



Brand Identity Guidelines.

Version 1.6

Update. 2022. 8. 18

본 가이드는 G마켓의 브랜드 아이덴티티를 구성하는 기본 원칙과 적용에 관한 세부지침으로 구성되어 있으며, 다양한 매체에서 브랜드 아이덴티티를 올바르게 표현하고 브랜드 이미지를 일관성 있게 유지하기 위한 길잡이 역할을 합니다. 가이드에서 제시하는 기본 원칙을 숙지하고 활용하되, 지나친 변형은 브랜드 아이덴티티 본래의 목적을 저해할 우려가 있으므로 사용상의 세심한 주의를 기울여야 합니다.

가이드라인에 실린 그래픽 요소들은 이해를 돕기 위한 참고용으로 제작되었습니다. 따라서 본 가이드라인에 실린 내용을 직접 복제하여 사용할 수 없습니다. 가이드에서 제시하는 기본 원칙을 바탕으로 브랜드 아이덴티티를 발전시켜 나가는 것을 권장합니다.

가이드의 수정 및 추가 제작이 필요한 경우나 예시되어 있지 않은 항목을 제작할 시에는 반드시 문의하신 후 사용하시기 바랍니다.

Guideline Contents

Part 1 : Basic Elements

1 Logo

1.1 Brand Logo	브랜드 로고	06
1.2 G Logo	G 로고	07
1.3 Circular G Logo	G 원형 로고	08
1.4 App Icon	앱 아이콘	09
1.5 Service Logo	서비스 로고	10
1.6 Logo Usage	로고 사용 규정	11
1.7 Incorrect Use	사용시 주의 사항	12

2 Color

2.1 Primary Color	브랜드 색상	14
2.2 Supporting Color	보조 색상	15
2.4 Color Usage	색상 사용 규정	16
2.3 Mono-Color Usage	단일 색상 사용 규정	17
2.5 Usage Examples	색상 사용 예시	18
2.6 Incorrect Use	사용시 주의 사항	19

3 Typeface

3.1 Headline	제목용 서체	21
3.2 Body Text	본문용 서체	22

4 Notation

4.1 Brand Name in Copy	브랜드명 표기시	25
4.2 Corporate Name in Copy	사명 표기시	26
4.3 Brand Partnerships	파트너사와 표기시	27
4.4 Cross Media	크로스 미디어	28

5 Graphic Motif

5.1 Motif Level1	그래픽 모티프 레벨 1	30
5.2 Motif Level2	그래픽 모티프 레벨 2	31
5.3 Usage Examples	사용 예시	32

Part 1 : Basic Elements

1 Logo

1.1 Brand Logo

Structure 구조

G마켓 브랜드 로고

G마켓의 브랜드 로고입니다. 브랜드 커뮤니케이션의 핵심이 되는 요소이기에 대·내외 다양한 커뮤니케이션에 최우선으로 사용합니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 공간이 보장되어야 하며, 적용되는 매체의 특성을 고려하여 가독성 확보가 가능한 크기로 표현되어야 합니다.



Clear Space 최소 여백



Minimum Size 최소 사이즈

Gmarket  2mm for print

Gmarket  15px for screen

1.2 G Logo

Structure 구조

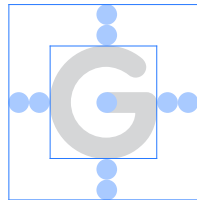
G 로고

G마켓 브랜드 로고에서 가장 핵심적인 의미를 담고 있는 첫머리 글자인 G를 로고로 활용하여 커뮤니케이션 할 수 있습니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 공간이 보장되어야 하며, 적용되는 매체의 특성을 고려하여 가독성 확보가 가능한 크기로 표현되어야 합니다.



Clear Space 최소 여백



Minimum Size 최소 사이즈

 2mm for print

 15px for screen

1.3 Circular G Logo

G 원형 로고

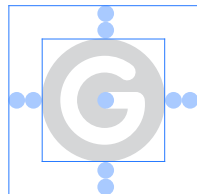
G마켓 브랜드 로고에서 가장 핵심적인 의미를 담고 있는 첫머리 글자인 G를 원형의 아이콘처럼 활용하여 커뮤니케이션 할 수 있습니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 공간이 보장되어야 하며, 적용되는 매체의 특성을 고려하여 가독성 확보가 가능한 크기로 표현되어야 합니다.

Structure 구조



Clear Space 최소 여백



Minimum Size 최소 사이즈



1.4 App Icon

Structure 구조

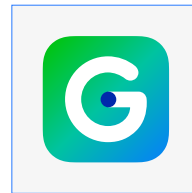
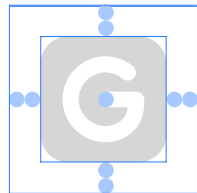
앱아이콘

G마켓 브랜드 로고에서 가장 핵심적인 의미를 담고 있는 첫머리 글자인 G를 앱 아이콘으로 활용하여 커뮤니케이션 할 수 있습니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 공간이 보장되어야 하며, 적용되는 매체의 특성을 고려하여 가독성 확보가 가능한 크기로 표현되어야 합니다.



Clear Space 최소 여백



Minimum Size 최소 사이즈



1.5 Service Logo

Structure 구조

서비스 로고

G마켓의 서비스 로고는 브랜드 로고와 서비스명이 조합된 형태로서, 제시된 규칙을 기준으로 조합이 가능합니다. 이 외의 추가 개발이 필요할 시 협의를 통해 개발하여 적용할 수 있습니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 공간이 보장되어야 하며, 적용되는 매체의 특성을 고려하여 가독성 확보가 가능한 크기로 표현되어야 합니다.



Rules & Clear Space 확장 규칙 및 최소 여백



1.6 Logo Usage

로고 사용 규정

커뮤니케이션 시 가이드에 예시된 규정과 원칙을 검토하여 적절한 로고 사용으로 G마켓의 브랜드 이미지가 올바르게 전달될 수 있도록 합니다.

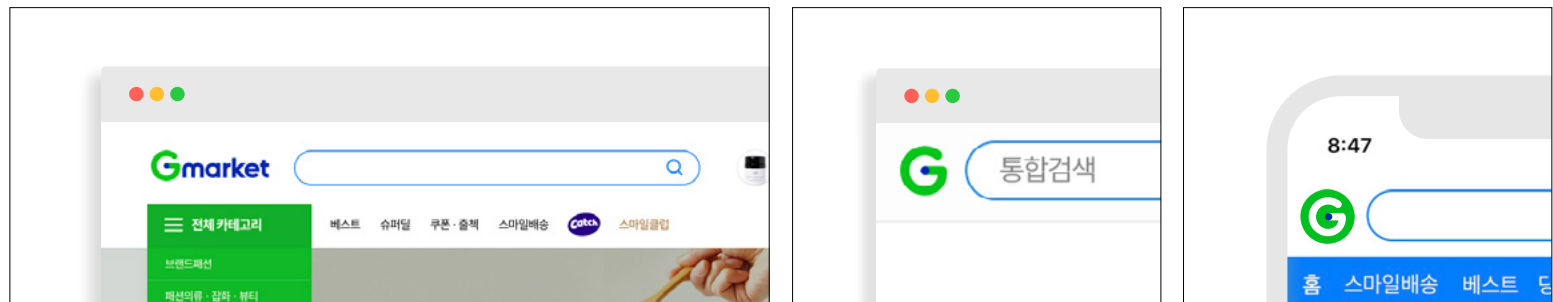
Order of Priority 우선 순위



G마켓의 중심이 되는 대표 로고입니다. 모든 커뮤니케이션 시 최우선 순위로 사용되어야 하며, 단독으로 표기하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.

G마켓의 축약형 로고라서 부득이하게 공간상의 제약이 있는 곳에 적용할 수 있습니다. 대표 로고보다 우선시하여 사용하지 않도록 주의합니다.

Examples 예시



1.7 Incorrect Use

사용 금지 규정

브랜드 로고의 지나친 변형과 왜곡은 브랜드 아이덴티티의 일관성을 저해할 수 있으므로 사용 시 주의를 필요로 합니다. 잘못 사용된 예시를 참고하여 사용하되, 판단이 어려운 경우, 담당자에게 문의 후 사용하시기 바랍니다.

- ① 로고의 정해진 비율을 임의로 왜곡하여 사용하지 않도록 주의합니다.
- ② 로고를 서로 조합하여 사용하지 않습니다.
- ③ 로고 일부분을 잘라서 사용하지 않습니다.
- ④ 로고의 요소들을 임의로 조합하여 사용하지 않도록 주의합니다.
- ⑤ 로고 테두리에 시각적 효과를 적용하여 사용하지 않습니다.
- ⑥ 로고를 임의로 비슷하게 만들어서 사용하지 않도록 주의합니다.

Examples 예시



2 Color

2.1 Primary Color

주요 색상

G마켓 브랜드를 표현하는 주요 색상입니다. 색상은 브랜드 아이덴티티를 전달하는 가장 핵심적인 요소로 색상 값을 참고하여 매체에 적용하는 것을 권장합니다.

인쇄물 등 오프라인 매체는 Pantone과 CMYK값을 참고하며, 온라인 매체는 RGB, HEX값을 참고하여 제작합니다.

인쇄 매체의 경우 정확한 색상 재현을 위해 Pantone색상 견본과 대조하여 시각적인 동일 여부를 판단해야 합니다.

Gmarket Green

PANTONE 802C / 802U
 RGB 0, 192, 30
 CMYK 78, 0, 100, 0
 HEX 00C01E

Gmarket Blue

PANTONE 2728C / 286U
 RGB 0, 40, 172
 CMYK 100, 85, 0, 0
 HEX 0028AC

Gmarket White

RGB 255, 255, 255
 CMYK 0, 0, 0, 0
 HEX FFFFFFFF

Usage by Background Color 배경 색상별 로고 사용



2.2 Supporting Color

보조 색상

G마켓 브랜드의 주요 색상과 함께 사용하여 어플리케이션을 풍부하게 표현할 수 있습니다.

인쇄물 등 오프라인 매체는 Pantone과 CMYK값을 참고하며, 온라인 매체는 RGB, HEX값을 참고하여 제작합니다.

인쇄 매체의 경우 정확한 색상 재현을 위해 Pantone 색상 견본과 대조하여 시각적인 동일 여부를 판단해야 합니다.

Light Blue

PANTONE 2727 C / 2193 U
 RGB 39, 122, 255
 CMYK 85, 52, 0, 0
 HEX 277AFF

Dark Blue

PANTONE 3590 C / 286 U
 RGB 58, 85, 168
 CMYK 65, 49, 0, 34
 HEX 3A55A8

Blue Green

PANTONE 2403 C / 3285 U
 RGB 7, 142, 128
 CMYK 95, 0, 10, 44
 HEX 078E80

Yellow Green

PANTONE 369 C / 376 U
 RGB 107, 163, 0
 CMYK 34, 0, 100, 36
 HEX 6BA300

Yellow

PANTONE 137 C / 2010 U
 RGB 255, 160, 0
 CMYK 0, 37, 100, 0
 HEX FFA000

Gray

PANTONE Cool Gray 7 C / Cool Gray 8 U
 RGB 134, 138, 142
 CMYK 20, 14, 12, 40
 HEX 878A8E

Blue Purple

PANTONE 2090 C / Blue 072 U
 RGB 97, 16, 221
 CMYK 56, 93, 0, 13
 HEX 6110DD

Purple

PANTONE 2592 C / 2592 U
 RGB 152, 0, 255
 CMYK 40, 100, 0, 0
 HEX 9800FF

Pink

PANTONE 2395 C / Pink U
 RGB 200, 0, 190
 CMYK 0, 100, 5, 22
 HEX C800BE

Red Pink

PANTONE 2040 C / 2040 U
 RGB 209, 9, 93
 CMYK 0, 96, 56, 18
 HEX D1095D

Orange

PANTONE 1655 C / 2028 U
 RGB 239, 73, 0
 CMYK 0, 69, 100, 6
 HEX EF4900

Black

PANTONE Black 3 C / Black 6 U
 RGB 0, 0, 0
 CMYK 67, 47, 67, 95
 HEX 000000

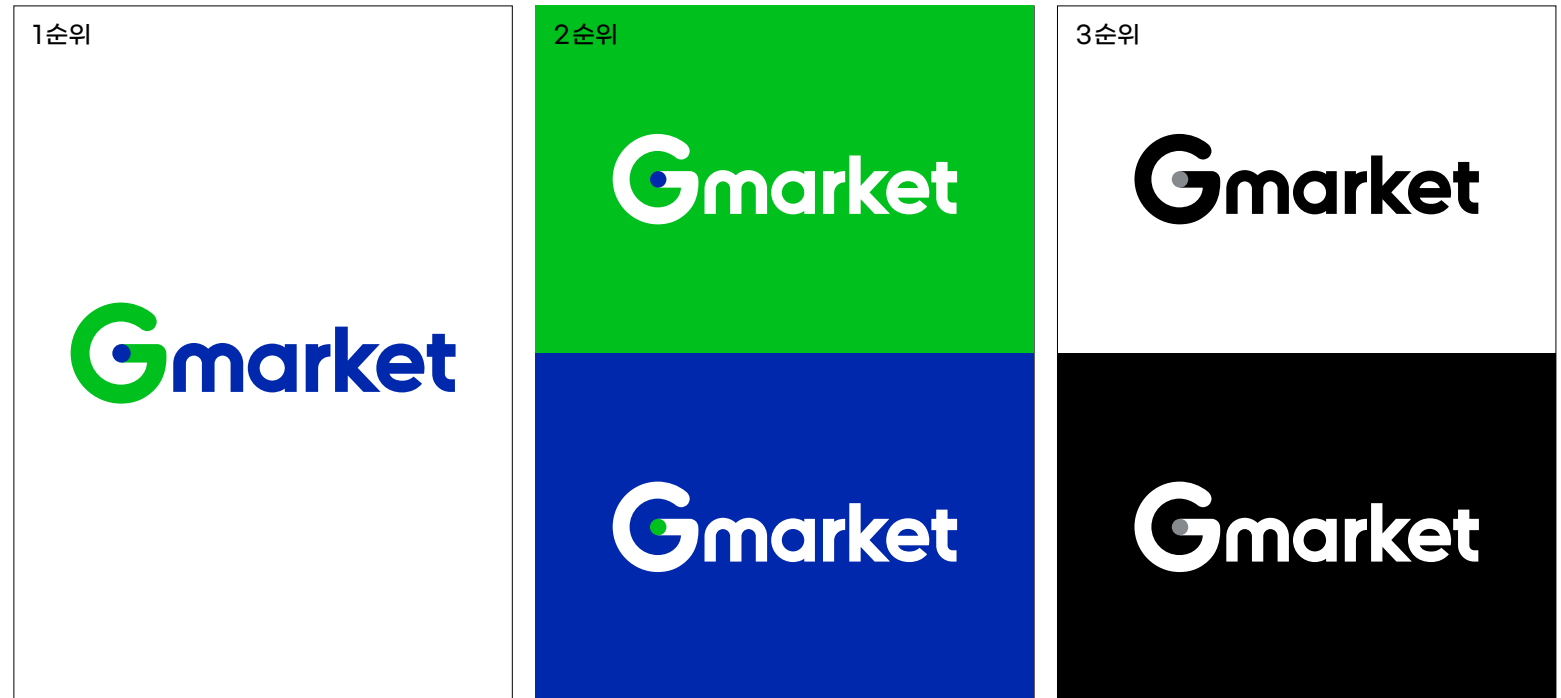
2.3 Color Usage

색상 사용 규정

사용 규정을 준수한 로고 사용으로 일관된 브랜드 아이덴티티를 유지합니다. 브랜드 로고가 구현되는 최적으로 구현될 수 있도록 조건과 규정을 숙지하여 적용합니다.

일관된 브랜드 아이덴티티를 고려하여 가이드라인에 명시된 주요 색상과 보조 색상을 참고하여 적용하도록 합니다.

Order of Priority 우선 순위

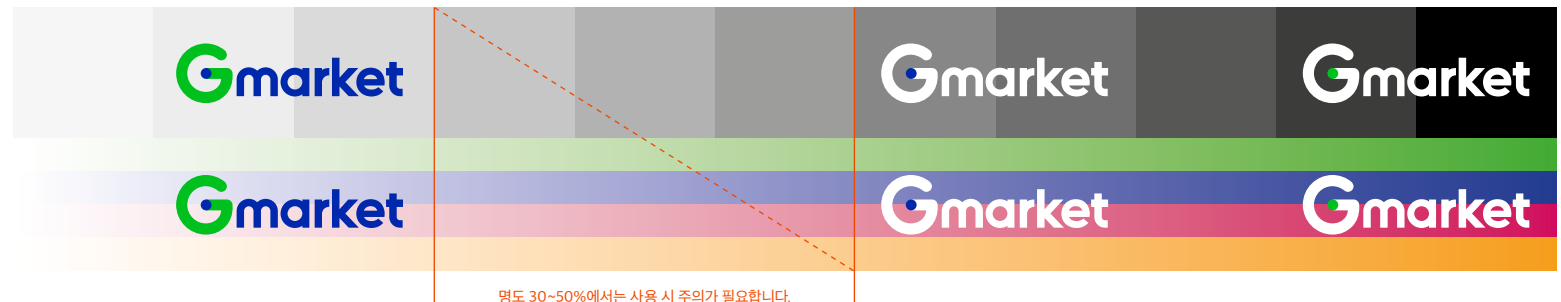


하얀 배경에 G마켓 그린과 블루를 적용한 로고를 사용합니다.

배경 색상이 필요할 경우 로고는 화이트로 적용하되, G안의 원형은 브랜드 컬러를 사용합니다.

제작 방식으로 인해 색상 표현이 어려울 경우, 단도로 적용합니다. G안의 원형 표현에 주의하도록 합니다.

Logo Background Brightness 배경 명도 별 로고 사용



명도 30~50%에서는 사용 시 주의가 필요합니다.

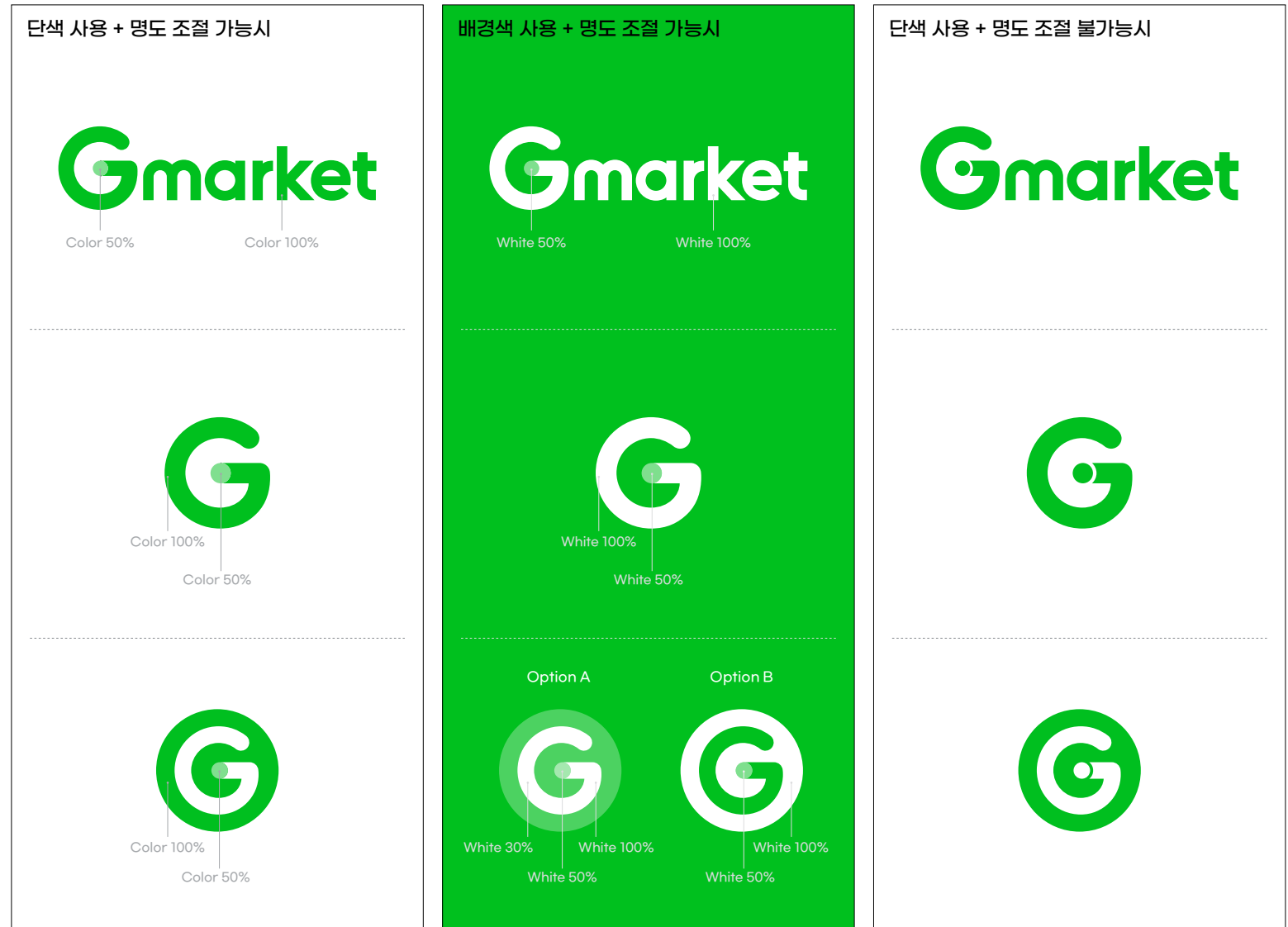
2.4 Mono-Color Usage

단일 색상 사용 규정

단일 색상 사용 시 브랜드 로고의 명도 조절에 유의하면서, 브랜드 아이덴티티가 최적으로 구현될 수 있도록 조건과 규정을 숙지하여 적용합니다.

상황별 예시를 숙지하여 매체에 적용하되, 판단이 어려운 경우, 담당자에게 문의 후 사용하시기 바랍니다.

Case 유형별 사용 예시



단색으로 적용시, 명도차이로 로고를 표현하여 적용합니다.

배경 색상 위에 적용시 화이트로 적용하되, 화이트 명도차이로 로고를 표현하여 적용합니다.

제작 방식으로 인해 명도 표현이 어려울 경우, G안의 원형이 분리되어 있는 형태를 사용할 수 있습니다.

2.5 Usage Examples

색상 사용 규정

색상 규정을 준수한 로고 사용으로 일관된 브랜드 아이덴티티를 유지합니다. 브랜드 아이덴티티가 최적으로 구현되는 조건과 규정을 숙지하여 적용합니다.

판단이 어려운 경우, 담당자에게 문의 후 사용하시기 바랍니다.

Light background 밝은색 배경



브랜드 로고 기본형으로 가장 우선적으로 고려하여 적용



명도 30%이하 배경색에는 기본형으로 적용



명도 30%이하 이미지 배경에는 기본형으로 적용

Dark background 어두운색 배경



명도 60%이상 배경색에는 화이트로 적용



디자인 스타일에 따라 단색 표현 가능



복잡한 이미지 배경에는 로고를 화이트로 적용

Simiral Color background & Graphic 유사색 또는 복잡한 이미지 배경



로고 색상과 유사색 또는 비슷한 명도, 채도의 배경에 적용할 경우, 로고를 화이트로 적용



로고 색상과 유사색 또는 비슷한 명도, 채도의 배경에서 명도 표현이 어려운 경우, 단일 색상 사용이 가능한 로고 적용



사진 위에 적용할 경우, 이미지 중 밝은 부분에 로고를 적용

2.6 Incorrect Use

사용 금지 규정

브랜드 색상 사용 시 지정된 색과 사용 규정을 숙지하여 브랜드 아이덴티티의 일관성을 유지할 수 있도록 합니다. 잘못 사용된 예시들을 참고하여 사용하지 않되, 판단이 어려운 경우, 담당자에게 문의 후 사용하시기 바랍니다.

- ① 임의로 컬러를 조합하여 사용하지 않습니다.
- ② G의 원형 색상은 반드시 표현하여야 합니다.
- ③ 그라디언트 효과를 사용하지 않습니다.
- ④ G의 원형 색상을 임의로 변경하지 않습니다.
- ⑤ 로고의 가독성이 저해되는 배경 색상을 사용하지 않습니다.
- ⑥ 로고의 가독성이 저해되는 배경 패턴을 사용하지 않습니다.

Example 예시



3 Typeface

3.1 Headline

제목용 지정 서체: 국문, 영문

Gmarket Sans는 제목용 지정 서체로 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 전달합니다.

용도에 맞게 적절한 두께를 선택하여 적용합니다. 제목용 서체는 타이틀, 슬로건 등의 강조되는 카피에 사용하며 같은 글줄 안에서 국문과 영문을 혼용하여 사용할 수 있습니다.

일관된 아이덴티티를 위해 제목용 서체와 본문용 서체를 구분하여 적용하는 것을 권장합니다.

Gmarket Sans Bold

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하 1234567890
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -15

Gmarket Sans Medium

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하 1234567890
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -15

Gmarket Sans Light

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하 1234567890
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -15

3.2 Body Text

Korean 1

본문용 지정 서체:국문 1

Sandoll 고딕Neo1은 본문용 지정 서체로 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 전달합니다.

타이틀, 슬로건 등의 강조되는 카피에 보조적으로 사용하며 같은 글줄 안에서 국문과 영문을 혼용하여 사용하는 것을 지양하도록 합니다.

일관된 아이덴티티를 위해 제목용 서체와 본문용 서체를 구분하여 적용하는 것을 권장합니다.

Sandoll 고딕Neo1 Bold

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -20

Sandoll 고딕Neo1 Medium

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -20

Sandoll 고딕Neo1 Regular

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -20

Sandoll 고딕Neo1 Ultra Light

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>₩([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -20

3.2 Body Text

Korean 2

본문용 지정 서체:국문 2

Noto Sans KR은 본문용 지정 서체로 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 전달합니다.

타이틀, 슬로건 등의 강조되는 카피에 보조적으로 사용하며 같은 글줄 안에서 국문과 영문을 혼용하여 사용하는 것을 지양하도록 합니다.

일관된 아이덴티티를 위해 제목용 서체와 본문용 서체를 구분하여 적용하는 것을 권장합니다.

Noto Sans KR Bold

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>\([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -30

Noto Sans KR Medium

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>\([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -30

Noto Sans KR Regular

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>\([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -30

Noto Sans KR Light

경험을 연결합니다, G마켓

가나다라마바사아자차카타파하

1234567890 #&\$+-%@:;/>\([?!]),.

글자크기 12pt / 줄간격 16pt / 자간 -30

4 Notation

4.1 Brand Name in Copy

브랜드명 표기 규정

브랜드명을 표기할 때 다음과 같은 표기 규정을 따릅니다. 예시를 참고하여 로고를 문자처럼 사용하지 않도록 주의합니다.

국문 표기 시 G를 영문으로 표기하는 것을 우선 순위로 표기하되, 영문 표기 시 대소문자를 준수하여 표기합니다.

Korean 국문 텍스트 표기 시

1순위

G마켓
영문 국문

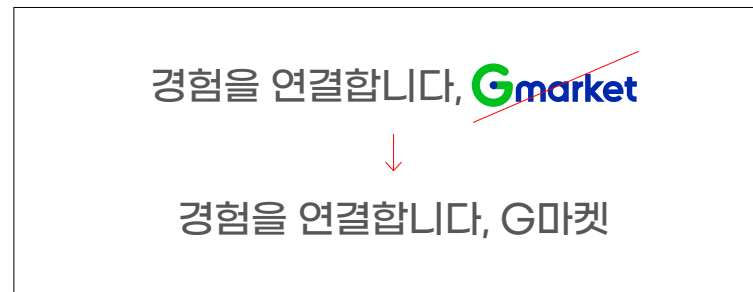
2순위

지마켓
 국문

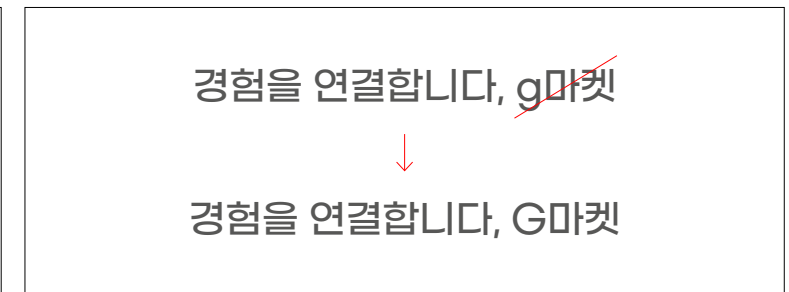
English 영문 텍스트 표기 시

Gmarket
대문자 소문자

Examples 사용 예시



텍스트 내 브랜드명을 로고로 사용하지 않도록 합니다.



G를 소문자가 아닌 대문자로 표기하도록 합니다.

4.2 Corporate Name in Copy

사명 표기 규정

사명으로 표기할 때 다음과 같은 표기 규정을 따릅니다. 예시를 참고하여 브랜드명 표기와 구분하여 사용할 수 있도록 주의합니다.

법인명 표기가 필요한 곳에는 공식 표기를 따르지만, 그 외 커뮤니케이션은 브랜드명과 동일하게 사용할 수 있습니다. 다만, 사명과 브랜드명이 동시에 사용되는 경우는 사명을 공식 표기명으로 구분하여 사용할 수 있습니다.

Official 공식 표기 시

주식회사 지마켓
국문

(주)지마켓
국문

Gmarket Inc.
대문자 소문자 대문자 소문자

Communication 커뮤니케이션 시

1순위
G마켓
영문 국문

2순위
지마켓
국문

Examples 사용 예시

Gmarket Product eXperience본부는 Gmarket Inc.의 모든 서비스와 플랫폼의 기획, 디자인, 개발을 담당합니다. G마켓·옥션·G9 플랫폼뿐만 아니라, 스마일페이·스마일클럽·스마일배송 등 스마일 시리즈의 고객 경험을 만들어 냅니다. PX본부는 차별화된 플랫폼과 서비스로 온·오프라인을 연결하고, 기술과 데이터를 기반으로 최적의 비즈니스가 가능한 환경을 제공하며, 우리를 통해 연결된 사람들이 다양한 기회를 만날 수 있도록 노력하고 있습니다.

브랜드명과 사명이 동시에 사용될 경우, 사명을 공식 표기하여 구분하도록 합니다.

주식회사 지마켓

서울특별시 강남구 테헤란로 152 (역삼동, 강남파이낸스센터)

사업자등록번호 : 220-81-83676 | 통신판매업신고 : 강남 10630호 [사업자정보확인 >](#)

대표이사 : 전항일

사명이 공식적으로 사용되는 경우, 전체 법인명 표기법을 적용하도록 합니다.

4.2 Brand Partnerships

Space and Alignment Logic 간격과 정렬 규칙

파트너사 표기 규정

G마켓 로고와 제휴사 및 기타 브랜드 로고의 병기 규정으로, 각각의 브랜드가 동등한 위상으로 보이는 것을 원칙으로 합니다.

G마켓 로고를 기준으로, 제휴사 브랜드 로고의 크기를 조정하여 G마켓의 브랜드 이미지가 저해되지 않도록 주의를 필요로 합니다.

브랜드 로고 사이의 선은 상황에 따라서 표기하지 않을 수도 있습니다.

일관된 브랜드 아이덴티티와 명시성을 고려하여 타 요소들의 시각적 침해로부터 보호받는 최소 여백과 크기 규정을 준수합니다.



Examples 적용 예시



동등한 브랜드일 경우 표기 규칙에 따라 적용



기업 로고와 위계가 맞지 않으므로 표기 규칙 적용 불가



브랜드 로고는 서로 동등한 크기로 적용

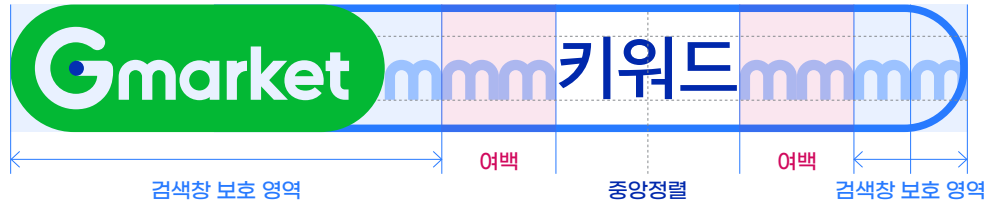
4.3 Cross Media

Space and Alignment Logic 간격과 정렬 규칙

크로스 미디어 규정

TV, 온라인 콘텐츠에 G마켓 크로스 미디어를 사용하여 효과적으로 브랜드 메시지를 전달할 수 있습니다.

효과적인 크로스 미디어 키워드 인지를 위해 최소 여백 규정을 준수하며, 영상 매체에 적용할 시 Title Safe Area를 벗어나지 않도록 주의합니다.



Placement 적용 위치 (1920x1080 해상도 기준)

Type 1: Center Align



Type 2: Right Align



Type 3: Left Align



5 Graphic Motif

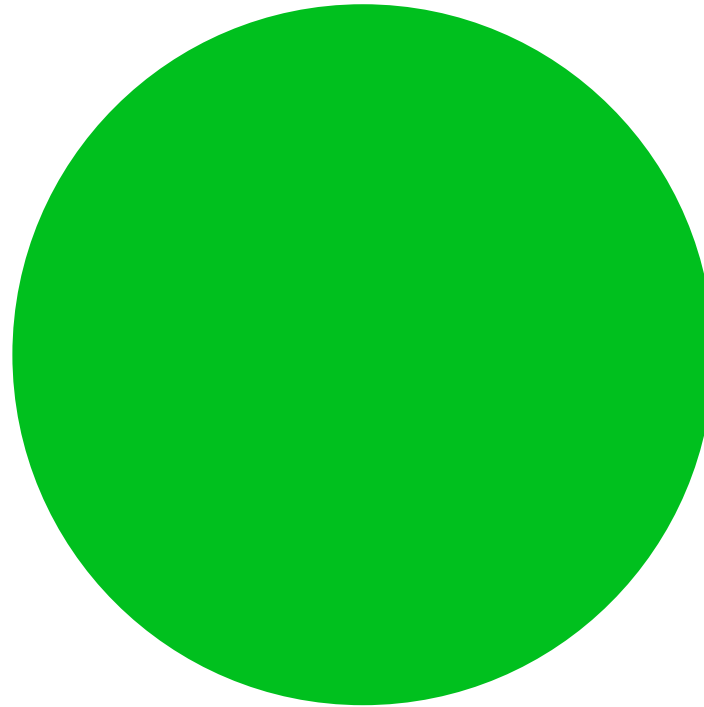
5.1 Motif Level 1

Dot 닷



그래픽 모티브

G마켓 로고에서 G의 원형 모티브를 이용해 브랜드 아이덴티티를 풍부하게 활용할 수 있습니다. 그래픽 모티브는 주로 이미지나 텍스트 등 콘텐츠와 함께 조합하여 활용되며, 주목도를 높이거나 브랜드 호감도를 높이는 데 사용할 수 있습니다.



Type 유형

Type 1: Right(Left, Center) Align



Type 2: Cropping



Type 3: Repetition



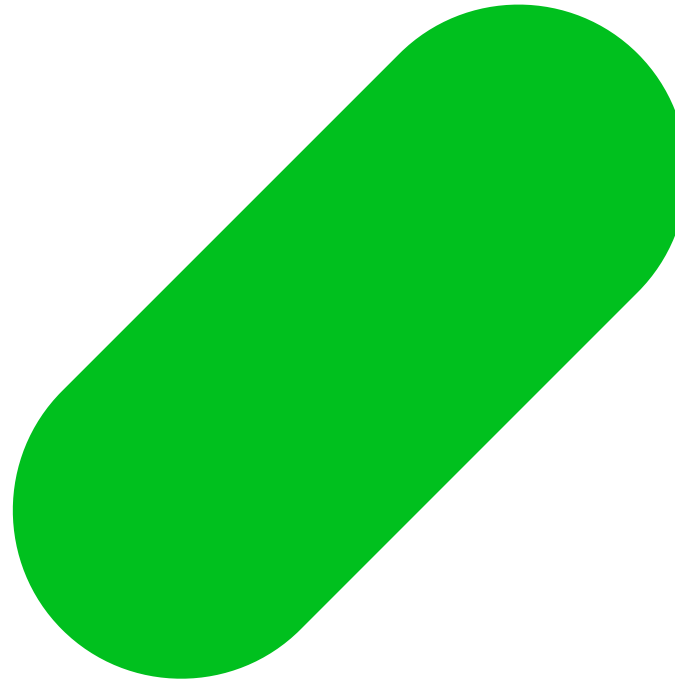
5.2 Motif Level 2

Pointer 포인터



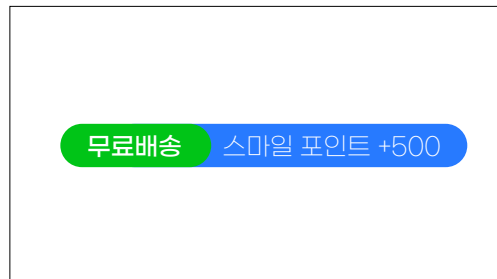
그래픽 모티브

G마켓의 브랜드 아이덴티티를 풍부하게 사용하기 위해 그래픽 모티브를 활용할 수 있습니다. 그래픽 모티브는 주로 이미지나 텍스트 등 콘텐츠와 함께 조합하여 활용되며, 주목도를 높이거나 브랜드 호감도를 높이는 데 사용할 수 있습니다.



Type 유형

Type 1: Text Box



Type 2: Cropping



Type 3: Pattern



5.3 Usage Examples

그래픽 모티프 사용 예시

G마켓의 브랜드 아이덴티티를 풍부하게 사용하기 위해 그래픽 모티브를 활용할 수 있습니다. 그래픽 모티브는 주로 이미지나 텍스트 등 콘텐츠와 함께 조합하여 활용되며, 주목도를 높이거나 브랜드 호감도를 높이는 데 사용할 수 있습니다.

Examples 예시





G마켓의 일관된 브랜드 아이덴티티를 위해
본 가이드라인을 엄수하여 주시기 바랍니다.
브랜드 아이덴티티 가이드에 관한 문의는
PX본부 Design실로 연락주시기 바랍니다.