

# Brand Identity Guideline

브랜드 아이덴티티 가이드라인

본 가이드는 CMES의 브랜드 아이덴티티를 구성하는 기본 원칙과 적용 지침을 담고 있으며, 일관된 브랜드 이미지를 유지하기 위한 기준점 역할을 합니다.

제시된 원칙을 충분히 숙지하고 적용하되, 무분별한 변형은 브랜드 본연의 가치를 훼손할 수 있으므로 사용 시 각별한 주의가 필요합니다.

가이드에 포함된 그래픽 요소는 이해를 돋기 위한 참고 자료이며, 제시된 원칙을 기반으로 브랜드 아이덴티티를 확장·발전시켜 나가는 것을 권장합니다.

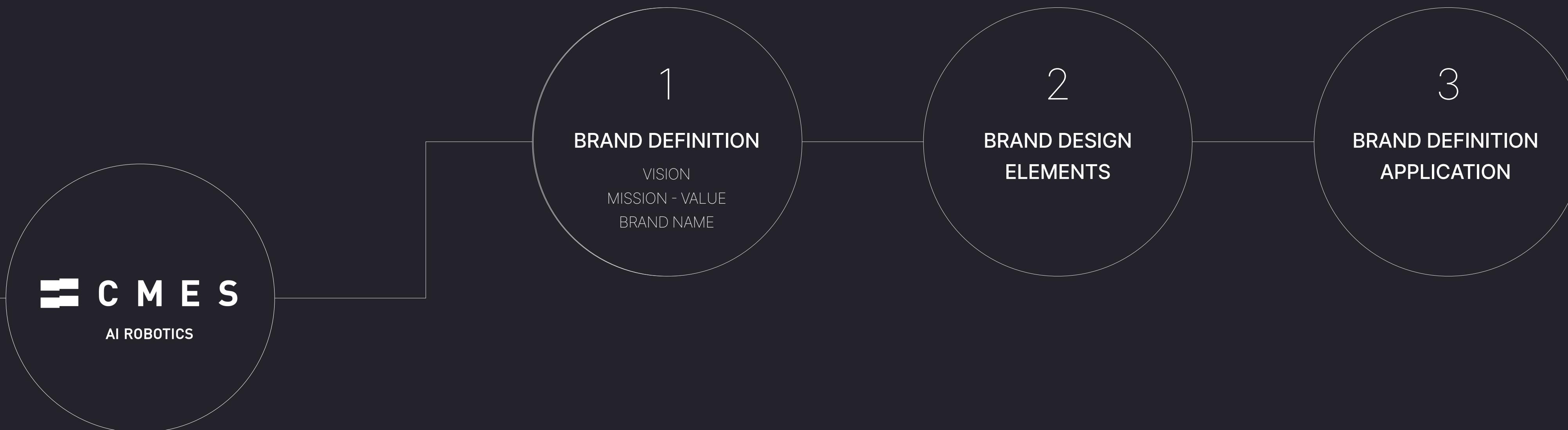
또한, 가이드라인에 포함되지 않은 항목의 제작이나 기존 내용의 수정이 필요할 경우, 반드시 브랜드 관리 부서와 사전 협의 후 진행해 주시기 바랍니다.

## Brand Identity System

CMES만의 고유한 브랜드 아이덴티티 구축을 위해, 브랜드의 방향성과 핵심 가치를 명확히 정의합니다.

## Brand Experience

이를 바탕으로 'CMES다움'을 시각적으로 표현할 수 있는 디자인 언어를 개발하고, 다양한 매체에 일관되게 적용할 수 있도록 구체적인 가이드라인과 디자인 어플리케이션을 제공합니다.



# Contents

## 01. Brand Symbol

Our Symbol & Meaning	06
Symbol Proportion	07
Symbol Safe Zone	08
Symbol Color Option	09
Symbol Minimum Size	10
Symbol Misusage	11

## 02. Brand Logo

Primary Logo - Horizontal	13
Secondary Logo - Vertical/Wordmark	14
Logo Proportion & Spacing	15
Logo Safe Zone	17
Logo Color Options	19
Logo Minimum Size	21
Logo Misusage	22

## 03. Brand Color

Brand Color System	24
Background Color Usage	25

## 04. Typography

Official Typeface	27
-------------------	----

## 05. Notation & Partnerships

Copyright Notice	29
Partnership Locks up	30
Collaboration Locks up	31

# 01. Brand Symbol

## 01. Brand Symbol

### Our Symbol

CMES의 심볼은 브랜드의 정체성과 가치를 직관적으로 전달하는 핵심 자산입니다. 산업과 비즈니스, 그리고 지향하는 브랜드 철학을 함축적으로 상징하며, 브랜드를 대표하는 중요한 시각적 요소입니다.



### The Meaning

심볼은 기업과 AI 로보틱스 시장을 연결하는 플랫폼을 상징하며, '같다(Equal)'를 의미하는 '=' 기호를 재해석한 형태로 디자인되었습니다. 이는 기존을 뛰어넘는 진보를 의미하며, 더 나은 내일, 곧 'Superior Future'를 향한 지향점을 담고 있습니다.

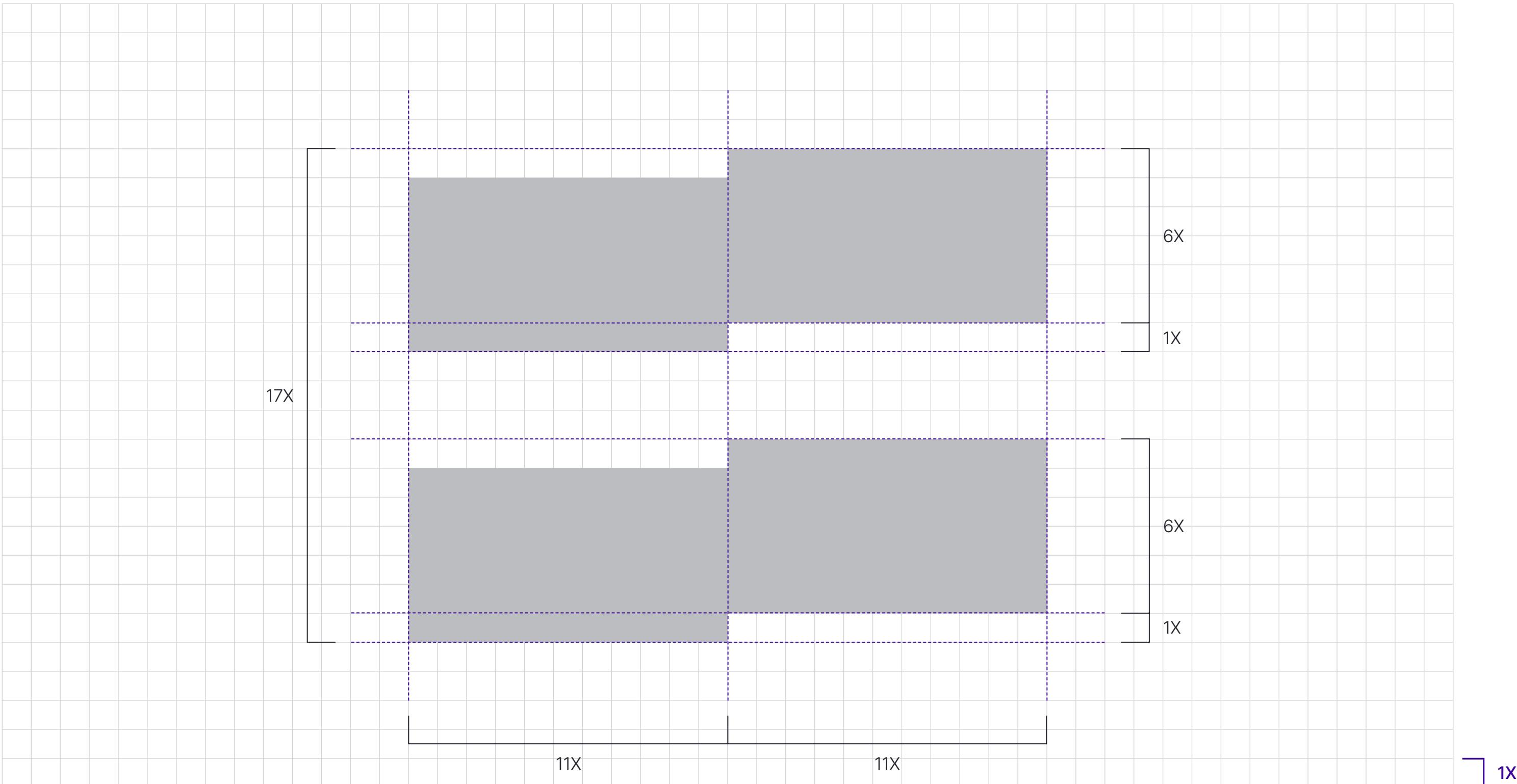
또한, 심볼은 다양한 산업 영역에서 펼쳐나갈 무한한 성장 가능성과 시장을 선도하는 No.1 AI Robotics 기업으로서의 위상을 상징합니다.



## 01. Brand Symbol

## Symbol Proportion

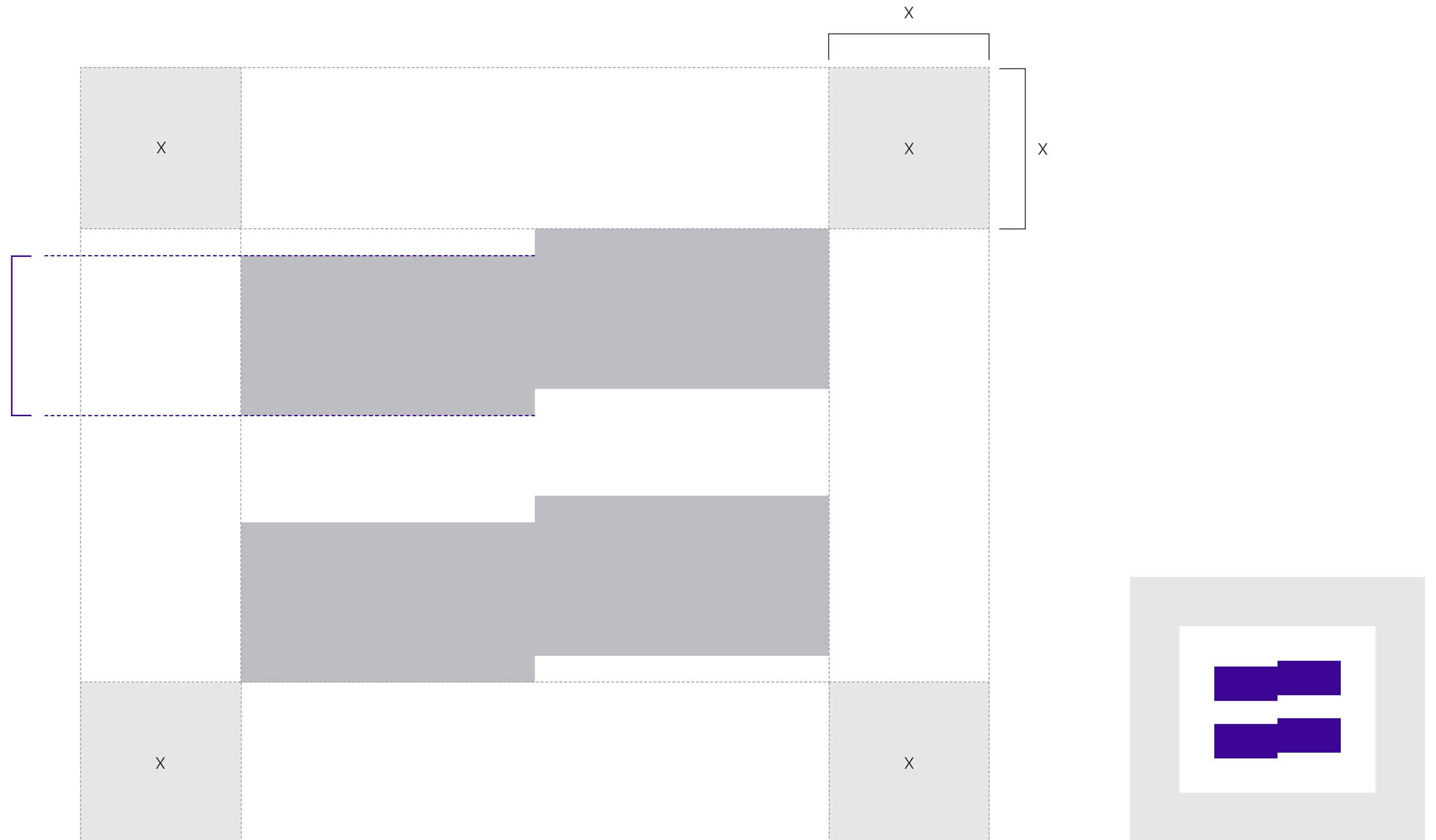
심볼은 브랜드 아이덴티티의 핵심 요소로, 모든 디자인에서 정확하고 일관되게 사용되어야 합니다. 임의로 심볼을 편집, 변형하는 것은 금지되며, 제공된 표준 그리드 차트를 참고하여 비율과 구조를 준수해야 합니다. 이를 통해 CMES의 통일된 브랜드 이미지를 효과적으로 전달할 수 있습니다.



## 01. Brand Symbol

## Symbol Safe Zone

심볼은 최상의 시각적 효과, 가독성, 식별성을 확보하기 위해 단독 사용 시 최소 여백을 반드시 유지해야 합니다. 표시된 심볼 주변의 공간은 최소 여백을 나타내며, 이 영역에는 다른 시각 요소가 침범하지 않도록 해야 합니다.



## 01. Brand Symbol

## Symbol Color Options

심볼은 다양한 매체에서의 활용과 브랜드 이미지의 일관성을 유지하기 위해 컬러 옵션을 구분하여 제공합니다.

기본적으로는 풀컬러 옵션을 사용하며, 인쇄물 또는 디지털 환경에서의 기술적 제약이 있는 경우, 단색 옵션을 사용해 심볼의 명확성과 가독성을 유지해야 합니다.

### 심볼 단독 사용 조건

CMES 브랜드는 컬러가 적용된 로고 사용을 원칙으로 권장 합니다. 단, 다음과 같은 경우에 한해, CMES가 브랜드의 주체 임이 명확히 인지되는 상황에서, 디자인 표현의 다양성을 고려하여 심볼의 단독 사용이 가능합니다.

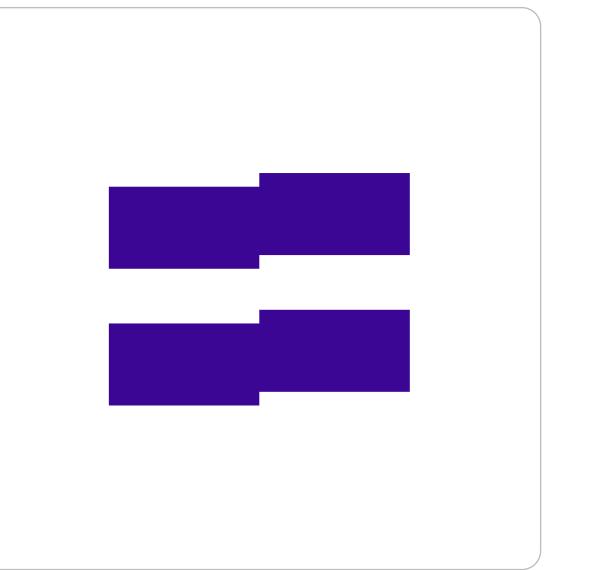
#### A. 지면이 협소하여 전체 로고 삽입이 어려운 경우

예: 소형 태그, 소셜 프로필 이미지 등

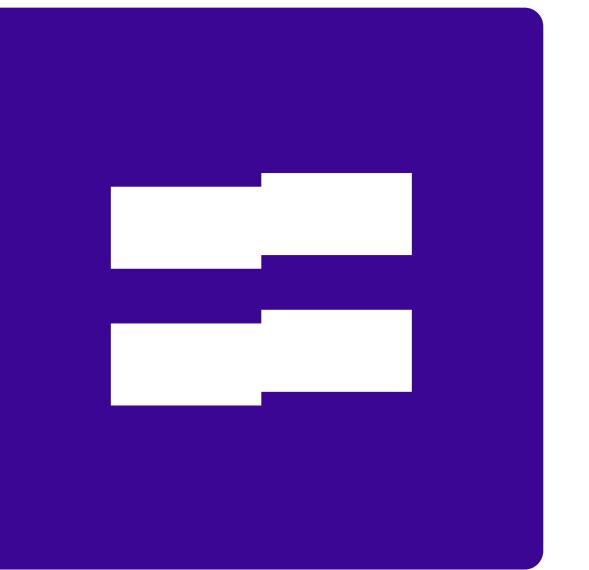
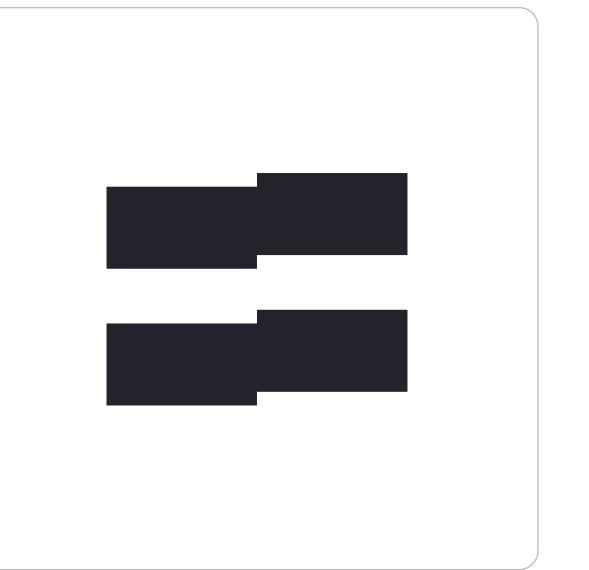
#### B. 브랜드 주체성이 명확한 제작물에서 디자인 요소로 활용하는 경우

예: 굽즈, 광고, 일러스트레이션 등

Primary-Full Color Symbol



Secondary Color Symbol



## 01. Brand Symbol

### Symbol Minimum Size

심볼 최소 사이즈는 다양한 매체에 적용 시 가독성과 시각적 인식의 일관성을 유지하기 위해 반드시 준수해야 하는 기준입니다.

지정된 최소 사이즈보다 작게 사용할 경우, 심볼의 형태가 왜곡되거나 브랜드 인식이 저하될 수 있으므로, 아래 기준을 반드시 따라야 합니다.

#### 디지털 매체

디지털 환경에서의 가독성을 보장하기 위해, 심볼은 세로 30px 이하로 축소하여 사용해서는 안 됩니다.

#### 인쇄 매체

인쇄물에서의 명확한 인식을 위해, 심볼은 세로 3mm 이하로 축소하여 사용해서는 안 됩니다.

#### Favicon

파비콘 적용 시에는 다음 사항을 준수해야 합니다:

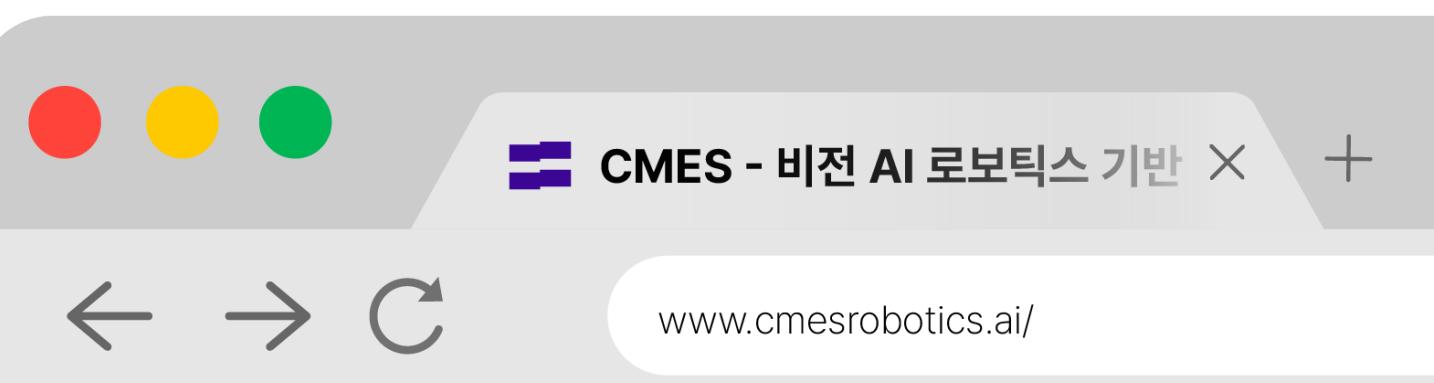
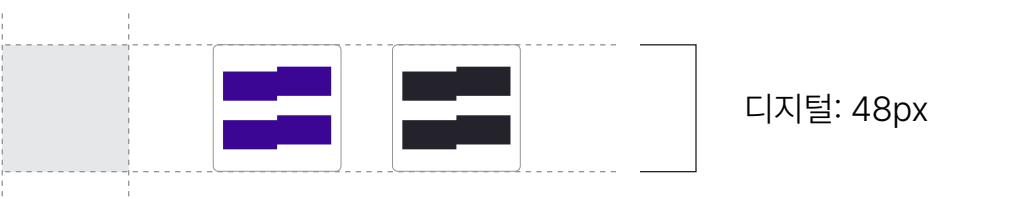
- 배경은 반드시 투명 처리
- 단일 색상의 심볼만 사용
- 사이즈는 최소 48×48px 이상 유지
- 이보다 작은 크기로 사용할 경우 식별력 저하 우려

이러한 최소 사이즈 규정은 브랜드의 일관성과 신뢰성을 유지하기 위한 핵심 기준이므로, 모든 매체 적용 시 철저히 준수해야 합니다.

#### Symbol



#### Favicon



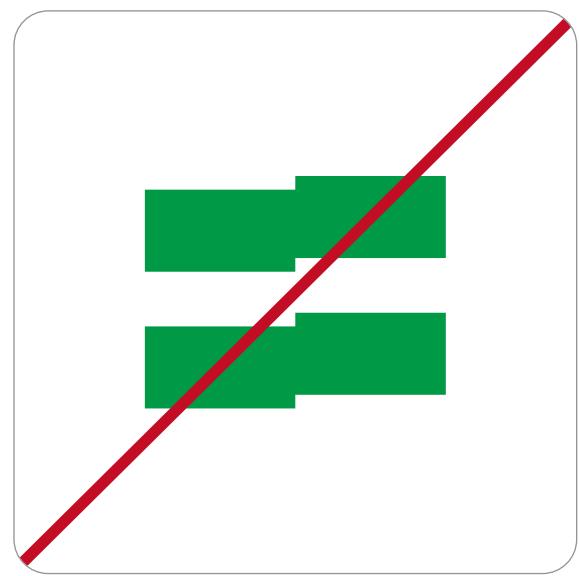
## 01. Brand Symbol

## Symbol Misusage

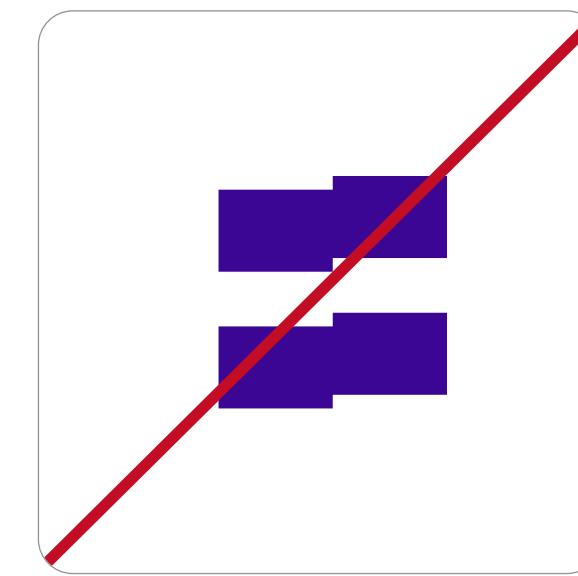
CMES 심볼의 금지규정은 다음과 같습니다.

브랜드 이미지의 일관성과 통일성을 유지하기 위해, 우측의 금지된 사용 예시들을 숙지하고, 동일한 오류가 발생하지 않도록 주의해 주시기 바랍니다.

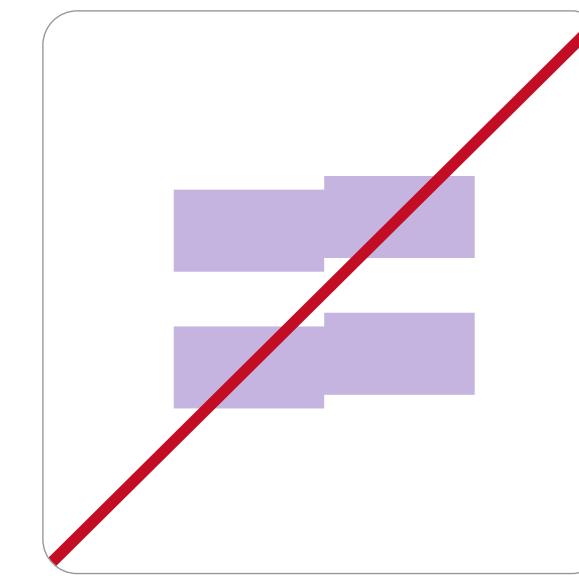
심볼에 지정된 브랜드 컬러 외 색상 적용 금지



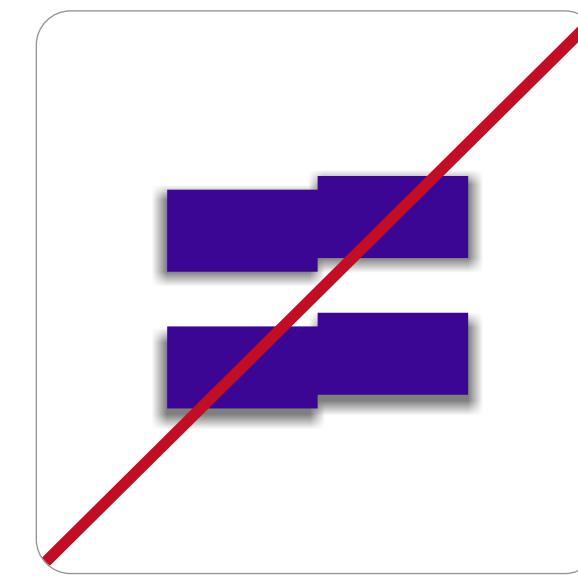
심볼 형태 및 비율 왜곡 금지



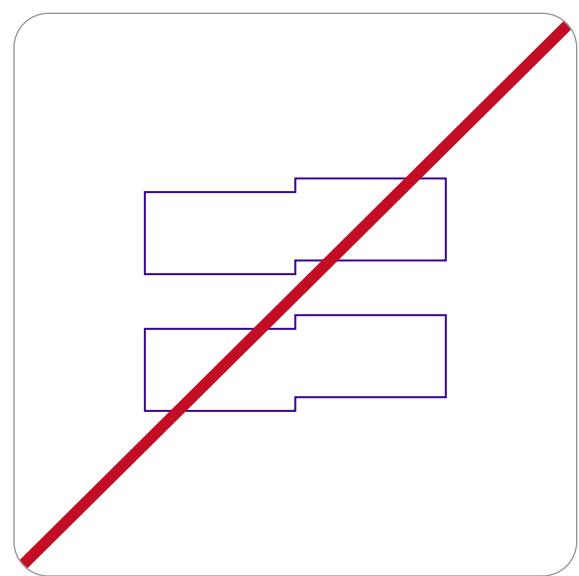
심볼의 투명도 변경 금지



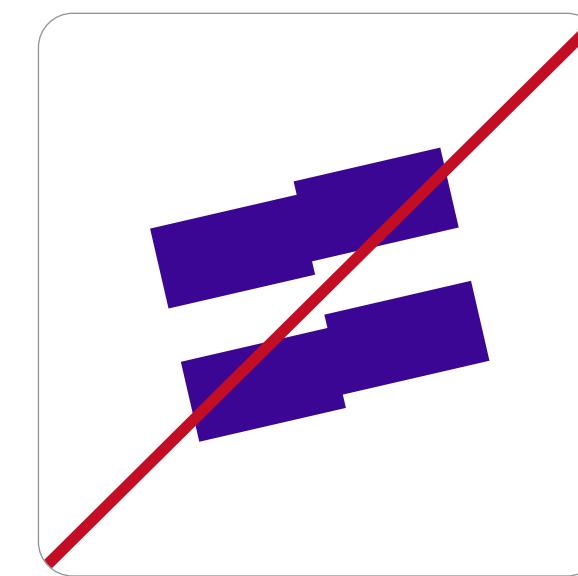
심볼에 그림자 및 임의의 효과 적용 금지



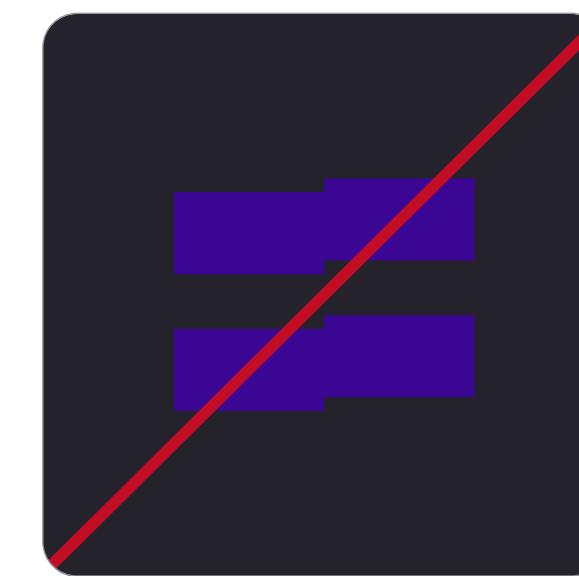
심볼에 아웃라인 적용 금지



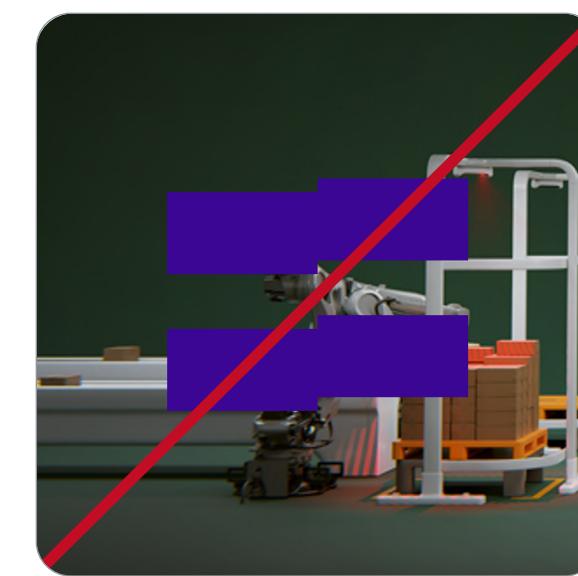
심볼 회전 금지



가시성 떨어지는 컬러에 심볼 적용 금지



복잡한 이미지에 심볼 적용 금지



## 02. Brand Logo

## 02. Brand Logo

## Primary Logo

### Horizontal

브랜드 로고는 심볼과 영문 워드마크(CMES)의 조합으로 구성되어 있으며, 브랜드를 가장 직접적이고 명확하게 전달하는 핵심 시각 요소입니다.

로고는 사용 목적에 따라 다음 두 가지 형태로 제공됩니다:

#### 태그라인 부착형

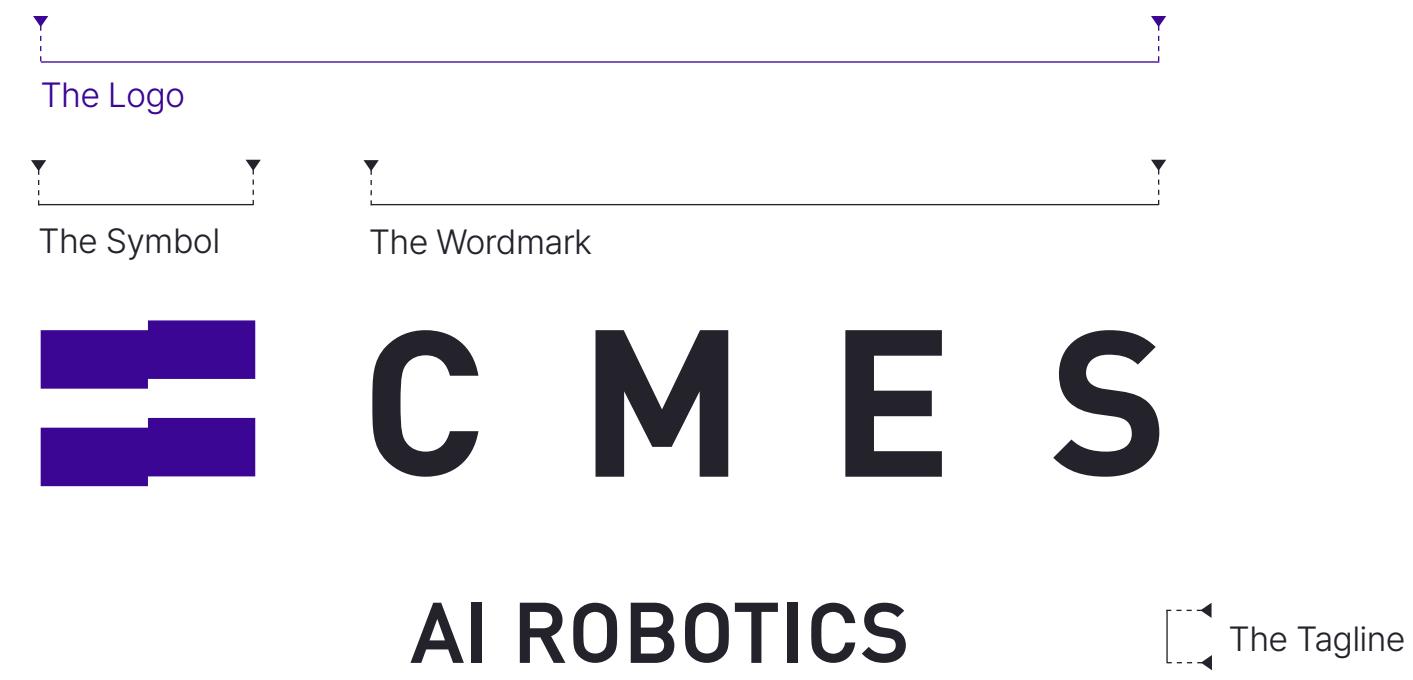
브랜드 커뮤니케이션의 주된 목적으로 사용되는 기본형입니다. 서브 텍스트가 포함되어 브랜드 철학과 방향성을 함께 전달합니다.

#### 태그라인 삭제형

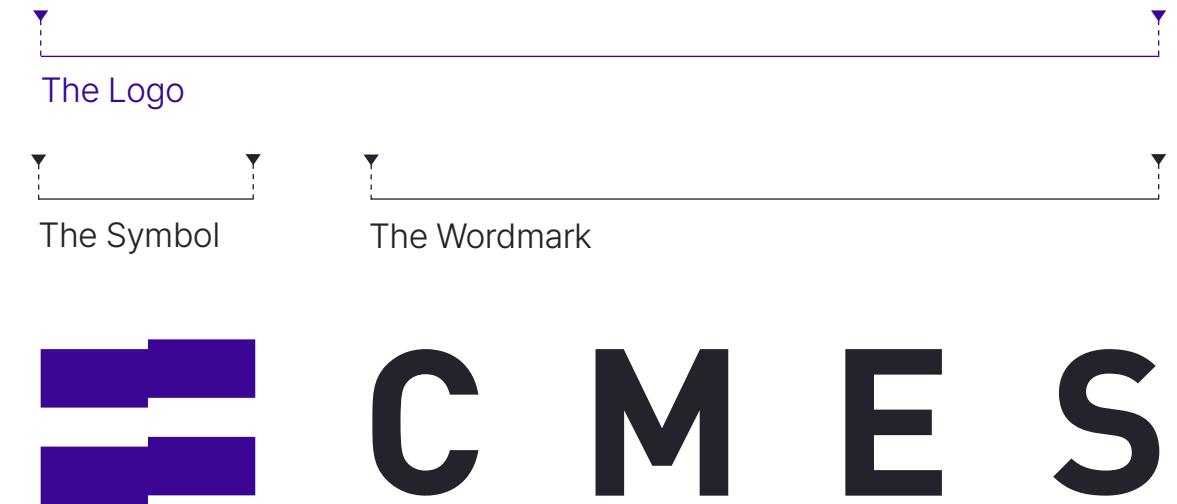
제한된 공간 또는 특정 디자인 목적 등으로 인해 태그라인의 가독성이 저하되는 경우에 사용합니다. 반드시 태그라인 삭제형은 사용이 불가피한 경우에만 제한적으로 사용이 가능합니다.

브랜드의 일관된 이미지 전달과 정확한 인식 제고를 위해, 로고 사용 시 형태, 색상, 비례 등 모든 요소는 본 가이드라인에서 정한 기준을 엄격히 준수해야 합니다.

#### 태그라인 부착형 (상시 사용 권장)



#### 태그라인 삭제형



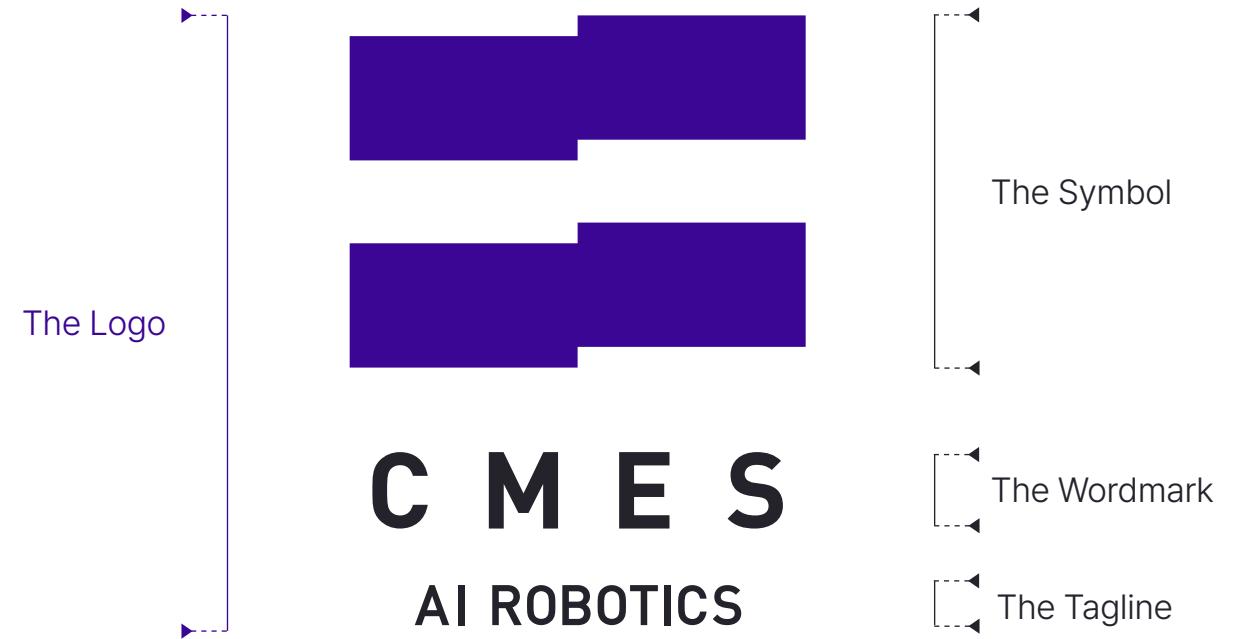
## 02. Brand Logo

**Secondary Logo****Vertical**

세로형 로고는 적용 매체의 특성상 가로형 로고의 가독성 및 시인성 확보가 어려운 경우, 보완적 또는 대체적 용도로 사용합니다.

가급적 가로형 로고를 기본형으로 사용하되, 공간의 제약 또는 디자인 구조상 가독성이 저하되는 상황에서는 세로형 로고를 활용해 브랜드 인식의 명확성을 유지해 주시기 바랍니다.

## 세로형

**Wordmark**

워드마크형 로고는 적용 매체의 특성상 가로형과 세로형 로고의 가독성 및 시인성 확보가 어려운 경우, 보완적 또는 대체적 목적으로 사용합니다.

가급적 가로형 로고를 기본형으로 사용하되, 공간의 제약 또는 디자인 구조상 가독성이 저하되는 상황에서는 워드마크형 로고를 활용해 브랜드 인식의 명확성을 유지해 주시기 바랍니다.

## 워드마크형



## 02. Brand Logo

## Logo Proportion &amp; Spacing

## Horizontal

로고 사용 시, 심볼, 태그라인, 워드마크 간의 간격과 비율은 브랜드의 정확한 이미지 전달과 식별성 확보를 위해 반드시 준수해야 하는 요소입니다. 각 로고 유형에 따라 다음 기준에 맞춰 적용해 주시기 바랍니다:

## 전체 비율

로고의 구성 요소 간 비례는 임의로 변경하거나 왜곡해서는 안 됩니다.

## 간격 및 대비

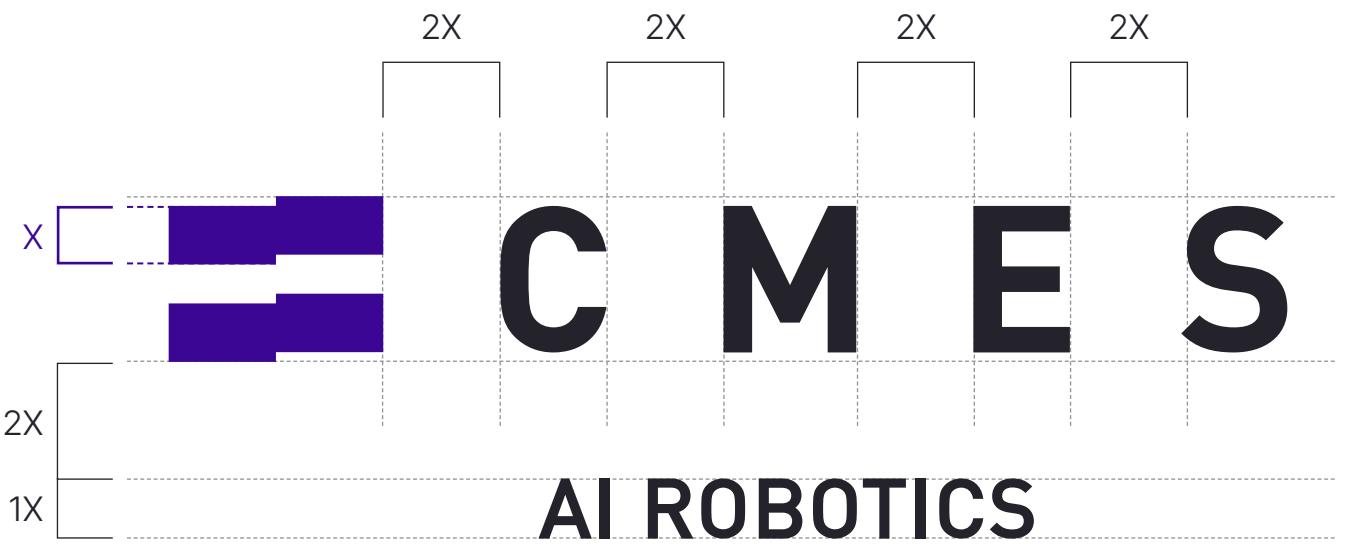
심볼과 태그라인, 워드마크 사이의 간격과 컬러 대비는 명확한 인식을 보장할 수 있도록 유지해야 합니다.

## 공간 구조

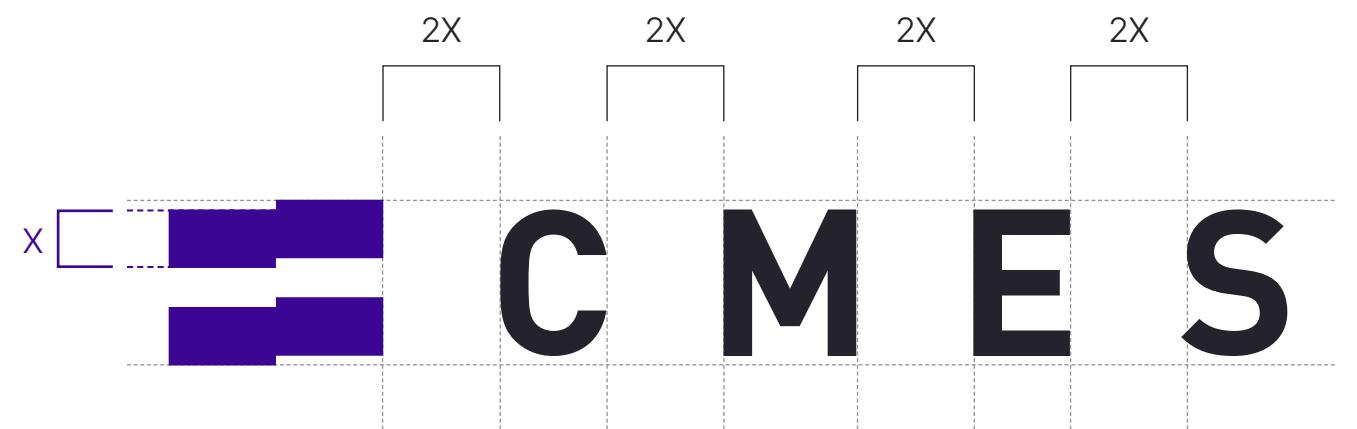
로고 주변에는 충분한 여백을 확보하여 다른 시각 요소와 겹치지 않도록 적용합니다.

이 지침은 모든 매체와 활용 환경에서 일관된 브랜드 아이덴티티를 유지하기 위한 기준이며, 로고는 어떠한 경우에도 임의로 수정하거나 변형하지 않고 원형 그대로 적용해야 합니다.

## 태그라인 부착형



## 태그라인 삭제형



## 02. Brand Logo

## Logo Proportion &amp; Spacing

## Vertical / Wordmark

로고 사용 시, 심볼, 태그라인, 워드마크 간의 간격과 비율은 브랜드의 정확한 이미지 전달과 식별성 확보를 위해 반드시 준수해야 하는 요소입니다. 각 로고 유형에 따라 다음 기준에 맞춰 적용해 주시기 바랍니다:

## 전체 비율

로고의 구성 요소 간 비례는 임의로 변경하거나 왜곡해서는 안 됩니다.

## 간격 및 대비

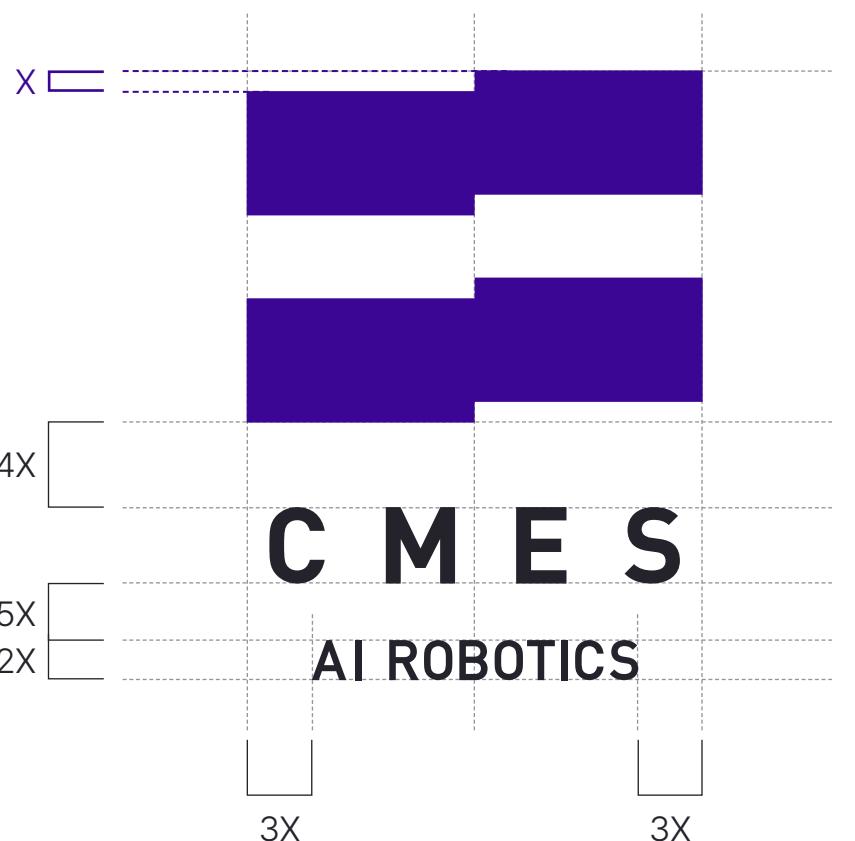
심볼과 태그라인, 워드마크 사이의 간격과 컬러 대비는 명확한 인식을 보장할 수 있도록 유지해야 합니다.

## 공간 구조

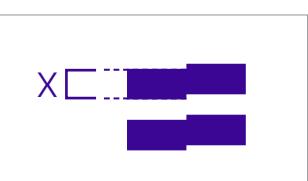
로고 주변에는 충분한 여백을 확보하여 다른 시각 요소와 겹치지 않도록 적용합니다.

이 지침은 모든 매체와 활용 환경에서 일관된 브랜드 아이덴티티를 유지하기 위한 기준이며, 로고는 어떠한 경우에도 임의로 수정하거나 변형하지 않고 원형 그대로 적용해야 합니다.

## 세로형



## 워드마크형



## 02. Brand Logo

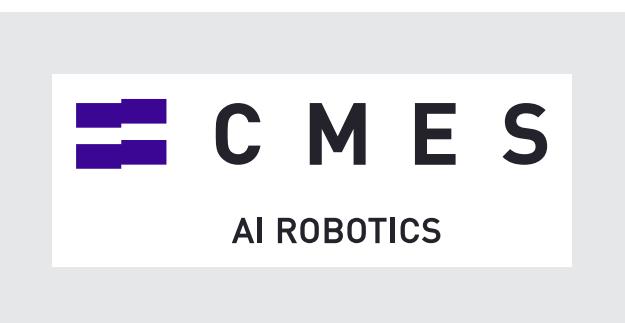
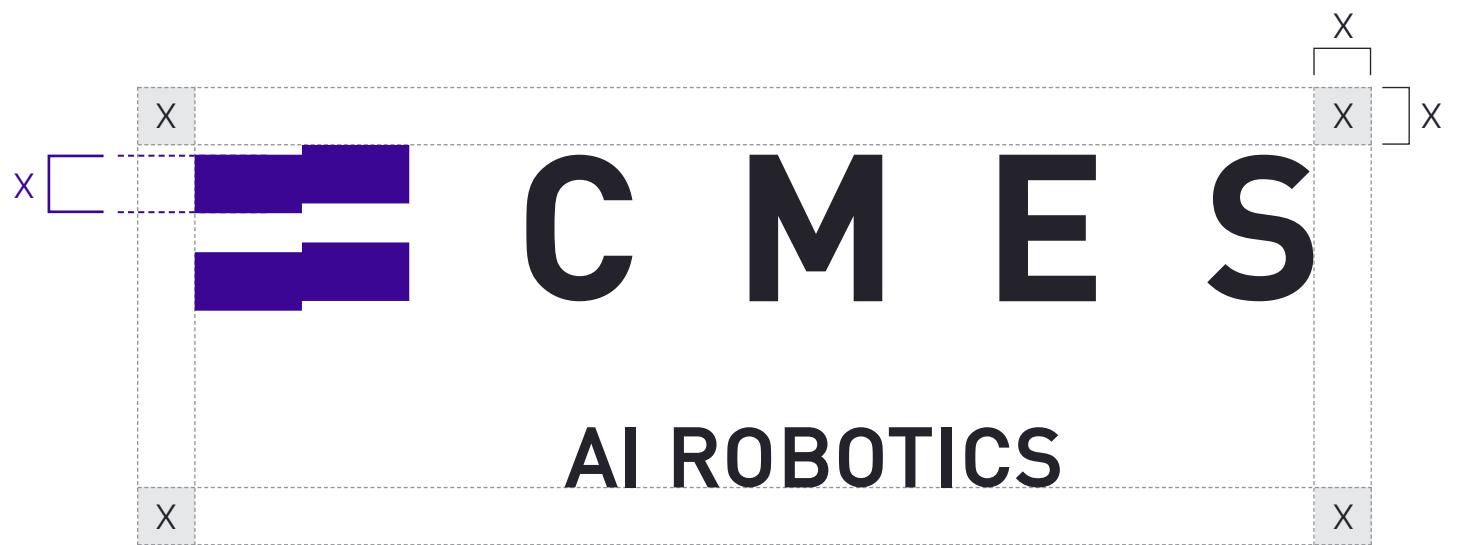
**Logo Safe Zone****Horizontal**

로고는 최상의 시각적 효과와 가독성, 식별성을 확보하기 위해 단독 적용 시 반드시 최소 사용 여백을 유지해야 합니다.

표시된 여백은 심볼을 중심으로 설정된 최소 보호 공간을 의미하며, 이 영역 내에는 어떠한 텍스트, 이미지, 그래픽 요소도 침범해서는 안 됩니다.

이는 다양한 매체와 환경에서 CMES 브랜드의 명확한 인식과 일관된 표현을 보장하기 위한 필수 기준입니다.

## 태그라인 부착형



## 태그라인 삭제형



## 02. Brand Logo

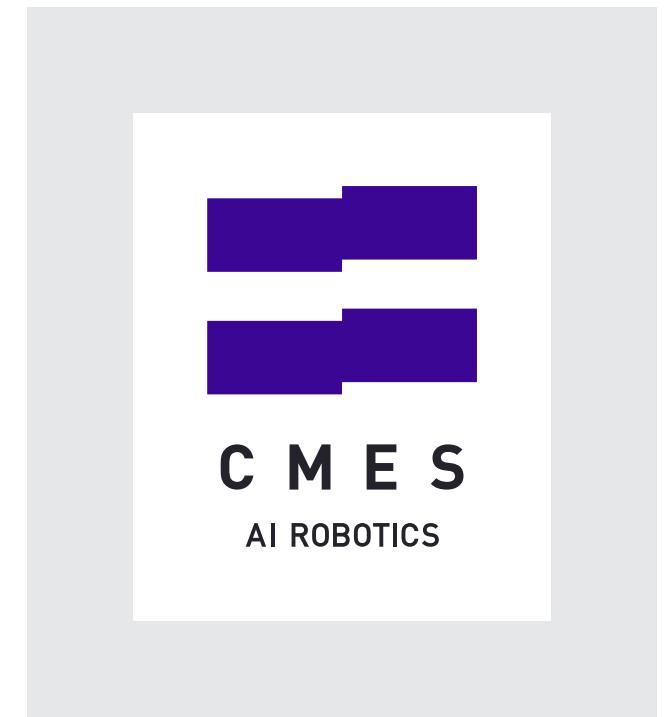
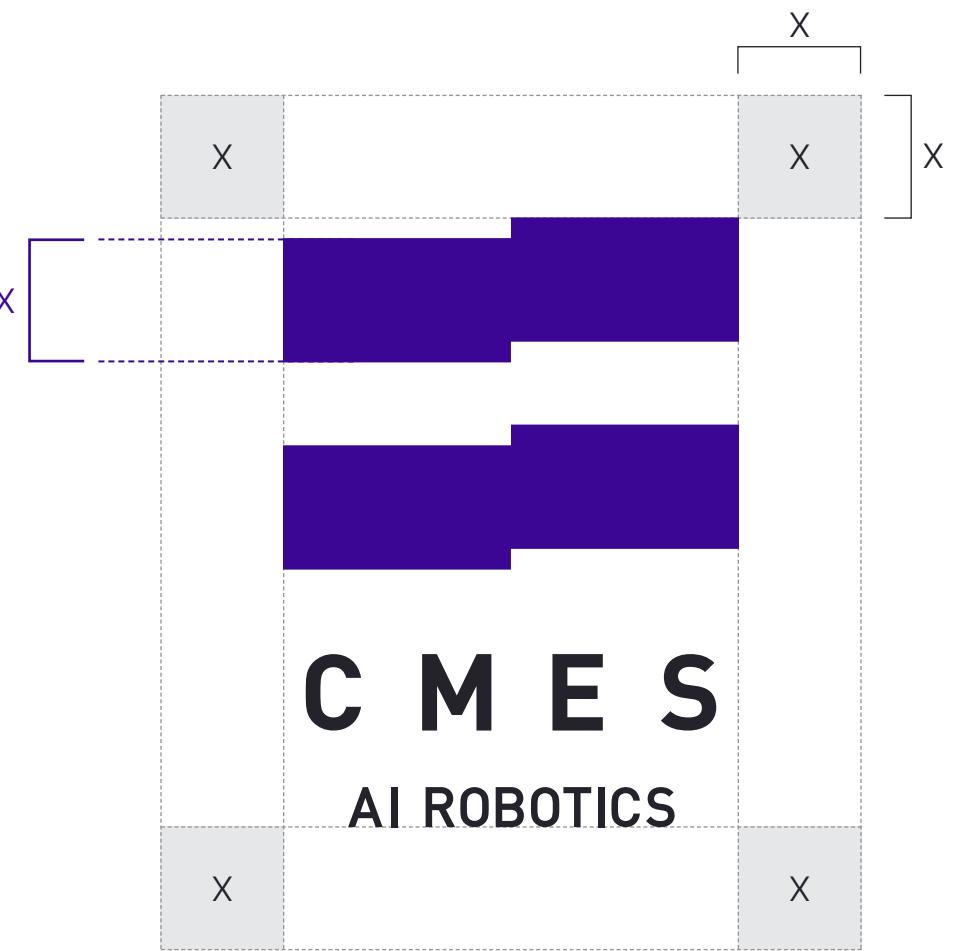
**Logo Safe Zone****Vertical / Wordmark**

로고는 최상의 시각적 효과와 가독성, 식별성을 확보하기 위해 단독 적용 시 반드시 최소 사용 여백을 유지해야 합니다.

표시된 여백은 심볼을 중심으로 설정된 최소 보호 공간을 의미하며, 이 영역 내에는 어떠한 텍스트, 이미지, 그래픽 요소도 침범해서는 안 됩니다.

이는 다양한 매체와 환경에서 CMES 브랜드의 명확한 인식과 일관된 표현을 보장하기 위한 필수 기준입니다.

## 세로형



## 워드마크형



## 02. Brand Logo

## Logo Color Options

### Horizontal

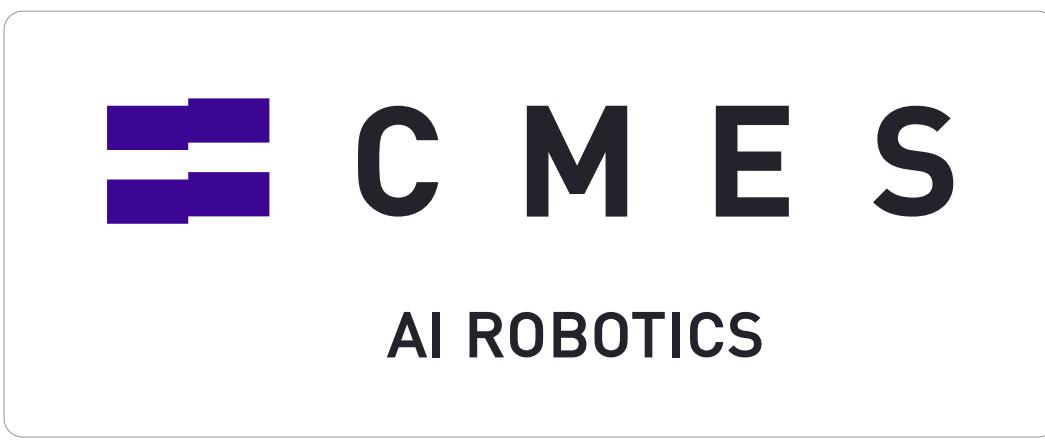
가로형 로고는 다양한 매체 환경에서 일관된 브랜드 인식을 유지할 수 있도록 풀컬러 및 단색 컬러 옵션을 제공합니다.

풀컬러 로고는 기본 사용 옵션이며, 가능한 모든 매체에서 우선 적용합니다.

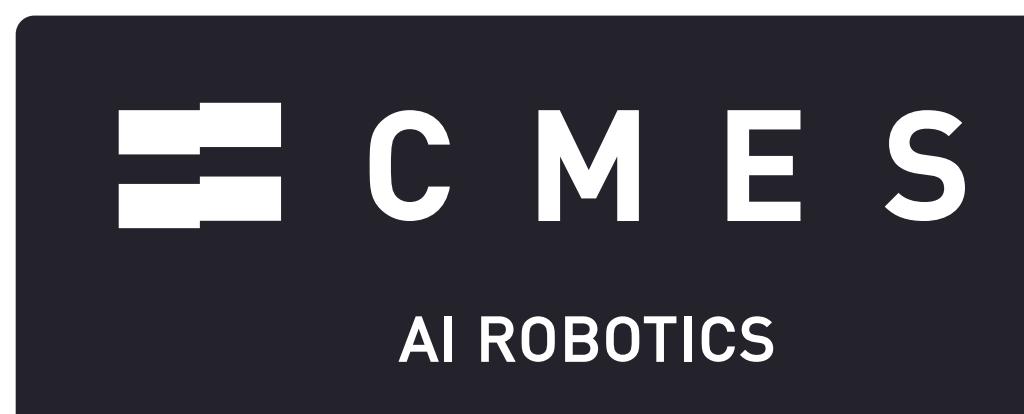
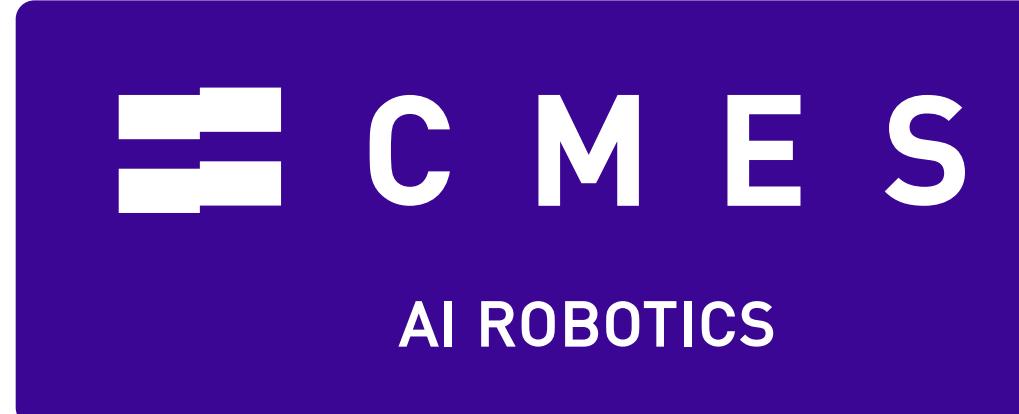
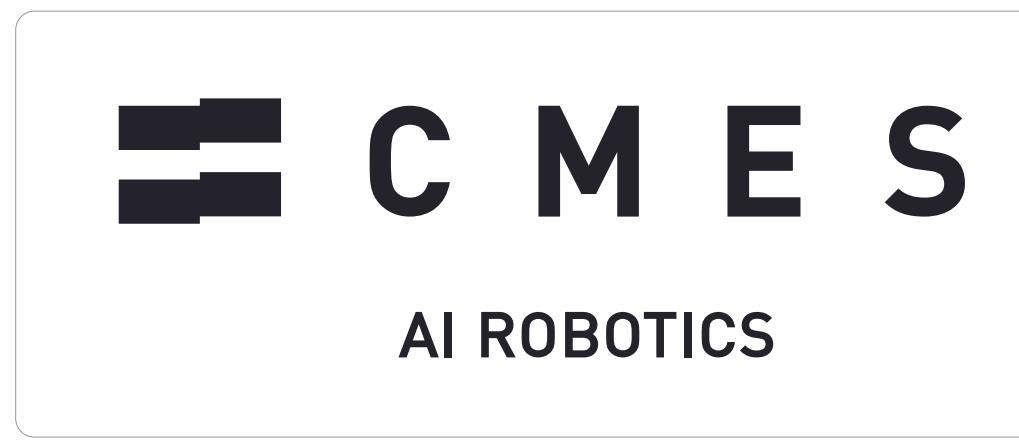
단색 로고는 인쇄물, 컬러 제약이 있는 환경, 저해상도 매체 등에서 보완적 용도로 활용합니다.

로고는 어떤 매체에서도 명확한 가독성과 시인성을 유지해야 하며, 지정된 컬러 옵션 외 임의의 색상 변경은 금지됩니다.

### Full color - Primary



### Mono color - Secondary



## 02. Brand Logo

## Logo Color Options

### Vertical / Wordmark

세로형/워드마크형 로고는 다양한 매체 환경에서 일관된 브랜드 인식을 유지할 수 있도록, 풀컬러 및 단색 컬러 옵션을 제공합니다.

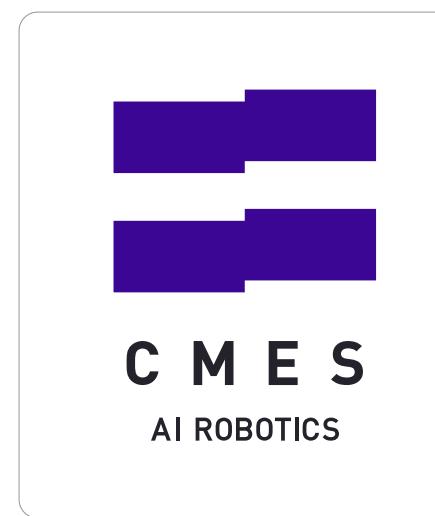
풀컬러 로고는 기본 사용 옵션이며, 가능한 모든 매체에서 우선 적용합니다.

단색 로고는 인쇄물, 컬러 제약이 있는 환경, 저해상도 매체 등에서 보완적 용도로 활용합니다.

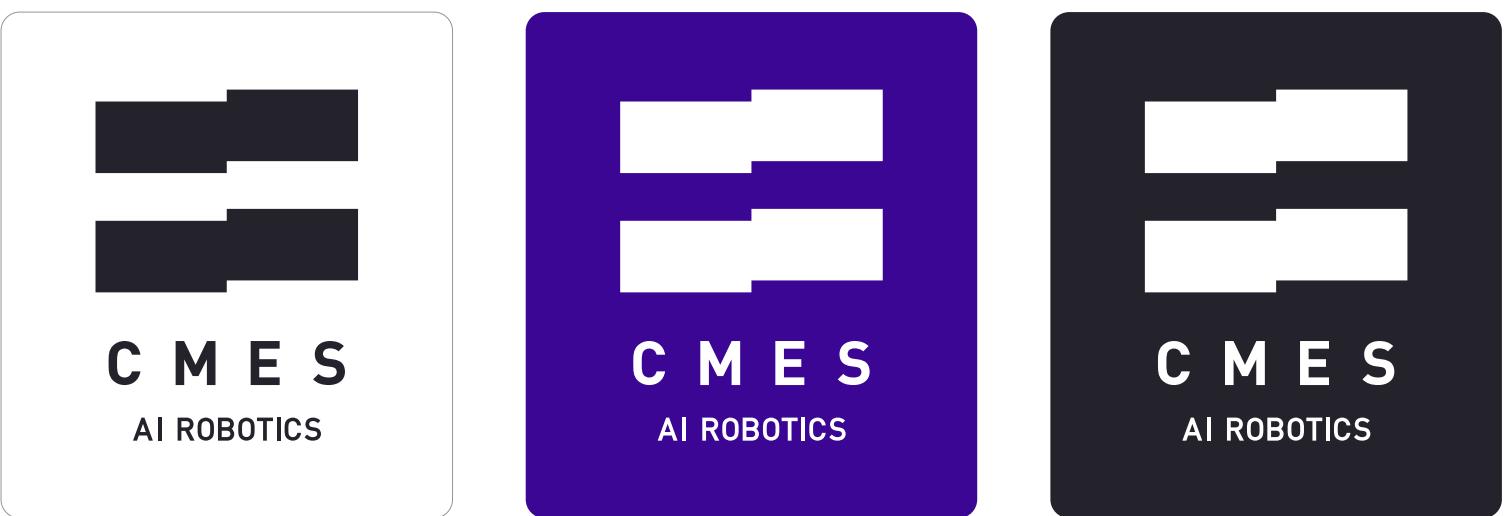
로고는 어떤 매체에서도 명확한 가독성과 시인성을 유지해야 하며, 지정된 컬러 옵션 외 임의의 색상 변경은 금지됩니다.

#### 세로형

##### Full color - Primary



##### Mono color - Secondary

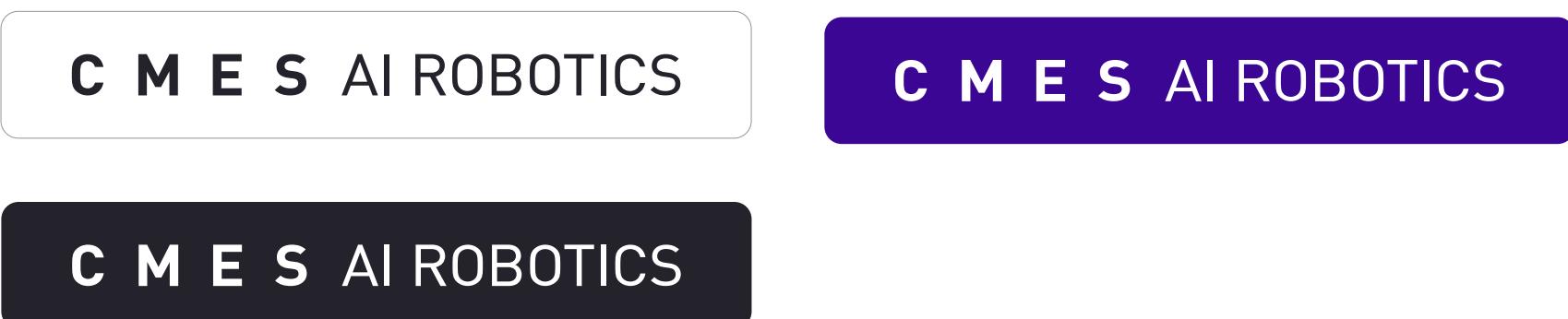


#### 워드마크형

##### Full color - Primary



##### Mono color - Secondary



## 02. Brand Logo

## Logo Minimum Size

로고는 다양한 매체 환경에서 가독성 및 식별력을 유지하기 위해 용도별 최소 사이즈 기준을 지정하고 있습니다.

## 디지털 매체

- 가로형 로고: 세로 40px 이하 사용 금지
- 세로형 로고:
  - 태그라인 있는 경우: 세로 65px 이하 사용 금지
  - 태그라인 없는 경우: 세로 50px 이하 사용 금지
- 워드마크형 로고: 세로 10px 이하 사용 금지

## 인쇄 매체

- 가로형 로고: 세로 6mm 이하 사용 금지
- 세로형 로고:
  - 태그라인 있는 경우: 세로 14mm 이하 사용 금지
  - 태그라인 없는 경우: 세로 7mm 이하 사용 금지
- 워드마크형 로고: 세로 1.5mm 이하 사용 금지

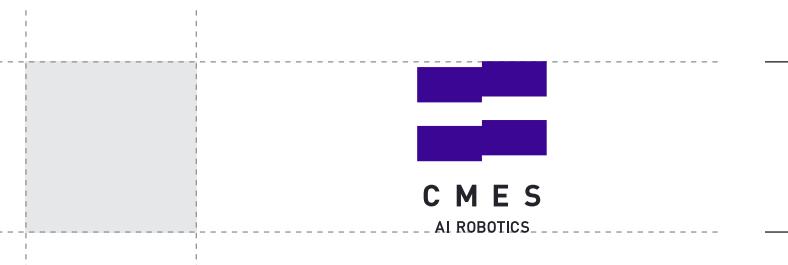
지정된 최소 사이즈보다 작게 적용할 경우, 로고의 인식이 저하되고 브랜드 이미지가 손상될 수 있으므로, 반드시 본 지침을 준수해 적용해야 합니다.

## 가로형 로고



디지털: 40px  
인쇄: 6mm

## 세로형 로고



디지털: 65px  
인쇄: 14mm

태그라인이 있는 경우  
태그라인이 없는 경우 (가독성 및 식별력 저하시, 태그라인 없는 로고 사용)



디지털: 50px  
인쇄: 7mm

## 워드마크형 로고



디지털: 10px  
인쇄: 1.5mm

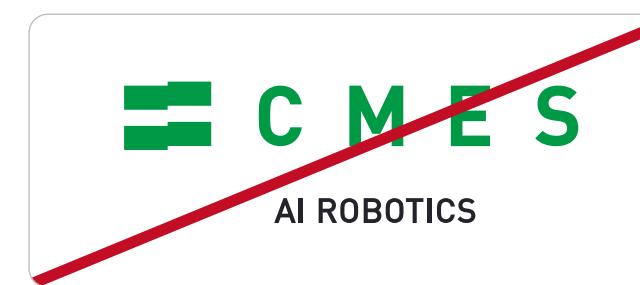
## 02. Brand Logo

## Logo Misusage

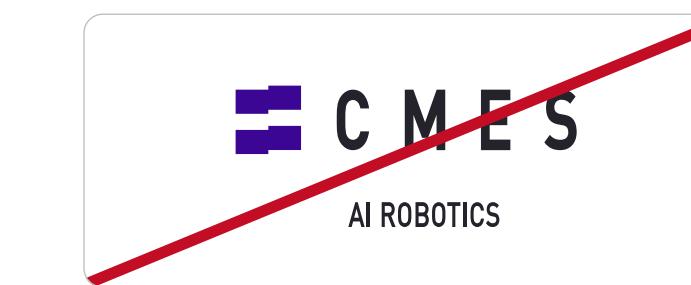
CMES 로고의 금지규정은 다음과 같습니다

브랜드 이미지의 일관성과 통일성을 유지하기 위해, 다음과 같은 금지된 사용 방식에 대한 지침을 반드시 숙지하고 이를 준수하여야 합니다.

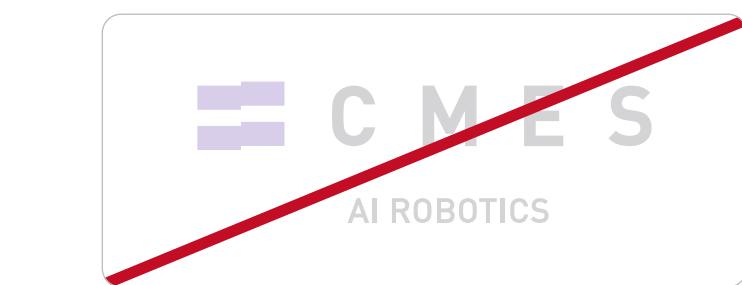
로고에 지정된 브랜드 컬러 외 색상 적용 금지



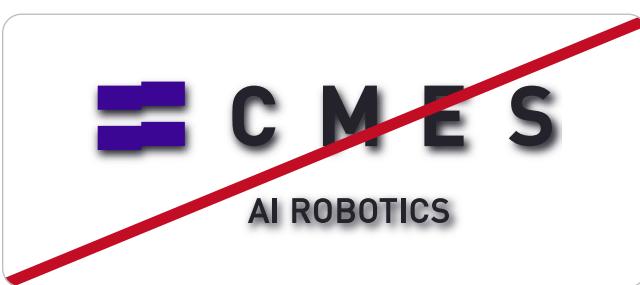
로고 형태 및 비율 왜곡 금지



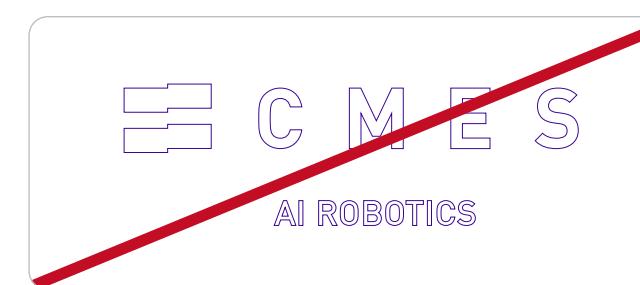
로고의 투명도 변경 금지



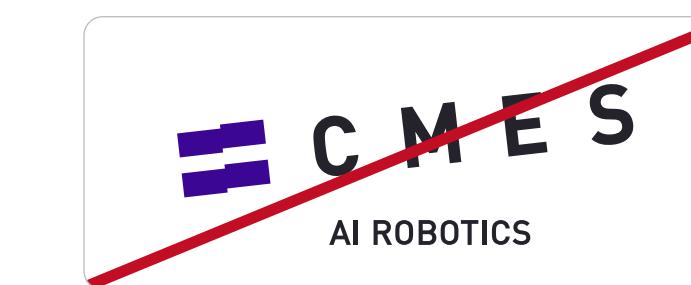
로고에 그림자 및 임의의 효과 적용 금지



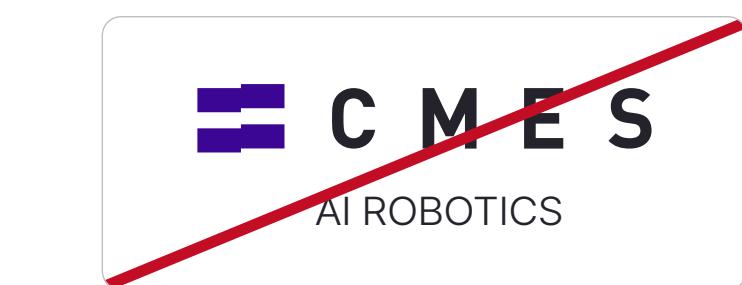
로고에 아웃라인 적용 금지



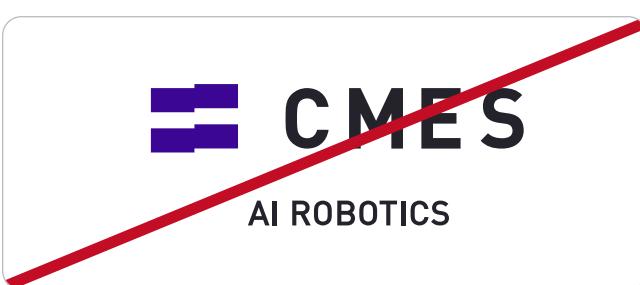
로고 회전 금지



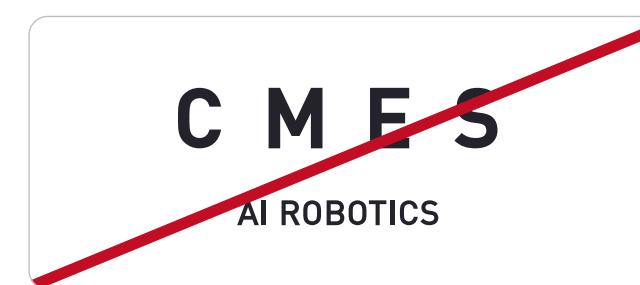
로고에 다른 워드마크 서체 사용 금지



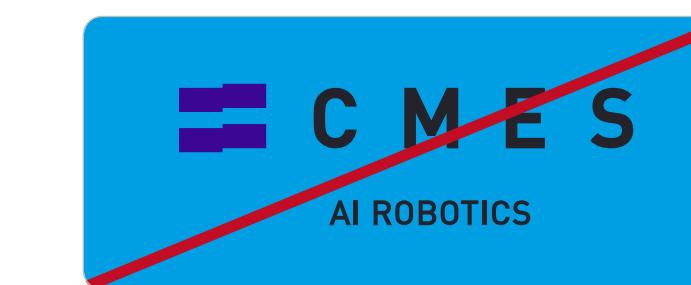
로고 사이 간격 임의 변경 금지



심볼을 제외한 워드마크 단독 사용 금지



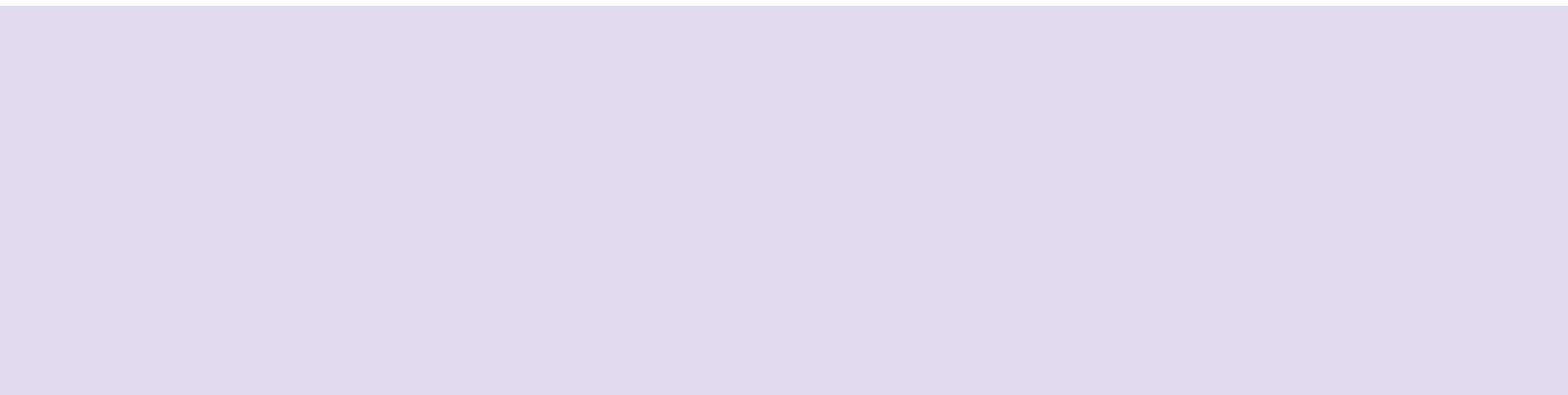
가시성 떨어지는 컬러에 로고 적용 금지



복잡한 이미지에 로고 적용 금지



# 03. Brand Color



## 03. Brand Color

## Brand Color System

브랜드 컬러는 브랜드 아이덴티티를 구성하는 핵심 요소로, 일관되고 정확한 적용이 요구됩니다. 컬러는 별색 인쇄를 원칙으로 하며, 적용 매체의 특성에 따라 지정된 HEX, RGB, CMYK 값을 활용해 색상을 구현합니다.

## Primary Color

### INFINITE PURPLE

RGB 59 | 6 | 148  
 CMYK 92 | 100 | 3 | 3  
 Hex #3B0694  
 Pantone 3542 C

## Secondary Color

### TRUST BLACK

RGB 36 | 35 | 44  
 CMYK 84 | 82 | 69 | 54  
 Hex #24232C  
 Pantone 4280 C

### CONFIDENCE GRAY

RGB 91 | 103 | 112  
 CMYK 45 | 25 | 16 | 59  
 Hex #5B6770  
 Pantone 431 C

### PROGRESSIVE BLUE

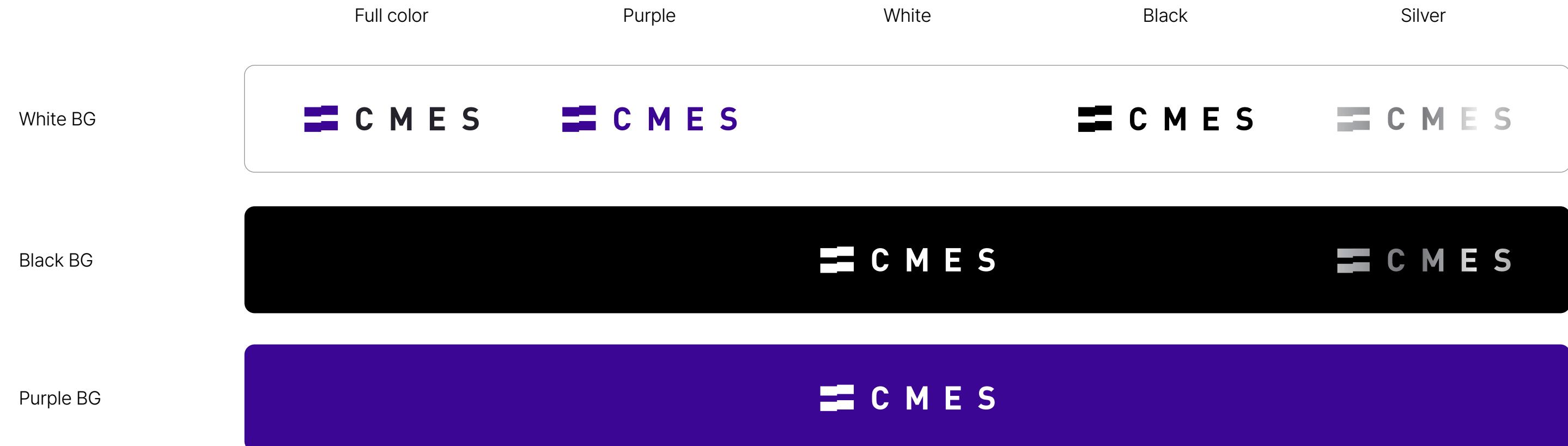
RGB 0 | 159 | 227  
 CMYK 90 | 11 | 0 | 0  
 Hex #009FE3  
 Pantone 2995 C

## 03. Brand Color

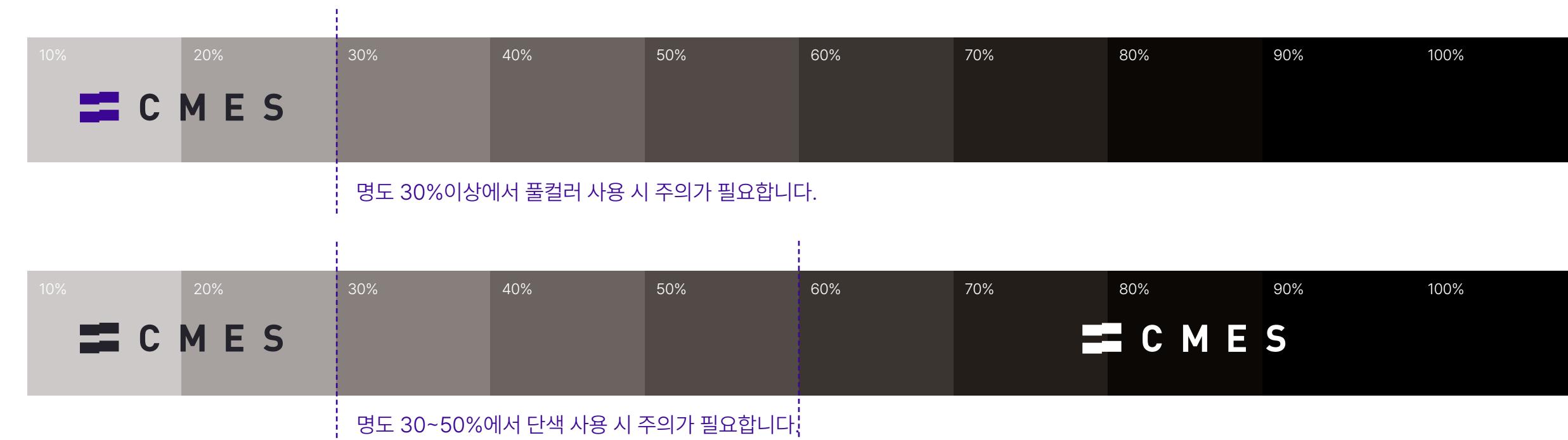
## Background Color Usage

제작물의 배경색에 따라 로고가 최적의 시각적 효과를 발휘할 수 있도록, 로고 사용 규정을 숙지하고 정확히 적용해야 합니다.

다양한 제작 환경에서도 일관된 브랜드 아이덴티티를 유지하기 위해, 가이드라인에 명시된 기본 색상 및 보조 색상을 참고하여 로고를 적절히 선택하고 배치하시기 바랍니다.



\* 브랜드 로고에 실버 컬러 적용은 인쇄 후가공 시에만 가능합니다. 디지털 매체에서의 사용은 허용되지 않습니다.



# 04. Typography

## 04. Typography

## Official Typeface

Pretendard는 CMES의 서비스를 대표하는 지정 서체로, 브랜드 메시지를 명확하고 일관되게 전달하기 위해 지정되었습니다.

사용 시 용도에 따라 적절한 크기와 두께를 선택해야 하며, 아래 기준을 권장합니다.

- Black / Bold: 제목용
- Light: 부제용
- Regular: 본문용

Pretendard - Black

**See. Think. Move.**

**It's More Than Robotics. We Automate Intelligence.**

**Redefining the Future of Smart Workflows.**

Pretendard - Bold

**See. Think. Move.**

**It's More Than Robotics. We Automate Intelligence.**

**Redefining the Future of Smart Workflows.**

Pretendard - Regular

See. Think. Move.

It's More Than Robotics. We Automate Intelligence.

Redefining the Future of Smart Workflows.

Pretendard - Light

See. Think. Move.

It's More Than Robotics. We Automate Intelligence.

Redefining the Future of Smart Workflows.

# 05. Notation & Partnerships

## 05. Notation &amp; Partnerships

## Copyright Notice

CMES 저작권 고지 규정입니다.

기본형의 상시 사용을 권장하며 공간에 따라 축약형 또는  
장문형을 사용할 수 있습니다.

연도는 최신 연도로 표기합니다

기본형(상시 사용 권장)

© 2025. CMES INC. ALL RIGHTS RESERVED.

축약형(공간 제약 시)

© 2025. CMES INC.

장문형

COPYRIGHT 2025. CMES INC. ALL RIGHTS RESERVED.

소개서 및 제안서 삽입 문구  
(폰트 사이즈 최소 12pt)

본 제안서에서 제공하는 모든 자료는 저작권법에 의하여 보호받는 저작물로서 이에 대한 무단 복제 및 배포를 원칙적으로 금합니다.

## 05. Notation &amp; Partnerships

## Partnership Locks up

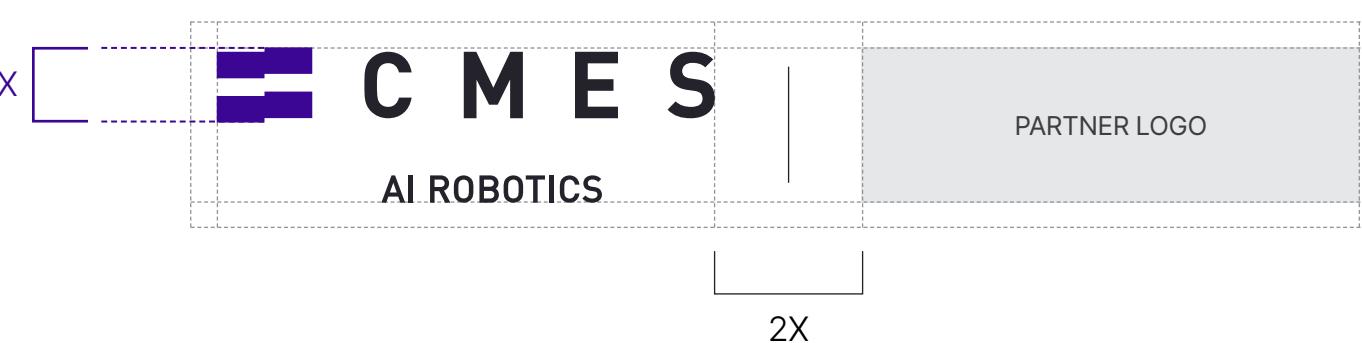
파트너사 로고는 CMES 로고 또는 심볼의 높이를 기준으로 하며, 규정된 크기 또는 그 범위 내에서 조정해 양 브랜드가 시각적으로 동등한 위상을 유지하도록 합니다.

기본적으로 가로형 로고 사용을 원칙으로 하며, 불가피한 경우에 한해 세로형 로고를 사용할 수 있습니다.

### Primary Logo

#### 태그라인 부착형

파트너사의 로고가 심볼조합형 가로형이거나 가독성 확보가 필요한 경우, 당사 태그라인 부착형 로고의 높이를 기준으로 정렬



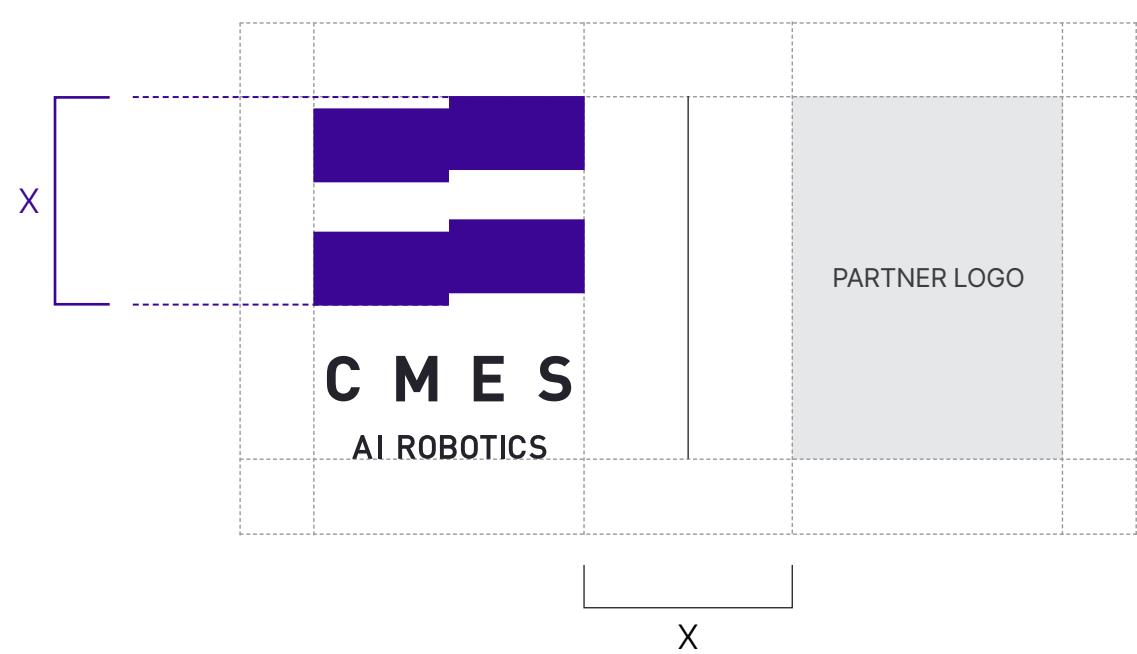
#### 적용 예시



### Secondary Logo

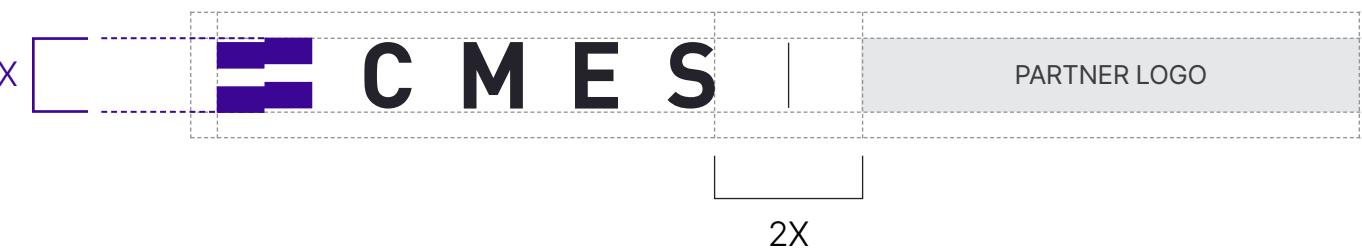
#### 세로형

파트너사의 로고가 심볼조합형 세로형일 경우, 당사 세로형 로고의 높이를 기준으로 정렬



#### 태그라인 삭제형

파트너사의 로고가 워드마크형(텍스트 기반 로고)일 경우, 당사 태그라인 삭제형 로고의 높이를 기준으로 정렬



#### 적용 예시



#### 적용 예시



## 05. Notation &amp; Partnerships

## Collaboration Locks up

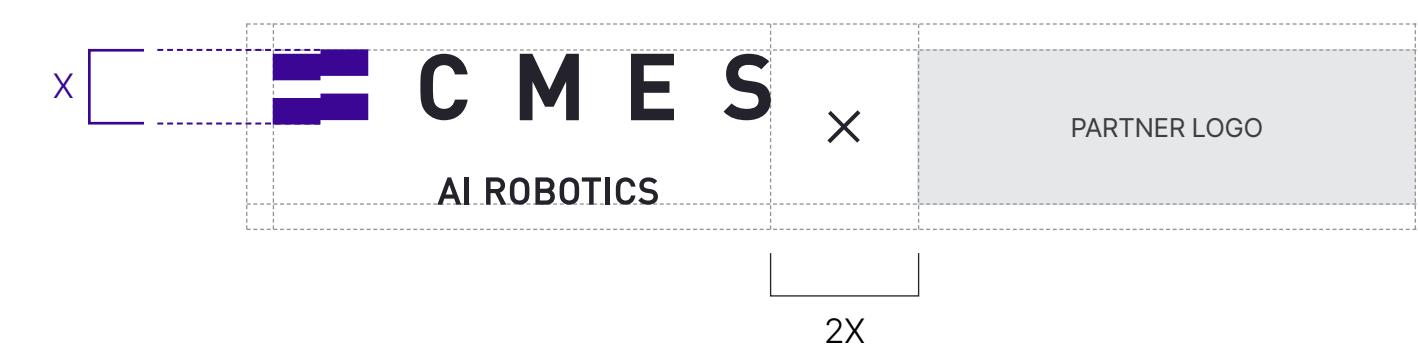
협업사 로고는 CMES 로고 또는 심볼의 높이를 기준으로 하며, 정해진 규격 내에서 정렬 및 크기를 조정합니다.

기본적으로 가로형 로고 사용을 원칙으로 하며, 브랜드 간 시각적 조화를 고려해 배치해야 합니다

### Primary Logo

#### 태그라인 부착형

협업사의 로고가 심볼조합형 가로형이거나 가독성 확보가 필요한 경우, 당사 태그라인 부착형 로고의 높이를 기준으로 정렬



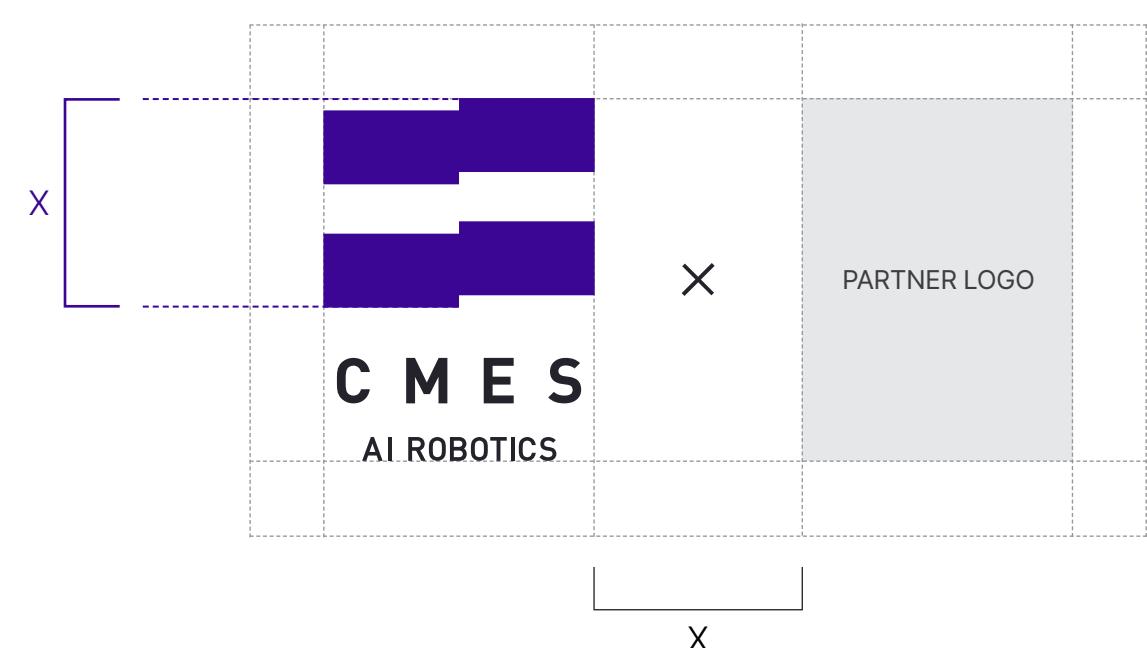
#### 적용 예시



### Secondary Logo

#### 세로형

협업사의 로고가 심볼조합형 세로형일 경우, 당사 세로형 로고의 높이를 기준으로 정렬



#### 태그라인 삭제형

협업사의 로고가 워드마크형(텍스트 기반 로고)일 경우, 당사 태그라인 삭제형 로고의 높이를 기준으로 정렬

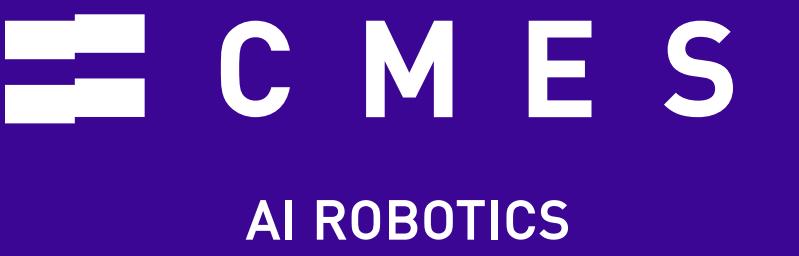


#### 적용 예시



#### 적용 예시





CMES의 브랜드 아이덴티티 가이드에 관련한 문의는 아래 씨메스 마케팅팀으로 문의 주시기 바랍니다.

marketing@cmesrobotics.ai

COPYRIGHT 2025. CMES INC. ALL RIGHTS RESERVED.