

头马品牌

品牌 手册



WHERE LEADERS ARE MADE

目录

欢迎	3
品牌的基礎	4
标语, 核心价值观, 品牌的许诺	4
个性, 声音和语调	5
声音和语调	6
视觉指南	7
徽标	8
徽标字标	9
文字标记锁定	10
徽标 - 对与错	11
调色板	12
渐变色	13
透明度	14
Pathways徽标	15
Pathways徽章	16
字体 - Gotham	17
字体 - Myriad Pro	18

图像和摄影	19
图像和摄影	20-21
徽标在图像上的位置	22
资源材料	23
品牌门户	24
电子邮件签名	25
标准和程序	26
商标使用申请	27
视频指南	28
服装指南	29
网站指南	30
企业俱乐部指南	31
木槌 (GAVEL) 俱乐部指南	32
大区峰会指南	33
策略4.0：知识产权	34
常见问题解答	35
常见问题	36
常见问题、联系方式	37

中文品牌手册：设计/翻译 - Cheehua Soh (2020-2021大区品牌主席)；监督：Fanty Fan (2020-2021大区公关经理)

© 2020 Toastmasters International. All rights reserved. Toastmasters International, the Toastmasters International logo, and all other Toastmasters International trademarks and copyrights are the sole property of Toastmasters International and may be used only with permission.

BRAND MANUAL | TOASTMASTERS INTERNATIONAL | www.toastmasters.org | Rev. 05/2021

欢迎各位 品牌大使

您准备好和我们一起享受“品牌欢乐”之情了吗?
让此《品牌手册》成为您的灵感!

为了帮助您高效地让品牌焕发生机，**Toastmasters International**
很高兴为您呈现易于执行的品牌指南。

让我们一起学习《品牌手册》，并创作出能体现我们
的价值观、使命、准则的一致形象。



品牌的基础

标语

领导者的摇篮

标语有助于传达我们的使命和宗旨。

核心价值观

诚信 | 尊重 | 服务 | 卓越

这些坚定不移的价值观是Toastmasters的核心，是每个决定的参考依据，为指引和评估目前的运营、近期的计划和未来的愿景提供了方法。

品牌的许诺

通过个人成长和专业发展赋能每一位个体。

我们的承诺涵盖会员成长的方方面面。



品牌的基础

个性

我们的个性反映出在每个触点组织是如何跟观众互动的，比如内部沟通、外部媒体，社交媒体等。每种文化、每种语言、每种媒介的调整应呈现出一致的品牌个性，即，领导力、奉献和授权这些明显特征。

声音和语调

我们的声音是自信且富有同情的，清晰而恭敬的，友好而专业的。我们的语调是积极、乐观、热情的，必要时是严肃的，以开放的心态去交流。



声音和语调

所有品牌传播都有助于加强品牌与目标受众的联系。Toastmasters International 是头马品牌的唯一标识，应始终反映出头马独特的核心属性。（请参阅第5页）

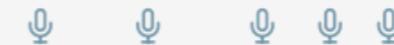
品牌传播最重要的方面或许是声音和语调，或者是当我们向观众发言的时候，观众接收到的声音是怎样的。恰当的声音和语调能让我们更好地与我们的观众链接，并增强我们品牌的个性。

因此，写作前，请花点时间来了解您的交流背景和目标受众的心态。这将有助于您找到合适的用词，创造出能引起共鸣的优秀作品。

声音语调的检查清单

所有品牌的沟通应该是：

- 温暖
- 清晰
- 友善
- 专业
- 简洁
- 尊重
- 普遍理解
- 国际友好



普遍理解

国际友好

温暖

简洁

友善

清晰

尊重

专业

视觉指南



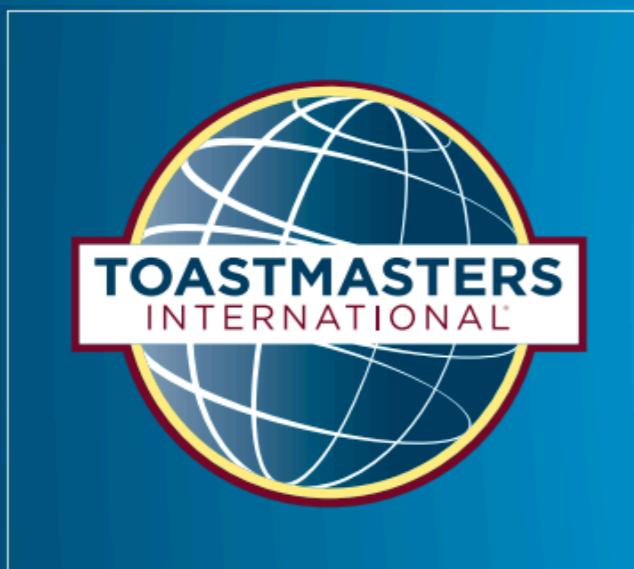
视觉资料



徽标

徽标是视觉形象不可或缺的一部分，感谢您一直正确使用它，这样可以加快目标受众的参与度，提高组织的信誉，并加深品牌在受众中的印象。

充分的空间和恰当的尺寸可确保徽标在打印和在网络应用中清晰可见。让我们一起正确使用徽标！



全色



灰度



白色

Toastmasters International 徽标是头马品牌视觉形象不可或缺的一部分。如果使用得当，它可以在多样且独特的俱乐部中创造出一致的体验，还可以提高品牌的识别度。

下载

- 徽标可在以下网址下载
www.toastmasters.org/Logos

净空间



如图所示，徽标周围应保留一个大于或等于“X”的空白区域。“X”是文字标记的高度。

最小尺寸



72像素
网页



3/4英寸
打印

徽标字标

徽标字标与徽标同等重要！

充分的空间和恰当的尺寸可确保徽标在打印和在网络应用中清晰可见。让我们一起正确使用徽标！



全色

白色

Toastmasters International 徽标是头马品牌视觉形象不可或缺的一部分。如果使用得当，它可以在多样且独特的俱乐部中创造出一致的体验，还可以提高品牌的识别度。

下载

- 字标锁定可在以下网址下载
www.toastmasters.org/Logos.

净空间



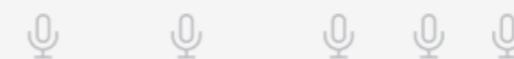
如图所示，徽标字标周围应保留一个大于或等于“X”的空白区域。“X”是文字标记的高度。

最小尺寸



72像素
网页

3/4英寸
打印



文字标记锁定

这是使用徽标和文字标记的一些替代方法。

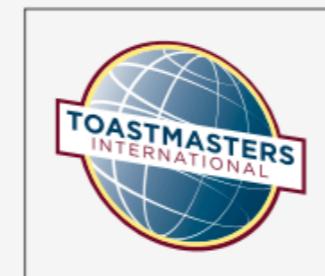
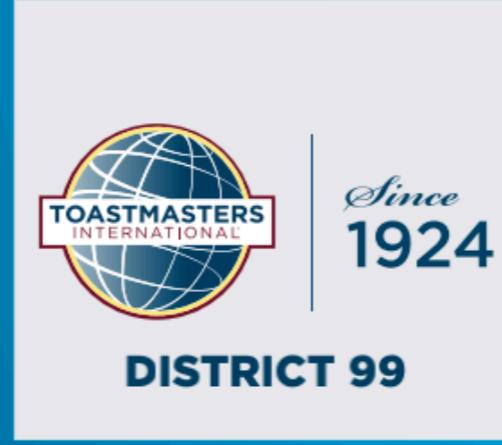
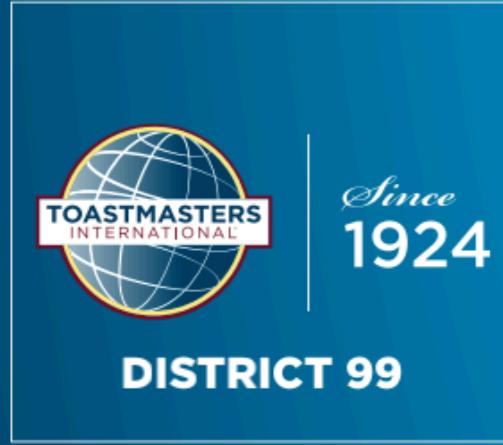
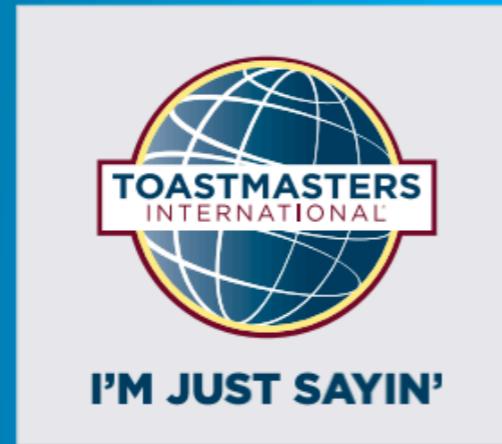
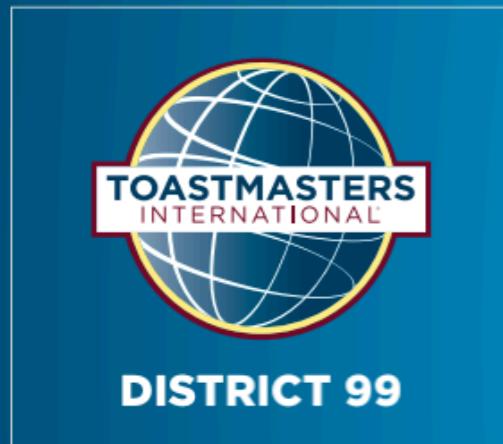


下载

- 字标锁定可在以下网址下载
www.toastmasters.org/Logos.

徽标 - 对与错

此页面的所有范例均为正确的使用方式；对页的所有范例均为错误的使用方式。



请勿要将徽标
放在透视图中



不要不成比例地
缩放徽标



请勿更改徽标
元素的比例



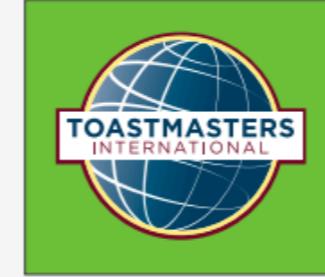
请勿更改
徽标元素



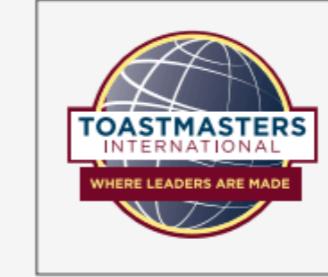
不要为俱乐部
定制或创建徽标



请勿更改
徽标颜色



请勿在徽标后面
背景有非头马颜色



请勿使用任何副本,
标语,符号或图片
与徽标重叠



请勿在徽标后面
放置图案化的辉光

调色板

原色

头马的调色板由纯正栗色、忠诚蓝色、冷灰色、快乐黄色、黑色和白色组成，代表着领导力、奉献精神和学习授权等。

Hex #772432
C12 M95 Y59 K54
R119 G36 B50
Pantone 188



True Maroon
真正栗色

Hex #004165
C100 M43 Y12 K56
R0 G65 B101
Pantone 302



Loyal Blue
忠诚蓝色

Hex #A9B2B1
C23 M7 Y12 K18
R169 G178 B177
Pantone 442



Cool Gray
冷灰色

重点色

Hex #F2DF74
C0 M5 Y57 K0
R242 G223 B116
Pantone 127



Happy Yellow
快乐黄色

- » Hexadecimal for web
- » CMYK for 4-color process
- » Pantone™ colors
- » RGB for digital



渐变色

忠诚蓝色，纯正栗色与 冷灰色的渐变色

若使用忠诚蓝、纯正栗色或冷灰色的渐变色创作营销资料，可参考右侧的图表，该图表展示了从上到下、从下到上、从左到右、从右到左、以及放射性渐变的效果。



请注意：右侧的图表仅为十六进制的Web值提供参考。

忠诚蓝渐变色操作说明

线性渐变 90°
(从上到下)

Loyal Blue: #004165

Blissful Blue: #006094

线性渐变 90°
(从下到上)

Blissful Blue: #006094

Loyal Blue: #004165

线性渐变 90°
(从左到右)

Loyal Blue:
#004165

Blissful Blue:
#006094

线性渐变 90°
(从右到左)

Loyal Blue:
#004165

径向渐变 0°

Loyal Blue:
#004165

Blissful Blue: #006094

Loyal Blue:
#004165

纯正栗渐变色操作说明

线性渐变 90°
(从上到下)

Deep Maroon: #3B0104

Rich Maroon: #781327

线性渐变 90°
(从下到上)

Rich Maroon: #781327

Deep Maroon:
#3B0104

线性渐变 90°
(从左到右)

Deep Maroon:
#3B0104

Rich Maroon:
#781327

线性渐变 90°
(从右到左)

Deep Maroon:
#3B0104

径向渐变 0°

Deep
Maroon:
#3B0104

Rich Maroon: #781327

Deep
Maroon:
#3B0104

冷灰渐变色操作说明

线性渐变 90°
(从上到下)

Cool Gray: #A9B2B1

Fair Gray: #F5F5F5

线性渐变 90°
(从下到上)

Fair Gray: #F5F5F5

Cool Gray: #A9B2B1

线性渐变 90°
(从左到右)

Cool Gray:
#A9B2B1

Fair Gray:
#F5F5F5

线性渐变 90°
(从右到左)

Cool Gray:
#A9B2B1

径向渐变 0°

Cool Gray:
#A9B2B1

Fair Gray: #F5F5F5

Cool Gray:
#A9B2B1

透明度

您可以使用如下所示的透明胶片创建材质，但要注意文本与背景的对比度。换句话说，不希望在浅色背景上使用白色文本，或者在深色背景上使用黑色文本。 文本和背景之间的对比度越大越好。



Pathways 徽标

Pathways旨在帮助会员培养他们需要的沟通力和领导力。在宣传Pathways时请使用Pathways徽标。



全色



灰度



白色

净空间



如图所示，PATHWAYS周围应保留一个等于或大于距离“X”的空白区域。“X”是文字标记的高度。

最小尺寸



72像素
网页

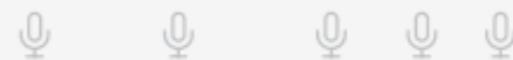


3/4英寸
打印



下载

- Pathways徽标可在以下网址下载
www.toastmasters.org/Logos.



Pathways 徽章



动态领导力



有效教练



运用幽默



创新计划



领导力培养



激励策略



劝说型影响



展示技巧



战略关系



团队协作



远景沟通

下载

徽章可在以下网址下载
www.toastmasters.org/Logos.



Fonts 字体

这里的规则仅限于英文字体，中文字体暂时没有具体限制。

字体呈现出友好的感觉吗？这些是用于Toastmasters品牌的字体。

Gotham 主要英文字体

Gotham是Toastmasters International的主要字体。这种大方的几何字体散发着自信，又没有呆板或过于数字化的感觉。

Usage: Headlines and subheads

用法：大标题和小标题

免费英文字体交替字体

FREE ALTERNATE: Montserrat

- Montserrat字体外形跟Gotham相似，可免费试用。
- Use this [link](#) to access the free Montserrat font.
点在这里的“link”免费下载

Gotham Examples



Ultra



Black



Bold



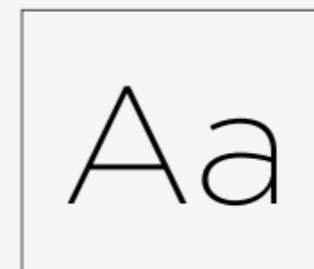
Medium



Book



Light



Extra Light



Thin



Fonts 字体

这里的规则仅限于英文字体，中文字体暂时没有具体限制。

字体呈现出友好的感觉吗？这些是用于Toastmasters品牌的字体。

Myriad Pro

Myriad Pro是Toastmasters International手册或其他资料正文的使用字体。这种字体可广泛适用于规格较小的资料。

Usage: Body copy for collateral

用法：大多数在正文

免费的可替换英文字体：Source Sans Pro

FREE ALTERNATE: Source Sans Pro

- Source Sans Pro is similar in appearance to Myriad Pro and can be used for free.
- Use this [link](#) to access the free Source Sans Pro font.
点在这里的“link”免费下载

Arial is a tertiary font for body copy that comes standard on most systems.

** 我们也可以用Arial 字体在正文里！

Myriad Pro Examples

A large, bold, black sans-serif font showing the letters A and a.

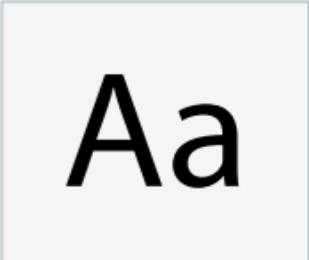
Black

A large, bold, dark gray sans-serif font showing the letters A and a.

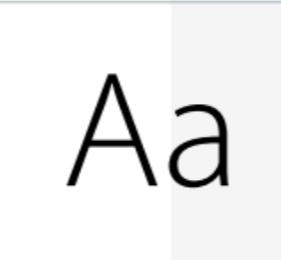
Bold

A large, bold, medium gray sans-serif font showing the letters A and a.

Semibold

A large, bold, light gray sans-serif font showing the letters A and a.

Regular

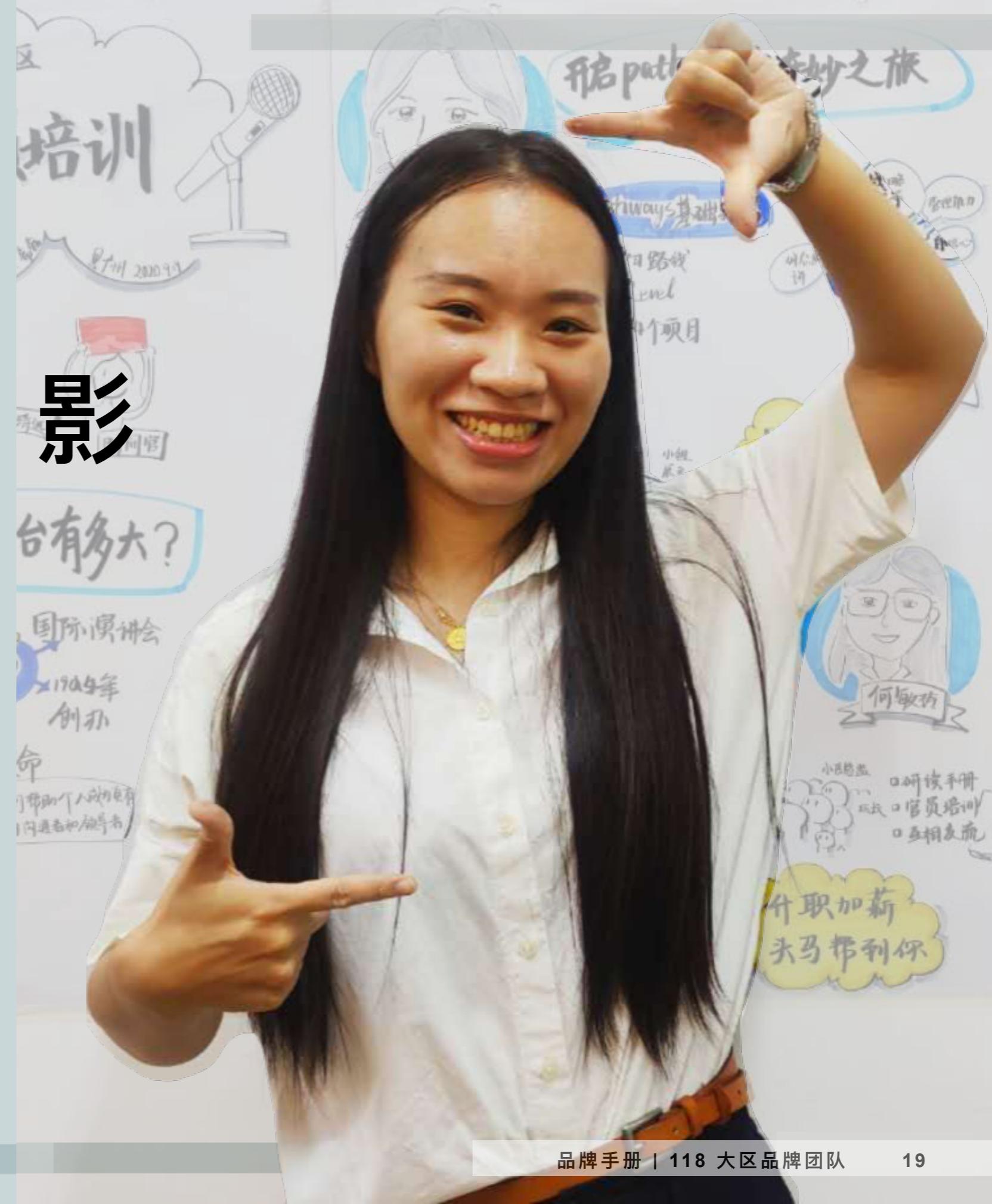
A large, thin, light gray sans-serif font showing the letters A and a.

Light

图 像 和 摄 影

图 像

音 音 音 音 音



图像和摄影

- 摄影风格应反映出头马的环境，体现人们在参加会议、演示、演讲、社交场所、会议、培训场所和演讲比赛时感受到授权和支持的感觉。
- 避免使用不能体现头马环境的图像，例如仅描绘风景、动物、儿童、食品、用具、药品、建筑等。
- 请不要使用卡通、插图或剪贴画。
- 不得使用受商标或品牌保护的图像。

下载

■ 可以从以下网站下载一系列头马品牌的图像
www.toastmasters.photoshelter.com/galleries.



图像和摄影

118大区公关团队正收集本土宣传素材，欢迎各俱乐部给大区提供高质量的照片用于宣传。



徽标在图像上的位置

Toastmasters徽标可用于摄影作品，只要徽标的位置与背景图片能够明显区分开来，并且徽标不是图像中任何特定内容的一部分。徽标也不应该直接覆盖在人物的脸部或跟图片形成竞争关系。在对比度足够大的背景下使用Toastmasters徽标，确保徽标完全清晰，并使用Toastmasters批准的照片。徽标周围的空间应符合最低要求，最好放在图像的左上角或右下角。



The screenshot shows a website page with the following elements:

- Header:** A dark header bar with a search bar containing "Search or enter website name".
- Logo:** The official Toastmasters International logo (a globe with the text "TOASTMASTERS INTERNATIONAL") is positioned in the top left corner.
- Text:** "Desde 1924" is displayed next to the logo.
- Section Header:** Large, bold text "Domina hablar en público. Domina tu vida." is centered on the page.
- Text:** Two paragraphs of Spanish text describing the benefits of public speaking and encouraging users to download a PDF.
- Call-to-action:** A button labeled "Descarga el PDF" (Download the PDF) is located below the text.
- Footnote:** A small block of text at the bottom right discusses the common fear of public speaking and the organization's long history.

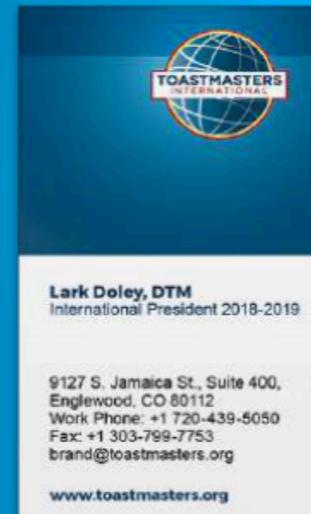
资源

资源



品牌门户

品牌门户网站有您所需的用于创造令人兴奋的、合规宣传物料的元素。您可以找到徽标、文字标记、营销资源、名片、图片模板、文具等。请浏览品牌门户网站查看所有可用资源。



下载

- 在这网站里费下载品牌资产
www.toastmasters.org/BrandPortal.

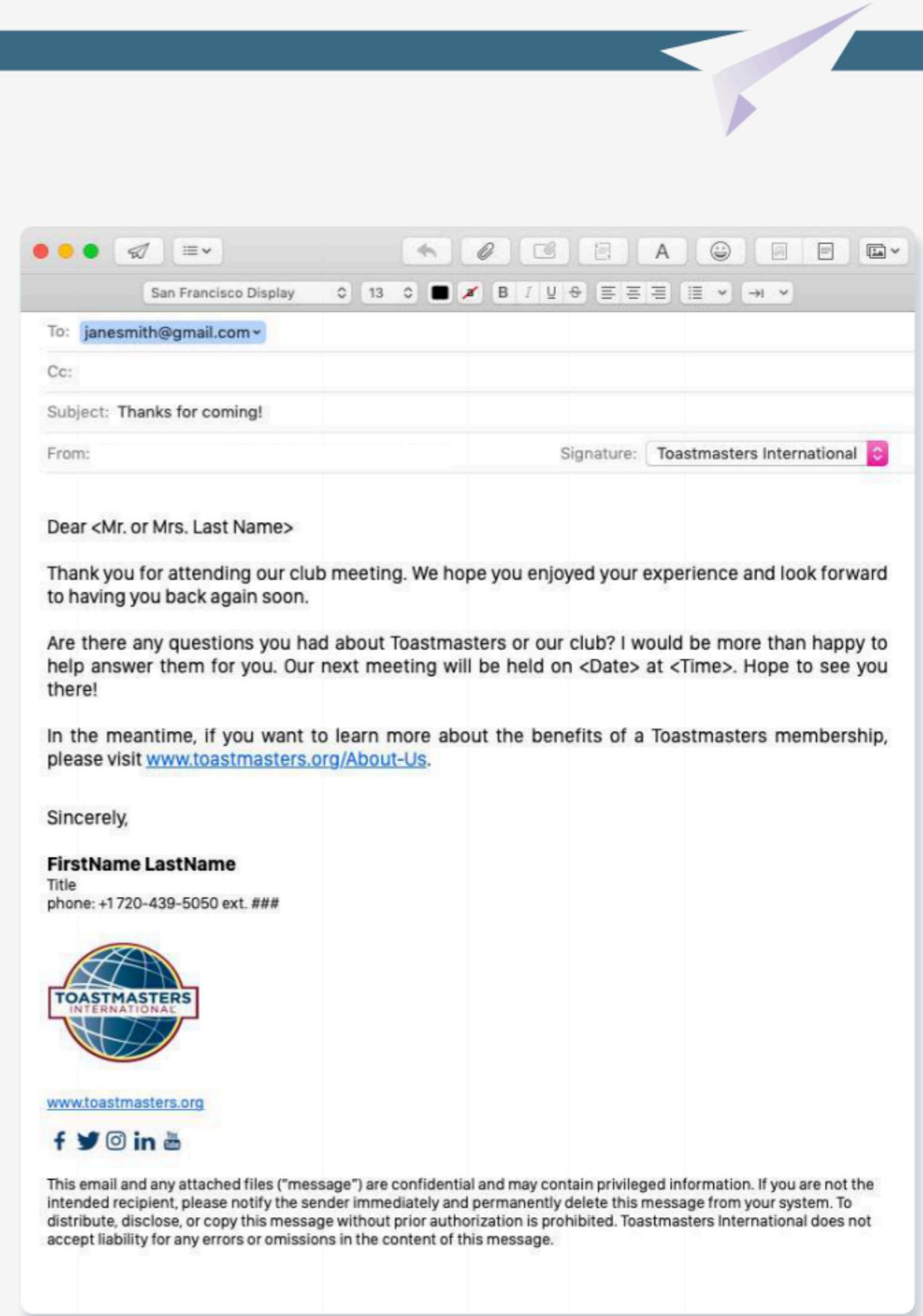
The image shows a branding mockup for Toastmasters International. At the top right, there is a header placeholder with the text "Header Goes Here" and "Subhead goes here". Below the header is a business card template with the "TOASTMASTERS INTERNATIONAL" logo and the name "Lark Doley, DTM" along with her title and contact information. To the left of the card is a pen. At the bottom left, there is a signature placeholder with the text "First/Last Name" and "Title Goes Here". The bottom right corner of the mockup contains the address "9127 South Jamaica Street, Suite 400 | Englewood, CO 80112 | Phone: +1 720-439-5050 | www.toastmasters.org".

电子邮件签名

作为会员、俱乐部官员或大区官员，您可以将此签名添加到邮件，以传达出您跟Toastmasters的关系，并提供必要的结束信息。

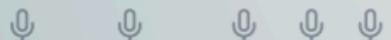
下载

- 下载电子邮件签名，并按照门户网站关于规格的简单说明进行设置。
www.toastmasters.org/Stationery.



标准和程序

标
准



商标 使用申请

Toastmasters致力于保护我们的品牌、商标和版权。我们依靠您的努力来确保您创作的宣传物料没有威胁到我们熟知并喜爱的知识产权。

作为通用规则，所有非纸质材料在生产或购买前均需官方授权。请参考右侧的图表说明。

申请授权

- 为了获得任何右侧图表非授权物料的授权，请将您的设计通过商标使用申请流程提交。

www.toastmasters.org/TraedemarkUseRequest

所有案例将单独进行分析，因此，请在提交请求时预留充足的时间给品牌和商标团队进行审核并提供反馈。

商标授权在授权期限内有效，到期不会自动续期。如您要生产或购买之前授权过的物品，请重新提交新的商标使用申请。

如果您不确定是否应该提交请求或联系品牌团队以获得批准，请查看本页上有关【协议4:0：知识产权】的图表。

用户	授权	没有授权	责任
俱乐部 小区 中区 大区	文具、名片、 公告、通讯、 电子媒体、网站、 节目封面、议程、 和类似项目，仅当与 任务直接相关 并专注于任务时	物品如 奖杯、丝带、横幅 证书、衣服或其他物品，除了特定的、事先 得到CEO书面的授权	俱乐部主席 大区总监
每个级别的 官员	文具、名片、 公告、通讯、 电子媒体、网站、 竞选物料 和类似物品	物品如 奖杯、丝带、横幅 证书、衣服或其他物品，除了特定的、事先 得到CEO书面的授权	官员
每个成员 和 各个级别的 官员	文具、名片、 公告、通讯、 电子媒体、网站、 表明该人与某个机构 的从属关系 会员俱乐部	任何个人通讯、电子媒体、公告或类似项目； 物品如奖杯、 丝带、横幅、证书、 衣服或其他物品， 除了特定的、事先得到 CEO书面的授权	会员

视频指南

当创作俱乐部或大区视频时，请使用这些指引作为检查清单：

- 俱乐部名称或大区编号应放在徽标的下方，以说明该视频是哪个俱乐部或大区创作的；
- 视频末尾应列明视频创作者或团队的名字、俱乐部和大区，版权符号、大区编号或俱乐部名称、年份也应列明；
- 获得视频里每个人的书面同意，请给每人发一张单独的视频发布声明；
- 视频不得侵犯任何第三方的知识产权、隐私、宣传权、所有权或任何其他法律或道德权利，且必须适合观众观看；
- 请在视频的任意一帧加上以下声明：

Toastmasters International 和所有其他 *Toastmasters International* 商标和版权是 *Toastmasters International* 的专有财产。该视频是创作者的意见，与 *Toastmasters International* 无关。它未经 *Toastmasters International* 授权、认可、赞助、附属或以其他方式批准。

申请提交

- 视频准备好后，提交商标使用请求。如果您有任何疑问，请发送电子邮件至品牌团队：

brand@toastmasters.org



服装指南

在为您的俱乐部或大区设计服装时，请遵循以下准则：

- 徽标或文字标记应始终位于 T 恤/夹克的正面，且直径不超过 3 英寸。
- 任何衬衫或夹克背面的文字或类型不应大于12英寸宽和17英寸高。
- 可接受的服装颜色为白色、酒红色、蓝色、黑色和灰色。有关适合品牌的色调，请参阅本手册第12页上的调色板。



申请提交

- 一旦您的设计准备就绪，请在购买/生产之前提交【商标使用申请】。如果您有任何问题，请发送电子邮件至品牌团队：

brand@toastmasters.org



网站指南

想为您的俱乐部、小区、中区、或大区设计网站？请遵循以下准则：

- 阅读协议 4.0，第 2 节：
www.toastmasters.org/IntellectualProperty
- 请勿复制或重新上传任何 Toastmasters 网站上向公众提供的信息或内容。
- 任何需要登录或会员资格才能访问的内容都是禁止的。
- 将以下免责声明添加到网站底部：

本网站上的信息仅供 *Toastmasters* 会员使用，仅用于 *Toastmasters* 业务。它不得用于征集和分发非 *Toastmasters* 材料或信息。

批准

- 如有疑问和批准，请联系品牌团队：
brand@toastmasters.org



企业俱乐部指南

在为您的俱乐部设计文件/物料时，请遵循以下准则：

- 当同时使用Toastmasters徽标和公司徽标时，请不要把他们并排放在一起；
- 把Toastmasters徽标和企业徽标分别放在材料的两侧/角落，或一个在顶部，一个在底部。

解答

- 如果您有任何疑问，请发送电子邮件至品牌团队：
brand@toastmasters.org



GAVEL俱乐部指南

在为您的木槌俱乐部制作材料时，请遵循以下准则：

- 关于字体、颜色、摄影风格和徽标使用，请遵循 Toastmasters 《品牌手册》的所有准则；
- 在特许 Toastmasters 会员俱乐部使用 Toastmasters 徽标的所有情况下，请改用 Gavel俱乐部徽标；
- Gavel 俱乐部横幅，如独立于 Toastmasters 购买，则必须在此处找到经批准的横幅设计，除非使用Gavel俱乐部徽标，而不是Toastmasters徽标；
- 请注意不要以任何形式改动 Gavel 俱乐部的徽标。请不要为 Gavel 俱乐部设计定制徽标；
- 不要为您的Gavel俱乐部创造自定义标语。

下载

- 请在以下网站下载标志：
www.toastmasters.org/Logos.



Loyal Blue Logo



True Maroon Logo



Black Logo



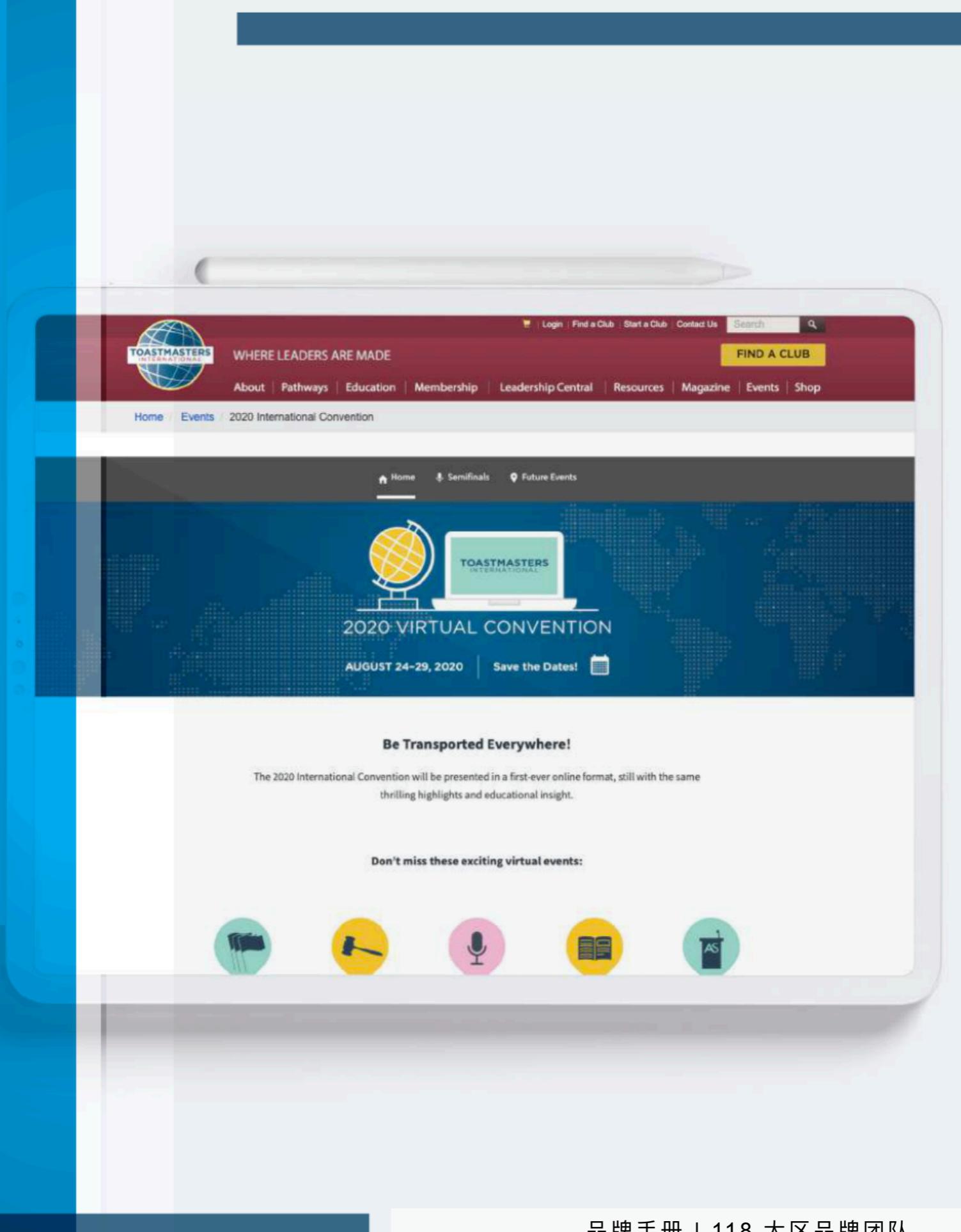
大区峰会指南

在为大区制作峰会材料时，请遵循以下准则：

- 您可以为大区峰会设计自定义徽标/主题，但前提是它们没有侵犯其他组织的版权或商标。该条款仅适用于峰会，其他所有活动必须遵守《品牌手册》准则；
- 不一定必须使用Toastmasters徽标和标语。如果您选择在峰会物料上使用，请确保这些元素跟其他元素保持独立，没有被修改，徽标没有作为任何物品、文字或数字的一部分。Toastmasters徽标在任何情况下都不能跟其他徽标并排放在一起；
- 峰会的赞助商应在宣传物料的特定部分中被提及，可以是名字或徽标，但任何情况下都不能紧挨Toastmasters徽标。

批准

- 一旦大区峰会设计准备就绪，请联系品牌团队以获得批准：
brand@toastmasters.org.



政策4.0： 知识产权

Toastmasters管理文件有特定的政策和协议来指导其知识产权的使用。

请参考它，尤其是关于品牌标准的部分，以确保您创建的材料符合品牌标准。



学习更多

- 政策4.0：知识产权
www.toastmasters.org/Intellectual-Property



© Copyright 2020 Toastmasters International

常见问题



FAQ



常见问题

俱乐部和大区可以创建自己的标志、主题和/或标语吗？

抱歉不行。我们了解每个俱乐部和每个区都是独一无二的；然而，个别的标志和座右铭造成了很多混乱，并削弱了品牌的力量。我们努力在 143 个国家/地区为我们的会员提供一致的体验，因此我们的品牌能够立即被识别是至关重要的。如果所有俱乐部都创建自己的标志，那么将有 16,800 个，而不是一个统一的标志。俱乐部、小区、中区、大区和区域都应使用 *Toastmasters* 徽标、官方标语和品牌元素。

如果我从我的材料中删除徽标，我可以使用不同的颜色、字体和/或元素吗？

不可以，因为所有 *Toastmasters* 材料都必须遵循本《品牌手册》中指定的准则。即使特定作品不需要徽标，字体、颜色、摄影风格等的其他准则仍然适用且必须遵守。

大区是否可以议创建标志/主题吗？

是的，这是徽标和主题规则的唯一例外。欢迎各区为其年度会议创建“外观和感觉”，并带有主题或标语。这是对行动的强烈呼吁，并让成员参与其中。请参阅本品牌手册的大区峰会页面，了解有关如何以符合品牌要求的方式执行此操作的更多详细信息。

关于颜色，是否为大中小区指定了纯正栗色，为俱乐部指定了忠诚蓝色？

我们过去曾经有过这种区别。由于引入了新的横幅和名片，这不再适用。虽然全球总部可能会使用颜色来识别某些材料，例如领导人信，但欢迎俱乐部和地区使用他们喜欢的颜色。

我可以在本地制作或制作名牌、丝带、俱乐部横幅或别针吗？

名牌、丝带和别针不得以任何形式在当地生产。俱乐部横幅的本地制作是允许的，但前提是该制作使用通过 *Toastmasters* 在线商店购买的数字横幅设计。这不仅确保了品牌质量和合规性标准，还确保了奖项、成就和认可项目的一致性。

欢迎俱乐部和区开发其他物品，例如礼物、胸牌、配饰等，以表彰其成员和里程碑。请确保您的设计在生产或购买之前通过商标使用请求获得批准。

常见问题

联系我们

- 如果您对本品牌手册、Toastmasters 品牌或材料开发有任何疑问，请通过 **brand@toastmasters.org** 联系品牌团队。
- 如果您对商标和版权有任何疑问，请联系商标团队：
trademarks@toastmasters.org
- 要提交商标使用请求，请访问
[www.toastmasters.org/Tmark/
UseRequest](http://www.toastmasters.org/Tmark/UseRequest)
- 若是D118的伙伴，请联PRM或品牌主席

关于全球总部和品牌的说明：全球总部不断寻找方法来保持Toastmasters International品牌的强大和相关性，并经常测试新的想法和材料。在我们考虑向《品牌手册》添加新元素之前，由营销、平面设计、翻译、法律和商标/品牌代表组成的多学科团队对其进行分析和审查，以确保品牌基调、文化敏感性和确认没有侵犯第三方的版权和商标。不幸的是，处于测试阶段的元素尚无法发放给区域、大区、中区、小区和俱乐部使用。如有任何被批准的供会员使用的材料，它们将被添加到《品牌手册》的更新版本，且会员将收到更新通知。



Toastmasters International 标志可以用于宣传材料吗？

该标志在2011年以前是组织的徽标，现在仅能用于俱乐部、小区、中区、大区及区域的历史性事件。在宣传资料中只使用该标志或两个两个徽标会造成迷惑，也会削弱品牌的力量。

全球总部在精选的材料中使用该标志，以歌颂Toastmasters的传奇并保护其商标。

我的俱乐部还可以使用旧的俱乐部旗帜吗？

有Toastmasters International徽章的黄色旧会旗应仅能用于历史性事件。如果新会旗在俱乐部会议和活动醒目的地方展示，旧会旗也能用。新会旗已经用了10年了，因此我们强烈建议俱乐部用新的替代旧的。

我如何知道我是否需要申请商标使用？

您可以使用第27页上的图表来了解您是否需要获得商标团队的授权，或者您是否可以简单地按照品牌手册制作您的材料。一般来说，除证书外，大多数纸质材料不需要提交商标使用请求。其他物品，如服装、配饰、横幅、礼品、贴纸等，将需要您通过商标程序。