

封面



胶膳师

品牌视觉识别手册

VI 标准 · 2026

目录



基础系统

- 01 品牌调性
- 02 标准徽章
- 03 组合规范
- 04 门头字标
- 05 小尺寸与单色
- 06 安全区与禁用
- 07 标准色
- 08 字体
- 09 辅助图形
- 10 品牌IP
- 11 东阿阿胶背书
- 12 品牌语言

应用系统

- 13 菜单
- 14 桌面物料
- 15 工服
- 16 名片
- 17 外带袋与礼盒
- 18 锅底包装
- 19 线上
- 20 招商物料

品牌调性



我们像

社区滋补小馆
暖、亲切、有烟火气
子女放心带父母来

我们不像

- × 药店
- × 养生会所
- × 保健品会销
- × 网红火锅店

一锅金汤，暖一家人

标准徽章

拱门

一扇小馆的门，
进门就是家常

一人一锅

金汤分锅，
各吃各的体质

胶膳师

热气祥云

一锅热气，
福气升腾

阿胶

东阿阿胶，
滋补的根

阿胶金汤 · 一人一锅



组合规范

横版组合



胶膳师

阿胶金汤 · 一人一锅

用于门店内墙、菜单抬头、网页页眉、名片

竖版组合



胶膳师

阿胶金汤 · 一人一锅

用于立牌、海报、包装正面、手提袋

门头字标

胶膳师

阿胶金汤 · 一人一锅



- 门头只写胶膳师，加一行直白副标
- 门头不使用东阿阿胶logo与东阿阿胶四字
- 副标首选阿胶金汤 · 一人一锅

小尺寸与单色



简化徽章

小于2厘米时使用：
桌贴角标、印章、刺绣、
线上头像



单色版

单色印刷、烫印、盖章



反白版

深色底面、工服刺绣、
门头灯箱侧板

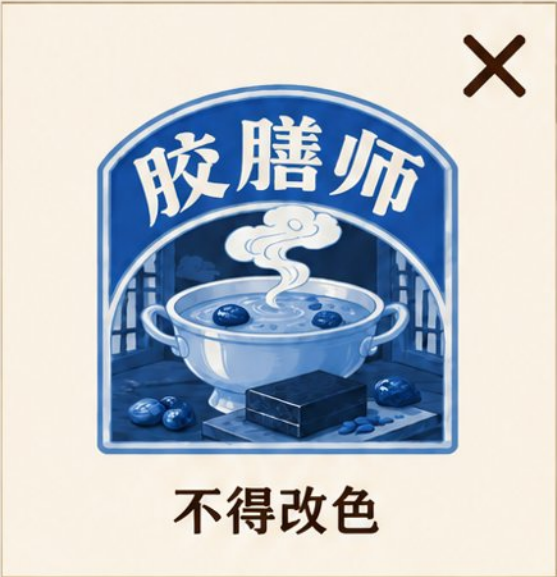
安全区与禁用



X X = 徽章宽度的四分之一，安全区内不放任何文字与图形

印刷最小宽度 25mm
屏幕最小宽度 120px

禁止



标准色

胶膳师



暖米白

#F7EEDF

RGB 247 238 223 C3 M7 Y14 K0

阿胶枣红

#95190D

RGB 149 25 13 C30 M100 Y100 K35

金汤金

#D09137

RGB 208 145 55 C15 M45 Y85 K0

深酱棕

#412011

RGB 65 32 17 C50 M75 Y85 K70



面积比例 60 : 25 : 10 : 5

印刷色值为参考值，以打样为准



字体



品牌字标：

只用LOGO原字形，
不得用任何字体重打

一锅金汤

标题：

思源宋体 Heavy

阿胶金汤 · 一人一锅

正文：

思源黑体 Regular

适老化底线

菜单菜名不小于 16pt
价签价格不小于 28pt
墙面导视字高不小于 60mm

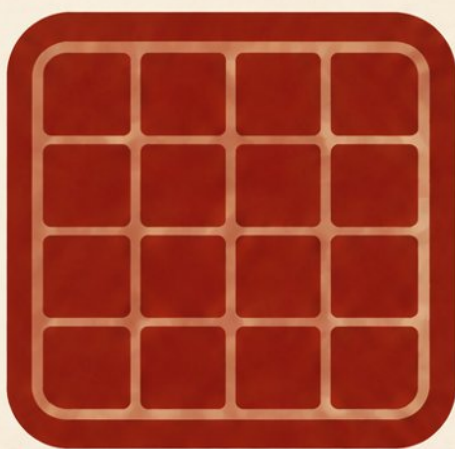




金汤涟漪



热气祥云



阿胶方印



拱门画框



辅助图形用于边框、底纹、墙面，单次画面只用一到两种。



节气膳养师

胶膳师的门店主理人形象

懂食养、懂节令、懂照顾人

米白立领长衫, 阿胶枣红围裙, 胸前膳字徽章

每个节气换一次手中的时令食材

品牌IP



正面

侧面

背面

形象不得改动：脸型、发髻、立领长衫、枣红围裙、膳字徽章



温和

开心

认真

俏皮

郑重

关切



胶膳师

—— 节气膳养师 ——

膳



迎客

端锅

讲解

递礼盒

指码



春

夏

秋

冬

东阿阿胶背书



胶膳师

阿胶金汤 · 一人一锅



阿胶原料 东阿阿胶

背书印章与胶膳师LOGO以细竖线分隔，左右并列，高度一致
不得把两个logo拼成一个图形

必须出现的位置

信任墙



检测解读台



零售柜与价签



菜单



包装与外带袋



线上与直播背景



东阿阿胶背书



✓ 正确



✗ 错误

以下位置不得使用东阿阿胶logo与东阿阿胶四字



门头



外立面



灯箱



店招



一锅金汤，暖一家人

阿胶金汤 · 一人一锅

我们这样说



滋补



食养



节令



一人一锅

我们不说



药膳



治疗、预防



保底、稳赚



吃饭白送手表



菜单



桌面物料

传递品牌温度，让每一次用餐都更贴心。



二维码位不得被任何元素遮挡。

工服



立领长衫：米白亚麻

围裙：阿胶枣红，胸口刺绣简化徽章

胸章：金色膳字，所有员工统一佩戴



名片



名片尺寸 90×54mm，背面满版阿胶枣红。

外带袋与礼盒



手提袋满版阿胶枣红，东阿阿胶印章放在右下角

锅底包装

一锅金汤 滋养全家

把店里的温暖，带回家的餐桌

好汤有温度
家味有传承



金汤涟漪



热气祥云



阿胶方印



拱门画框

家庭装把店里的味道
带回家，
是线上复购的主力。



团购主图



门店头像



视频封面



直播背景

招商物料



招商物料只说考察与意向登记，测算须注明不构成收益承诺

胶膳师



一锅金汤，暖一家人