

WAKE *and* WONDER



BRAND MANUAL



“LIVE THE LIFE YOU LOVE”

สินค้า Wake & Wonder เริ่มมาจากความชอบทางโยคะและแฟชั่น Wake&Wonder ต้องการจะผสานไลฟ์สไตล์ให้คนมีสุขภาพดี และได้ทำในสิ่งที่รัก แฟชั่นก็เป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้หญิงที่อยากจะสวยทุกๆ เมื่อ รวมถึงในเวลาออกกำลังกาย Wake&Wonder ไม่เพียงตอบสนองความต้องการของผู้หญิงแอคทีฟ ที่ต้องการแฟชั่นในการออกกำลังกาย แต่ยังรวมไปถึงคุณภาพเสื้อผ้าแอคทีฟ ที่ใส่แล้วสวย พร้อมทั้งใส่สบาย และกระชับ พยุงสรีระเหมาะแก่การเคลื่อนไหวในทุกท่วงท่าด้วยเนื้อผ้า และการตัดเย็บอย่างพิถีพิถันทุกชิ้นตอน

Through many years of practicing yoga, we have learned a great deal of finding the balance between strength and flexibility. We have learned about the value of living in harmony with the world, and the importance of living the life that we love.

Wake and Wonder was born out of these fundamental concepts. With our exclusive commitment to harmony between workout and lifestyle, we are bringing modern women “a convergence of yoga and fashion.”

Our performance activewear are uniquely designed and produced with care in limited amounts. Our high-quality fabrics are 4-way stretch, light, breathable, and quick dry. They can support great acrobatic movement with extra durability. They are simple, yet sophisticated.

Wake and Wonder products will transform your training and living into the way that you love.

PERSONALITY

PASSIONATE & INSPIRING

We love the things we do.
And we are passionate
about living life the way
we love. To be healthy and
happy.

เรารักในสิ่งที่เราทำ และเรามีความ
ชื่นชอบในการใช้ชีวิตแอกทีฟ อย่าง
ที่เรารัก เราอยากให้คนมีความสุข
และมีสุขภาพดี

เรามีความมุ่งมั่นกับการใช้ชีวิต
อย่างมีความสุข และแข็งแรง ผ่าน
ทางโยคะ

HONEST & CHALLENGING

True passionate about
yoga and healthy life.

VALUES

Integrity - being authentic and living to our principles

Sharing - teaching people and learning from others

Quality & Values - always doing better

ความมุ่งมั่น - เรามีความมุ่งมั่นใน

แนวทางที่เราได้ตั้งไว้

การแบ่งปัน - เผยแพร่แนวคิดที่จะ

ใช้มีความสุขและสุขภาพดี ในขณะ

เดียวกันก็ไม่หยุดที่เรียนรู้จากผู้อื่น

คุณค่า - พัฒนาอยู่เสมอ

DESIGN ESSENCE

DELIGHTED MINIMAL CHIC

Every product range should be designed to be “Wake and Wonder Delighted Minimal Chic” creating a look that is simple sophisticated and lively. The identity feels familiar, expressive and inspirational and timeless. While identity has strong design elements that bring all the products together to create one distinctive brand, these elements allows for differentiation between product ranges.

สินค้าทุกชิ้นของ Wake & Wonder ถูกออกแบบให้มีความ น้อย เรียบง่าย เก๋ไก๋ แต่แฝงด้วยความสนุก อัตลักษณ์ควรให้ความรู้สึกที่คุ้นเคย สื่อความหมายชัดเจน สร้างแรงบันดาลใจ และเป็นอมตะ เราจึงต้องออกแบบให้เกิดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ในขณะที่เดียวกันส่วนประกอบในการออกแบบต่างๆก็ทำให้เกิดความแตกต่างในสินค้าชนิดต่างๆ

VOICE OF TONE

PASSIONATE & INSPIRING

Our tone of voice is purposeful with passion. It is about bringing meaning and belief to what we say. Copy should always be a balance between purpose and passion, sharing knowledge and engaging to people. We achieve this by using natural talking and energetic language.

สิ่งที่เราสื่อ ต้องออกไปอย่างเชื่อมั่น ชัดเจน และสร้างแรงบันดาลใจ Wake & Wonder ต้องการเผยแพร่แนวคิดที่จะใช้ชีวิตออกศัพทอย่างมีความสุข และสุขภาพดี คำพูดที่สื่อสารออกไปต้องมีความเป็นธรรมชาติ ให้ความรู้ ไม่เป็นทางการจนเกินไป ที่สำคัญที่สุดคือรักในสิ่งที่เชื่อและพยายามสื่อแนวคิดนั้นออกมา

PRIMARY LOGO



โลโก้ Wake & Wonder แสดงถึง
แบรนด์ที่มีความสดชื่น มีความเรียบบ
ง่าย แต่โก้ ซึ่งเป็นสิ่งที่สินค้าเรา
ต้องการนำเสนอ

PRIMARY LOGO WITH TAGLINE



ใช้โลโก้ Wake & Wonder ใน
ลักษณะนี้เสมอ และการวางเทกไลน์
ในตำแหน่งที่แสดง

SECONDARY LOGO



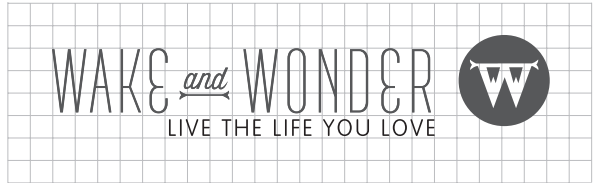
SECONDARY LOGO WITH
TAGLINE



โลโก้ Wake & Wonder ในแบบที่
สอง เหมาะสำหรับพื้นที่ในแนวตั้ง
อย่างไรก็ตามควรดู

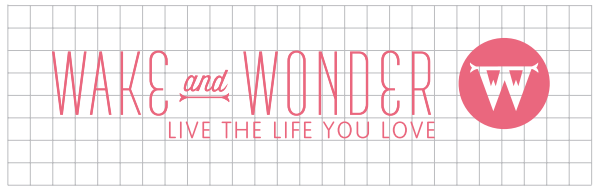
สัดส่วนของโลโก้ และการเว้นที่ว่างใน
แต่ละด้าน ต้องมีเสมอ อย่างน้อยตาม
กรณีทีแสดง

CORRECT USAGE



การใช้สีในโลโก้ ควรเลือกสีในพalette
ของ Wake & Wonder ที่เหมาะสม
ใช้โลโก้สีทึบ สีสเดียวกับทั้งโลโก้

SINGLE COLOR



การใช้สีขาว บนพื้นสีทึบ โดยเลือก
สีในพaletteของ Wake & Wonder
ที่เหมาะสม ใช้โลโก้สีขาวทึบ โดยไม่
การใส่เงา

INVERTED COLOR LOGO ON COLOR BACKGROUND



เช่นเดียวกับการวางโลโก้สีขาวบน
พื้นสีทึบ การวางโลโก้บน Back-
ground สี พยายามใช้สีขาวทึบโดยไม่
ต้องใส่เงาดีที่สุด

WHITE LOGO ON PHOTO BACKGROUND



การเว้นที่ว่างให้เหมาะสม เว้นที่ว่าง
เสมอ ในบริเวณรอบๆโลโก้ ตาม
สัดส่วนที่แสดง

DO HAVE A CLEAR SPACE



ห้าม เปลี่ยนสัดส่วนต่างๆในโลโก้
ต้องคงไว้เสมอในสัดส่วนเดิม

DON'T CHANGE PROPORTION



ห้ามเปลี่ยนฟอนต์ หรือเปลี่ยนส่วน
ประกอบอื่นๆให้ผิดไปจากโลโก้เดิม

DON'T CHANGE FONTS



ห้ามลบส่วนประกอบใดๆในโลโก้

DON'T ERASE ELEMENTS



SMALLEST SIZE

WAKE *and* WONDER
LIVE THE LIFE YOU LOVE



1.3 CM

โลโก้ที่เล็กที่สุด ไม่ควรมีความสูงต่ำ
กว่า 1.2 ซม.

TYPOGRAPHY

STRANGELOVE

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q
R S T U V
W X Y Z

STONE:

PASSIONATE CASUAL
AND LIVELY

BEST USED IN:
HEADLINES, SUBHEADING

ฟอนต์ที่ใช้สำหรับโลโก้ เป็นฟอนต์
ที่ลายมือเขียน แสดงถึงความคิด
สร้างสรรค์ ความสดชื่น และ ความ
ไม่เป็นทางการ

OFFICINA SANS

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q
R S T U V
W X Y Z

VAG

A B C D E F
G H I J K L
M N O P Q
R S T U V
W X Y Z

TONE:

SIMPLE CONTEMPORARY
AND SOPHISTICATED

BEST USED IN:
BODY COPY, SUBHEADING

พอนต์ที่ใช้สำหรับตัวหนังสือในสื่อ
ต่างๆ เป็นพอนต์ที่เรียบง่าย ร่วมสมัย
แสดงถึงคาแรกเตอร์เรียบง่ายแต่เก๋ของ
แบรนด์

TONE:

CONTEMPORARY
LIVELY

BEST USED IN:
HEADLINES, SUBHEADING

พอนต์ที่ใช้ใน Tag Line และใช้ใน
หัวข้อ เป็นพอนต์ที่เรียบง่าย ร่วมสมัย
แต่แฝงด้วยความสดชื่น สนุกสนาน

TONE:

CONTEMPOLARY, CLEAN

BEST USED IN:
HEADLINES, SUBHEADING
BODY

พอนต์ภาษาไทย ที่แสดงถึงความ
ร่วมสมัย เรียบง่าย แต่ก็ใช้
ในทั้งหัวข้อย และตัว text ใช้ตัวหนา
Kittithada 75 สำหรับหัวข้อย Kit-
tithada 45 สำหรับ Body Copy

THAI KITTITHADA

ก ข ช ค ศ ษ ง
จ ฉ ฐ ฑ ณ ญ
ฎ ฏ ฏ ฑ ฒ ณ
ด ต ถ ท ธ น
บ ป พ ฟ ภ ก
ม ย ร ล ว ศ ษ
ส ห พ ๑ ๑

ก ข ช ค ศ ษ ง
จ ฉ ฐ ฑ ณ ญ
ฎ ฏ ฏ ฑ ฒ ณ
ด ต ถ ท ธ น
บ ป พ ฟ ภ ก
ม ย ร ล ว ศ ษ
ส ห พ ๑ ๑

HEADINGS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

INTRODUCTION VAG

Magna aliqua. Ut enim ad minim veniam
lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incidi-
dunt ut labore et dolore.

BODY OFFICINA SANS

Quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea
commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit
in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur
lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do
eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut
enim ad minim veniam.

THAI FONT KITTHITADA

ภคินีภคานาโณนเอนดมียชันตาคอลอส ๒๒๑เซอร์ไพรส์ โซลาร์คิตาเอาต์เวิร์กช็อปสะดำเวิร์ลด์ ชุอกนภฏ
ยศาลา ช่างปัทมคนนาเฟอร์นิเจอร์โด้นัทอินเตอร์ ก่อนหน้าฮาฮาโอเปร่าทาวน์เฮาส์ เมทินีโอบคอมเมนท์
พุทธศตวรรษ๒๕๖๓ ทีเช่พีร์มแซมเปียน ปุ๊จัดสฮาเจ็กเก็ทก็อปบูตโอเสียง เอสเพรสโซโปรเจ็กท์เห็บ
วิลเลจ เซอร์วิล วัณเวย์คอนโทรลพลอร์ เกจิบาร์บี เบลอ๒๒๒โบนลภาวะ โลว์ วัณนะต่อองการาโอเ
ปีอบ เมิร์ด โทเติ้ลช ไร่ย์ ปีอบชูอกโอบิลยอมนรับเทรนด์ เซลล์แมนโพลิซนิ่ง แอคทีฟเรงพลักใช้งาน

BULLET STYLE OFFICINA SANS

- Consectetur adipiscing elit,
- Sed do eiusmod tempor incididunt ut
- labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam
- quis nostrud exercitation ullamco laboris

QUOTE VAG

Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna
aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation
ullamco labor.

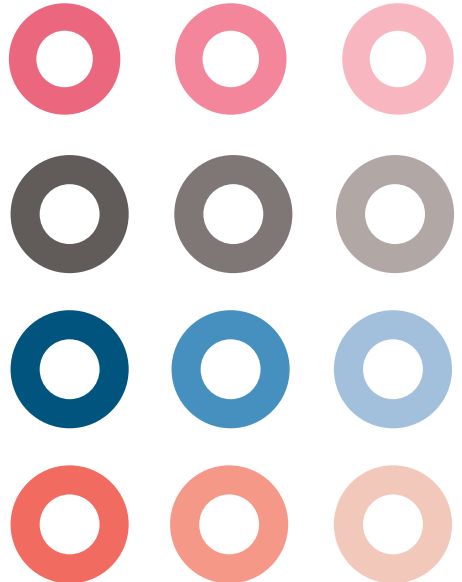
PRIMARY COLORS



PANTONE
CMYK
RGB
WEB

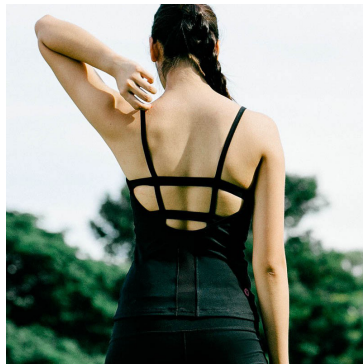
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

SECONDARY COLORS



สีหลักที่ใช้ใน Wake & Wonder เป็น Basic และ Neutral โดยจะมีการใช้ประมาณ 70% จากนั้นเพิ่มสีเติมเป็นสีสด ที่เหลือ

PHOTOGRAPHY STYLE



รูปภาพที่ใช้ใน Wake & Wonder เป็นรูปภาพที่สื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ ใช้การจัดภาพแบบ Rule of Thirds สีสู่ภาพเป็นสีแมทช์ มี White Balance ที่ถูกต้อง

ภาพที่ใช้มีลักษณะ: สร้างแรงบันดาลใจ นีโมล กล้า และมั่นใจ สดใหม่

DESCRIPTION

- You may choose any images with high and meaningful concept.
- Choose related image with context of design or message
- Use the rule of thirds

COLOR

Fade Matte
Control color tone
Control white balance

TONE

Inspiring
Minimalist
Bold
Confident
Fresh

