



國際 同濟會 品牌指南

2016年2月更新



目錄

- 03 歷史
- 04 電梯簡報
- 05 座右銘
- 06 宗旨
- 07 定位及願景
- 08 品牌承諾
- 09 關鍵訊息
- 10 觀眾輪廓
- 14 標誌
- 19 色彩
- 20 字型
- 22 照片

同濟會品牌，含括對全世界社區的影響力，文字及行動喚起的情感等，共同決定大眾如何認識看待同濟會。品牌形象雖主要為大眾及媒體認知所形塑，品牌視覺意象則掌控在我們手中。這份品牌指南的用途是協助您在不同溝通領域中，持續有效活用品牌，讓品牌形象長駐觀眾心中！





百年精神 兒童優先

超越一世紀，同濟會讓各地孩子不論居住環境，都能享受探索好奇、擁有安全健康的生活。這是同濟會給予世界的獻禮。

2015

國際同濟會歡慶服務兒童一百週年

1996

建立第一個網站

1964

亞洲第一個同濟會
日本

1963

歐洲第一個同濟會
奧地利

1947

第一個同團社

1940

成立國際同濟基金會

1925

第一個同青社

1918

10,000 名會員

1915

歡迎來到這世界！

電梯簡報

兒童需要守護天使

國際同濟會協助全世界兒童。各地分會守護社區；世界總會迎向大規模挑戰，包含疾病與貧窮。我們奉獻無數時間；以創意開啓行動；熱情改變世界。更重要的是，開心享受每一刻。



我們的座右銘

照顧兒童 無遠弗屆



宗旨

國際同濟會支持社區，為兒童生命帶來長遠影響，
正面改變世界。



國際同濟會以長期思考，
帶領每日行動。

定位

國際同濟會結合世界各地有志之士，透過分會志願服務與募款行動的機會，共同為兒童生命帶來長遠的正向影響。

願景

國際同濟會將為全世界社群帶來正面影響——有朝一日，所有兒童將可以在信任、滋養、支持的社區中成長茁壯。



國際同濟會積極迎向全世界兒童與家庭面對的挑戰。

品牌承諾

我們的品牌能滿足潛在新成員的情感需求

豐富我們
服務的每
一個社區
提昇我們
互動的每
一位會員





關鍵訊息

目標

國際同濟會專注服務全世界兒童，支持新世代成長茁壯。

跨世代合作

國際同濟會透過跨世代合作，為全世界社區帶來轉變與延續。

多元創意

國際同濟會重視會員的創造熱忱，多元回應在地兒童需求。

更美好的世界

國際同濟會全球網絡由分會、會員及合作夥伴組成，致力為兒童開創更美好的世界。

觀眾輪廓

我們透過觀眾輪廓研究，發現以下三個人口族群，對同濟會宗旨特別有共鳴，可能成為潛在會員。

本研究訪談對象主要為北美地區使用英文的會員。



主要目標群

職場或 家庭主力

特徵

- 30 至 55 歲間的成人
- 以家庭或工作為重
- 年齡較輕者，可能為在家照顧兒童的父母親
- 年齡較長者，可能以事業發展為主，週間行程較滿
- 年輕時可能參與過社區服務，期待能持續或重新參與
- 經濟自立／自足
- 期待自主性
- 喜好電郵聯繫

賣點

- 改變在地社區的主動機會
- 回饋社區
- 與他們的孩子一同參與並啟發孩子的機會
- 認識社區其他相同志趣的朋友
- 商業聯誼／網絡擴大
- 具時間彈性的參與機會
- 運用不常用的技能
- 工作領域外的領導機會
- 與社區領袖攜手合作

痛點

- 時間缺乏彈性
- 缺乏重點的例會：浪費時間
- 忠誠未獲回應
- 管理方式太重視細節
- 需照顧年長父母

II 觀眾輪廓

我為何參與志願服務？

「回饋社區與擴大商業網絡的機會。」

為何選擇同濟會？

「我想要以啟發我自己、我的家庭及社區兒童的方式，回饋社區。」



資深志工

特徵

- 50 歲以上成人
- 空巢族
- 具有專業志工的心理素質
- 尋找有意義的事物，填補空閒時間
- 具有公民意識
- 可能長期參與志工活動，尋找更上層樓的參與機會
- 累積些許財富：比較傾向捐款或募捐支持，而非捲起袖子工作
- 喜歡面對面或電話溝通
- 認真工作：忠誠度高
- 自信
- 喜好管理他人
- 喜歡會議與架構

賣點

- 看重社會參與的價值
- 改變在地社區的主動機會
- 回饋社區的方式
- 與不同世代連結／重新連結
- 領導或影響後世的機會
- 運用工作上不常用或未曾學過的技能

痛點

- 感覺年輕一代未必重視他們的想法
- 嘗試新事物／與傳統不同的事物
- 健康：體力下降
- 親友的健康

我為何參與志願服務？

「我想以有意義、有趣的方式，在社區中留下影響。」

為何選擇同濟會？

「幫助兒童是持續行動、保持年輕、帶來改變的好方式。」

青年 專業人士

特徵

- 一般而言，20到30歲出頭
- 體力強健，活力奔放
- 事業剛起步
- 重視頻繁溝通／訊息回饋
- 數位／社交型溝通者
- 在全球化時代成長；思考全球化
- 情感及回應需求高
- 耐性低；須快速看到價值
- 參與須有回饋
- 習慣追求高標準；意志堅定

賣點

- 親自動手服務的機會
- 與同年紀夥伴進行有意義的志工服務
- 在地及全球進行精彩又有意義的活動
- 前人經驗分享
- 社交聯誼的機會，有助個人與事業發展
- 領導或負責的機會

痛點

- 無法快速看到影響／價值
- 感到想法未被長輩尊重
- 面對其他免費志工機會，還須繳納會費
- 「我能得到甚麼？」
- 佔用太多時間
- 容易失去興趣；覺得委員會等同停滯不前

我為何參與志願服務？

「帶來有意義、立即性影響，同時建立事業連結」

為何選擇同濟會？

「同濟會是知名的以兒童為主的全球服務性社團，擁有在地與國際的服務機會。」



Kiwaniis®

標誌、色彩 & 字型

使用標誌

標誌

國際同濟會標誌代表本會歷史
與歷久彌新的宗旨。
同時，也代表組織最新宣言。



同濟會標誌需要適當留白

不論您使用何種尺寸的文字標章，請以小寫「s」的字高為準，沿著字標周圍留下等距空白。

主要標誌

A 2-藍色及金色



A

1-藍色



1-黑色



反白



B 2-藍色及金色



變化形式

本標誌尚有以下兩種形式。

同濟會主要標誌在長期持續正確使用下，人們將習慣標誌形象，並開始辨識出貴會。因此在製作中，請務必包含同濟會標誌，開始建立您的品牌！

A 水平
製作時大多使用此款標誌。

B 垂直
這些標誌可用於垂直布條、書籤或長袖恤衫的袖子。

請勿使用非出於本書的標誌。

正式標誌讓大眾一眼望之，即可辨識。若標誌變形、拉長，就失去辨識能力，也影響同濟品牌的力量。

所有核定正式標誌均提供數種不同電子檔案形式，可下載使用。
請造訪：kiwanis.org，搜尋「標誌」。

其他形式

基金會與社服領袖育成專案標誌

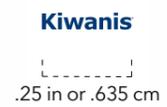


國際同濟基金會與國際同濟會社服領袖育成專案品牌識別與國際同濟會相似而獨特

宣導基金會或鼓勵大眾捐款支持時，請運用這些標誌。當您編印素材以支持青少年、大學生或身心障礙成年人活動時，也請運用這些標誌。國際同濟基金會標誌及使用方針，與國際同濟會品牌一致。當您編印素材介紹國際同濟基金會時，請以本指南為準。

各標誌與文字標誌均訂有最小尺寸限制，使用時請特別注意，勿小於規定。

不論我們曾攝取多少營養蔬果，小於最小尺寸的標誌，都難以辨識。



分會及區總會標誌



您是同濟家族一份子。

請讓同濟會標誌，成為貴會及區總會品牌的一部分。分會名稱請使用「Avenir Next LT Pro Regular」字型。若有任何疑問，請洽：brand@kiwanis.org。

強化同濟會品牌

請勿於貴會及區總會標誌上使用其他圖像。

分會及區總會名稱請保持於圖示虛線範圍內。

其他形式



左傾 15 度

同濟會別針

同濟會別針圖像，象徵承諾及同濟情誼。3D 圖像賦予深度，並添一分真實感。
此設計應視為延伸標誌，因此不須另加主要標誌或文字標誌。

同濟會別針圖像均採取左傾 15 度。雖然標誌傾斜角度可往左或右，但左傾角度讓「Kiwanis International」文字更易辨識。建議以左傾角度為主。

同濟會別針圖像均附加輕薄陰影效果，位於左下方。

同濟會別針圖像僅適用四色設計印刷。

同濟會別針圖像
訂有最小尺寸限制，
使用時請特別注意，
勿小於規定。



19 mm

其他形式



標章作為設計元素：
左傾 15 度



標章作為圖像：
正置，無傾斜。

標章

標章為國際同濟會的核心成分。

標章可用為設計元素之一，或單獨置於衣物或其他商品設計。作為設計元素之一，均採取傾斜 15 度。雖然標誌傾斜角度可往左或右，但左傾角度讓「Kiwanis International」文字更易辨識。建議以左傾角度為主。標章作為單一圖像時，可置於 T 恤、咖啡杯、棒球帽等商品上。請正置，無傾斜。

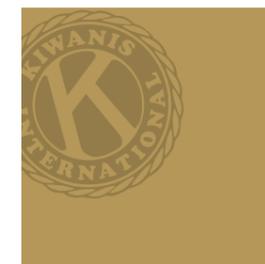
標章作為設計元素時，不須另加主要標誌或文字標誌。

標章最佳使用方式：
15% 的黑色或藍色刷淡



若置於重色背景之上，標章設計應斟酌調整色彩調和。（請見以下建議）

標章圖像亦可剪裁，但須維持其辨識程度。



黑色 20%，混和圖層 100%



黑色 30%，混和圖層 100%



黑色 90%，正常

色彩

國際同濟會品牌運用沉穩深藍與
金屬金，創造豐厚圖像。

PMS: PANTONE 295 大學藍
CMYK: 100, 70, 0, 40
RGB: 0, 57, 116
HEX: 003874

PMS: PANTONE 291 標準淡藍
CMYK: 37, 8, 1, 0
RGB: 154, 202, 235
HEX: 99CAEA

PMS: PANTONE 872 金 (金屬光)
CMYK: 20, 30, 70, 15
RGB: 180, 151, 90
HEX: B49759

PMS: PANTONE 黑
CMYK: 0, 0, 0, 100
RGB: 0, 0, 0
HEX: 000000

PMS: PANTONE 6 冷灰
CMYK: 35, 29, 28, 0
RGB: 170, 169, 170
HEX: A9A8A9

國際同濟會品牌採用以下新字體
以傳遞穩重、友善親切的意象
請遵循以下字型相關標準。

**Knockout
HTF67 FullBantamwt**
用於主標題，須全部大寫。

**Knockout
HTF69 FullLiteweight**
用於次標及其他說明文字，須全部大寫。

**Avenir Next LT Pro
粗體**
用於專欄短文、圖說或長文開頭段落
(全部大寫)。

**Avenir Next LT Pro
正常**
用於專欄短文、圖說或長文開頭段落
(全部大寫)。

**Adobe Garamond
正常**
用於長篇、跨頁及論述文章。

**Adobe Garamond
斜體**
用於長篇、跨頁及論述文章。

Knockout HTF67 FullBantamwt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

Knockout HTF69 FullLiteweight

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

Avenir Next LT Pro 粗體

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

Avenir Next LT Pro 正常

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

Adobe Garamond 正常

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

Adobe Garamond 斜體

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
1234567890 +-/=. ,?!@#\$%^&*()_`~**

KNOCKOUT HTF67 用於主標題

KNOCKOUT HTF69 用於次要標題

OLUPTAMUS, TECESSI ANT INCITAM VOLOPERUM QUIS AUT MAGNIMIL INUM NONSEQUE DOLOREICIM REPRATESTIO. QUI QUI DERRUM QUIBUS VELITAT. OCCULLU PTASPEDIA ACCUS. ONSECEP.

Oluptamus, tecessi ant incitam voloperum quis aut magnimil inum nonseque doloreicim repratestio. Qui qui derrum quibus velitat. Occullu ptaspedia accus. Onseceped sita doluptatas aut ipsam estio. Obis ipsus, et optamen ditatus dolesent quunt pel esto beatibusdaeped qui omni odiorum re moloritatum qui voloreius dolendunt as aut omni debitat pliquam, explaborum nullese pa dolo odia sit pore ma alitatemodic test eniet ma re nonsequas aborionserum nostis esciendae volorrovid et doles dem alitissimi, solo magnimi.

Ncimusam, eos maiorumque vollendi que volupta tibustemod maionestio. Itationsent.Nis eumqui volorem porepro tentibea cuptionseque dentem. Et essitate consequ iatibus aut aut quasi anit, aut voluptus erae endae none exerisc illaut eatem doluptatem quiae sus aboritatis idipictatia consed quo corest, aspit, od quid quiam conet, que es ea dignament lis quatur sectiam, occus cus. Nest, occum andem aut experovit a simagnatur ma sam haritem quibus nos is molorerferum quidere porrum inctio eos ilit faccabo ritium facillorum aliquiatent

Essit aniendi tatur, sam. Folendunt as aut omni debitat pliquam, explaborum nullese pa dolo odia sit pore ma alitatemodic test eniet ma re nonsequas aborionserum nostis esciendae volorrovid et doles dem alitissimi, solo magnimi ui qui derrum quibus velitat. Occullu ptaspedia accu solo magnami aru

主標題

Knockout HTF67 適合少量運用，全體大寫。此範例使用 80 級字，緊縮的 64 級行距。

SubHeads

Knockout HTF69 全大寫時，與主標字體十分協調。範例為 21 級字。

短文或文章起頭

Avenir Next LT Pro 正常，用於文章起頭段落，全大寫，10 級字，16 級行距。亦可用於文章簡短段落或圖說。（標題須使用 Knockout 字體）

粗體

Adobe Garamond 正常，此處使用 10.5 級字搭配 16 級行距，以達最佳閱讀效果。可用於長篇、跨頁及論述文章。

無法取得這些 主要字體？

內部溝通及分會需求，請使用以下選項

AB

Haettenschweiler

取代 Knockout HTF67 & HTF69

用於主標題及次標，須全部大寫。

Aa

Arial
粗體

取代 Avenir Next LT Pro Bold

用於專欄短文、圖說或長文開頭段落（全部大寫）。

Aa

Arial
正常

取代 Avenir Next LT Pro Regular

用於專欄短文、圖說或長文開頭段落（全部大寫）。

Aa

Georgia
正常

取代 Adobe Garamond

用於長篇、跨頁及論述文章。

Aa

Georgia
斜體

取代 Adobe Garamond Italic

用於長篇、跨頁及論述文章。



照片

孩子們充滿好奇 歡樂與愛

他們同時也是髒兮兮、無懼與狂野的。照片應盡量捕捉孩子真實的一刻。這類照片表示同濟會了解並擁抱每個孩子自我表達與探索世界的需求。

研究顯示在全球所有慈善行動中，兒童機構是大眾最樂意支持的對象。擁擠的市場環境裡，想要區別同濟會與其他兒童慈善團體，照片將是我們廣告宣傳時的重要助力。好照片透過場景、構圖與主題，片刻傳達獨特的故事氛圍。

妥善運用之下，照片可以生動呈現同濟會讓志工可以親自動手服務，體驗服務兒童過程中許多甜蜜有趣的時刻。滿足的時刻。

請慎選照片，並妥善保管您使用的照片。



同濟會員 領袖、執行者 與倡議者

廣告溝通著重捕捉真實一刻，出版品、文宣及分會訊息等一般溝通所用的照片，仍應呈現眾人攜手合作、創造成果的意象。

謹記，大照片代表更好的印刷品質。請將您的相機設定在 2400x3600 畫素；最低請勿小於 1600x1200 畫素。手機相機可能無法提供此功能。

服務

會議與演講可能缺乏活動場景。好的照片構圖建議：照片主角請置於一側，而非中心。

領袖

照片是展現同濟服務充滿樂趣的最佳方式。避免靜物或靜止不動的人像攝影。最好的照片是以活動中的人物為焦點。

聯誼

展現同濟人的行動。當您在會議或活動中攝影時，請捕捉人們反應或互動時的臉部表情。

攝影師名單

建議可與當地其他分會合作，彙整一份攝影師名單，協助您的活動攝影需求。

