

VIGLACERA

TÀI LIỆU CHỈ DẪN ÁP DỤNG

**NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
VIGLACERA 2026**

Thư ngỏ

Các bạn thân mến!

Tiền thân là Công ty Gạch ngói Sành Sứ Xây dựng ra đời trên cơ sở sáp nhập 18 nhà máy, xí nghiệp sản xuất gạch ngói đất sét nung. Được thành lập từ năm 1974, Viglacera tự hào rằng ngày nay đã trở thành nhà sản xuất Vật liệu xây dựng và Phát triển bất động sản hàng đầu tại Việt Nam, hoạt động trên toàn quốc và vươn ra thị trường quốc tế. Năm 2026, với mục tiêu nâng tầm Thương hiệu tiệm cận với phân khúc trung và trung cao, đồng thời là giai đoạn chuẩn bị cho việc thay đổi diện mạo của Thương hiệu trong tương lai, Ban lãnh đạo của Viglacera ban hành văn bản này nhằm quy định và hướng dẫn việc áp dụng hình ảnh Thương hiệu nhất quán từ Tổng Công ty tới các đơn vị thành viên.

Trọng tâm chương trình xây dựng Thương hiệu chính là quy trình định vị và thiết lập Hệ thống Nhận diện Thương hiệu hoàn chỉnh và toàn diện cả về mặt chất lượng và hình ảnh, áp dụng trên nhiều hình thức truyền thông và tiếp thị khác nhau. Tất cả để nhằm góp phần tạo nên diện mạo mới mẻ và chuyên nghiệp hướng tới người tiêu dùng và các đối tác mà công ty đang thiết lập và duy trì quan hệ.

Đề nghị toàn thể nhân viên của công ty và đối tác có liên quan nên tham khảo kỹ tài liệu này khi áp dụng Bản sắc Nhận diện Thương hiệu. Mong các bạn nỗ lực hết mình giúp cho việc đảm bảo tính nhất quán trong Chiến lược Định vị và Hệ thống Nhận diện Thương hiệu của Viglacera dưới mọi hình thức thể hiện.

Trân trọng,
Ban lãnh đạo công ty.

Mục lục

01

Chiến lược Thương hiệu

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 06 | Nội dung tổng kết của Chiến lược Thương hiệu | 09 | Cơ cấu Quan hệ Thương hiệu Viglacera |
| 07 | Hình mẫu Thương hiệu | 10 | Cơ cấu Quan hệ Thương hiệu lĩnh vực Bất động sản |
| 08 | Tính cách Thương hiệu | | |

02

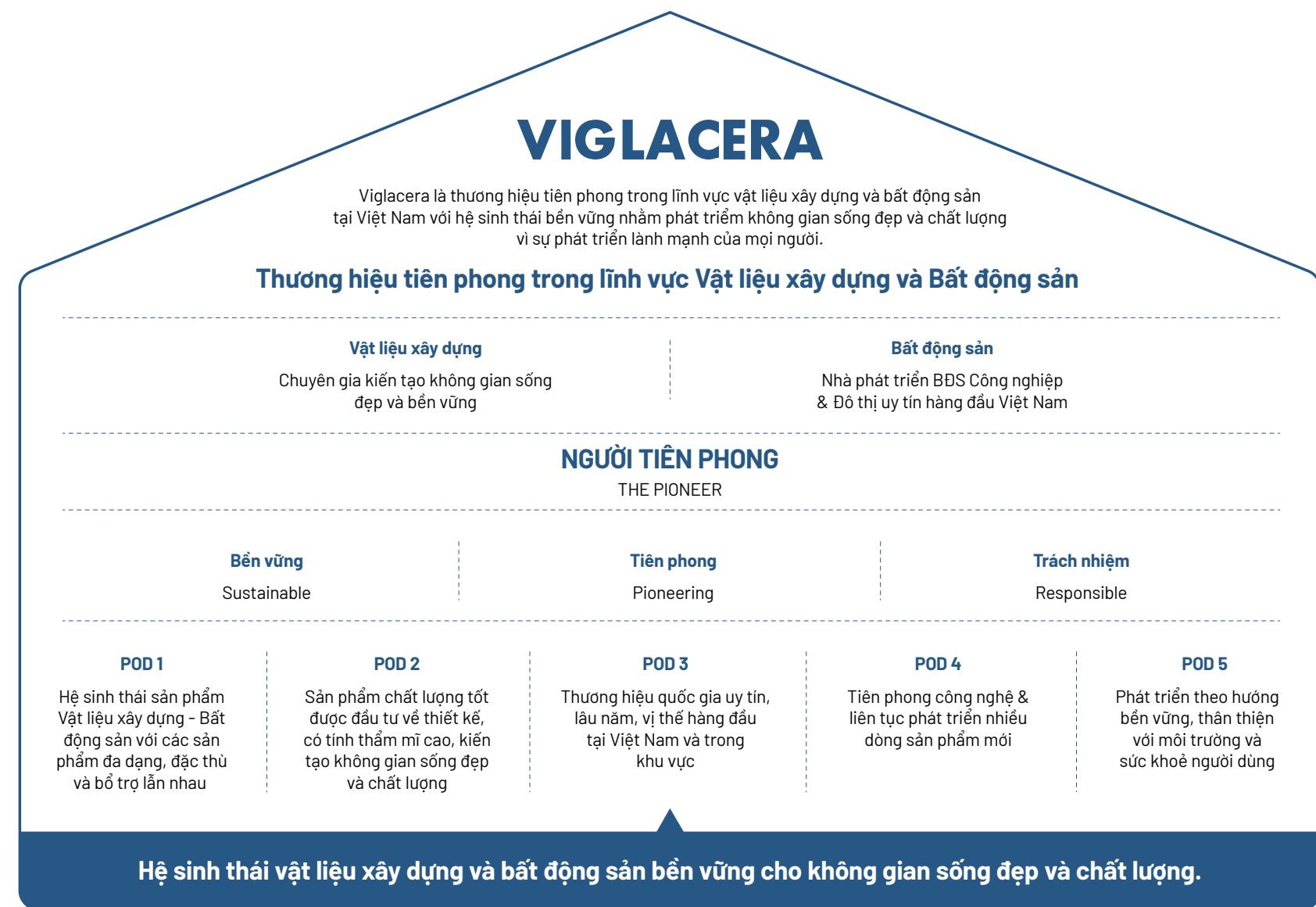
Bản sắc nhận diện Thương hiệu

- | | | | |
|----|---------------------------|----|---|
| 12 | Logo Thương hiệu | 19 | Phương án hình ảnh đúng |
| 13 | Cấu trúc Logo Thương hiệu | 20 | Phương án hình ảnh sai |
| 14 | Vị trí đặt Logo | 21 | Hình đồ họa Thương hiệu |
| 15 | Phương án Logo đúng | 22 | Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu |
| 16 | Phương án Logo sai | 28 | Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động |
| 17 | Màu sắc Thương hiệu | 50 | Quy chuẩn Logo trên ấn phẩm Đại lý |
| 18 | Kiểu chữ Thương hiệu | | |

01

CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU

Nội dung tổng kết của Chiến lược Thương hiệu



Hình mẫu Thương hiệu

Thể hiện tinh thần tiên phong: Viglacera là Thương hiệu tiên phong đặt nền móng cho nhiều lĩnh vực sản xuất, kinh doanh cho ngành Vật liệu xây dựng và trong tương lai là sản phẩm mới, công nghệ tiên tiến hàng đầu quốc tế. Hình mẫu “Người Tiên phong” thể hiện tính sáng tạo và đổi mới đột phá, mang đến tinh thần mới cho Thương hiệu Viglacera đúng với định hướng tích cực phát triển Sáng tạo, Đổi mới trong tương lai.

“Người Tiên phong” với tinh thần khám phá cùng cả hoài bão chinh phục và dẫn đầu, tinh thần tiên phong và không ngừng mang đến những giá trị mới, đi đầu trong công cuộc cải tiến và tạo ra giá trị cho sự đổi thay.

Viglacera là thương hiệu luôn bền bỉ và kiên trì trong hành trình xây dựng và phát triển những sản phẩm mới, công nghệ tiên tiến, đột phá, tiên phong trong việc kiến tạo, phát triển không gian sống bền vững và lành mạnh.



Tính cách Thương hiệu



Tiên phong Pioneering

Viglacera là Thương hiệu mang giá trị “truyền thống” dẫn đầu và tiên phong sản xuất ra các sản phẩm vật liệu xây dựng đầu tiên tại Việt Nam, cũng là một trong những doanh nghiệp đi tiên phong đổi mới, cải tiến sản phẩm trong các lĩnh vực kinh doanh vật liệu xây dựng và bất động sản.



Bền vững Sustainable

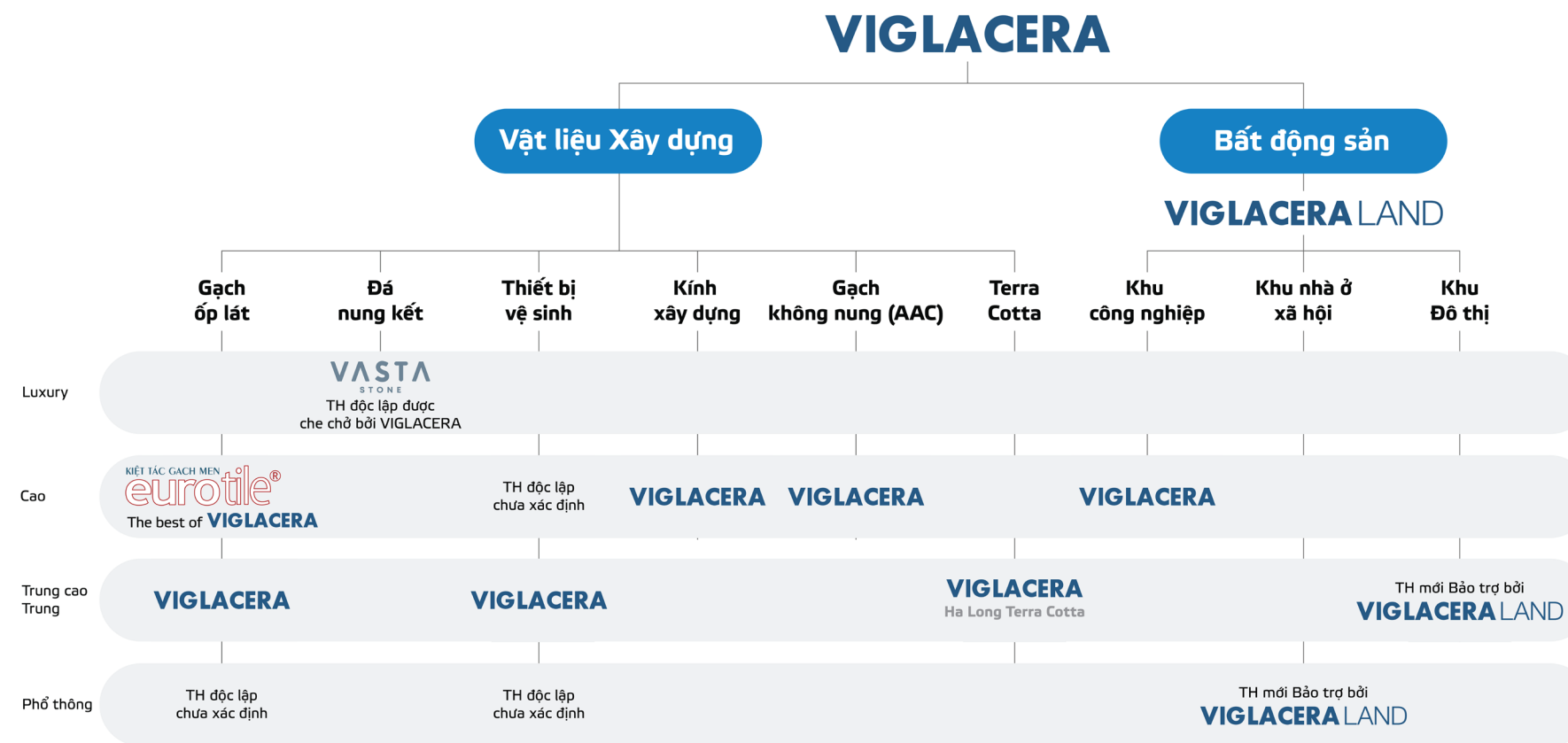
Con người Viglacera luôn đề cao sự bền vững trong mọi hoạt động phát triển doanh nghiệp nhằm đem đến các giá trị trường tồn cho khách hàng, cộng đồng và xã hội: tập trung phát triển sản phẩm, ứng dụng công nghệ thân thiện môi trường, tốt cho cuộc sống tới tất cả các mảng hoạt động.



Trách nhiệm Responsible

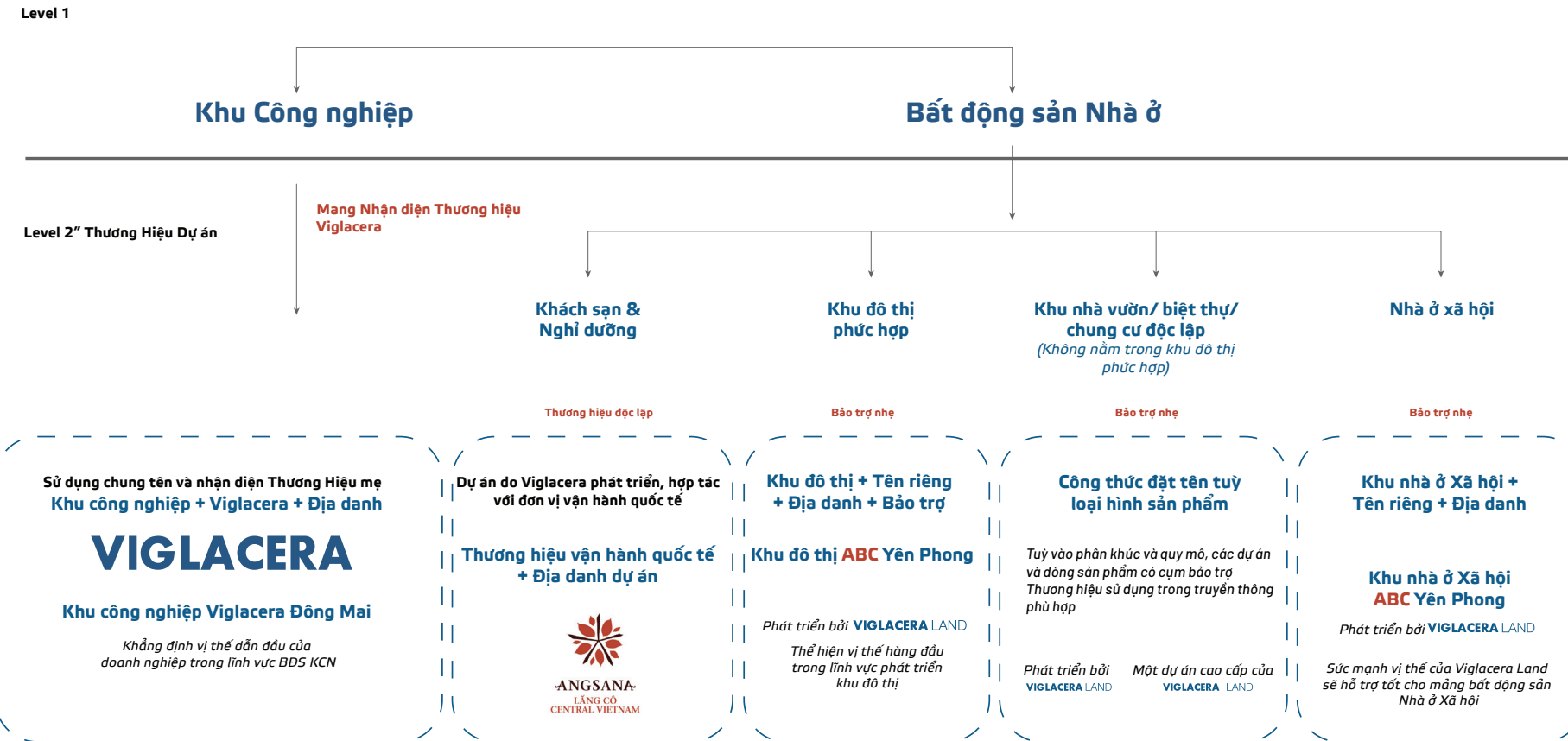
Luôn vì giá trị chung của khách hàng, đối tác, nhân viên, Viglacera cam kết mang đến những giá trị thiết thực, tâm huyết trong việc không ngừng cải thiện để kiến tạo ra những giá trị tốt đẹp hơn mỗi ngày.

Cơ cấu Quan hệ Thương hiệu Viglacera



Cơ cấu Quan hệ Thương hiệu lĩnh vực Bất động sản

VIGLACERA



02

BẢN SẮC NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Hệ thống nhận diện Thương hiệu này CHỈ áp dụng cho các tài liệu phục vụ cho mục tiêu Truyền thông với các ấn phẩm phục vụ riêng cho năm 2026 như poster, catalogue, banner, tờ rơi, digital, tài liệu phục vụ cho sự kiện... Các thiết kế khác liên quan đến hệ thống bao bì, in trên sản phẩm, bảng hiệu và hệ thống lớn vui lòng giữ nguyên cho tới khi có quy định mới.



Logo Thương hiệu năm 2026



VIGLACERA

Logo Viglacera sử dụng cho mảng Vật liệu xây dựng

VIGLACERALAND

Logo Viglacera Land sử dụng cho mảng Bất động sản Nhà ở

Logo Viglacera áp dụng cho năm 2026 sử dụng phần chữ viết Tên Thương hiệu làm nhận diện chính. Biểu tượng ngọn lửa sẽ được rút khỏi nhận diện để chuẩn bị cho một diện mạo mới.

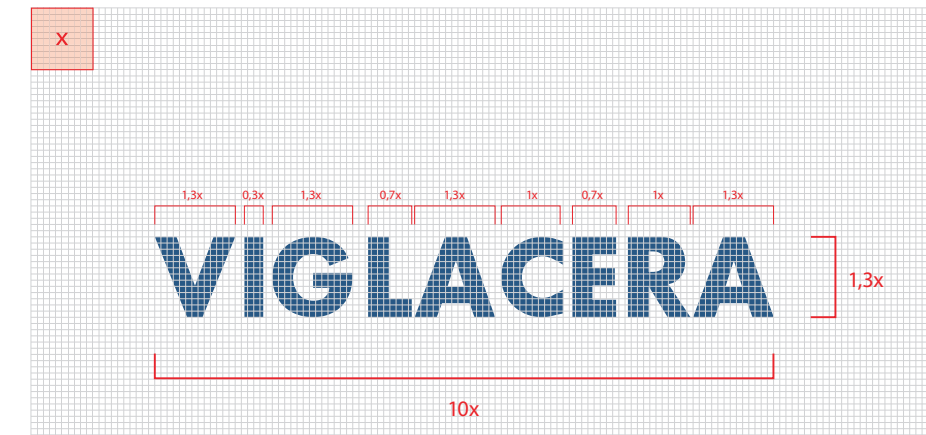
Phần Tên Thương hiệu: Sử dụng font chữ hiện hữu từ Logo hiện tại của Viglacera.

Màu sắc: Màu xanh của Logo được tinh chỉnh để phù hợp với xu hướng thời đại và phong cách thiết kế mới. Màu xanh cũng củng cố thêm những giá trị và cá tính Thương hiệu Viglacera. Màu xanh tượng trưng cho công nghệ, cho sự uy tín, cho phong cách tập đoàn, cho tương lai và sự phát triển.

Cấu trúc Logo Thương hiệu

Tỉ lệ logo

Tỉ lệ Logo Viglacera được lấy dựa theo đơn vị (x). Trong đó, (x) là độ dài các cạnh của hình vuông có kích thước 10x10.



Khoảng cách an toàn

Khoảng cách an toàn là khoảng cách tối thiểu giữa Logo Viglacera với các yếu tố khác. Xung quanh Logo Viglacera luôn cần đảm bảo một khoảng cách an toàn được tính bằng chiều cao của chữ V.

Lưu ý: Bất cứ khi nào có thể, nên tạo ra khoảng cách an toàn lớn hơn khoảng cách tối thiểu xung quanh Logo.

VIGLACERA

← 25mm hoặc 166px →

Kích thước tối thiểu

Độ dài tối thiểu áp dụng cho Logo là 25mm cho ấn phẩm truyền thông và 166px cho màn hình kỹ thuật số.

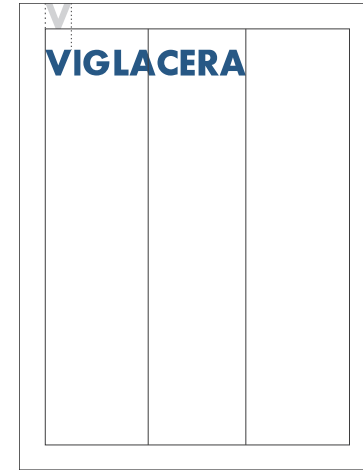
Vị trí đặt Logo

Ưu tiên đặt Logo Viglacera ở góc trên bên trái diện tích thiết kế, Kích thước tối đa bằng 2/3 bề ngang diện tích thiết kế.

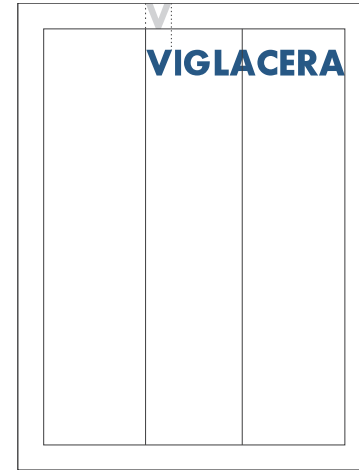
Trường hợp không gian thiết kế không cho phép hoặc trong một số trường hợp đặc biệt, có thể đặt Logo Viglacera ở bên phải.

Ở một số ấn phẩm chỉ dùng Logo, không có nội dung khác (túi vải, túi giấy, đĩa CD, bìa trình ký), có thể đặt Logo ở giữa diện tích thiết kế. Kích thước dao động từ 1/3 - 1/2 bề ngang diện tích thiết kế.

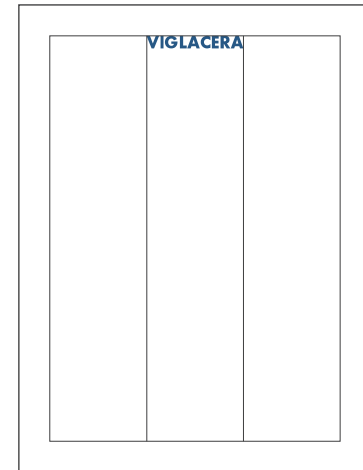
Lưu ý: Để đảm bảo tính sáng tạo, linh hoạt trong thiết kế, trong một số trường hợp đặc biệt, Logo không cần theo quy tắc trên (ví dụ: Logo to khi làm điểm nhấn - chủ thể của thiết kế, Logo nhỏ khi làm họa tiết...)



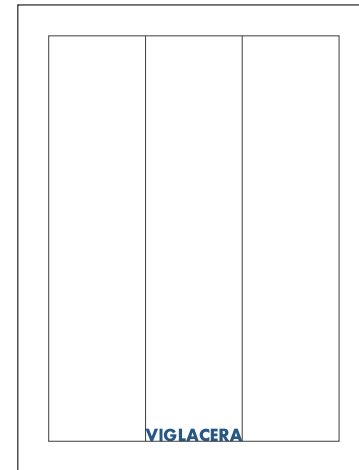
Ưu tiên



Trường hợp đặc biệt



Trường hợp đặc biệt



Trường hợp đặc biệt

Phương án Logo đúng

Để đảm bảo được tính thẩm mỹ và tính nhất quán trong Hệ thống Nhận diện Thương hiệu, Logo Viglacera cần được áp dụng đúng theo quy chuẩn. Logo đã được chuẩn bị với nhiều phiên bản khác nhau dưới định dạng file EPS - Encapsulated Post Script.

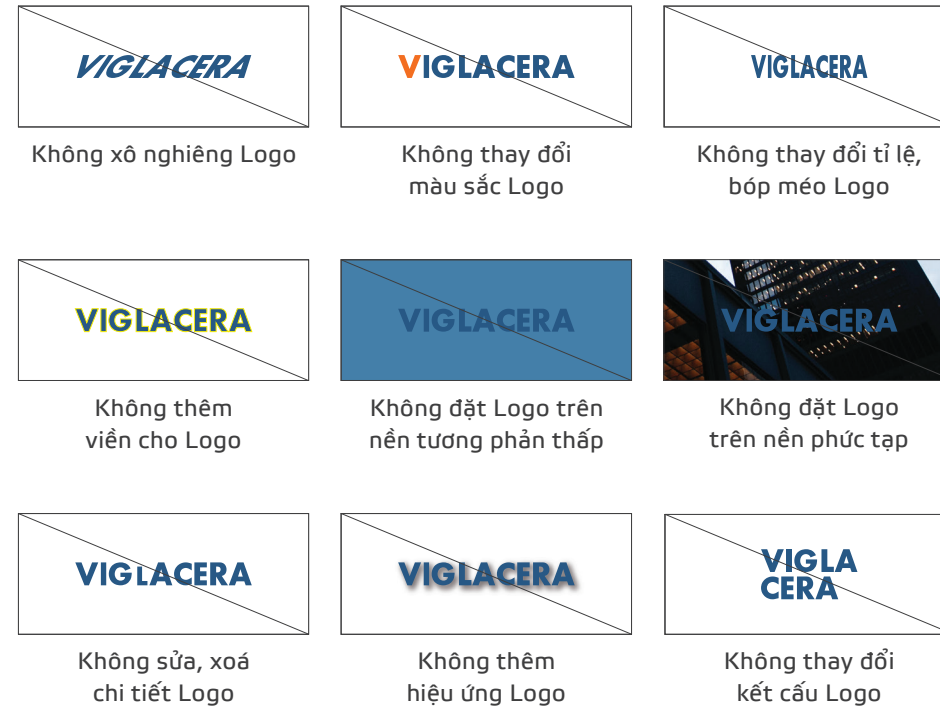
Lưu ý: Tránh chuyển đổi Logo Viglacera sang các file định dạng khác như JPG hay TIFF bởi các định dạng file này không cho phép xử lý phóng to kích thước mà không làm biến dạng đường nét của Logo.



Phương án Logo sai

Logo Viglacera được thiết kế và tinh chỉnh kỹ lưỡng nhằm đạt được sự rõ ràng về hình ảnh thể hiện nhưng vẫn đảm bảo giá trị thẩm mỹ. Cần lưu ý bố cục khi sắp xếp để thể hiện Logo ở những vị trí nổi bật, không bị tranh chấp sự chú ý đối với các yếu tố khác.

Tuyệt đối tránh chỉnh sửa hoặc làm biến dạng đường nét của mẫu thiết kế Logo. Những mẫu ví dụ sau đây là những lưu ý cơ bản khi sử dụng Logo để tránh việc sử dụng sai lệch Logo Viglacera.



Màu sắc Thương hiệu

Màu sắc là một trong những công cụ nền tảng nhưng cũng vô cùng hữu ích trong việc nhận diện Thương hiệu Viglacera rõ ràng và ấn tượng hơn với khách hàng, đối tác và nhân viên. Màu sắc chủ đạo của Logo Viglacera là màu xanh.

Màu Xanh VIG mang hàm ý sự uy tín và sự chuyên nghiệp, tương lai và phát triển. Bảng màu thứ cấp sẽ đóng vai trò trung gian, hỗ trợ cho bảng màu sơ cấp giúp đem lại tính chuyển sắc đa dạng cho Thương hiệu.

Lưu ý: Luôn sử dụng những thông số màu được chỉ định rõ trên trang này khi áp dụng thiết kế và ứng dụng truyền thông cho Viglacera.

Màu chuyển VIG

#285985

CMYK
C90 M65 Y25 K10

RGB
R40 G89 B133

#2f7dc1

CMYK
C80 M45 C0 K0

RGB
R47 G125 B193

Xanh VIG

HEX
#285985

CMYK
C90
M65
Y 25
K10

RGB
R40
G89
B133

Xanh thứ cấp VIG

HEX
#2f7dc1

CMYK
C80
M45
C0
K0

RGB
R47
G125
B193

Kiểu chữ Thương hiệu

Kiểu chữ là một trong những yếu tố quan trọng giúp thể hiện tính cách Thương hiệu Viglacera. Lựa chọn và sử dụng kiểu chữ phù hợp sẽ góp phần xây dựng ngôn ngữ đồ họa đặc trưng, truyền tải đúng tinh thần Thương hiệu Viglacera.

Sử dụng bộ phông Viglacera làm kiểu chữ Thương hiệu. Phông chữ Viglacera Bold dùng cho tiêu đề chính là phông có nét chữ dày, hiện đại, khi viết hoa thì có dáng cứng cáp, chắc chắn.

Phông chữ Oxy Vietnam Regular được dùng cho tiêu đề phụ và nội dung vì là phông chữ phổ biến, dễ dùng, hiển thị tốt trên các ấn phẩm in ấn và kỹ thuật số.

Ngoài ra, hệ thống văn phòng (MS Office) của Viglacera lựa chọn thêm kiểu chữ Arial làm phương án an toàn để thuận tiện trong việc ứng dụng mà vẫn đảm bảo sự đồng nhất cho Thương hiệu.

Aa

Viglacera Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"#€%&/()=?

Aa

Oxy Vietnam Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"#€%&/()=?

Aa

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"#€%&/()=?

Phương án hình ảnh đúng

Phong cách hình ảnh sử dụng cho Thương hiệu Viglacera cần phải thể hiện đúng được tính cách và hình mẫu của Thương hiệu - Người Tiên Phong.

Hình ảnh nên được chụp một cách chuyên nghiệp để thể hiện được sự chuyên nghiệp và uy tín của Tổng công ty. Hình ảnh phải có màu Xanh dương để đảm bảo tính nhất quán trong nhận diện của Thương hiệu. Chỉ sử dụng hình ảnh liên quan đến dịch vụ mà Viglacera đang cung cấp.



Phương án hình ảnh sai

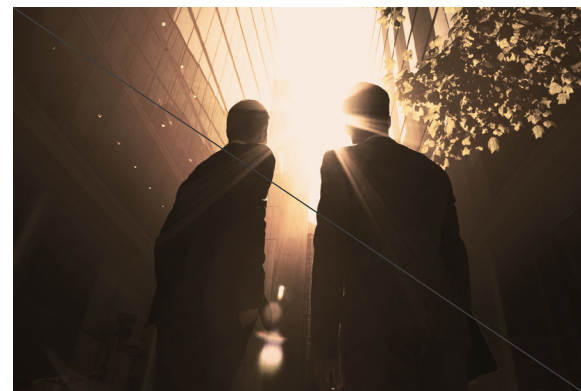
Nên tránh sử dụng những hình ảnh không phù hợp với tính cách cũng như các chi tiết nhận diện của Thương hiệu.



Hình ảnh chói sáng



Không dùng ảnh có chất lượng thấp



Hình ảnh có tông màu cổ điển



Không dùng ảnh mà chủ thể bị rung, mờ



Không dùng ảnh đen trắng



Hình ảnh có bố cục cận cảnh, thiếu thẩm mỹ

Hình đồ họa Thương hiệu

Hình đồ họa Thương hiệu được tạo nên bởi hình ảnh ẩn dụ của lá cờ, phù hợp với Chiến lược khác biệt hoá Thương Hiệu của Viglacera cùng Hình mẫu Thương Hiệu - Người Tiên Phong.

Lá cờ được cách điệu với những đường cong tạo ra cảm giác chuyển động và vươn cao theo làn gió của thời đại, thể hiện rõ được tinh thần tiên phong. Những đường thẳng được lồng ghép để tạo ra hình ảnh cho sự phát triển bền vững của Thương Hiệu. Để đảm bảo được sự thống nhất trong

toàn bộ Hệ thống nhận diện Thương hiệu, cách sử dụng Hình đồ họa Thương hiệu cần được tuân thủ và không được thay đổi tỉ lệ dưới bất kì hình thức nào.

Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Truyền thông tĩnh

Bao gồm các ấn phẩm văn phòng, biển báo, phương tiện vận chuyển, đồng phục nhân viên, bao bì sản phẩm, hệ thống bao bì, tài liệu hướng dẫn sử dụng và nhiều loại tài liệu khác nữa... Mỗi hạng mục đều góp phần nhận diện Thương hiệu tạo ra sự nhận biết doanh nghiệp trên thị trường,...

Hình đồ họa Thương hiệu được sử dụng chủ yếu và linh hoạt trên Hệ thống Truyền thông tĩnh và Hệ thống Truyền thông động.



Truyền thông động

Bao gồm các ấn phẩm quảng cáo, biển hiệu khổ lớn, biểu ngữ, hay các tài liệu truyền thông tại điểm bán hàng, phim quảng cáo truyền hình, banner quảng cáo trên website,...



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Cách ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu tùy vào yêu cầu kích thước, màu sắc, hình ảnh minh họa trong các ấn phẩm truyền thông, hình đồ họa Thương hiệu có thể được thay đổi và sử dụng một cách linh hoạt.

Truyền thông tĩnh

Size: 3:2

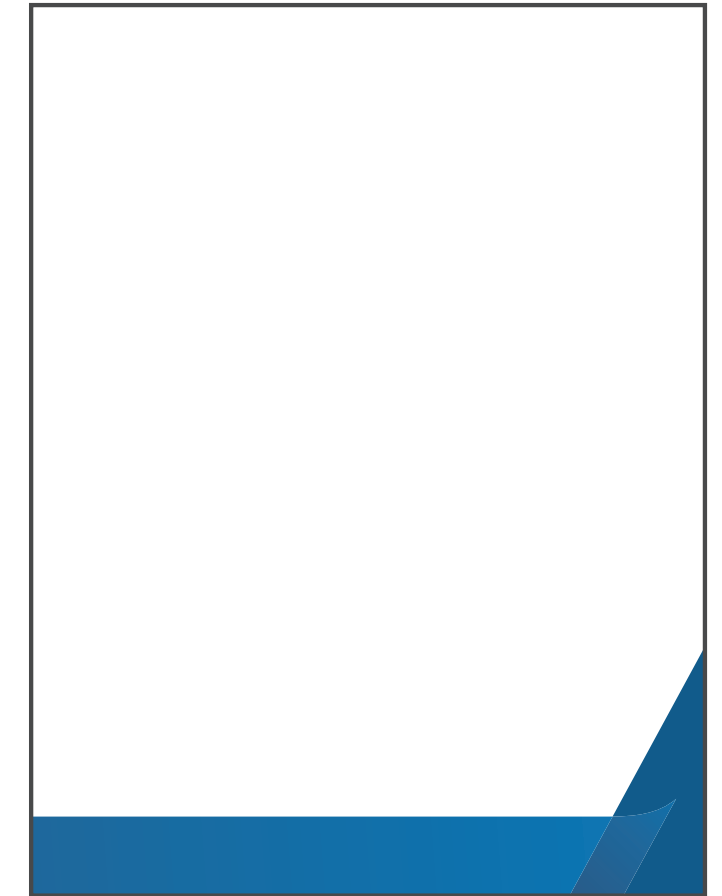


Hình đồ họa chuyển màu

Đóng vai trò chính, sử dụng chủ yếu

Hình đồ họa Thương hiệu chính
Sử dụng trên các ấn phẩm chiều ngang,
tiêu biểu như Namecard, Phong bì,...

Size: 2:3



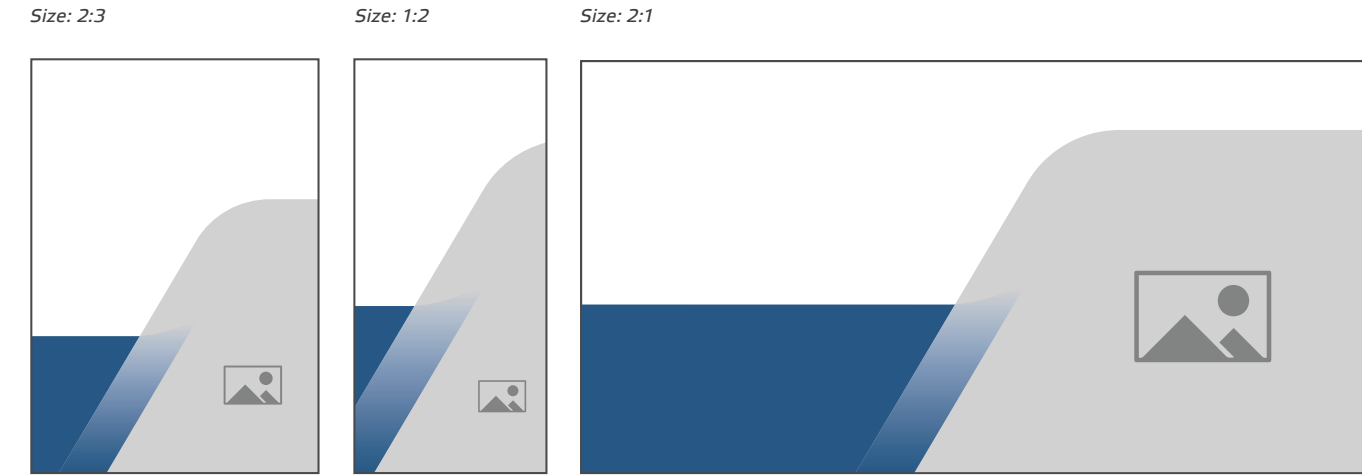
Hình đồ họa chân trang

Đóng vai trò phụ

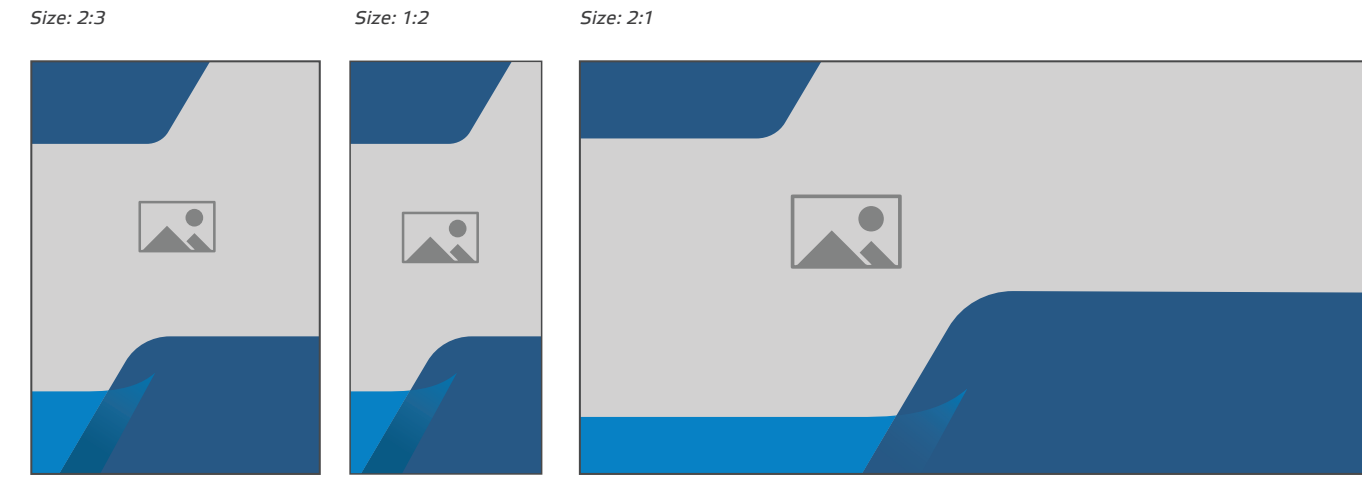
Hình đồ họa chân trang.
Sử dụng trên các ấn phẩm chiều dọc,
tiêu biểu như Letterhead, Hóa đơn,...

Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Truyền thông động



Cách ứng dụng 1



Cách ứng dụng 2

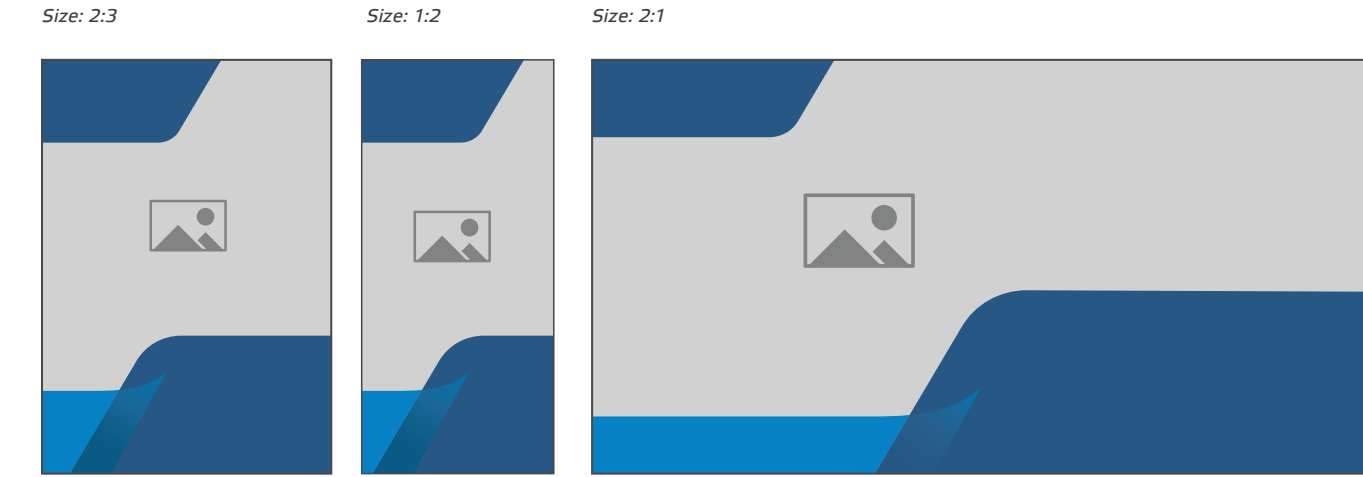
Hình đồ họa Thương hiệu

Chỉ sử dụng khi kết hợp với hình ảnh

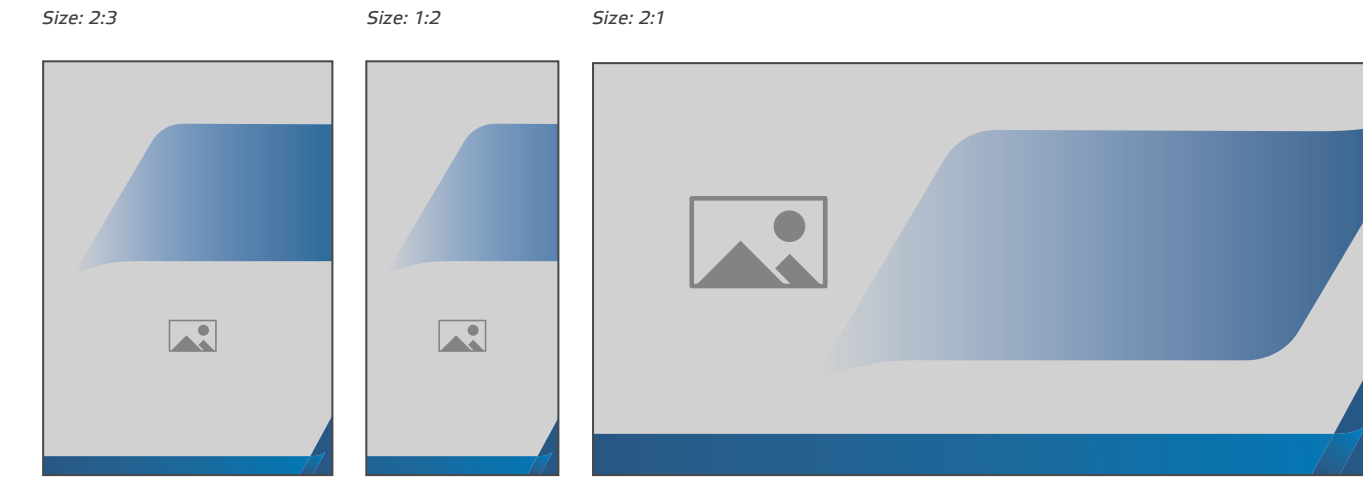
Hình đồ họa Thương hiệu được ứng dụng linh hoạt để tạo nên nhận diện Thương hiệu, ứng dụng trên các ấn phẩm Truyền thông động.

Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Truyền thông động



Cách ứng dụng 3



Cách ứng dụng 4

Hình đồ họa Thương hiệu

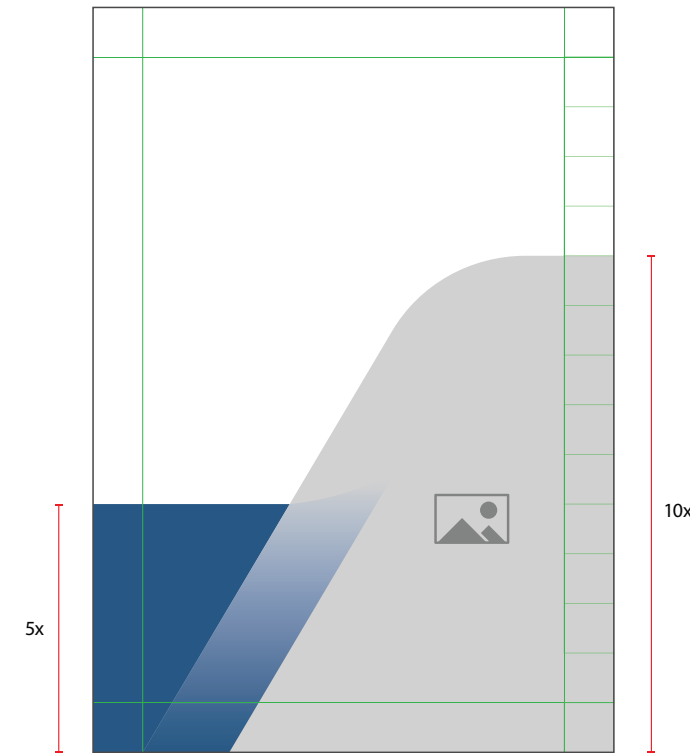
Chỉ sử dụng khi kết hợp với hình ảnh

Hình đồ họa Thương hiệu được ứng dụng linh hoạt để tạo nên nhận diện Thương hiệu, ứng dụng trên các ấn phẩm Truyền thông động.

Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

Cách ứng dụng 1

- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt trong hình đồ họa Thương hiệu lớn hơn.
- Không gian thiết kế hình ảnh có chiều cao bằng 2/3 chiều cao không gian thiết kế.

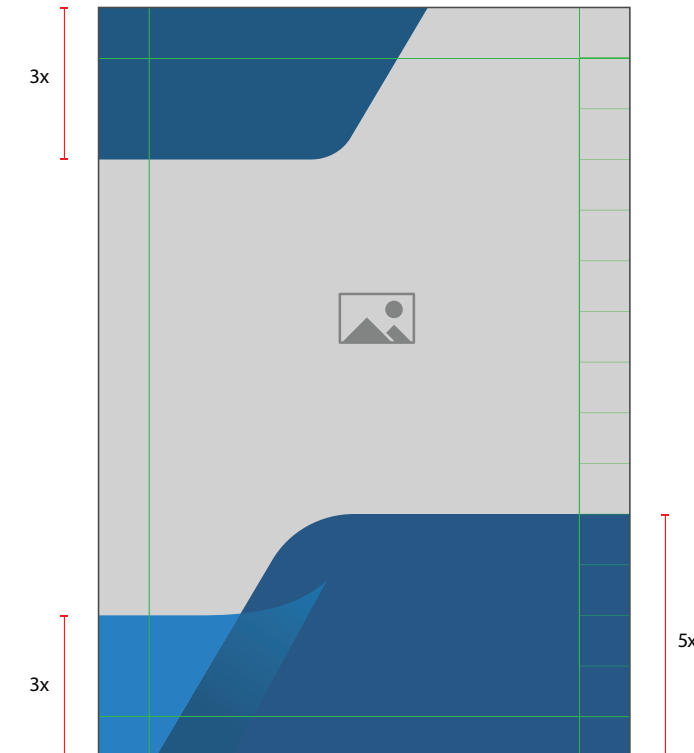


Chia cạnh dài hơn trong bố cục thiết kế thành 15 phần bằng nhau. Đơn vị x được tính bằng 1/15.

Lưu ý: Luôn thể hiện đường cong của Hình đồ họa Thương hiệu

Cách ứng dụng 2

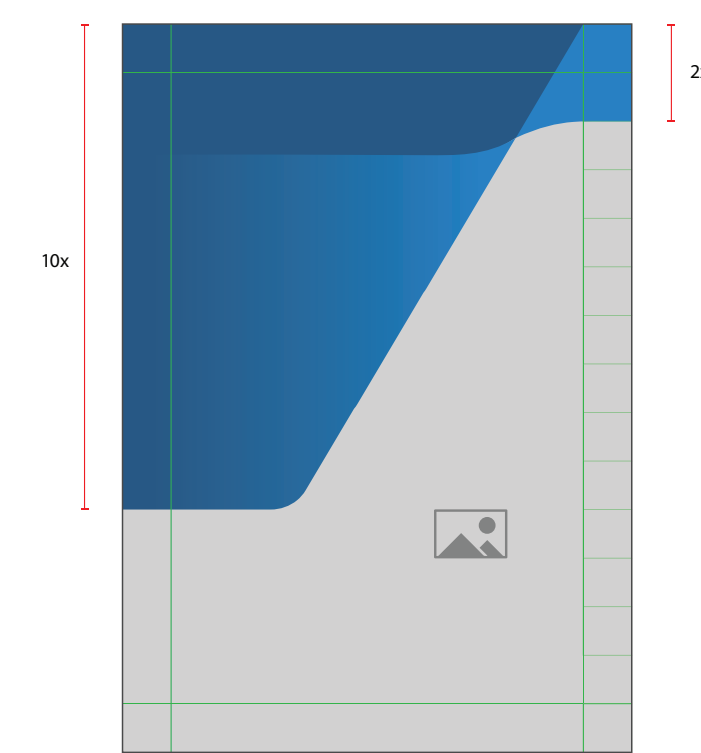
- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt ở không gian tạo thành bởi hình đồ họa Thương hiệu.



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

Cách ứng dụng 3

- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt ở không gian tạo thành bởi hình đồ họa Thương hiệu.
- Chiều cao của hình đồ họa Thương hiệu có kích thước bằng 2/3 không gian thiết kế.

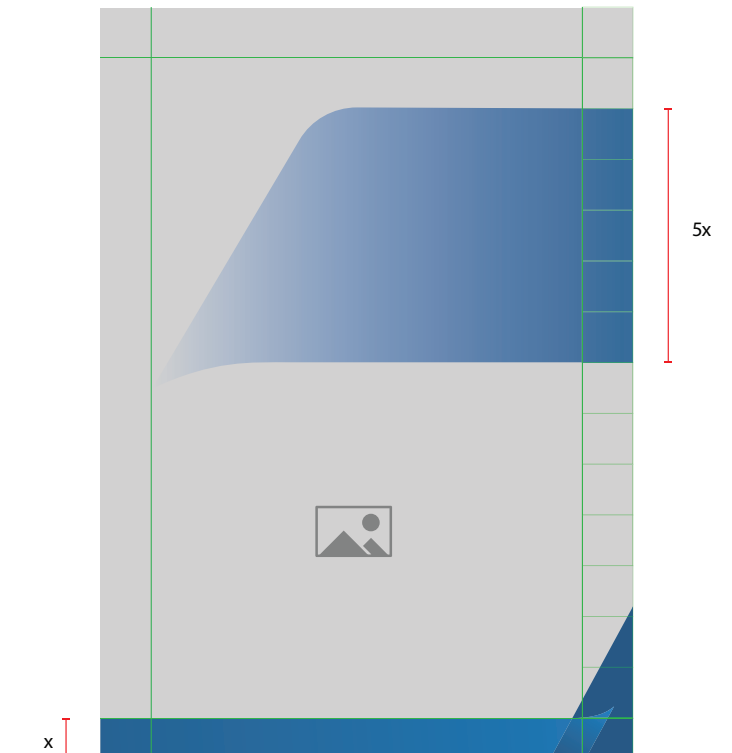


Chia cạnh dài hơn trong bố cục thiết kế thành 15 phần bằng nhau. Đơn vị x được tính bằng 1/15.

Lưu ý: Luôn thể hiện đường cong của Hình đồ họa Thương hiệu

Cách ứng dụng 4

- Hình đồ họa Thương hiệu sử dụng làm yếu tố phụ, hỗ trợ cho chủ thể thiết kế chính, nhưng vẫn nổi bật nhận diện Thương hiệu Viglacera.
- Hình đồ họa Thương hiệu có chiều cao bằng 1/3 không gian thiết kế.
- Sử dụng hình đồ họa chân trang.



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

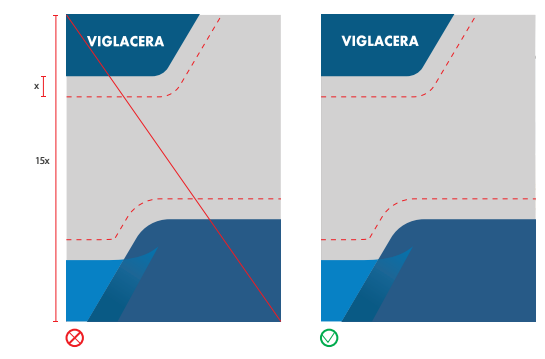
Chia cạnh dài hơn trong bố cục thiết kế thành 15 phần bằng nhau. Đơn vị x được tính bằng 1/15.

Lưu ý: Luôn thể hiện đường cong của Hình đồ họa Thương hiệu

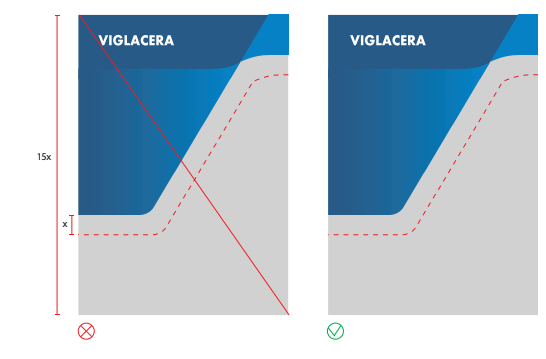
Cách kết hợp hình ảnh và hình đồ họa Thương hiệu trong thiết kế.

- Hình ảnh chủ thể chính không được để quá sát hay chạm vào hình đồ họa Thương hiệu.
- Chủ thể chính của hình ảnh và hình đồ họa Thương hiệu luôn cách nhau một khoảng bằng x.

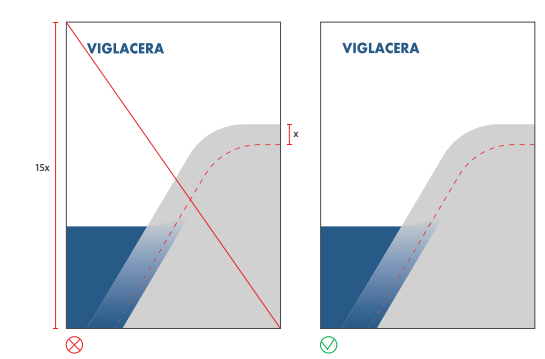
Cách ứng dụng 1



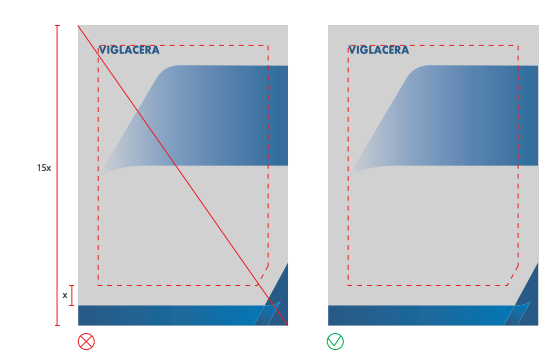
Cách ứng dụng 2



Cách ứng dụng 3



Cách ứng dụng 4



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt ở không gian tạo thành bởi hình đồ họa Thương hiệu.

- Logo được đặt ở hình đồ họa Thương hiệu bé hơn phía trên góc trái trong không gian thiết kế.

- Thông tin được đặt ở hình đồ họa Thương hiệu lớn hơn phía dưới góc phải trong không gian thiết kế.



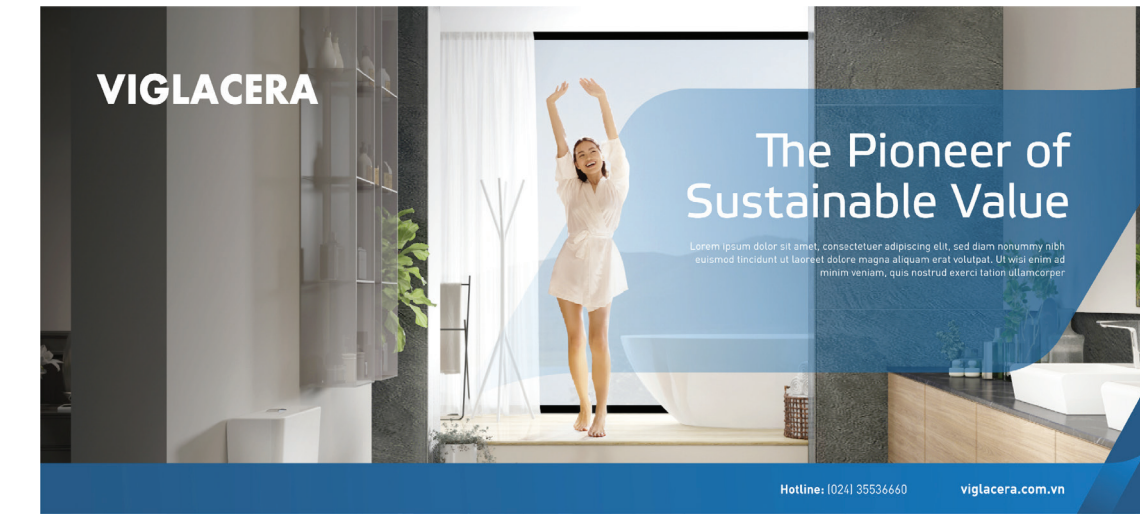
Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt ở không gian được tạo ra bởi hình đồ họa Thương hiệu.



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

- Sử dụng để nổi bật chủ thể chính.
- Hình đồ họa Thương hiệu sử dụng làm yếu tố phụ, hỗ trợ cho chủ thể thiết kế chính, nhưng vẫn nổi bật yếu tố nhận diện Thương hiệu Viglacera.



Ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu cho Hệ thống Truyền thông động

- Hình đồ họa Thương hiệu lồng ghép tạo thành bố cục thiết kế, trong đó hình ảnh được đặt trong hình đồ họa Thương hiệu lớn hơn.



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Namecard **Tổng công ty**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Ấn phẩm văn phòng **Tổng công ty**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Tổng công ty**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Billboard **Tổng công ty**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Gạch ốp lát**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

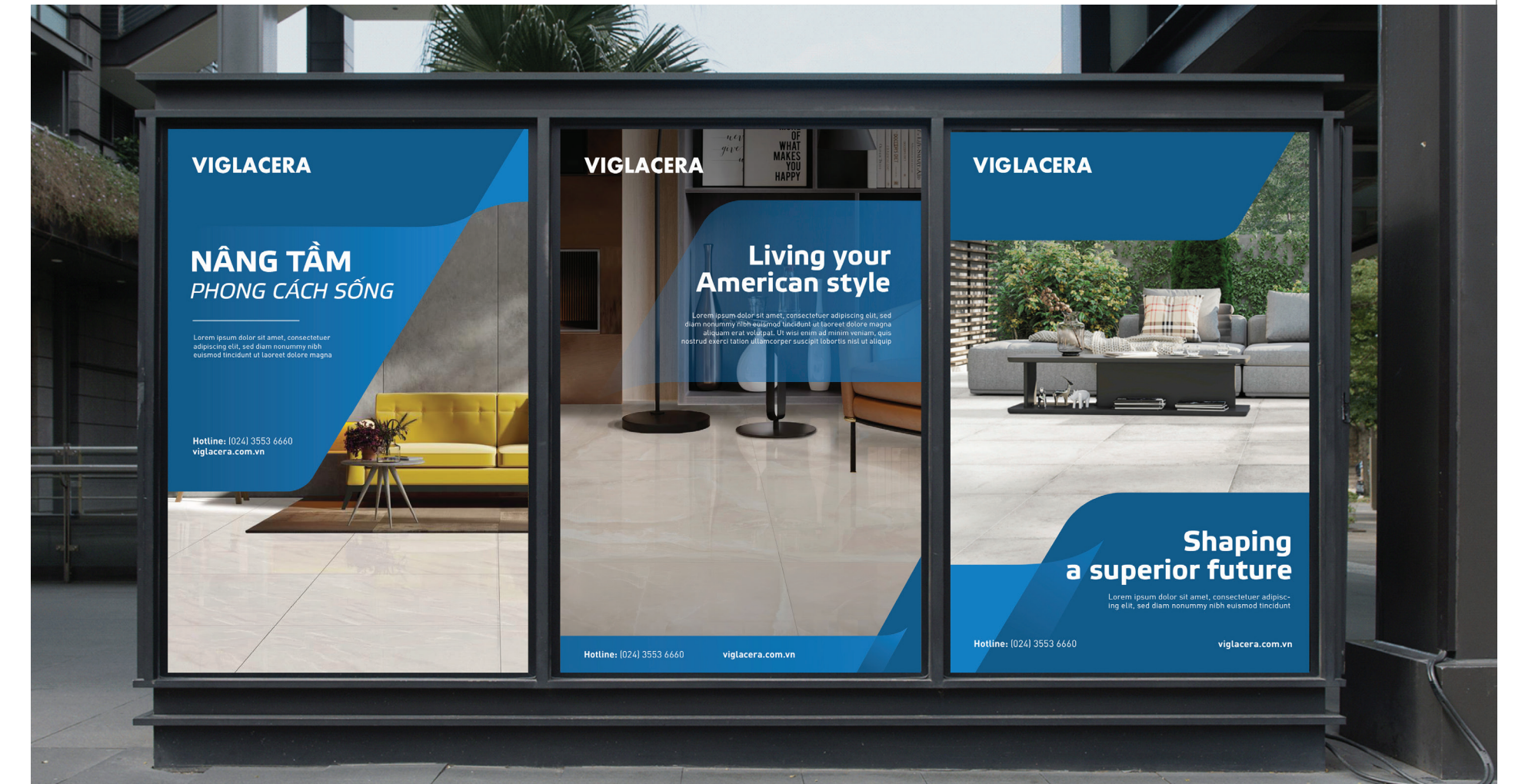
Billboard **Gạch ốp lát**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Gạch ốp lát**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Thiết bị vệ sinh**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Billboard **Thiết bị vệ sinh**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Thiết bị vệ sinh**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Gạch ngói đất sét nung**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Billboard **Gạch ngói đất sét nung**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster **Kính xây dựng**



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Billboard Kính xây dựng



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Poster Khu công nghiệp



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

Lưu ý: Các ví dụ dưới đây chỉ mang tính chất minh họa, trong quá trình áp dụng vui lòng tham khảo 4 cách ứng dụng được quy định ở phía trên.

Billboard Khu công nghiệp



Một số ví dụ ứng dụng hình đồ họa Thương hiệu

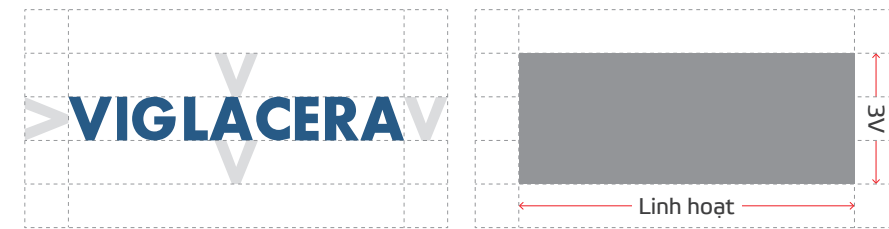
Lưu ý: Các thiết kế cho Bất động sản nhà ở không cần áp dụng hình đồ họa Thương hiệu của Viglacera.

Standee Bất động sản Nhà ở



Quy chuẩn nhận diện Viglacera trên ấn phẩm của Đại Lý

Tỉ lệ tối thiểu giữa Logo Viglacera và Logo Đại lý, trong đó chiều cao tối thiểu của Logo Đại lý bằng 3 lần chiều cao Logo Viglacera với chiều ngang linh hoạt.



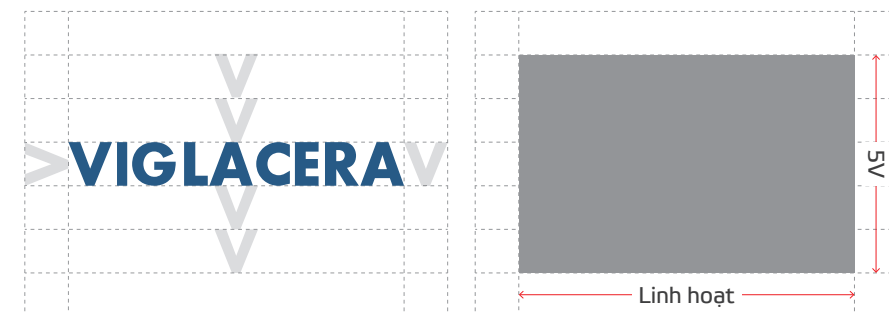
Logo Viglacera

Logo Đại lý

Ví dụ minh hoạ



Tỉ lệ tối đa giữa Logo Viglacera và Logo Đại lý, trong đó chiều cao tối đa của Logo Đại lý bằng 5 lần chiều cao Logo Viglacera với chiều ngang linh hoạt.



Logo Viglacera

Logo Đại lý

Ví dụ minh hoạ



Quy chuẩn nhận diện Viglacera trên ấn phẩm của Đại Lý



1. Logo Viglacera

- Luôn đặt bên trái trong không gian thiết kế.
- Logo luôn đặt trên Hình đồ họa Thương hiệu Viglacera.
- Logo màu Trắng trên nền Xanh Viglacera hoặc nền tối màu.
- Logo Xanh Viglacera trên nền Trắng hoặc nền sáng màu.
- Luôn đảm bảo khoảng cách an toàn giữa Logo với mép lề.

2. Logo Đại lý

- Luôn đặt bên phải trong không gian thiết kế.
- Sử dụng đúng phiên bản Logo trên hình nền, sao cho Logo Đại lý được thể hiện một cách rõ ràng nhất. Ví dụ: Logo màu Trắng trên các nền tối màu, Logo nguyên bản trên các nền sáng màu.
- Luôn đảm bảo khoảng cách an toàn giữa Logo với mép lề.

TỔNG CÔNG TY VIGLACERA - CTCP

Tòa nhà Viglacera - Số 1 Đại lộ Thăng Long, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (024) 3553 6660 | Hotline: 1900 0136

Fax: (024) 3553 6671 | Email: info@viglacera.com.vn

viglacera.com.vn

Tư vấn và thiết kế bởi Richard Moore Associates®