

品牌手冊 和使用指南

第一章：品牌介紹

走向全球	1.2
我們的歷史	1.3
我們的品牌	1.4
品牌承諾	1.5
品牌個性	1.6
為何要有指南？	1.7
彰顯品牌	1.8

走向全球

關於我們品牌的思考。

松川的同仁，您們好：

松川的願景是成為全球知名繼電器製造銷售公司，而成功的全球品牌基礎是在不同國家保有一致性的形象和風格，能夠實現廣告行銷的效率和效用。松川這個品牌使我們有別於他人，也是我們公司最重要的資產之一。適當的愛護它，遵守本品牌指南，是達成願景的重要一部分。

本指南詳細描述我們的品牌認同元素，將說明我們確保之後所做的一切能持續且一致性地增進品牌價值。我們將一起努力，把松川打造成強大的全球品牌，不僅個性鮮明，而且能夠立刻辨識。也先感謝您參與將松川打造為世界最強大品牌的努力。

我們的歷史

滿足現在及未來之需求。

松川集團公司成立於1974年，致力於繼電器生產。集團公司總部與企業管理核心設於台灣台北，負責研發、新產品開發、產品量試、生產設備設計及組裝、模具開發、採購、財務及管理、銷售和市場開發等等業務，戮力提供全球所有客戶協調及服務。

松川在此領域有超過35年的經驗，在業界獲得良好信譽，悠久的繼電器生產歷史及經驗，促使松川能製造出值得信賴的繼電器。

一個品牌

我們的松川共同願景。

松川在美國。松川在德國。松川在中國。

我們對松川未來的共同願景是作為一個全球知名繼電器製造銷售公司，持續提供高品質繼電器、專業技術服務、準時交貨並提供具有競爭性的價格給所有客戶的供應商——簡而言之，就是“世界最受信賴的繼電器公司。”

一致的形象和專業的技術服務，也構建極其重要的客戶情感聯繫。
設想一下在一個歐洲有辦事處的松川客戶到中國開設新據點。
在他意識到他需要繼電器這產品的供應商。
他可能在網路或智慧型手機中輕鬆找到松川的相關訊息，
然後可以在那裡看到我們熟悉的形象和服務——在地球的另外一端。

熟悉的經驗讓他有極強的信任和安全感，這就是全球品牌厲害的地方。

所以本指南闡述的“一致”品牌理念，將說明我們如何達到我們的共同願景。

品牌承諾

我們的價值，我們存在的理由。

一家公司的品牌承諾是他的宗旨目標，也是一個組織的精髓要點。
他必須帶給客戶有延續性、相關性和獨特性的益處。

今天，“Switch”的含義遠遠不只應用在繼電器上。他是專業的建議和實用的解決方案。
他是讓客戶更輕鬆地更好、更快、更明智的去實現客戶的使用目標，進而滿足現在及未來之需求。

松川是被受信賴的供應商，
讓客戶在全世界都將被持續提供高品質繼電器、專業技術服務、準時交貨並提供具有競爭性的價格，
同時也致力於提供最好的服務品質及支援。
因此我們規劃、設計、編輯、印刷和製作的一切，
都應當支撐這個設想，幫我們實現品牌承諾。

Switch to A Better Life.

品牌個性

他指明我們是誰。肯定是松川，沒錯。

和人一樣，品牌也有個性；他們呈現了一家公司的言談、形象和舉止。
有效的品牌個性能夠喚醒親近感，與客戶建立長久的關係。

我們想讓我們的客戶把松川視為值得信賴的夥伴。向我們尋求合作。與我們相處感到融洽。

以下特質幫助定義我們的個性，塑造我們的工作文化。更重要的是，他們幫我們與客戶建立情感聯繫。
用他們作為指引，在一段時間之後我們將被看作是全球最值得信賴的供應商。

松川是：
值得信賴的，專業的，快速熱忱的，追求創新的、精益求精的

松川不是：
諷刺挖苦，只做銷售和交易，不關心人，獨斷專行

為何要有指南？

遵循標準，創建統一品牌。

本指南足夠詳細，能夠支援我們的品牌價值觀，卻又足夠靈活，允許您發揮自己的創造性。
這意味著您將在規則上花費較少時間，把更多時間用於製作優秀的設計。
並且，隨著我們的工作與全球各地日趨一致，我們與全球不同的同事有協作意識——形成作為偉大全球品牌特徵的統一形象。

清楚的品牌指南對我們的客戶也是有意義的。
與我們的品牌不一致，可能讓他們的體驗很難，甚至感到迷惑。
他們會想：“這是我瞭解和信賴的松川嗎？”
我們在全世界打造一個松川，就是在增進客戶信任和忠誠度。

當然，本指南也有利於開展業務。
全球品牌對於我們的同仁和股東有巨大的最終效益，提供規模經濟性，共用經驗和資產，降低生產成本。
所以，就從本指南和我們的品牌獲取您的靈感吧。



彰顯品牌

您將作為松川品牌支持者的角色。

您可能是德國的推銷業務員、或者是臺灣的文案編輯、上海的開發者。
或者在世界任何地方與松川合作的代理商。

想想這種場景：您工作時，所做的遠不只創作廣告海報、對外文宣。
您是在構建松川品牌。

我們的身份認同在您手中。您賦予他生命，您必需小心呵護。
而像您這樣的卓越、持之以恆地努力和投入，將使我們成為偉大的全球品牌。



品牌手冊 和使用指南

第二章：核心品牌元素

這部分介紹我們品牌的核心元素，說明向我們的客戶提供一致、可辨別的資訊。
將這些元素視為工具包。可用不同方式組合生成各種附屬元素，感覺上都應屬於同一品牌的一部分。
瞭解如何單獨和共同運用這些元素，對於增強我們的品牌認同是非常重要的。

讀過本章並瞭解我們品牌的各個核心元素後，請瀏覽接下來的設計範例，
瞭解如何融合這些元素，設計出屬於松川的品牌文化。

聲音	2.2
字體	2.4
標誌	2.8
標語	2.14
顏色	2.17
輔助元素	2.18
攝影	2.19

聲音

一個公司，一種聲音。

我們的品牌聲音清亮、可信，給人耳目一新的親近感。
他們能鼓舞客戶，讓他們期待與我們的每次接觸。

想要建立和增強我們成為可以讓顧客信賴的聲譽，
松川的溝通應當觸及專業和認同感，右側有說明。

用我們的品牌聲音撰寫
文案編輯時，記住以下幾點。

專業

這種感覺可以在報價、產品或服務出現。
說話伴隨著自信和可信度，讓客戶明白他們正在和專家做交易。

認同感

專業應當伴隨著認同感——確認我們認同客戶，瞭解他們的需要以及可能遇到的問題。
我們應當提供有幫助的解決方案，表明我們的專業帶來的好處。

深入了解客戶的想法。

始終表現有專業性。

如果空間有限，可以刪除認同感，但始終要保留專業性。

文案應當推進資訊。

使用文案解決問題或者強調優點，而不只是為了好聽而好聽。
(例如，“漂亮的繼電器，漂亮的價格”聽起來不錯，但沒有清楚地表明專業或認同感。)

溝通應當真實誠摯。

不要使用陳詞濫調、缺乏新意、說教式或者自說自話的訊息。

避免過度使用感歎。

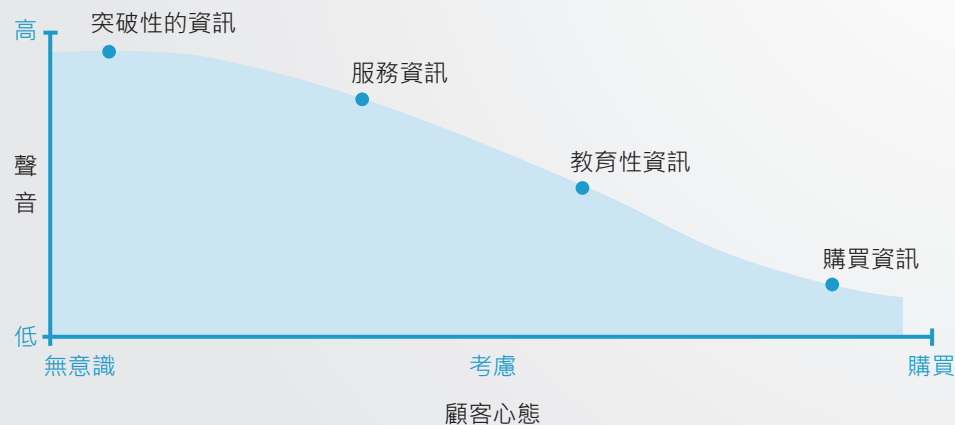
文案應當是談話式的。

我們所詮釋的 就是我們是誰。

我們的品牌聲音不限於形式，他也是物質化的，他是我們的產品、我們的服務和我們的對滿足客戶需求的承諾。我們要達成以上的想方，將依賴於一種有特色的理念識別，一種完全是松川的理念。把我們的精神融入實際，意思是選擇最接近我們身份的語言來表達。本頁將幫你瞭解這些。



多使用品牌聲音，還是少使用？



字體

最主要的字體。

華康中黑體、粗黑體、細黑體是松川最主要的中文字體，通常用在標題和內文。

華康中黑體

微風迎客，軟語伴茶
一二三四五六七八九十

華康粗黑體

微風迎客，軟語伴茶
一二三四五六七八九十

華康細黑體

微風迎客，軟語伴茶
一二三四五六七八九十

Arial字體是松川主要的英文字體，用在所有英文文字，標題、內文或書寫法律條文或小型字體。

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnopqrstuvwx**yz 0123456789**

次要的字體。

新細明體是松川次要的中文字體，這種字體用於書寫法律條文或小型字體，應謹慎使用。

新細明體

微風迎客，軟語伴茶
一二三四五六七八九十

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnopqrstuvwx**yz 0123456789**

微軟字體

對於任何內部建立的文檔（Word、PowerPoint等），使用微軟正黑體或Arial字體

HTML字體

對於網頁上文字檔，HTML使用新細明體和Arial字體

字體

使用華康中黑體、Arial

採用以下字體指南。

下頁有這些使用指南的示例。

粗細

- 使用較細字體表述次要訊息。
- 使用較粗字體表述主要訊息。

字距和行距

- 確定字距和行距允許最大的可讀性。

字體大小

- 訊息最顯眼的部分應當是主要優勢，不論他首先出現在標題中或者作為副標題。
- 附加文案的字體大小應當相對小於標題和副標題。
這份文案應該要清楚易讀，不讓瀏覽者從主要和次要的訊息分心。

特殊考慮因素

- 僅在撰寫中文法律條文和小型字體時，才可使用新細明體。
- 對於網頁中的HTML資訊，應當使用新細明體和Arial字體，
因為他們是目前所有瀏覽器可提供的，也是目前最相容的統一編碼（Unicode）字體。

字體

使用華康中黑體、華康粗黑體、華康細黑體

對於標題和副標題，使用這些推薦的字體粗細組合。使用34pt標題和16pt副標題顯示的例子，以便瞭解正確的比例。

- 字體較細的標題，對於近距離瀏覽的效果最好，比如小冊子、Banner、電子郵件、傳單等。

全世界最好的繼電器 啟動您的美好未來生活

- 字體較粗的標題，對於遠距離瀏覽的效果最好，比如高架標誌、視窗海報、看板、車體廣告等。

全世界最好的繼電器 啟動您的美好未來生活

使用Arial字體

對於標題和副標題，使用這些推薦的字體粗細組合。使用34pt標題和15pt副標題顯示的例子，以便瞭解正確的比例。

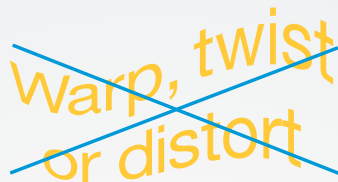
YOUR BEST SOLUTION FOR RELAYS YOUR BEST SOLUTION FOR RELAYS

YOUR BEST SOLUTION FOR RELAYS YOUR BEST SOLUTION FOR RELAYS

字體

字體使用
為了保持字體的完整性和一致性，
注意以下不正確的樣式。

不要彎曲、扭曲或使內文變形。



不要亂調字距。

~~Bad kerning~~

不要在內文添加陰影效果。



不要過度拉扯文字，
使間距過小。

~~tightly track~~

不要在內文添加輪廓筆劃。



不要堆疊文字，
導致字詞很難讀。

~~Stack~~

不要在內文添加複合輪廓筆劃。



不要用很緊的行距，
把不同大小的內文混在一起。

~~push
pull
and nest~~

不要在內文添加輪廓筆劃和陰影。



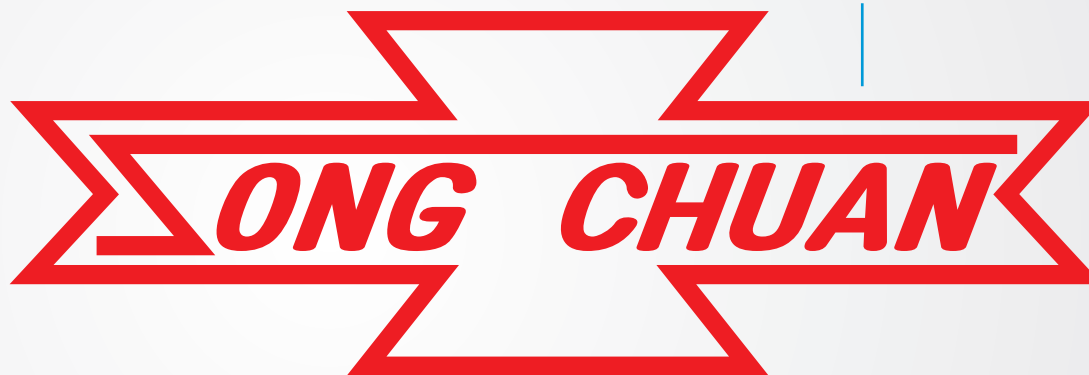
不要讓行距很緊，
導致文字重疊。

~~overlap
words~~

標誌

我們的公司標誌，用於宣傳溝通我們的客戶和夥伴。

主要標誌



顏色：100% PANTONE 485
CMYK：0/100/100/0
RGB(HEX)：RGB 230/0/18 (#E60012)

公司名標準字

松川精密股份有限公司
SONG CHUAN PRECISION CO.,LTD.

顏色：100% PANTONE Violet
CMYK：100/100/0/0
RGB(HEX)：RGB 29/32/136 (#1D2088)

標誌

標誌的使用

採用以下的標誌指導規範。

下頁包含這些使用規範的圖例。

何時使用

- 一般情況下，只要預期一般瀏覽者尚未進入松川品牌環境 (例如吸引客戶到松川展場，或者戶外發佈的廣告)，就應當使用主要標誌和公司名標準字。
- 標誌和公司名標準字可以不用一起出現。

最小標誌尺寸和留白空間

- 印刷品2公分寬，電子媒體中為60 x 20像素。
- 在標誌周圍應有留白的空間，而印刷文字和其他元素不減弱其效果。

最小公司名標準字尺寸和留白空間

- 印刷品4公分寬，電子媒體中為115 x 19像素。
- 在公司名標準字周圍應有留白的空間，而印刷文字和其他元素不減弱其效果。

調整比例

- 使用品牌資產部分的文件檔案時，標誌和公司名標準字一起按比例調整。
- 不要改變標語文字位置或比例，不要改變公司名標準字字距大小或比例。

用於彩色背景

- 不同的標誌和公司名標準字顏色用於某些背景，以確保易讀性。請參照下頁的正確用法圖例。

標誌

圖例

最小標誌尺寸：



印刷品2公分寬，電子媒體中為60 x 20像素。

標誌留白空間：



標誌每側需要“X”的留白空間高度
(“X”高度是標誌中第二字母的高度，或者標誌高度的1/4)。

最小公司名標準字尺寸：



印刷品4公分寬，電子媒體中為115 x 19像素。

公司名標準字留白空間：



標誌每側需要“X”的留白空間高度
(“X”高度是公司名標準字中，中文字的高度，或者標誌高度的1/2)。

標誌

圖例

本頁所示的是在不同顏色背景中的標誌以及公司標準字版本。

紅色標誌版本：



白色標誌版本：



以下情況使用白色標誌：

- 1. 明度在60~100之間
 - 2. 色調在0~30和310~360
- (以上是以HSB色彩來定義顏色)

藍色標準字版本：



白色標準字版本：



以下情況使用白色：

- 1. 明度在0~30之間
 - 2. 色調在210~290
- (以上是以HSB色彩來定義顏色)

標誌

圖例

本頁所示的標誌是唯一可接受的單色版本。

黑白標誌版本：



僅可選擇黑色或白色標誌時，請參照上面兩個可接受的版本。

不要為了通融不同的黑白選項，對標誌做任何更改。

黑白標誌使用

下面所示的例子表明，如果只能用黑色或白色標誌，松川標誌應當有何外觀。“SONG CHUAN” 應當始終看起來最亮。



例一：在深色背景中使用白色標誌



例二：在淺色背景中使用黑色標誌

紅色標誌版本：



如果可以選擇紅色作為印刷品顏色，請使用這個標誌版本。



不要為了調節不同的紅色選項，對標誌做任何更改。

黑白標準字版本：



僅可選擇黑色或白色標誌時，請參照上面兩個可接受的版本。

標誌

標誌的使用

為保持我們的標誌和標語的完整性和一致性，注意以下不正確的樣式和處理。

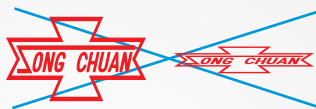
不要裁切標誌的任何部分。



不要改變標誌角度。



不要以任何方式裁切、扭曲或歪曲標誌。



不要改變標誌或其中的印刷字體的顏色。



不要在句子中使用標誌。



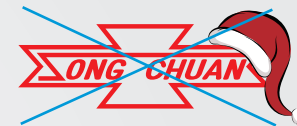
不要把印刷字體放在模仿我們的標誌的紅色形狀中，這將削弱標誌的重要性。



不要改變標誌中的字體。



不要在標誌上放置物件或其他圖形元素。



不要翻轉標誌。



不要使用未經批准的黑白標誌版本。



不要在其他文字或圖形元素中使用松川的折彎“S”。



不要把標誌中的紅色形狀移除以生成不同的松川標誌。



標語

我們的公司標語，用於宣傳溝通我們的客戶和夥伴。

主要標語

Switch to A Better Life.

顏色：100% PANTONE Cool Gary 8

CMYK：0/0/0/40

RGB(HEX)：RGB 181/181/182 (#B5B5B6)

標語

圖例

本頁所示的是在不同顏色背景中的標語版本。

灰色標語版本：

Switch to A Better Life.

Switch to A Better Life.

Switch to A Better Life.

Switch to A Better Life.

Switch to A Better Life.

Switch to A Better Life.

白色標語版本：

Switch to A Better Life.

以下情況使用白色標誌：

1. 顏色為黑白色調，明度在60~80之間
(以上是以HSB色彩來定義顏色)

標語

圖例

本頁所示的標語是唯一可接受的單色版本。

黑白標語版本：



僅可選擇黑色或白色標語時，請參照上面兩個可接受的版本。

不要為了通融不同的黑白選項，對標語做任何更改。

黑白標語使用

下面所示的例子表明，如果只能用黑色或白色標語，松川標語應當有何外觀。“Switch to A Better Life.” 應當始終看起來最亮。



例一：在深色背景中使用白色標語



例二：在淺色背景中使用黑色標語


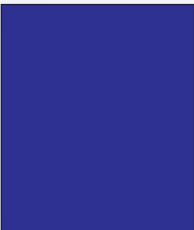





灰階標語版本：




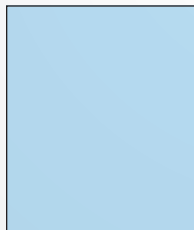
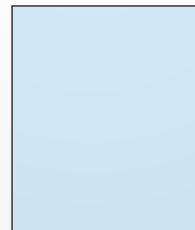
如果可以選擇黑色灰階作為印刷品顏色，請使用這個標語版本。

顏色

我們的基本色系包括6種顏色，
還有一個用於我們一般文件的黑色，
在此均有說明。

						
PMS 485 CMYK 0/100/100/0 RGB 204/0/0 HEX #cc0000	PMS Violet CMYK 100/100/0/0 RGB 29/32/136 HEX #1d2088	PMS 2935 CMYK 100/52/0/0 RGB 0/94/194 HEX #005ec2	PMS Proc Blue CMYK 100/10/0/10 RGB 0/146/219 HEX #0092db	PMS 369 CMYK 67/0/98/5 RGB 111/171/4 HEX #6fab04	PMS Cool Gary 8 CMYK 0/0/0/40 RGB 181/181/182 HEX #b5b5b6	BLACK CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0 HEX #000000

白色空間是關鍵，藍色是主導色，黑色是用來強調，所以使用率不用太高

		
PMS Proc Blue 50%	PMS Proc Blue 25%	PMS Proc Blue 15%

當沒有使用其他顏色的時，色調可以允許使用不同透明度，
在強調時可以使用上述的色調變化

輔助元素

輔助元素主要為葉子形狀的疊合，
顏色可使用藍(可用不同透明度)、白、黑(少用)
或是照片。

以下模版是做為創作葉子形狀的工具圖例。

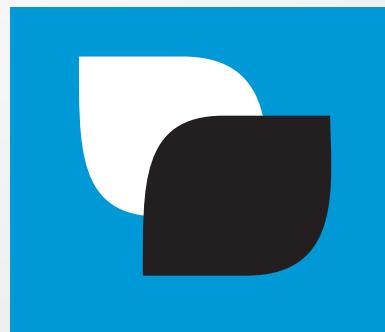
- 他可以在Illustrator中使用
- 所有葉子圖案可以90度旋轉
- 當圖層加起來時，可以按照下面顯示的樣子放置



在白色背景上使用



在藍色背景上使用(六角形形狀可有白色)



攝影

為了讓客戶能夠更立刻的認出松川的廣告相關文宣，我們需採用一致的攝影風格展示我們的資訊。

搜尋圖片素材或拍攝自己的照片時，目標都是製作柔和、精妙和浪漫氛圍的圖片。我們的攝影風格需具有藝術性和啟發性，讓即使一顆小小的繼電器看起來不尋常。移除讓觀看者分心的忙碌背景和物件。記住，您是在製作真實、清楚的圖片。

人物/環境攝影

採用選擇聚集的攝影風格，突出人物的情感、體驗以及與產品或他人的互動。捕捉真實的反映、表情或環境，避免人明顯在擺造型的觀感。

照片應當展示真實環境中的人物，最大限度地減少雜亂或分心。

焦點應當放在最能反映作品主要資訊的圖片部分。

不是重點的圖片其他部分說明簡化總體視覺，減少從主要資訊分心。



組群和單件商品攝影

這兩種風格的圖片採用引人注目的排列和角度拍攝。組群照片中，不一定所有產品同等顯眼。

為了在銷售點清楚可見，圖片應當清晰，易於辨認。通常情況下，這些照片用於傳單、目錄、網站和其他文宣上。

記住以下考慮因素：

- 清楚顯示產品。
- 選擇引人注目的角度。

組群照片的其他考慮因素：

- 產品排列有序。
- 給人比例協調的感覺。
- 如果可能，突出一件或幾件產品以增加深度。
- 產品數目限定在七件以內。

品牌手冊 和使用指南

第三章：松川吉祥物

松川創立於1974年，為華人農曆的「虎」年，因此在華人的傳統上松川的生肖屬虎。
2007年，阿虎 (A-Huo) 的肖像成為松川註冊有案的專利、商標之一，
同時也成為松川人以及企業的形象代表。

關於阿虎	3.2
適當使用	3.3
阿虎標誌	3.4

關於阿虎

阿虎強化了我們的品牌精神。

阿虎的精神象徵及意義：

虎為百獸之王，期望松川企業能在繼電器產業領域中，以領導先鋒之目標邁進。

年輕有活力的阿虎，不僅擁有老虎的行動敏捷迅速，更具學習及積極進取精神。

而且大頭的阿虎著重思考創新，寬廣的腹部象徵有容乃大。

永遠保持青春活力的阿虎，象徵著松川的企業精神－松柏長青，川流不息。

儘管松川已經有 30 多年的歷史，但是在阿虎的精神象徵下，松川的企業精神將一代一代的傳承下去。

姓名：阿虎 A-Huo

性別：男

生日：6月1日

出生地：台灣

個性：熱心、積極進取、行動敏捷、樂觀、善於思考創新、有包容力、自信。

特徵：大頭和頭上的黑紋「王」－王者之風、著重思考創新。

永遠的青少年－「松柏長青川流不息」永續傳承。

腹部寬廣－有容乃大的精神。

眼睛炯炯有神－有精神、有活力。



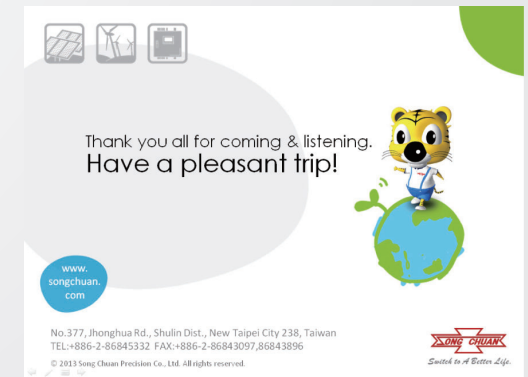
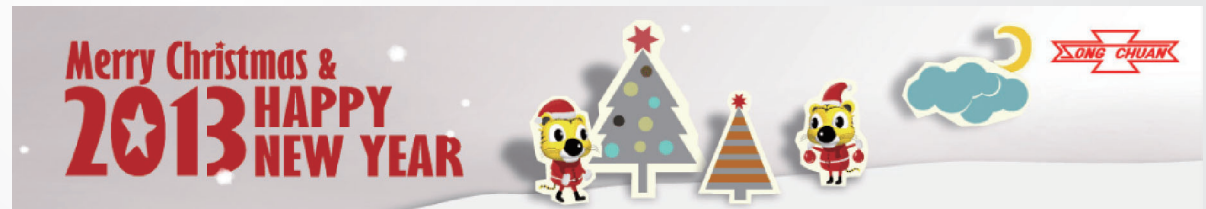
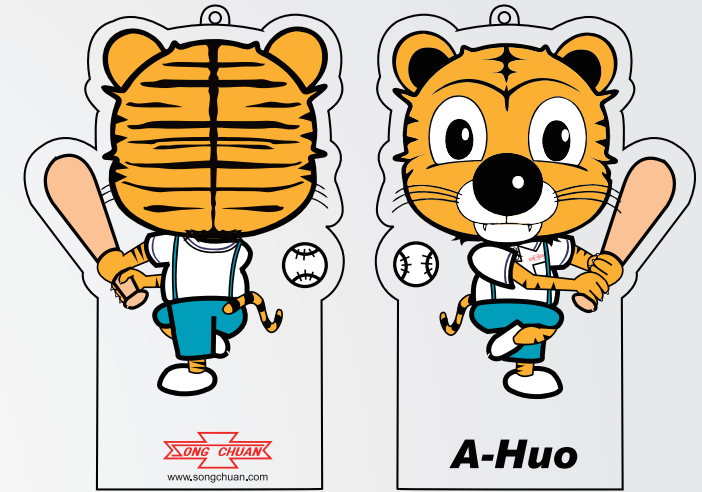
適當使用

阿虎在我們文宣中作為精神象徵性的使用，在視覺上讓客戶感覺到是有趣而輕鬆的。
以下是通常阿虎使用的方法。

- 作為松川紀念品開發使用。
- 電子祝賀卡片使用。
- 公司內部標示或歡迎牌使用。
- 簡報結束畫面使用。

注意：

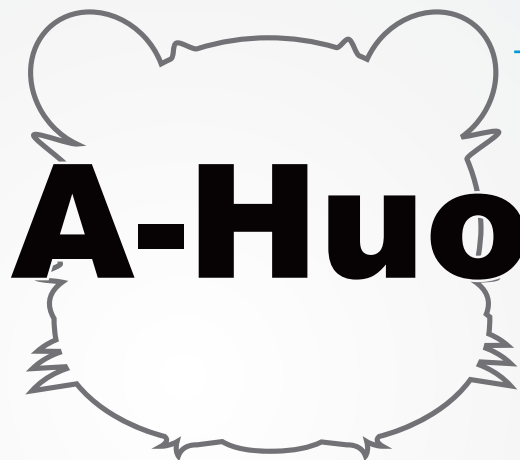
阿虎有其專屬標誌、向量2D圖示和立體3D圖示，建議在印刷時可使用其專屬標誌和向量2D圖示，立體3D圖示建議在數位媒體上呈現(因為有漸層陰影較適合)。阿虎可能會因為不同角度或動作姿勢有多種圖片，請注意胸口松川標誌和口袋的位置，且必須潤色標誌並修正顏色。



阿虎標誌

專利標誌

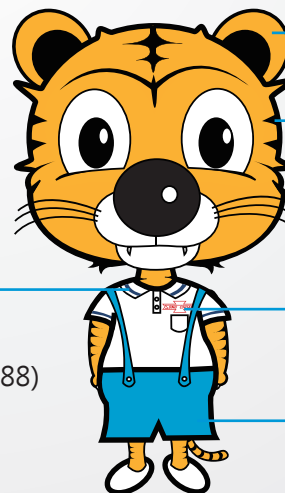
主要標誌



顏色：70% PANTONE Black
CMYK：0/0/0/70
RGB(HEX)：RGB 113/113/113 (#717171)

顏色：100% PANTONE Black
CMYK：0/0/0/100
RGB(HEX)：RGB 35/24/21 (#231815)

向量2D圖示
(印刷用)



CMYK：0/34/90/0
RGB(HEX)：RGB 249/184/22 (#F9B816)
CMYK：0/0/0/100
RGB(HEX)：RGB 35/24/21 (#231815)

顏色：100% PANTONE Violet
CMYK：100/100/0/0
RGB(HEX)：RGB 29/32/136 (#1D2088)

顏色：100% PANTONE 485
CMYK：0/100/100/0
RGB(HEX)：RGB 230/0/18 (#E60012)

CMYK：100/10/10/0
RGB(HEX)：RGB 0/151/210 (#0097D2)

阿虎標誌

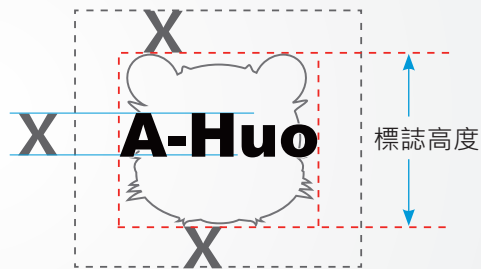
圖例

最小標誌尺寸：



印刷品2公分寬，電子媒體中為60 x 52像素。

標誌留白空間：



標誌每側需要“X”的留白空間高度
(“X”高度是標誌中第二字母的高度，或者標誌高度的1/4)。

向量2D/立體3D圖示：

在使用阿虎圖示時，畫面需放置公司標誌，
以及「© 2013 Song Chuan Precision Co., Ltd. All Rights Reserved.」文字。
(年份請依當時製作設計時修改)

阿虎標誌

圖例

在不同顏色背景中的標誌版本。

灰黑色標誌：



白色標誌：



唯一可接受的單色版本。

黑白標誌版本：



僅可選擇黑色或白色標誌時，請參照上面兩個可接受的版本。

不要為了通融不同的黑白選項，對標誌做任何更改。

如果只能用黑色或白色標誌，標誌應當始終看起來最亮。

品牌手冊 和使用指南

第四章：企業表格和相關物件

松川品牌不只是存在於對外形象或行銷，
另一個重要組成部分也包含到我們的企業內部文件表格和其他相關物件。
在這章品牌使用指南解釋部分是為了幫助確保一致性的品牌，
所以記住他們，當你要設計這些項目時。

一般信件	4.2
公司名片	4.4
公司識別證	4.5
電子郵件簽名	4.7
簡報母片	4.8
記事本	4.9
產品包裝外箱	4.10

一般信件

- 包括松川的標誌和標語（最小尺寸：2公分）。
- 始終將他放在左上角。標誌放置的規則，請參閱第2.10頁。
- 可接受的一個版本的彩色標識的信息，請參閱第2.12頁。
- 四周留邊，約標誌的4/3高。
- 如果印刷品包含可回收材料，請適時的放置標識和消息。

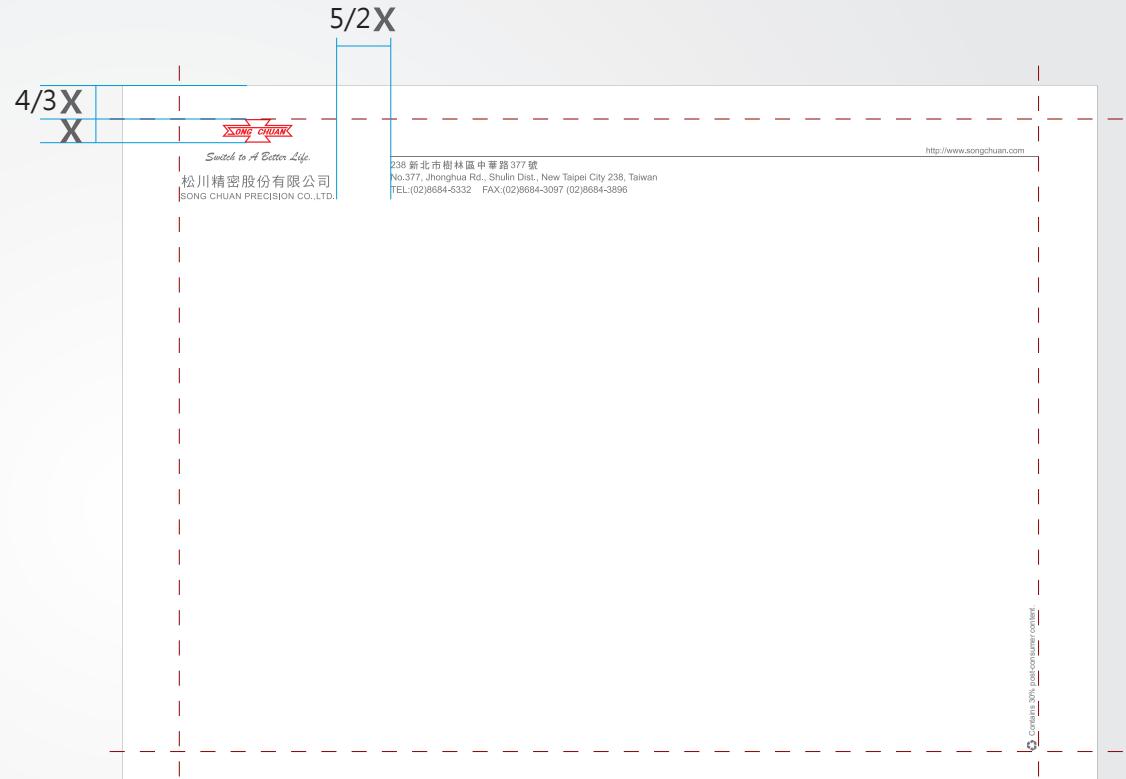
Contains 30% post-consumer content.

中文字型應為標準字型 **華康粗黑體**
英文及數字字型應為標準字型 **Arial**

238 新北市樹林區中華路377號
No.377, Jhonghua Rd., Shulin Dist., New Taipei City 238, Taiwan
TEL:(02)8684-5332 FAX:(02)8684-3097 (02)8684-3896

顏色

CMYK : 0/0/0/65





公司名片

公司名片不只代表了個人也代表了整個公司。
為了確保一致性和專業性的外觀，
所有的名片應該參考此範本。

注：此範本顯示可以使用的最大行數。
並不是每個名片都需使用此行數。

正面

 *Switch to A Better Life.*

研發部課長
王 小 明

松川精密股份有限公司
238新北市樹林區中華路377號
TEL:(00)0000-0000 Ext.0000
FAX:(00)0000-0000
E-mail:jack.wang@songchuan.com.tw
http://www.songchuan.com

Mobie:0000-000000

背面

 *Switch to A Better Life.*

Jack Wang
Supervisor R.DDept.

SONG CHUAN PRECISION CO.,LTD.
No.377, Jhonghua Rd., Shulin Dist., New Taipei City 238, Taiwan
TEL:886-0-0000-0000 Ext.0000
FAX:(00)0000-0000
E-mail:jack.wang@songchuan.com.tw
http://www.songchuan.com

Mobie:0000-000000

 *Switch to A Better Life.*

松川精密股份有限公司
台北總公司:238新北市樹林區中華路377號
電話:(00)0000-0000 Ext.0000
傳真:(00)0000-0000
台南聯絡處:台南市金華路一段484巷86弄14號
電話:(00)0000-0000 Ext.0000
傳真:(00)0000-0000
台中聯絡處:台中市西屯區福安10街47巷26號
電話:(00)0000-0000 Ext.0000
傳真:(00)0000-0000
E-mail:jack.wang@songchuan.com.tw
http://www.songchuan.com

內銷部經理
王 小 明

Mobie:0000-000000

 *Switch to A Better Life.*

Jack Wang
Manager
Domestic SalesDept.

SONG CHUAN PRECISION CO.,LTD.
No.377, Jhonghua Rd., Shulin Dist., New Taipei City 238, Taiwan
TEL:886-0-0000-0000 Ext.0000
FAX:(00)0000-0000
E-mail:jack.wang@songchuan.com.tw
http://www.songchuan.com

Mobie:0000-000000

公司名片

設計他們時請遵循以下準則。

11pt
王 小 明

13pt
松川精密股份有限公司

字型：文鼎粗黑
CMYK：100/80/0/0

7pt
研發部課長

6.5pt
238新北市樹林區中華路377號

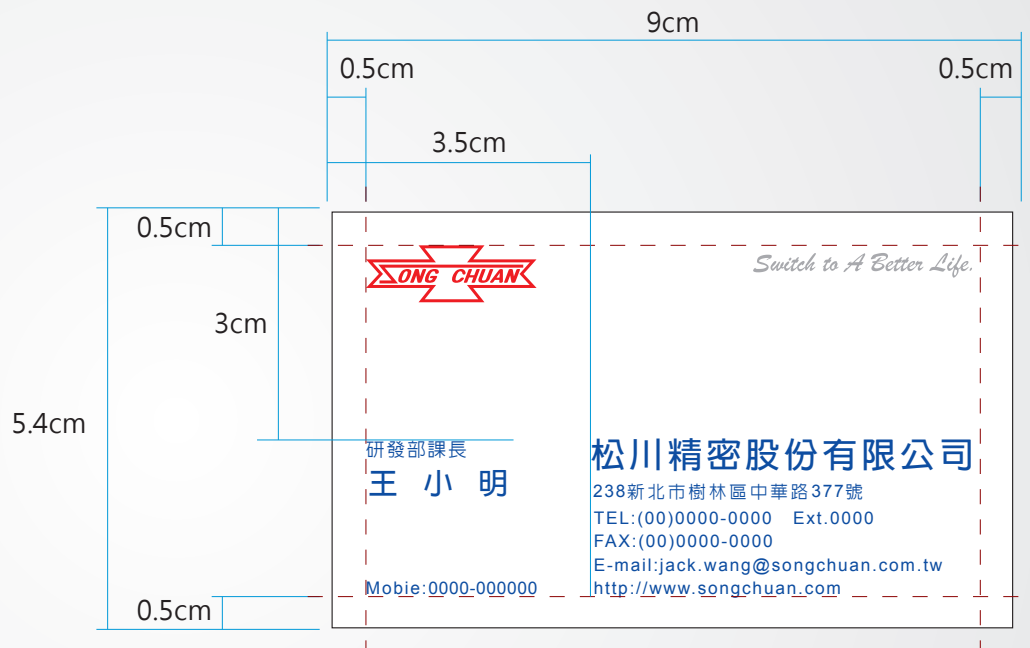
字型：文鼎中黑/數字：Arial
CMYK：100/80/0/0

6.5pt

6.5pt
TEL:(00)0000-0000 Ext.0000
FAX:(00)0000-0000
E-mail:jack.wang@songchuan.com.tw
http://www.songchuan.com

Mobie:0000-000000

字型：Arial
CMYK：100/80/0/0



2.2X0.7cm

CMYK：0/100/100/0

10pt

Switch to A Better Life.

字型：Brush Script MT
CMYK：0/0/0/40

公司識別證

公司的識別證是否一致性，可以看出此公司的一致和專業，所有的識別證應該參考此範本。

內部員工正面



臨時正面



來賓正面



背面

- 一、本卡限本人使用，提供出退勤或進出公司門禁刷卡使用，離職時，應繳還註銷。
- 二、遺失時應立即向人事部門報備，辦理補發，並繳交工本費。
- 三、本卡為個人識別使用，不得借予他人。
- 四、本卡請避免接近熱源，磁場及刮折損壞。
- 五、如拾獲本卡，煩請以電話通知本公司取回，TEL：(02) 8684-5332，轉人事部門。

公司識別證

設計他們時請遵循以下準則。



CMYK : 0/100/100/0

松川精密股份有限公司
SONG CHUAN PRECISION CO.,LTD.

CMYK : 0/0/0/100

Switch to A Better Life.

CMYK : 0/0/0/40

副董事長兼副執行長

字型：華康粗黑 6.5pt.

CMYK : 0/0/0/100

Vice President
Vice C.E.O.

字型：Arial 6.5pt.

CMYK : 0/0/0/100

吳頌仁

字型：華康行書 15pt.

CMYK : 0/0/0/100

Steve Wu

字型：Arial Black 7.5pt.

CMYK : 0/0/0/100

A033

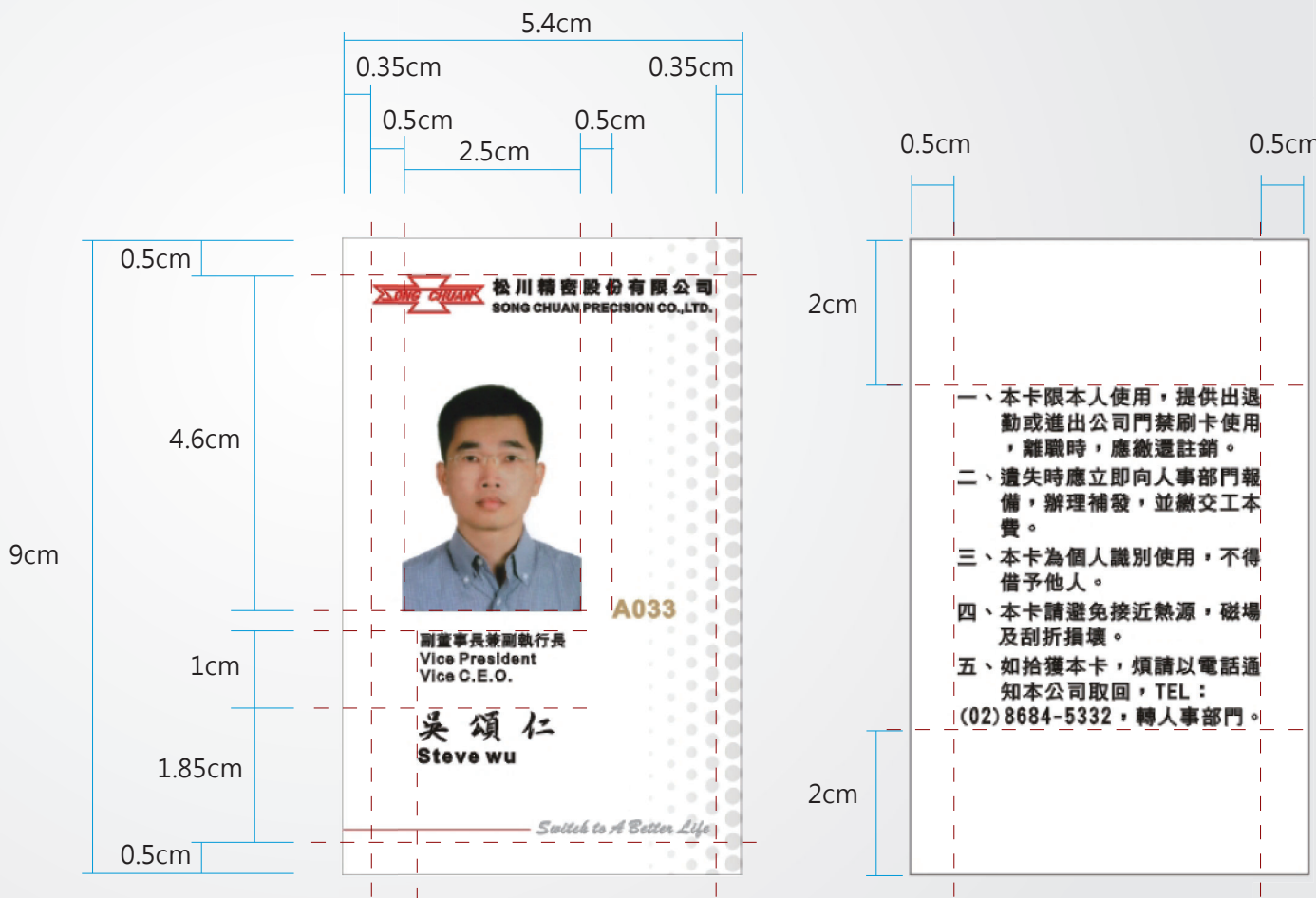
字型：Arial Bold 10pt.

CMYK : 34/37/60/0

一、本卡限本人使用...

字型：華康粗黑 8.5pt.

CMYK : 0/0/0/100



電子郵件簽名

電子郵件簽名就像個人名片一樣，
代表個人也代表了松川。
為了確保一致性的專業外觀，
所有的電子郵件應該盡可能和這個電子郵件簽名範本一樣。

注：

- 字型用新細明體、Arial和Comic Sans
因為他們是目前所有瀏覽器可提供的，
也是目前最相容的統一編碼 (Unicode) 字體。
- 簽名檔內容不應該加上公司承諾。
- 簽名檔內容不應該加上公司吉祥物。
- 簽名檔內容不應該加上個人座右銘。

制式文字: Comic Sans, 16px.,
RGB:0/0/255,#0000ff

中文姓名: 新細明體, 16 px.,
RGB:48/75/142,#304b8e

英文姓名: Comic Sans,
16px.,Italic
RGB:102/102/102,#666666

職稱: Arial, 12 px.

RGB:128/75/142,#804b8e

公司標誌及公司名 Image
272X26像素

電話: Arial, 10 px.,Blod

行動電話(選擇): Arial, 10 px.,
Blod

傳真: Arial, 10 px.,Blod

Email: Arial, 10/9 px.,Blod

公司網站: Arial, 10/9 px.,Blod

機密郵件訊息(選擇):

新細明體/Arial, 8 px.

RGB:160/160/160,#A0A0A0

Best Regards,

王小明 *Jack Wang*

Supervisor R.DDept.



Song Chuan Precision Co., Ltd.

TEL : +886-0-0000-0000 Ext:0000

FAX : +886-0-0000-0000

E-Mail : Jack.Wang@songchuan.com.tw

Home Page : <http://www.songchuan.com>

本通訊及其所有附件所含之資訊均屬機密，僅供指定之收件人使用，未經寄件人許可不得揭露、複製或散布本通訊。若您並非指定之收件人，請勿使用、保存或揭露本通訊之任何部份，並請即通知寄件人並完全刪除本通訊。網路通訊可能含有病毒，收件人應自行確認本郵件是否安全，若因此造成損害，寄件人恕不負責。

The information contained in this communication and attachment is confidential and is intended only for the use of the recipient to which this communication is addressed. Any disclosure, copying or distribution of this communication without the sender's consents is strictly prohibited. If you are not the intended recipient, please notify the sender and delete this communication entirely without using, retaining, or disclosing any of its contents. Internet communications cannot be guaranteed to be virus-free. The recipient is responsible for ensuring that this communication is virus free and the sender accepts no liability for any damages caused by virus transmitted by this communication.

簡報母片

目前批准用於PowerPoint簡報的母片
每一個包含封面、大標、內容、封底
此頁顯示母片版型(白色)

請保持記住以下原則。

原則：

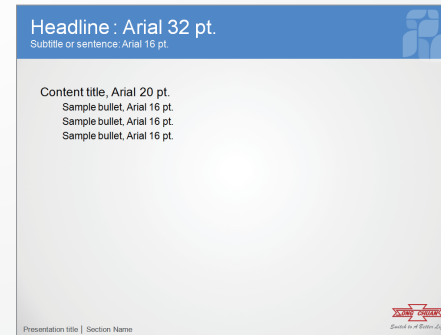
- 這個簡報母片版型有：藍、橘、綠、紫4種顏色選擇。還有深灰色和白色版本。
- 封面有你想選擇的顏色，包括CI元素，以及松川的標誌和標語。
- 大標頁的版型，包括上方色塊的顏色，在右上角的松川標誌和標語，以及一個可編修的簡報主題/大類名稱在左下角。
- 內容頁的版型，包括上方色塊的顏色，在右下角的松川標誌和標語，以及一個可編修的簡報主題/大類名稱在左下角。
- 封底的版型，包括3種阿虎感謝動畫，在右上角的松川標誌和標語，以及左下角公司基本資料，版權申明。
- 所有簡報中文字體建議使用微軟正黑體，英文使用Arial字體。詳細信息，包括字體大小，使用大膽，和其他元素（包括日期，演示標題，節名稱等），都被嵌入在PowerPoint的版型文件中皆可參考。



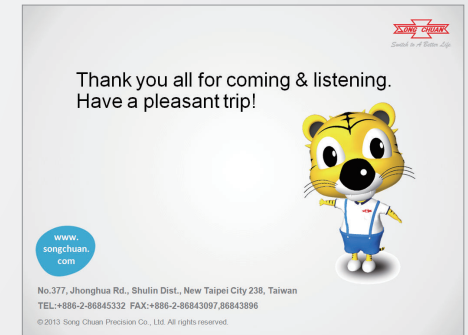
封面



大標頁



內容頁



封底

記事本

於每年印刷的松川記事本，
大小尺寸依當年需求設計，
內頁共3面需依照當時情況而做修改，
如：公司地址、電話、繼電器圖片...等

封面、封底



內頁需設計頁面



品牌手冊 和使用指南

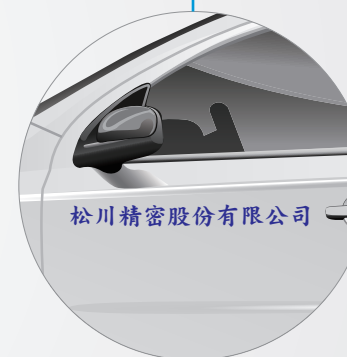
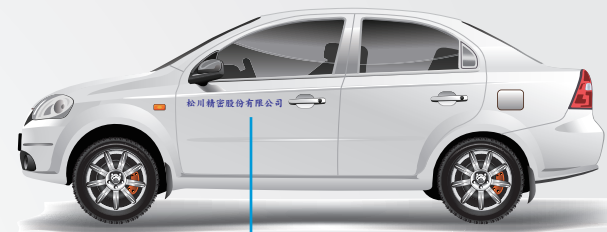
第五章：企業車輛和制服

此章節針對公司車輛以及公司制服做簡單的說明。

公司車輛	5.2
公司制服	5.3

公司車輛

- 公司車輛文字統一貼於前座車門兩側。
- 位置對齊於門把。
- 如車輛顏色屬於深色系，字型顏色使用白色。



車輛字型應為標準字型 華康特粗楷體

松川精密股份有限公司

顏色

CMYK : 100/100/0/0



公司制服

- 公司制服為白底，袖口及領口滾黑邊。
- 右胸前有口袋，上緣與鈕扣排下方切齊。
- 公司標誌統一放置於右胸前，口袋上方，至中對齊。



正面



背面

公司制服右胸前公司標誌



顏色 紅
CMYK : 0/100/100/0

T.W.N

顏色 黑
CMYK : 0/0/0/100

