

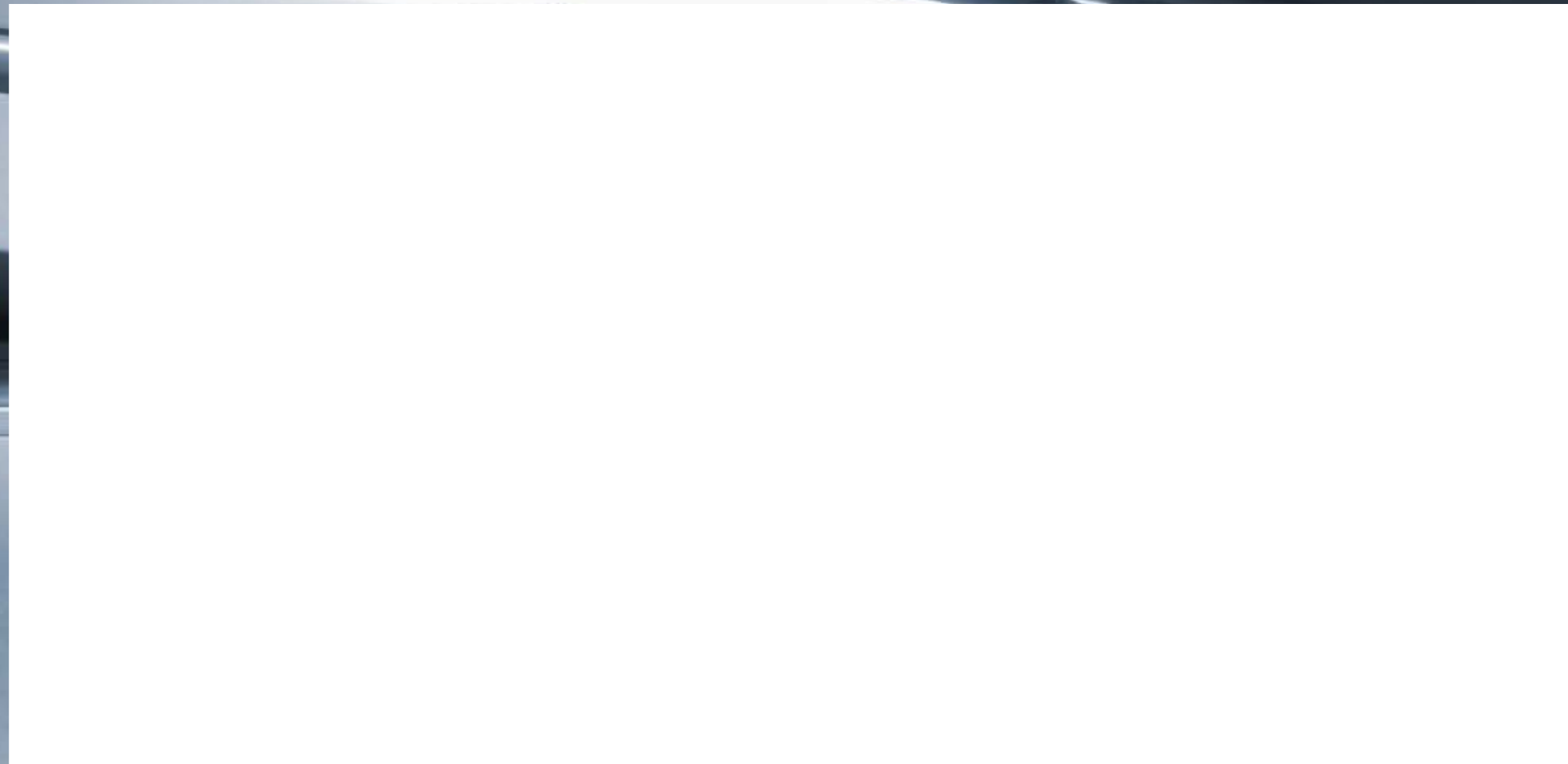
The Haval logo is centered at the top of the page. It consists of the word "HAVAL" in a bold, white, sans-serif font. The letters are closely spaced, and the 'A' and 'V' have a unique, slightly slanted design. The background is a clear, light blue sky with a few wispy clouds.

HAVAL BRAND VISUAL NORMS

哈弗品牌视觉规范

2023 (版)

重塑新能源格局
王者再续新征程



超能伴侣 野能来电
潮野力量 融合进阶



野性勇猛 潮玩伴侣
挑战自我 高能破局



敢入山河 极境探索
全能越野 智力前行



新能源SUV专家
立足中国 布局全球



品牌标志

Brand logo

标志制图

Sign drawing

哈弗标志释义：

我们推出“新能源SUV专家”的全新品牌定位，并进行品牌标志焕新。

“榫卯”以自然生态材料为本源，以中国传统智慧为技艺，设计灵感来源于此。“榫卯”依靠其结构而组合，无辅材、更高效，与新能源生态、环保、节能的特征高度吻合。哈弗全新品牌标识以不断探索之势，向扁平简洁、智能、时空交融感而转变。

标识寓意：**无限探索，新能源时代的技术创新**

代表哈弗品牌面向全新的新能源时代，以开放姿态和创新能力，以创新产品和服务，拥抱和引领新时代。

坚固稳定，安全、稳定、可信赖

代表哈弗品牌产品一贯的安全、稳定、可信赖。

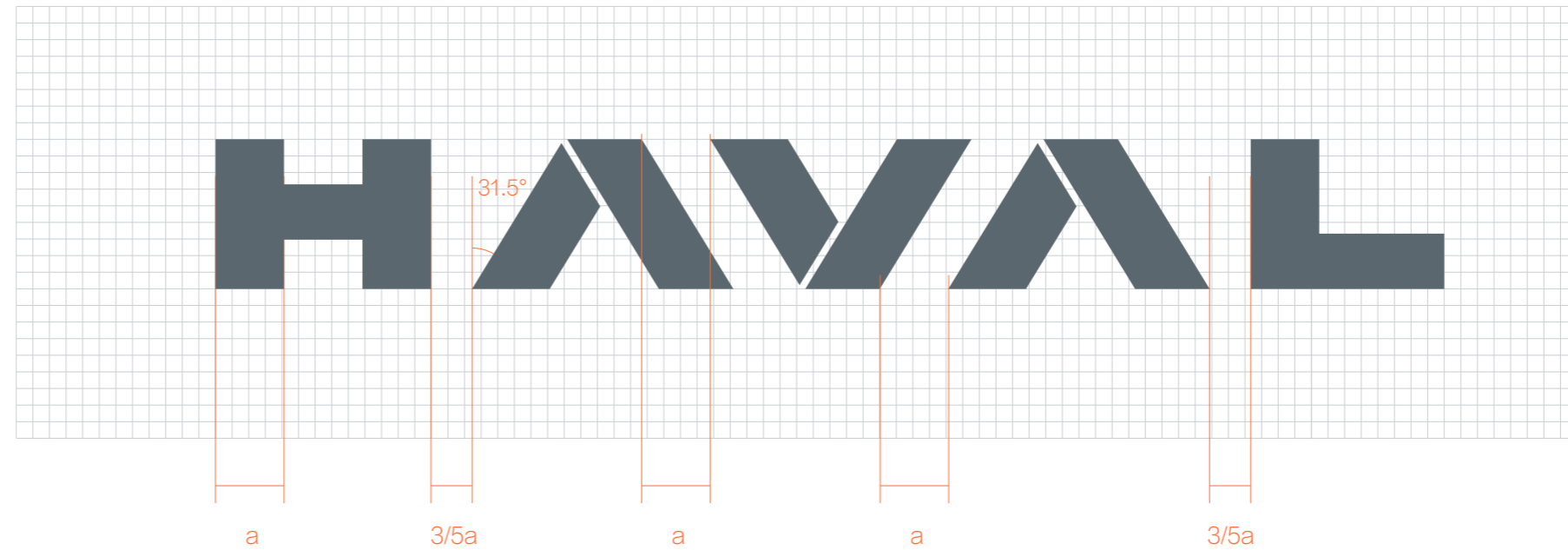
模块构建，长城·柠檬平台构建多品类

代表哈弗品牌由柠檬平台打造，多个品类车型所构建，满足细分用户的不同场景和生活方式。

相伴共生，与新生代用户成为朋友

代表哈弗与用户成为朋友，不断相互了解，兴趣社交，共同前进。

以“H”的笔画宽度为一个单位：a



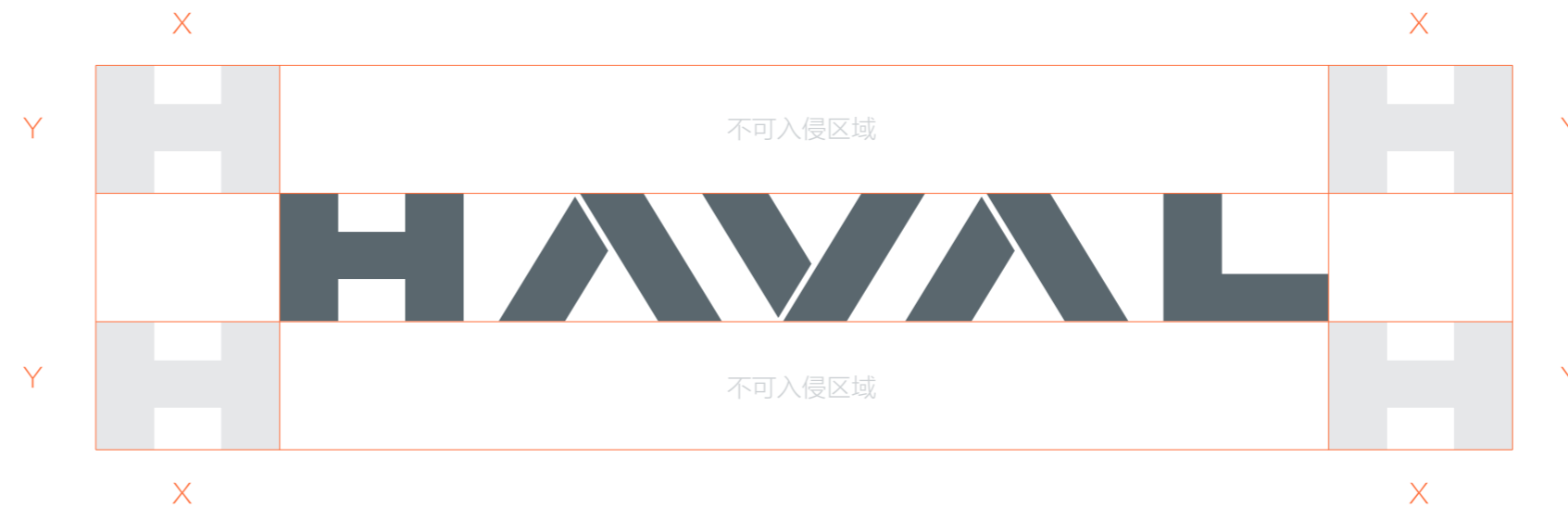
品牌标志

Brand logo

标志的安全空间

Protection space

以“H”的宽度为一个单位: X, 以“H”的高度为一个单位: Y



为保证标志等基本项目元素的权威性与识别性，在相互组合应用时，应保持一定的空间关系，避免形态上的相互冲突。

品牌标志

Brand logo

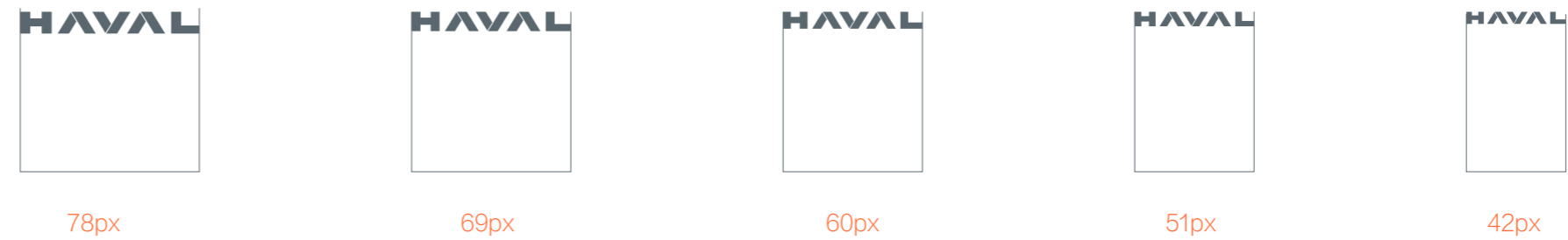
标志最小使用规范

Logo minimum
usage specification

最小使用规范可以让标志避免过小尺寸状态下的显示和印刷出现结构粘连和错位。印刷品和数字应用中的标志最小尺寸和不同尺寸的放大展示，如图所示，如果小于该尺寸，标志将难以辨认。

标志使用范围（印刷品）

标志最小使用尺寸为15mm，等比放大，最大尺寸不做限制

**标志使用范围（数字应用）**

标志最小使用尺寸为42px，等比放大，最大尺寸不做限制

品牌标志

Brand logo

标志与
SLOGAN组合Combination
of logo
and slogan

HAVAL

新 能 源 SUV 专 家

HAVAL

新 能 源 SUV 专 家

HAVAL

首选使用带Slogan的标志组合，如有特殊情况存在法规风险，可酌情选择无Slogan标志形式

注：严格按照规范使用，不得以任何方式重新绘制或修改。

品牌标志

Brand logo

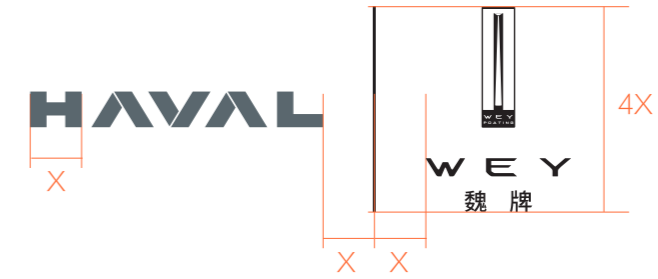
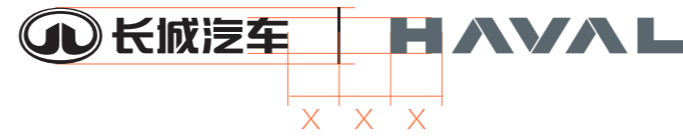
品牌联合使用规则

Rules for joint use of brands

品牌联合示意

以“H”的宽度为一个单位：X

与竖版logo联合使用时
保证与HAVAL logo视觉体积平衡
但是合作方logo高度最高不可超过4x



多品牌联合示意



HAVAL 标志与其他品牌标志联合使用规范，在此设定好比例、间距、颜色，不可随意更改。

品牌标志

Brand logo

品牌联名使用规则

Rules for the use of brand co-names

品牌联名示意

以“H”的宽度为一个单位：X

与竖版logo联名使用时
保证与HAVAL logo视觉体积平衡
但是合作方logo高度最高不可超过4x

以HAVAL logo高度为一个单位：Y
与联名logo上下排布时
保证与HAVAL logo视觉体积平衡
但是合作方logo宽度不可超过HAVAL logo宽度



多品牌联名示意



HAVAL与其他品牌联名时，标志合使用规范，在此设定好比例、间距、颜色，不可随意更改。

品牌标志 **Brand logo**

技术类标志
使用原则 **Principles for the use of technical logos**

1.技术类标志需与该车型技术相匹配

即拥有长城柠檬平台该项技术的车型，才可使用该技术标志，咖啡智能同理，如该车型2项技术均不具备，画面上不可出现技术标志。

2.品牌类画面（品牌KV、全车阵、单车型形象稿）：

画面中必须使用品牌标志，可根据需要使用相应的技术标志。

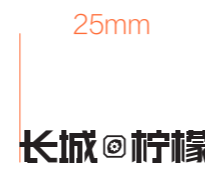
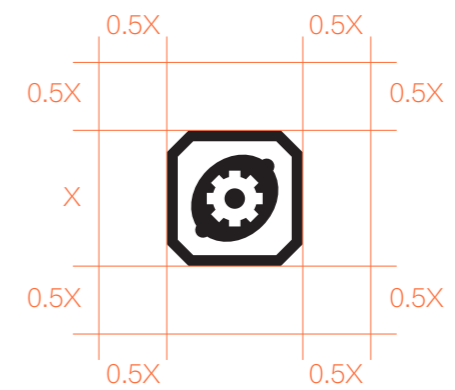
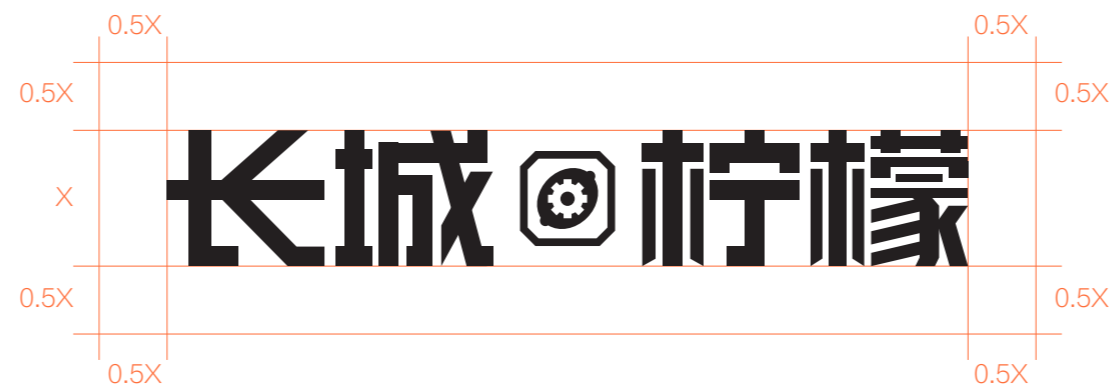
3.车型类画面（单车型促销、活动KV）：必须使用品牌标志，技术标志可根据车型传播需要灵活处理（非必需信息）

4.促销类 / ATL BTL 引流画面：必须使用品牌标志，技术标志可根据传播需要灵活处理（非必需信息）

5.如果一个画面中车型涉及2种技术，需要使用2个技术标志。

6.技术icon可代替技术标志使用。

以“技术标志”的高度为一个单位：X



线下最小应用尺寸



线下最小应用尺寸



线上最小应用尺寸



线上最小应用尺寸

品牌标志	Brand logo
技术类标志 使用原则	Principles for the use of technical logos

1.技术类标志需与该车型技术相匹配

即拥有长城柠檬平台该项技术的车型，才可使用该技术标志，咖啡智能同理，如该车型2项技术均不具备，画面上不可出现技术标志。

2.品牌类画面（品牌KV、全车阵、单车型形象稿）：

画面中必须使用品牌标志，可根据需要使用相应的技术标志。

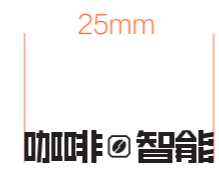
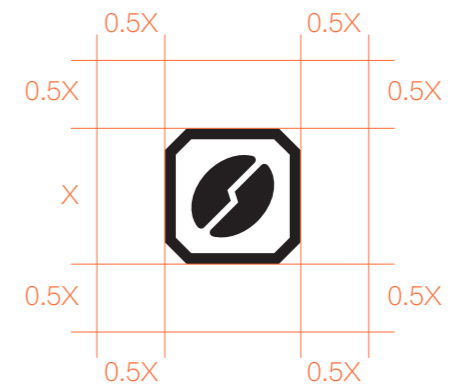
3.车型类画面（单车型促销、活动KV）：必须使用品牌标志，技术标志可根据车型传播需要灵活处理（非必需信息）

4.促销类 / ATL BTL 引流画面：必须使用品牌标志，技术标志可根据传播需要灵活处理（非必需信息）

5.如果一个画面中车型涉及2种技术，需要使用2个技术标志。

6.技术icon可代替技术标志使用。

以“技术标志”的高度为一个单位：X



线下最小应用尺寸



线下最小应用尺寸



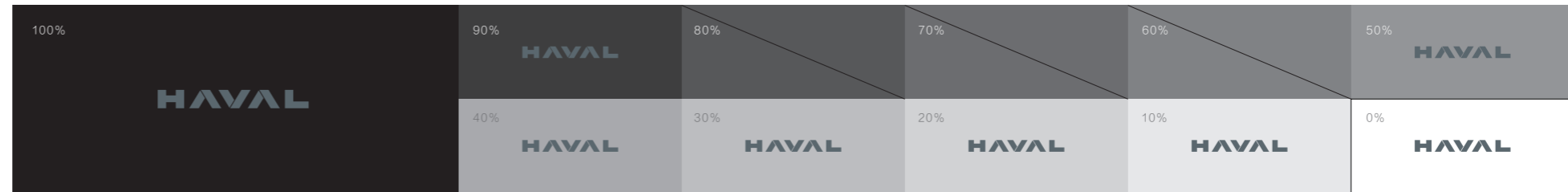
线上最小应用尺寸



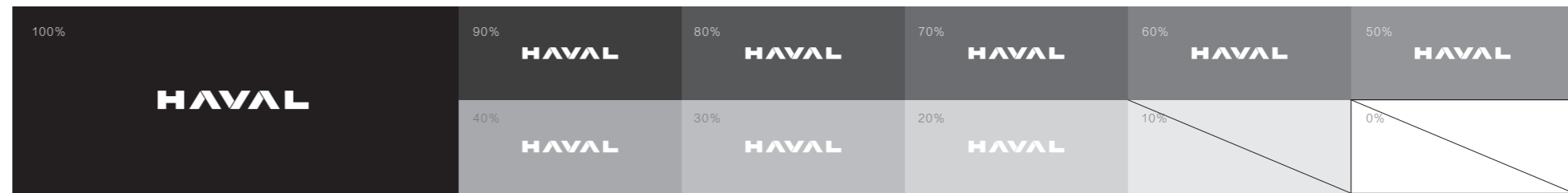
线上最小应用尺寸

品牌标志	Brand logo
标志在色阶上的使用规范	Standard for use of signs on color scales

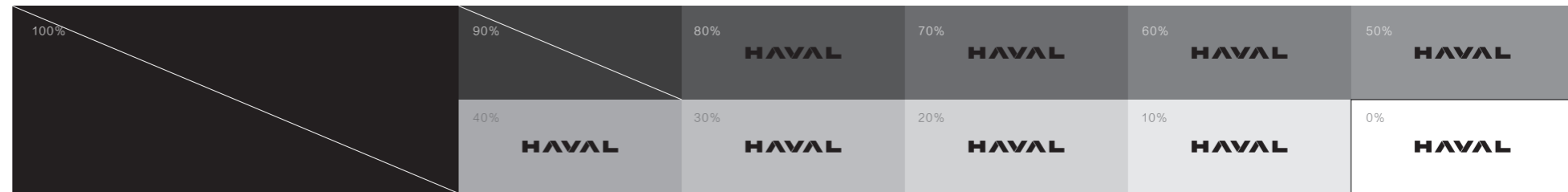
主色logo



白色logo



黑色logo



鉴于标准色在应用过程中的特殊渐变形式，特制定以下色阶规范，实际运用中请严格按本页规范执行，避免造成视觉混乱。

在实际使用过程中，优先使用白色logo，其次是主色logo，前两种logo都不符合使用条件的情况可以使用黑色logo

品牌标志

Brand logo

标志的错误应用

Forbidden form of logo

~~HAVAL~~

错误
不要将渐变应用于标志

~~HAVAL~~

错误
不要使用品牌颜色体系外的其他颜色（文创产品除外）

~~HAVAL~~

错误
不要以任何方式扭曲或扭曲标志

~~HAVAL~~

错误
不要创建标志的描边线

~~HAVAL~~

错误
不可与其他元素重新组合形成新标志

~~HAVAL~~

错误
不要旋转标志

~~HAVAL~~

错误
不要更改字体或以其他方式重新创建文字商标

~~HAVAL~~

错误
不要在使用标志的过程中加阴影

~~HAVAL~~

错误
不要在杂乱环境中使用logo

标志不应被修改或添加，不应以任何方式更改标志。
颜色和组成应依从本文件中所示。

品牌色彩

Brand color

品牌色规范

Identification
color
specification

哈弗灰

创新 精致 智能 全球

创新变革 全球布局

重构全球新能源智能SUV产业新格局。创新变革成就精致品质，“哈弗灰”稳健而格调不凡，象征创新视野与战略布局。

哈弗灰可根据实际应用而设置透明度，适用透明值范围为：20%、30%、40%、50%、60%、70%、80%、90%。

C:15 M:0 Y:0 K:70

R:98 G:105 B:112

PANTONE 431C

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

颜色在品牌要素中起着至关重要的作用。它设定了视觉色调，并有助于在项目的所有视觉传达中创造一种连贯感。

品牌颜色有助于从观者内心深处唤醒对品牌个性的共鸣与记忆。品牌颜色可唤起新的渴望，展现品牌的活力与态度。

品牌色彩

Brand color

辅助色规范

Auxiliary
color
specification

一级辅助色

超能蓝

探索 无界 超能 未来

探索无界 超能焕新

品牌焕新“新能源”全新定位。“超能蓝”源于自然界的天空与海洋，象征净洁、宁静、永恒与无界。

颜色在品牌要素中起着至关重要的作用。它设定了视觉色调，并有助于在项目的所有视觉传达中创造一种连贯感。

品牌颜色有助于从观者内心深处唤醒对品牌个性的共鸣与记忆。品牌颜色可唤起新的渴望，展现品牌的活力与态度。

C:67.7 M:0 Y:26.2 K:0

R:30 G:202 B:211

PANTONE 319C

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

品牌色彩

Brand color

辅助色规范

Auxiliary
color
specification

二级辅助色

颜色在品牌要素中起着至关重要的作用。它设定了视觉色调，并有助于在项目的所有视觉传达中创造一种连贯感。

品牌颜色有助于从观者内心深处唤醒对品牌个性的共鸣与记忆。品牌颜色可唤起新的渴望，展现品牌的活力与态度。

暖意橙

用户 关怀 诚意 期待

关注用户 不负期待

以满足用户需求为己任，以持续超越期待为目标。“暖意橙”源于哈弗品牌对用户的满满诚意与关怀，象征哈弗品牌与用户共情、共创、共享，在用户运营中实现品牌无限生长。

C:0 M:71.6 Y:74.5 K:0

R:255 G:105 B:61

PANTONE1645C

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

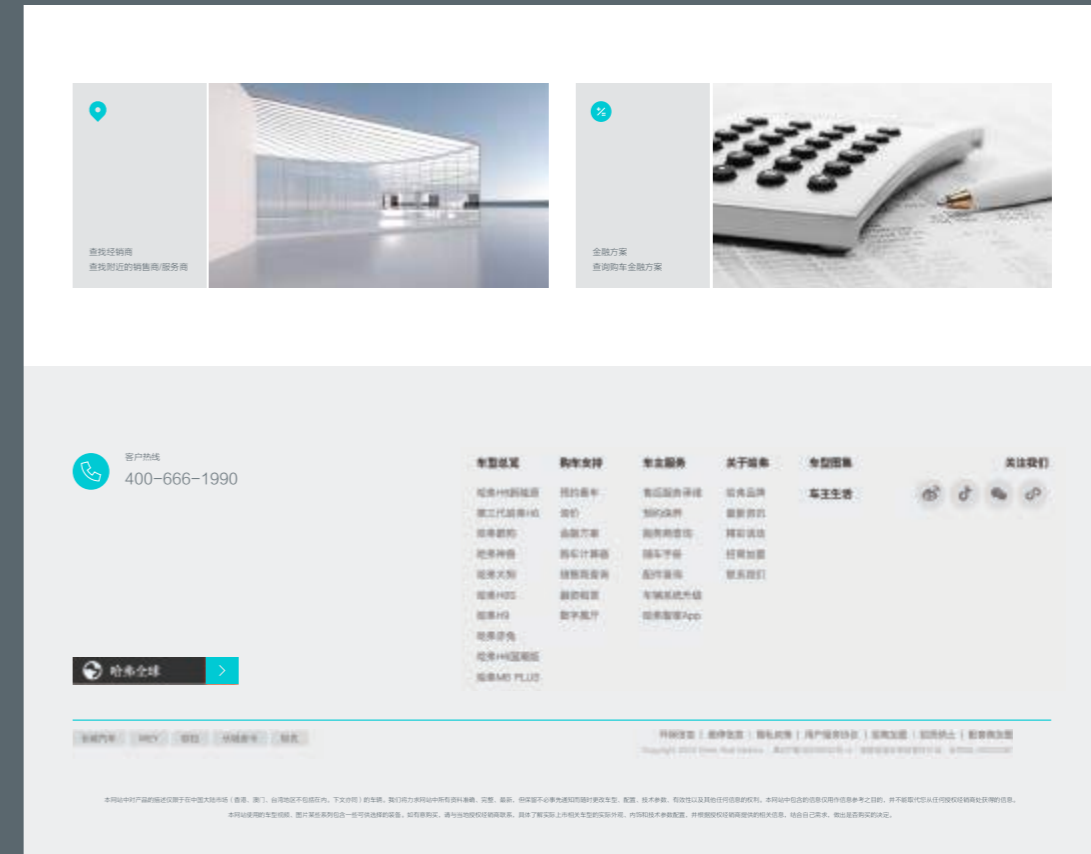
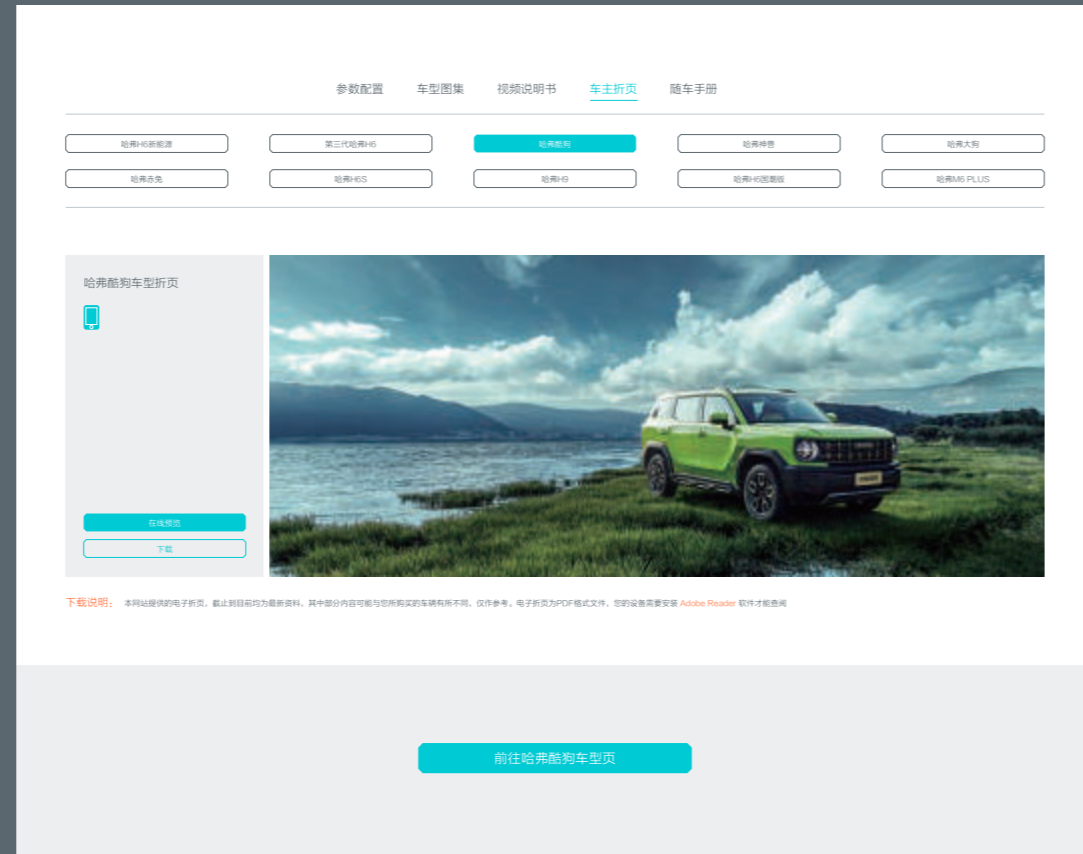
90%

品牌色彩

Brand color

应用展示

Application display



白色与10%哈弗灰搭配使用作为背景色（白色与灰色比例可根据需要调整），超能蓝作为点缀使用，暖意橙作为提示类颜色使用，图片使用应该符合品牌调性。

为保证品牌调性的统一性，需要将主色调贯彻执行，配色和车型色作为点缀使用。

品牌色彩

Brand color

单色渐变色

Monochrome gradient

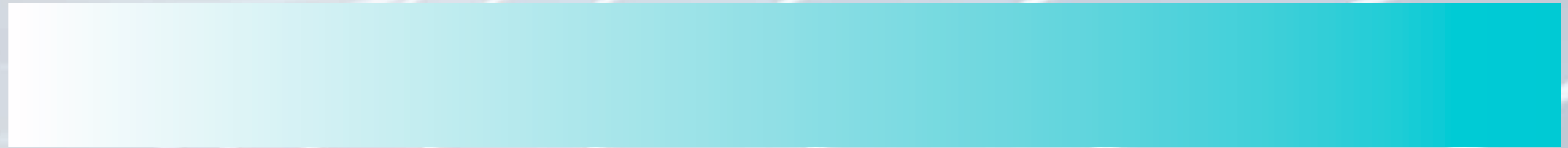
白色

哈弗灰



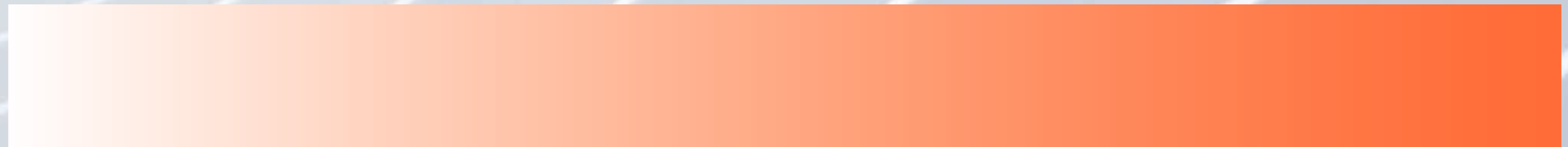
白色

超能蓝



白色

暖意橙



渐变色可以更好的体现科技感和新能源感，主要用于文创产品的配色设计。

品牌色彩

Brand color

颜色应用示意

Auxiliary
color
specification



渐变色可以更好的体现科技感和新能源感，主要用于文创产品和线上传播。

标准字体

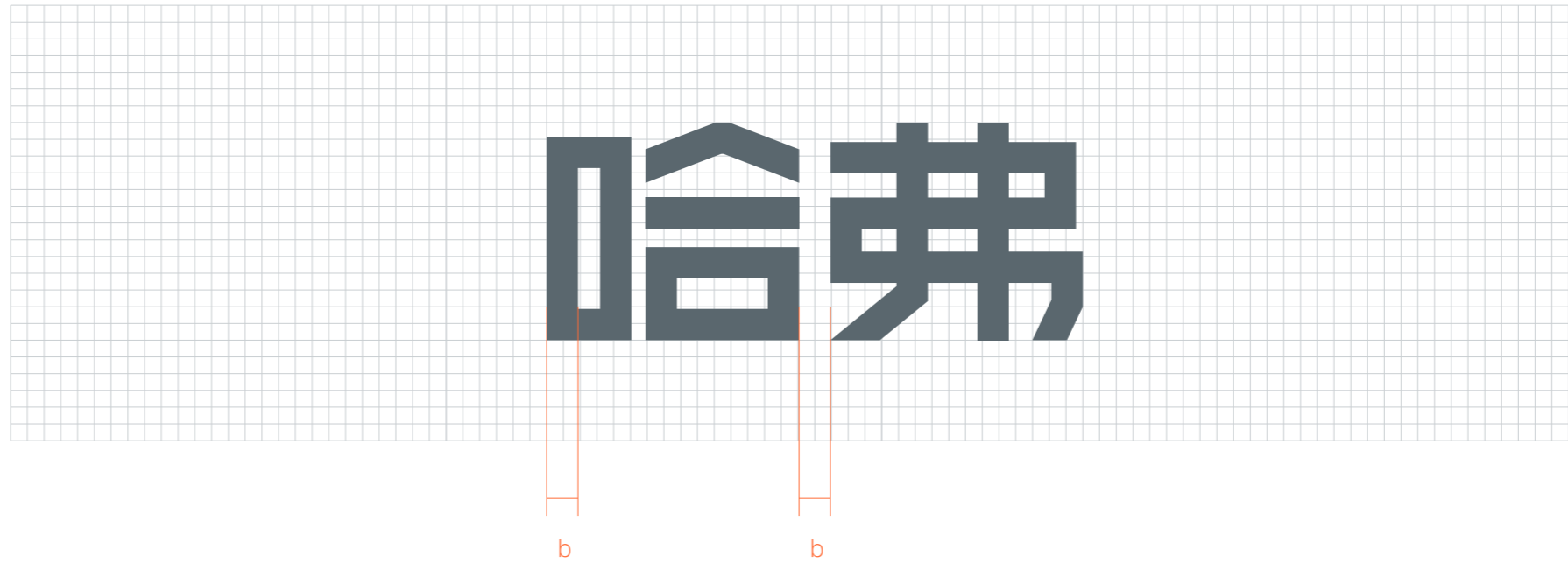
Standard font

品牌中文字体

Brand
Chinese font

用于品牌、车型标准字

以“哈”的笔画宽度为一个单位: b



哈弗

墨稿形式

哈弗

反白形式

品牌中文字体用于品牌宣传正式场合、车型标准字。

旨在明确品牌字体的整体造型比例、线条粗细、空间距离等相互关系。不可随意改动，需严格按照标准使用。品牌中文字体配色与标志配色保持一致。

标准字体

Standard font

品牌英文字体

English font

品牌英文字体用于品牌宣传正式场合、车型标准字以及文创设计。

旨在明确品牌字体的整体造型比例、线条粗细、空间距离等相互关系。不可随意改动，需严格按标准使用。品牌中文字体配色与标志配色保持一致。

粗体

主要用于车型名称主体，其次可运用于文创设计中

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

细体

主要用于新能源车型名称主体和其他车型名称后缀，其次可运用于文创设计中

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

标准字体

Standard font

车型字体

Vehicle
type font

车型字体用于车型名称、以及车牌字体。

哈弗 H6

哈弗 神兽

哈弗 酷狗

哈弗 H9

哈弗 大狗

哈弗 赤兔

哈弗 H6 | 国潮版

哈弗 H6 S

哈弗 M6 PLUS

车型字体用于车型名称、以及车牌字体。

旨在明确车型名称字体的整体造型比例、线条粗细、空间距离等相互关系。不可随意改动，需严格安装标准使用。

车型名称字体配色与标志配色保持一致。

标准字体

Standard font

车牌字体应用

License plate font application

车牌四类规范及后期其它车型应用按照此类调整



150mm X 430mm

混动版本车牌



150mm X 480mm

插电混版本车牌



150mm X 430mm

主版本车牌



150mm X 430mm

特色版本车牌

旨在明确车型名称字体的整体造型比例、线条粗细、空间距离等相互关系。不可随意改动，需严格安装标准使用。
车型名称字体配色与标志配色保持一致。

标准字体	Standard font		
传播字体	Propagate fonts		
	字体型号	字体展示	首选使用场景
	方正兰亭细黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	正文大标题 品牌类宣传 城市类车型 (枭龙系列\H6系列神兽\赤兔\M6)
	方正兰亭特黑简体	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	正文大标题 越野类 (大狗\酷狗\H-DOG\H9\P04)
	方正兰亭中粗黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	根据实际情况二选一使用
	方正兰亭黑简体	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	正文副标题
宣传画面中标题、副标题、正文、注释，都必须使用传播字体。 为统一 HAVAL 品牌视觉识别系统的字体应用，在传播物料的创意及信息中（包括但不限于：数字类、户外类、平面类、视频类），采用中英文传播字体的首选与备选使用规范准则。	方正兰亭纤黑简体	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	正文内容和注释

标准字体	Standard font
传播备用字体	Propagate Alternate Fonts

字体型号	字体展示	备选使用场景
方正兰亭超细黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	品牌类宣传 城市类车型 (枭龙系列\H6系列神兽\赤兔\M6)
方正兰亭准黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	
方正兰亭粗黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	越野类 (大狗\酷狗\H-DOG\H9\P04)
方正兰亭大黑	新能源SUV专家 NEW ENERGY SUV EXPERT	

传播画面中，如果遇到传播字体不能满足使用场景时，可选择传播备用字体。

为统一 HAVAL 品牌视觉识别系统的字体应用，在传播物料的创意及信息中（包括但不限于：数字类、户外类、平面类、视频类），采用中英文传播字体的首选与备选使用规范准则。

标准字体

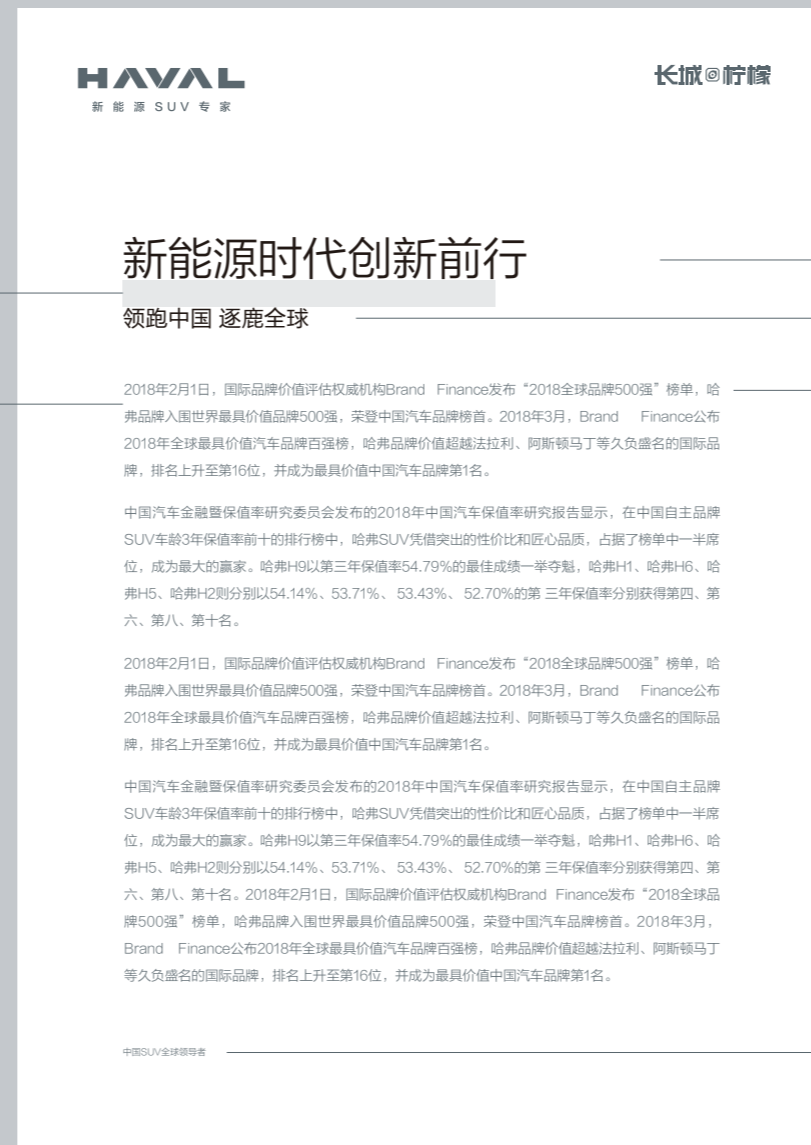
Standard font

传播字体应用规范

Propagate
fonts application
specification

内文字体示意

广告字体示意



间距:一倍

间距:二倍

实际字号

主题字号:20pt

副标题字号:10pt

内文字号:6pt

注释字号:4pt

换算比例

X pt

0.5 X pt

0.3 X pt

0.2 X pt



为统一 Haval 品牌视觉识别系统的字体应用，在传播物料的创意及信息中（包括但不限于：数字类、户外类、平面类、视频类），采用中英文标准字体的首选与备选使用规范准则。

辅助图形

Auxiliary Figure

辅助图形使用规范

Specification for use of auxiliary rib graphics

图形来源

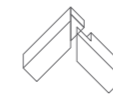


提取HAVAL 标志中的特征角度31.5°，将该特征角度贯穿辅助图形始终



图形可以有从“线”到“面”的使用区间，根据需求做出相应调整

图形释义



以天人合一，国之技艺——“榫卯”，中国古代科技智慧与结构技艺的经典代表作为灵感来源。

+



扁平化
模块化



单一元素重复规律组合，该组合形式只可做小面积使用



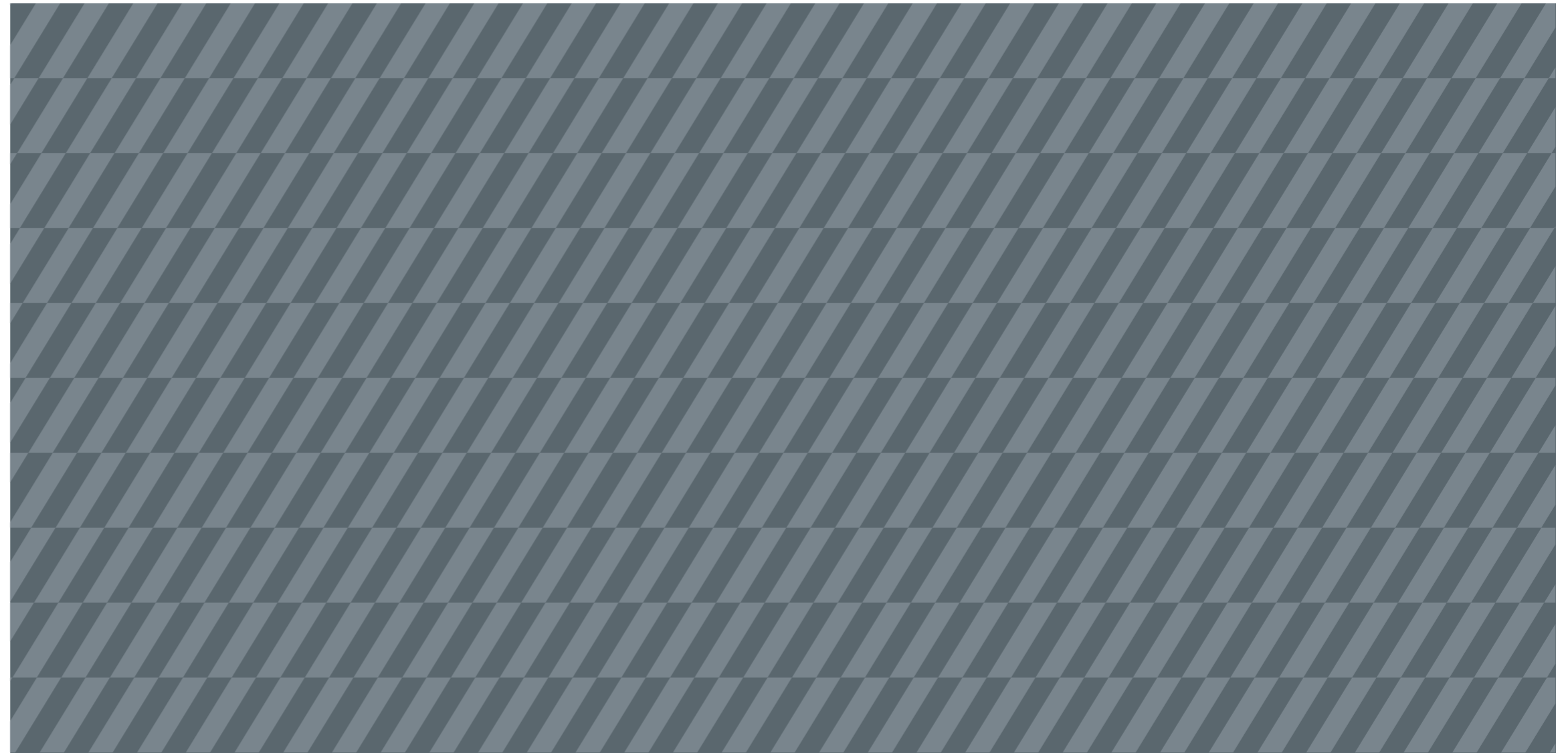
辅助图形是品牌传播中不可缺少的一部分，它可以增加标志等VI设计中其他要素在实际应用中的适用范围，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容、强化品牌形象。辅助图形的颜色通用企业标准色和辅助色。

辅助图形

Auxiliary Figure

辅助图形使用规范

Specification for
use of auxiliary
rib graphics



辅助图形是品牌传播中不可缺少的一部分，它可以增加标志等VI设计中其他要素在实际应用中的适用范围，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容、强化品牌形象。辅助图形的颜色通用企业标准色和辅助色。

辅助图形 Auxiliary Figure

辅助图形的应用

Application of auxiliary graphics



辅助图形是品牌传播中不可缺少的一部分，它可以增加标志等VI设计中其他要素在实际应用中的适用范围，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容、强化品牌形象。辅助图形的颜色通用企业标准色和辅助色。

辅助图形

Auxiliary Figure

辅助图形的应用

Application of auxiliary graphics



辅助图形是品牌传播中不可缺少的一部分，它可以增加标志等VI设计中其他要素在实际应用中的适用范围，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容、强化品牌形象。辅助图形的颜色通用企业标准色和辅助色。

辅助图形

Auxiliary Figure

辅助图形的应用

Application of
auxiliary
graphics

辅助图形是品牌传播中不可缺少的一部分，它可以增加标志等VI设计中其他要素在实际应用中的适用范围，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容、强化品牌形象。辅助图形的颜色通用企业标准色和辅助色。

传统广告规范

TRADITIONAL ADVERTISING NORMS

画面基本元素

Basic elements of the screen

哈弗广告规范遵循特有的规则和内容，本章节中的各元素规范适用于纸媒广告、户外广告与数字终端。

1.哈弗logo、技术标logo

2.主标题、副标题、附加信息比例规范

3.主标题、副标题、附加信息、备注文字中、英文字体规范

4.二维码使用规范

注意事项

在广告画面中的文字样式(主标题、副标题、附加信息)，中英文的使用必须严格按照规范执行。字体颜色根据KV的实际情况调整颜色，以保证信息的可识别性。

二维码为非必要元素，如需使用，应严格按照此页规定执行。建议在经销商印刷海报、其他必要的特殊场景中应用。

1.哈弗logo、技术标logo的使用，保持高度一致

HAVAL

长城@柠檬

logo高度比例根据画面版式比例确定

2.主标题、副标题、附加信息比例规范

新能源时代创新前行

领跑中国 逐鹿全球

面向全新的新能源时代，以开放姿态和创新技术，以创新产品和服务，拥抱和引领新时代。

New energy SUV expert

Leading China in global competition

Facing the new energy era, embrace and lead the new era with an open attitude and innovative technology, innovative products and services.

实际字号

换算比例

主题字号:20pt

100% pt

副标题字号:10pt

50% pt

内文字号:6pt

30% pt

实际字号

换算比例

主题字号:20pt

100% pt

副标题字号:10pt

50% pt

内文字号:6pt

30% pt

3.主标题、副标题、附加信息、备注文字中、英文字体规范

主标题

副标题

中文：方正兰亭细黑

中文：方正兰亭黑简体

英文及数字：方正兰亭细黑

英文及数字：方正兰亭黑简体

内文（附加信息）

备注

中文：方正兰亭纤黑

中文：方正兰亭纤黑

英文及数字：方正兰亭纤黑

英文及数字：方正兰亭纤黑

副标题的字号为主标题字号的50%

附加信息的字号为主标题字号的30%

4.二维码使用规范

HAVAL

2X



如需放置二维码，应放置在画面右下角，颜色为白底黑色。尺寸包含其白色边缘，高度不超过logo高度的4倍，为保证扫描效果，二维码的高度不小于15mm。

传统广告规范

TRADITIONAL ADVERTISING NORMS

海报与杂志
横版规范(4:3)

Posters and magazines
Horizontal specification (4:3)

广告中的基本元素:品牌标识、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

横版广告比例(4 :3) 宽:20等分,高: 15等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/15页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

1.logo: 高度0.5A 上左边距为A

2.主标题/副标题: 左边距为A

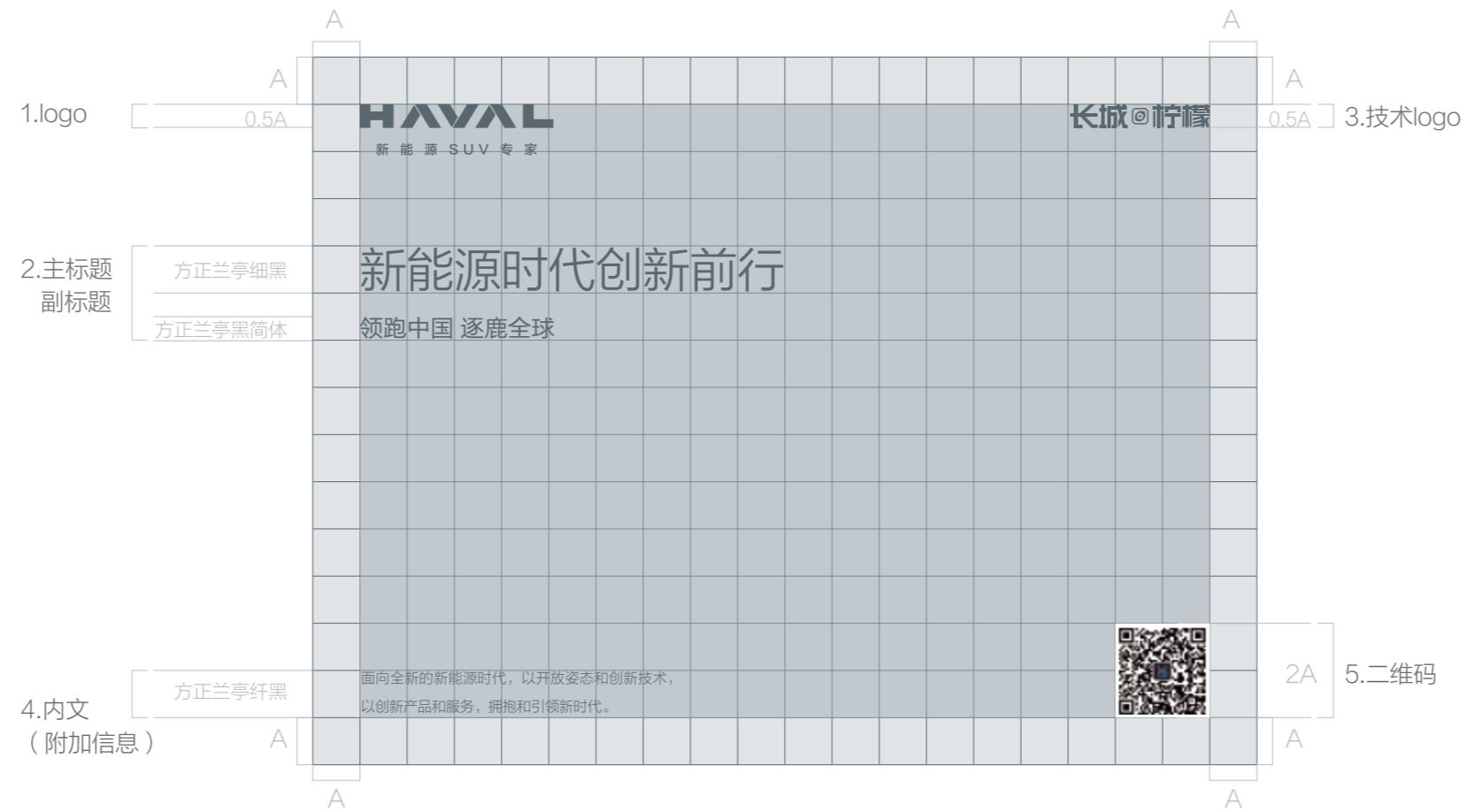
3. 技术ICON: 右边距为A (只在必要时使用)

4.内文(附加信息): 左边距为A

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL ADVERTISING NORMS

海报与杂志
横版规范(16:9)

Posters and magazines
Horizontal specification (16:9)

广告中的基本元素:品牌标识、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

横版广告比例(16:9) 宽:64等分,高: 36等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/36页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo :高度1.2A 上左边距为3A

2.主标题/副标题: 左边距为3A

3. 技术ICON: 右边距为3A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL ADVERTISING NORMS

商场与地铁站海报
竖版规范

Posters of shopping malls and subway stations
Vertical specification

广告中的基本元素:品牌标识、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

竖版广告比例(9:16) 宽:36等分,高: 64等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/64页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo :高度1.2A 上左边距为3A

2.主标题/副标题: 左边距为3A

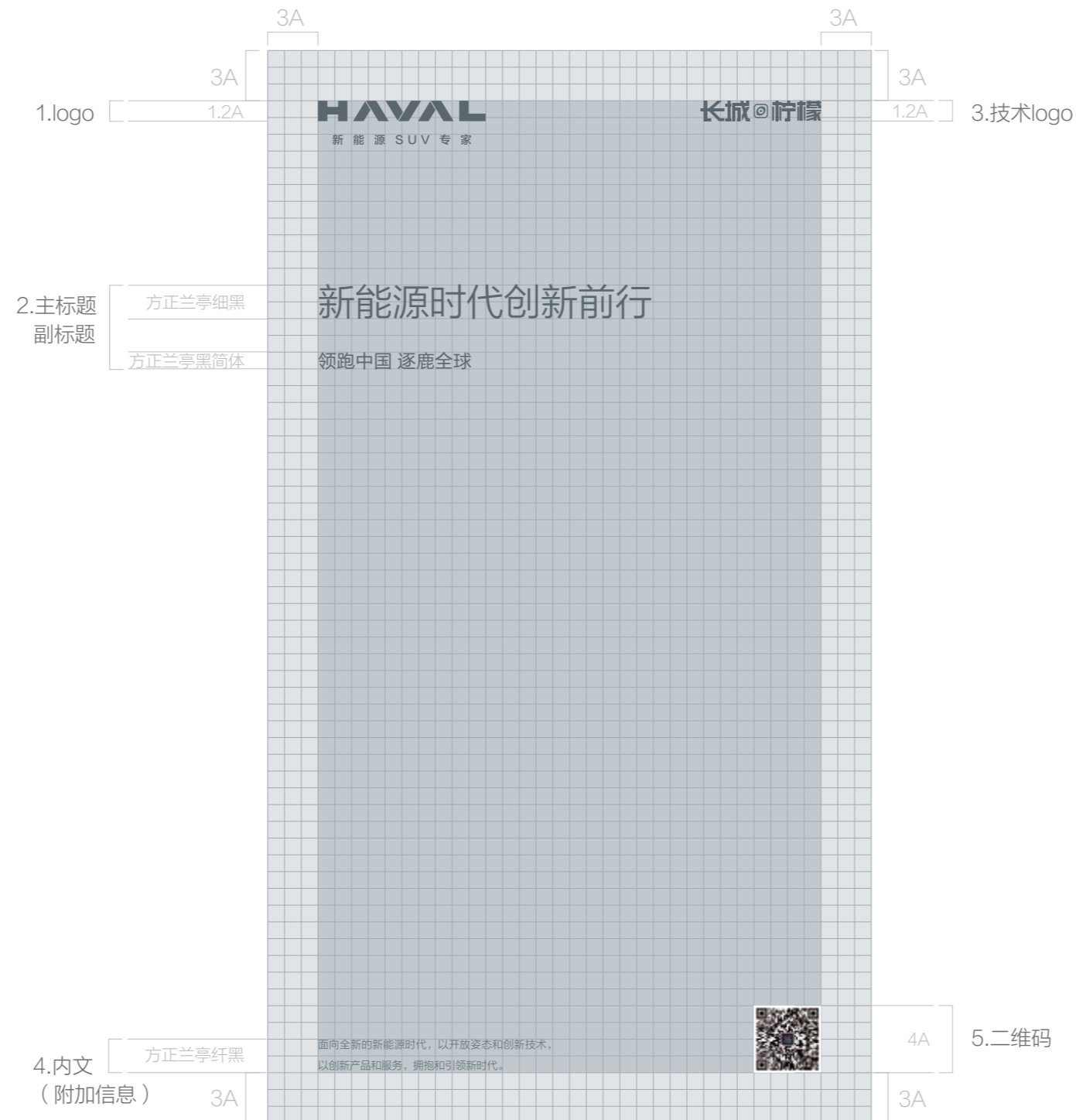
3. 技术ICON: 右边距为3A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL
ADVERTISING NORMS

电梯间海报
竖版规范

Elevator Lobby
Poster
Vertical specification

广告中的基本元素:品牌标识组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

竖版布局尺寸:59*79cm 宽:15等分 高:21等分

测量单位:0.5A=1logo高 A = 1/21页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

1.logo: 高度2A 上右边距为A

2.主标题/副标题: 左边距为A

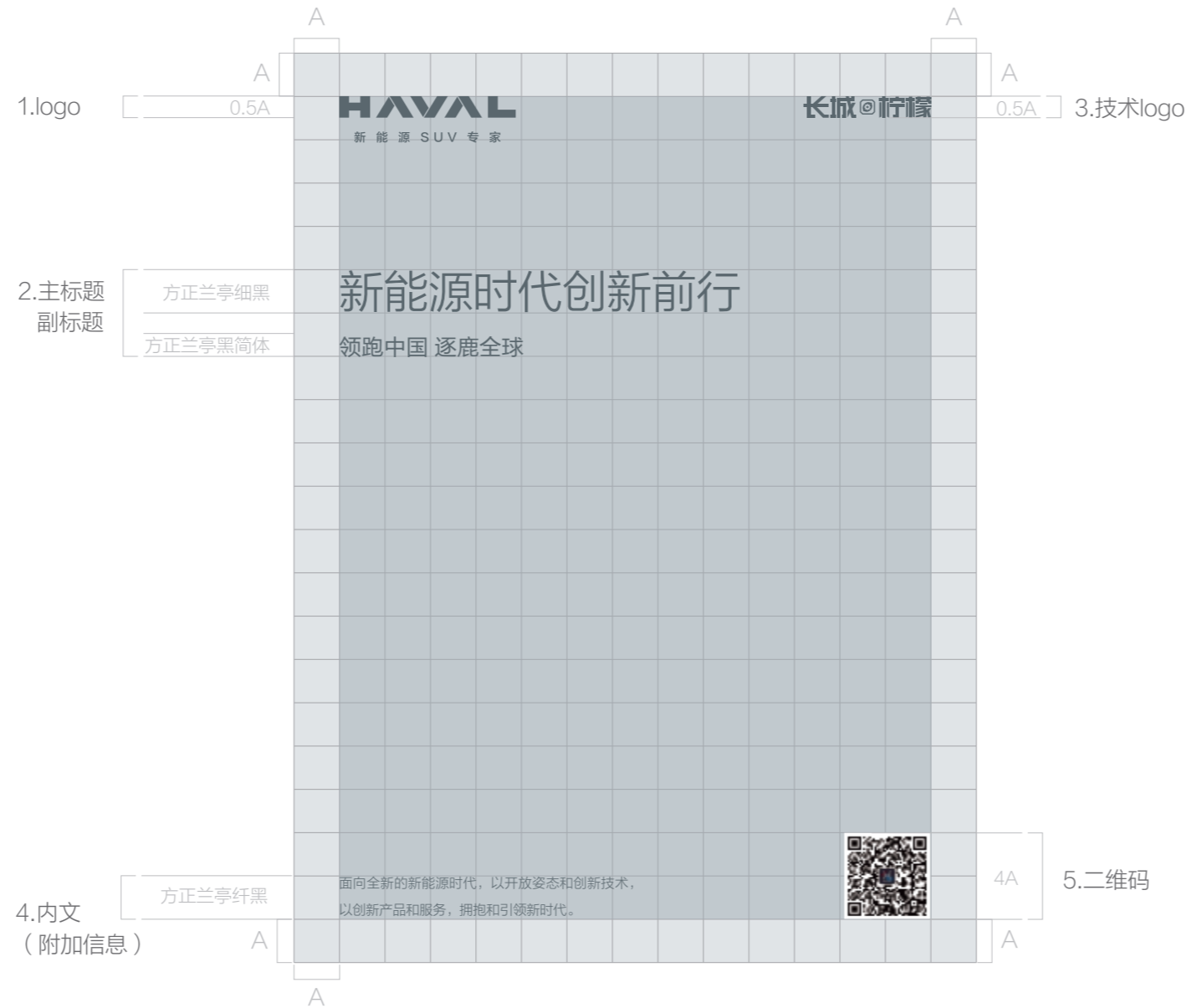
3. 技术ICON: 右边距为A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL ADVERTISING NORMS

展架规范

Specification of exhibition stand poster

广告中的基本元素:品牌标识组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

尺寸:200*80cm 宽:25等分,高:62等分

测量单位:A=1logo高 = 1/62页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为2A

1.logo: 高度A 上右边距为2A

2.主标题/副标题: 左边距为2A

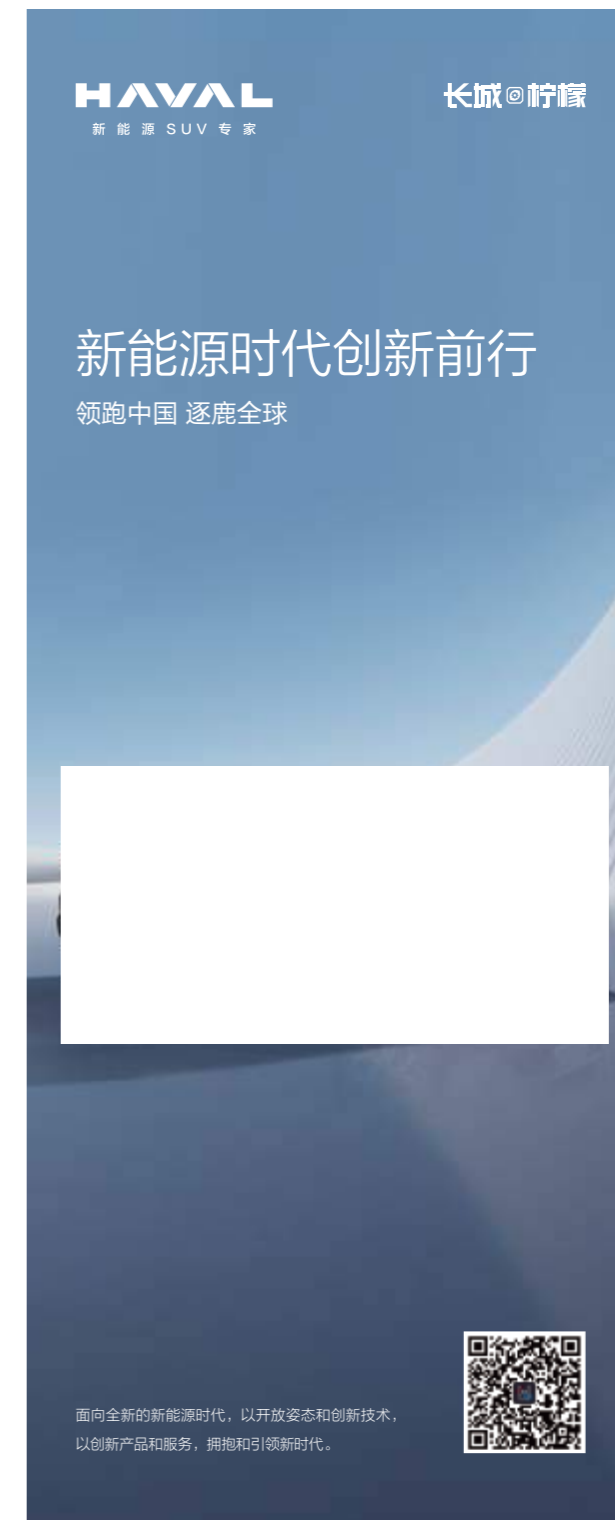
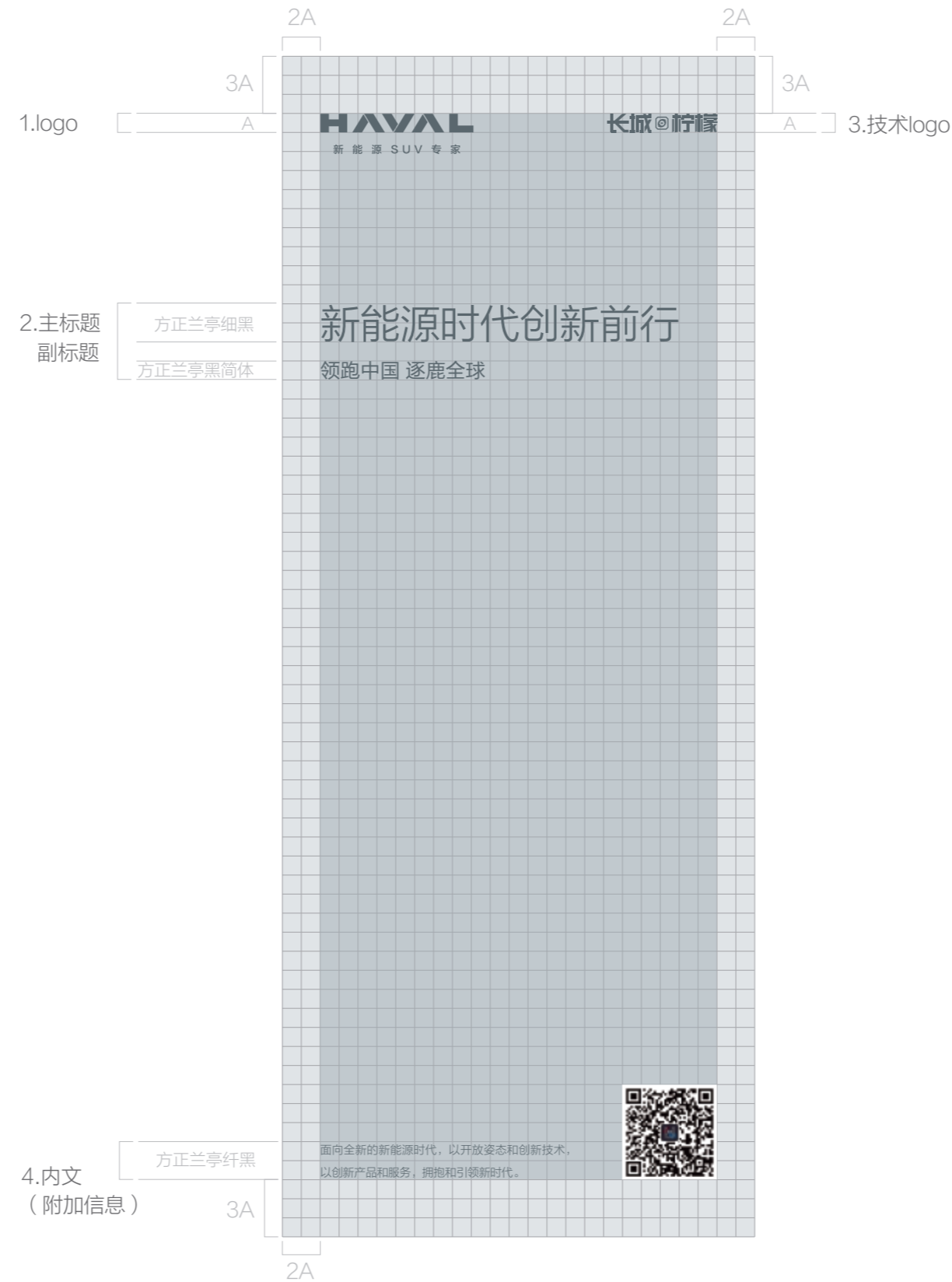
3. 技术ICON:右边距为2A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码根据版面实际内容摆放(尺寸不超过5A)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL
ADVERTISING NORMS

公交站海报规范

Specifications
for posters at
bus stops

广告中的基本元素:品牌标识、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

尺寸:350*150cm 宽:74等分,高:32等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/32页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo: 高度1.2A 上右边距为3A

2.主标题/副标题:左边距为3A

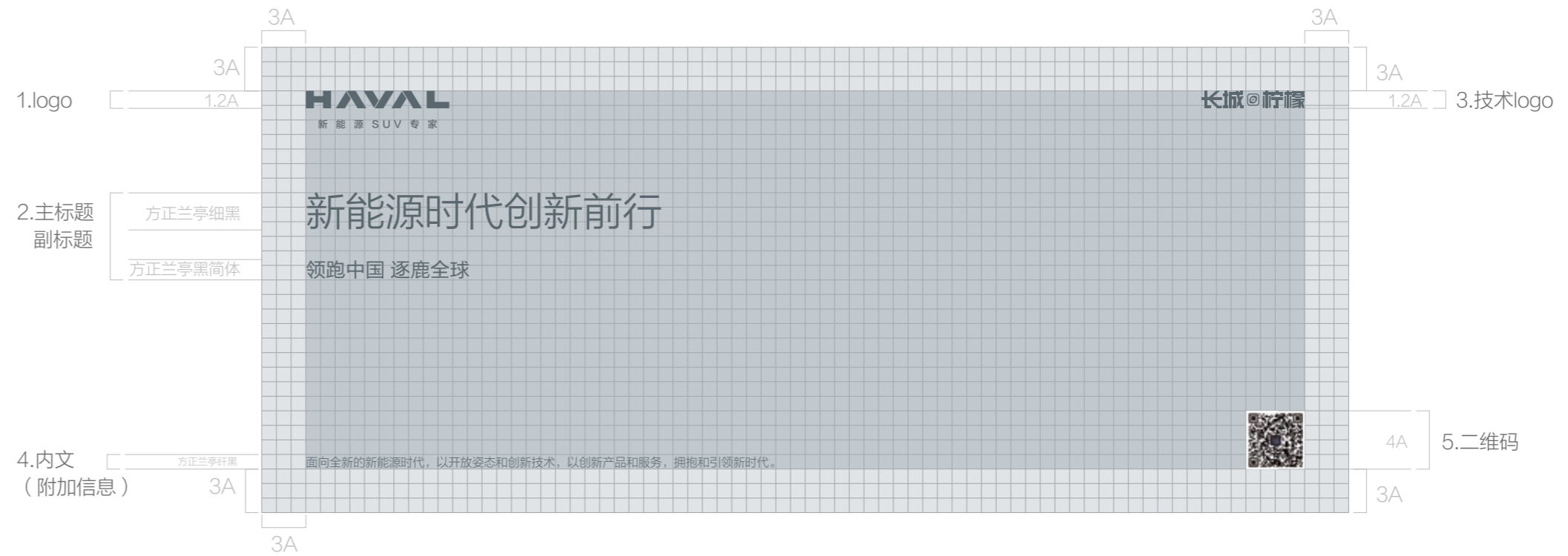
3. 技术ICON:右边距为3A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



传统广告规范

TRADITIONAL
ADVERTISING NORMS

道闸海报规范

Specification
for barrier
posters

广告中的基本元素:品牌标识组合、品牌主张、文本信息，按照规范允许等比例缩放，但不可随意改变其固定位置，使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

尺寸:328*83cm 宽:48等分，高:12等分

测量单位:0.7A=1logo高，A= 1/12页面高

页边距上下边距为2A 左右边距为3A

1.logo:高度0.7A 上右边距为2A

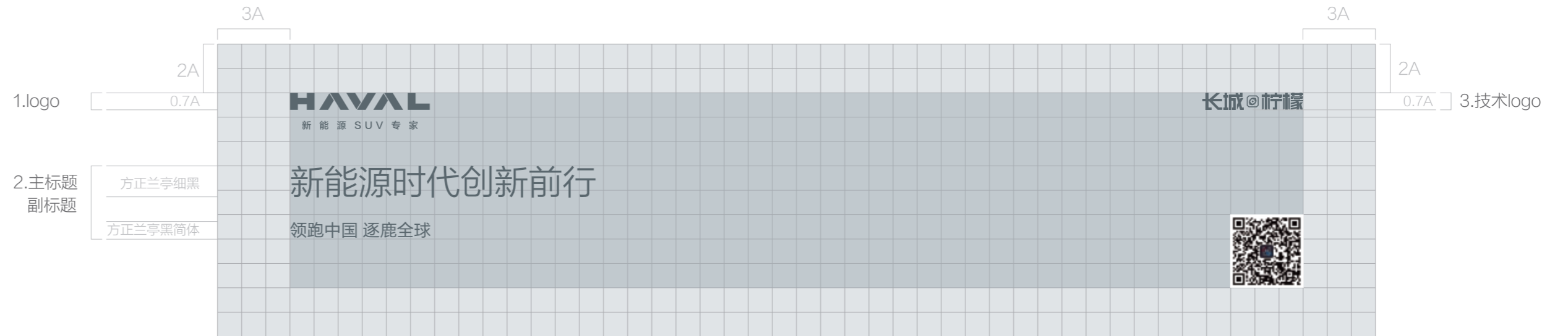
2.主标题/副标题:左边距为3A

3.技术ICON:右边距为3A (只在必要时使用)

4.二维码只在必要时使用 (尺寸不超过3A)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意，具体内容以实际应用为准。



数字端广告规范

DIGITAL ADVERTISING SPECIFICATION

画面基本元素

Basic elements of the screen

哈弗广告规范遵循特有的规则和内容，本章节中的各元素规范适用于纸媒广告、户外广告与数字终端。

1.哈弗logo、技术标logo

2.主标题、副标题、附加信息比例规范

3.主标题、副标题、附加信息、备注文字中、英文字体规范

注意事项

在广告画面中的文字样式(主标题、副标题、附加信息)，中英文的使用必须严格按照规范执行。字体颜色根据KV的实际情况调整颜色，以保证信息的可识别性。

1.哈弗logo、技术标logo的使用，保持高度一致

HAVAL

长城@柠檬

logo高度比例根据画面版式比例确定

2.主标题、副标题、附加信息比例规范

新能源时代创新前行

领跑中国 逐鹿全球

面向全新的新能源时代，以开放姿态和创新技术，以创新产品和服务，拥抱和引领新时代。

实际字号	换算比例
主题字号:20pt	100% pt
副标题字号:10pt	50% pt
内文字号:6pt	30% pt

New energy SUV expert

Leading China in global competition

Facing the new energy era, embrace and lead the new era with an open attitude and innovative technology, innovative products and services.

实际字号	换算比例
主题字号:20pt	100% pt
副标题字号:10pt	50% pt
内文字号:6pt	30% pt

3.主标题、副标题、附加信息、备注文字中、英文字体规范

主标题

中文：方正兰亭细黑
英文及数字：方正兰亭细黑

副标题

中文：方正兰亭黑简体
英文及数字：方正兰亭黑简体

内文（附加信息）

中文：方正兰亭纤黑
英文及数字：方正兰亭纤黑

备注

中文：方正兰亭纤黑
英文及数字：方正兰亭纤黑

副标题的字号为主标题字号的50%

附加信息的字号为主标题字号的30%

数字端广告规范

DIGITAL ADVERTISING SPECIFICATION

互联网广告(移动端)
横版比例

Internet advertising
(mobile terminal)
horizontal proportion

广告中的基本元素:品牌标志组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

横版广告尺寸: 1140*640px

单元格尺寸: 20px 宽:57等分,高:32等分

测量单位:A= logo高 = 1/32页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo:高度1.2A 上右边距为3A

2.主标题/副标题: 左边距为3A

3.技术ICON: 右边距为3A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码只在必要时使用 (尺寸不超过4A)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



数字端广告规范

DIGITAL ADVERTISING SPECIFICATION

互联网广告(移动端)
竖版比例

Internet advertising
(mobile terminal)
Vertical scale

广告中的基本元素:品牌标志组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

横版广告尺寸: 640*1140px

单元格尺寸: 20px 宽:32等分,高:57等分

测量单位:A= logo高 = 1/57页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo:高度为A 上右边距为3A

2.主标题/副标题: 左边距为3A

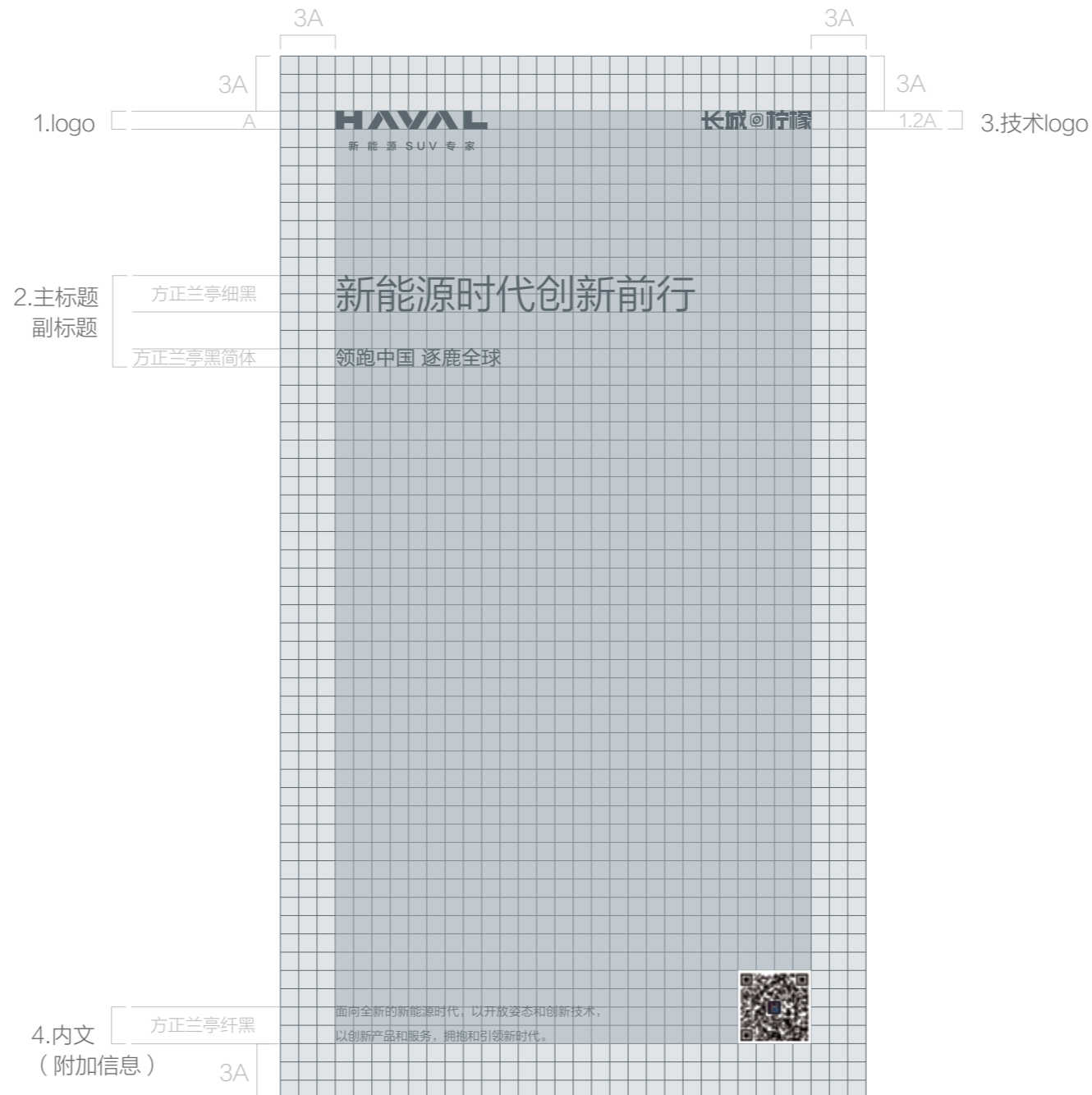
3.技术ICON: 右边距为3A (只在必要时使用)

4.内文

5.二维码只在必要时使用 (尺寸不超过4A)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



数字端广告规范

DIGITAL ADVERTISING SPECIFICATION

政策类海报
(单项政策海报)

Policy posters
(Single policy poster)

广告中的基本元素:品牌标志组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

竖版广告尺寸: 1080*1920px

单元格尺寸: 宽:32等分,高:57等分

测量单位:A= logo高 = 1/57页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo:高度为A 居中摆放

2.主标题/副标题: 居中摆放

3.内文

4.注释文字

5.二维码(只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



数字端广告规范

DIGITAL ADVERTISING SPECIFICATION

政策类海报
(多项政策海报)

Policy posters
(Single policy poster)

广告中的基本元素:品牌标志组合、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

画面区域规范

竖版广告尺寸: 1080*1920px

单元格尺寸: 宽:32等分,高:57等分

测量单位:A= logo高 = 1/57页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo:高度为A 居中摆放

2.主标题/副标题: 居中摆放

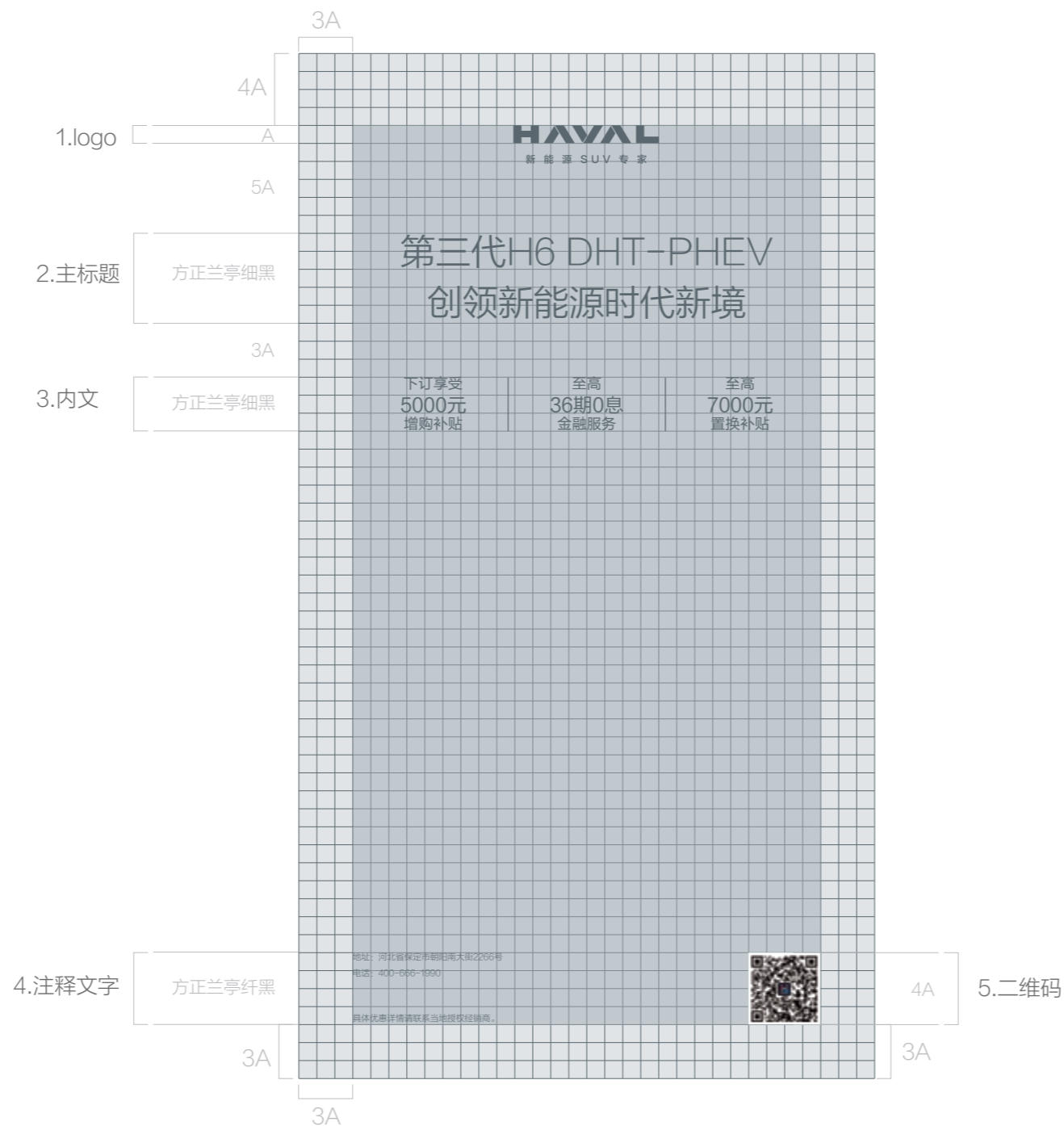
3.内文

4.注释文字

5.二维码 (只在必要时使用)

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



哈弗品牌全面转型新能源，视觉标准完成了全新定义，
为进一步强化新能源属性，对视觉DNA进行再次提升，
以“纯、简、智、进”作为哈弗品牌视觉基调，
从视觉的质、构、势、情等多维度规划，综合提升品牌气质与溢价能力。

纯

质

纯粹、极致

新能源品牌画面中突出表达一个概念主题，体现纯粹的沟通传达方式，突出画面内容元素的精致感，追求图片概念主题与效果的极致展现。

简洁、精炼 **构** 简

新能源品牌画面中板式简洁、精炼，字体统一；元素设计避免繁杂与过分装饰；空间布局与留白合理，彰显秩序美感与内容克制所呈现的高级感。

进取、活力 **进** 情

新能源品牌画面中的人群情感传达，通过进取、活力、积极的人物形象；以及人车生活不同场景中的关联，突出对应人群用户轻松、享受、满足的使用状态。

智

势

智慧、未来

新能源品牌画面势能需要展现科技魅力，具有智慧、未来、前沿的属性，以及趋势的引领性；展现持续满足用户需求，给人向上、向新的感受。

哈弗品牌整体新能源视觉调性

纯、简、智、进

STYLE
画面调性

简洁纯净

智享精致

进取活力

VISUAL
视觉识别

突出重点

留白考究

精致前卫

根据人车生活，我们将画面分为城市、户外、越野3类场景，
分别从产品、场景、人物3个维度，对画面风格进行规范。

城市 户外 越野



产品

角度

质感



场景

环境

构图



人物

状态

服装

画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

品牌视觉风格

Brand
visual style

城市类（城市场景）

（枭龙系列\H6系列神兽\赤兔\M6）



产品

角度：作为车型宣传最重要的主K、头图，车型主要选择平行透视(平30- 45°)角度，不夸张变形，以最完美的状态展现新能源车大、长、顺的造型特点。

对于其他宣传用图，在平行透视基础上，选择纯正、纯侧及更多俯仰角度进一步全面展示车型造型特点。

质感：车型光线充足，车身光影强对比，质感突出。



场景

环境：城市场景选择环境构成简单，建筑成简洁几何块面结构，建筑风格、色调统一，与车型色同色系，搭配和谐。

构图：简洁明了，突出车型，车型比例占画面空间比例不超过50%。



人物

状态：城市场景人群以新中产主流群体为主，人物与车型有自然互动，轻松愉悦。

服装：服装精致、简洁，颜色以冷白、低饱和色调为主。

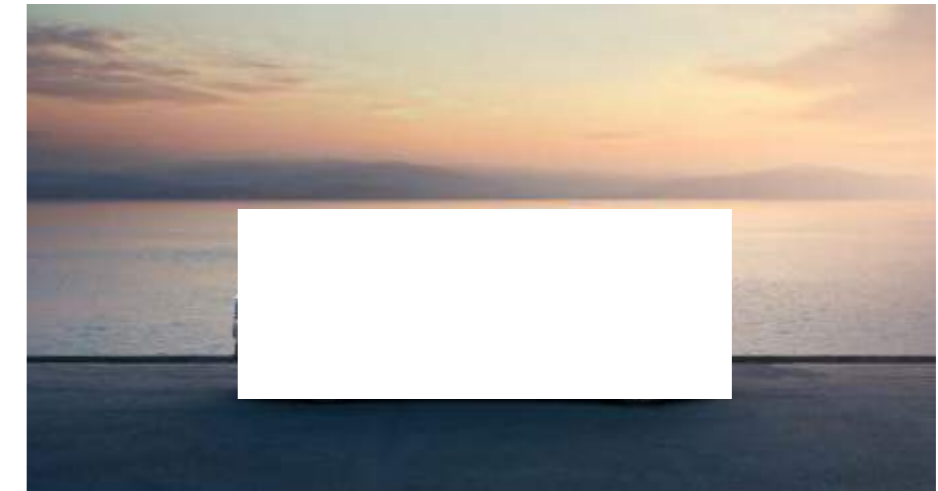
产品 平视角度
光线充足
突出质感



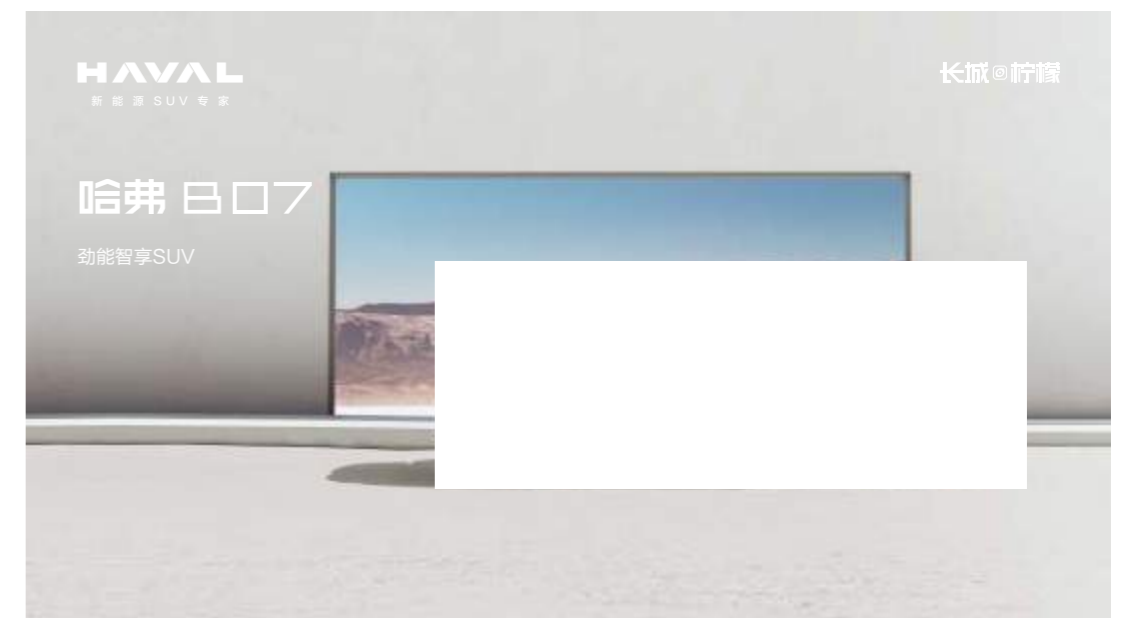
场景 构成简单
简洁统一
突显车型



人物 新中产
自然轻松
服装精致



城市类（城市场景）画面示意（以16:9比例版式为例）



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

品牌视觉风格

Brand
visual style

城市类（户外场景）

（枭龙系列\H6系列神兽\赤兔\M6）



产品

角度：户外车型角度以平行透视为基础，不能出现过大的透视角度，根据场景角度进行更多俯仰角度的选择。

质感：车身光线柔和，质感自然，与环境融合度高。



场景

环境：户外选择明亮通透、视野开阔的大场景，构成简单，大面积的天空比例，无云或少云，山或林轮廓无复杂形态，流畅简洁。

构图：简洁明了，突出车型，车型比例占画面空间比例不超过50%。



人物

状态：户外出现的人群以年轻群体为主（情侣、朋友、家庭），人与车互动紧密，人物呈现出强烈的愉悦、享受感。

服装：服装以颜色柔和的品质休闲为主。

产品 透视平缓
角度独特
光线柔和



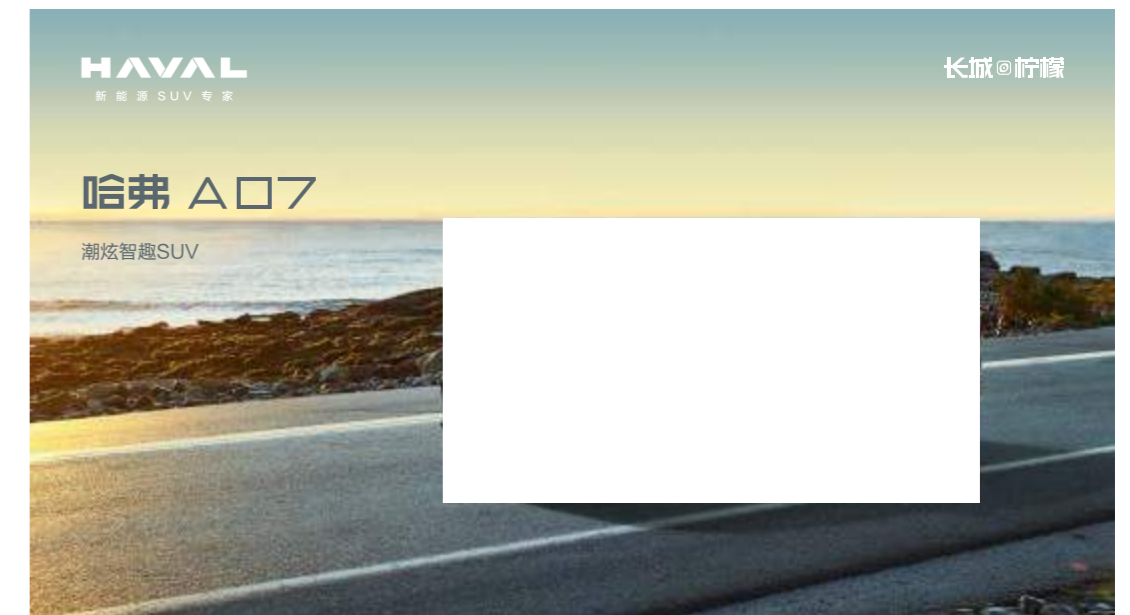
场景 通透明亮
视野开阔
突显车型



人物 年轻群体
愉悦享受
品质休闲



城市类（户外场景）画面示意（以16:9比例版式为例）



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

品牌视觉风格

Brand
visual style

越野

(大狗\酷狗\H-DOG\H9\P04)



产品

角度：越野环境使用大透视角度，以大仰角、斜侧角、航拍等夸张角度，展现征服自然的强烈冲击力。

质感：车身光感强，强调本身质感的同时，对周围环境的反射也恰到好处。



场景

环境：根据车型越野性能级别，选择符合定位的代表性野外场景，视角独特、视野开阔、色彩鲜明，展现自然环境的残酷与壮美，体现车型的强悍与征服。

构图：有冲击力，突出车型，车型比例占画面空间比例不超过50%。



人物

状态：以敢于探索、勇于挑战的群体为主，他们成熟、自信，人物状态富含激情的释放与成功的满足。

服装：穿着成熟、使用专业户外装备，有品质、专业性强。

产品 大透视
角度夸张
强烈冲击



场景 自然壮美
视野开阔
探索征服



人物 激情饱满
勇于挑战
成熟品质



越野画面示意（以16:9比例版式为例）



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

视频视觉原则综述

Overview of
Video Vision
Principles

品牌宣传视频，以展现新能源SUV专家的品牌定位为核心，以用户可感知可理解的内容为载体，通过唯美的画面和真诚深意的故事情节，塑造一个用户心中舒享的用车生活场景：

① **品牌、产品与故事情节衔接自然合理；**

② **品牌、产品露出自然，不为过于追求展示品牌或产品而忽视故事情节的逻辑性；**

影调：以柔和暖色调、自然光为主，体现温馨和谐的用车生活；

饱和度：自然饱和度，营造舒适的视觉效果；

剪辑：衔接自然，逻辑合理，注重情节整体性；

特效包装：与画面自然融合，不过分为追求效果而强加特效包装；

尾版LOGO：所有官方发布的视频均需添加统一的尾版LOGO。

自然真诚 温馨和谐



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

视频视觉原则

Video vision
principles

产品

产品在画面中传达出整体及局部细节的高品质感、高端感及美感。画面真实、富有张力且不是过度修饰。主要服务于具体创意情节，因创意需要而出现，避免盲目展示。

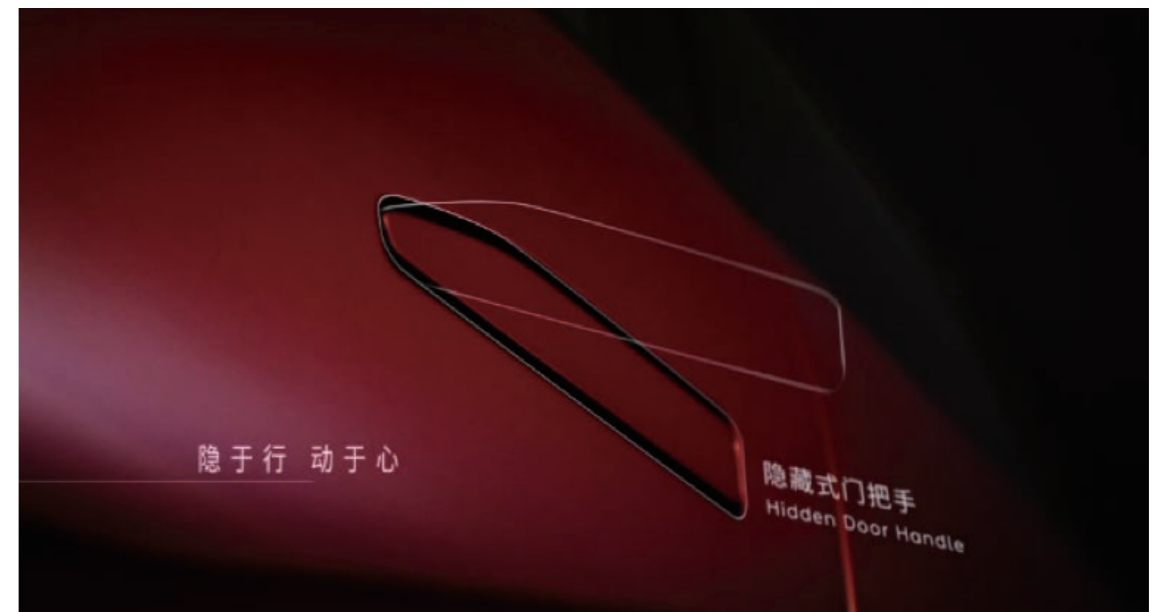
① **影调**：柔和暖色调

② **饱和度**：中饱和度

③ **产品功能卖点展示**：在合理的卖点应用场景下展现卖点功能，避免盲目卖点堆砌。

④ **字幕包装**：样式简约清晰且具有科技感，与画面风格融入自然。

高端质感 画面真实 柔和自然 简约清晰



画面风格规范

PICTURE STYLE SPECIFICATION

视频视觉原则

Video vision principles

人物

积极乐观 精神饱满 契合产品



① 人物选取应契合大众审美标准和契合品牌、产品目标受众人群；

② 人物动作、表情及装扮应体现高品位的生活方式，人物表演为享受当下的生活状态，精神饱满，情绪为高兴、乐观、积极；

画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

视频视觉原则

Video vision
principles

色调

在色调上，品牌与产品形象保持一致，采用暖色系，温馨、阳光的色调，避免灰暗氛围。

① 影片采用暖色调、中低饱和度，营造舒适感和高级感；

② 色调无需完全一致或非常突出，可依据影片的主题和情绪做出调整，但需保持前后一致；

③ 色调与影片传达的感情色彩保持一致，用色调带动用户的观看情绪。

暖色调 阳光温馨 色调与故事一致



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

视频视觉原则

Video vision
principles

场景

拍摄场景渗透影片对品牌主张和产品定位的理解，以自然真实的场景为主。

- ① 场景色调与品牌色彩、产品色搭配协调，保持整体的舒适性；
- ② 选择高级场景，美感、干净、自然，避免繁杂、脏乱，或过于抢戏不能突出重点；
- ③ 场景应与品牌、产品创意故事情节契合。

简洁自然 和谐舒适 契合情节



画面风格规范

PICTURE STYLE
SPECIFICATION

视频视觉原则

Video vision
principles

背景音乐

拍摄场景渗透影片对品牌主张和产品定位的理解，以自然真实的场景为主。

- ① 选择符合创意情节情绪、调性的背景音乐，高级、优雅的风格，避免嘈杂、混乱等电子音乐；
- ② 能够准确传达影片想要传递的感情，能够与画面、剪辑节奏达到和谐统一。

高级优雅 传递感情 契合情节



特殊情况的解决方式

至少保证有一个元素是来自VIS的，其他元素（如颜色等）根据具体使用环境，可以作出相应变化。



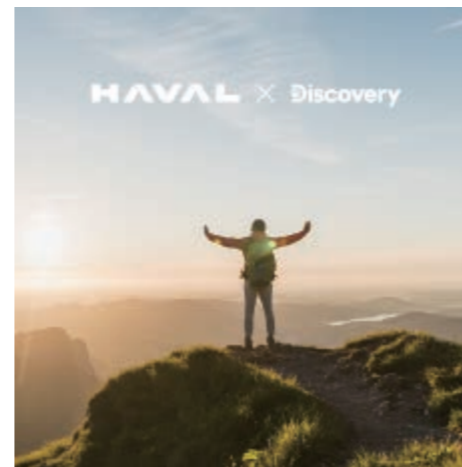
① 事件类

排版和品牌logo是符合vi的
允许出现相关事件的颜色和logo



② 周边产品类

排版和品牌logo是符合vi的
允许出现相关事物的色调



③ 联名类

联名事件中，保证哈弗logo的正确
允许其他元素符合合作方规范



④ 插画类

保证排版和品牌logo是符合vi的
插画中其他元素可做变化



⑤ 特殊节日类

保证排版是符合vi的
节日主题中其他元素可做变化

画面风格规范

PICTURE STYLE SPECIFICATION

禁止出现的情况

Prohibited situations

以下图片画面情况是不符合哈弗DNA的，应当避免

- ⊗ ① 环境嘈杂，不利于突出主体
- ⊗ ② 画面主体不够单纯，画面不够通透
- ⊗ ③ 毫无未来科技感的体现
- ⊗ ④ 车型状态不够积极，展现不完整



画面风格规范

PICTURE STYLE SPECIFICATION

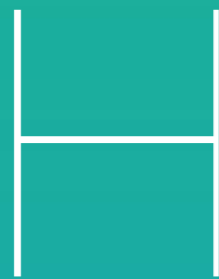
禁止出现的情况

Prohibited situations

以下图片画面情况是不符合哈弗DNA的，应当避免

- ⊗ ① 文案字体不符合规范
- ⊗ ② 除形象代言人外，画面主图不得出现网红类身份人物形象
- ⊗ ③ 主体车型上覆盖文案
- ⊗ ④ 文案使用阴影效果
- ⊗ ⑤ 文案信息组合复杂





媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方网页规范

官方app规范

头像规范

视频封面版式（横版、竖版、连屏）

统一视频尾版

车型视频尾版

九宫格版式

只放logo的（纪实类）

放技术logo和活动icon的

放主题文案的

推文版式

车型类

活动、节日类

政策类

联名类

插画类

媒体视觉应用

MEDIA VISION
APPLICATION

官方网页规范

Official
webpage
specification

明亮的白色和哈弗灰（10% – 20%浓度）被用作背景色，白色和哈弗灰用作字体颜色。超能蓝是品牌的辅助色，克制使用，作为“点睛之用”，用作突出强调重点，不要大面积使用，保持整体的简约风格和高级感。

网站首页图片全屏设计，产品画面占比大，视觉冲击力极强；顶部菜单压条级窄，为半透明色，可收缩；

布局规整简洁

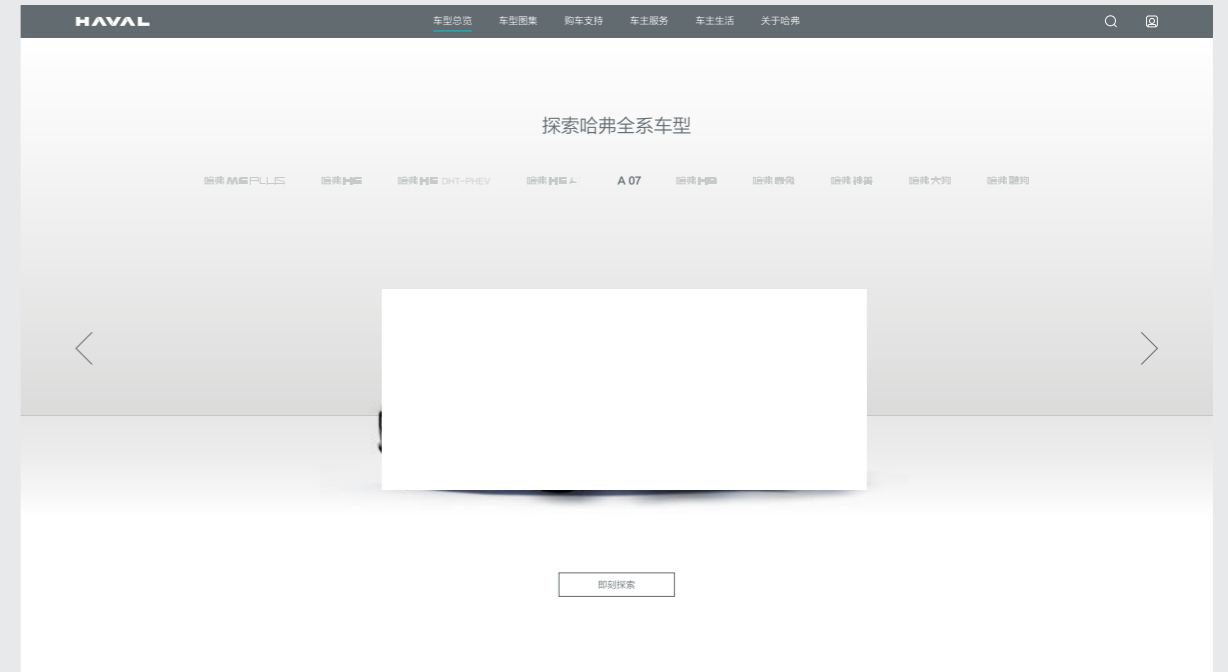
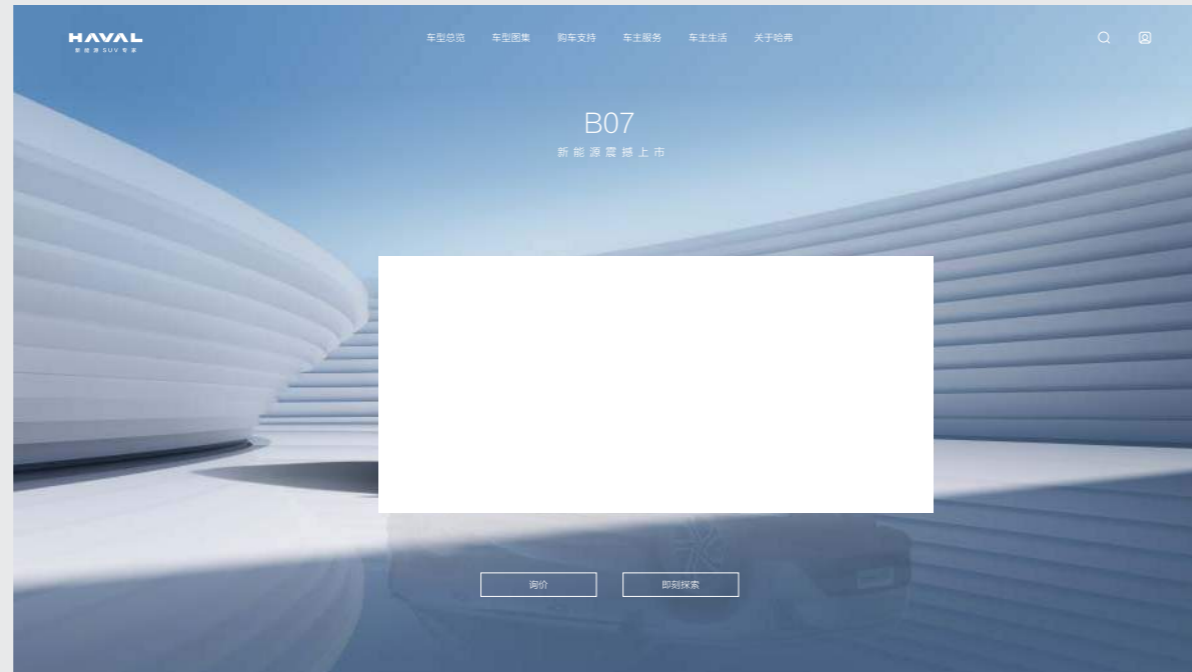
各级界面内容极度精简，除重点文字内容外，就是大量画面留白；

文字内容采取左对齐和中间对齐，加上内容极简，极具秩序美感与高级感；

调性统一

网站二级页面，图片多张布局同样遵循大、少、有序的原则，保持统一风格；

二级页面品牌图片与功能图片，画面简洁、高级，与车型图片调性一致；



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方网页规范

Official webpage specification

明亮的白色和哈弗灰（10% - 20%浓度）被用作背景色，白色和哈弗灰用作字体颜色。超能蓝是品牌的辅助色，克制使用，作为“点睛之用”，用作突出强调重点，不要大面积使用，保持整体的简约风格和高级感。

网站首页图片全屏设计，产品画面占比大，视觉冲击力极强；顶部菜单压条级窄，为半透明色，可收缩；

布局规整简洁

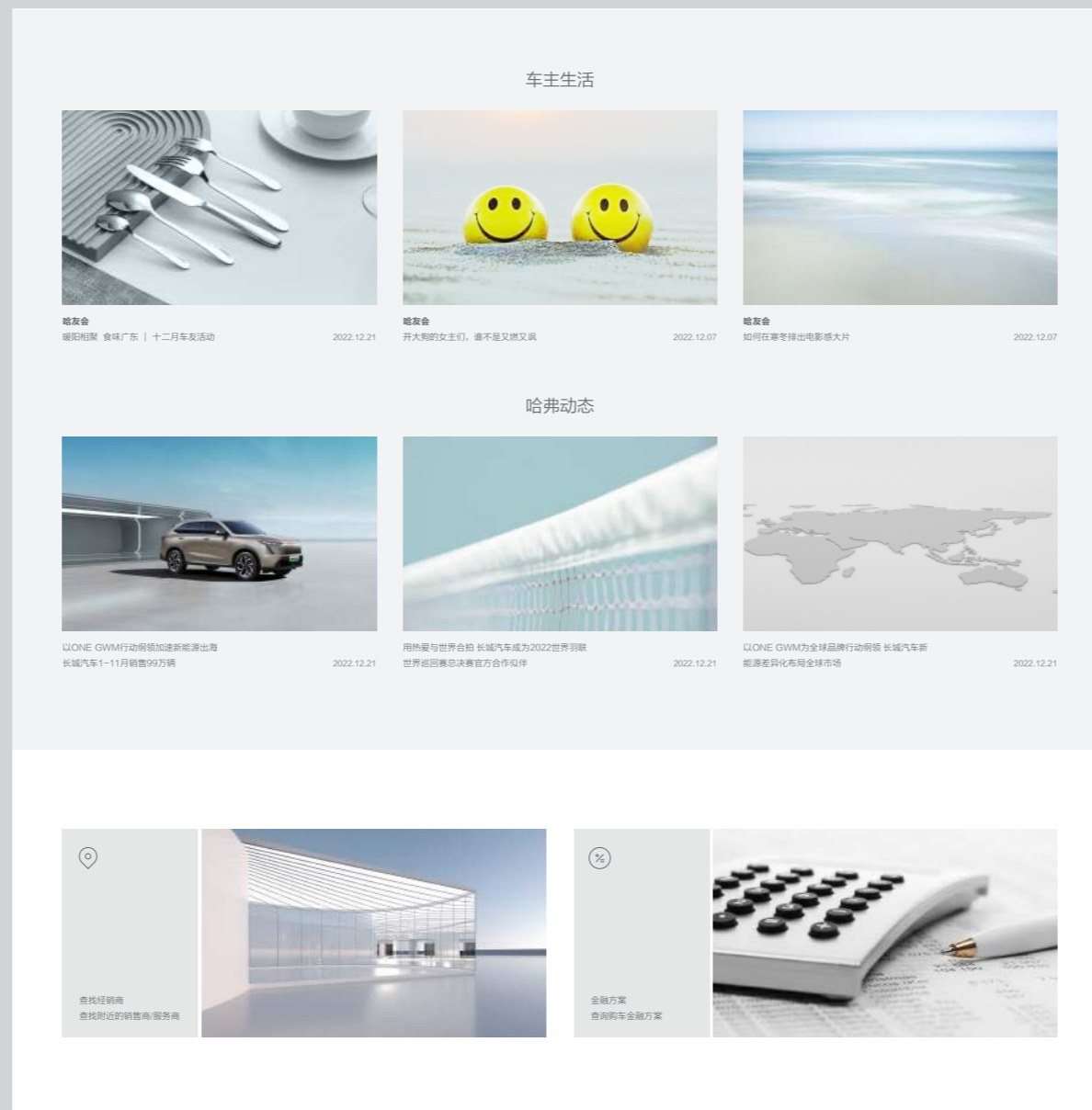
各级界面内容极度精简，除重点文字内容外，就是大量画面留白；

文字内容采取左对齐和中间对齐，加上内容极简，极具秩序美感与高级感；

调性统一

网站二级页面，图片多张布局同样遵循大、少、有序的原则，保持统一风格；

二级页面品牌图片与功能图片，画面简洁、高级，与车型图片调性一致；



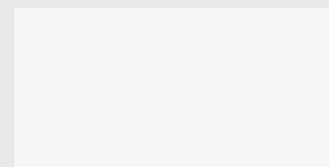
媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

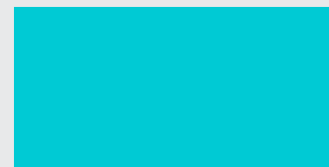
官方app规范

Official app specification

主色



#F6F6F6

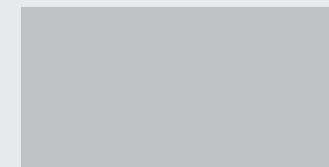


#5EC7D1

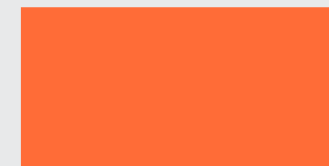
辅色



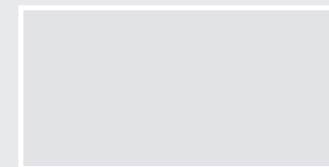
#526D9D



#25272B 20%

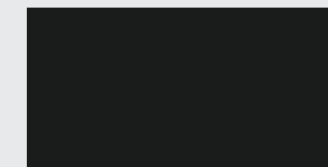


#FF6C37



#E5E6EA

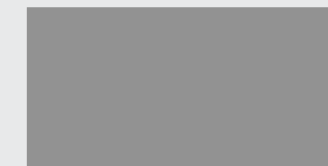
文字



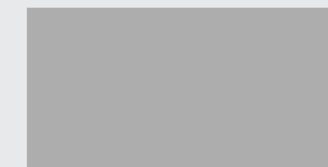
#1A1B1B



#6E6E6E



#959595



#B0B0B0

官方APP配色分为主色、辅色、文字配色。背景色以白色和低浓度的哈弗灰（浓度不超过20%）为主，超能蓝作为突出icon和点睛部分的配色，不要大面积使用，保持整体的简约风格和高级感。

辅色可丰富app内的层级，但是不可大面积使用，使用比例不得超过主色。

为丰富文字的层级，制定了四个层级的灰色作为文字配色，除此之外的灰色，不可使用。

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

单行文本

中黑体	常规体	细体	使用场景
字号22	字号22	字号22	特大标题
字号18	字号18	字号18	大标题
字号16	字号16	字号16	中标题
字号15	字号15	字号15	小标题
字号14	字号14	字号14	正文
字号12	字号12	字号12	辅助字体
字号10	字号10	字号10	tab栏, 特殊小文字

字体

<p>ios系统</p> <p>中文: Pingfang-SC</p> <p>英文: Rany (免费商用)</p>
<p>安卓系统</p> <p>中文: 思源</p> <p>英文: Rany</p>

行高

<p>行高 = 字号*1.5- 1.7 (px)</p> <p>如: 字号为16, 则行高 = 16*1.5=24px</p> <p>字体行高在1.5-1.7之间, 看在页面中视觉感受是否和谐</p>

规范不同内容的字号应用、字体使用及行高标准, 与标准色搭配使用, 形成简洁、直接的品牌视觉表达。

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

首页一级界面



哈弗LOGO放在左上角，突出品牌感，强化品牌形象

推荐 标签使用18号平方中黑字体与未选中字体形成舒适对比

Banner1:1宽度，标题下面采用毛玻璃流行样式，提升品牌年轻活力标题采用主副标题样式，增强视觉层级对比，丰富结构，简洁但不简单

快捷入口去掉这几个文字用户多年使用APP习惯已形成心理模式，简化多余信息

官方账号用蓝色的V展示
关注颜色采用主色展示标题采用18号平方中黑体与周围文字内容拉开视觉层级从大小、间距、形成对用户读取重要信息的舒适表现方式

点赞icon采用比心样式，更加符合目标用户的社交语言，也区别于竞品；在细节上做到差异化，逐步改变品牌在用户心中的固有形象



哈小弗 32分钟前 · 官方账号

哈弗H9 | 驭见乌兰布统之秋!

万物皆可潮



浏览 2345 27 120

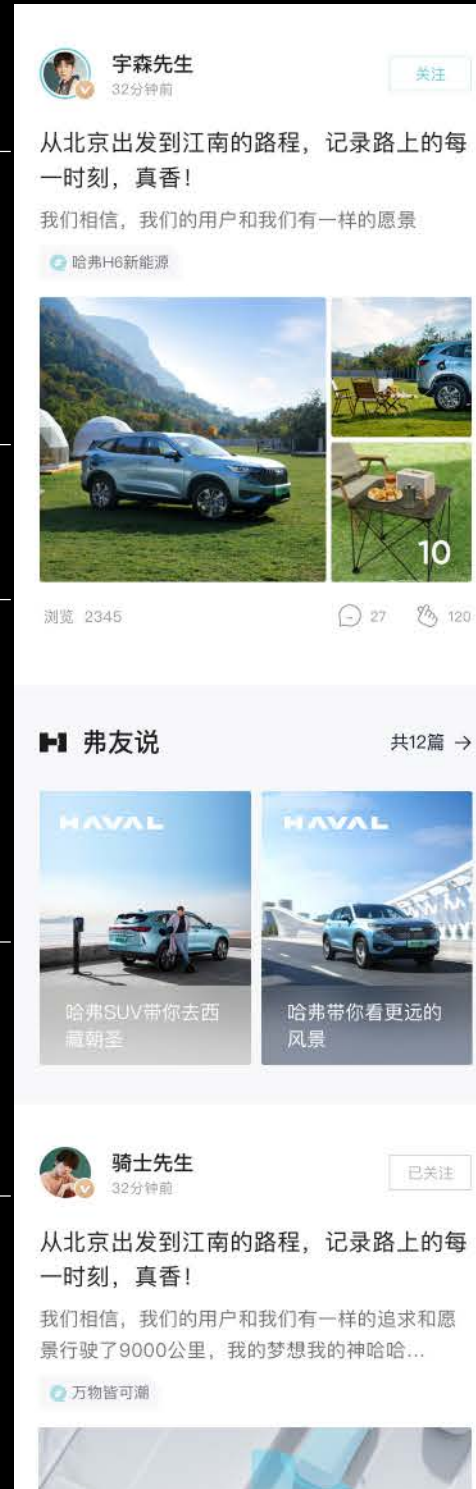
用户账号用金黄色的V 用户是系能源车主，头像就有一圈绿色代表

帖子有两种发布模式，1、一张图比例1:1 2、多张图只显示3张，右下角数字展示总数

模块标题为20px

模块标题前加上H图标，增强品牌感，底部用灰色与其他模块区分开，图片上加上logo更能体现品牌属性 漏出部分模块的方式告知用户可以左右滑动切换

已关注icon用灰色来展示



宇森先生 32分钟前

从北京出发到江南的路程，记录路上的每一时刻，真香！

我们相信，我们的用户和我们有一样的愿景

哈弗H6新能源



浏览 2345 27 120

弗友说 共12篇 →



骑士先生 32分钟前

从北京出发到江南的路程，记录路上的每一时刻，真香！

我们相信，我们的用户和我们有一样的追求和愿景行驶了9000公里，我的梦想我的神哈哈...

万物皆可潮

话题标签分两种：1、新能源标签用蓝色icon 2、普通话题用蓝色展示

TAB 中icon首页的icon和交互中置顶的功能相结合，属于交互的优化，视觉上也带给用户更年轻化的表达方式，更有趣味，用户上移动至第二屏H会变成火箭



浏览 2345 27 120



阿童木 3小时前

爱车保养，首选哈弗4S店！

我们相信，我们的用户和我们有一样的追求和愿...

哈弗H6新能源 万物皆可潮



浏览 2345 27 120



哈小弗 32分钟前 · 官方账号

驭电享好礼，第三代H6 DHT-PHEV等你来试驾！

哈弗H6新能源



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

商城板块界面

头部信息与首页头部设计规范相同采用反白设计样式，带给用户沉浸式的阅读浏览体验

产品标题为20px

中部采用轮播样式，可以切换图片

限时秒杀模块采用统一的组件规范设计在细节上根据哈弗品牌来调整。以蓝色作为主色调

新品推荐字体为20px,标题后面加上倾斜icon作为点缀增加细节

两行文字标题主标题为14px,辅助标题为12px,根据统一规范设计新品采用蓝色品牌色热销根据标签属性设计为橘色



整体商城页面按照哈弗5个品牌的统一商城组件规范来设计

TAB 中icon商城采用线面的设计方式

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

标题为30字号
副标题为18字号

整体爱车非车主页面采用沉浸式浏览方式一张大图铺满全屏两个按钮，延续榫卯的结构样式指导价及相关车型信息采用反白色突出信息内容，提供用户更好的阅读体验



信息标题为14号平方中黑体

第二屏是专题模块图片采用1:1的结构展示方式

爱车板块界面（非车主）

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

燃油车



电动混动车-未充电



电动混动车-充电中



电动混动车蓝色背景
燃油车灰色背景

电车/混动车增加充电桩
充电桩未充电状态

车辆状态提示：行驶中/充电中/预约充电
解锁/车灯/车窗状态提示

车辆状态颜色采用40%主色#5EC7D1

可续航：油量蓝色辅助色蓝色
电量主色#00BEA0

数据更新从车图下方调整至可续航下方
方便用户了解数据获取时间，更直观

电车/混动车增加充电桩
充电桩充电状态——充电图标为蓝色

增加充电动效表示充电中

用主色突出剩余时间数值

高亮状态为主色蓝色+黑色的结合
采用蓝色渐变的形式
图形形状与牌匾结构呼应

常用功能模块延续了牌匾的视觉表现形式
空调相对其他功能多了冷热属性
冷颜色渐变+半透明图形表示当前温度



将原先的...icon调整为汽车图标，更直观
内含（行程记录仪/远控说明/车辆设置等）

地址显示位置调整

车况入口

充电管理模块从下方常用功能中提出来
方便用户在首页了解充电状态/时长/剩余电量
右上角蓝色渐变+电池图标（样式同空调模块）

当前模式使用主色蓝作为高亮状态

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

官方app规范

Official app specification

我的页面头像用户为新能源车主蓝色描边头像，用户名称字号为20px

业务列表前有icon，icon有蓝色品牌色作为点缀，丰富画面



消息提醒为蓝色

每日签到模块为蓝色品牌色

积分会员底部延续APP榫卯设计理念，带有阴影增加页面层次

我的板块界面

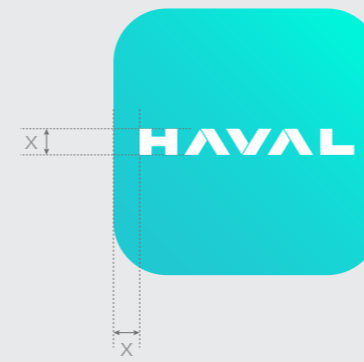
媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

头像规范

Head portrait specification

首选形式

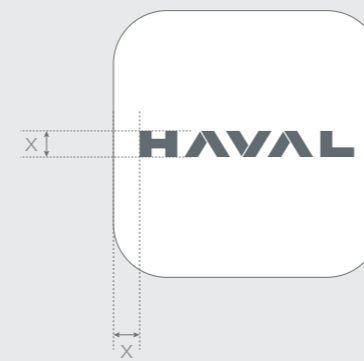


日常使用形式

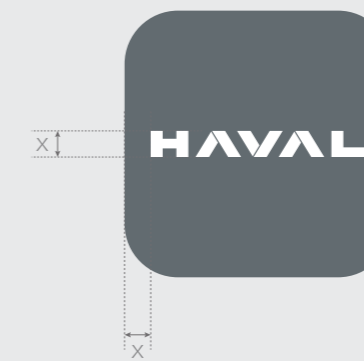


节日使用形式

备选形式



当首选不适宜的特殊场景选择使用



头像形象规范的目的是确保品牌在重要社交媒体中，有一个统一的宣传形象。

根据需要选择圆形或方形头像使用。

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

头像规范

Head portrait specification



头像形象规范的目的是确保品牌在重要社交媒体中，有一个统一的宣传形象。

根据需要选择圆形或方形头像使用。

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

视频封面版式

Head portrait specification

横版

规范说明

以16:9 (1920px X 1080px) 尺寸为例, 实际应用尺寸按比例缩放。

横版视频封面, 左下角和右下角不放内容, 预留点击率预览数字区域。

文字规范

冬季冰雪试驾

哈弗H6插电混动

冬季冰雪试驾

字体:方正兰亭细黑 | 字号:100点

行间距:120点 | 字间距:0

哈弗H6插电混动

字体:方正兰亭黑简体 | 字号:50点

行间距:60点 | 字间距:0

封面字体根据车型品类选择相应的vi字体。

logo优先选用白色, 其次选用哈弗灰色logo
文案排版以左对齐为首选

项目icon长度不可超过logo长度



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

视频封面版式

Head portrait specification

竖版

规范说明

视频封面尺寸:1080px X 1920px

预览部分封面:1080px X 810px

抖音竖版视频封面遵循抖音视频封面规则，左下角不放内容，预留点击率预览数字区域，只在预览部分设计画面比例为3:4。

文字规范

冬季冰雪试驾

哈弗H6插电混动

冬季冰雪试驾

字体:方正兰亭细黑 | 字号:100点

行间距:120点 | 字间距:0

哈弗H6插电混动

字体:方正兰亭黑简体 | 字号:50点

行间距:60点 | 字间距:0

封面字体根据车型品类选择相应的vi字体。

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo
文案排版以居中对齐为首选



项目icon长度不可超过logo长度

预览封面logo与文案居中排版



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

视频封面版式

Head portrait specification

连屏

规范说明

视频封面尺寸:1920px X 1080px

预览部分封面:1080px X 810px

抖音横版视频封面遵循抖音视频封面规则，左下角不放内容，预留点击率预览数字区域，只在预览部分设计画面比例为3:4。

文字规范

冬季冰雪试驾

哈弗H6插电混动

冬季冰雪试驾

字体:方正兰亭细黑 | 字号:90点

行间距:108点 | 字间距:0

哈弗H6插电混动

字体:方正兰亭黑简体 | 字号:45点

行间距:54点 | 字间距:0

封面字体根据车型品类选择相应的vi字体。

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo
文案排版以左对齐为首选

项目icon长度不可超过logo长度



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

统一视频尾板

Unified video tailboard

适用于品牌及车型等所有视频

30秒以上的短视频可以加尾版标志画面。

规范说明

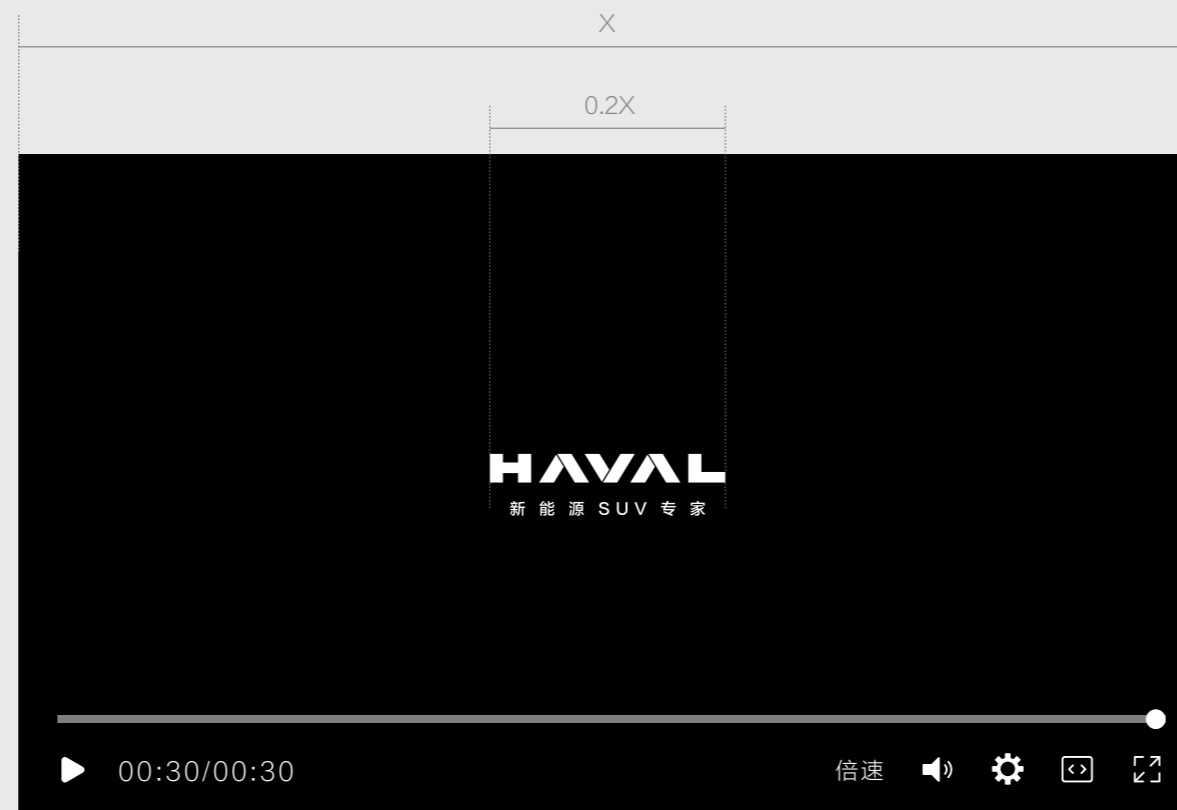
横版视频尺寸:1920px X 1080px

竖版视频尺寸:1080px X 1920px

HAVAL品牌标志的宽度，始终以画面长边的X为基数，进行等比例计算。logo上下左右居中摆放。

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.



媒体视觉应用

MEDIA VISION
APPLICATION

车型视频尾板

motorcycle type
video tailboard

如视频有突出车型的需求
按此规范执行

尾版前加入车型名称的画面帧时，车型名称icon组合不可超过0.3X



logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.



30秒以上的短视频可以加尾版标志画面。

规范说明

横版视频尺寸:1920px X 1080px

HAVAL品牌标志的宽度和车型icon的宽度，始终以画面长边的 X 为基数，进行等比例计算。logo上下左右居中摆放。

媒体视觉应用

MEDIA VISION
APPLICATION

车型视频尾板

motorcycle type
video tailboard如视频有突出车型的需求
按此规范执行

30秒以上的短视频可以加尾版标志画面。

规范说明**竖版视频尺寸:1080px X 1920px**

HAVAL品牌标志的宽度和车型icon的宽度，始终以画面长边的X为基数，进行等比例计算。logo上下左右居中摆放。

尾版前加入车型名称的画面帧时，车型名称icon组合不可超过0.6Y



logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.



媒体视觉应用

MEDIA VISION
APPLICATION

车型视频尾板

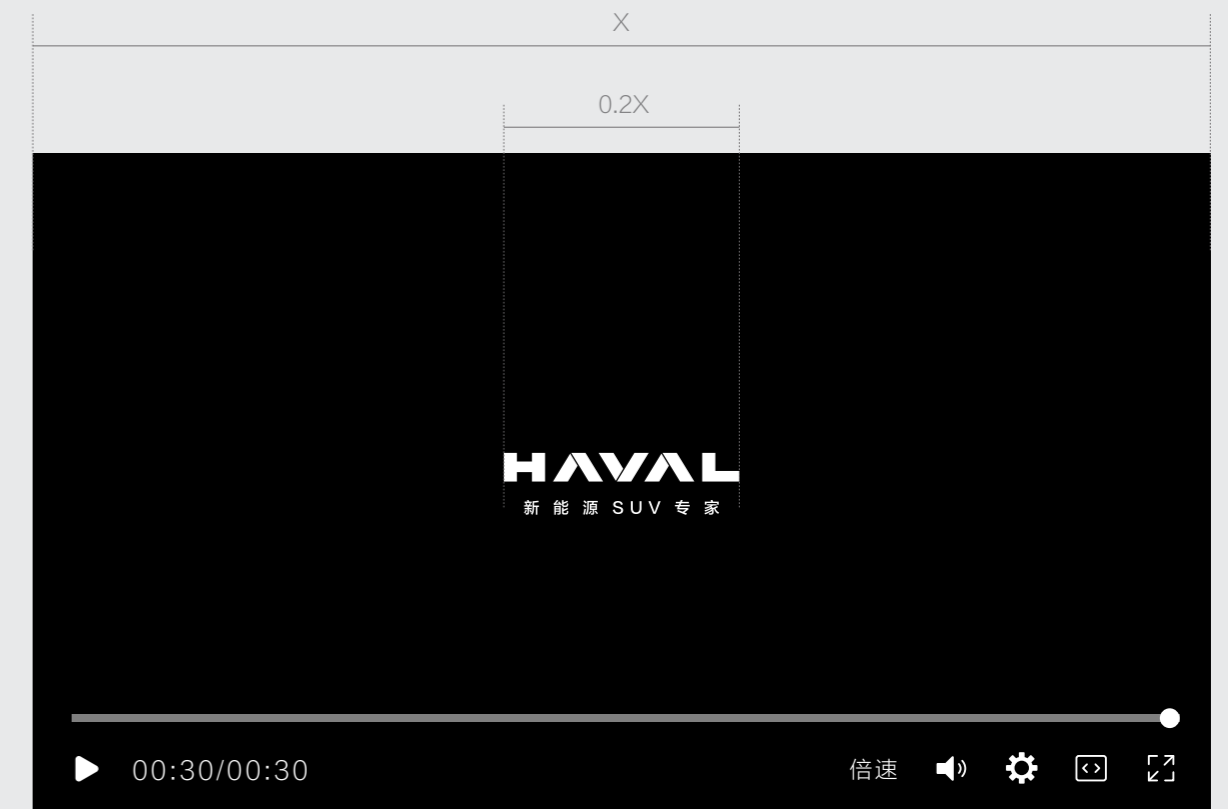
motorcycle type
video tailboard

如视频有突出活动主题的需求
按此规范执行

尾版前加入体现活动主题的画面帧时，活动icon组合不可超过0.4X



logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.



30秒以上的短视频可以加尾版标志画面。

规范说明

横版视频尺寸:1920px X 1080px

HAVAL品牌标志的宽度和活动icon的宽度，始终以画面长边的X为基数，进行等比例计算。logo上下左右居中摆放。

媒体视觉应用

MEDIA VISION
APPLICATION

车型视频尾板

motorcycle type
video tailboard

如视频有突出活动主题的需求
按此规范执行

30秒以上的短视频可以加尾版标志画面。

规范说明**竖版视频尺寸:1080px X 1920px**

HAVAL品牌标志的宽度和活动icon的宽度，始终以画面长边的X为基数，进行等比例计算。logo上下左右居中摆放。

尾版前加入体现车型精神或活动主题的画面帧时，车型icon组合不可超过0.6Y



logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo.



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

只放logo的（纪实类）

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo



画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

只放logo的（纪实类）



画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

媒体视觉应用

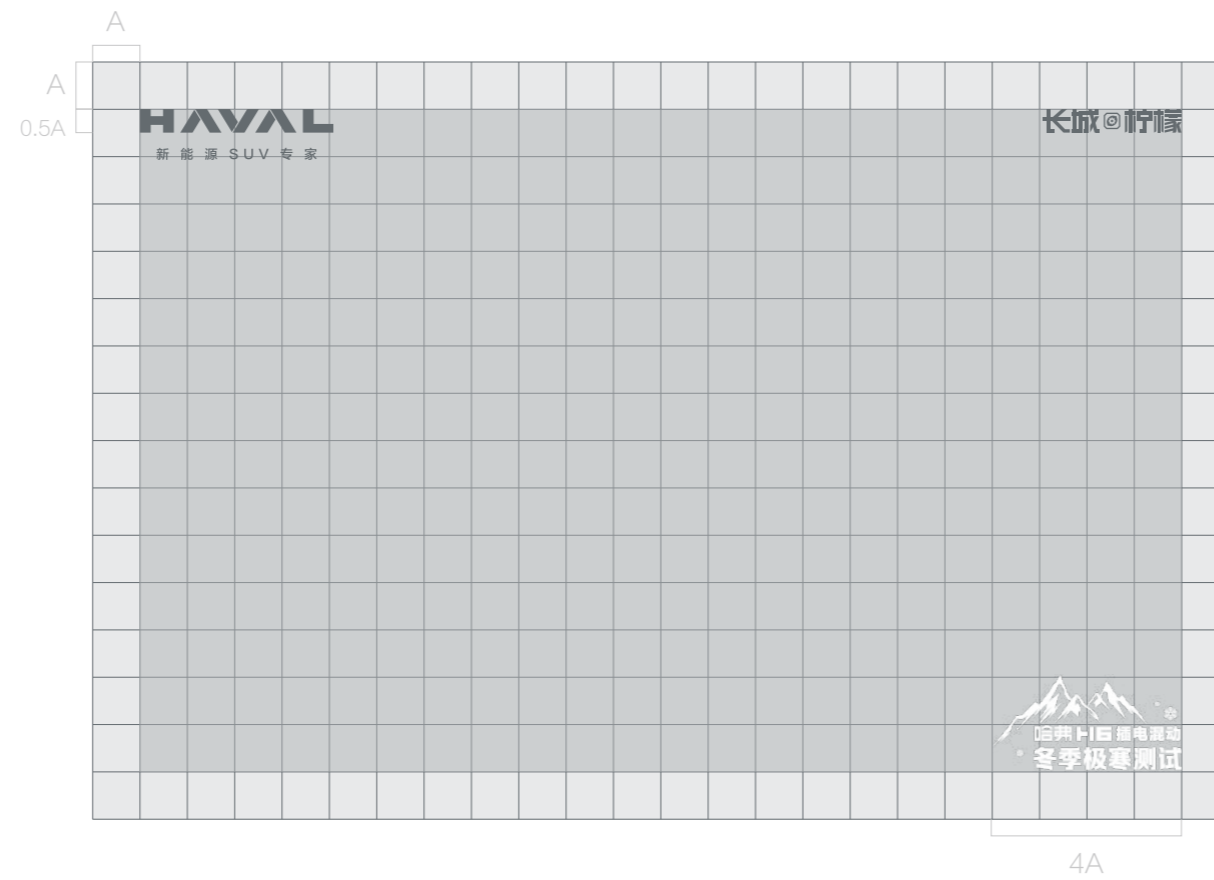
MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

放技术logo 和活动icon的

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo。技术icon高度为0.5A,活动icon宽度不超过4A。



画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

放技术logo
和活动icon的



画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

媒体视觉应用

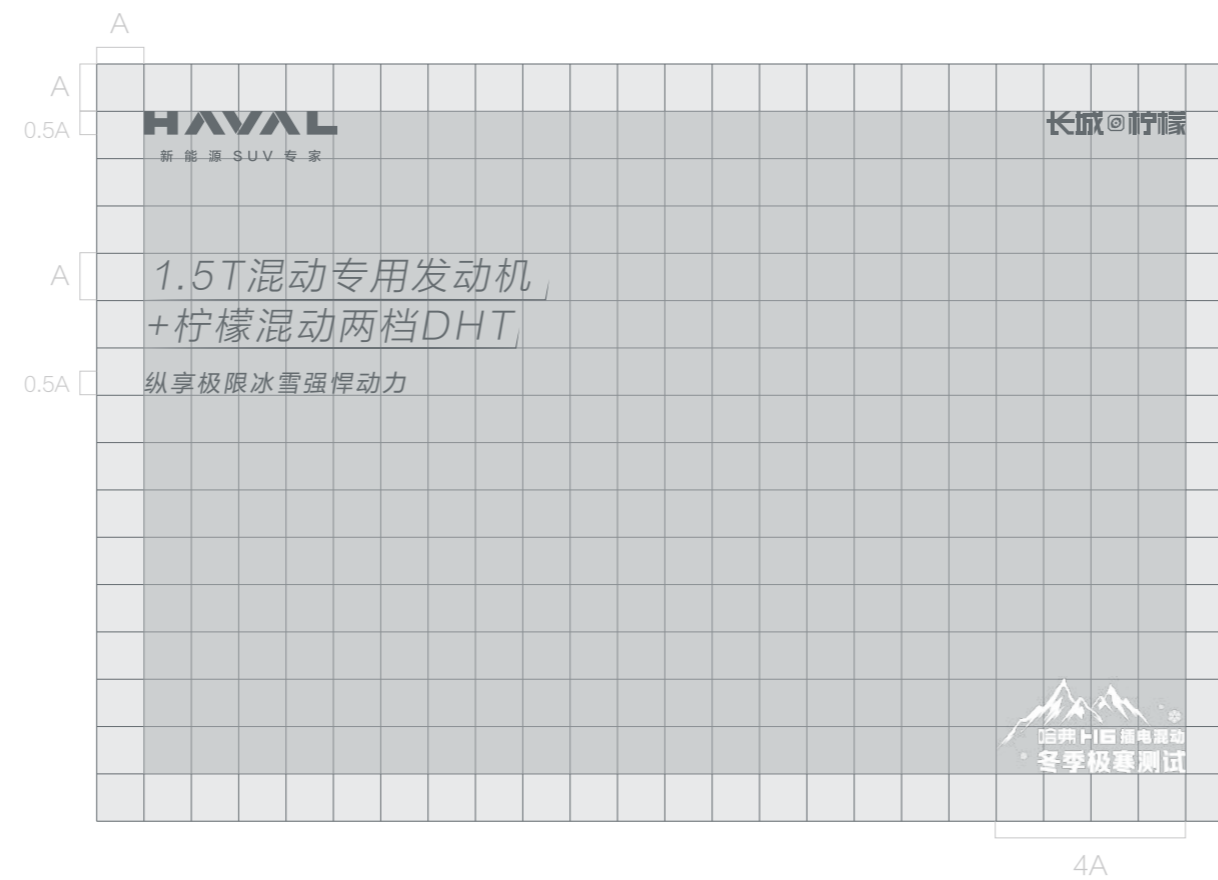
MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

放主题文案的

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo。主标题字号为A,副标题字号为0.5A,主副标题根据画面选择左对齐或右对齐，为增加气氛，可以将文字做10° 倾斜，需要突出的文案可以加下划线，九宫格每组图片文案保证版式统一。



画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

页边距上下边距为A 左右边距为A

logo优先选用白色，其次选用哈弗灰色logo。

主标题字号为A,副标题字号为0.5A,

主副标题根据画面选择左对齐或右对齐

为增加气氛，可以将文字做10° 倾斜，需要突出的文案可以加下划线，九宫格每组图片文案保证版式统一。

媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

九宫格版式

Jiugong grid layout

放主题文案的

画面区域规范

横版比例(3 : 2) 宽:24等分,高: 16等分

测量单位:A=2 logo高 = 1/16页面高

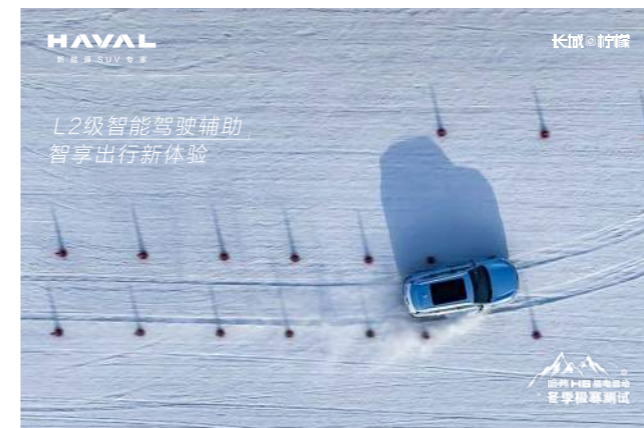
页边距上下边距为A 左右边距为A

logo优先选用白色, 其次选用哈弗灰色logo。

主标题字号为A,副标题字号为0.5A,

主副标题根据画面选择左对齐或右对齐

为增加气氛, 可以将文字做10° 倾斜, 需要突出的文案可以加下划线, 九宫格每组图片文案保证版式统一。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

车型类

左对齐以H6 PHEV车型为例（带技术icon）

车型类有左对齐、居中对齐两种形式，首选是左对齐、根据实际需求也可以选择居中对齐。

车型类推文单图中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息，按照规范允许等比例缩放，但不可随意改变其固定位置，使用时请严格按照本手册的规范执行。

推文单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高: 78等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/78页面高

页边距上边距为4A 下边距为4A 左右边距为3A

1.logo :高度1.5A 上边距为4A 左边距为3A

2.主标题/副标题: 左边距为3A

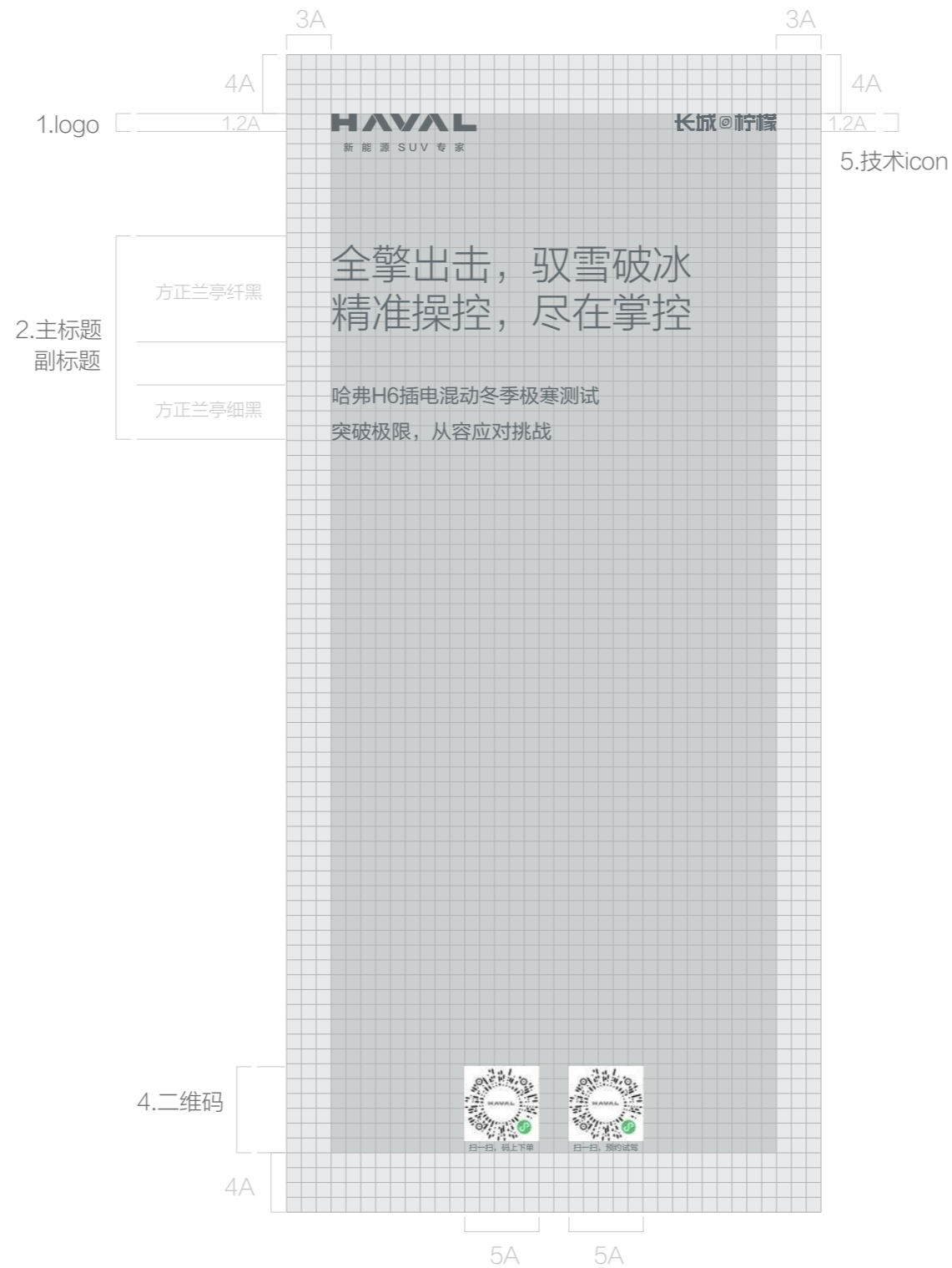
3.附加信息: 左边距为3A

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A

5.技术ICON: 右边距为3A 上边距为4A（只在必要时使用）

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

车型类

居中对齐以H9车型为例（不带技术icon）

车型类有左对齐、居中对齐两种形式，首选是左对齐、根据实际需求也可以选择居中对齐。

车型类推文单图中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息，按照规范允许等比例缩放，但不可随意改变其固定位置，使用时请严格按照本手册的规范执行。

推文单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高: 78等分

测量单位:1.2A=logo高 , A = 1/78页面高

页边距上边距为4A 下边距为4A 左右边距为3A

1.logo :高度1.5A 上边距为4A 左边距为3A

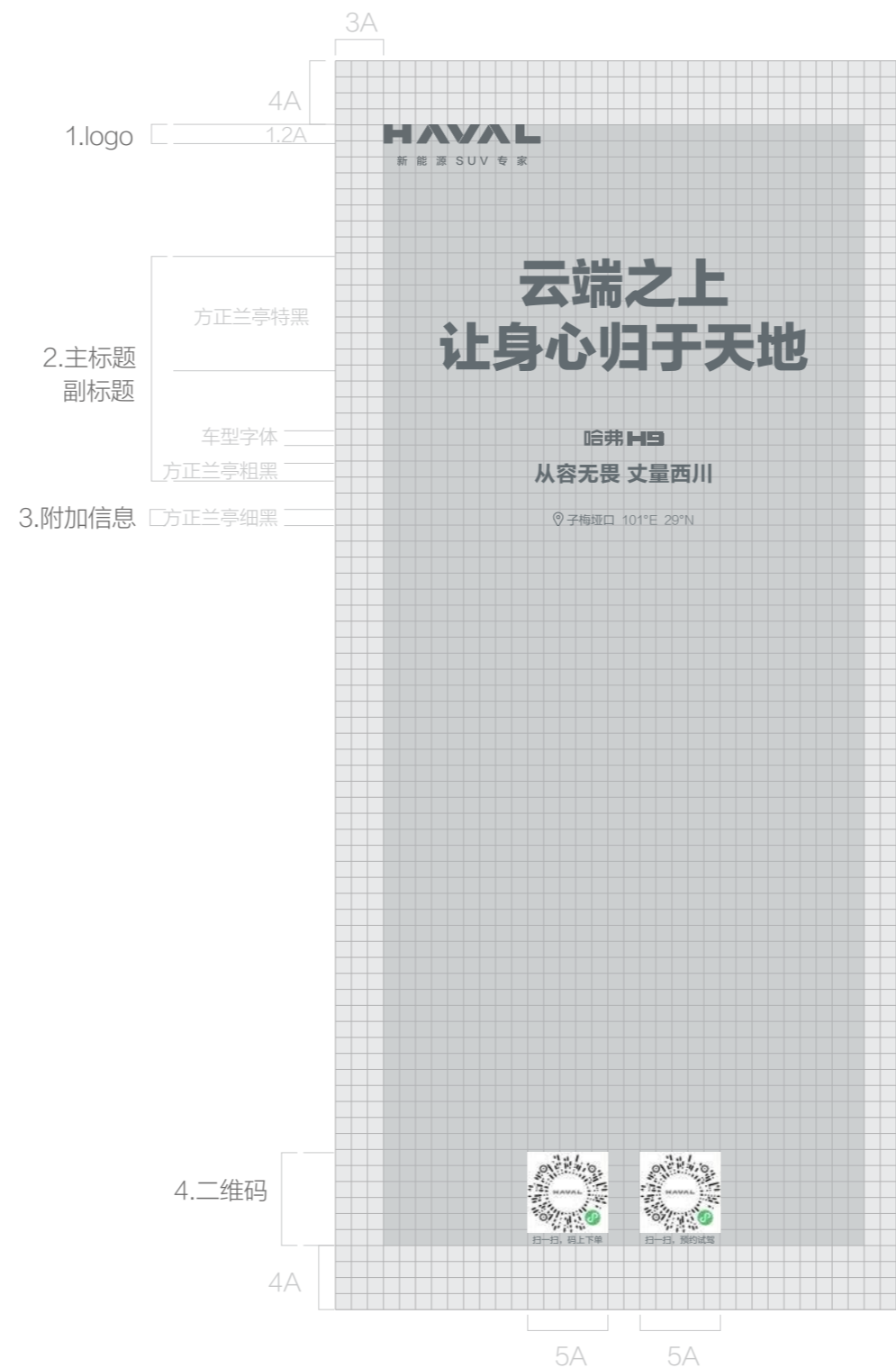
2.主标题/副标题: 左边距为3A

3.附加信息: 左边距为3A

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

车型类

居中对齐以H6 PHEV车型为例（带技术icon）

车型类有左对齐、居中对齐两种形式，首选是左对齐、根据实际需求也可以选择居中对齐。

推文长图中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息，按照规范允许等比例缩放，但不可随意改变其固定位置，使用时请严格按照本手册的规范执行。

推文长图首屏画面区域规范以竖版广告比例(9:16)为例

宽:36等分,高: 64等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/64页面高

页边距上下边距为3A 左右边距为3A

1.logo :高度1.2A 上左边距为3A

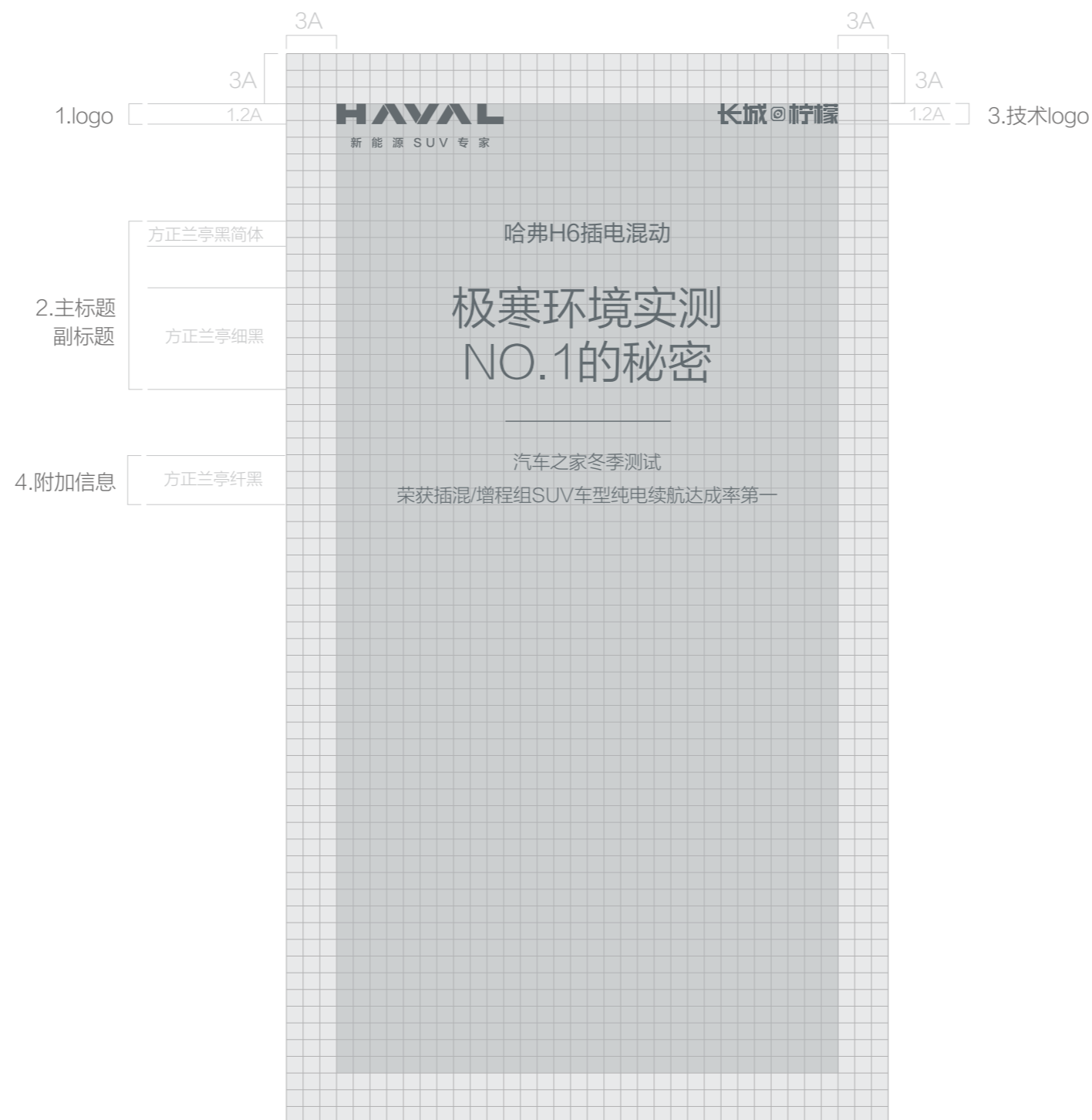
2.主标题/副标题: 居中对齐排布

3. 技术ICON: 右边距为3A（只在必要时使用）

4.附加信息居中对齐排布

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意，具体内容以实际应用为准。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

车型类

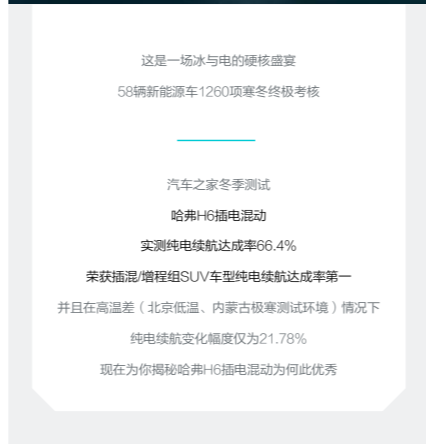
居中对齐以H6 PHEV车型为例（带技术icon）

推文长图中内容部分以简洁纯净元素（纯色或图片等）为背景；

保证标题与内容的充分间距，增加版面的通透性；

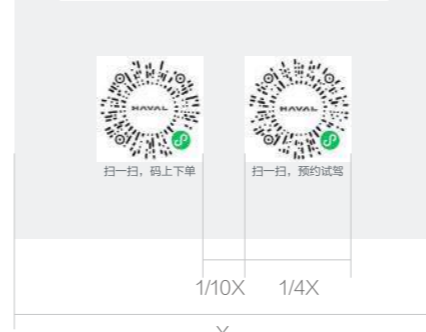
内容文字行间距保持一致；

克制使用装饰元素，保证装饰元素简洁且风格统一。



段落间隔线

突出信息
文字用黑色



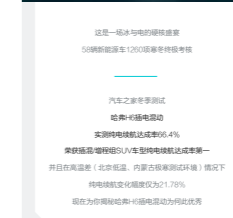
段落标题
可用下划线

小板块的间距
保持一致

图片简洁摆放
不做装饰

二维码居中排布

二维码的宽度为页面宽的1/4
两个二维码的间距为页面宽度的1/10



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

活动、节日类

活动推文长图中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

推文长图首屏画面区域规范以竖版广告比例(9:16)为例

宽:36等分,高:64等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/64页面高

页边距上边距为4A 下边距为3A 左右边距为3A

1.logo :高度1.2A 上边距为4A

2.主标题/副标题: 居中对齐排布

3.文案内容居中对齐排布

注意事项

本页出现的画面、文案、价格等内容仅为示意,具体内容以实际应用为准。



HAVAL logo则居中摆放,画面色调根据活动需要调整



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

活动、节日类

推文长图中内容部分以简洁纯净元素（纯色或图片等）为背景；

保证标题与内容的充分间距，增加版面的通透性；

内容文字行间距保持一致；

克制使用装饰元素，保证装饰元素简洁且风格统一。



背景色可根据主题做相应调整

图片不做装饰

文案居中排布



段落标题可用下划线

小板块的间距保持一致

二维码居中排布

二维码的宽度为页面宽的1/4

两个二维码的间距为页面宽度的1/10

1/10X 1/4X

X



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

活动、节日类

活动、节日类单图中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

活动、节日类单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高:78等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/78页面高

页边距上边距为5A 下边距为4A 左右边距为3A

1.logo :高度1.5A 上边距为5A

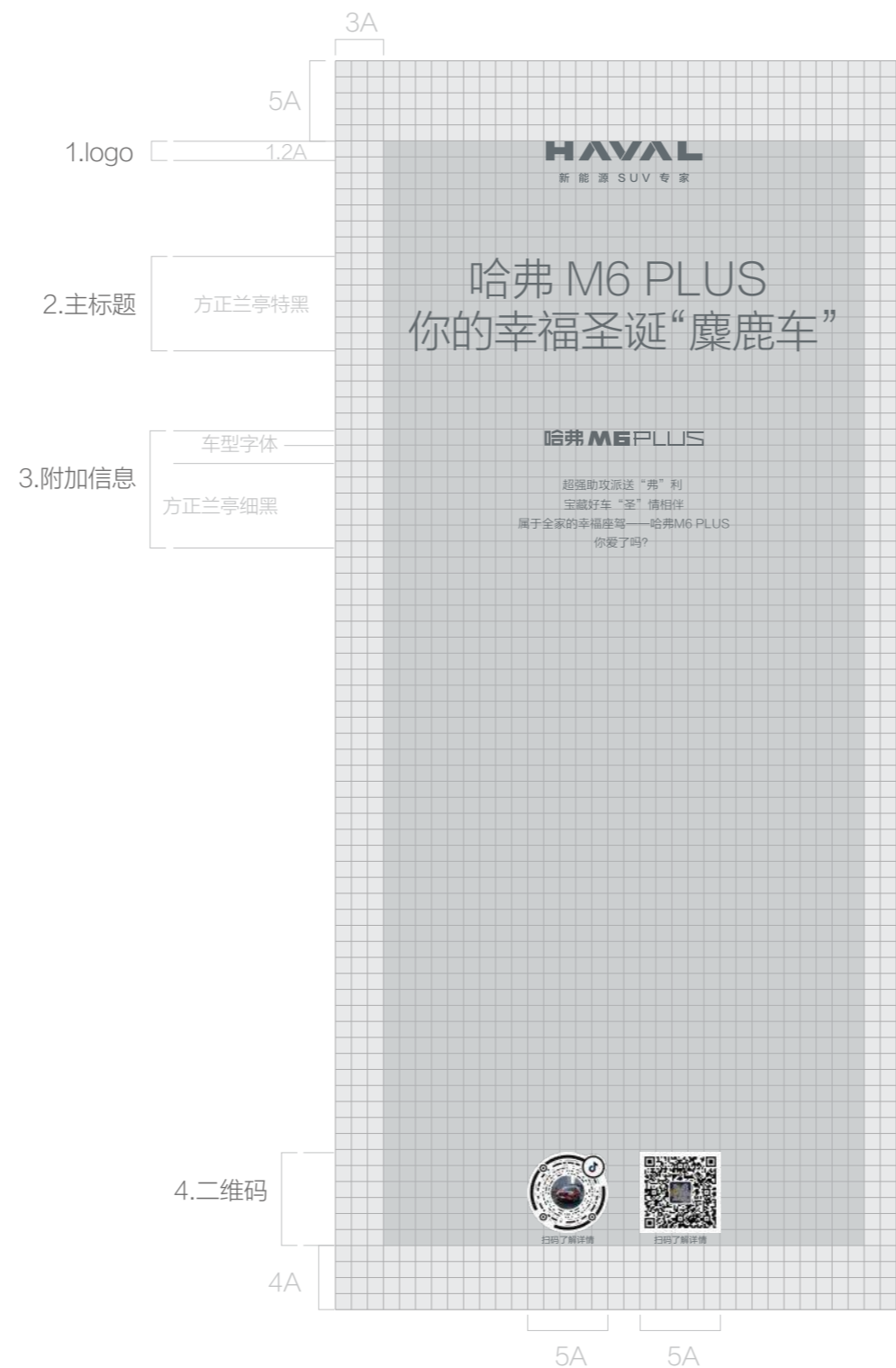
2.主标题: 居中对齐排布

3.附加信息: 居中对齐排布

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A 居中对齐排布

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

政策类

政策类推文版式中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

政策类推文单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高:78等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/78页面高

页边距上边距为5A 下边距为4A 左右边距为3A

1.logo :高度1.5A 上边距为5A

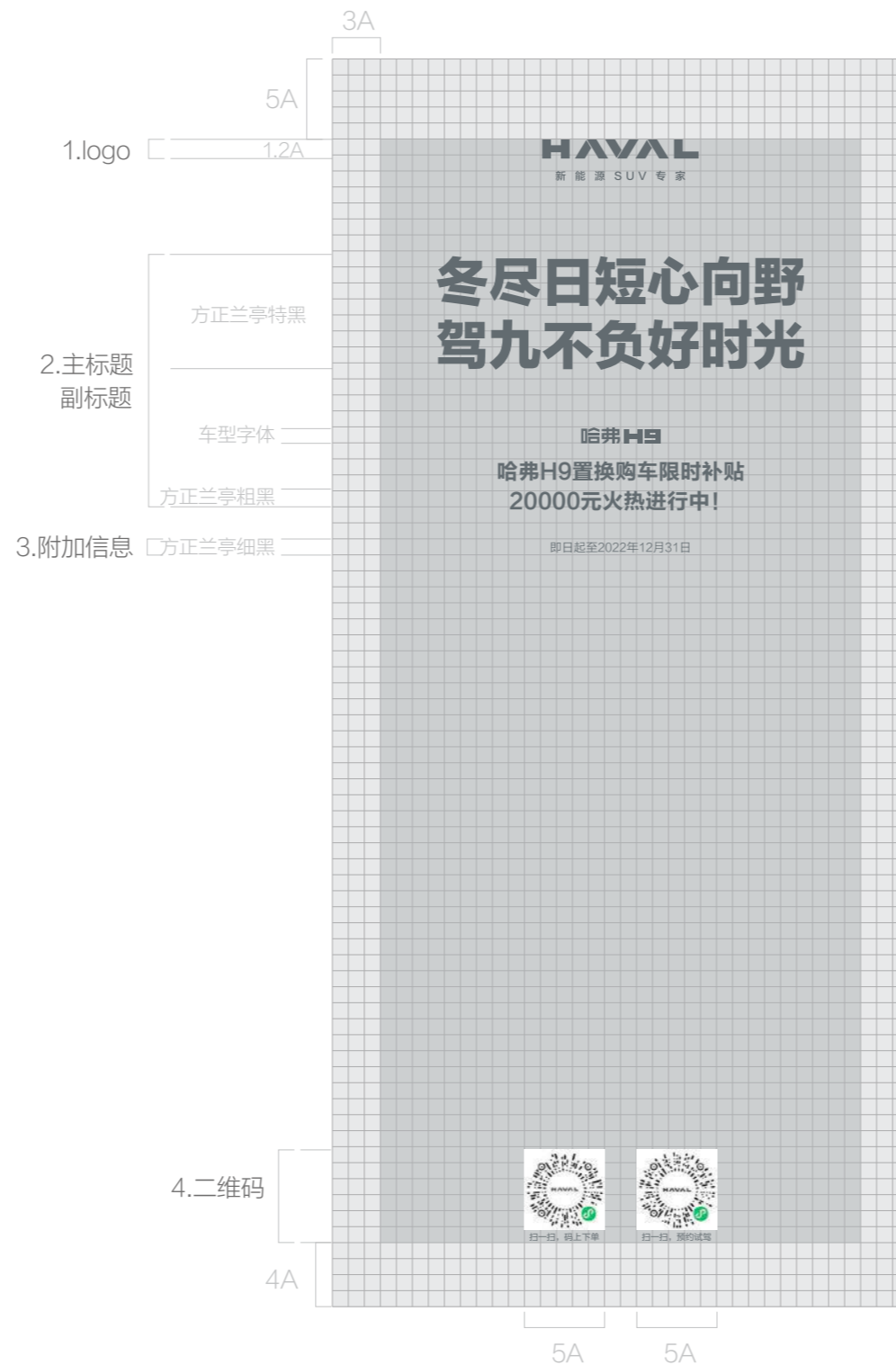
2.主标题/副标题: 居中对齐排布

3.附加信息: 居中对齐排布

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A 居中对齐排布

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

联名类

联名类推文版式中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

联名类推文单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高:78等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/78页面高

页边距上边距为5A 下边距为4A 左右边距为3A

1.哈弗logo :高度1.5A 上边距为5A 联名logo居中摆放

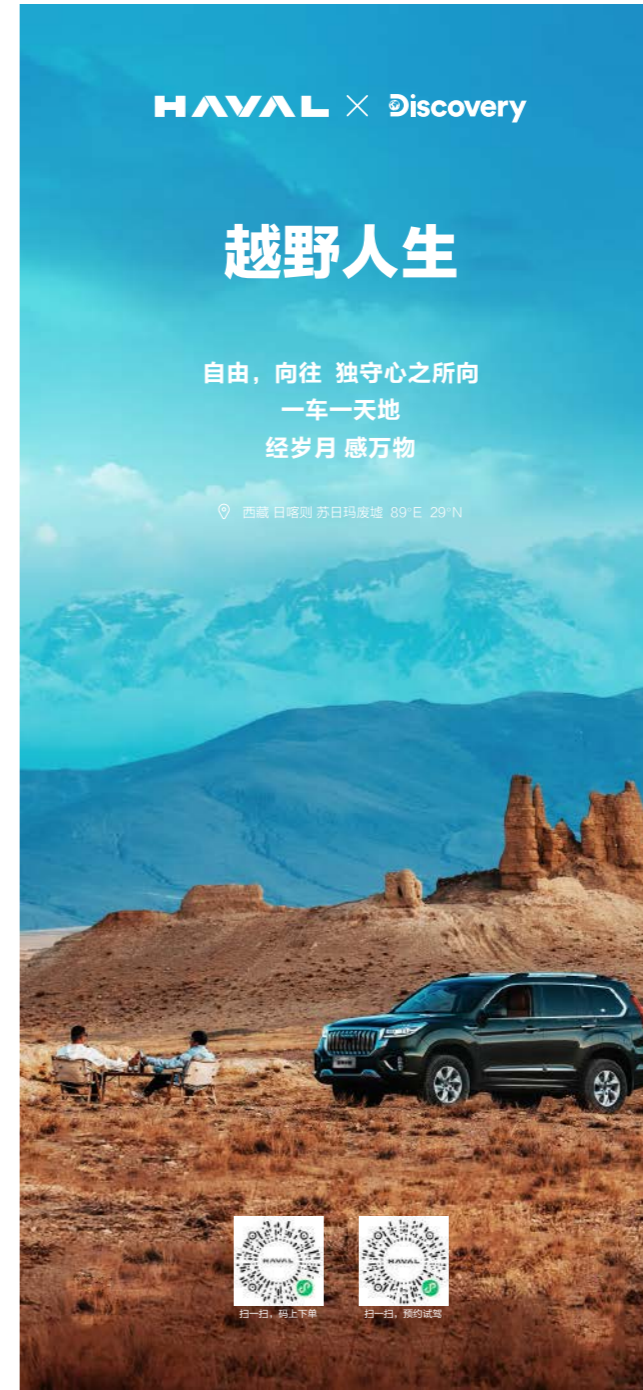
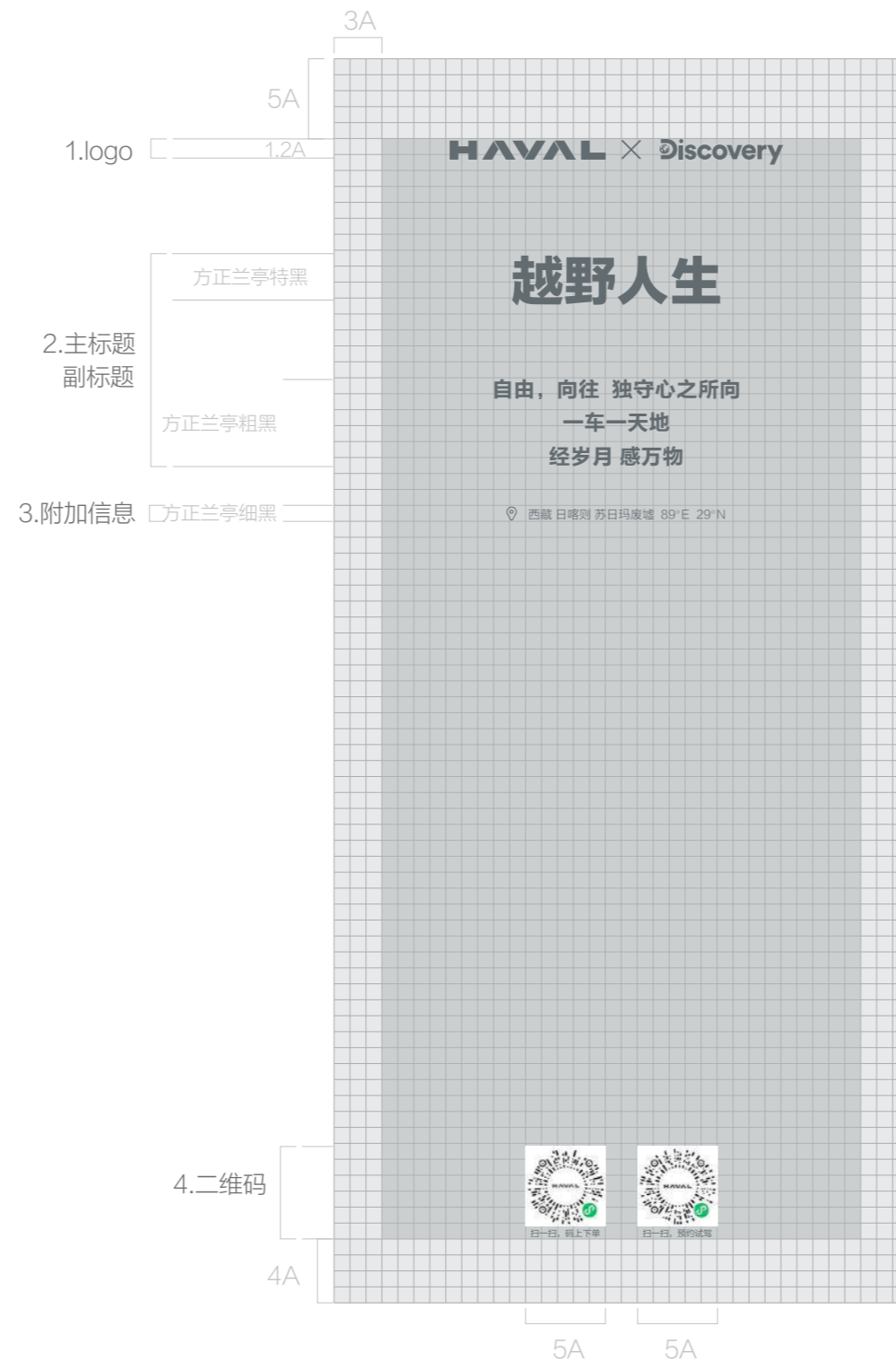
2.主标题/副标题: 居中对齐排布

3.附加信息: 居中对齐排布

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A 居中对齐排布

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



媒体视觉应用

MEDIA VISION APPLICATION

推文版式

Tweet layout

插画类

插画类推文版式中的基本元素:品牌标志、品牌主张、文本信息,按照规范允许等比例缩放,但不可随意改变其固定位置,使用时请严格按照本手册的规范执行。

插画类推文单图以竖版广告比例(9:19.5)为例

宽:36等分,高:78等分

测量单位:1.2A=logo高, A = 1/78页面高

页边距上边距为5A 下边距为4A 左右边距为3A

1.logo :高度1.5A 上边距为5A

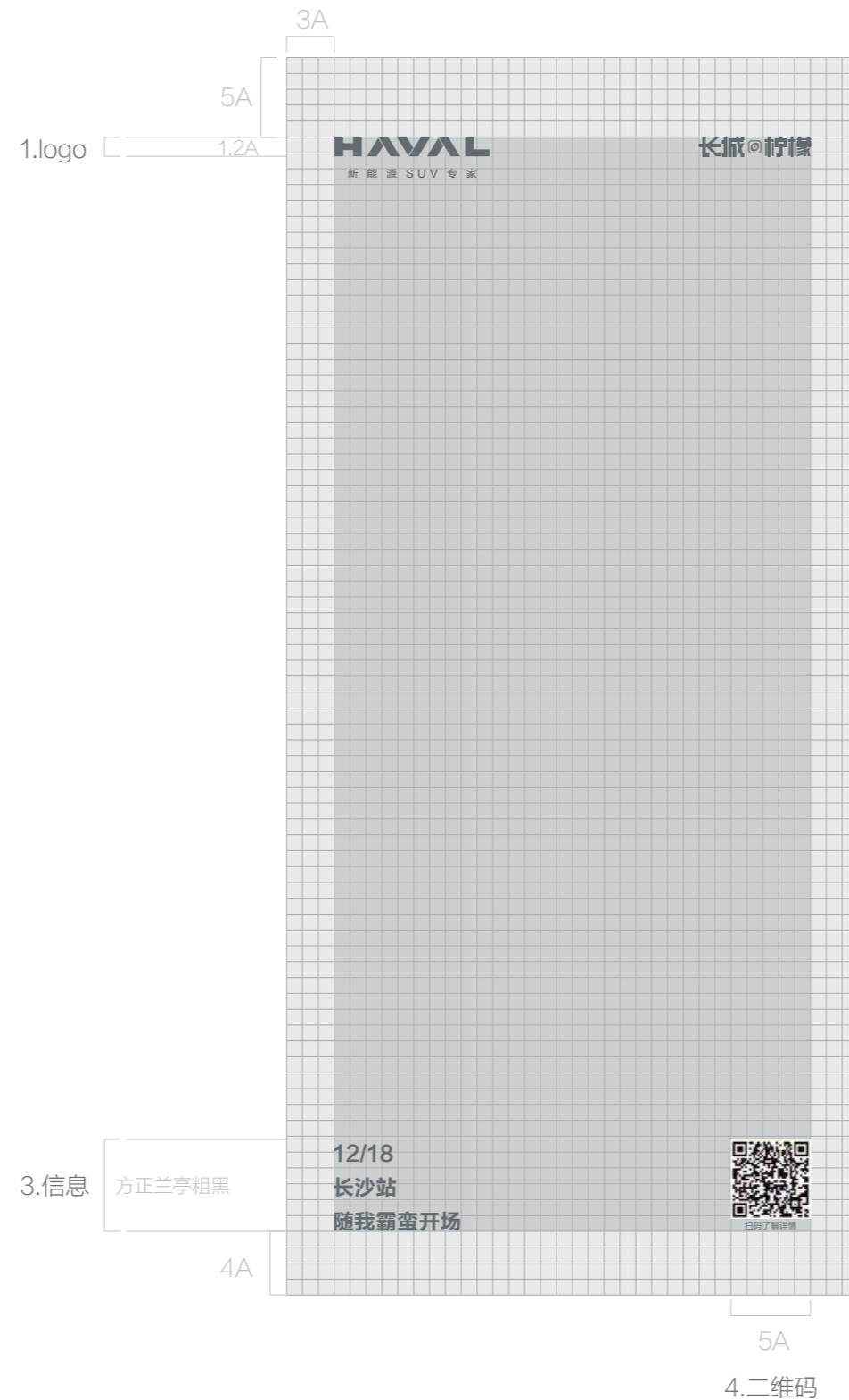
2.主题文字icon: 主题文字可进行ICON化设计,可以选择其他字体,位置与形式可以根据插画主题变化,画面主题要有设计感、品质感,但风格要与主题内容和品牌调性一致,可以与画面融合,要更好的提升画面的质感

3.信息: 下边距为4A 左对齐排布

4.二维码: 宽度为5A 下边距为4A 居中对齐排布

注意事项

文案字体需要根据不同车型更换其对应的字体。



2.主题



日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

名片

Business Card

此为名片设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：90mm x 50mm

材质：250- 350克进口荷兰白卡（环保型）

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

居中



日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

名片

Business Card

居中

4mm



8mm

7mm



7mm

8mm

方正兰亭黑简体 字号:6 行距:10

长城汽车股份有限公司
天津哈弗分公司

方正兰亭中粗黑 字号:6.5 行距:10

品牌管理部
副总经理

方正兰亭纤黑简体
中文字号:7 英文字号:5

此为名片设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：90mm x 50mm

材质：250- 350克进口荷兰白卡（环保型）

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

日常办公应用

DAILY OFFICE
APPLICATION

名片

Business
Card

此页为名片设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：90mm x 50mm

材质：250- 350克进口荷兰白卡（环保型）

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

员工胸卡

Employee badge

此页为员工胸卡设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：80mm x 120mm

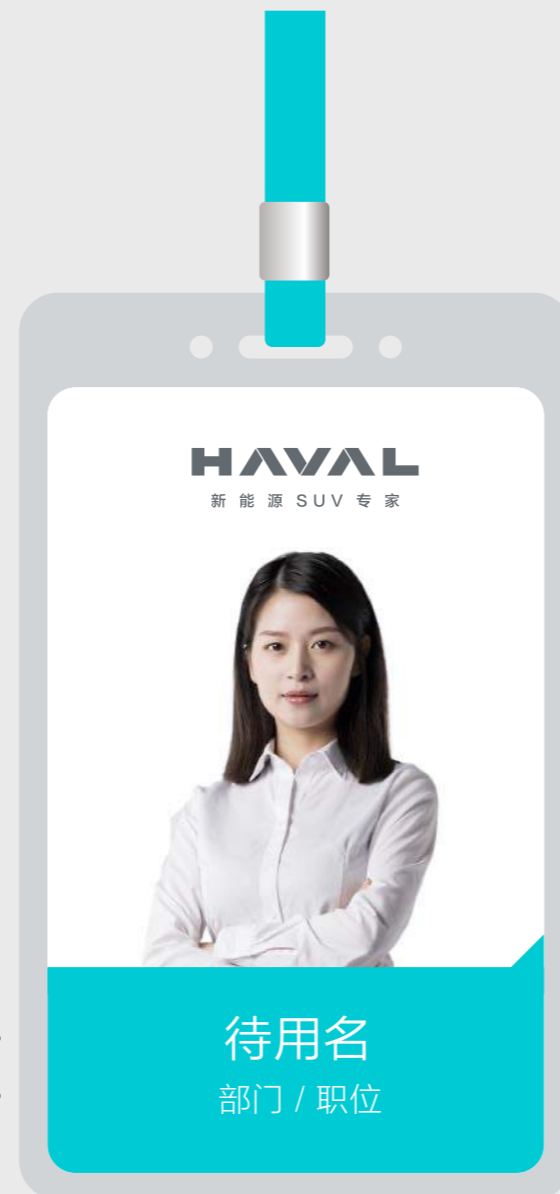
材质：硬质ABS材质150克铜版纸

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

方正兰亭细黑 字号:18

方正兰亭纤黑简体 字号:12



日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

员工胸卡

Employee badge

此页为员工胸卡设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：80mm x 120mm

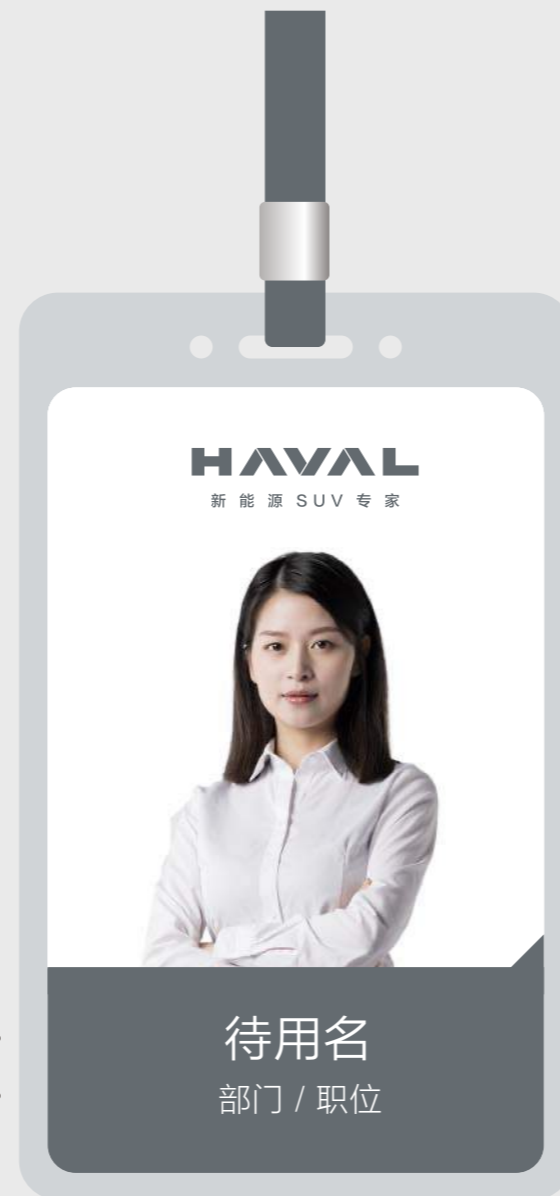
材质：硬质ABS材质150克铜版纸

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

方正兰亭细黑 字号:18

方正兰亭纤黑简体 字号:12



日常办公应用

DAILY OFFICE
APPLICATION

员工胸卡

Employee
badge

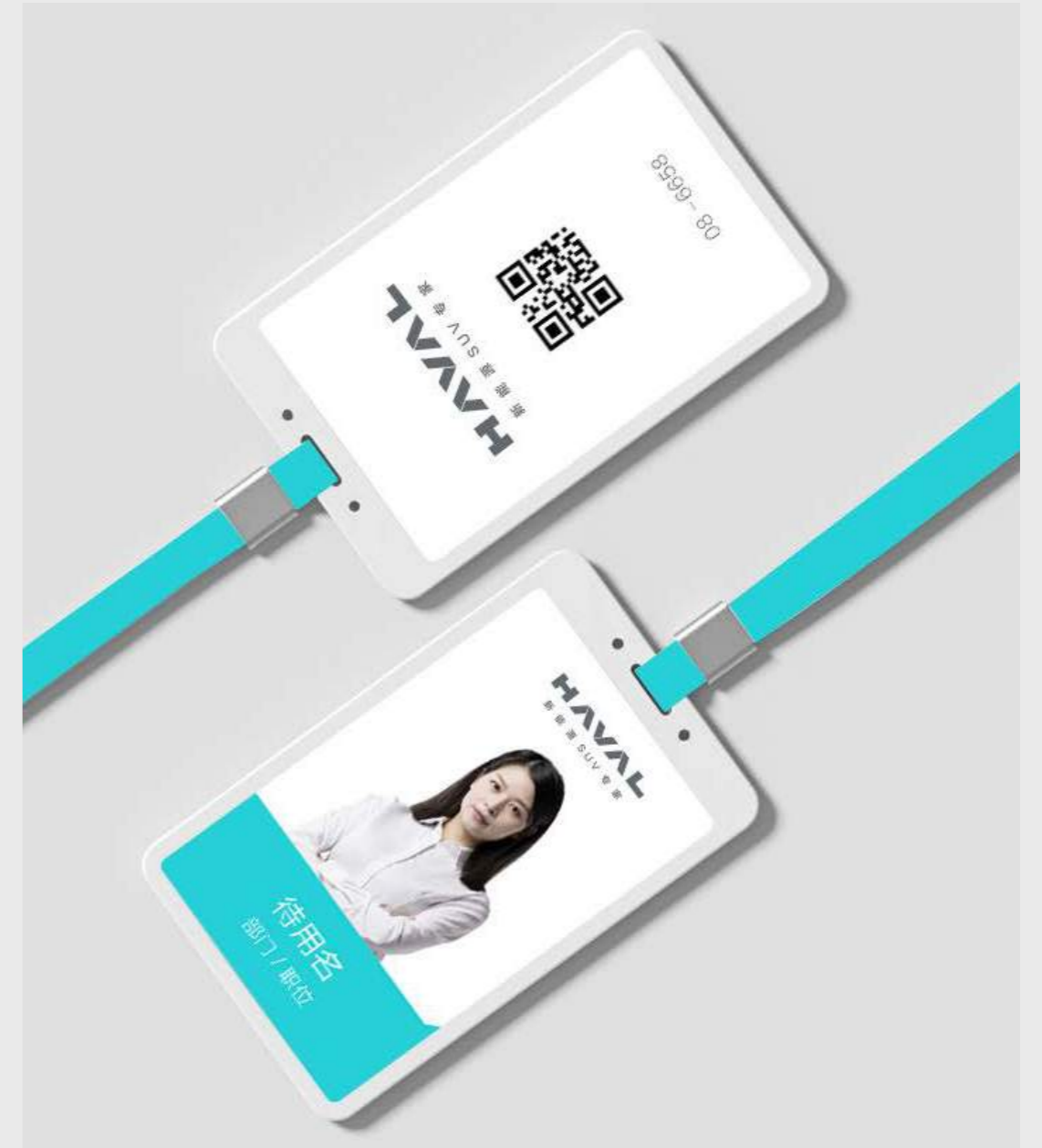
此页为员工胸卡设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：80mm x 120mm

材质：硬质ABS材质150克铜版纸

工艺：四色印刷

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

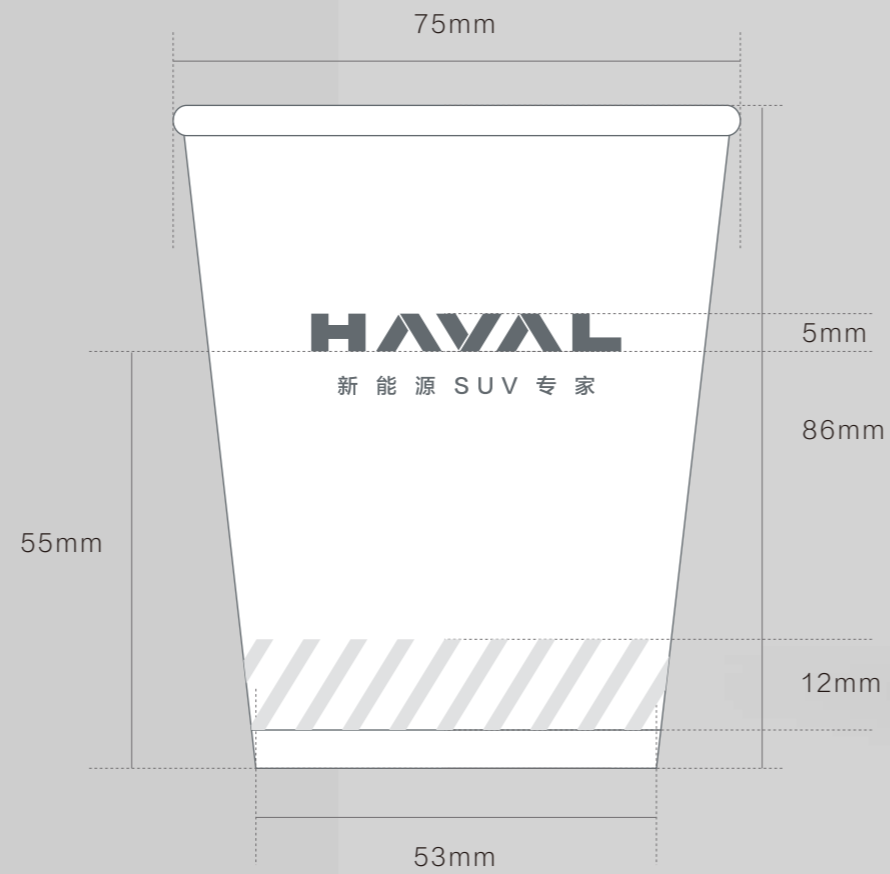


日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

纸杯

Paper Cup



此页为纸杯设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：86mm（高）x75mm（上口直径）x53mm（下口直径）

材质：100%原木浆环保淋膜纸

工艺：胶印

注意事项：标志应用需遵守本手册的规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

纸杯

Paper Cup

此页为纸杯设计示意，请严格按照此规范设计制作。

尺寸：86mm（高）x75mm（上口直径）x53mm（下口直径）

材质：100%原木浆环保淋膜纸

工艺：胶印

注意事项：标志应用需遵守本手册的规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

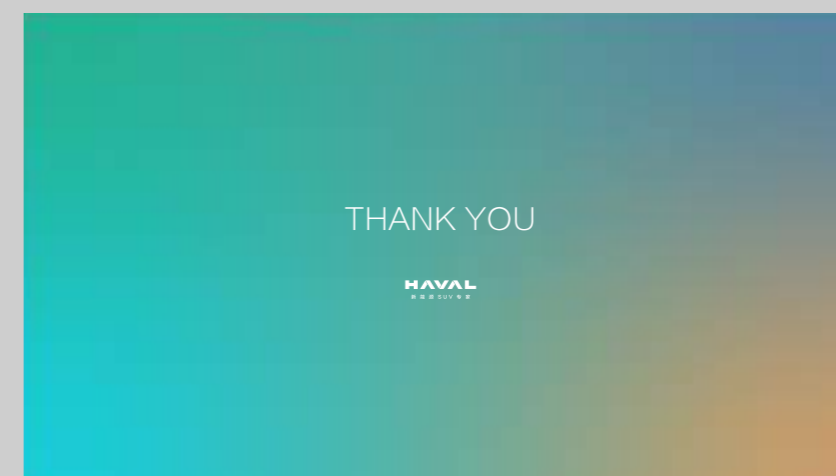
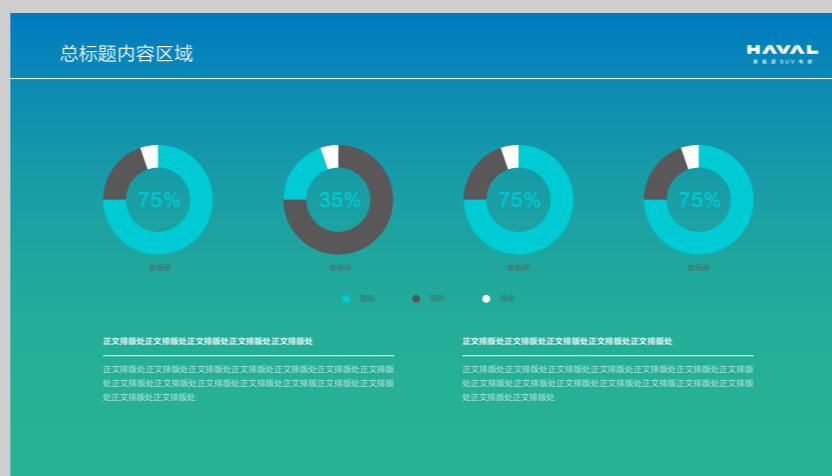
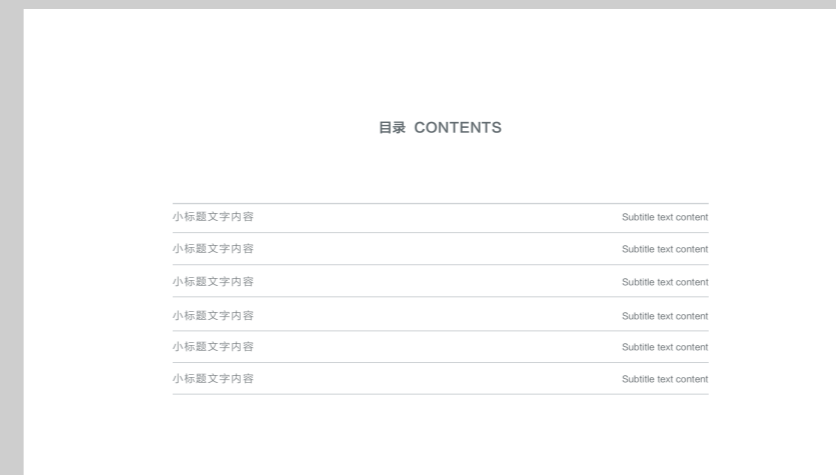


日常办公应用

DAILY OFFICE APPLICATION

PPT模版 (16:9)

PPT template (16:9)



此为PPT模版设计示意。

尺寸：16:9

注意事项：标志应用应遵守本手册规范，禁止对标志、色彩做任何改动。

