



品牌传播规范

文件信息

文件名	类别	执行人群	密级	执行日期	页数
品牌传播规范	管理制度	全体员工	公开	2018.10.30	6

版本修订记录

序号	修订版本	时间	描述	修订部门	备注
1	V1	2010.10.30	征求意见	理事会	
2					

目录

品牌传播规范..... 3

品牌传播规范

第一条 建立并维护一个统一的 VI 系统（项目品牌的标准色彩、形状、口号在所有情况下的统一）

第二条 若非捐方明确要求或特殊情况，执行长团队或项目 logo 原则上需和明日的 logo 同时出现，实际露出由执行长根据不同情况决定；

第三条 以下情况必须出现：所有办公和标准化 VI（信纸抬头、机构介绍、名片、捐赠证书等）、项目重要节点（如企业捐赠，获奖现场等场景）执行长团队或项目 logo 在外部宣传和露出时需和明日执行长的 logo 同时出现；原则是：

- 1、以执行长团队或项目 logo 为主；
- 2、确保明日 logo 出现；
- 3、与其他露出合作方有明显切分。例如，不可出现在特别鸣谢、赞助商等机构种类中（详见第 3 条）。

例如：



- 1、团队或项目 logo 在前，明日 logo 在后，并列或竖列
- 2、团队或项目 logo 在报头，明日 logo 在页脚
- 2、团队或项目 logo 在胸前，明日 logo 在臂部
- 4、……

第四条 在传播团队或项目内容时，不把明日中国列为合作、支持、鸣谢的对象。在文字介绍中，除下一条所示的情况外，无需再次提到明日中国。

第五条 确保团队或项目介绍推文、印刷品等文字宣传内容中包含标准版项目简介，及一句明日中国介绍。另推文、印刷品等文字宣传底部需保证明日中国及执行长团队或项目的露出，现有三种方案供执行长团队或项目传播官选择：

1、团队或项目 logo 与明日中国 logo 并排出现，如：



2、团队或项目 logo 与二维码，明日中国 logo 及二维码先后出现，如：



3、明日中国及所有团队或项目品牌露出。

第六条 执行长传播团队直接管理的网站和公众号，每篇文章的底部都应附上所有执行长团队或项目品牌，并附上超链接（例如，公号介绍项目的一篇文章）。



打造卓有成效的现代公益领导人



第七条 确定一人（可以为联合传播中心同事）为执行长团队或项目传播官。每个团队或项目的传播官组成联合传播小组，建立例会协调制度。

- 1、 确保执行长团队的品牌传播效果稳定及可持续，配合传播团队建立“传播日历”，统筹规划安排传播节奏，形成明日宣传连续性。
- 2、 确保媒体资源开放共享，与联合传播中心负责人保持信息对称，便于各团队间资源整合。具体由联合传播中心提供数据库，由各执行长共同完善。
- 3、 确保品牌传播的学习和积累，与各执行长共同分析彼此成功和失败的经验，相互借鉴共同成长。