根据具体需求定制

要求：指示牌为白色，底座和侧边为绿色，标志居中

C70 M100



C活动应用设计

C-9 大型活动导向指示牌

规格：根据具体需求定制

要求：指示牌为白色，底座和侧边为灰色，标志居中  
K40



C活动应用设计

C-10服装

短袖衫

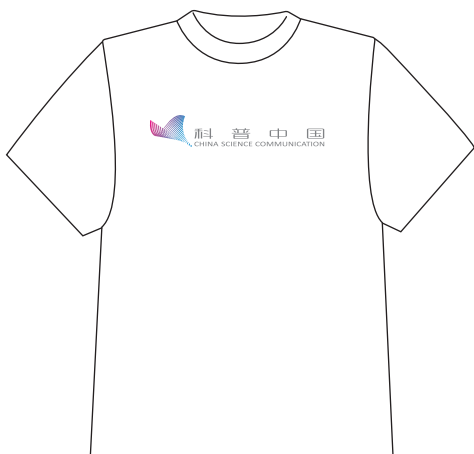
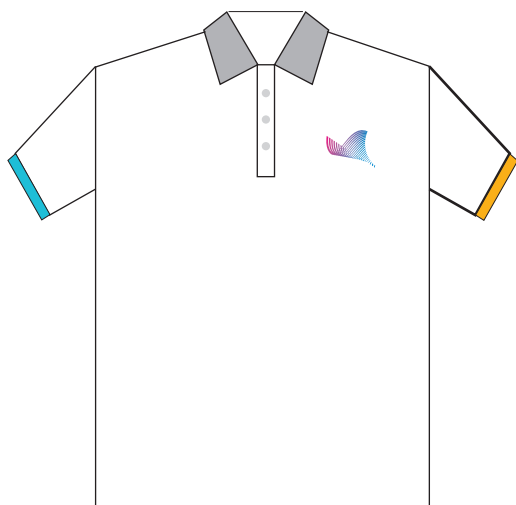
标志（绣）

领口：灰色

袖口：蓝、黄

广告衫

标志（印）



C活动应用设计

C-11 遮阳帽

标志：彩色（绣）

帽檐：白色

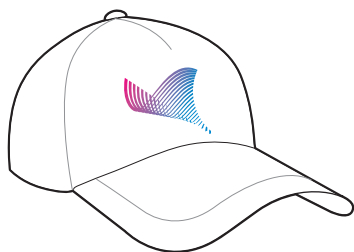
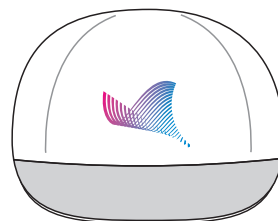
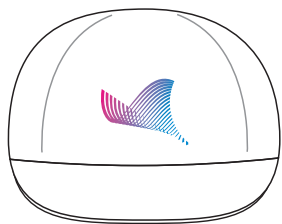
帽身：白色

遮阳帽

标志：彩色（绣）

帽檐：灰色

帽身：白色



C活动应用设计

C-12旗帜

旗帜

规格：长:宽 = 3:1

标志组合

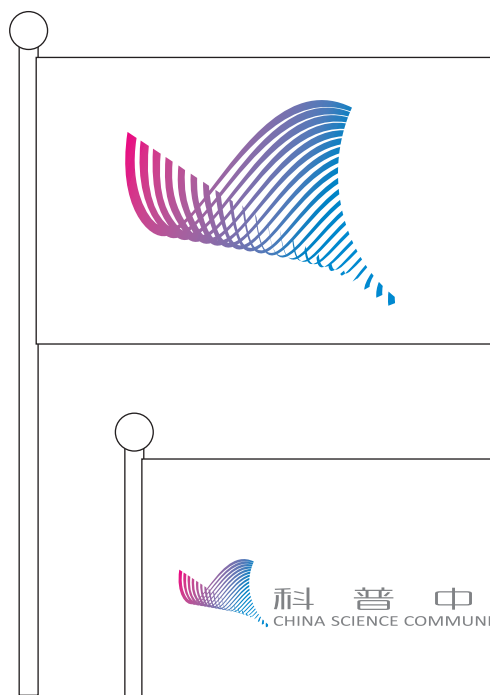
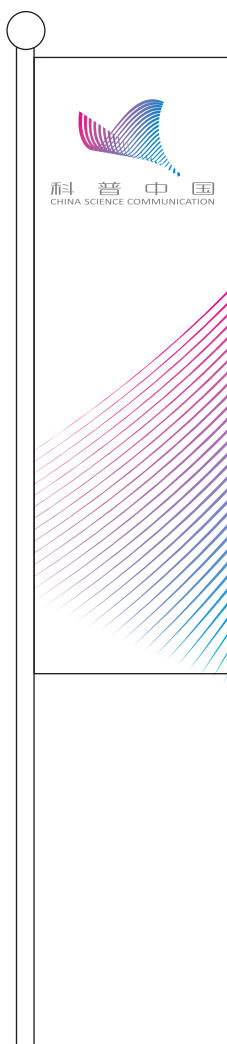
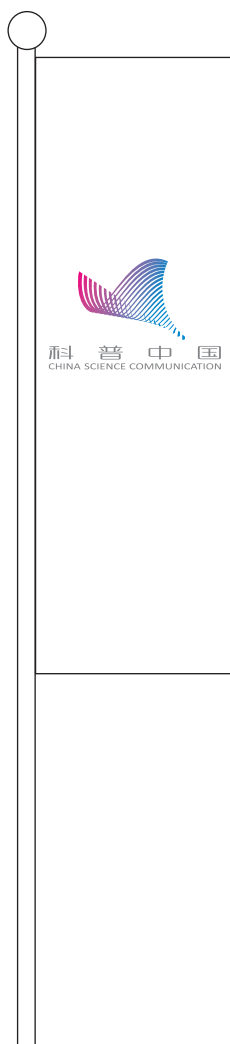
底色：白

旗帜

规格：长:宽 = 8:5

标志组合

底色：白



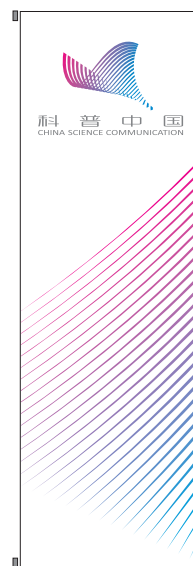
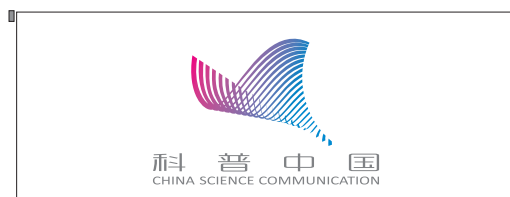
C活动应用设计

C-13挂旗

规格：长:宽 = 3:1

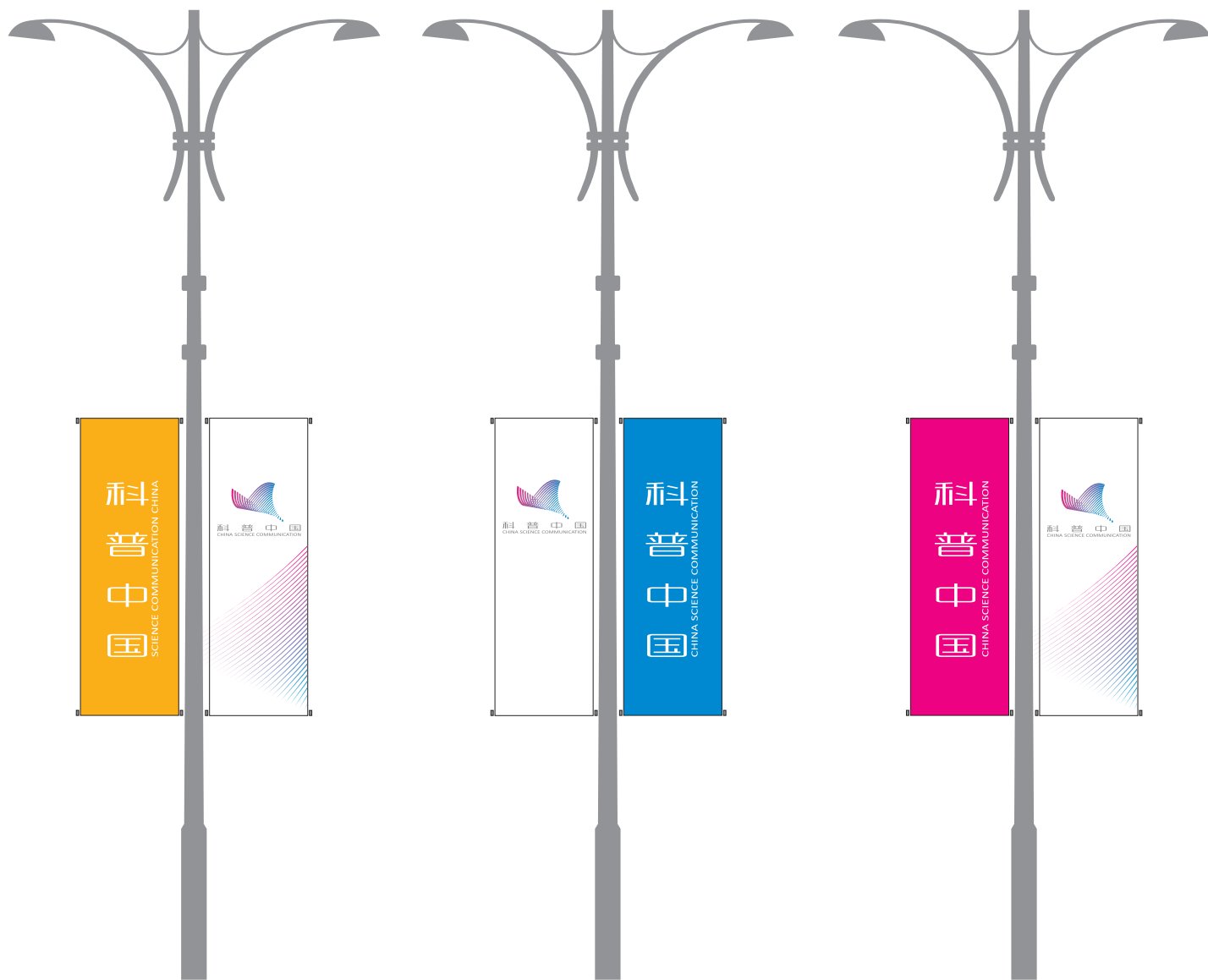
标志组合

底色：白、标准色、银色



C活动应用设计

C-14 旗帜



# D

## D其他应用设计

### D-1信封（中式）

材料：105克胶版纸

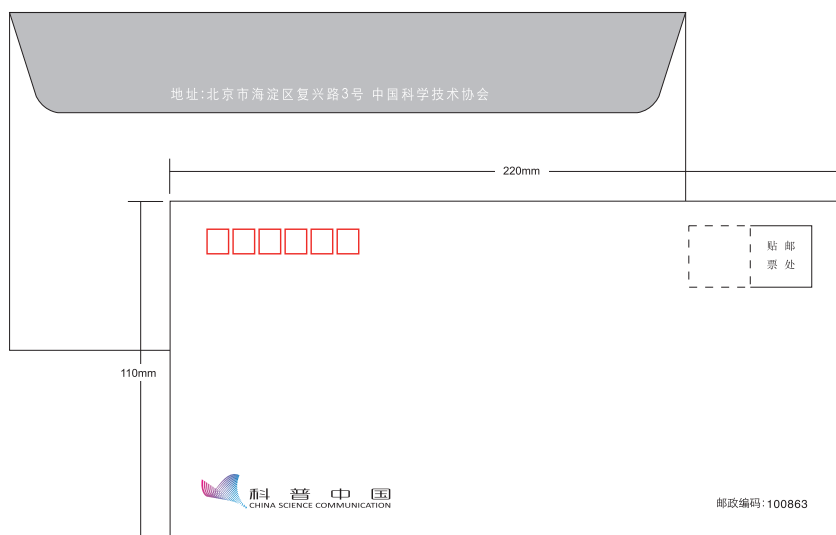
规格：110×220mm

中文文字：汉仪中等线简体

色彩：标准色、银色或K60

邮政编码线框：国家标准 金红色

邮票线框：国家标准 蓝色



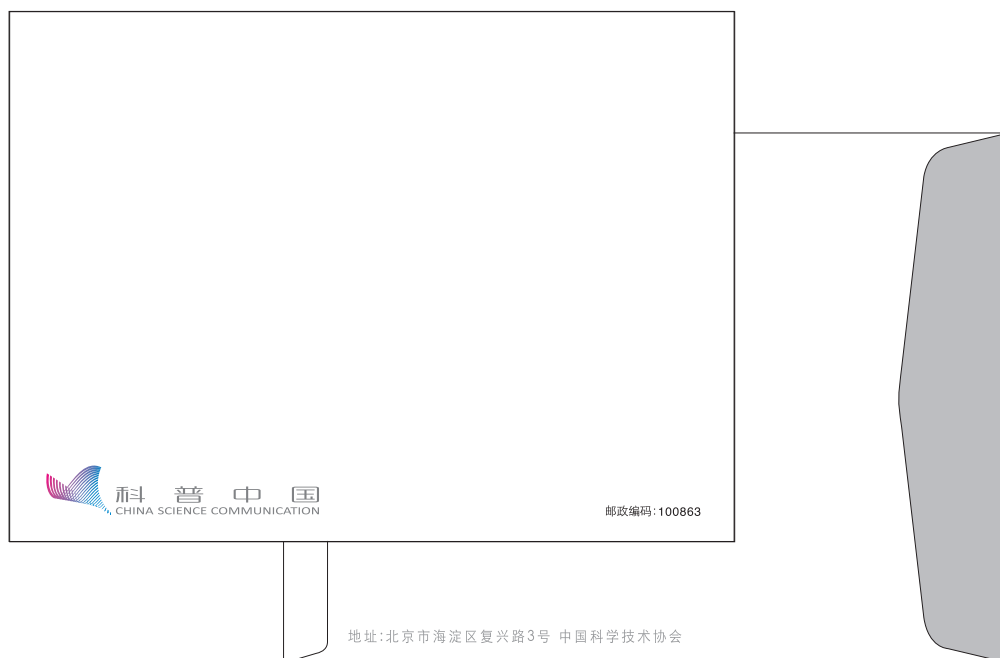
D其他应用设计

D-2信封（西式）

材料：105克胶版纸

规格：229×324mm

中文文字：汉仪中等线简体



D其他应用设计

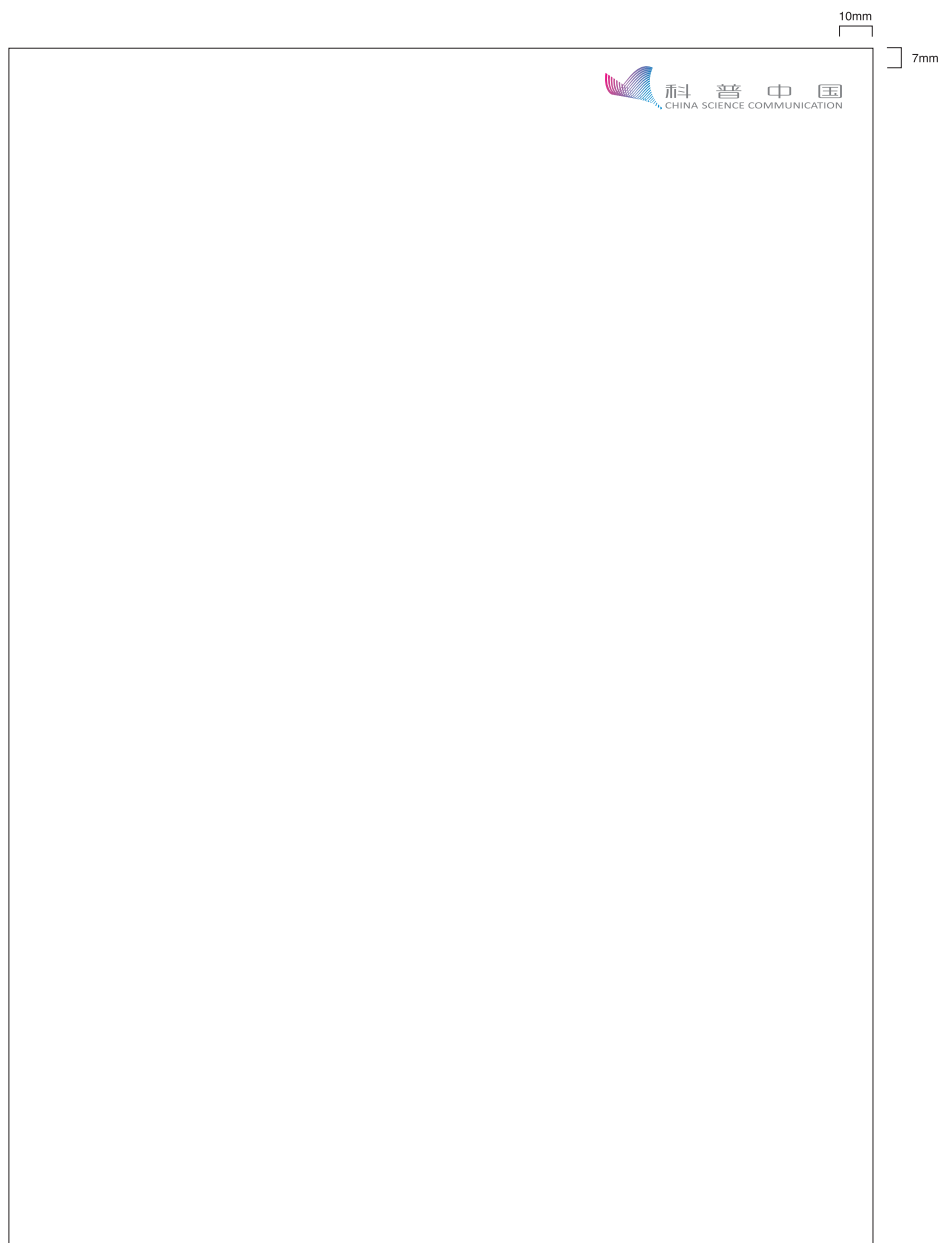
D-3信纸

材料:70克胶版纸

规格: 285×210mm 260×185mm

中文单位名称:汉仪中等线

中文其它文字:汉仪中等线



D其他应用设计

D-4便签

材料:70克胶版纸

规格: 210×140mm

中文单位名称:汉仪中等线

中文其它文字:汉仪中等线



D其他应用设计

D-5提袋

材料:157克铜版纸

规格:430×300×80mm

色彩:白色、标准色、银色



D其他应用设计

D-6资料袋、背心袋

资料袋

材料：不透明白色塑料袋

规格：430×300×80mm

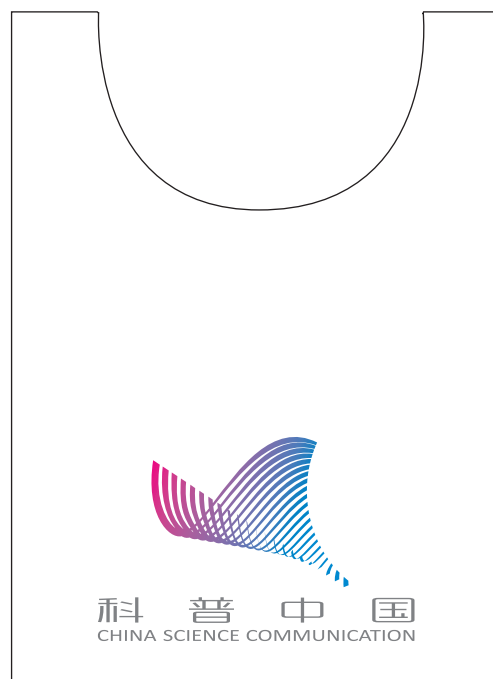
色彩：白色、标准色

背心袋

材料：织物材料

规格：430×300×80mm

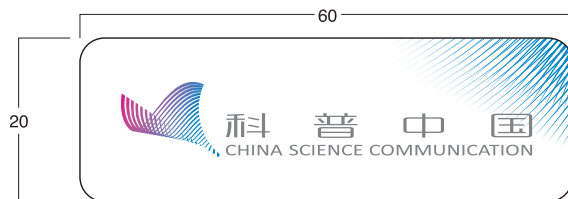
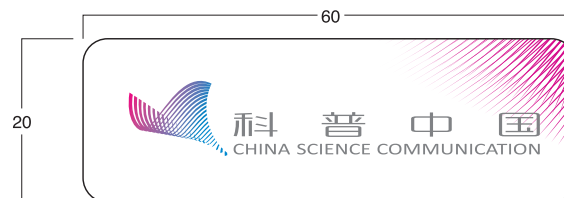
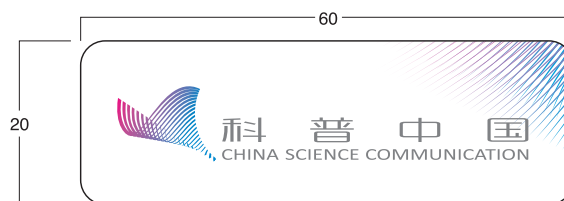
色彩：白色、标准色、辅助色



D其他应用设计

D-7 不干胶标识

材料	规格
105克铜版纸	60 × 15mm

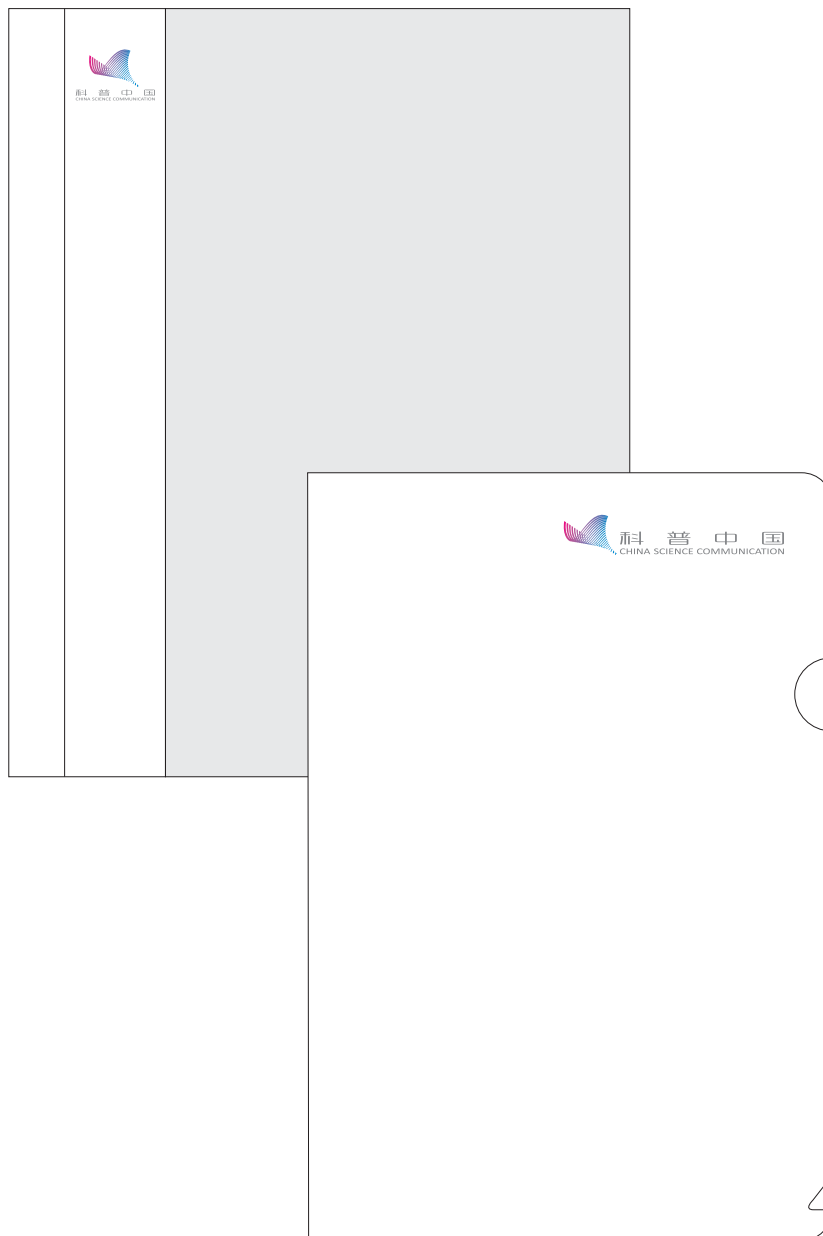


D其他应用设计

D-8文件夹

材料: 塑料  
规格: 310×235×17mm  
标志组合: 封面淡灰色  
书脊白色

材料: 塑料  
规格: 355×240mm  
对折底边压实



D其他应用设计

D-9识别卡

胸卡：  
标志组合  
文字：宋体、黑体  
规格：85×60mm

胸卡：  
标志组合  
文字：宋体、黑体  
规格：75×50mm

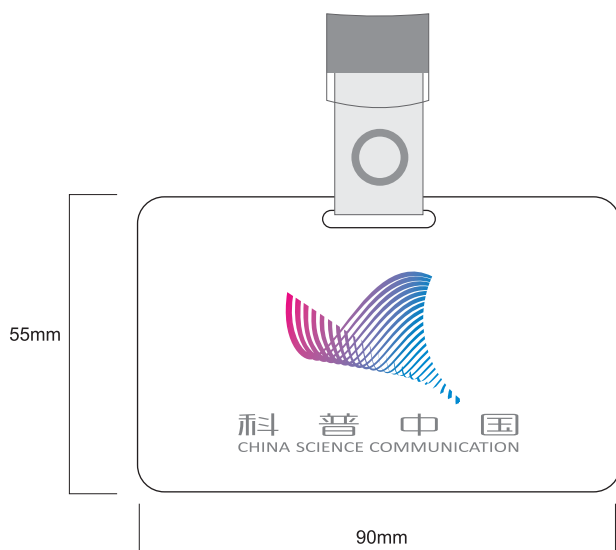


D其他应用设计

D-10识别卡

胸卡：  
标志组合  
文字：黑体  
规格：55×90mm

胸卡：  
标志组合  
文字：宋体、黑体  
规格：60×90mm



D其他应用设计

D-11 车证

标志组合

文字：宋体、黑体

规格：210×297mm



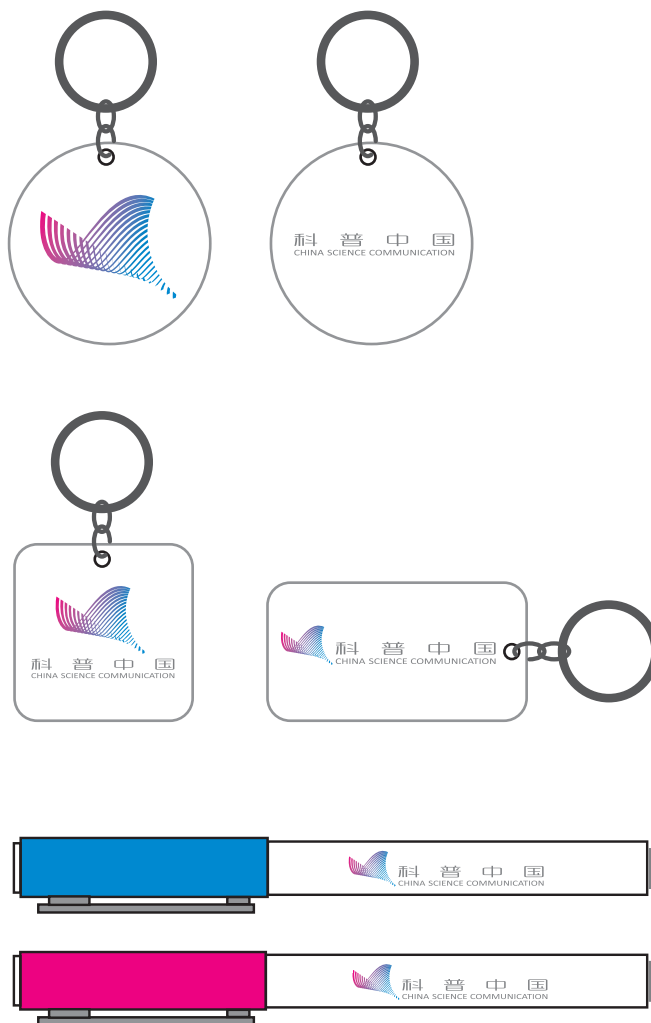
D其他应用设计

D-12笔记本、效率手册



D其他应用设计

D-13办公用品



D其他应用设计

D14水杯

纸杯

材料：纸

标志组合

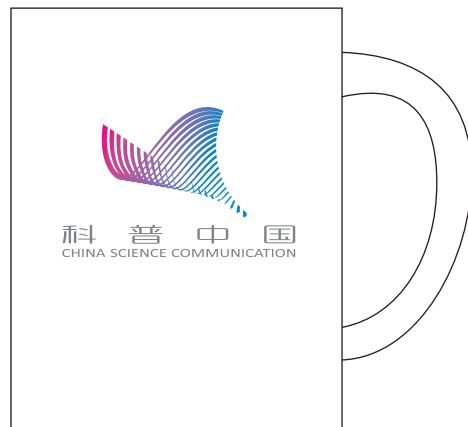
企业形象

瓷杯

材料：瓷杯

标志组合

企业形象



D其他应用设计

D-15 电脑光盘



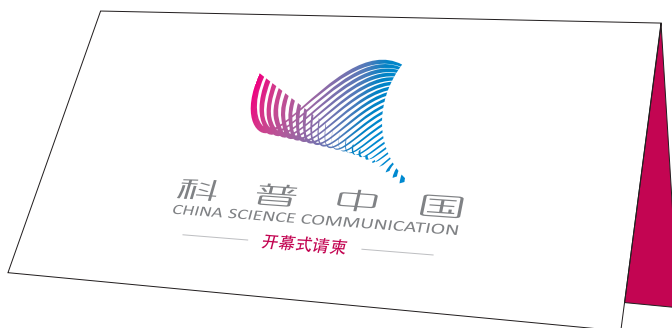
D其他应用设计

D-16 请柬

材料: 300克环保特种纸

规格: 120×220mm

色彩: 白色



# E

## E 附录

### E-01 标准色色标



M100 Y10



C100 M30



K60



M100 Y40 K20



M85



M75 Y75



M35 Y100



C100 M35



C70 Y15



M50 Y100



K35



M100 Y10



C100 M30



K60



M100 Y40 K20



M85



M75 Y75



M35 Y100



C100 M35



C70 Y15



M50 Y100



K35

E 附录

E-02标准组合的制版及应用范本



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION



科 普 中 国  
CHINA SCIENCE COMMUNICATION

E 附录

E-03标准组合的制版及应用范本



# 科普中国品牌使用与维护管理办法（暂行）

## 第一章 总 则

第一条 为规范科普中国品牌使用，维护科普中国品牌良好声誉，根据《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》，特制定本管理办法。

第二条 科普中国品牌是适应科普与信息化深度融合发展需求，中国科协创立、运营、推广和管理的我国科学传播的科学权威标志。科普中国品牌旨在携同社会各方，利用信息化技术手段，着力科普内容建设，创新表达形式，借助传播渠道，促进传统科普与信息化深度融合，精准满足公众个性化需求，增强科普传播的准确性和科学权威性，提高科普时效性和覆盖面。

第三条 科普中国品牌视觉形象由红、蓝色线条构成，上缘的S形状和整体构成的T形状，分别象征科学和技术；线条构成的电波形状，象征利用信息化技术手段进行科学传播。

任何组织和个人使用科普中国品牌视觉形象须遵照《科普中国视觉形象应用手册》。所有获得授权的机构都应按相关规定使用科普中国品牌，严格执行《科普中国视觉形象应用手册》所规定的各项规范，不得随意更改，以保证科普中国视觉形象的规范性和统一性，避免产生误导。

第四条 中国科协对科普中国品牌享有全部知识产权，通过品牌授权方式进行科普中国品牌运营管理和传播推广。

第五条 科普中国品牌授权包括产品授权和活动授权。其中产品授权包括政府购买服务形成的科普传播产品的合同授权、社会生产的科学权威的科普传播产品的认定授权。活动授权采取审批授权。

## 第二章 科普产品的合同授权

第六条 中国科协通过政府采购合同对政府购买服务形成的科普传播产品进行合同授权。

第七条 科普信息化建设工程各专题频道（子项目）的承担机构在合同约定的建设任务范围内，须在所建设频道（栏目）中适当位置设置\*科普中国\*XXX\*的专题频道（栏目）名称，同时添加科普中国视觉形象。科普信息化建设工程各专题频道（子项目）建设产生的科普中国相关产品的画面（页面）中须添加科普中国视觉形象。相关具体事宜在项目合同中作出约定。

第八条 中国科协和科普信息化建设工程各专题频道（子项目）的承担机构共同拥有所建设频道（子项目）的知识产权。中国科协拥有项目合同中规定生产的科普资源的知识产权，并授权专题频道（子项目）承担机构进行公益性使用和传播。

各专题频道（子项目）的承担机构应保证所生产的文章、视频、游戏等科普资源不侵犯他人知识产权。如有涉及到应当申请专利的技术内容，在提出专利申请前不得发表、公布或向他人泄漏。如需利用所生产资源申报各类奖励，须提前征得中国科协同意。

### 第三章 科普产品的认定授权

第九条 中国科协通过科普中国创作与传播创建活动评选社会生产的科学权威的科普传播产品，通过认定和品牌授权协议对其进行认定授权。

第十条 获得科普中国认定授权的科普传播产品，须加注\*科普中国认定\*字样，并添加科普中国视觉形象。相关具体事宜在品牌授权协议中作出约定。

第十一条 获得科普中国品牌认定授权的科普传播产品知识产权所有权不变。中国科协享有传播权，可通过链接等方式进行科普产品的传播和推介。相关机构应确保原有知识产权拥有者不以任何形式、理由就知识产权问题对中国科协和科普中国品牌进行追索。

第十二条 获得科普中国认定授权的科普传播产品生产团队应建立互联互通机制，互相对优秀科普传播产品进行推介和传播。

### 第四章 科普活动的审批授权

第十三条 科普活动授权是指将科普中国品牌授予线上线下相结合、充分利用信息化手段进行传播、预期影响力较大的科学传播活动。活动必须体现科学权威、传播广泛、公益公信的特征。

科普活动授权一事一报，中国科协通过正式审批程序，对科学传播活动进行科普中国有限品牌授权，授权范围以批复为准。

第十四条 获得科普中国品牌授权的科学传播活动可在活动相关宣传渠道、宣传品、活动现场、活动资源等方面使用科普中国视觉形象。

第十五条 获得科普中国品牌授权的科学传播活动须利用自有传播渠道（平台）对活动内容进行广泛传播和精准推送。

## 第五章 品牌监管

第十六条 获得科普中国品牌授权的产品和活动必须保证其传播内容的准确和科学权威，并按公众需求运用信息化手段不断丰富传播内容、创新传播形式、拓宽传播渠道，提高科学传播效果和覆盖面。

第十七条 中国科协科普部负责科普中国品牌授权使用过程中的检查、监管和维权。

第十八条 中国科协科普部对获得科普中国品牌授权的产品和活动实行动态管理。通过传播内容质量、传播效果、传播舆情监测情况进行考查，对出现严重科学性、政治性问题，或传播效果不好的产品和活动，将取消其科普中国品牌授权。

第十九条 各品牌使用机构在使用科普中国品牌的过程中，必须保护、维护科普中国品牌形象，不得对品牌形象构成损害。未经中国科协许可，在传播媒介、销售产品、科学传播活动中应用科普中国标志或者近似的标志，或未经同意更换科普中国标志并将该更换标志的产品又用于信息传播的，均属侵犯科普中国品牌专有权。引起纠纷的，协商解决；不愿协商或者协商不成的，中国科协保留法律诉讼的权利，或提起工商行政诉讼。

第二十条 获得科普中国品牌授权的产品和活动在创作和传播的所有内容中，不得出现以下相关内容：

- （一）违反科学性的。
- （二）反对《中华人民共和国宪法》所确定的基本原则的。
- （三）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的。
- （四）损害国家荣誉和国家利益的。
- （五）煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的。
- （六）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的。
- （七）散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的。
- （八）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的。

(九) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的。

(十) 含有虚假、有害、胁迫、侵害他人隐私、骚扰、侵害、中伤、粗俗、猥亵、或其它道德上令人反感的内容的。

(十一) 擅自置入商业广告内容的。

(十二) 含有中国法律、法规、规章、条例以及任何具有法律效力之规范所限制或禁止的其它内容的。

第二十一条 获得科普中国品牌授权的产品和活动须在批复范围和期限内使用科普中国品牌。在所有与科普中国品牌应用、授权、合作或其他任何相关的行为中，不得出现以下相关情况：

(一) 未经中国科协同意情况下应用科普中国品牌的。

(二) 应用科普中国品牌对科普中国品牌造成破坏或负面影响。

(三) 未能正确按照科普中国品牌管理相关规定应用科普中国品牌的。

(四) 应用科普中国品牌过程中违反国家现行法律、法规、规章、条例以及任何具有法律效力之规范所限制或禁止的其它行为。

第二十二条 获得科普中国品牌授权的产品和活动如未按本管理办法、《科普中国视觉形象应用手册》和双方合同规定使用科普中国品牌，中国科协有权责令其改正。如拒不改正，改正后再次出现违反使用规定的情况，或出现严重影响中国科协形象和科普中国品牌的行为，中国科协有权取消该对机构的品牌授权，并追究其相关责任。

## 第六章 附 则

第二十三条 《科普中国视觉形象应用手册》由中国科协科普部另行制定。其他未尽事宜由中国科协与相关责任主体另行协商确定。

第二十四条 本管理办法由中国科协负责解释。

第二十五条 本管理办法自公布之日起施行。

别象征科学和技术；线条构成的电波形状，象征利用信息化技术手段进行科学传播。

## 科普中国视觉识别手册

设计单位：清华大学美术学院

设计主持人：张雷

项目组成员：李婧雯 刘凯威 苏易 安鑫 洪梦初

