CHANWANICH

CORPORATE IDENTITY

Brand Guidelines

2026

คู่มืออัตลักษณ์องค์กร กลุ่มบริษัทจันวาณิชย์
แนวทางการใช้โลโก้ สี ตัวอักษร และงานออกแบบองค์กร

Chanwanich Group

Being a trusted business and technology enabler, creating lasting value, positive social impact, and a sustainable future for all.

V.1 / 2026

Contents

1.Logo 01

1.1 Inspiration 02
1.2 Variations 03
1.3 Clear Zone and Size 04
1.4 Partnership Alignment 05
1.5 Background Usage 06
1.6 Single-Color Logo 07
1.7 Background & Tonality 08
1.8 Logo Placement 09
1.9 Incorrect Usage 10

2.Brand Color 11

2.1 Primary Brand Colors 12
2.2 Secondary Brand Colors 13
2.3 Color Tonality 14
2.4 Color Palette 15
2.5 Color Gradient 16
2.6 Brand Color Applications 17
2.7 Incorrect Usage 18

3.Typography 19

3.1 Primary Typeface 20
3.2 Secondary Typeface 21
3.3 Hierarchy 22
3.4 Examples 23
3.5 Incorrect Usage 24

4.Corporate Design 25

4.1 Letterhead Template 26
4.2 Envelope (DL) 27
4.3 Envelope (C4) 28
4.4 Business Card 29

Contents

5.Digital Asset 30

5.1 Colour & Files 31
5.2 Digital Type & Icons 32
5.3 Social Media Kit 33
5.4 Website & UI Kit 34
5.5 Email Signature 35
5.6 Presentation Template 36
5.7 Slide Layouts 37
5.8 Slide Master Set-up 38
5.9 Secure Digital 39
5.10 Motion & Animation 40
5.11 Incorrect Usage 41

6.Marketing & Comms 42

6.1 Formats & Grid 43
6.2 Co-branding & Partnership 44
6.3 Advertising & Campaign 45
6.4 Print Production 46
6.5 Artwork Handoff & Pre-flight 47
6.6 Approval & Ownership 48

7.Brand Governance 49

7.1 Logo 50
7.2 Facebook & PDPA 51
7.3 Political Neutrality & Brand Use 52
7.4 Responsible Communication & Wording 53
7.5 Generative AI & CI 54
7.6 Approval & Escalation 55

SECTION 01

01

Logo

Logo คือตราสัญลักษณ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์
ส่วนนี้กำหนดมาตรฐานการใช้ รูปแบบ ขนาด ระยะห่าง การจัดวาง
และข้อควรระวัง เพื่อรักษาความถูกต้อง และความสม่ำเสมอในการใช้งาน

1.1 Inspiration | 1.2 Variations | 1.3 Clear Zone and Size | 1.4 Partnership Alignment

1.5 Background Usage | 1.6 Single-Color Logo | 1.7 Background & Tonality | 1.8 Logo Placement

1.9 Incorrect Usage

1.1
Inspiration



ตราสัญลักษณ์ได้รับแรงบันดาลใจจากชั้นกระดาษที่เรียงซ้อนและยกระดับขึ้นอย่างต่อเนื่อง สื่อถึงการเติบโตและความก้าวหน้าบนรากฐานของความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ สะท้อนประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมากกว่า 100 ปี พร้อมพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อส่งมอบคุณค่าและก้าวสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

TRUST
ความเชื่อมั่น
และไว้วางใจ

GROWTH
การเติบโต
อย่างต่อเนื่อง

VALUE
การสร้างคุณค่า
อย่างยั่งยืน

1.2

Variations

มีรูปแบบการจัดวางทั้งแนวนอน แนวตั้ง และระบุชื่อกลุ่มธุรกิจ โดยกำหนดให้ใช้ตราสัญลักษณ์หลัก (Master Logo) เป็นรูปแบบมาตรฐาน และเลือกใช้รูปแบบอื่นตามความเหมาะสมของพื้นที่และลักษณะการใช้งาน













1.3

Clear Zone and Size

ต้องเว้นพื้นที่ว่าง (Clear Space) รอบตราสัญลักษณ์ (Logo) อย่างน้อยเท่ากับความสูงของตัวอักษร H และห้ามวางข้อความ ภาพ หรือองค์ประกอบกราฟิกใดๆ ภายในพื้นที่ดังกล่าว



MINIMUM SIZE

CHANWANICH **20 mm**
Print · minimum width

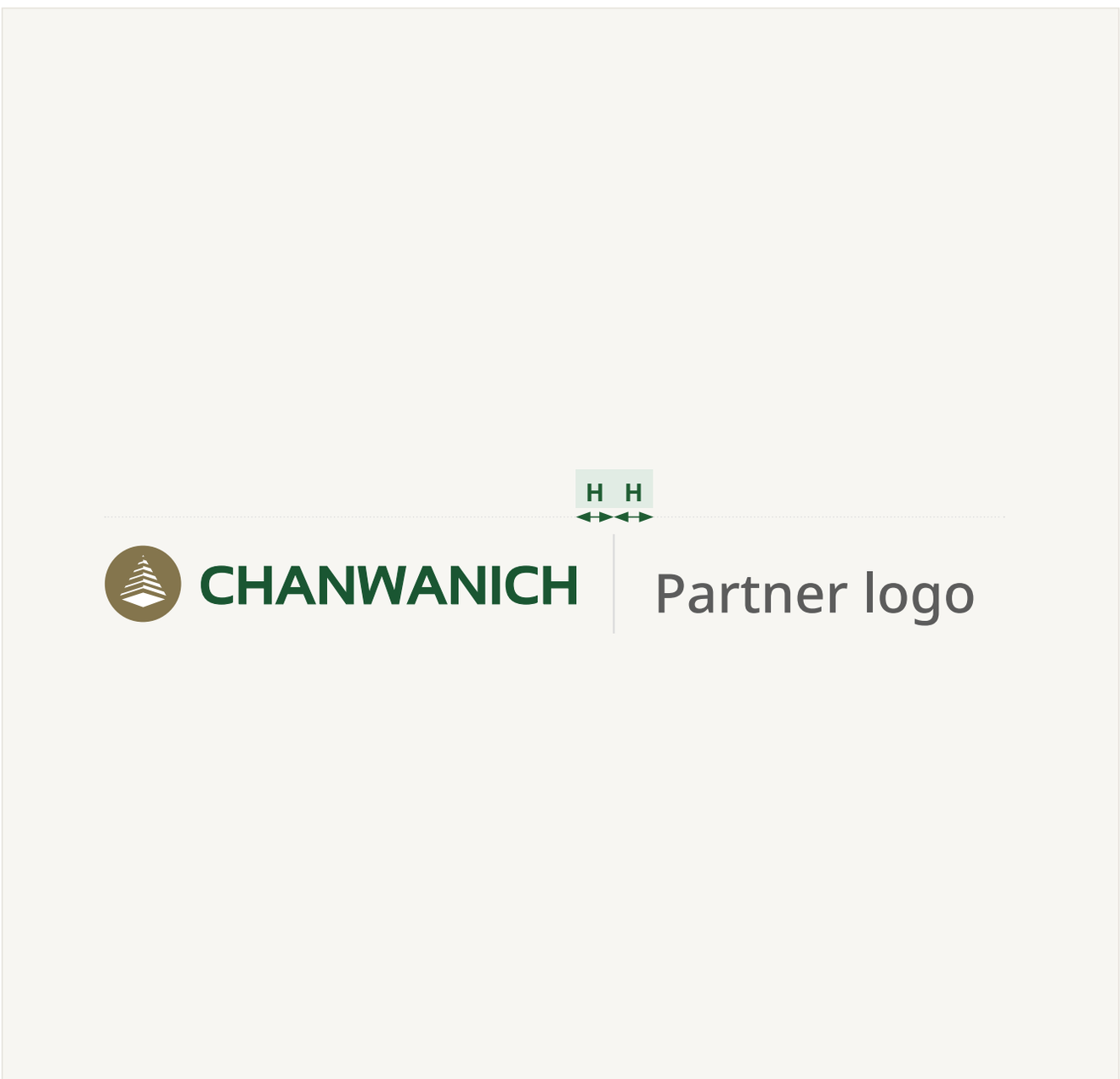
CHANWANICH **120 px**
Digital · minimum width

ขนาดเล็กสุดที่อนุญาตให้ใช้ เพื่อคงความชัดเจนของตราสัญลักษณ์ (logo)
สื่อสิ่งพิมพ์ (Print): ความสูงต้องไม่น้อยกว่า 2 ซม. (2.0 มม.)
สื่อดิจิทัล/หน้าจอ (Digital Screen): ความสูงต้องไม่น้อยกว่า 120 พิกเซล (pixel)
หากขนาดเล็กกว่านี้ให้ใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพียงอย่างเดียว

1.4

Partnership Alignment

เมื่อใช้ตราสัญลักษณ์ (logo) ร่วมกับตราสัญลักษณ์ขององค์กรพันธมิตร (Co-branding) ให้มีเส้นแนวคั่นระหว่างทั้งสอง โดยเว้นระยะห่างของตราสัญลักษณ์ทั้งสองจากเส้นแบ่งอย่างน้อยเท่ากับความสูงของตัวอักษร H และต้องจัดวางให้มีขนาดและตำแหน่งที่ดูสมดุลกัน



CLEAR SPACE
เว้นระยะห่างระหว่างตราสัญลักษณ์ (Logo) แต่ละด้านกับเส้นแบ่งอย่างน้อย 1H

EQUAL WEIGHT
ปรับขนาดและจัดวางตราสัญลักษณ์ (Logo) ทั้งสองให้ดูสมดุลกัน

1.5

Background Usage

ใช้ตราสัญลักษณ์ (logo) สีมาตรฐานบนพื้นสีอ่อนและใช้ตัวอักษร CHANWANICH สีขาวบนพื้นหลังสีเข้ม หรือภาพที่มีลวดลาย โดยต้องมองเห็นได้ชัดเจนเสมอ



1.6

Single-Color Logo

กรณีที่ไม่สามารถใช้ตราสัญลักษณ์ (logo) สีมาตรฐานได้ เช่น งานพิมพ์สีเดียว
งานแกะสลัก หรืองานที่มีข้อจำกัดด้านสี ให้เลือกใช้แบบสีเดียวตามตัวอย่าง



GREEN · 357



GOLD · 871



BLACK



WHITE / REVERSED

1.7

Background & Tonality

ควรวางตราสัญลักษณ์ (logo) บนพื้นหลังที่มีความแตกต่างของสี (Contrast) อย่างน้อย 4.5:1 และหลีกเลี่ยงพื้นหลังที่ทำให้มองเห็นไม่ชัดเจน

✓ RECOMMENDED TONES



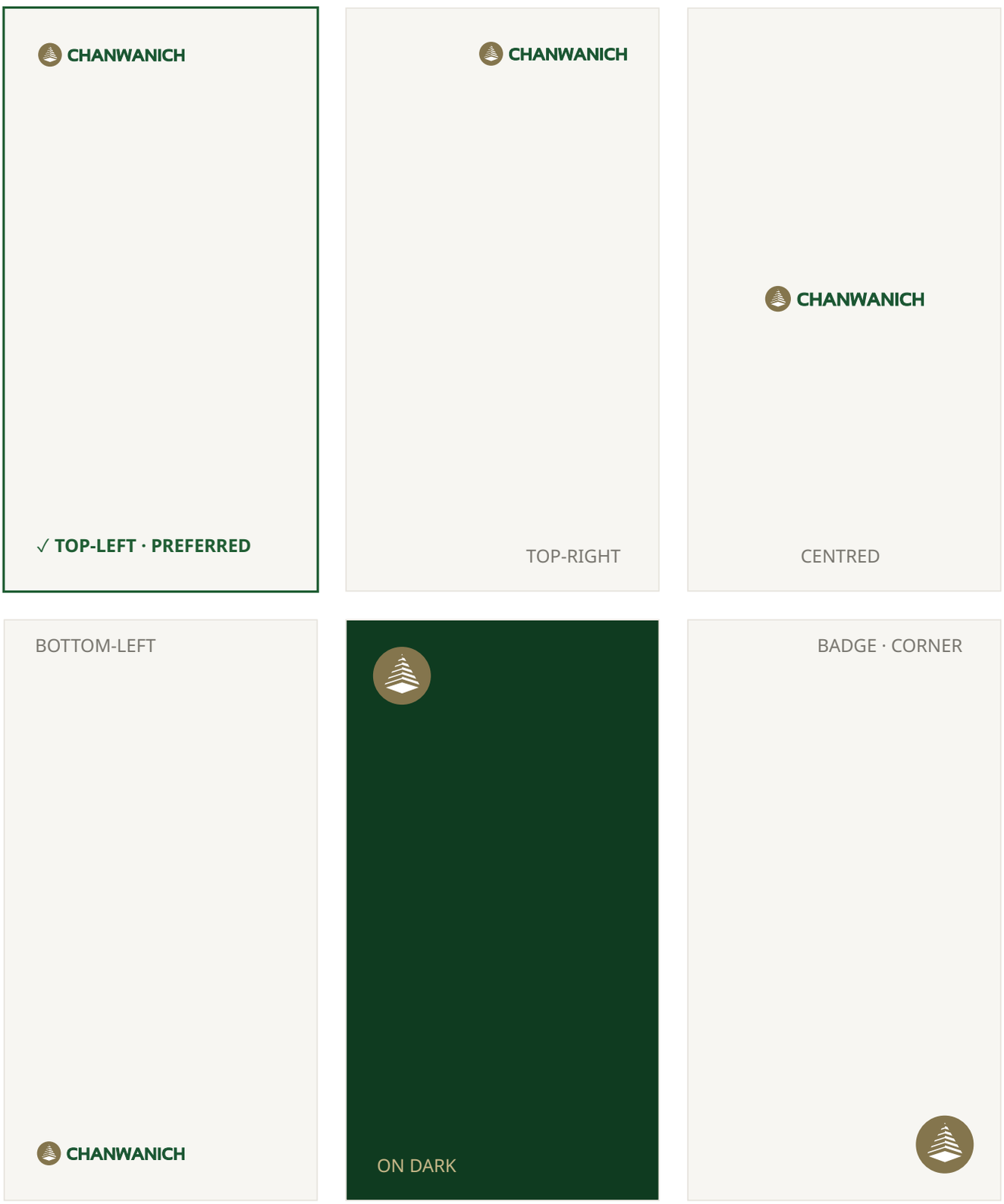
✗ AVOID — LOW CONTRAST MID-TONES



1.8

Logo Placement

ควรวางตราสัญลักษณ์ (logo) ไว้ที่มุมซ้ายบนเป็นหลัก แต่สามารถเลือกวางในตำแหน่งอื่นได้ตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงความสมดุลของภาพ ความชัดเจนของโลโก้ และระยะห่างจากองค์ประกอบอื่น



1.9

Incorrect Usage

ห้ามปรับ ยืด บีบ หมุน เปลี่ยนสี เพิ่มเอฟเฟกต์ รวมถึงห้ามวางบนพื้นหลังที่ทำให้ตราสัญลักษณ์ (logo) มองเห็นไม่ชัดเจน



Don’t stretch



Don’t rotate



Don’t recolour



No shadow / effects



No Low Contrast



Don’t condense

SECTION 02

02

Brand Color

สีประจำแบรนด์ คือ สีเขียว สื่อถึงความมั่นคงและความน่าเชื่อถือ
และสีทอง สื่อถึงคุณค่าและความเป็นเลิศ โดยใช้เป็นสีหลัก
ร่วมกับสีรองเพื่อสร้างความสมดุลในการออกแบบ

2.1 Primary Brand Colors
2.2 Secondary Brand Colors
2.3 Color Tonality
2.4 Color Palette
2.5 Color Gradient
2.6 Brand Color Applications
2.7 Incorrect Usage

2.1

Primary Brand Colors

สีเขียวและสีทอง เป็นสีหลักเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์และความเป็นเอกภาพขององค์กร

Chanwanich Green

PANTONE 357 C

HEX #1F5D33
CMYK C90 M50 Y100 K10
RGB 31 · 93 · 51

Chanwanich Gold

PANTONE 871 C

HEX #8C6E2F
CMYK C40 M50 Y100 K0
RGB 140 · 110 · 47

2.2

Secondary Brand Colors

สีรองช่วยเพิ่มความหลากหลายและสร้างความสมดุลในการออกแบบ โดยใช้ร่วมกับสีหลักตามความเหมาะสมของงาน

Deep Green
#0F3B20
Dark surfaces
CMYK C75 M0 Y46 K77
RGB 15 · 59 · 32

Bright Gold
#B08A17
Highlights
CMYK C0 M22 Y87 K31
RGB 176 · 138 · 23

Cool Gray 3
#D9D9D9 · K30
Dividers
CMYK C0 M0 Y0 K15
RGB 217 · 217 · 217

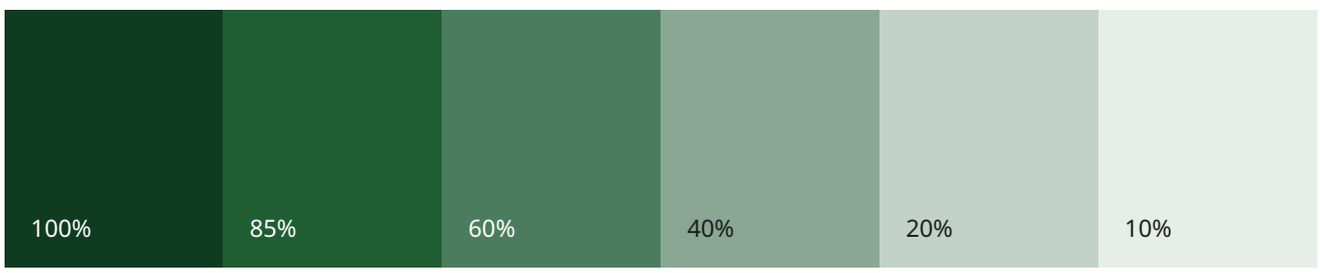
Warm Gray 1
#F5F5F5
Backgrounds
CMYK C0 M0 Y0 K4
RGB 245 · 245 · 245

2.3

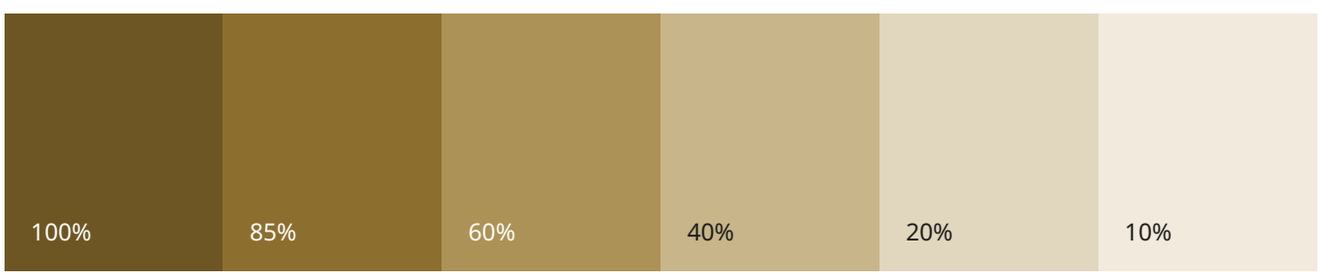
Color Tonality

สามารถปรับระดับความเข้มและอ่อนของสีหลักได้ตามสัดส่วนที่กำหนด เพื่อให้เหมาะกับการออกแบบ
โดยยังคงโทนสีให้สม่ำเสมอ

CHANWANICH GREEN



CHANWANICH GOLD



2.4

Color Palette

ชุดสีอัตลักษณ์ของจันวาณิชย์ประกอบด้วยสีหลักและสีรอง โดยกำหนดสัดส่วนการใช้สีเพื่อสร้างความสมดุลและความเป็นเอกภาพในการออกแบบสื่อทุกประเภท



#0F3B20	#1F5D33	#8C6E2F	#B08A17	#D9D9D9	#F5F5F5	#1D1D1B

RECOMMENDED BALANCE

70 : 20 : 10

Green · Gold · Grey & Neutrals



แนะนำให้ใช้สีเขียว 70% สีทอง 20% และสีเทาหรือสีกลาง 10%

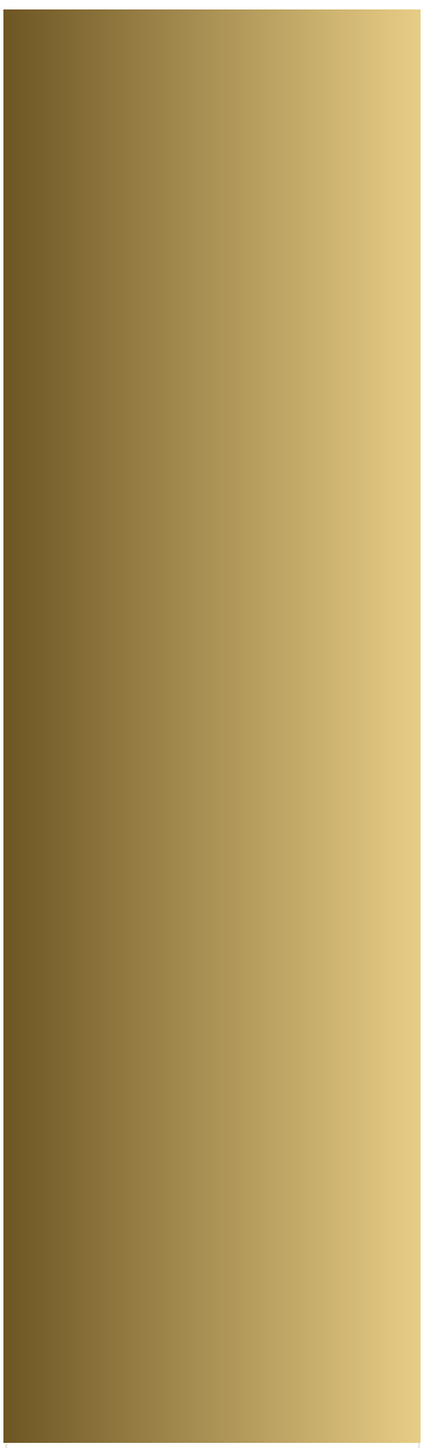
2.5

Color Gradient

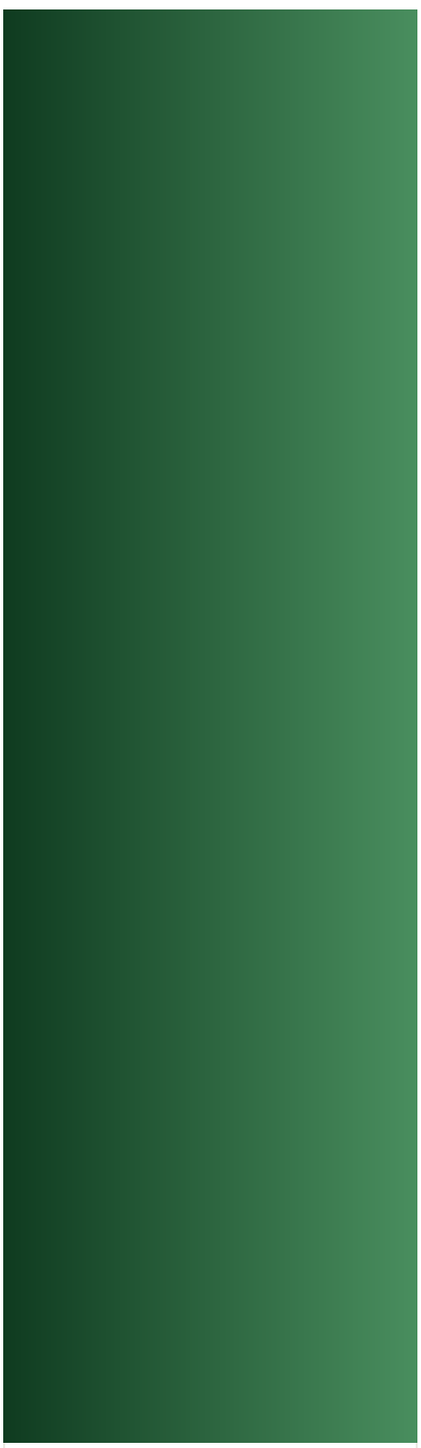
การไล่ระดับสี (Gradient) ช่วยเพิ่มมิติให้งานออกแบบ โดยใช้เฉดสีในกลุ่มเดียวกันตามรูปแบบที่กำหนด
เพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์



Green Depth
#0F3B20 → #2C6B44



Gold Sheen
#6E5624 → #E8CE86

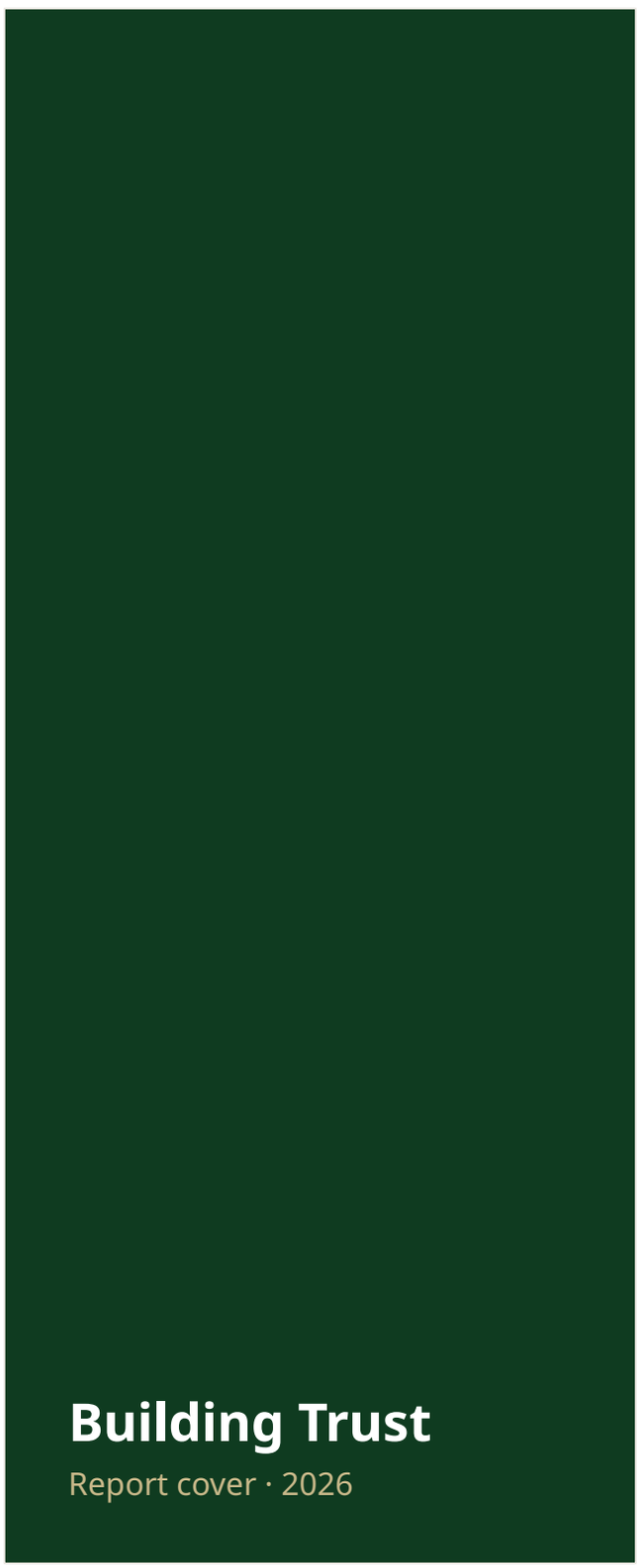


Hero Green
#0F3B20 → #4A8F5F

2.6

Brand Color Applications

ตัวอย่างการใช้สีเขียวและสีทองร่วมกับสีรองในงานออกแบบสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความสมดุล ความโดดเด่น และความเป็นเอกภาพของแบรนด์



Card component

หัวข้อสีเขียว เน้นรายละเอียดด้วยสีทอง

Primary

Secondary

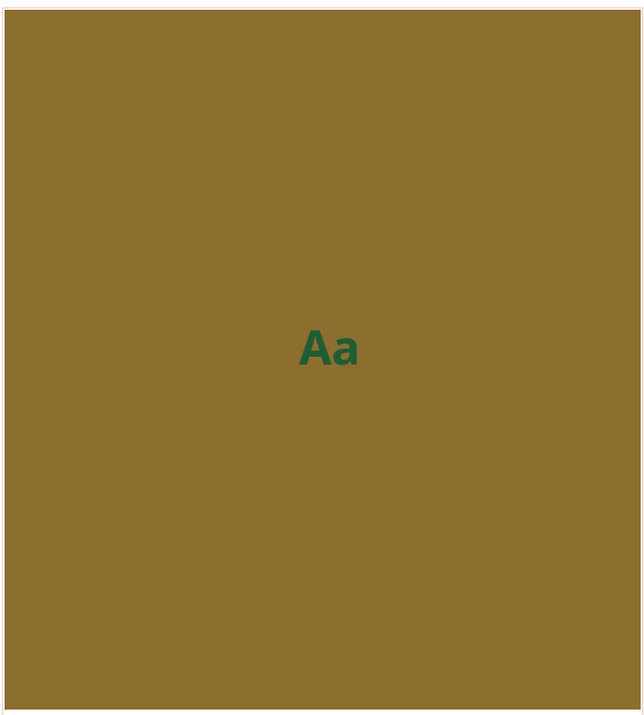
100+

Years of trust
stat tile on neutral

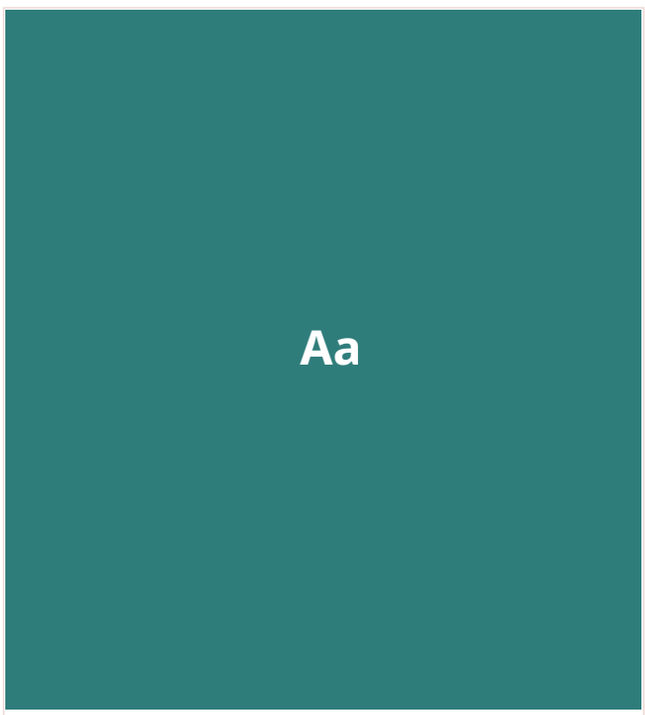
2.7

Incorrect Usage

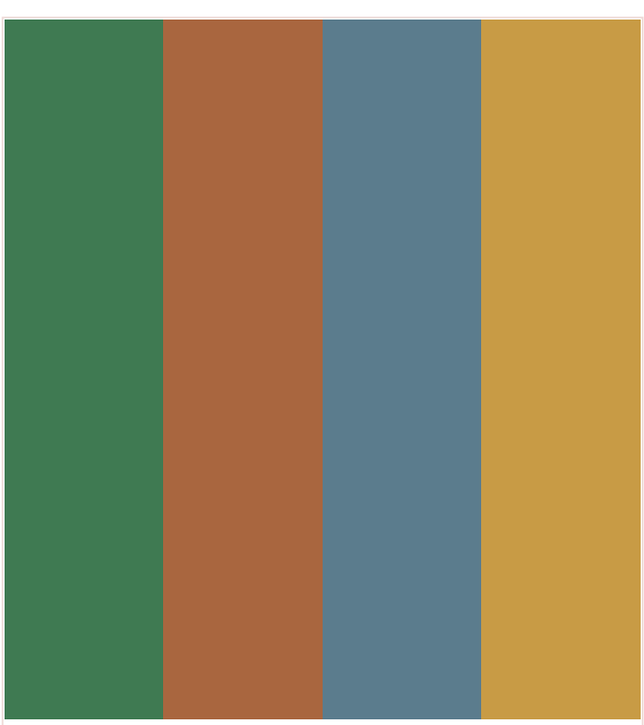
ควรใช้สีตามมาตรฐาน ไม่ใช้สีมากเกินไป และหลีกเลี่ยงการจับคู่สีที่ทำให้ข้อความอ่านยากและไม่ชัดเจน



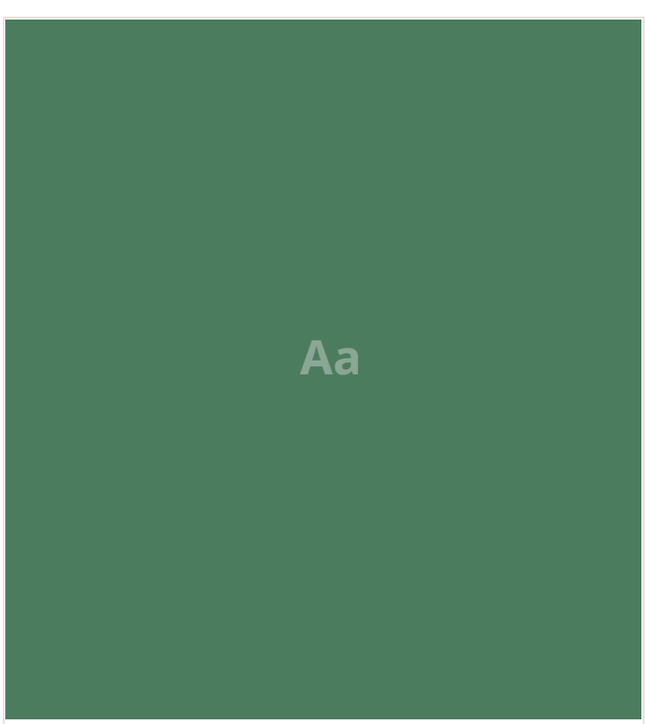
✗ ใช้สีเขียวบนพื้นทองที่มีความแตกต่างของสีไม่เพียงพอ



✗ การใช้สีนอกเหนือจากสีที่กำหนด



✗ ใช้สีหลากหลายมากเกินไป



✗ ใช้สีอ่อนบนพื้นหลังสีใกล้เคียงกัน

SECTION 03

03

Typography

ตัวอักษรมาตรฐานสำหรับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
เพื่อให้การสื่อสารขององค์กรมีความชัดเจน อ่านง่าย ส่วนนี้จะกำหนดรูปแบบ (Typeface) ลำดับความสำคัญ (Hierarchy) และการใช้งานที่ถูกต้อง

3.1 Primary Typeface

3.2 Secondary Typeface

3.3 Hierarchy

3.4 Examples

3.5 Incorrect Usage

3.1

Primary Typeface

กำหนดให้ใช้แบบตัวอักษร Noto Sans สำหรับการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

Noto Sans

English: Noto Sans

Aa

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

1234567890 & ?!

Headlines · Bold | Body · Regular
Tracking: −1% headlines, 0 body

Ag Regular

Ag Bold

3.2

Secondary Typeface

กำหนดให้ใช้แบบตัวอักษร Noto Sans Thai สำหรับการสื่อสารภาษาไทย เพื่อให้มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

Noto Sans Thai

Thai: Noto Sans Thai

ฉัน
วาณิชย์

ก ข ค ฅ ฆ ง จ ฉ ช ซ ฌ
ญ ฎ ฏ ฐ
ฑ ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ
ป ผ ฝ พ ฟ
ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ
ฮ

๑๒๓๔๕๖๗๘๙๐ ·
1234567890

น้ำหนัก Regular · Medium · Bold

พาดหัว · ตัวหนา | เนื้อหา · ตัวปกติ
ระยะบรรทัด 1.6–1.7 สำหรับเนื้อหาไทย

3.3

Hierarchy

ให้กำหนดขนาดและน้ำหนักตัวอักษร (Type Scale) ตามลำดับความสำคัญของข้อความเพื่อให้อ่านง่าย เป็นระเบียบ และมีรูปแบบที่สอดคล้องกันในสื่อทุกประเภท

DISPLAY · 64/72	**Building Trust**
H1 · 40/48	**Section Heading**
H2 · 28/36	**Sub-heading**
H3 · 22/30	**Card title**
BODY · 16/26	Body copy for paragraphs and descriptions, set at a comfortable reading measure.
CAPTION · 13/18	CAPTION & LABELS

3.4

Examples

ตัวอย่างการจัดวางข้อความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ขนาดและน้ำหนักตัวอักษรตามลำดับความสำคัญ เพื่อให้อ่านง่ายและมีรูปแบบที่สอดคล้องกัน

CORPORATE PROFILE

Building Trust Through Innovation

For over a century, Chanwanich has delivered secure printing and digital solutions trusted by government and enterprise across Thailand.

Figure 3.4a — ตัวอย่างการจัดวางข้อความภาษาอังกฤษ

โปรไฟล์องค์กร

สร้างความเชื่อมั่นเพื่ออนาคตแห่งนวัตกรรม

กว่าหนึ่งศตวรรษที่จันวาณิชย์ส่งมอบงานพิมพ์ปลอดภัยและโซลูชันดิจิทัลที่ภาครัฐและองค์กรชั้นนำทั่วประเทศไว้วางใจ

Figure 3.4b — ตัวอย่างการจัดวางข้อความภาษาไทย

3.5

Incorrect Usage

ควรใช้แบบตัวอักษรตามมาตรฐานที่กำหนด โดยไม่ปรับ ยืด บีบตัวอักษร เว้นระยะห่างระหว่างตัวอักษรมากเกินไป หรือใช้สีที่ทำให้ข้อความไม่ชัดเจน

Stretched

✗ ห้ามยืดหรือบีบตัวอักษร

Off-brand font

✗ ห้ามใช้แบบตัวอักษรนอกเหนือจากที่กำหนด

S P A C E D

✗ หลีกเลี่ยงการเว้นระยะห่างระหว่างตัวอักษรมากเกินไป

Low contrast

✗ หลีกเลี่ยงการใช้สีตัวอักษรที่ใกล้เคียงกับพื้นหลัง

SECTION 04

04

Corporate Design

ส่วนนี้กำหนดมาตรฐานการออกแบบเอกสารและเครื่องเขียนขององค์กร
ได้แก่ กระดาษหัวจดหมาย ซองจดหมาย และนามบัตร
เพื่อให้มีรูปแบบที่เป็นเอกภาพและสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นมืออาชีพ

4.1 Letterhead Template

4.2 Envelope (DL)

4.3 Envelope (C4)

4.4 Business Card

4.1

Letterhead Template

กระดาษหัวจดหมายขนาด A4 กำหนดให้วางตราสัญลักษณ์ (logo) ที่มุมซ้ายบน
ใช้เส้นสีทองคั่นส่วนเนื้อหากับข้อมูลติดต่อด้านล่างและเว้นระยะขอบสำหรับเนื้อหา 25 มม.



LOGO
กว้าง 40 มม. วางห่างจากขอบ 20 มม.

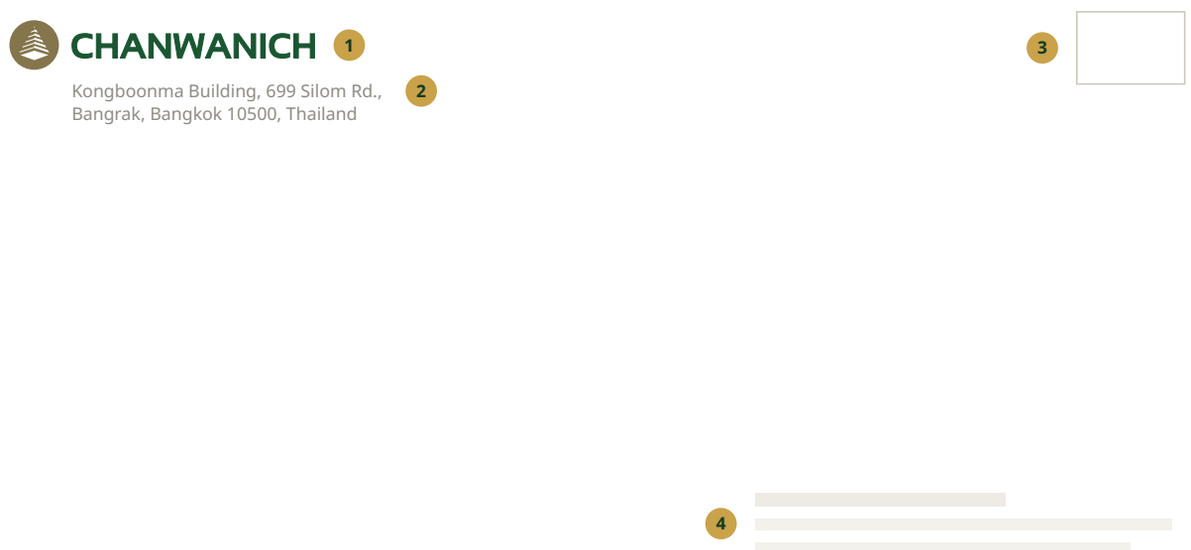
TYPE
เนื้อหาใช้ตัวอักษรสีดำ ขนาด 10.5 พอยต์
ระยะห่างระหว่างบรรทัด 15 พอยต์

FOOTER
ข้อมูลที่อยู่ใช้ตัวอักษรสีเขียว ขนาด 7 พอยต์
และมีเส้นบางสีทองคั่นด้านบน

4.2

Envelope (DL)

ซองจดหมายขนาด DL (110 × 220 มม.) กำหนดให้วางตราสัญลักษณ์ (logo)
และที่อยู่ผู้ส่งไว้ที่มุมซ้ายบน และเว้นพื้นที่มุมขวาล่างสำหรับระบุชื่อและที่อยู่ผู้รับ



องค์ประกอบของซองจดหมาย

1 Logo
โลโก้สีแนวนอน (Full color) วางที่มุมซ้ายบน

2 Sender address
ที่อยู่ผู้ส่งวางใต้โลโก้ ตัวอักษรสีเทา

3 Stamp
ช่องติดแสตมป์มุมขวาบน กรอบเส้นบางสีเทา

4 Recipient
เว้นพื้นที่มุมขวาล่างสำหรับชื่อและที่อยู่ผู้รับ

ขนาดและรายละเอียด

SIZE
ซอง DL · 110 × 220 มม.

TYPEFACE
Noto Sans · ชื่อบริษัทใช้โลโก้ (ไม่พิมพ์เอง)

COLOUR
#8C8A82 ที่อยู่ผู้ส่ง
#CFC9BB กรอบช่องติดแสตมป์

4.3

Envelope (C4)

ซองจดหมายขนาด C4 (229 × 324 มม.) สำหรับใส่เอกสาร A4 กำหนดให้วางตราสัญลักษณ์ (logo) และที่อยู่ผู้ส่งไว้ที่มุมซ้ายบน และใช้เส้นสีทองตกแต่งด้านล่าง



องค์ประกอบของซองจดหมาย

1 **Logo**
โลโก้สีแนวนอน (Full color) วางที่มุมซ้ายบน

2 **Sender address**
ที่อยู่ผู้ส่งวางใต้โลโก้ ตัวอักษรสีเทา

3 **Stamp**
ช่องติดแสตมป์มุมขวาบน กรอบเส้นบางสีเทา

4 **Gold line**
เส้นสีทองตกแต่งด้านล่างของซอง

5 **Contact**
เบอร์โทรและเว็บไซต์ใต้เส้นสีทอง ตัวอักษรสีเทา

ขนาดและรายละเอียด

SIZE
ซอง C4 · 229 × 324 มม. สำหรับเอกสาร A4

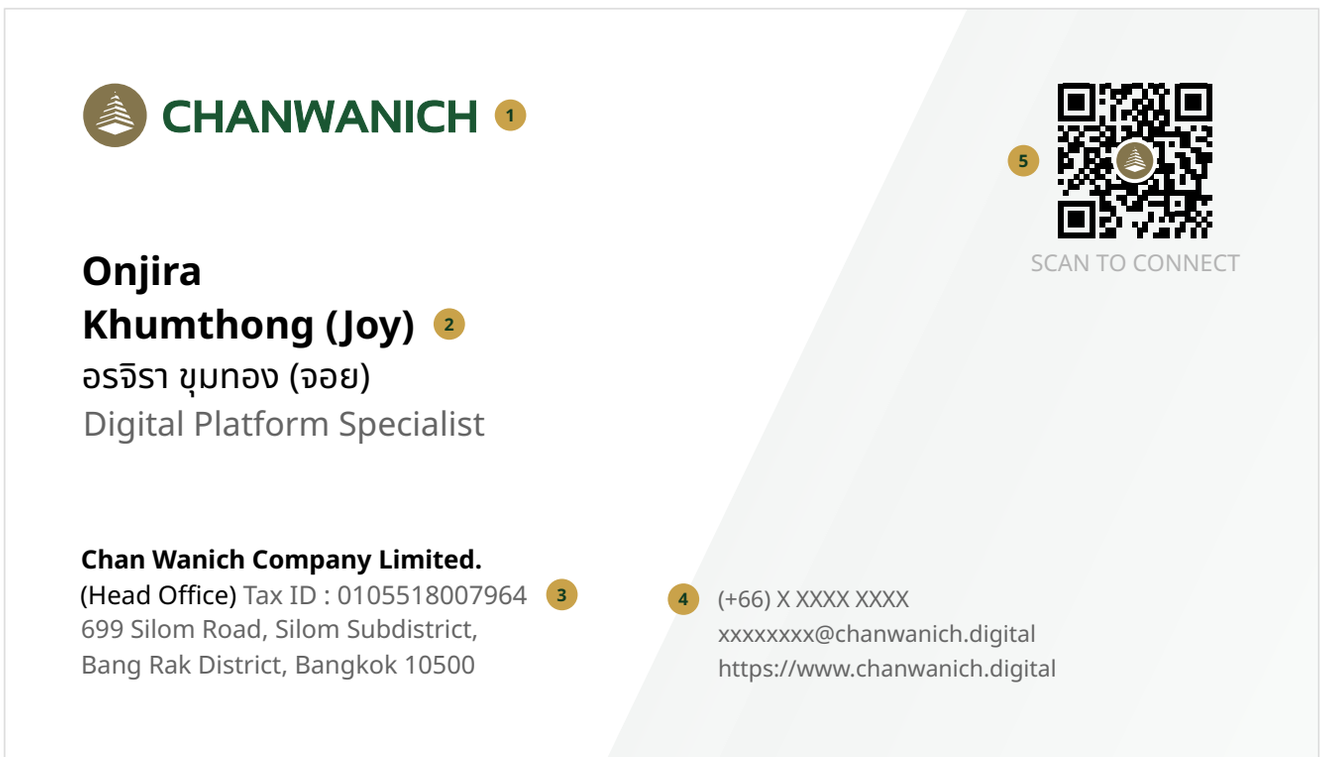
TYPEFACE
Noto Sans · ชื่อบริษัทใช้โลโก้ (ไม่พิมพ์เอง)

COLOUR
- #8C8A82 ที่อยู่และช่องทางติดต่อ
- #B08A17 เส้นตกแต่งด้านล่าง
- #CFC9BB กรอบช่องติดแสตมป์

4.4

Business Card

นามบัตรดิจิทัลขององค์กรใช้แม่แบบเดียวกันทุกใบ โดยกำหนดตำแหน่งโลโก้ ข้อมูลผู้ถือบัตร ข้อมูลบริษัท ช่องทางติดต่อ และ QR Code ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน



ตัวอย่างจากนามบัตรที่ใช้งานจริง ปิดเบอร์โทรและอีเมลไว้

องค์ประกอบของนามบัตร

1 Logo
โลโก้สีแนวนอน (Full color) วางที่มุมซ้ายบน

2 Name · Position
ชื่อภาษาอังกฤษตัวหนา 2 บรรทัด ชื่อภาษาไทย และตำแหน่งสีเทา

3 Company
ชื่อบริษัท สำนักงาน เลขประจำตัวผู้เสียภาษี และที่อยู่ มุมซ้ายล่าง

4 Contact
เบอร์โทร อีเมล และเว็บไซต์ มุมขวาล่าง สีเทา

5 QR Code
มุมขวาบน พร้อมข้อความ SCAN TO CONNECT ใช้ QR เว็บไซต์บริษัทสีดำ มีโลโก้กลาง 24%

ไฟล์และการใช้งาน

FILE
PNG ขนาด 1050 × 600 px

TYPEFACE
Noto Sans · Noto Sans Thai

TEXT COLOUR
- #000000 ชื่อ และชื่อบริษัท
- #646464 ตำแหน่ง ที่อยู่ และช่องทางติดต่อ
- #B3B3B3 SCAN TO CONNECT

REQUEST
ขอนามบัตรผ่านฟอร์ม Digital Business Card Request ใน Lark ระบบสร้างไฟล์ให้หลังคำขอผ่านการอนุมัติ แล้วส่งให้ทาง Lark หรืออีเมล

SECTION 05

05

Digital Asset

กำหนดมาตรฐานการใช้อัตลักษณ์องค์กรบนสื่อดิจิทัล ทั้งสี ตราสัญลักษณ์ (logo) ตัวอักษร และรูปแบบการจัดวาง เพื่อให้สื่อทุกช่องทางมีความชัดเจนและเป็นเอกภาพ
โดยสามารถดาวน์โหลดไฟล์ต้นฉบับได้จาก Asset Hub

5.1 Colour & Files | 5.2 Digital Type & Icons | 5.3 Social Media Kit | 5.4 Website & UI Kit

5.5 Email Signature | 5.6 Presentation Template | 5.7 Slide Layouts | 5.8 Slide Master Set-up

5.9 Secure Digital | 5.10 Motion & Animation | 5.11 Incorrect Usage

5.1

Colour & Files

การใช้สีบนสื่อดิจิทัลให้ยึดระบบสี sRGB และรหัสสีที่กำหนดไว้เพื่อให้แสดงผลได้อย่างสม่ำเสมอ โดยไม่ควรใช้การเทียบสีด้วยสายตา

Green · Digital
HEX #1F5D33 · RGB 31 · 93 · 51
Colour space sRGB · Export SVG / PNG / WebP

Gold · Digital
HEX #8C6E2F · RGB 140 · 110 · 47
Colour space sRGB · Export SVG / PNG / WebP

FAVICON

ใช้เฉพาะสัญลักษณ์วงกลม ขนาด 16 หรือ 32 px

APP ICON

ไฟล์ต้นฉบับขนาด 1024 × 1024 px เว้นพื้นที่ขอบด้านละ 12%

MINIMUM SIZE

CHANWANICH

โลโก้เต็มรูปแบบกว้างอย่างน้อย 120 px และสัญลักษณ์วงกลมอย่างน้อย 24 px

5.2

Digital Type & Icons

กำหนดให้ใช้ตัวอักษร Noto Sans สำหรับภาษาอังกฤษ และ Noto Sans Thai สำหรับภาษาไทย โดยเลือกขนาดและน้ำหนักตัวอักษร (Typography Hierarchy) ให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มือถือ

แบบตัวอักษรมาตรฐาน

English: ‘Noto Sans’ → sans-serif

Thai: ‘Noto Sans Thai’ → sans-serif

ขนาดตัวอักษรสำหรับหน้าจอแต่ละประเภท

STYLE	DESKTOP	MOBILE
H1 · Bold	40 / 46 px · 2.5rem	30 / 36 px
H2 · Bold	32 / 38 px · 2rem	25 / 32 px
H3 · Bold	24 / 30 px · 1.5rem	21 / 28 px
H4 · Medium	20 / 26 px · 1.25rem	18 / 26 px
Body L	18 / 30 px · 1.125rem	17 / 28 px
Body	16 / 28 px · 1rem	16 / 26 px
Small · UI label	14 / 22 px · .875rem	14 / 22 px
Caption	12 / 18 px · .75rem	12 / 18 px

ตัวอักษรแสดงเนื้อหาบนหน้าจอต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 16 px
และตัวอักษรส่วนการติดต่อผู้ใช้งาน (UI) ต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 12 px

รูปแบบไอคอนมาตรฐาน

24 px grid · 2 px stroke · round joins · single colour · no fills



5.3

Social Media Kit

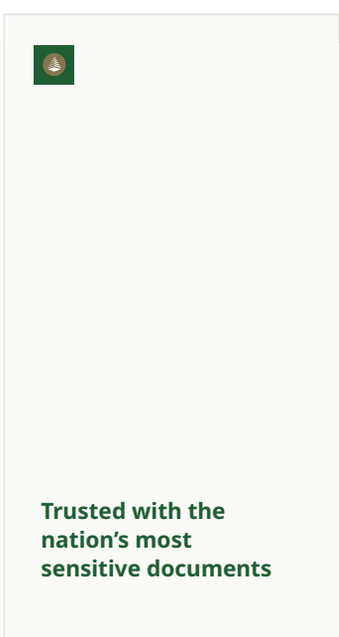
ภาพโปรไฟล์บนสื่อสังคมออนไลน์ให้ใช้เฉพาะสัญลักษณ์วงกลมของตราสัญลักษณ์ (logo)
โดยเว้นระยะห่างจากขอบภาพตามมาตรฐาน เพื่อป้องกันสัญลักษณ์ถูกตัด และมองเห็นได้ชัดเจน



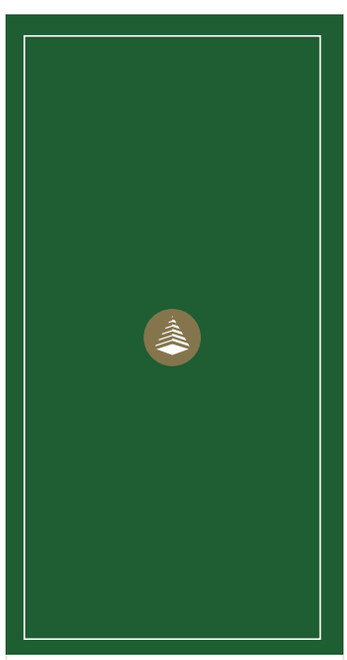
Profile avatar · 400 × 400 px
ภาพโปรไฟล์ขนาด 400 × 400 px
ใช้เฉพาะสัญลักษณ์วงกลม เว้นระยะปลอดภัย 12%
ภายในกรอบวงกลม



Cover / banner
ภาพปกขนาด 1640 × 624 px
วางโลโก้ในพื้นที่ 1 ใน 3 ด้านซ้ายของภาพ



Post
ภาพโพสต์ขนาด 1080 × 1080 px



Story
ภาพสตอรี่ขนาด 1080 × 1920 px
เว้นพื้นที่ปลอดภัยด้านบนและ
ด้านล่าง 14%

5.4

Website & UI Kit

การออกแบบเว็บไซต์และสื่อดิจิทัลต้องคำนึงถึงการอ่านและการใช้งานที่สะดวก โดยกำหนดให้สีตัวอักษรและพื้นหลังมีอัตราส่วนความแตกต่างของสี (Contrast) อย่างน้อย 4.5:1 สำหรับข้อความทั่วไป และ 3:1 สำหรับข้อความขนาดใหญ่ ตามมาตรฐาน WCAG AA

White on Green · 8.1:1
Body text remains legible at 16 px.

✓ ผ่านมาตรฐานความแตกต่างของสี · 4.5:1+

Gold on Gold · 1.6:1
Tonal pairings fail — never for text.

✗ ไม่ผ่านเกณฑ์ความแตกต่างของสี 4.5:1

รูปแบบองค์ประกอบและสถานะการใช้งาน

Primary | Hover | Focus

Secondary | Disabled

TEXT FIELD

Placeholder

FOCUSED

Typing...

✓

Card title

กรอบแสดงข้อมูลมีมุมโค้งมน 6 px ใช้เส้นขอบสี #E6E3DC และไม่ใส่เงา

LINK

Read the annual report

Hover state

การแสดงผลบนพื้นหลังสีเข้ม

CHANWANICH

เมื่อใช้โลโก้บนพื้นหลังสีเข้ม (#12261A) ให้เปลี่ยนตัวอักษรเป็นสีขาว โดยคงตราสัญลักษณ์วงกลมสีทองไว้ตามเดิม และห้ามใช้ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นหลังสีเข้ม

การปรับรูปแบบโลโก้ตามขนาดหน้าจอ

CHANWANICH ≥ 1024 px

CHANWANICH 768–1023 px

< 768 px · badge

5.5

Email Signature

ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (Email) ต้องใช้รูปแบบมาตรฐานเดียวกัน โดยคงตำแหน่งโลโก้และองค์ประกอบต่าง ๆ ตามที่กำหนด และแก้ไขได้เฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลที่ระบุไว้เท่านั้น

ตัวอย่างลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์

Best regards,
Onjira Khumthong (Joy)

Customer Service Manager
062 XXXXXXX
Digital Channel · Management Office

CHANWANICH

Kongboonma Building, 699 Silom Road,
Bangrak, Bangkok 10500
Tel (02) 635 3333
E-mail: onjira.k@chanwanich.digital
Website: www.chanwanich.digital

แก้ไขได้เฉพาะข้อมูลในช่องที่ไฮไลต์

ไม่ควรเพิ่ม

ห้ามเพิ่มคำคมหรือสโลแกน ไอคอนสื่อสังคมออนไลน์ ภาพพื้นหลัง ตัวอักษรสีหรือตัวอักษรลายมือ ข้อความรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น “โปรดคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมก่อนพิมพ์อีเมล” ข้อความสงวนสิทธิ์หรือข้อจำกัดความรับผิดชอบที่ยาวเกิน 2 บรรทัด และโลโก้อื่นเพิ่มเติม

วิธีติดตั้งลายเซ็นใน Outlook

1. เปิดไฟล์ .html ด้วยเว็บเบราว์เซอร์
2. เลือกเนื้อหาทั้งหมดแล้วคัดลอก (Copy)
3. เปิด Outlook ไปที่ File → Options → Mail → Signatures → New
4. วาง (Paste) ลายเซ็นที่คัดลอกมา แล้วแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลทั้ง 6 รายการตามที่กำหนด
5. ตั้งค่าให้ใช้ลายเซ็นทั้งในอีเมลใหม่ (New Messages) และการตอบกลับ (Replies)

หมายเหตุ: โลโก้ต้องเป็นไฟล์ที่ฝังอยู่ในลายเซ็นอีเมล หรือจัดเก็บบนเซิร์ฟเวอร์ที่เข้าถึงได้ หากเชื่อมโยงกับไฟล์ที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่ง ผู้รับอาจไม่สามารถมองเห็นโลโก้ได้

5.6

Presentation Template

งานนำเสนอขององค์กรใช้ไฟล์ต้นฉบับ (Slide Master) มาตรฐานในอัตราส่วน 16:9 เพื่อให้การจัดวาง ขนาดตัวอักษร และสีเป็นรูปแบบเดียวกันทุกชิ้นงาน



องค์ประกอบของสไลด์ปก

1. **Badge**
   สัญลักษณ์วงกลมสีทอง วางที่มุมซ้ายบน
2. **Eyebrow**
   16 pt Bold ตัวพิมพ์ใหญ่ สีทอง
3. **Headline**
   40 pt Bold สีขาว
4. **Gold rule**
   เส้นสีทองใต้หัวข้อหลัก
5. **Subtitle**
   20 pt Regular สีขาว ความทึบ 72%
6. **Presenter · Date**
   ชื่อผู้นำเสนอ หน่วยงาน และวันที่ ขนาด 12 pt
7. **Slide number**
   สีทอง มุมขวาล่าง ห่างขอบขวาและขอบล่าง 1.6 ซม.

✓ สิ่งที่ต้องทำ

- เริ่มงานทุกครั้งจากไฟล์ต้นฉบับ CWN-Slide-Master-2026.potx
- ใช้ขนาดสไลด์ 16:9 (33.87 × 19.05 ซม.) ตามที่กำหนด
- เลือกรูปแบบสไลด์ที่ใกล้เคียงกับเนื้อหามากที่สุดจาก 7 รูปแบบ (หัวข้อ 5.7)

✗ สิ่งที่ห้ามทำ

- ห้ามเพิ่มรูปแบบสไลด์ใหม่ หรือแก้สีและตัวอักษรใน Slide Master
- ห้ามลดขนาดตัวอักษรเนื้อหาให้ต่ำกว่า 20 pt หากเนื้อหามากให้แบ่งเป็นหลายสไลด์แทน
- ห้ามใช้สไลด์แบ่งหัวข้อ (Section divider) กับเนื้อหาทั่วไป ให้ใช้เปิดหัวข้อใหม่เท่านั้น

5.7

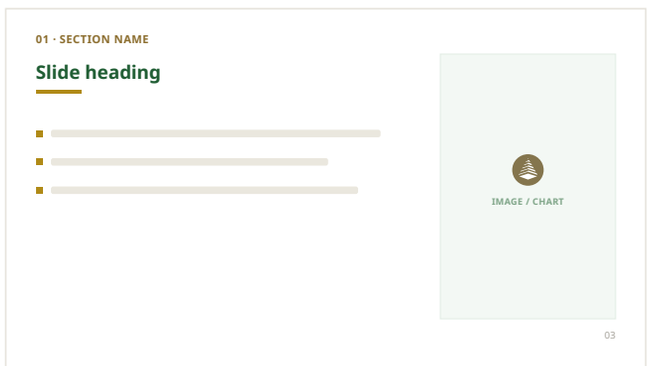
Slide Layouts

นอกจากสไลด์ปก (หัวข้อ 5.6) ไฟล์ต้นฉบับมีรูปแบบสไลด์มาตรฐานอีก 6 รูปแบบ รวมเป็น 7 รูปแบบ ให้เลือกใช้ตามลักษณะเนื้อหา โดยไม่เพิ่มรูปแบบใหม่



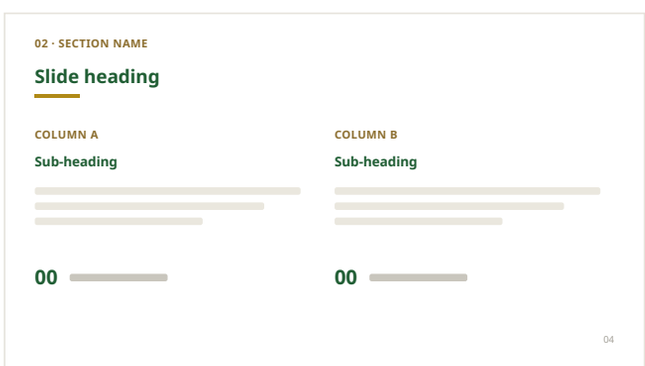
02 Section divider

พื้นหลังสีเขียวเข้มเต็มสไลด์ หมายเลขหัวข้อขนาดใหญ่สีทองความทึบ 12% พร้อมลวดลายเส้นสีทองด้านขวา ใช้เปิดหัวข้อใหม่เท่านั้น



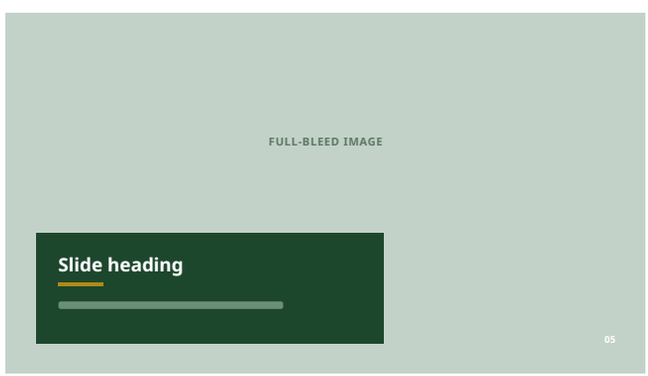
03 Content + image

หัวข้อ 28 pt พร้อมเส้นสีทองด้านล่าง เนื้อหาไม่น้อยกว่า 20 pt และวางภาพหรือแผนภูมิในพื้นที่ด้านขวาของสไลด์



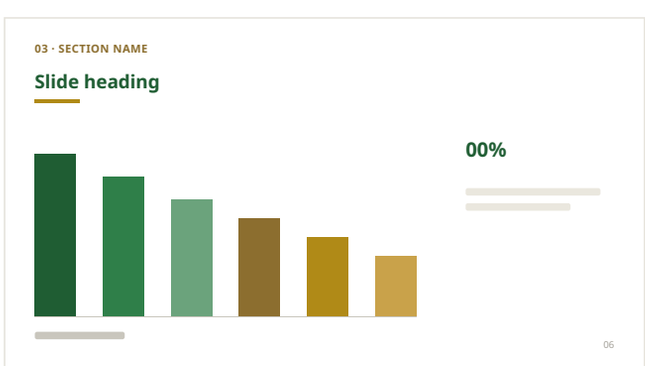
04 Two column

สองคอลัมน์ขนาดเท่ากัน เว้นระยะห่าง 40 px หัวข้อย่อยตัวพิมพ์ใหญ่สีทอง 16 pt และตัวเลขสำคัญสีเขียวคอลัมน์ละหนึ่งรายการ



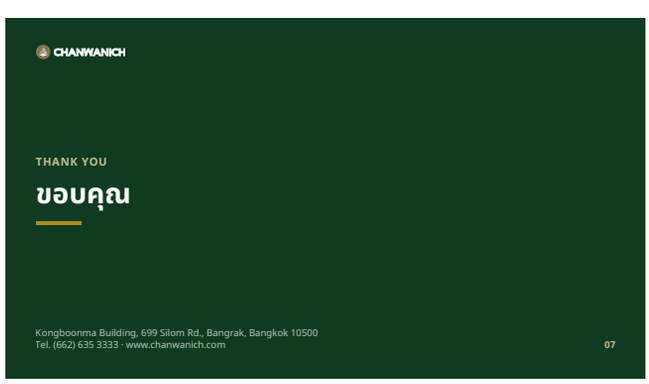
05 Full-bleed image

ภาพเต็มพื้นที่สไลด์ วางหัวข้อบนแถบสีเขียวเข้มที่มุมซ้ายล่าง เพื่อให้อ่านได้ชัดบนทุกภาพ



06 Chart / data

แผนภูมิใช้ชุดสี Accent 1–6 ตามลำดับ (หัวข้อ 5.8) และระบุที่มาของข้อมูลด้วยตัวอักษรขนาด 12 pt



07 Closing / contact

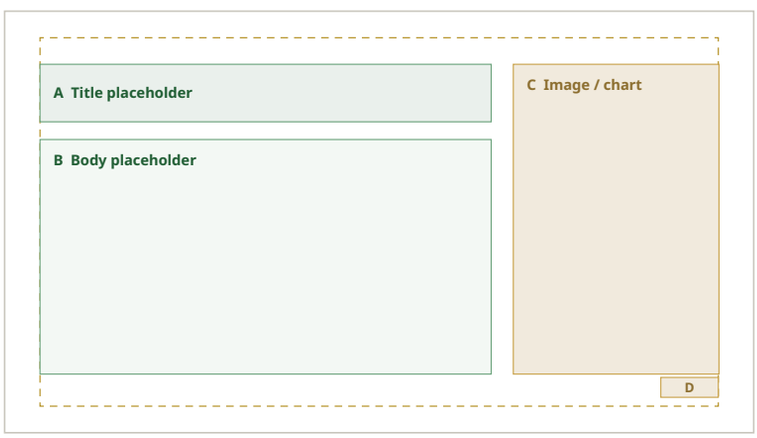
สไลด์ปิดท้ายพื้นหลังสีเขียวเข้ม แสดงโลโก้ คำขอบคุณ และข้อมูลติดต่อขององค์กร

5.8

Slide Master Set-up

กำหนดขนาด ตำแหน่งองค์ประกอบ รูปแบบตัวอักษร และสีสำหรับการสร้างหรือตรวจสอบรูปแบบสไลด์มาตรฐาน (Slide Master) ให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน โดยอ้างอิงตำแหน่งจากมุมซ้ายบนของสไลด์

การตั้งค่าขนาดและตำแหน่ง



Slide size
33.87 × 19.05 cm — Widescreen 16:9

Margin
1.6 cm left/right · 1.2 cm top/bottom

A Title placeholder
x 1.6 · y 2.4 · w 20.4 · h 2.6 cm

B Body placeholder
x 1.6 · y 5.8 · w 20.4 · h 10.6 cm

C Image / chart zone
x 23.0 · y 2.4 · w 9.3 · h 14.0 cm

D Slide number
มุมขวาล่าง ห่างขอบขวาและขอบล่าง 1.6 ซม.

ขนาดและรูปแบบตัวอักษร

STYLE	SIZE	COLOUR
Title slide headline	40 pt Bold	#FFFFFF
Section divider	42 pt Bold	#FFFFFF
Slide heading	28 pt Bold	#1F5D33
Sub-head / eyebrow	16 pt Bold caps	#8C6E2F
Body	20 pt Regular	#33322E
Statistic	30 pt Bold	#1F5D33
Caption / source	12 pt Regular	#A5A29A

กำหนดขนาดตัวอักษรเนื้อหาไม่น้อยกว่า 20 pt หากเนื้อหามากเกินกว่าจะจัดวางได้ ควรแบ่งเนื้อหาออกเป็นหลายสไลด์แทนการลดขนาดตัวอักษร

ชุดสีมาตรฐานสำหรับงานนำเสนอ

Accent 1
#1F5D33

Accent 2
#2F7F49

Accent 3
#6BA37C

Accent 4
#8C6E2F

Accent 5
#B08A17

Accent 6
#C9A24A

กำหนดชุดสีมาตรฐานเพียงครั้งเดียวที่เมนู Design → Variants → Colours เพื่อให้แผนภูมิใช้สีตามลำดับที่กำหนดโดยอัตโนมัติ

วิธีติดตั้ง Slide Master

1. คัดลอกไฟล์ CWN-Slide-Master-2026.potx
2. วางไว้ในโฟลเดอร์ Documents\Custom Office Templates\
3. เปิด PowerPoint แล้วเลือก New → Personal → Chanwanich เพื่อใช้งานเทมเพลตขององค์กร

5.9

Secure Digital

เอกสารดิจิทัลต้องมีองค์ประกอบด้านความปลอดภัยที่ช่วยตรวจสอบความถูกต้อง และป้องกันการปลอมแปลง โดยใช้รูปแบบและเครื่องหมายตามมาตรฐานที่กำหนด

DIGITAL PROOF · WATERMARKED PDF



ใช้ลายน้ำสีเขียวมาตรฐานของแบรนด์ ความทึบ 10% เอียงทำมุม −32° จัดข้อความเป็นบรรทัดเดียว และห้ามวางทับตราสัญลักษณ์ (logo) โดยเอกสารทุกฉบับที่ส่งให้ตรวจสอบต้องระบุรหัสประจำเอกสาร (Document ID) และวันที่ออกเอกสาร

QR CODE STYLE



ใช้ QR Code สีเขียวมาตรฐานบนพื้นหลังสีขาวเท่านั้น ห้ามใช้สีทองหรือสลับสีพื้นหลังกับตัว QR Code โดยเว้นพื้นที่ว่างรอบ QR Code อย่างน้อย 4 โมดูล กำหนดขนาดขั้นต่ำสำหรับงานพิมพ์ 20 × 20 มม. และบนหน้าจอ 96 × 96 px ใช้ช่องสี่เหลี่ยมมาตรฐาน ไม่ปรับมุมให้โค้งมนหรือดัดแปลงรูปแบบช่องสัญลักษณ์ที่มุมทั้งสาม

TAMPER-EVIDENT EXPORT

1. ไฟล์ PDF: ใช้ไฟล์ PDF/A ที่ล็อกและรวมองค์ประกอบทั้งหมดเป็นชั้นเดียว ไม่สามารถแก้ไขแยกส่วนได้ พร้อมกำหนดสิทธิ์การพิมพ์อย่างชัดเจน
2. ลายมือชื่อดิจิทัล: ใช้ใบรับรองลายมือชื่อดิจิทัลที่ออกให้แก่กลุ่มบริษัทจันวาณิชย์ สามารถตรวจสอบได้จากแถบลายมือชื่อดิจิทัลของเอกสาร
3. การตรวจสอบเอกสาร: กำหนดรหัสประจำเอกสาร (Document ID) พร้อม QR Code ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์สำหรับตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร

✗ ห้ามส่งเอกสารตรวจสอบในรูปแบบไฟล์ JPG หรือ PDF ที่ไม่มีเครื่องหมายระบุเอกสาร เนื่องจากจะไม่สามารถตรวจสอบหรือติดตามที่มาของเอกสารได้

5.10

Motion & Animation

การแสดงตราสัญลักษณ์ (logo) บนภาพเคลื่อนไหว ควรเรียบง่ายและนุ่มนวล ใช้เฉพาะรูปแบบการค่อย ๆ ปรากฏหรือเปลี่ยนขนาด ห้ามหมุน เด้ง หรือแสดงองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ (logo) ทีละส่วน

VIDEO BUMPER · 4 FRAMES · 2.0 s

Easing: cubic-bezier(.22,.61,.36,1)



01 · 0.0–0.4 s

Badge fades in from 0 → 25% , scale 0.96 → 1.



02 · 0.4–0.9 s

Badge reaches full opacity, holds centred.



03 · 0.9–1.5 s

Wordmark fades in beside the badge, no movement.



04 · 1.5–2.0 s

Tagline appears, holds 0.5 s, cuts to content.

LOWER THIRD

Somchai Wattanakul
Director, Digital Solutions

แถบชื่อและตำแหน่งเลื่อนปรากฏจากด้านซ้ายภายใน 0.35 วินาที ค้างไว้อย่างน้อย 4 วินาที ก่อนเลื่อนออก โดยใช้เส้นสีทองหนา 4 px อยู่ด้านหน้าตามทิศทางการเคลื่อนไหวเสมอ

TIMING & LIMITS

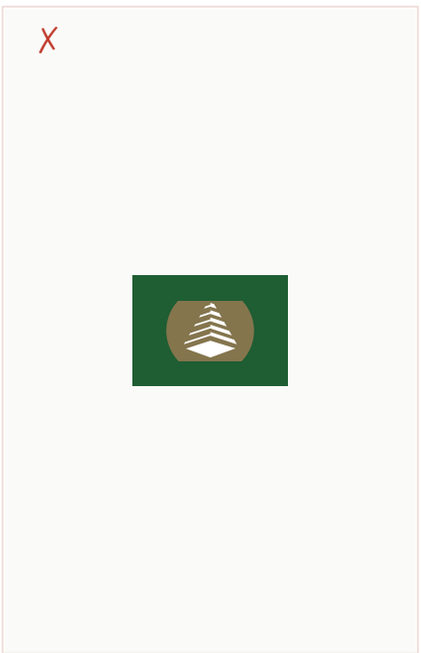
UI transition · hover, tab	150–200 ms
Panel / modal enter	250–300 ms
Logo reveal	400 ms
Opening bumper	2.0 s
Closing bumper	1.2 s

รูปแบบการเคลื่อนไหวที่อนุญาต: การค่อย ๆ ปรากฏหรือจางหาย (Fade) การขยายขนาดจาก 96% เป็น 100% (Scale) และการเลื่อนเปิดภาพแบบเส้นตรง (Linear Wipe)
รูปแบบการเคลื่อนไหวที่ห้ามใช้: การหมุน การเด้ง การเคลื่อนไหวแบบยืดหยุ่น การแสดงตัวอักษรทีละตัว และเอฟเฟกต์อนุภาคต่าง ๆ
ข้อกำหนดสำหรับไฟล์ GIF: ขนาดไฟล์ไม่เกิน 2 MB เล่นวนซ้ำได้ไม่เกิน 2 รอบ จากนั้นให้หยุดค้างที่ภาพโลโก้ โดยต้องรองรับการตั้งค่าลดการเคลื่อนไหวของผู้ใช้งาน (Prefers Reduced Motion)

5.11

Incorrect Usage

หลีกเลี่ยงการใช้โลโก้ ภาพ และองค์ประกอบบนสื่อดิจิทัลที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้การแสดงผลมีความถูกต้อง ชัดเจน และสม่ำเสมอ



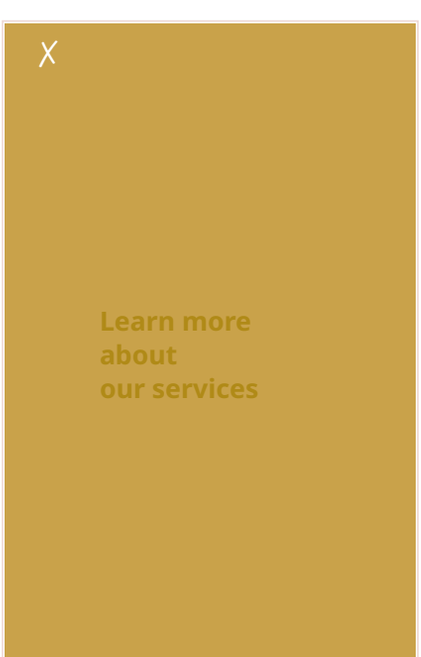
Stretched avatar
ห้ามยืดหรือบีบภาพโปรไฟล์ ต้องคงสัดส่วน 1:1



Low-res / pixelated
ห้ามใช้ภาพหรือโลโก้ที่มีความละเอียดต่ำจนแตกหรือไม่คมชัด



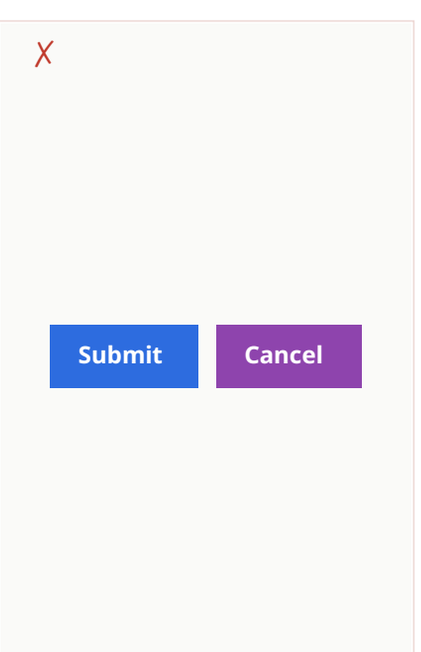
White box on colour
หลีกเลี่ยงการวางโลโก้พร้อมกรอบพื้นขาวบนพื้นหลังสี ควรใช้โลโก้สีขาวตามที่กำหนด



Fails WCAG contrast
ห้ามใช้สีข้อความและพื้นหลังที่มีความแตกต่างของสีต่ำกว่าเกณฑ์ WCAG



Wordmark as avatar
ห้ามใช้โลโก้แบบมีชื่อบริษัทเป็นภาพโปรไฟล์ ให้ใช้เฉพาะสัญลักษณ์วงกลม



Off-brand UI colour
ห้ามใช้สีปุ่มหรือองค์ประกอบ UI ที่ไม่ตรงตามมาตรฐานสีของแบรนด์

SECTION 06

06

Marketing & Communications

ส่วนนี้กำหนดมาตรฐานการออกแบบและผลิตสื่อการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งการจัดวางองค์ประกอบ การใช้โลโก้ร่วมกับพันธมิตร และการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารมีรูปแบบที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร

6.1 Formats & Grid

6.2 Co-branding & Partnership

6.3 Advertising & Campaign

6.4 Print Production

6.5 Artwork Handoff & Pre-flight

6.6 Approval & Ownership

6.1

Formats & Grid

การออกแบบสื่อต้องใช้ขนาดและรูปแบบการจัดวางตามมาตรฐานที่กำหนด หากต้องการผลิตสื่อที่ไม่อยู่ในรายการ ให้ปรึกษาฝ่ายสื่อสารองค์กรก่อนดำเนินการ

GRID
12 columns
ระยะห่างระหว่างคอลัมน์ 5 มม. สำหรับงานขนาด A4 หรือเล็กกว่า และ 8 มม. สำหรับงานขนาด A3 หรือใหญ่กว่า

BASELINE
1 mm grid
ใช้เส้นกริดระยะ 1 มม. เป็นแนวอ้างอิงในการจัดวางข้อความ โดยกำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดตามมาตรฐานรูปแบบตัวอักษรขององค์กร

LOGO ZONE
2 columns
วางโลโก้ที่มุมซ้ายบนเป็นหลัก โดยเว้นพื้นที่ว่างรอบโลโก้อย่างน้อย 1H ตามข้อกำหนดในหัวข้อ 1.3

FORMAT	TRIM · mm	BLEED	MARGIN	COLS	MIN BODY
Letterhead · A4	210 × 297	3 mm	25 mm	12	10 pt
Brochure · A4	210 × 297	3 mm	15 mm	12	10 pt
Flyer · A5	148 × 210	3 mm	10 mm	6	9 pt
Poster · A3	297 × 420	3 mm	18 mm	12	12 pt
Poster · A2	420 × 594	5 mm	25 mm	12	14 pt
Presentation folder	220 × 310	5 mm	15 mm	—	10 pt
Roll-up banner	850 × 2000	20 mm	60 mm	6	28 pt
Exhibition backdrop	3000 × 2250	50 mm	150 mm	12	60 pt



ROLL-UP · พื้นที่ด้านล่าง 300 มม.
เว้นพื้นที่ด้านล่างของ Roll-up สูง 300 มม. โดยไม่วางข้อความสำคัญ ข้อมูลติดต่อ หรือ QR Code เพราะอาจถูกบดบังได้ง่าย และควรวางข้อความหลักในระดับสายตา



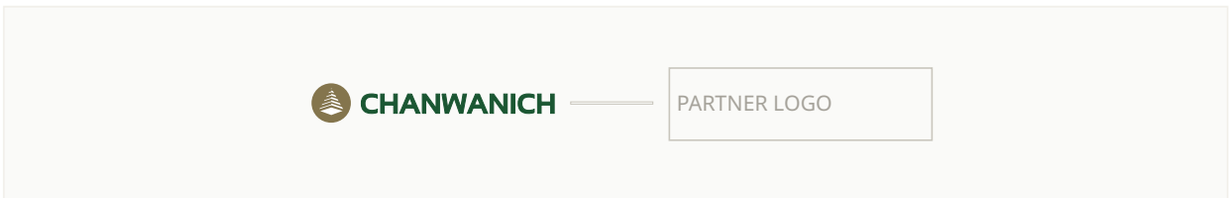
THE LOGO ZONE IS RESERVED
ห้ามวางภาพ สีพื้นหลัง หรือข้อความใด ๆ ทับพื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับตราสัญลักษณ์ (logo) แม้จะเป็นภาพหรือสีที่มีความโปร่งใส หากใช้ภาพถ่ายเต็มพื้นที่งานออกแบบ ต้องจัดพื้นที่เรียบสำหรับวางโลโก้ให้มองเห็นได้ชัดเจน

6.2

Co-branding & Partnership

การใช้ตราสัญลักษณ์ (logo) ร่วมกับตราสัญลักษณ์ขององค์กรพันธมิตรและชื่อกลุ่มธุรกิจทั้ง 3 กลุ่ม ต้องจัดวางตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้มีความสมดุลและคงเอกลักษณ์ขององค์กร

การจัดวางโลโก้ร่วมกับพันธมิตร



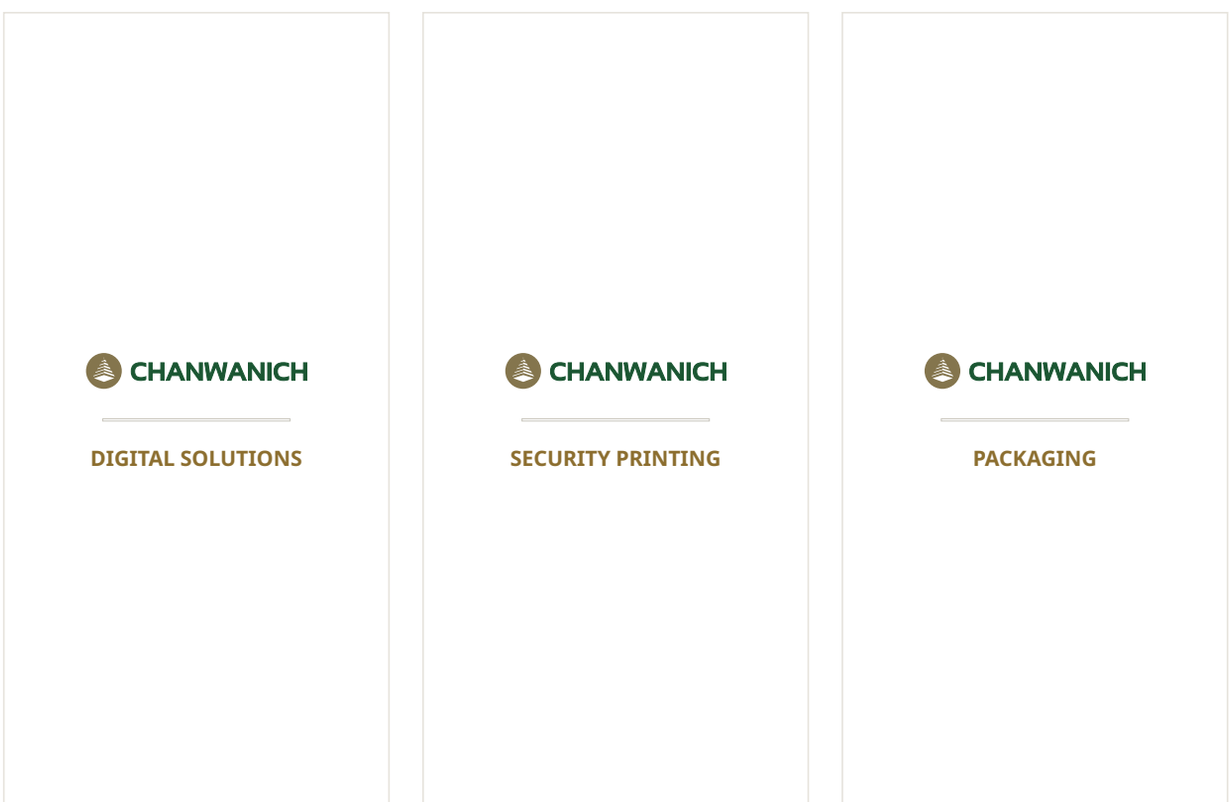
Divider
เส้นแบ่งแนวตั้งหนา 1 px สูง 1.3 เท่าของโลโก้

Spacing ≥ 1H
เว้นระยะห่างจากเส้นแบ่งอย่างน้อย 1H ทั้งสองด้าน

Equal weight
ปรับขนาดโลโก้ทั้งสองให้ดูสมดุลกัน

INTERNAL BUSINESS LINES

ใช้โลโก้หลักของจันวาณิชย์ร่วมกับชื่อกลุ่มธุรกิจทั้ง 3 กลุ่ม โดยไม่ออกแบบชื่อกลุ่มธุรกิจให้เป็นโลโก้แยกต่างหาก



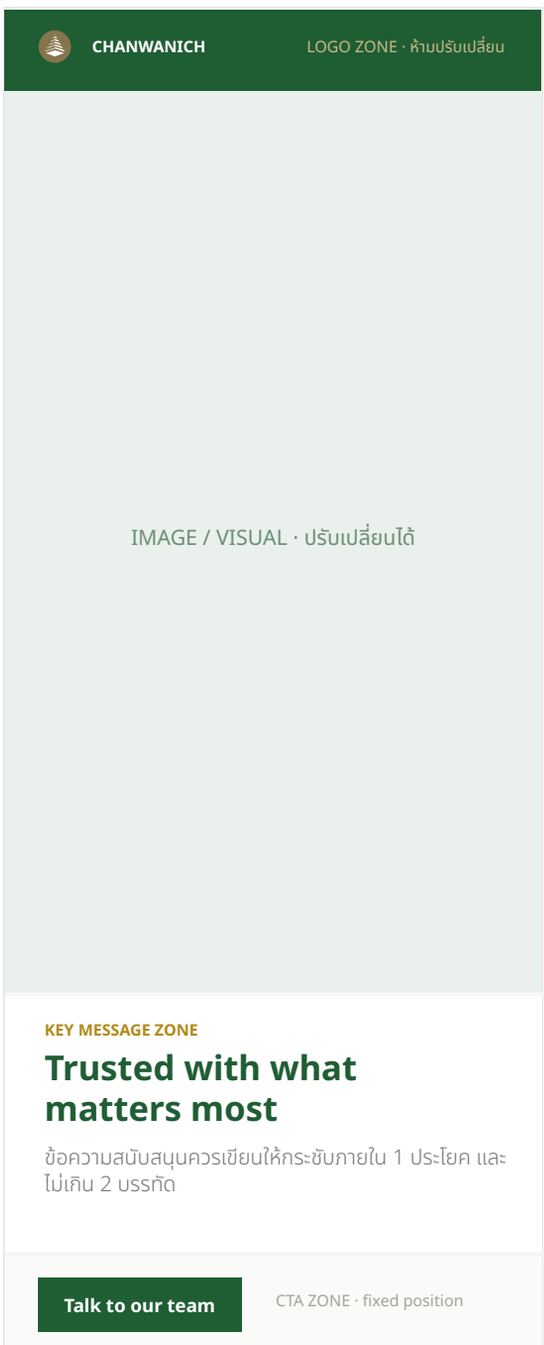
ใช้เส้นแบ่งแนวตั้งหนา 1 px สี #C9C6BD โดยกำหนดความสูงของเส้นเป็น 1.3 เท่าของความสูงโลโก้ และเว้นระยะห่างระหว่างเส้นแบ่งกับโลโก้ทั้งสองด้านอย่างน้อย 1H โดยไม่ใส่กรอบหรือเปลี่ยนเป็นสีเขียว

6.3

Advertising & Campaign

การออกแบบสื่อโฆษณาและแคมเปญสามารถปรับรูปแบบภาพและข้อความได้ตามความเหมาะสม
โดยต้องคงตราสัญลักษณ์ (logo) สีมาตรฐาน และลำดับการนำเสนอข้อมูลตามที่กำหนด

พื้นที่จัดวางองค์ประกอบและข้อความ



การจัดวางองค์ประกอบต้องเรียงตามลำดับ ได้แก่ โลโก้ → ภาพประกอบ → ข้อความหลัก → ข้อความเชิญชวนให้ดำเนินการ (CTA) โดยไม่เปลี่ยนลำดับที่กำหนด

✓ องค์ประกอบที่ปรับเปลี่ยนได้

สามารถปรับรูปแบบและการจัดวางภาพ ข้อความโฆษณา น้ำเสียงการสื่อสาร การใช้สีรอง และข้อความหรือช่องทางเฉพาะของแคมเปญได้ โดยต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานของแบรนด์

✗ องค์ประกอบที่ห้ามเปลี่ยนแปลง

ห้ามเปลี่ยนรูปแบบและสีของโลโก้ สีหลักของแบรนด์ แบบตัวอักษรมาตรฐาน ลำดับการนำเสนอข้อมูล และตำแหน่งข้อความเชิญชวนให้ดำเนินการ (CTA) รวมถึงห้ามใช้ชื่อย่อ CWN แทนชื่อ Chanwanich ในสื่อเผยแพร่ภายนอก

TAGLINE

Building Trust Through Innovation

ใช้ข้อความสื่อสารแนวคิดหลักของแบรนด์ (Tagline) ด้วยตัวอักษรสีเขียวหรือสีขาวเท่านั้น ห้ามใส่กรอบหรือเปลี่ยนข้อความตามแคมเปญ

6.4

Print Production

การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งการใช้สี การเตรียมไฟล์ วัสดุ และเทคนิคการพิมพ์ เพื่อให้ผลงานมีคุณภาพและสอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กร

ระยะเผื่อตัดและพื้นที่ปลอดภัย



กำหนดระยะเผื่อตัด (Bleed) 3 มม. รอบชิ้นงาน โดยให้ภาพและสีพื้นหลังขยายเลยแนวตัดออกไป และเว้นพื้นที่ปลอดภัย (Safe Margin) อย่างน้อย 5 มม. จากขอบงาน เพื่อป้องกันข้อความหรือองค์ประกอบสำคัญถูกตัดออก

มาตรฐานสีสำหรับงานพิมพ์

Spot
PANTONE 357 C

Spot
PANTONE 871 C

งานพิมพ์เอกสารองค์กรและเอกสารสำคัญให้ใช้สีพิเศษ (Spot Color) ตามมาตรฐานที่กำหนด ส่วนงานโบรชัวร์และโปสเตอร์สามารถใช้ระบบสี CMYK ได้ แต่ห้ามใช้สำหรับโลโก้บนเอกสารทางการ

กระดาษที่แนะนำ

Letterhead · uncoated	100 gsm
Business card · uncoated	350 gsm
Brochure · matt coated	150 gsm
Poster · matt coated	200 gsm
Certificate · FSC uncoated	250 gsm

กำหนดให้ใช้วัสดุเคลือบผิวด้านเท่านั้น ห้ามเคลือบเงาบนเอกสารและเครื่องเขียนขององค์กร

SPECIAL FINISHES · เลือกใช้เทคนิคตกแต่งพิเศษได้เพียงหนึ่งรูปแบบต่อชิ้นงาน

Spot UV
เคลือบเงาเฉพาะสัญลักษณ์วงกลมบนพื้นผิวเคลือบด้านเท่านั้น

Gold foil
ใช้ฟอยล์ทองแบบด้านสำหรับงานใบประกาศนียบัตรและกล่องของขวัญ

Blind emboss
ใช้กับกระดาษไม่เคลือบผิวที่มีน้ำหนักตั้งแต่ 250 แกรมขึ้นไป

SECURE

Guilloche / microtext
ใช้เฉพาะงานพิมพ์ที่ต้องการป้องกันการปลอมแปลงเท่านั้น ห้ามใช้เพื่อการตกแต่ง

6.5

Artwork Handoff & Pre-flight

ก่อนส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์หรือผู้ผลิต ต้องตรวจสอบขนาด สี ตัวอักษร ภาพ
และรายละเอียดการผลิตให้ถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดและค่าใช้จ่ายในการแก้ไขงาน

ข้อกำหนดไฟล์สำหรับส่งผลิต

File type	PDF/X-4 — หนึ่งไฟล์ต่อหนึ่งงาน
Colour	ใช้ระบบ Spot หรือ CMYK ห้ามใช้ระบบ RGB
Profile	Coated FOGRA39 · uncoated FOGRA47
Fonts	Embedded, or outlined for signage
Bleed	ตามข้อกำหนด 6.1 · crop marks outside bleed
Transparency	Flattened before export
Overprint	ตัวอักษรสีดำพิมพ์ทับสีพื้น (Overprint) ส่วนตัวอักษรสีขาวห้ามใช้ Overprint

FILE NAME

CWN-[Job]-[Format]-[YYMMDD]-v[n].pdf

Example — CWN-AnnualReport-A4-260315-v3.pdf

IMAGE RESOLUTION · by viewing distance

PIECE	DISTANCE	MIN PPI
Card, letterhead, brochure	arm's length	**300**
A3 / A2 poster	1 – 2 m	**200**
Roll-up banner	2 – 3 m	**150**
Exhibition backdrop	4 m +	**100**
Building signage	10 m +	**72**

ความละเอียดของภาพต้องเหมาะสมกับขนาดงานพิมพ์จริง เช่น ภาพความละเอียด 300 PPI เมื่อขยายเป็น 4 เท่า ความละเอียดจะลดลงเหลือ 75 PPI ส่วนโลโก้ต้องใช้ไฟล์เวกเตอร์เท่านั้น เพื่อให้ภาพคมชัดทุกขนาด

รายการตรวจสอบก่อนส่งผลิต

- [ ] ตรวจสอบขนาดงานหลังตัดให้ตรงตามที่กำหนดในตารางหัวข้อ 6.1
- [ ] ต้องมีระยะเผื่อตัด (Bleed) ครบทั้ง 4 ด้านของชิ้นงาน
- [ ] ห้ามวางข้อความหรือองค์ประกอบใกล้แนวตัด เว้นระยะตามที่กำหนด
- [ ] โลโก้เป็นไฟล์เวกเตอร์ตามมาตรฐาน เว้นที่ว่างรอบโลโก้ตามที่กำหนด
- [ ] ใช้สีระบบ Spot Color หรือ CMYK ที่กำหนดไว้ในหัวข้อ 2.1 โดยห้ามเลือกหรือปรับสีด้วยสายตา
- [ ] ตรวจสอบไม่ให้มีสีระบบ RGB หรือ Spot Color ค้างอยู่ในแถบรายการสี
- [ ] ตรวจสอบให้ภาพทุกภาพมีความละเอียด (PPI) ตามมาตรฐาน
- [ ] ต้องฝังฟอนต์ทั้งหมดไว้ในไฟล์ โดยใช้เฉพาะแบบตัวอักษร Noto Sans และ Noto Sans Thai ตามมาตรฐานขององค์กร
- [ ] ตรวจสอบความถูกต้องของข้อความภาษาไทย รวมถึงการเว้นวรรคและการตัดบรรทัดให้ถูกต้อง
- [ ] ต้องได้รับการอนุมัติตามขั้นตอนที่กำหนดในหัวข้อ 6.6 และมีหลักฐานการอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษร

PROOFING

Digital	ตรวจสอบเฉพาะการจัดวาง ข้อความ และตำแหน่งองค์ประกอบ ห้ามใช้สีที่แสดงบนหน้าจอหรือจากเครื่องพิมพ์สำนักงานเป็นเกณฑ์อนุมัติสีงานพิมพ์
Wet proof	ต้องตรวจสอบตัวอย่างงานพิมพ์จริง (Wet Proof) สำหรับงานที่ใช้สีพิเศษ (Spot Color) งานปั๊มฟอยล์ งานปั๊มนูน และงานเอกสารทางการที่มีตราสัญลักษณ์องค์กร
Viewing	ตรวจสอบสีงานพิมพ์ภายใต้แสงมาตรฐาน D50 โดยเทียบกับคู่มือสี Pantone ห้ามใช้แสงจากหลอดไฟสำนักงานในการตัดสินความถูกต้องของสี

AUTOMATIC REJECT

ไม่รับไฟล์อาร์ตเวิร์กที่เป็น JPEG หรือ PNG การใช้โลโก้ที่คัดลอกจากเว็บไซต์ ภาพที่ใช้ระบบสี RGB ไฟล์ที่ไม่มีระยะเผื่อตัด (Bleed) และไฟล์ที่ไม่ได้ฝังฟอนต์

6.6

Approval & Ownership

การผลิตสื่อต้องผ่านการตรวจสอบและอนุมัติจากผู้รับผิดชอบตามประเภทงาน
โดยควรเผื่อระยะเวลาดำเนินการและได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนเริ่มผลิต

WHAT YOU ARE MAKING	PREPARED BY	SIGNED OFF BY	LEAD TIME
Internal deck or memo	You	Your manager	—
Client proposal or tender	Business unit	BU head	2 days
Brochure, flyer, poster	Agency / in-house	Corporate Affairs	5 days
Anything with a partner logo	Agency / in-house	Corporate Affairs + Legal	5 days
Campaign · any paid media	Agency	Corporate Affairs + MD	10 days
Third-party use of our logo	Requesting party	Corporate Affairs + Legal	5 days
Merchandise & gift set	Corporate Affairs	Corporate Affairs	10 days
Building & wayfinding signage	Supplier	Corporate Affairs + Facilities	15 days

สิ่งที่ต้องตรวจสอบก่อนเผยแพร่

1. โลโก้: ใช้รูปแบบ สี ขนาด และระยะห่างตามมาตรฐานที่กำหนด
2. อัตลักษณ์: ใช้สี ตัวอักษร และรูปแบบการจัดวางที่สะท้อนเอกลักษณ์ของจันวาณิชย์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

Brand & layout	Corporate Affairs
Trademark use	Legal see 5.1
Digital & Template	Digital Solutions
Print & production	Security Printing
Course material	Learning Solution

SECTION 07

07

Brand Governance

จันวาณิชย์กำหนดแนวทางการใช้อัตลักษณ์องค์กรและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ ครอบคลุมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การสื่อสารอย่างเป็นกลาง การใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม และการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กร

7.1 Logo

7.2 Facebook & PDPA

7.3 Political Neutrality & Brand Use

7.4 Responsible Communication & Wording

7.5 Generative AI & CI

7.6 Approval & Escalation

7.1

Logo

✓ DO

✓ ใช้โลโก้หลักและเว้นพื้นที่ว่างรอบโลโก้ตามมาตรฐาน

✓ ใช้สีเขียวและสีทองตามมาตรฐานสีของจันวาณิชย์เป็นสีหลัก

✓ ใช้แบบตัวอักษร Noto Sans สำหรับภาษาอังกฤษ และ Noto Sans Thai สำหรับภาษาไทย

✓ ใช้ตราสัญลักษณ์ (logo) ตามขนาดขั้นต่ำที่กำหนดและเลือกพื้นหลังที่ทำให้มองเห็นชัดเจน

✓ ใช้การไล่ระดับสี (Gradient) ตามรูปแบบที่กำหนดอย่างเหมาะสม

✗ DON'T

✗ ห้ามเปลี่ยนสี ยืด บีบ หมุน หรือเพิ่มเอฟเฟกต์ให้ตราสัญลักษณ์ (logo)

✗ ห้ามวางตราสัญลักษณ์ (logo) บนพื้นหลังที่ทำให้มองเห็นไม่ชัดเจน

✗ ห้ามใช้สีหรือแบบตัวอักษรนอกเหนือจากมาตรฐานที่กำหนด

✗ ห้ามใช้สีมากเกินไปจนทำให้งานออกแบบขาดความสมดุล

✗ ห้ามดัดแปลงหรือออกแบบเครื่องหมายการค้าและตราสัญลักษณ์ใหม่

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

7.2

Facebook & PDPA

✓ DO

✓ ตรวจสอบวัตถุประสงค์ กฎหมาย และประกาศความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ก่อนใช้ข้อมูลส่วนบุคคล

✓ หากต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคล ต้องขออนุญาตจากเจ้าของข้อมูลก่อน และเก็บหลักฐานการยินยอมไว้เพื่อตรวจสอบ

✓ ปกปิดข้อมูลที่ระบุตัวบุคคลได้ เช่น ชื่อ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เลขเอกสาร ป้ายทะเบียน

✓ กำหนดสิทธิ์ผู้ดูแล Facebook Page ตามหน้าที่ เปิดใช้การยืนยันตัวตนหลายขั้นตอน (MFA) และไม่ใช้รหัสผ่านร่วมกัน

✓ หากไม่แน่ใจเรื่องการใช้ข้อมูล ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (DPO) หรือฝ่ายกฎหมายก่อนเผยแพร่หรือซื้อโฆษณา

✗ DON'T

✗ ห้ามเผยแพร่ภาพแชต ความคิดเห็น หรือรายชื่อที่ระบุตัวบุคคลได้โดยไม่ตรวจสอบสิทธิ

✗ ห้ามนำข้อมูลจาก Inbox, Comment หรือ Lead Form ไปใช้นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้

✗ ห้ามอัปโหลดรายชื่อลูกค้า (Customer List) หรือสร้างกลุ่มเป้าหมายโฆษณา (Custom Audience) โดยไม่มีสิทธิในการใช้ข้อมูล

✗ ห้ามถือว่าการแปลงข้อมูลด้วยวิธี Hash ทำให้ข้อมูลนั้นพ้นจากข้อกำหนดของ PDPA

✗ ห้ามจัดเก็บข้อมูลลูกค้าบนอุปกรณ์ส่วนตัว หรือส่งข้อมูลผ่านบัญชีส่วนบุคคล

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

7.3

Political Neutrality & Brand Use

✓ DO

✓ สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและบริการของบริษัท โดยใช้ข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบได้

✓ ใช้ถ้อยคำที่เป็นกลาง ไม่สนับสนุนหรือคัดค้านฝ่ายการเมืองใด

✓ ให้ฝ่ายสื่อสารองค์กรและฝ่ายกฎหมายตรวจสอบและอนุมัติเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสาธารณะก่อนเผยแพร่

✓ ไม่นำความคิดเห็นทางการเมืองส่วนตัวมาเผยแพร่ผ่านช่องทางของบริษัท หรือใช้ทรัพยากรของบริษัทเพื่อแสดงความคิดเห็นส่วนตัว

✓ ห้ามเผยแพร่เนื้อหาที่อาจทำให้เข้าใจว่าบริษัทสนับสนุนหรือเข้าข้างฝ่ายการเมืองใด

✗ DON'T

✗ ห้ามใช้ชื่อ โลโก้ ช่องทางสื่อสาร งบประมาณ หรือทรัพยากรของบริษัทเพื่อกิจกรรมทางการเมือง

✗ ห้ามนำโลโก้บริษัทไปใช้ร่วมกับชื่อ ภาพ คำขวัญ หรือสัญลักษณ์ของผู้สมัครและพรรคการเมือง

✗ ห้ามสนับสนุน คัดค้าน หรือหาเสียงให้บุคคลหรือพรรคการเมืองในนามบริษัท

✗ ห้ามนำข้อมูลของลูกค้าหรือพนักงานไปใช้เพื่อกิจกรรมทางการเมือง

✗ ห้ามให้บุคคลภายนอกนำโลโก้บริษัทไปใช้หรือดัดแปลงเพื่อกิจกรรมทางการเมือง

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

7.4

Responsible Communication & Wording

✓ USE INSTEAD

✓ แจ้งรายละเอียด เงื่อนไขของสินค้าและบริการตามที่บริษัทกำหนดอย่างชัดเจน

✓ ใช้ข้อความที่ให้ข้อมูลอย่างเป็นกลาง เช่น “สำหรับผู้ที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับ...”

✓ สื่อสารด้วยข้อเท็จจริง โดยไม่กล่าวหาหรือพาดพิงบุคคลและองค์กรอื่นในทางเสียหาย

✓ ใช้ถ้อยคำที่เป็นกลางทางการเมือง และนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่ตรวจสอบได้

✓ ใช้ภาษาสุภาพ ให้เกียรติผู้อื่น และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่

✗ AVOID

✗ ห้ามใช้คำกล่าวอ้าง เช่น “ดีที่สุด” “อันดับ 1” หรือ “การันตีผล” โดยไม่มีหลักฐานยืนยัน

✗ ห้ามใช้ข้อความที่คาดเดาหรือระบุปัญหาส่วนตัวของผู้รับสาร เช่น “คุณกำลังมีปัญหาการเงินใช่ไหม?”

✗ ห้ามกล่าวหาหรือโจมตีบุคคลและองค์กรอื่น เช่น “บริษัท X หลอกลวง” หรือ “คู่แข่งไม่มีมาตรฐาน”

✗ ห้ามใช้ข้อความที่แสดงการสนับสนุนหรือคัดค้านบุคคลหรือกลุ่มการเมืองในนามบริษัท

✗ ห้ามใช้ถ้อยคำดูหมิ่น ข่มขู่ เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความเกลียดชัง

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

7.5

Generative AI & CI

✓ ALLOWED WITH APPROVAL

✓ ใช้เฉพาะเครื่องมือ AI และบัญชีองค์กรที่ได้รับอนุมัติจากฝ่าย IT ผู้ดูแลแบรนด์ และฝ่ายกฎหมายหรือ DPO

✓ ใช้โลโก้ชั่วคราว (Placeholder) ระหว่างออกแบบ และเปลี่ยนเป็นโลโก้จริงจากไฟล์มาตรฐานก่อนใช้งาน

✓ ใช้เฉพาะข้อมูลที่จำเป็น โดยไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลลับเข้าสู่ระบบ AI

✓ ตรวจสอบความถูกต้อง ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และความสอดคล้องกับอัตลักษณ์องค์กรก่อนนำผลงาน AI ไปใช้

✓ บันทึกชื่อเครื่องมือ AI เวอร์ชัน วันที่ คำสั่งที่ใช้ (Prompt) และผู้อนุมัติก่อนเผยแพร่ผลงาน

✗ PROHIBITED

✗ ห้ามอัปโหลดไฟล์ Logo/CI Master Asset เข้าสู่ระบบ AI ที่ไม่ได้รับอนุมัติ

✗ ห้ามใช้ AI สร้าง วาดใหม่ ดัดแปลง ทำภาพเคลื่อนไหว หรือเลียนแบบตราสัญลักษณ์ (logo) ของจันวาณิชย์

✗ ห้ามนำผลงานจาก AI มาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ (logo) หรืออัตลักษณ์องค์กรอย่างเป็นทางการหากไม่ได้รับอนุมัติ

✗ ห้ามนำข้อมูลลูกค้า พนักงาน เอกสารลับ หรือผลงานที่ไม่มีสิทธิใช้งานเข้าสู่ระบบ AI

✗ ห้ามเผยแพร่ผลงาน AI ที่มีตราสัญลักษณ์ (logo) หรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง รวมถึงภาพบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

7.6

Approval & Escalation

✓ STANDARD ROUTE

✓ สื่อสังคมออนไลน์: ให้ผู้รับผิดชอบเนื้อหาและฝ่ายสื่อสารองค์กรตรวจสอบและอนุมัติก่อนเผยแพร่

✓ ข้อมูลส่วนบุคคล: งานที่ใช้ภาพบุคคล รายชื่อผู้สนใจ หรือข้อมูลกลุ่มเป้าหมายโฆษณา ต้องได้รับการตรวจสอบจากฝ่ายกฎหมายหรือ DPO

✓ งานที่ใช้ AI: หากมีการใช้อัตลักษณ์องค์กร (CI) หรือข้อมูลภายในร่วมกับ AI ต้องได้รับการตรวจสอบจากฝ่าย IT Security และฝ่ายกฎหมายหรือ DPO

✓ หลักฐานการอนุมัติ: จัดเก็บหลักฐานความยินยอม แหล่งที่มาของข้อมูล และเอกสารอนุมัติไว้ในโฟลเดอร์โครงการ

✓ การเผยแพร่: เผยแพร่ผลงานได้เมื่อได้รับการอนุมัติขั้นสุดท้ายแล้วเท่านั้น

✗ STOP & ESCALATE

✗ ไม่สามารถตรวจสอบสิทธิการใช้หรือแหล่งที่มาของข้อมูลและภาพได้

✗ เนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง ประเด็นอ่อนไหว หรืออาจทำให้เข้าใจว่าบริษัทสนับสนุนฝ่ายใด

✗ ข้อความโฆษณา ราคา โปรโมชัน หรือคำกล่าวอ้าง เช่น “ดีที่สุด” ไม่มีหลักฐานยืนยัน

✗ พบการดัดแปลง สร้างตราสัญลักษณ์ (logo) ขึ้นใหม่ รวมถึงการใช้ AI สร้างที่ไม่ตรงตามมาตรฐาน

✗ พบข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลลับที่อาจถูกเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องแจ้ง DPO หรือฝ่าย IT ทันที

CHANWANICH, the Chanwanich symbol and its lockups are registered trademarks of Chanwanich Group. © 2026 Chanwanich Group. All rights reserved. เครื่องหมายการค้าทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทจันวาณิชย์

CHANWANICH

THANK YOU · ขอบคุณ

Building Trust Through Innovation

สร้างความเชื่อมั่น เพื่ออนาคตแห่งนวัตกรรม · Since 1917

Kongboonma Building, 699 Silom Rd., Bangrak, Bangkok 10500
Tel. (662) 635 3333 · www.chanwanich.com

© 2026 · V.1