



速博雷尔视觉识别规范手册

Brand Visual Identity System Manual

版本号：V2026.3.1

SUPROR

使用说明

速博雷尔视觉识别规范手册 V3.1

品牌视觉识别指导手册（VI）是我们最重要的视觉资产之一，VI作为品牌视觉形象管理的规范，约束对内对外传播的品牌视觉必须具有一以贯之的统一形象，凝聚独有的品牌认知，沉淀品牌的个性与气质，形成具有差异化的品牌力。

速博雷尔各部门与各内部业务品牌及全体员工应严格遵循和执行VI使用规范，使用前，请详查各个规范的文字说明与图形示例，不得依个人意志随意更改，避免违反设计规范的行为，共同维护速博雷尔完整统一的卓越品牌形象。

目录

速博雷尔视觉识别规范手册 V3.1

- 01 我们的品牌
- 02 品牌标志
- 03 品牌色彩
- 04 品牌字体
- 05 图片风格
- 06 辅助图案
- 07 办公应用
- 08 广告应用

01 我们的品牌

- 关于品牌
- 我们的价值观
- 经营理念
- 愿景
- 使命

速博雷尔是谁？

我们是一家专注于通用减速机研发制造的高新技术企业。

主营产品包括：行星减速机·齿轮减速机·蜗轮蜗杆减速机·工业齿轮箱·零配件

SUPROR® 速博雷尔

1.0版本（2003~2018年使用）

SUPROR
速博雷尔

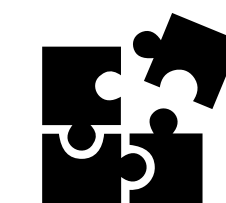
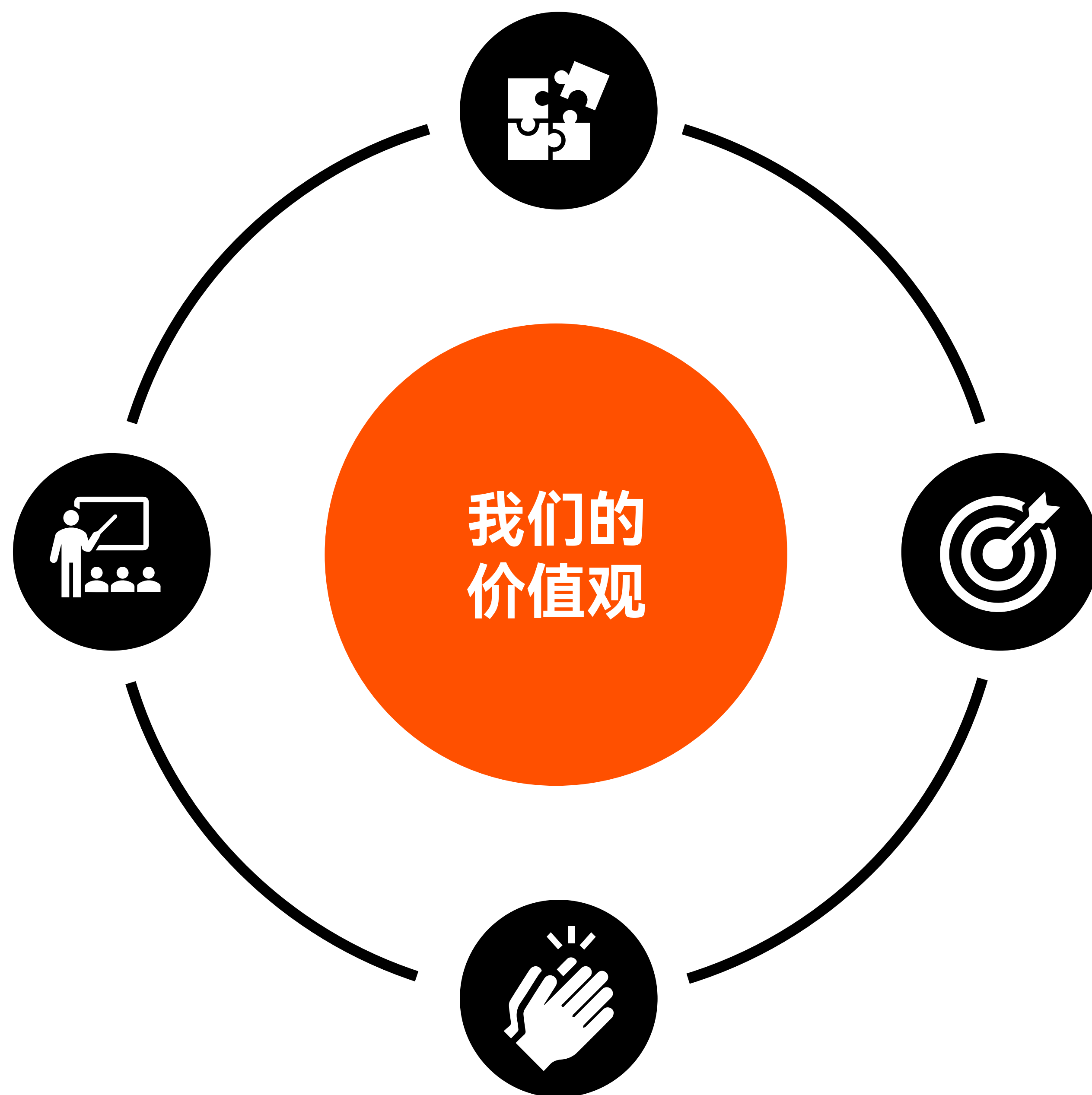
2.0版本（2018~2021年使用）

 SUPROR

3.0版本（2021年~2025年）

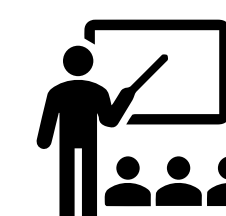
 SUPROR

3.1版本（2025年起开始使用）



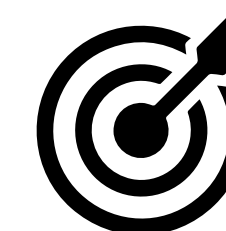
契约精神

以信守承诺、遵守规则、承担风险的做事准则，促进及维护企业及社会的长远发展。



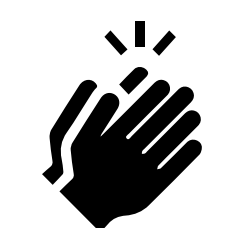
持续学习

通过终身学习或增量学习的生活方式以适应不断变化的环境和需求。



简单

企业发展目标清晰，工作方向明确，人事关系简单。



快乐

因专业而喜悦，因热爱而快乐。

为社会创造
财富与安享

为用户分享
价值体验

为股东获得
投资回报

为员工带来
物质的丰富和
工作自豪感

我们只做减速机

**专注于减速机领域的持续发展
成为全球优秀用户的最佳选择**

从跟随到超越

02 品牌标志

- 品牌标识释义
- 品牌标识总览
- 标识选用规范
- 标志的正确比例
- 标志的最小尺寸与保护空间
- 标志颜色 - 单色黑和反白标志
- 标志背景色控制
- 标志的错误用法
- 社交媒体中的头像
- 标志与标语组合规范

品牌标识释义

全新的速博雷尔标志沿用和继承原标志的正方形外框和 S 的连接，我们对圆角弧度做了优化使其更加圆润,视觉上体现出更加亲和感,增加内圆角处理对应外圆弧度的变化让它更加具有视觉统一性,带有强烈的字母属性和行业特征。

寓意携手同行，开创未来

标志的“S”字母与正方形进行连接，直观体现了速博雷尔和客户及合作伙伴之间的紧密关系，与他们共同成长，共同进步。



你可以通过这个标识从行业品牌中识别出速博雷尔

品牌标识总览

标识是企业形象的核心元素，是企业精神的象征，也是企业价值的体现。标识通过图形化的形式向大众传达我们的行业属性和气质。正确恰当地使用标识可提升品牌价值和知名度。

注意事项
在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现误差。

- 1. 图形与英文组合标识（主要使用）
- 2. 图形与中英文组合标识（次要使用）在特定物料上使用
- 3. 标识独立使用（在特殊场合下使用）
- 4. 图形与中文组合使用（在特殊场合下使用）

说明：
一般情况下请使用图形与英文组合标识，根据版面的不同选择左右和上下组合。
图形独立使用主要在产品和一些特殊物料情况下使用。

1、图形与英文组合标识（主要使用）



左右组合

上下组合

2、图形与中英文组合标识（次要使用）



3、标识独立使用（特殊场合下使用）



4、图形与中文组合使用（次要使用）



标识选用规范

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。我们在使用上应做到使用无误，防止变形。

注意事项
在实际运用中，请根据此规范在不同渠道、场景中选择对应标识组合进行使用，特殊场景需根据实际情况选择标识组合。

使用场景	使用规范				
平面（线上线下）				速博雷尔	
活动				速博雷尔	
网页与 APP				速博雷尔	
减速机产品					
海外					
特殊中文场景			速博雷尔		

标志组合

在大多数场景中首选图形与英文组合使用，根据版面的不同可以自由选择左右组合与上下组合。

注意事项

在实际运用中，请根据此规范在不同应用载体、场景中选择对应标识组合进行使用，特殊场景需根据实际情况选择标识组合。



▲ 品牌标志（上下结构）



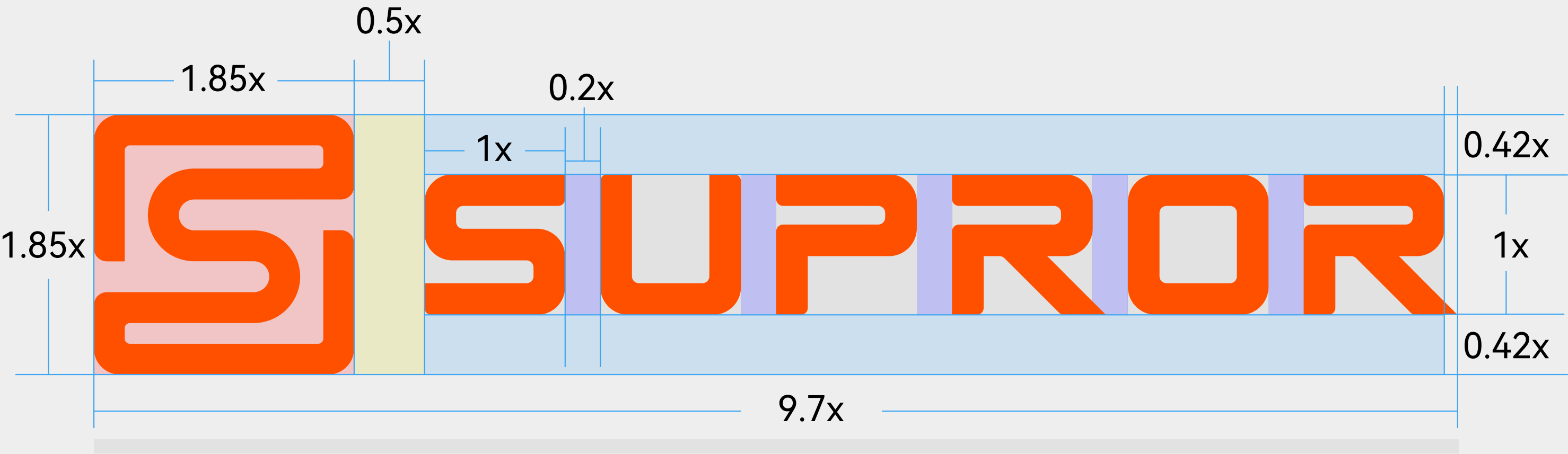
▲ 品牌标志（左右结构）

标志的正确比例

标志的标准制图意义在于告知品牌形象的使用者认识此标志的正确形态，能够避免错误的使用或为实施供应商把关，而不是将标志进行重绘。为保持对外形象的高度一致性，采用标志的网格制图的方式规范标志的造型比例、结构、空间距离等位置关系。禁止改变常用品牌组合标识宽高、间隙比例。以标志“S”的宽度1X为计量单位，标志的其他距离都以此为标准进行测量。

注意事项

在一般情况下使用标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘标识，尽量避免在重绘中出现误差。



标志的最小尺寸与保护空间

标志预留空间范围是为了确保标志不被其他图形干扰、破坏的一种标识保护手段，如图所示，以X为基础单位，标志的预留空间为1X（由标志边缘向外扩展），标志预留空间内不允许任何图形、文字及其他元素出现。另外，为了保证标志图最小尺寸的设置是为了确保标志使用过程中的品质使其清晰易识别。

品牌标识印刷使用时最小可用高度设为4mm和 5mm，在线上使用时最小可用高度为20px和 40px。为了保持品牌标识的辨识度，使用时不得小于最小尺寸。

注意：
在所有标志使用过程中，务必确保使用品牌管理系统的标志源文件（AI、PDF 、SVG格式）。不得自行创造和设计标志。



标志保护空间

标志最小尺寸

 4mm 印刷最小标识

 20px 屏幕最小标识

 5mm 印刷最小标识

 40px 屏幕最小标识

标志颜色

我们在进行品牌推广过程中，会遇到各种载体环境，如在载体中因受到条件制约不能使用彩色稿标志，特制定标志的墨稿及反白稿来保证标志的统一准确的传播，来满足不同需求的具体应用。

在标志颜色版本的选用上，彩色稿标志为首选。在不能使用彩色稿的情况下，再选用标志的墨稿和反白稿。所有视觉应用设计优先使用速博橙标志，在特殊情况下可以使用单色黑、反白标志。

本页列举了彩色标志、单色标志的色彩控制。

浅色背景橙色标识



黑色背景橙色标识



单色黑标识



单色黑反白标识



标志特定颜色

为在不同材质上，清晰展现品牌标识，品牌标识可使用多种工艺处理。

专色橙
常用于包装或袖口等需要做立体质感的情下。

烫金/烫银
常用于礼品包装或精美封面的品牌标识烫印。

古铜金
常用于礼品包装或封面的品牌标识烫印。

丝印白
常用于礼品包装或精美封面的品牌标识烫印。

专色橙



烫银/印银



古铜金



丝印白



标志背景控制

为了确保品牌标识能够清晰可辨，务必严格控制背景色的亮度。本页展示了品牌标识应用在不同背景上的色板，使用者可以参考本色板衡量有色背景的亮度。

图例中展示了品牌标志在不同背景色上的使用建议，请在应用时进行对照参考。标记“\”为禁止应用标志的背景色环境。

单色灰度背景控制

使用彩色标志			使用反白标志					使用彩色标志	

标准色背景控制

使用反白标志						使用彩色标志			

图片背景控制

禁止在复杂图片背景下使用白色logo

禁止在浅色图片背景下使用浅色logo

标志的错误用法

本页列举了品牌标识的错误使用示例，为了确保品牌标识应用的一致性，请避免在应用过程中出现错误执行。

注意事项

本页为常见违规用法，非穷举所有错误应用。

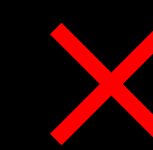
1、改变标志的颜色



2、改变标志的字体标志



3、改变标志的组合比例



4、压缩和拉伸标志

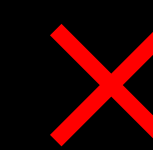


最常触发

5、将标志倾斜使用



6、给标志做描边



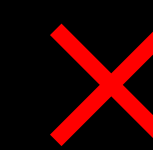
7、标志中禁止放置色块或其它元素



8、禁止给标识添加投影



9、禁止在混乱背景上使用



社交媒体中的头像

本页列举了品牌标识在社交媒体中的头像使用示例，为了确保品牌标识应用的一致性，请避免在应用过程中出现错误执行。



样式 A



样式 B



样式 C



样式 D



样式 E



样式 F



样式 G



样式 H

标志与标语组合规范

本页列举了品牌标识与标语组合使用示例，
为了确保品牌标识应用的一致性，请避免在
应用过程中出现错误执行。



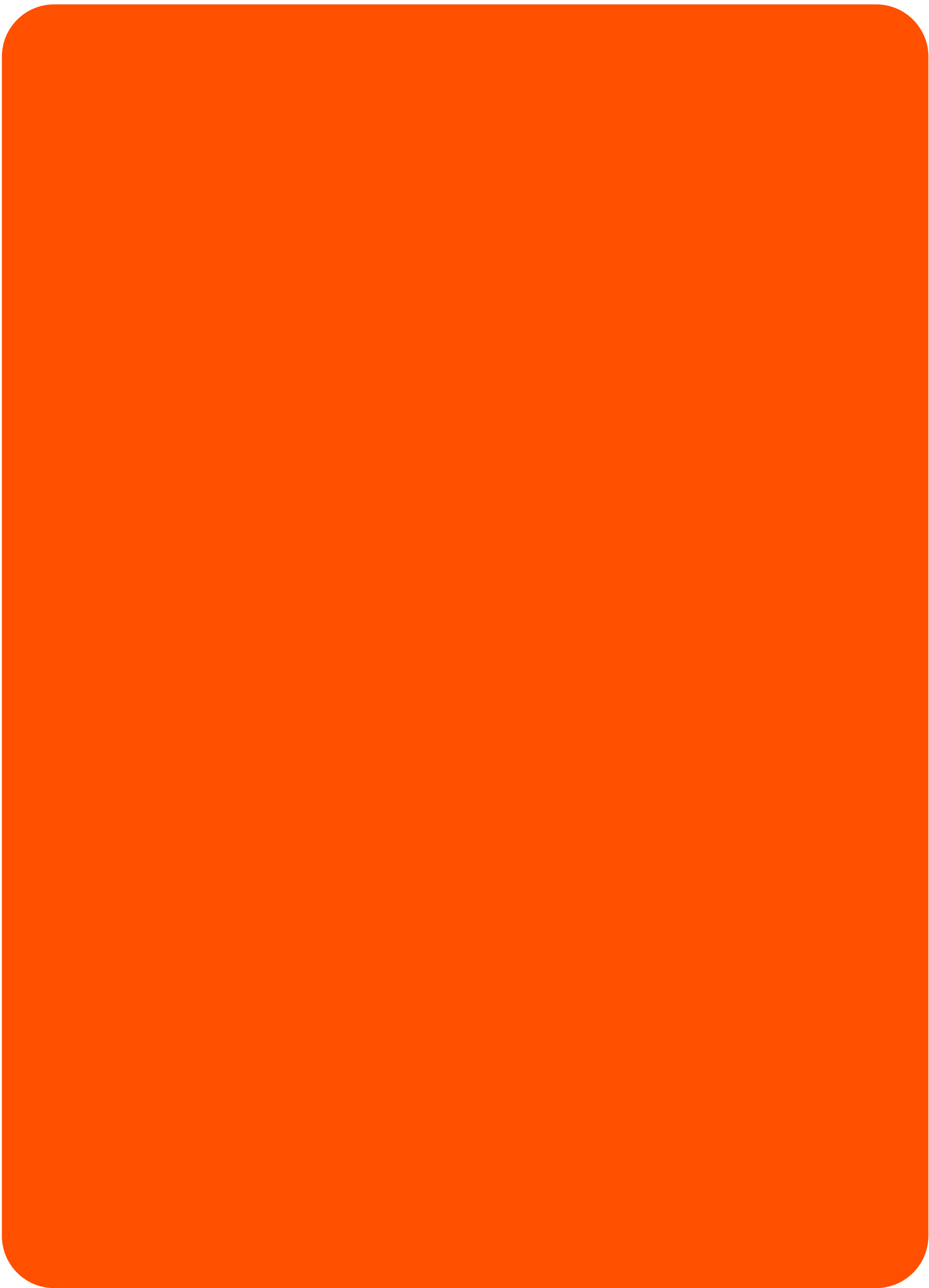
03 品牌色彩

- 品牌色彩总览
- 品牌识别色（速博橙）
- 品牌辅助色
- 中性色
- 色彩错误使用示例

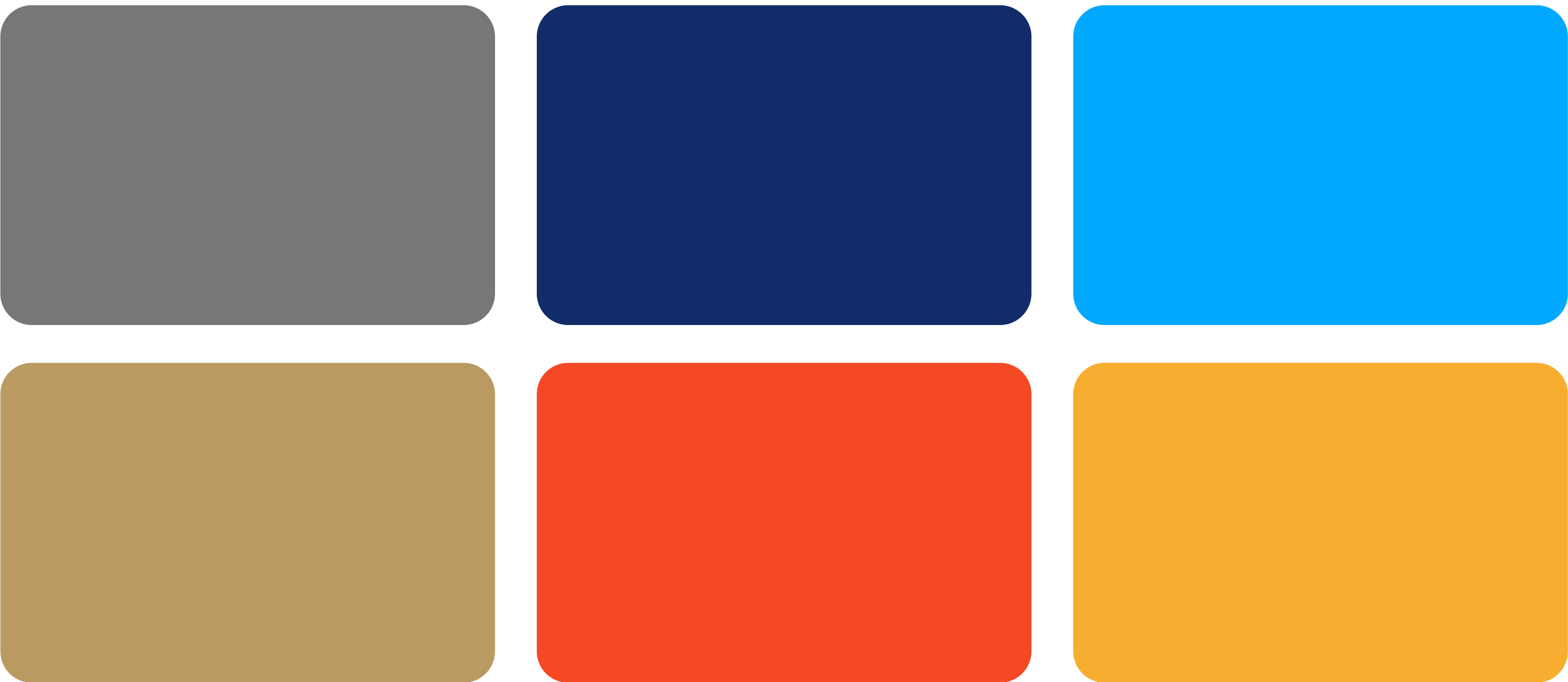
品牌色彩总览

品牌色彩是视觉识别系统中非常重要的基础元素。不是所有的色彩搭配都是能被接受的，为了帮助你选择正确的色彩，我们把色彩分为3类：品牌色、辅助色和中性色。

品牌识别色



品牌辅助色



单色灰度辅助色



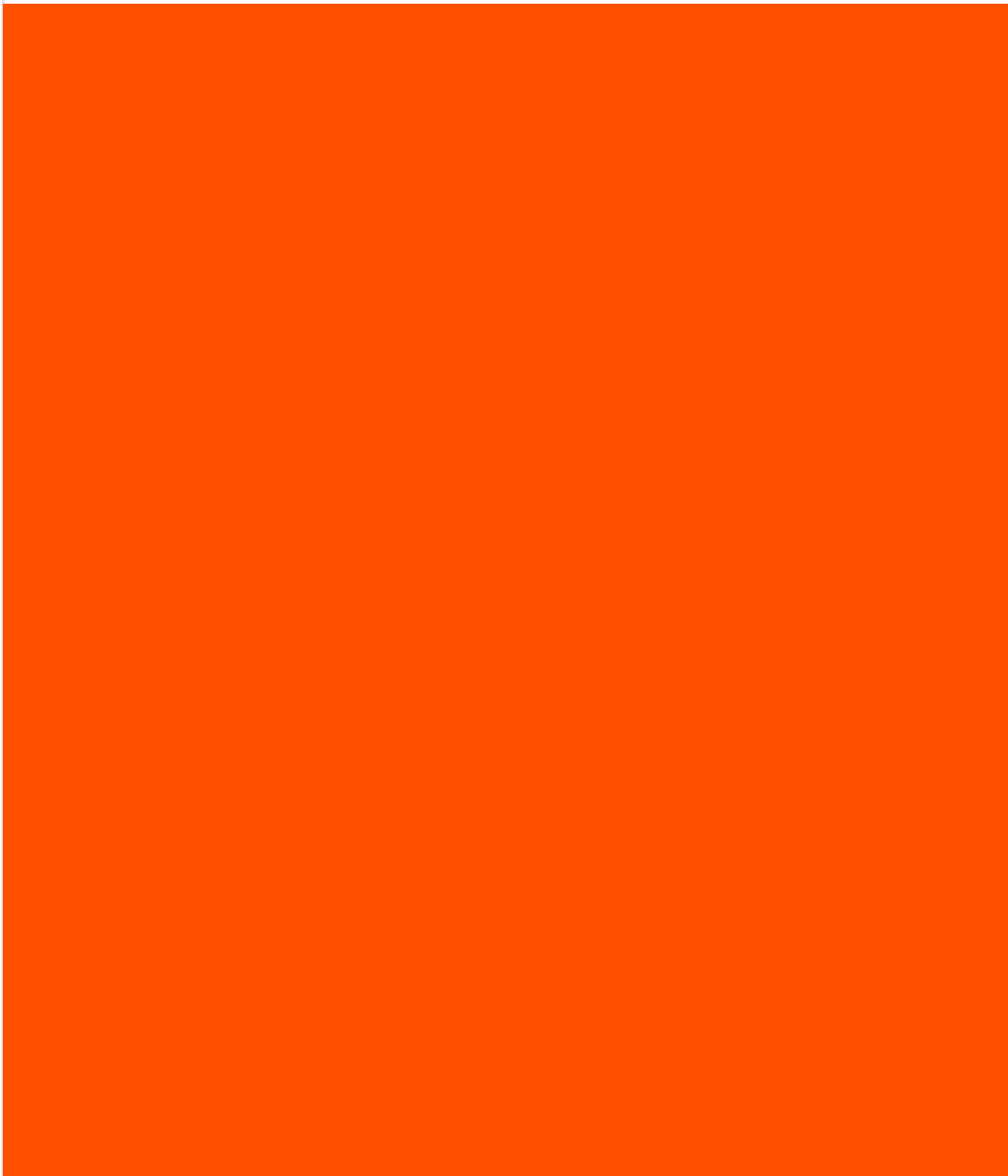
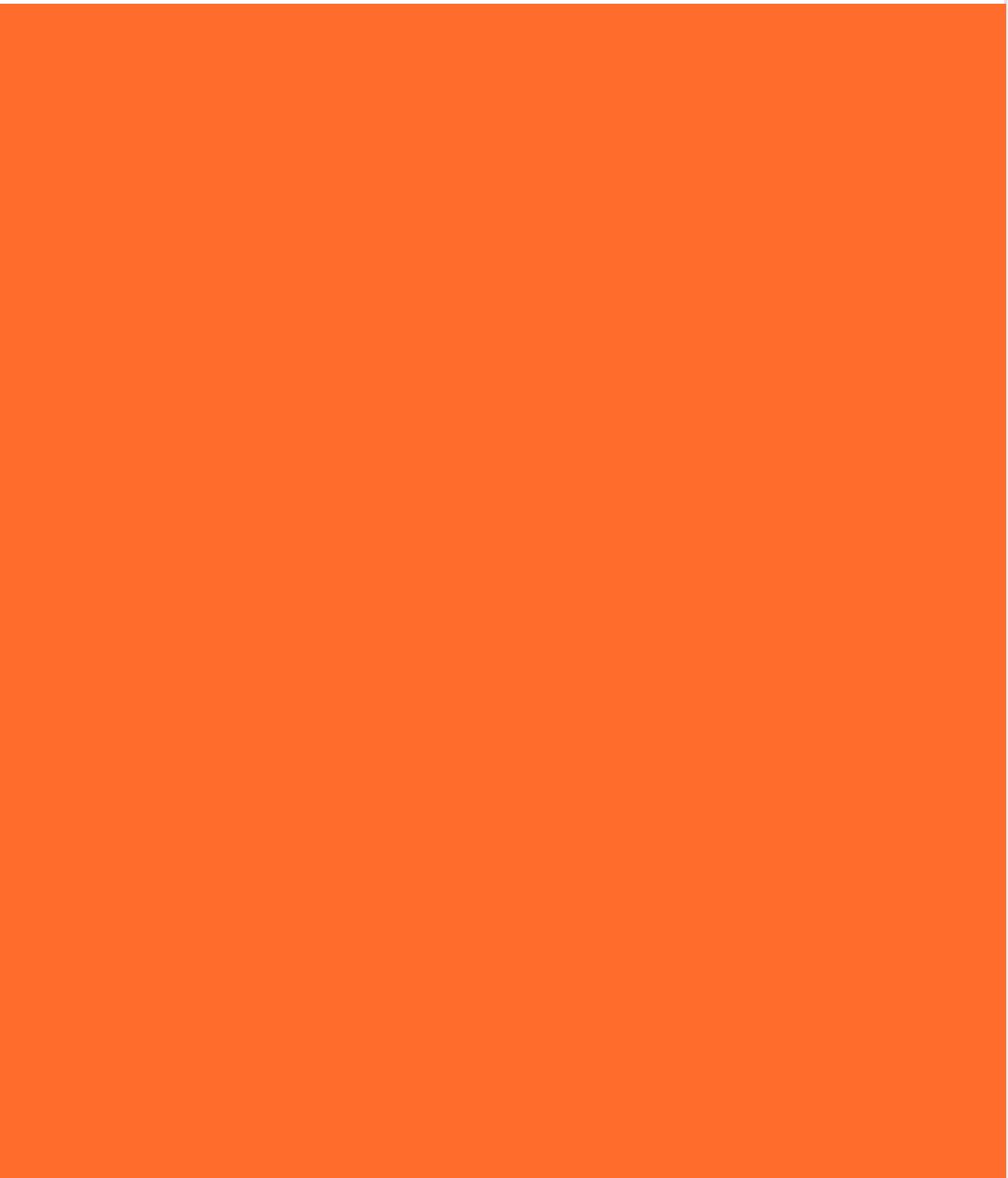
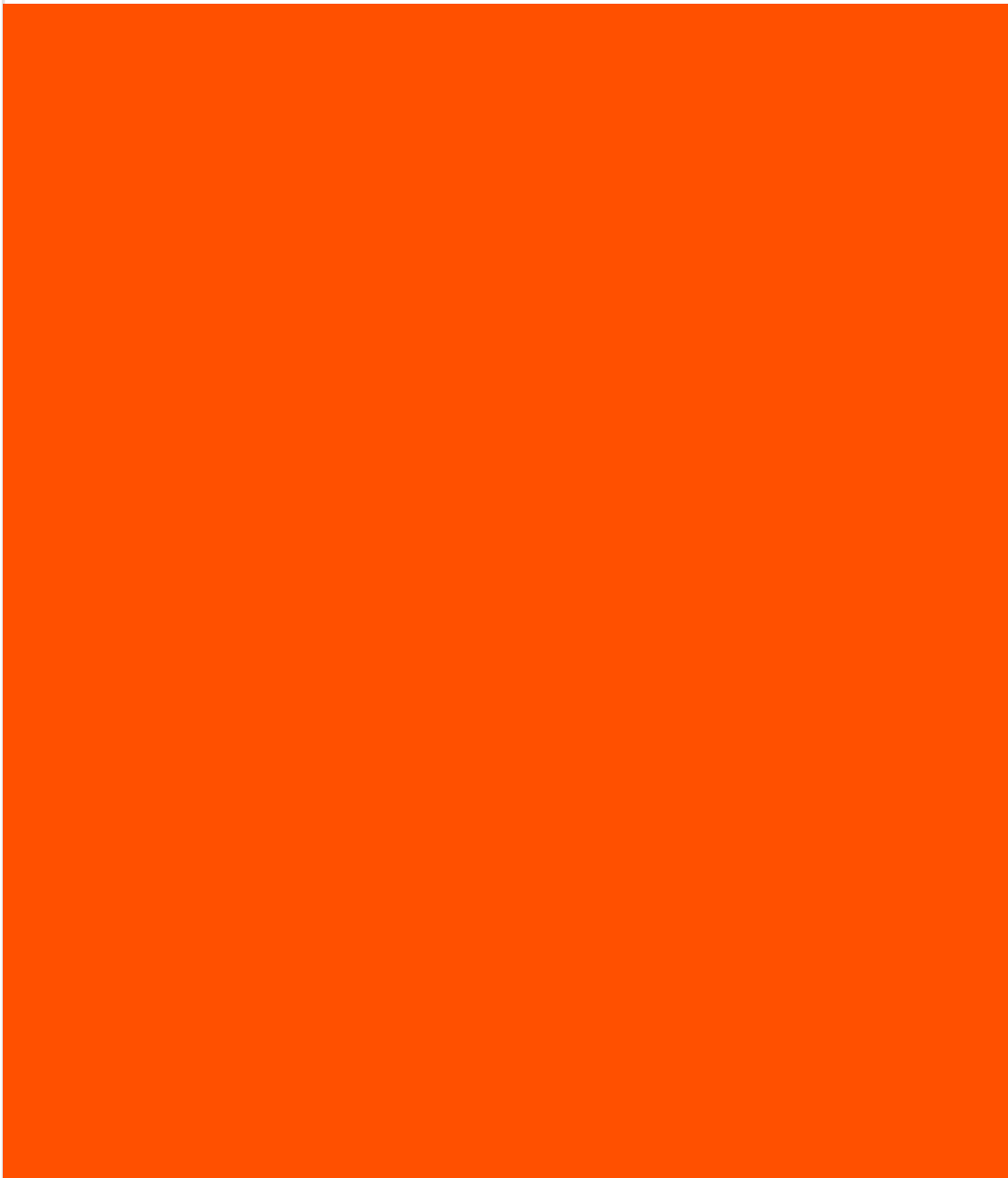
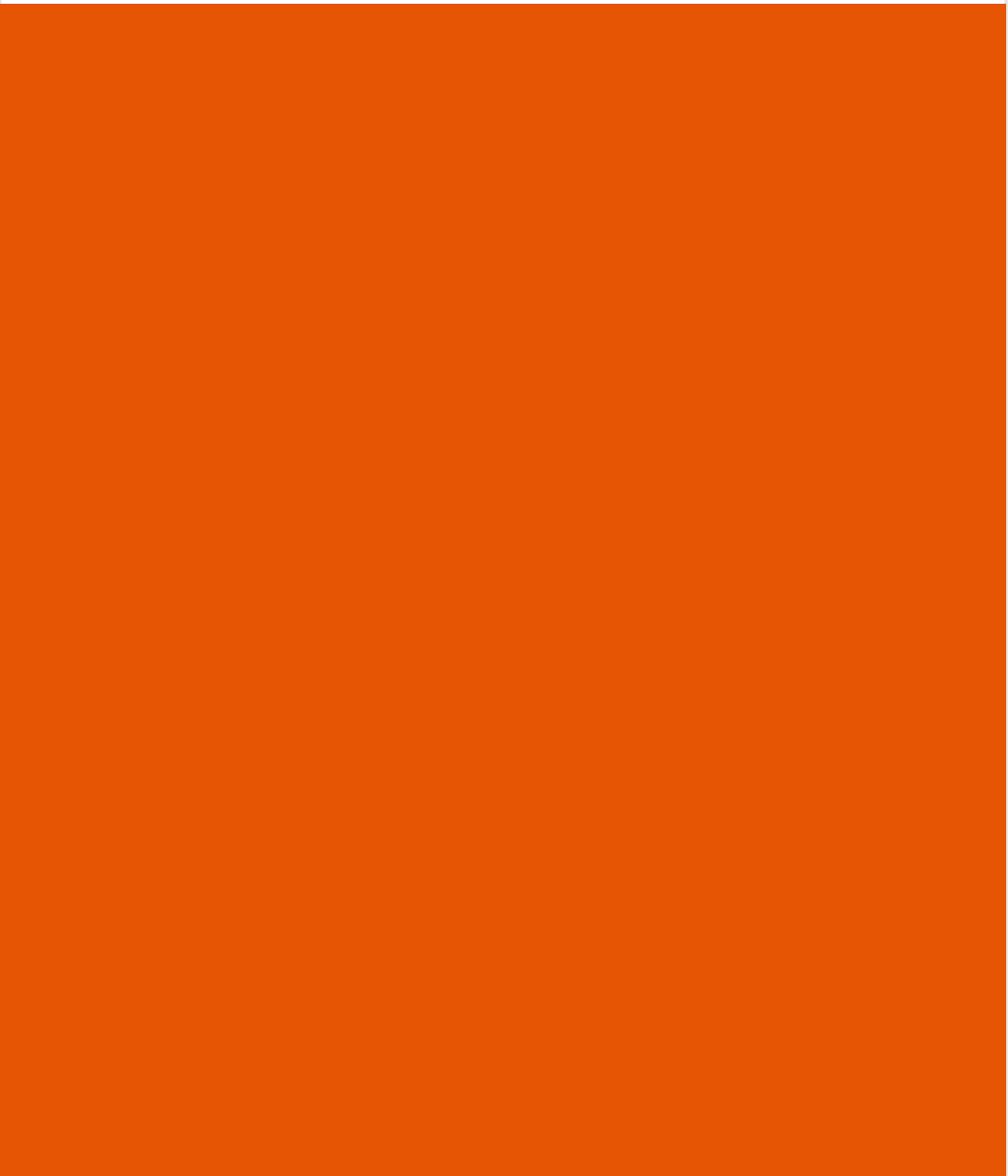
品牌识别色（速博橙）

速博橙为品牌标准色

在日常平面/广告印刷物，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色值作为第二选择。

在交互界面、网页、PPT演示文稿等数字应用场景，须使用RGB色值或十六进制色值。

本规范中提及的品牌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色卡作为速博品牌色的最终参考对象。

Pantone+ Solid Coated	Pantone+ Solid Uncoated	RGB	CMYK
			
PANTONE Orange 021 C	PANTONE Orange 021 U	RGB: 255 80 0 #FF5000	CMYK: 0 80 100 0

品牌辅助色

除品牌标准色外，我们规定以下6种色彩为速博雷尔的品牌辅助色：品牌辅助色包括天空蓝、科技蓝、荣誉金和品质灰。

天空蓝和科技蓝可以作为辅助色彩配合速博橙使用，以实现丰富的色彩层次表现。

荣誉金和品质灰可以作为辅助色彩配合珍珠白使用，主要应用于文字内容或背景色。

在某些特定场景，天空蓝、科技蓝和荣誉金可以作为主要色彩在画面中大比例应用：天空蓝主要应用于面向年轻人群沟通的特定场景，如校园招聘、新人训等。

科技蓝主要应用于强调科技应用的场景，比如技术论坛、学术交流会等。

荣誉金主要应用于强调职业荣誉的场景，比如标杆人物、奖项颁布等。

次要辅助色包括阳光橙和进取红，次要辅助色仅限以非常小的比例被应用于标准场景中，做为强调色或对比色使用。

在营销活动类和业务喜报类的特定场景，进取红可以作为主要色彩在画面中大比例应用。

所有品牌辅助色的许可色阶范围：60%-100%。

品质灰

CMYK
62/53/48/0
RGB
118/119/122
HEX
#76777A

荣誉金

CMYK
32/41/67/0
RGB
190/157/98
HEX
#BE9D62

科技蓝

CMYK
100/96/46/6
RGB
17/44/104
HEX
#112C68

进取红

CMYK
0/84/86/0
RGB
247/73/36
HEX
#F74924

天空蓝

CMYK
71/22/0/0
RGB
0/171/255
HEX
#00ABFF

阳光橙

CMYK
4/40/83/0
RGB
250/176/48
HEX
#FAB030

品牌中性色

除品牌标准色辅助色外，我们规定以下6种色彩为速博雷尔的中性色来丰富层次。

所有品牌辅助色的许可色阶范围：
60%-100%。

CMYK

0/0/0/100

RGB

0/0/0

HEX

000000

CMYK

0/0/0/80

RGB

51/51/51

HEX

333333

CMYK

0/0/0/60

RGB

102/102/102

HEX

666666

CMYK

0/0/0/40

RGB

153/153/153

HEX

999999

CMYK

0/0/0/20

RGB

204/204/204

HEX

cccccc

CMYK

0/0/0//10

RGB

242/242/242

HEX

f2f2f2

色彩错误使用示例

速博雷尔的品牌颜色是经过精心考虑和深化，任何情况下都不能被改变。

本页列举了色彩错误应用示例，在实际使用时请避免此类的错位使用情况发生。

错误示例:

- 1、标志禁止使用辅助色
- 2、标志禁止在辅助色上使用辅助色标志颜色
- 3、标志禁止在辅助色上使用黑色标志
- 4、禁止在黑色背景上使用辅助色标志
- 5、禁止在浅灰色背景上使用辅助色标志
- 6、禁止在深灰色背景上使用辅助色标志



04 品牌字体

- 中英文专用字体
- 系统字体（通用字体）
- 错误使用示例

中英文专用字体

中英文专用字体是视觉识别系统中的一个重要视觉识别元素，统一的公司字体能提升品牌形象。公司专用字体为优选字体，适用于所有应用系统。

HarmonyOS Sans 是一款无衬线字体，它没有额外的装饰笔画，结构更加简洁清晰，在 UI 界面上具有更良好的屏幕显示效果，并且能带来更高阅读效率。HarmonyOS Sans 在字体设计上考虑了多元的应用场景，优化字形显示的灰度效果，以达到在多端的应用场景下拥有一致的体验效果。

鸿蒙系列为速博雷尔专用中文字体， 包括：

特细 Thin

细 Light

常规 Regular

中粗 Medium

粗 Bold

特粗 Black

HarmonyOS Sans SC

鸿蒙字体是我们的品牌字体，
可以应用在中英文字体使用中。

特细 Thin

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

中粗 Medium

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

细 Light

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

粗 Bold

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

常规 Regular

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

特粗 Black

杭州速博雷尔传动机械有限公司
Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?”®<>--

系统字体（通用字体）

在微软办公系统、苹果办公系统或其他无法使用品牌专用字体的情况（如在MicrosoftWord文档、PowerPoint 或电子邮件正文副本的应用程序等），请使用系统字体。
中文使用微软雅黑或苹方字体系列，英文使用Arial 或Helvetica 字体系列。

系统中文字体

微软雅黑

杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们只做减速机
速博雷尔是一家专注于减速机领域智能制造工厂
1234567890!.,;?" ® < > --

系统英文字体

Arial

Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?"®<>—

系统中文字体

苹方

杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们只做减速机
速博雷尔是一家专注于减速机领域智能制造工厂
1234567890!.,;?"®<>—

系统英文字体

Helvetica

Hangzhou Supror Transmission Machinery Co., Ltd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!.,;?"®◇—

错误使用示例

本页列举了品牌字体的错误使用示例，为了确保品牌字体应用的一致性，避免在应用过程中出现错误执行。

注：本页为常见违规用法，非穷举所有错误应用。



杭 州 速 博 雷 尔 传 动 机 械 有 限 公 司

我们是一家专注于减速机领域智能制造的企业

字间距过大



杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们是一家专注于减速机领域智能制造的企业

字间距过小



杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们是一家专注于减速机领域
智能制造的企业

拉伸字体



杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们是一家专注于减速机领域
智能制造的企业

压缩字体



杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们是一家专注于减速机领域
智能制造的企业

使用衬线字体



杭州速博雷尔传动机械有限公司

我们是一家专注于减速机领域
智能制造的企业

行距过大

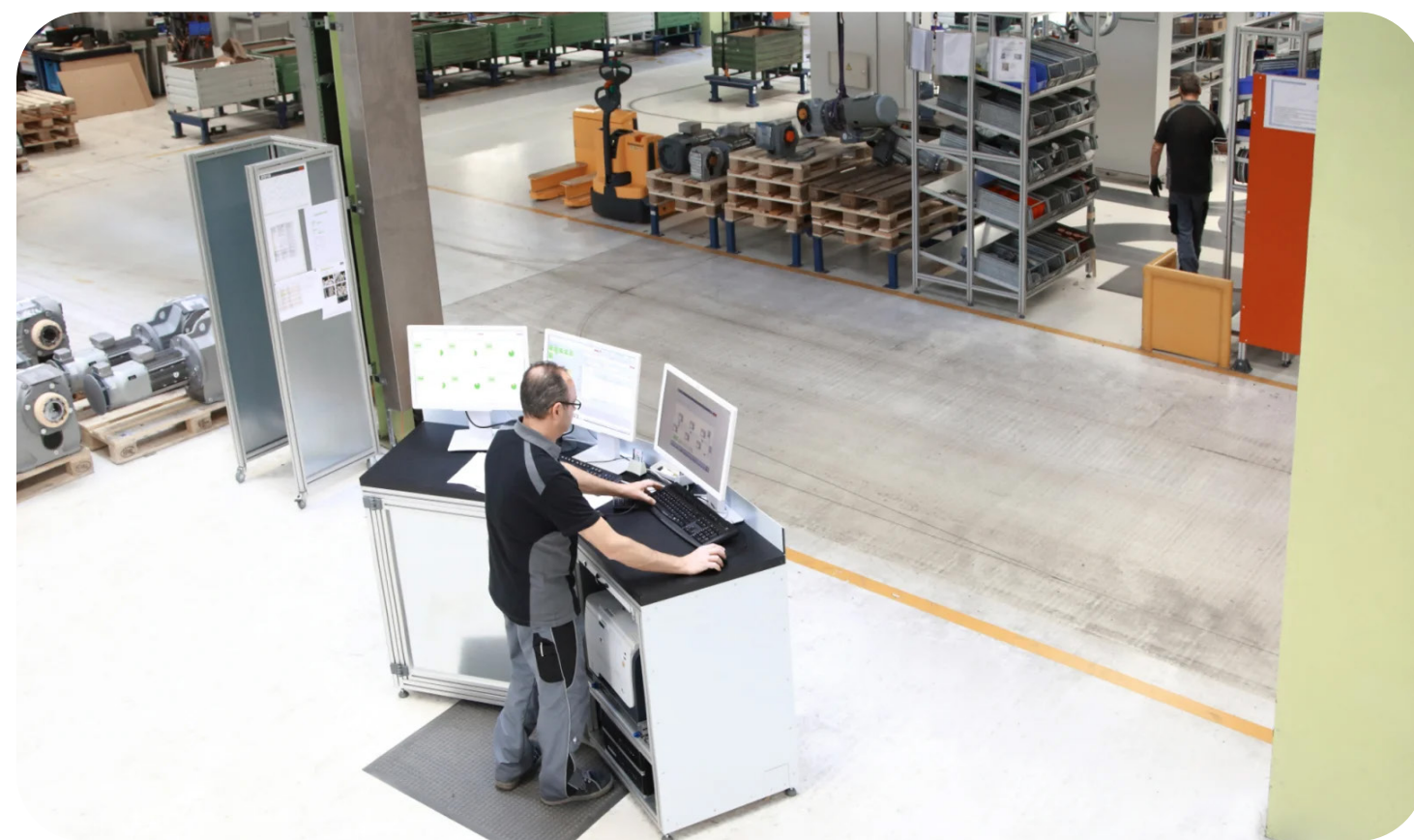
05 图片风格

- 图片风格总体规范
- 企业文化类图片
- 产品类图片
- 错误图片风格示例

图片风格总体规范

图片风格是视觉识别系统中一个重要的视觉识别元素，是整体视觉风格的重要组成部分，统一的图片风格能提升品牌形象。公司图片风格可以分为企业文化类和产品类。

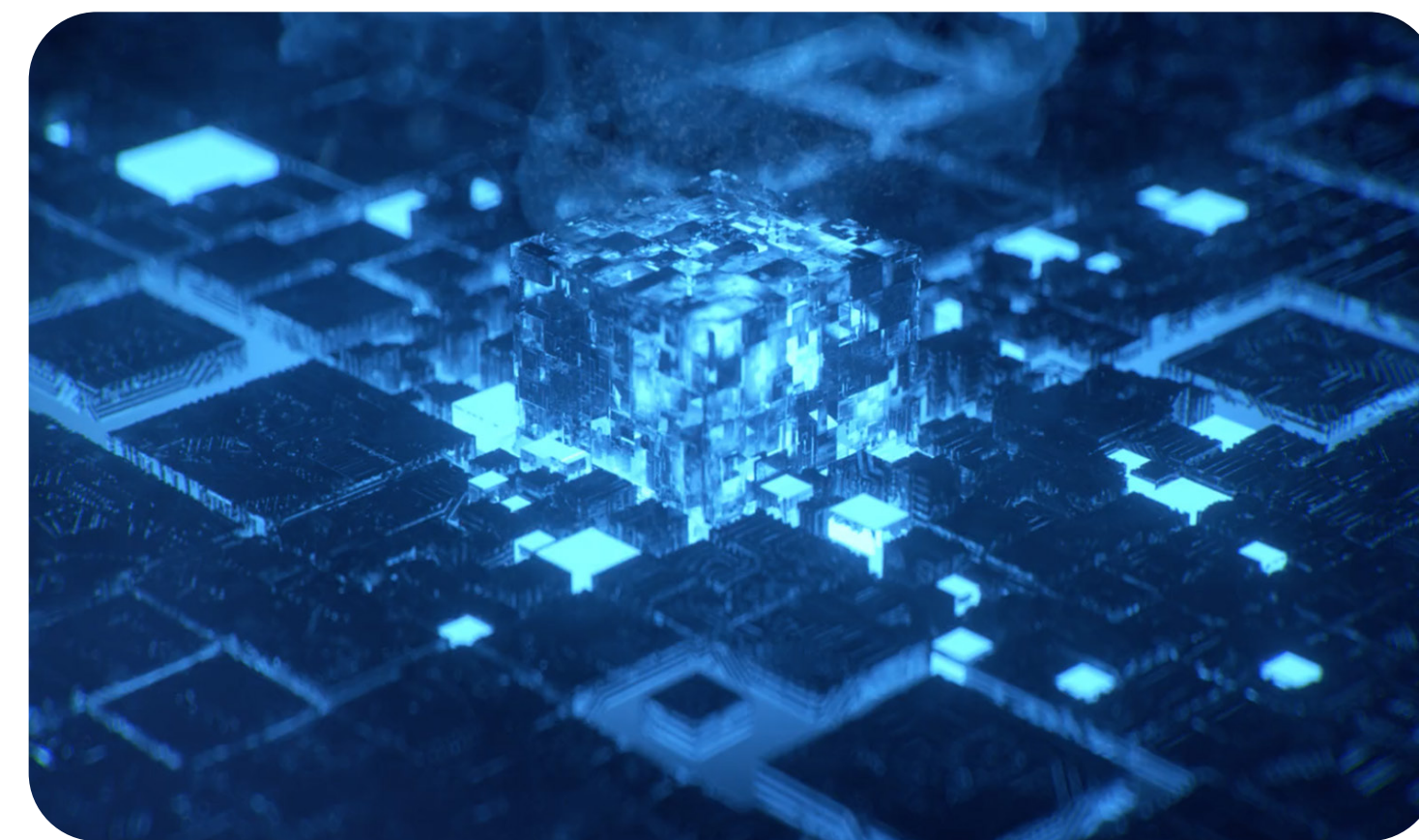
企业文化类



车间拍摄参考样式



企业营销参考样式



科技类参考样式

产品类



白底图参考样式



场景图参考样式

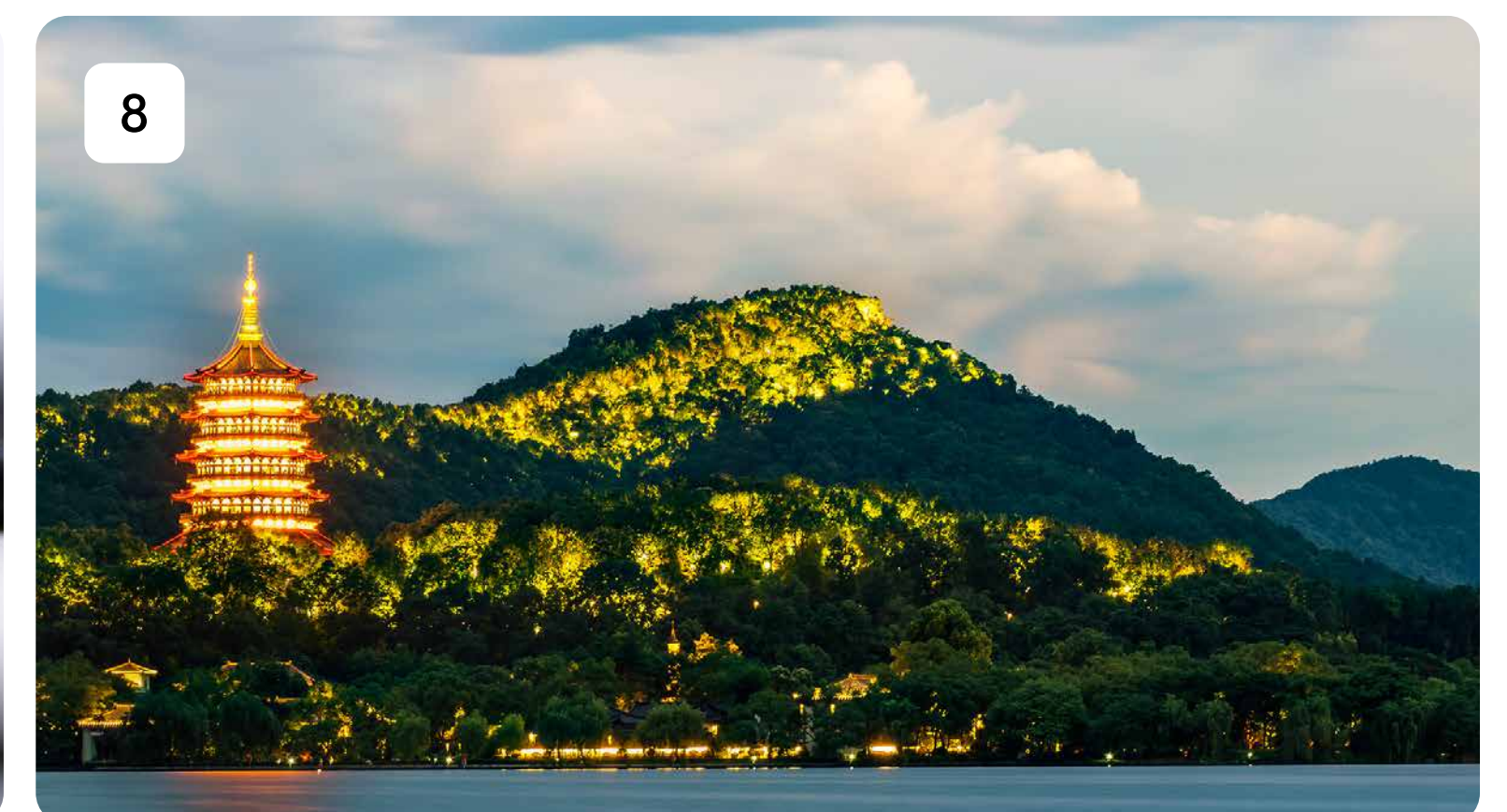
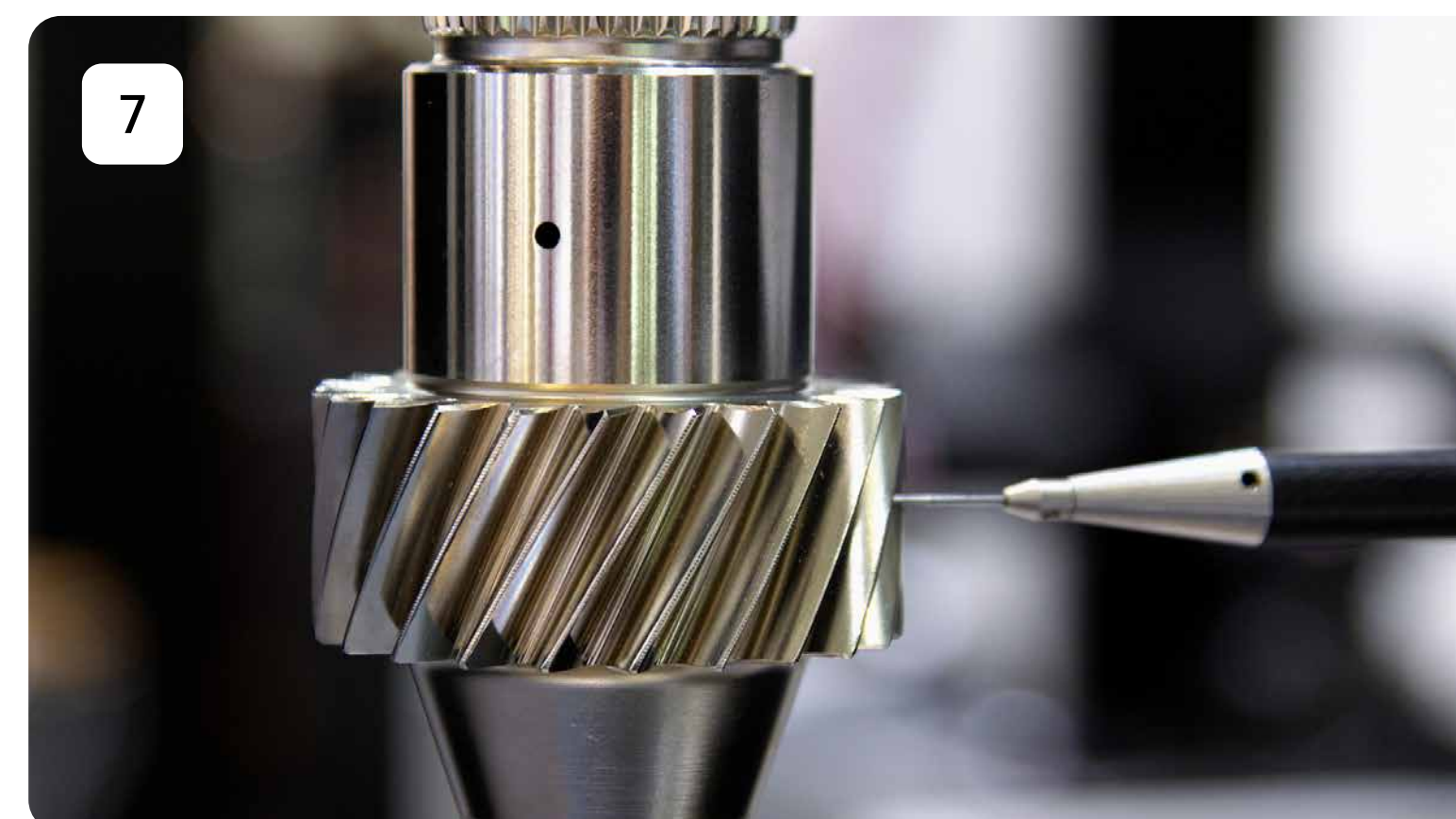
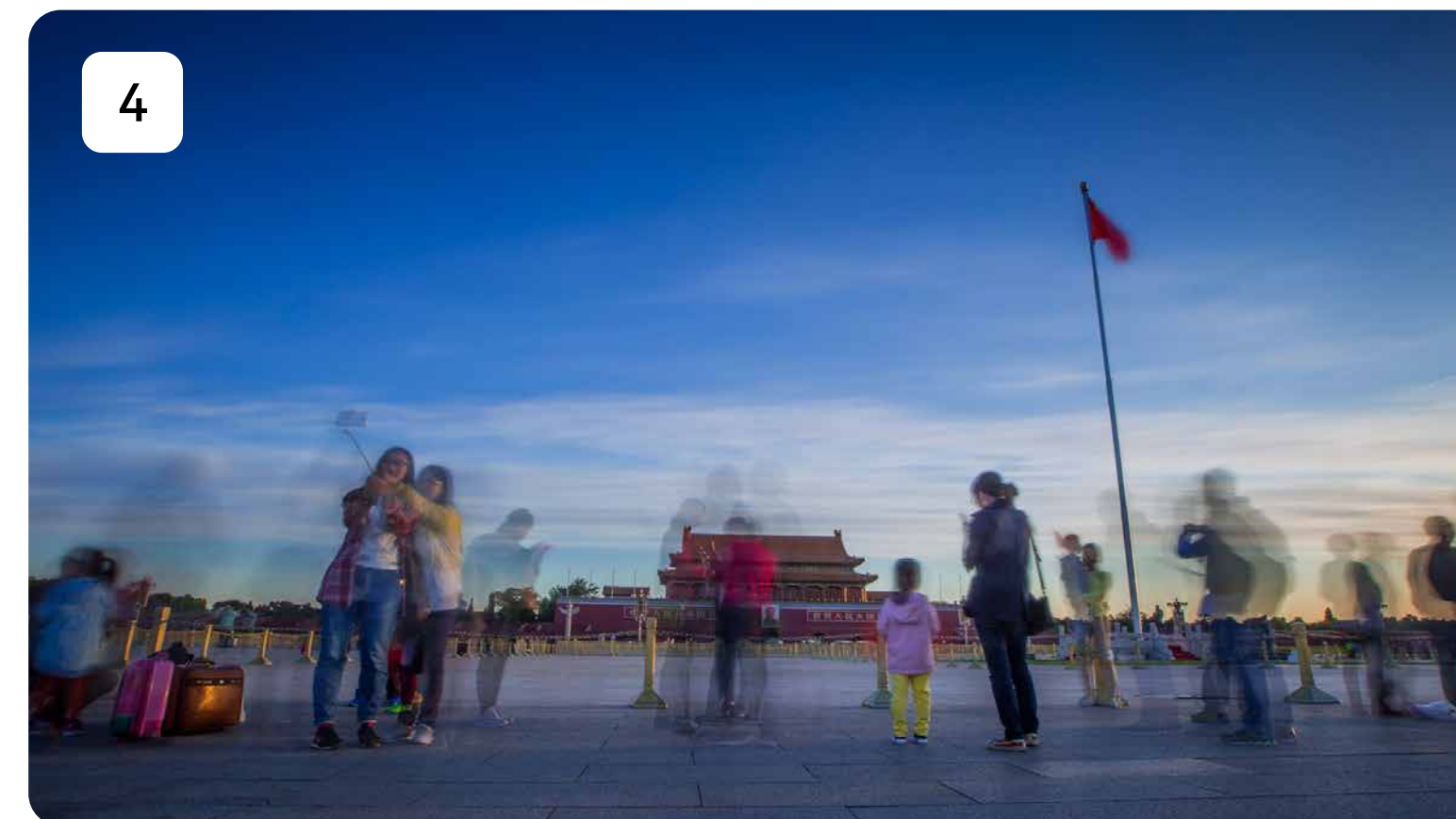


特写图参考样式

企业文化类图片

企业文化类图片风格规范

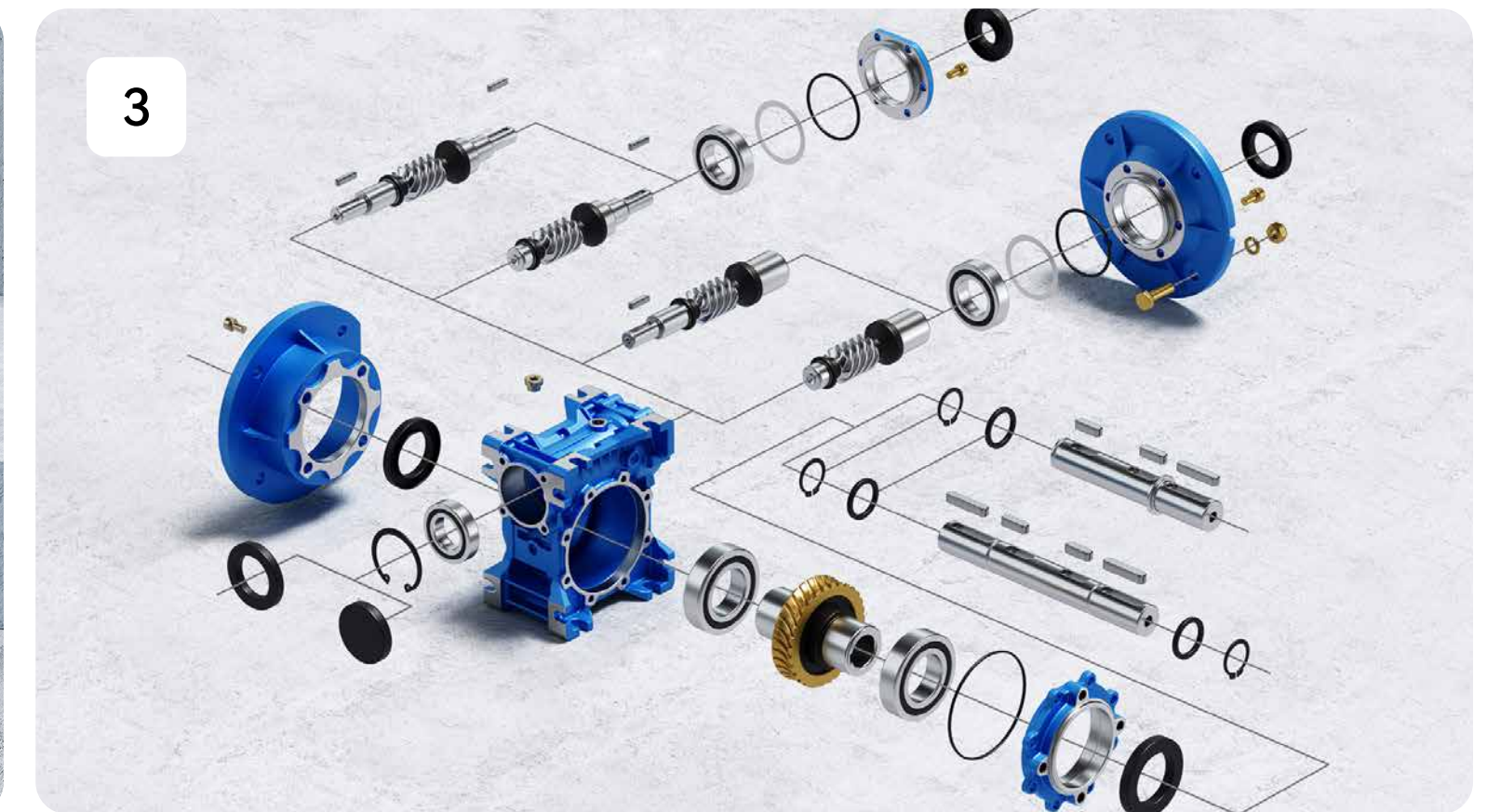
- 1、图片宏大的视角
- 2、表达主题符合速博雷尔企业文化；
- 3、画面中有一个聚焦点明确的物体为主；
- 4、体现品牌开放合作、值得信赖；
- 5、体现品牌的热情、创新、合作；
- 6、能提现企业理念的图片
- 7、能体现出企业行业属性的图片；
- 8、图片的自然颜色（例如宇宙的蓝色、自然的绿色等）不受公司色和公司辅助色的限制，不得改变自然物的颜色。



产品类图片

产品类图片风格规范：

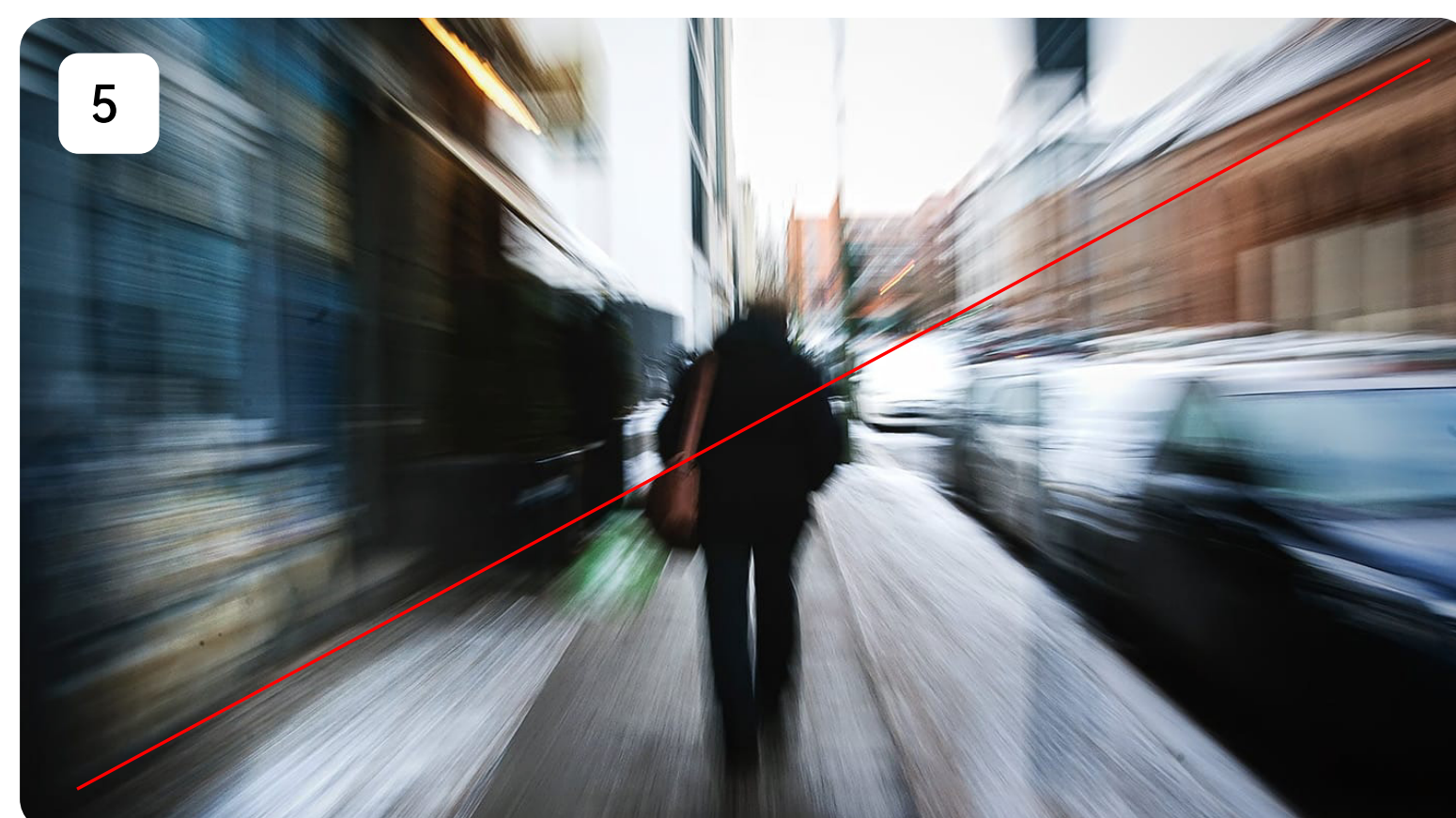
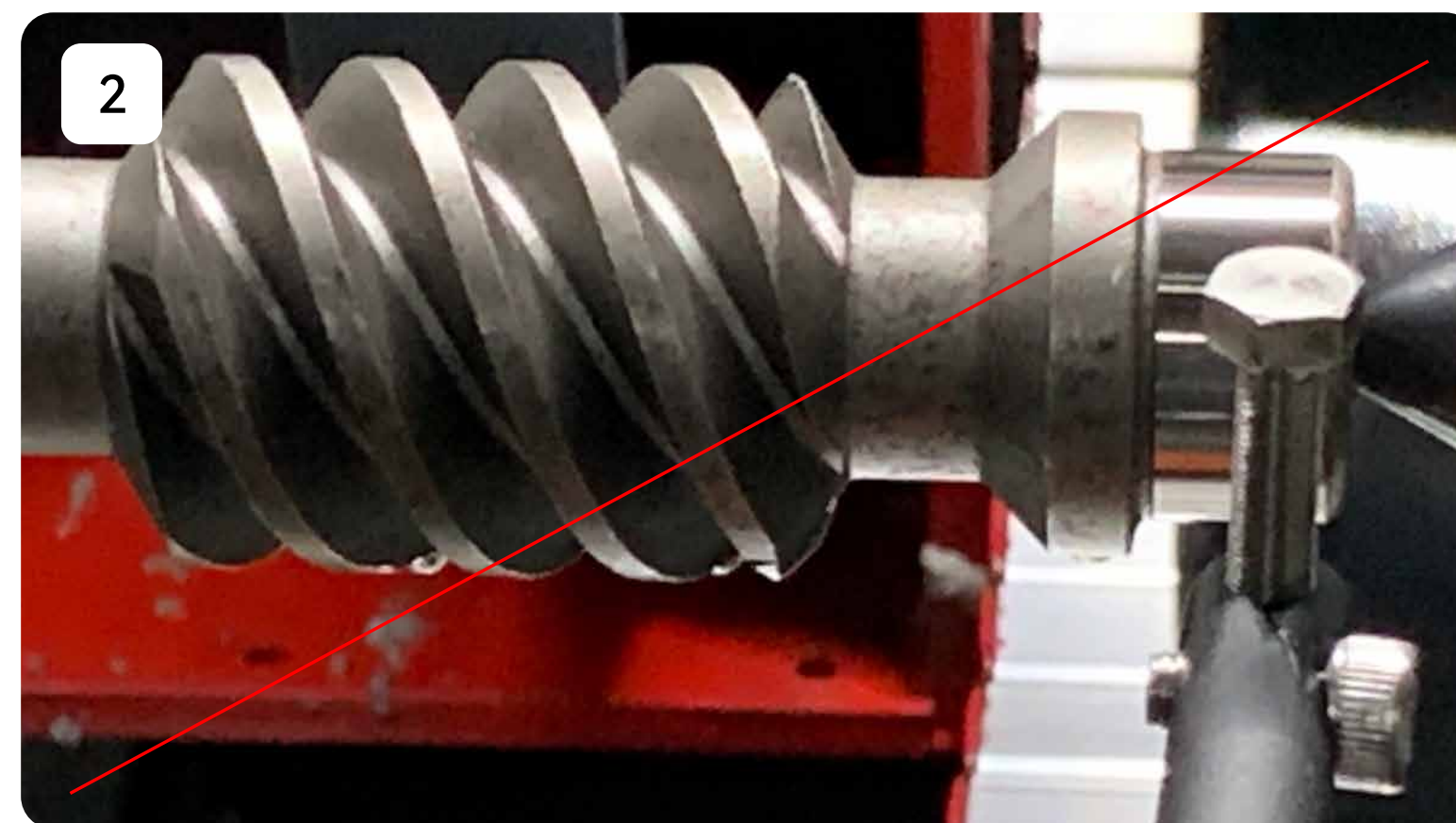
- 1、系列家族产品图
- 2、系列产品场景图；
- 3、全系列产品场景图；
- 4、产品实拍特写图；
- 5、产品现场拍摄；
- 6、产品生产特写图；
- 7、小产品产品白底图；
- 8、大产品产品白底图；
- 9、零部件产品白底图。



错误图片风格示例

本页举例了部分图片应用错误示例:

- 避免选择此类图片;
- 避免使用镜头变形的图片;
- 避免选用清晰度较低的图片;
- 避免选用影调灰暗的图片;
- 避免选用画面中没有明确主题的图片;
- 避免使用主体人或物模糊不清晰的图片;
- 避免使用背景色调过于黑暗寓意不恰当的图片。



06 辅助图形

- 创意概念
- 辅助图形总览
- 辅助图形使用规范
- 辅助图形使用示例
- 横线在版面中的粗细规范

辅助图形概念阐述

速博雷尔辅助图形的专属名称为速博线和 S 框，速博线采用了橙色线条的形式，橙色代表速博雷尔品牌的热情与积极，线条寓意着业务的联接属性。S 框从图形标识中而来，中间空白处可以防止系列产品英文简称和其它需要重点突出的内容。

辅助图形以速博线为优先使用方形框为辅助使用，适用多场景应用的原则，可以是较短的橙色线条，也可以是较长的橙色线条，也可以是较粗的线条色块，都能传达出速博雷尔的品牌形象。



从英文字体的负空间中提取



可以应用在所有宣传物料上做图形化融合设计

辅助图形总览

A 优先使用：
表达强调和聚焦，对画面中的标题文案进行强调

B 优先使用，表达强调和聚焦：
辅助使用，可以在画面中和主体内容进行融合使用，表达强；

C、D辅助使用：
在特定位置做标签类展示来凸显细节

A



B



C



D



辅助图形使用规范

速博线 A、B：表达强调、聚焦，对画面中的标题文案进行强调(必须与标题文案搭配使用)

- 1.与标题文案搭配使用，始终位于标题文案的下方；
- 2.与标题文案居中对齐、左对齐或右对齐； 居中对齐：当标题文案居于画面中间，且标题文案居中对齐时，与标题文案居中对齐
- 3.左对齐或右对齐：当标题文案位于画面左边缘或右边缘时，可视标题文案在画面的左、右位置，与标题文案左对齐或右对齐。



辅助图形使用示例

速博线 A、B：表达强调、聚焦，对画面中的标题文案进行强调(必须与标题文案搭配使用)

- 1.与标题文案搭配使用，始终位于标题文案的下方；
- 2.与标题文案居中对齐、左对齐或右对齐； 居中对齐：当标题文案居于画面中间，且标题文案居中对齐时，与标题文案居中对齐
- 3.左对齐或右对齐：当标题文案位于画面左边缘或右边缘时，可视标题文案在画面的左、右位置，与标题文案左对齐或右对齐。

与标题文案组合居中下划使用

我们只做减速机

与标题文案组合左侧竖线使用

这是标题内容文字

与标题文案组合右对齐下划使用

杭州速博雷尔传动机械有限公司

速博线与主体内容聚焦使用（标题）

我们只做减速机

速博线与主体内容聚焦使用（英文段落）

We Only Focus On The Reducer Field

速博线与主体内容聚焦使用（大标题）

速博雷尔

速博线与中英文标题组合左对齐下划使用

产品参数
Product parameters

速博线与中文标题组合居中对齐下划使用

RV 蜗轮蜗杆减速机

速博线与中英文段落组合左对齐使用

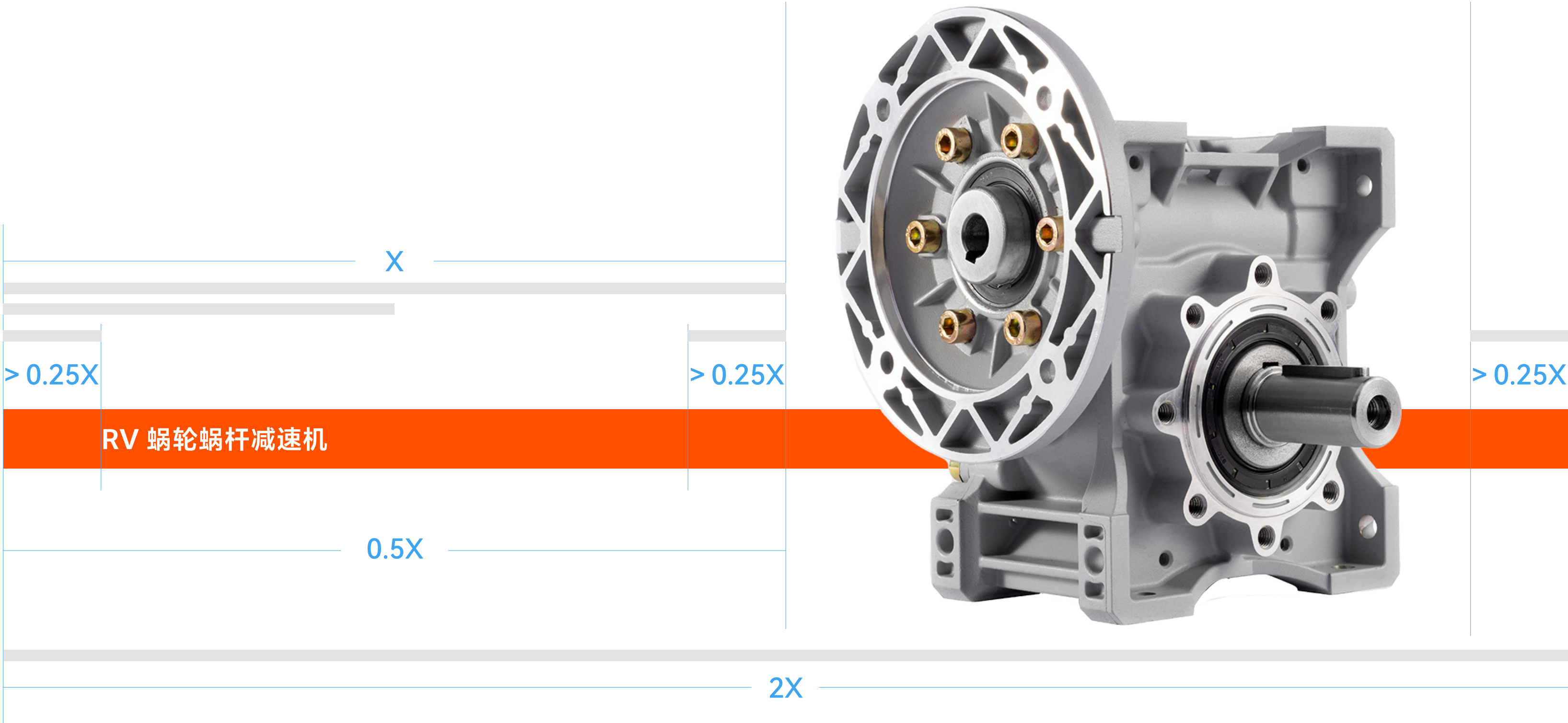
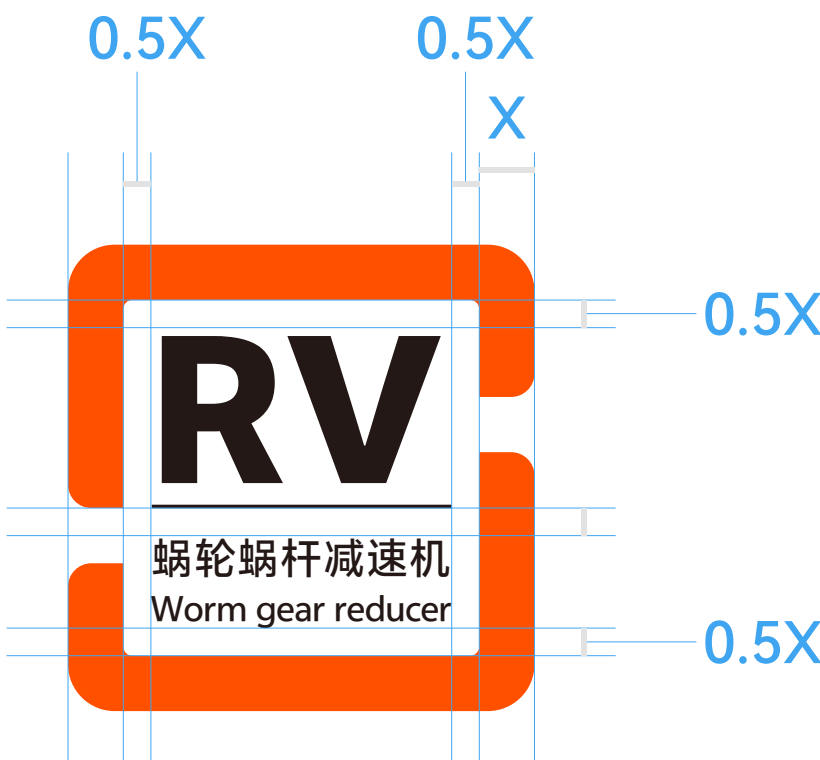
组装、包装一体化生产线，分三段环线，每段通过机器人衔接并翻转产品姿态，共有29个工作站，其中27个为全自动工作站，2个为手动工作站，主要负责物料取放，劳动强度较低其中内含：单线5台，双线10台国外著名品牌关节机器人。

Assembly and packaging integrated production line,divided into three sections of the loop line, each section through the robot connection and flip the product posture, a total of 29 workstations, of which 27 are fully automatic workstations, 2 are manual workstations, mainly responsible for material pick and place, the labor intensity is low, which includes: single line 5, double line 10 joint robots of foreign famous brands.

辅助图形使用示例

本页中对 辅助线 C 和 D做了使用示例

- 1. 以方形框的边线宽度设定为“X”，方框内的文字内容边线距离必须预留 0.5X
- 2. 宽度背景框的高度设定为“X”，标识及文字内容放置在背景框内的高度不能多于 0.5x
- 3. 背景框与图片组合使用的时候，图片的面积不能超过背景条的一半



横线在版面中的粗细规范

严格控制速博线在版面中的粗细有助于在视觉传播中的品牌识别度，本页例举了常规版面中速博线的粗细。

在不同的底色显示强度会有不同，可根据情况适当调整粗细，调整范围不超过线条粗细的25%。在展览展示系统中，速博线粗细可根据制作工艺的限制条件和在展览环境中识别度自行调整粗细，不受此规范限制。

A7	0.75pt
A6	0.75pt
A5	1pt
A4	1pt
A3	1.5pt
A2	2pt
A1	2.5pt
三折页（200x100mm）	1pt
常规海报（500~900mm）	2.5pt
易拉宝（800x2000mm）	4pt

A5 线条粗细 1pt				
A4 线条粗细 1pt				
A3 线条粗细 1.5pt				
A2 线条粗细 2pt				
A1 线条粗细 2.5pt				
线条粗细 4pt				