

#台灣農產 唯一選擇

Identity System Design Manual

視覺識別系統使用規範手冊

March.2026

ver.02

Embracing Taiwan's Diverse Agricultural Treasures

擁抱各式各樣的台灣農產好物

關於本視覺識別系統手冊

這本手冊可於機關內以及外部合作夥伴/設計師使用，
用於傳遞、溝通標語的各種層面，
其目的在於讓視覺設計者以及執行者可以了解如何表現標語。

本手冊包含：**A. 識別策略** **B. 識別應用**

使用手冊時，必須遵守以下三點規定：

1. 須遵從識別策略基礎。
2. 須忠實呈現基本設計元素。
3. 須使用原始檔案加以設計套用。

手冊與檔案載點



應用基本原則

所有內容與素材必須承續識別核心策略，並藉由一致地曝光，達到有效的視覺溝通。

進行視覺溝通時的基本原則如下：

1. 須設定清楚的溝通目的，並明確且有效率地執行。
2. 須奠基於識別策略與識別應用系統傳遞形象。
3. 須充分了解識別系統與設計物的關聯性，並以高標準的設計與外界溝通。

以上三點原則必須貫徹了解與執行，

若需求超出了本手冊的規範，則須謹慎考慮以下五點：

1. 目的為何？
2. 對象為何？
3. 用於哪些環境？
4. 大眾將如何看這些設計物？
5. 與其他設計物的關聯為何？

在執行前，必須充分了解視覺識別系統的內容，以及長期使用之目的性，讓標語的應用更全面與多元。

Content 目錄

01	Slogan Concept 標語概念	P.05-08
02	Identity Fundamentals 識別基礎型	P.10-14
	2.1 主要識別 Core Identity	
	2.2 基礎型字體 Fundamental Typeface	
	2.3 間距規範 Spacing Guidelines	
	2.4 淨空範圍 Clear Space	
	2.5 最小規範 Minimum Size	
03	Identity Variations 識別變化型	P.16-28
	變化型總覽 Variation Overview	
	3.1 框架變化 Framework Adaptation	
	3.2 內容變化 Content Variations	
	3.3 錯誤示範 Incorrect Usage	
04	Application Guidelines 應用規範	P.30-33
	4.1 應用規範 Application Guidelines	
	4.2 應用範例 Application Examples	
05	Digital Applications 數位應用	P.35-45
	數位應用總覽 Digital Applications Overview	
	5.1 主標搭配標語 Tagline with Title	
	5.2 標語單獨呈現 Standalone Tagline	

01

Slogan Concept

標語概念

概念介紹

本標語希望透過簡潔有力的識別形式，將臺灣所擁有的豐富多元的農林漁牧資源與在地好物帶出，以#Hashtag作為串聯符號，象徵分享、擴散與參與，使不同產品、產業與活動在同一識別架構下被辨識與連結。它不僅承載既有成果，更擁抱多元創新與跨域可能，讓傳統與新創、地方與國際在同一語境中並存共榮，將分散於各領域的成果匯聚為共同價值，形成代表臺灣品質、包容力與產業實力的識別語言。

未來此標語將廣泛應用於各類宣傳推廣與公共活動之中，透過持續且一致的使用，逐步累積識別能量，建立高度辨識度與信任感。最終發展為整合臺灣好物形象的核心識別系統與象徵符碼，使其成為代表品質、自信與國家產業實力的標誌性符號。

#Hashtag

#標出好東西

Sharing & Amplification

分享、擴散

聚焦議題、擴大影響

Iconic Symbol

標誌性符號

形塑國家品牌符號、凝聚信任象徵

Embodying Diversity

乘載多元

匯聚多元產業能量

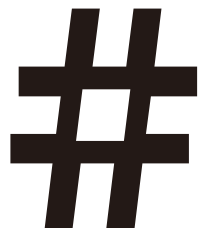
台灣



擁抱



Hashtag



#台灣農產 唯一選擇

#台灣農產 唯一選擇

此識別為**基礎型態**，作為所有應用之基準。

因應不同主題與宣傳需求，系統亦可在**既有規範架構下發展多元延伸應用**。於維持整體識別一致性的前提下，提供具彈性的運用方式，使系統得以持續發展並展現多樣化的表現可能。

02

Identity Fundamentals

識別基礎型

2.1 Core Identity

2.1 主要識別

標語主要識別以#Hashtag作為概念起點，標出台灣的農產好物，並結合T+擁抱意象，乘載台灣的不同可能性。整體結構穩定且易於辨識，同時保留內容替換與形式延展的彈性，作為後續變化應用之核心基準。

#台灣農產 唯一選擇

2.2 Fundamental Typeface

2.2 基礎型字體

基礎型字體採用開源字體 Noto Sans TC，具高度可讀性與清晰結構，適用於多元媒介與尺寸應用，確保識別一致與文字辨識度。

標語主體

思源黑體 Noto Sans TC Bold

#台灣農產 唯一選擇

標語內文

思源黑體 Noto Sans TC Medium

標語內文

思源黑體 Noto Sans TC Medium

此頁為基礎型字體，多樣延伸詳見索引

參考索引 | P.16-28

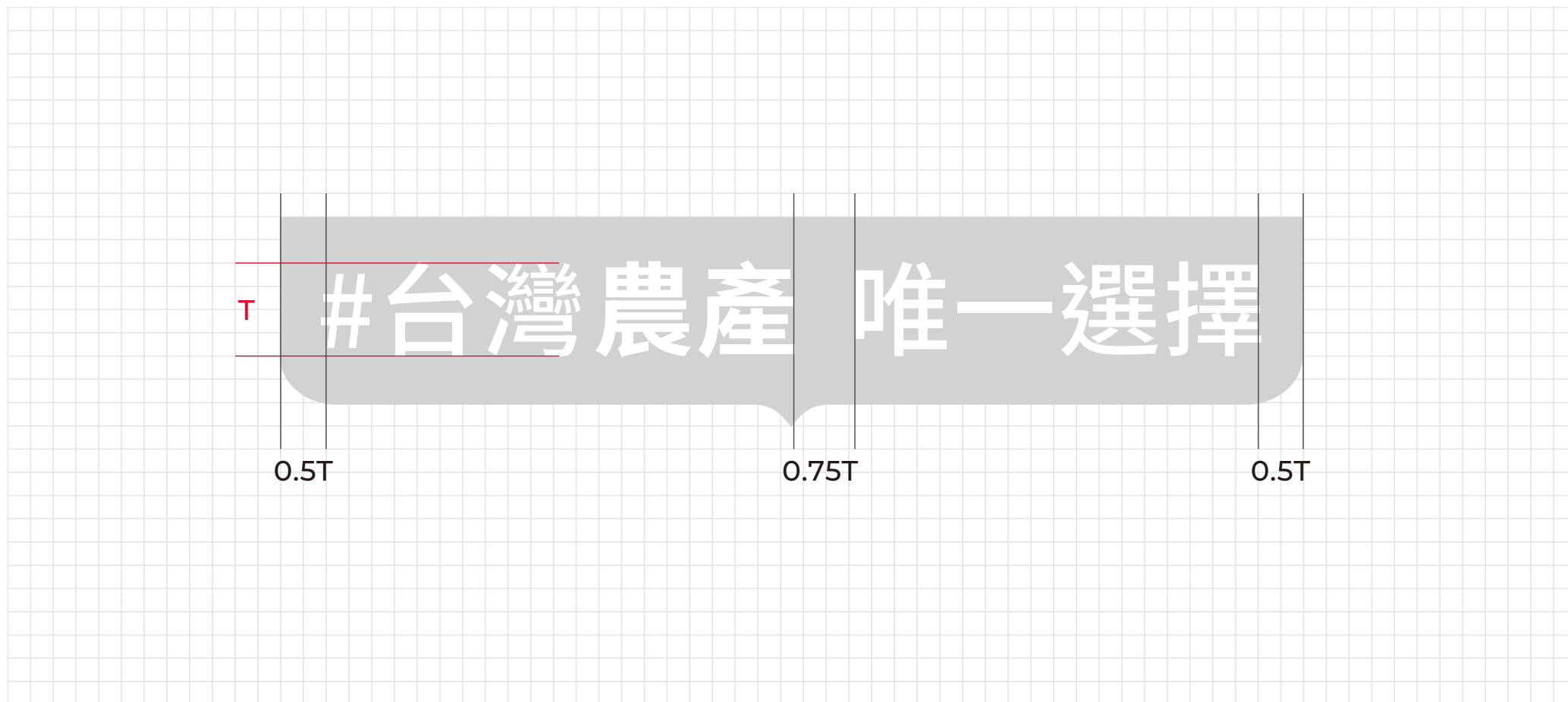
Chapter.03 識別變化型

2.3 Spacing Guidelines

2.3 間距規範

標語由兩段語句構成，須維持明確前後關係與視覺比例。

將主要識別中的「台灣」之高度作為「T」，前後語句之間應保留固定間距（0.75T），標準間距請參照規範，以確保語意清晰與識別穩定性。

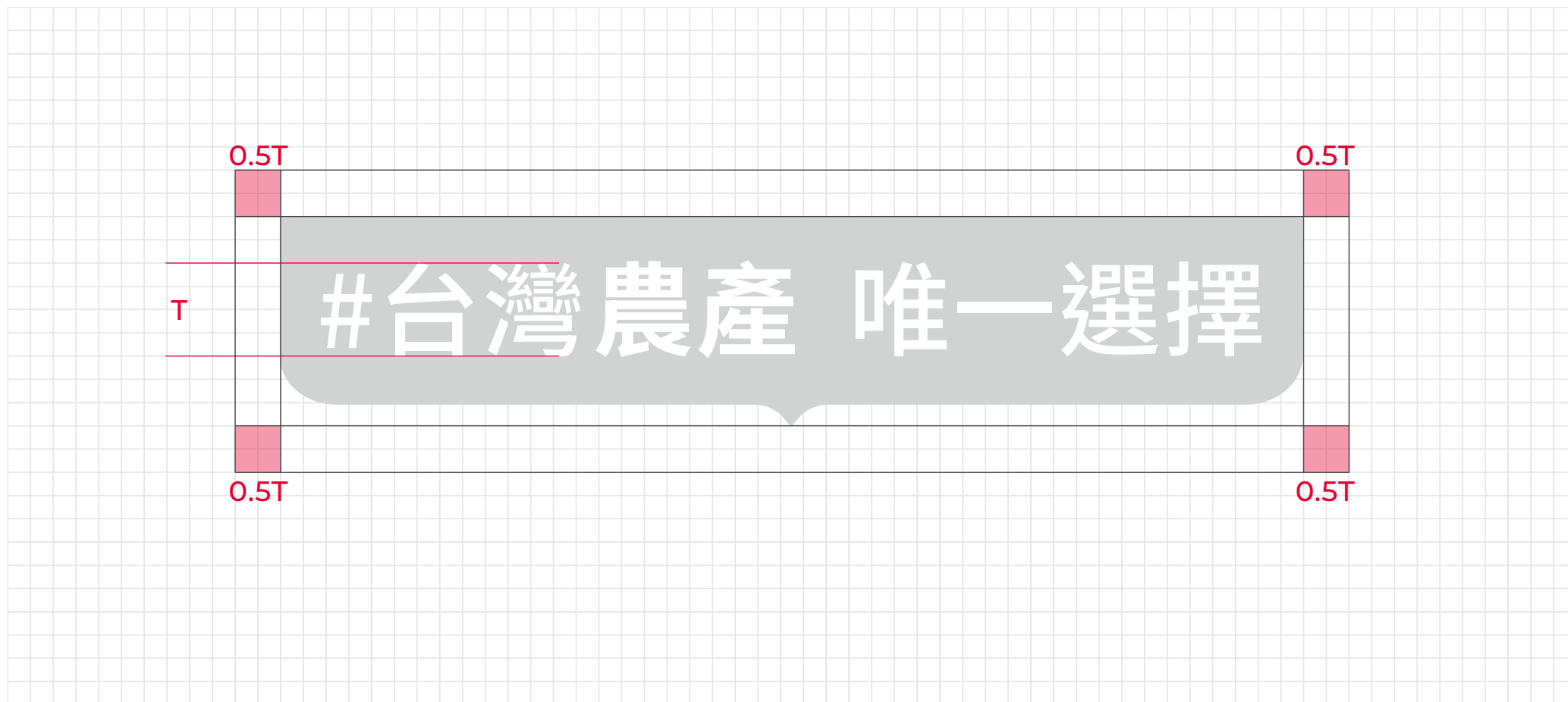


2.4 Clear Space

2.4 淨空範圍

識別四周須保留至少0.5T之淨空範圍，以確保識別清晰可辨。

淨空區域內不得置入其他文字、圖像或視覺元素，以維持標語之完整性與獨立性。



2.5 Minimum Size

2.5 最小規範

識別於印刷應用時最小高度不得低於4mm；於數位螢幕呈現時最小高度不得低於100px，以確保文字清晰可讀與識別完整性。



T #台灣農產 唯一選擇

T ≥ 100px

螢幕解析度



T #台灣農產 唯一選擇

T ≥ 4mm

印刷品

03

Identity Variations

識別變化型

Variation Overview

變化型總覽

本標語識別系統包含兩種變化方向：框架變化與內容變化。

透過形式、內容與承載元素的調整，在維持識別結構與辨識度不變之前提下，靈活因應不同主題與應用情境。

Framework Variation

A 框架變化



#台灣  唯一選擇



Content Variation

B 內容變化

#台灣  唯一選擇

#台灣  唯一選擇

#台灣  唯一選擇

#台灣 農業部 唯一選擇

#台灣  唯一選擇



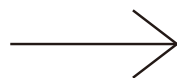
3.1 Framework Adaptation

3.1 框架變化

在保留識別框架與結構之原則下，可依活動主視覺需求調整框架底色、風格、框形等，以維持識別一致性與視覺彈性。



框架變化形式



a. 框底
調整框架配色或調整底圖



b. 風格
維持框架外形，
因應視覺調整風格



c. 框形
因應視覺，
調整框架造形或排版

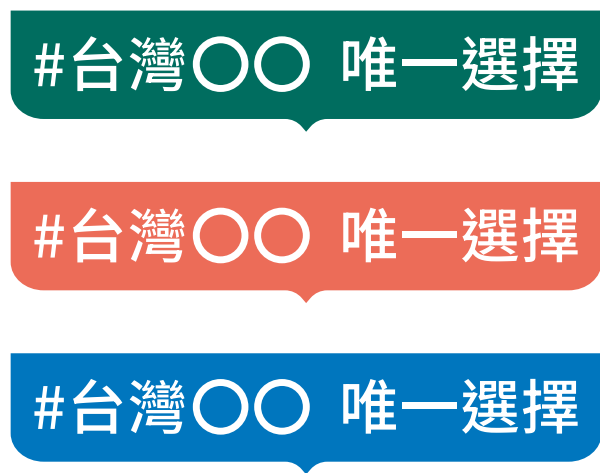


3.1.a Background

3.1.a 框底

可依主視覺色彩系統調整框架底色，或透過圖片、質感等方式調整風格，使標語與整體畫面形成協調關係，在保有識別結構不變與文字明視度前提下，因應不同主題調整變化。
漸層使用時，可使用單色延伸、相鄰色搭配或對比色等，並確保文字易讀性，設計時應控制色數，並注意色度與明度的對比，避免標誌識別受到影響。

範例一 | 純色



範例二 | 漸層

建議使用2-3種色彩，過多顏色容易顯得雜亂。



範例三 | 改變底圖、質感



•••
更多可能性

3.1.b Style

3.1.b 風格

可依主視覺風格透過圖紋、質感或插畫效果等調整風格，在保有框架外形與文字明視度前提下，因應不同主題調整變化。

範例一 | 剪貼質感



範例二 | 圖紋效果



範例三 | 插畫風格



● ● ●
更多可能性

3.1.c Frame Shape

3.1.c 框形

因應視覺需求，可調整下方尖角位置與文字行數，在尖角維持於下方與識別結構不變前提下，因應不同主題調整變化。

範例一 | 尖角位置改變

只能位於框架下方



#台灣○○ 唯一選擇

範例二 | 兩行排列

維持置中



#台灣○○
唯一選擇

範例三 | 傾斜

僅限於標題為傾斜時，跟隨標題傾斜度數



#台灣○○ 唯一選擇



更多可能性

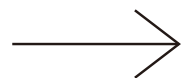
3.2 Content Variations

3.2 內容變化

在維持框架比例與整體結構之原則下，內容可替換為圖形、視覺標準字或其他視覺元素，使標語成為具彈性的識別載體，支援多元延伸應用。



內容變化形式



a. 改變文字顏色

#台灣○○ 唯一選擇

b. 改變文字字型

#台灣豬肉 唯一選擇

c. 標準字替換

#台灣農業部 唯一選擇

d. 圖形替換



e. 主體重點標注

#台灣農產 唯一選擇

3.2.a Text Color Variation

3.2.a 改變文字顏色

可依主視覺色彩系統調整局部文字或整體文字配色，在保有識別結構不變與文字明視度前提下，因應不同主題調整變化。

範例一 | 整體改色



#台灣○○ 唯一選擇

範例二 | 標語主體改色



#台灣○○ 唯一選擇

範例三 | 內文與主體不同色



#台灣○○ 唯一選擇

• • •
更多可能性

3.2.b Typeface Variation

3.2.b 調整字型

可依主題調性需求調整局部字型或整體字型，在保有識別結構不變與規範前提下，因應不同主題調整變化。以下以 Noto Sans TC 與 Noto Sans Serif TC 為例，也可調整為其他字型或手寫字。

範例一 | 標語主體更改字體

#台灣農產 唯一選擇

範例二 | 文字整體更改字體

#台灣農產 唯一選擇

範例三 | 更改內文字型

#台灣農產 唯一選擇



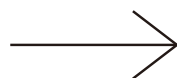
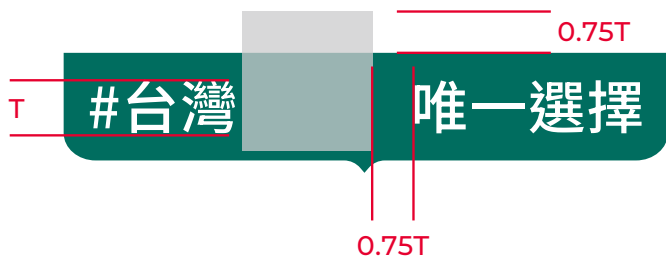
更多字型可能性

3.2.c Logotype Variation

可依應用主題需求，將主體替換為主視覺標準字，在保有識別結構不變與規範前提下，因應不同主題調整變化。

3.2.c 標準字替換

標準字範圍 |
破格高度不可大於0.75T
與後句間距需維持0.75T



範例一



範例二



範例三



● ● ● 更多可能性

3.2.d Graphic Variation

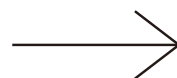
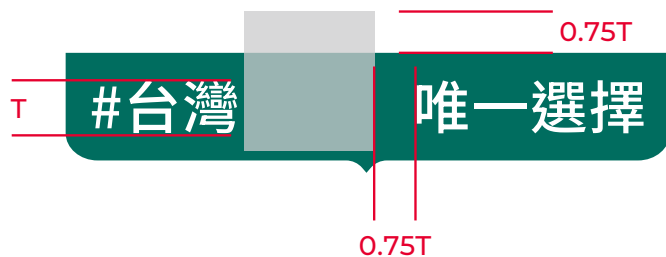
可依應用主題需求，以圖像取代主體，在保有識別結構不變與規範前提下，因應不同主題調整變化。

3.2.d 圖形替換

圖形範圍 |

破格高度不可大於0.75T

與後句間距需維持0.75T



範例一



範例二



範例三



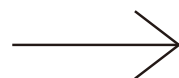
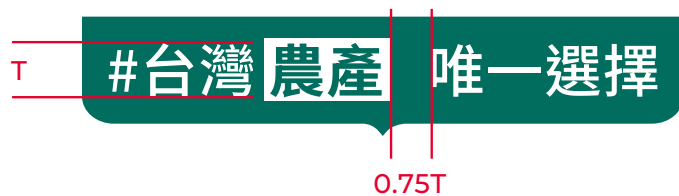
●●● 更多可能性

3.2.e Primary Format Highlight

可依應用主題需求，調整主體框架形式，在保有識別規範與文字明視度前提下，因應不同主題調整變化。

3.2.e 主體重點標註

間距範圍 |
與後句間距需維持0.75T



● ● ● 更多可能性

3.3 Incorrect Usage

3.3 錯誤示範

以下為標語之錯誤使用範例，包含變形、比例錯誤、任意改色或破壞結構等等。任何應用皆不得偏離規範，以維持識別一致性與品牌完整性。

⊘ 未依循間距規範



⊘ 未置中



⊘ 尖角位置錯誤



⊘ 缺少#



⊘ 缺少尖角



⊘ 圖文比例不符



⊘ 鏡像



⊘ 不符變化規範



⊘ 任意更改標語次序



⊘ 超過行數規範



⊘ 製作陰影



3.3 Incorrect Usage

3.3 錯誤示範

以下為標語之錯誤使用範例，包含變形、比例錯誤、任意改色或破壞結構等等。任何應用皆不得偏離規範，以維持識別一致性與品牌完整性。

⊘ 主體位置錯誤



⊘ 文字明視度過低



⊘ 無法辨識出基本框架



⊘ 與背景色過於接近



⊘ 未符合變化規範



⊘ 標語明視度過低



04

Application Guidelines

應用規範

4.1 Application Guidelines

4.1 應用規範

標語須置於主視覺標題上方，採置中或與標題左右對齊方式排列。

標語寬度建議介於標題寬度之 $1/3X$ 至 $1X$ 之間，

與標題之間距離應維持 $0.5T$ 至 $1.5T$ 範圍內，以確保版面比例平衡與識別清晰。

寬度介於主視覺標題 $1/3X \sim 1X$ 之間



與標題間距介於 $0.5T \sim 1.5T$ 之間



X

4.1 Application Guidelines

4.1 應用規範

標語須置於主視覺標題上方，採置中或與標題左右對齊方式排列。

標語寬度建議介於標題寬度之 $1/3X$ 至 $1X$ 之間，

與標題之間距離應維持 $0.5T$ 至 $1.5T$ 範圍內，以確保版面比例平衡與識別清晰。

T #台灣農產 唯一選擇

0.5T~1.5T

主視覺標題

範例一 | 齊左

#台灣農產 唯一選擇

主視覺標題

範例二 | 置中

#台灣農產 唯一選擇

主視覺標題

範例三 | 齊右

4.2 Application Example

4.2 應用範例

本頁示範標語識別於不同視覺中的應用方式。

當畫面設置主視覺標題時，標語應依規範置於主標題上方，並依版面需求採置中或與主標左右對齊之方式排列。



4.2 Application Example

4.2 應用範例

本頁示意標語與主視覺於活動背板之應用情境。

當畫面設置主視覺標題時，標語應依規範置於主標題上方，並依版面需求採置中或與主標左右對齊之方式排列。



05

Digital Applications

數位應用

Digital Applications Overview

數位應用總覽

本章節著重於標語在數位內容中的呈現方式，例如影片、廣告或其他媒介，以確保品牌訊息在不同數位平台上皆能維持一致辨識。依畫面類型，標語可搭配主標使用，或於無主標情境下獨立呈現。透過清楚的版面位置與比例規範，使標語在各類數位內容中保持良好的可讀性與視覺平衡，同時延續品牌整體識別系統的一致性。

Tagline with Title

A 主標搭配標語

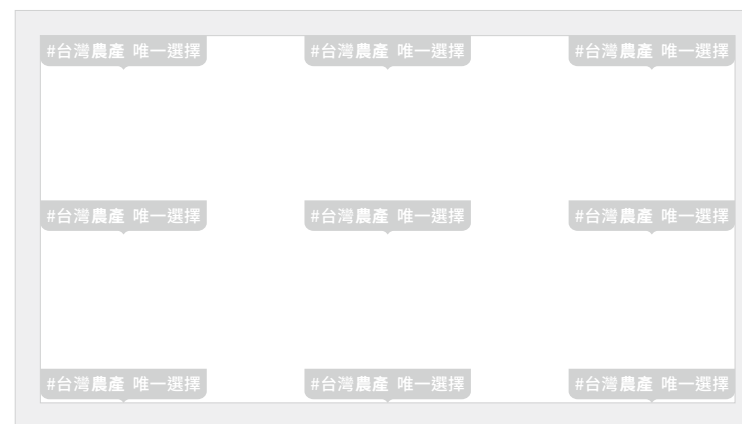
畫面設定具有主標題時，須以主標搭配標呈現



Standalone Tagline

B 標語單獨呈現

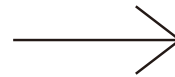
畫面設定不具有主標題時，標語須呈現於規範位置



5.1 Tagline with Title

5.1 主標搭配標語

於數位內容中，當畫面具有主標時，標語應依規範置於主標上方，並與主標一併呈現，此應用方式適用於各類數位傳播情境，如影片畫面、活動宣傳、社群貼文或數位廣告等。



a. 動態影片

標語於主標於畫面出現時，一併出現
ex：介紹影片、記者會等



b. 社群宣傳

標語依照規範跟隨主標
ex：廣告圖、社群貼文等



5.1 Tagline with Title

5.1 主標搭配標語

搭配主標時，標語須置於主標題上方，採置中或與標題左右對齊方式排列。

標語寬度建議介於標題寬度之 $1/3X$ 至 $1X$ 之間，與標題之間距離應維持 $0.5T$ 至 $1.5T$ 範圍內，並大於版面總寬一定比例，以確保版面比例平衡與識別清晰。



5.1 Tagline with Title

5.1 主標搭配標語

搭配主標時，標語須置於主標題上方，採置中或與標題左右對齊方式排列。

標語寬度建議介於標題寬度之1/3X至1X之間，與標題之間距離應維持0.5T至1.5T範圍內，並大於版面總寬一定比例，以確保版面比例平衡與識別清晰。



橫式版面



直式版面



方形版面

5.1.a Motion Video Example

5.1.a 動態影片範例

本頁示範於動態影片內容中，當畫面設置主視覺標題時之標語應用方式。
當主標題出現時，標語應依規範一併呈現，若主標於不同段落或分鏡中多次出現，標語亦應隨主標同步呈現，以建立穩定的品牌辨識與閱讀節奏。



5.1.b Social Media Example

5.1.b 社群宣傳範例

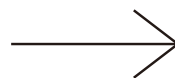
本頁示範於社群宣傳內容中，當畫面設置主視覺標題時之標語應用方式。



5.2 Standalone Tagline

5.2 標語單獨呈現

於數位應用中，如未設定主標時，標語可作為視覺識別元素，於畫面中依版面需求彈性安排，得置於版面九個位置之任一區域，並確保標誌與邊緣的安全範圍，以維持畫面構圖之平衡與視覺節奏。



a. 動態影片

標語於片頭或片尾擇一出現

ex：形象影片、採訪影片等



b. 廣告宣傳

標語依照規範出現於畫面之中

ex：廣告圖等

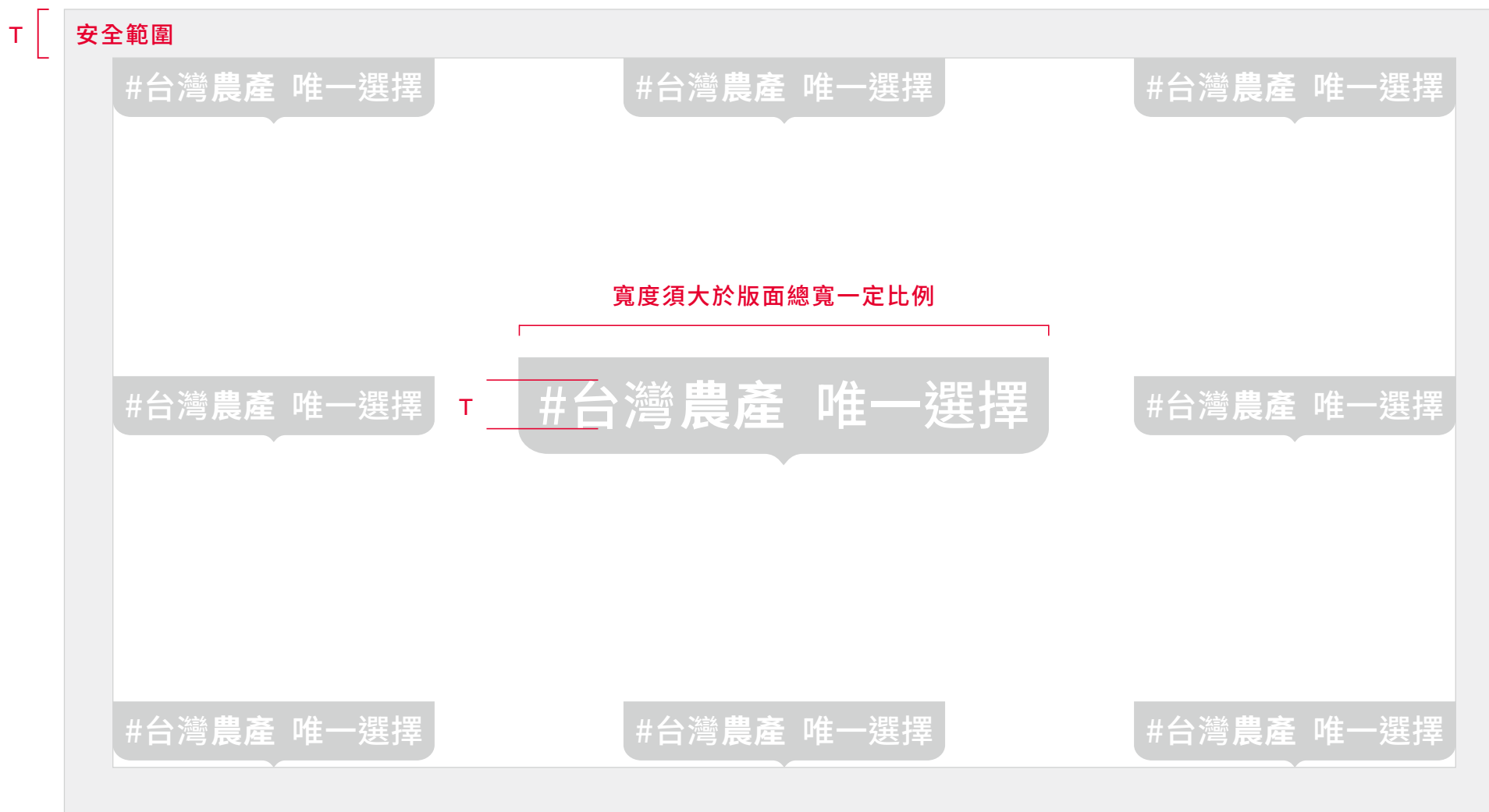


5.2 Standalone Tagline

5.2 標語單獨呈現

於無主標情境中，標語可作為畫面中的視覺識別，依版面需求彈性安排其位置。

標語得置於版面九個位置之任一區域，並應保留與畫面邊界之安全距離，以維持整體構圖之平衡與視覺節奏。

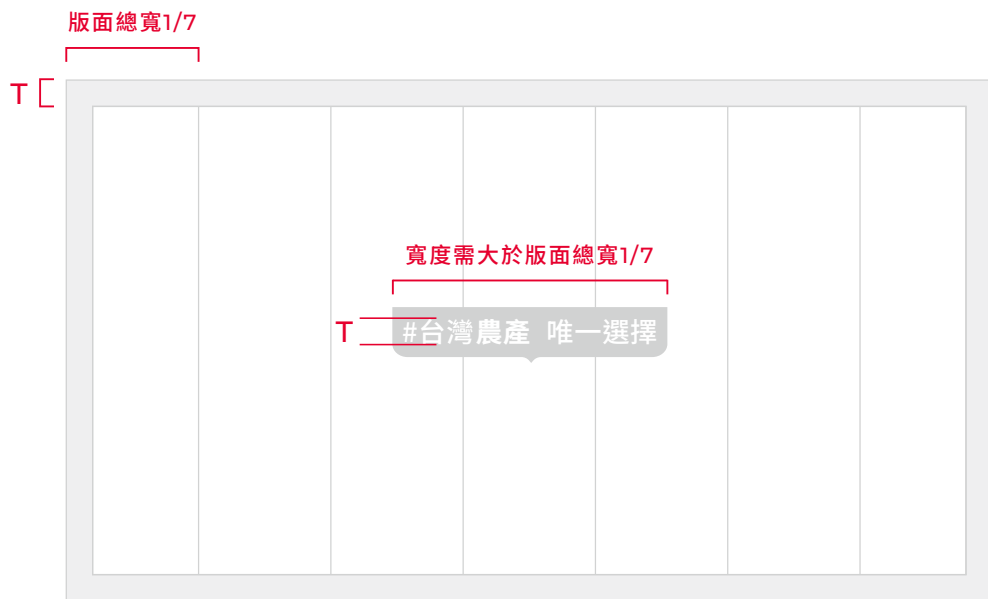


5.2 Standalone Tagline

5.2 標語單獨呈現

於動態影片與平面廣告應用中，標語之尺寸須符合版面比例規範，以確保其在不同版型與畫面尺寸中皆具備良好辨識度。標語寬度應大於版面總寬之一定比例，並不得小於本手冊所規範之最小使用尺寸。

此應用方式適用於動態影片畫面及平面廣告版面，設計時應依內容構圖與版面比例調整標語位置，確保其在不同媒介與畫面尺寸中皆能維持良好可讀性與視覺一致性。



橫式版面



直式版面



方形版面

5.2.a Motion Video Example

5.2.a 動態影片範例

本頁示範於動態影片內容中，畫面無設定主標題，當標語單獨出現時之應用方式。

標語應於片頭或片尾擇一呈現，並維持完整型態至少2秒的畫面停留時間，以確保觀者能清楚辨識標語內容。
標語動態呈現方式可依照動態風格自由調整。



5.2.b Advertising Example

本頁示範於廣告宣傳內容中，畫面無設定主標題，當標語單獨出現時之應用方式。

5.2.b 廣告宣傳範例

