



TITAPEX • BRAND × AI

品牌 AI 規範範本

讓 AI 寫出、畫出「像你品牌」的內容

怎麼使用這份範本

越來越多內容由 AI 產出。問題通常不是 AI 寫得不好，而是它不知道「你是誰」。這份範本把品牌手冊裡最重要的規則，整理成 AI 可以逐條遵守的格式。每一節都附上以虛構品牌「森研咖啡」填寫的範例，照著改成你的品牌即可。

01

填寫

由品牌負責人主筆，先求完整再求完美；第一版約 30～60 分鐘可以完成。

02

交給 AI

把填好的內容貼進 ChatGPT 的專案指令、Claude 的 Project、Gemini 的 Gem，或把第 8 節的 YAML 版本放進團隊共用的 AI 工具。

03

持續更新

每季檢查一次；每次發現 AI 的產出「不像我們」，就把原因補成一條新規則。

目錄

01 品牌核心

02 品牌個性與語氣

03 用字規範

04 視覺與 AI 生圖

05 AI 使用邊界

06 提示詞範本

07 人工審核清單

08 機器可讀版本

01

品牌核心

AI 需要先知道你是誰、為誰服務，才寫得出有立場的內容。

品牌一句話

範例 森研咖啡用實驗室的精準，烘出日常喝得到的好咖啡。

我們為誰服務

範例 25～40 歲、在意品質但沒時間研究咖啡的上班族。

我們解決什麼問題

範例 想喝好咖啡，卻不知道怎麼挑豆、怎麼沖。

品牌承諾

範例 每一包豆子都標示烘焙日期與建議沖法。

我們和別人不同的地方

範例 用數據描述風味，不用玄學形容詞。

02

品牌個性與語氣

同一個品牌在不同情境會調整語氣，但個性不變。用「是...但不是...」寫下界線，AI 最容易掌握。

品牌個性（3 個形容詞）

我們是...	但不是...
專業	艱澀難懂
親切	裝熟、過度熱情
自信	自大、貶低別人

語氣依情境調整

情境	語氣	範例句
社群貼文	輕鬆、有觀點	今天這支豆子，酸得很有禮貌。
產品說明	清楚、具體	中焙，帶柑橘與可可調性，建議水溫 92°C。
客服回覆	溫和、負責	很抱歉讓你久等，我們今天就重新寄出。
危機溝通	誠實、簡短	這是我們的疏失，以下是處理方式。

03

用字規範

用字是品牌最容易被聽出來的地方。把「會說」與「不說」列清楚，比任何形容詞都有效。

我們會說／我們不說

我們會說	我們不說	原因
風味、香氣	口感爆表、神級	具體勝過誇張
建議	一定要、必買	提供選擇，不施壓
你	您、親	平等、不過度客套
手沖	手工沖泡	用業界通用說法

品牌名與專有名詞寫法

範例 森研咖啡（不寫成「森研珈琲」）；產品線「日常」系列要加引號。

格式規則

範例 中文與英文、數字之間加半形空格；使用全形標點；不連用驚嘆號；emoji 每篇最多 1 個。

04

視覺與 AI 生圖

AI 生圖最常失控的是色調與風格。先定義品牌色、風格關鍵字與禁止元素，再用固定公式寫提示詞。

品牌色

用途	名稱	色碼 (HEX)
主色	深焙棕	 #2B1E16
背景色	燕麥白	 #E9E2D6
強調色	柿橘	 #C8553D

風格關鍵字

範例 自然光、極簡、編輯感、大量留白、材質特寫。

構圖與光線

範例 主體偏一側、側光、淺景深、低飽和。

禁止出現

範例 畫面中的文字與標誌、變形的手、過度飽和、卡通風、競品包裝。

生圖提示詞公式

[主體] + [場景] + [光線] + [構圖] + [風格關鍵字] + [色調] + 不要：[禁止元素]

範例 A ceramic pour-over dripper on an oak counter, soft morning side light, subject on the left with generous negative space, minimalist editorial style, dark roast brown and oat white palette. No text, no logos, no hands.

05

AI 使用邊界

寫清楚哪些事可以交給 AI、哪些一定要人把關，團隊才能放心使用，也保護品牌信任。

可以交給 AI

- 草稿與改寫
- 標題與點子發想
- 翻譯初稿
- 社群貼文變化版
- 圖片構圖發想

需要人工確認

- 數據與引用來源
- 價格、優惠與日期
- 法規、健康、金融相關說法
- 對外正式聲明
- 客戶案例

絕對不交給 AI

- 捏造數據、見證或案例
- 輸入客戶個資或公司機密
- 冒用他人作品或肖像
- 未經審核直接發佈

揭露原則

範例 需要時標示「本圖由 AI 生成」；客服不讓 AI 假裝成真。

負責人

範例 行銷經理負責最終審核；有爭議時由品牌負責人決定。

06

提示詞範本

把品牌規範接進每一次對話。第一段貼在 AI 工具是自訂指令，後兩段在需要時使用。

系統指令（貼在自訂指令／專案指令）

你是「{品牌名}」的內容夥伴。
品牌一句話：{...}
目標讀者：{...}
品牌個性：{形容詞 1}、{形容詞 2}、{形容詞 3}（是...但不是...）
一定要：{規則，例：用「你」稱呼讀者、具體描述}
不要：{禁用詞與禁止做法}
格式：{標點、空格、長度}
不確定的事實請標註「待確認」，不要自行編造。

產出文案

依照品牌規範，為 {產品／主題} 寫 3 個版本的 {貼文／標題／說明}，對象是 {受眾}，每則約 {字數} 字。每個版本附一句說明你的取舍。

自我檢查

用品牌規範逐條檢查以下內容，列出不符合的地方與修改建議，最後給出修改後的版本：
{貼上內容}

07

人工審核清單

AI 負責完美，人負責動人。發佈前花兩分鐘，逐項打勾。

-
- ☐ 讀起來像我們，而不是任何一家公司
 -
 - ☐ 沒有出現禁用詞，品牌名與專有名詞寫法正確
 -
 - ☐ 數據、價格、日期都已查證，並有來源
 -
 - ☐ 沒有捏造的案例、見證或引用
 -
 - ☐ 沒有誇大或違反法規的說法（健康、金融、療效等）
 -
 - ☐ 圖片沒有文字亂碼、變形或不該出現的元素
 -
 - ☐ 顏色與風格符合品牌視覺
 -
 - ☐ 沒有使用客戶個資或公司機密
 -
 - ☐ 需要揭露 AI 使用的地方已標示
 -
 - ☐ 由負責人最後確認後才發佈
 -

機器可讀版本

把前面的內容整理成結構化格式，放進團隊共用的 AI 工具或知識庫，AI 更容易逐條遵守，也方便版本管理。

brand-guidelines.yaml

```
brand:
  name: 森研咖啡
  one_liner: 用實驗室的精準，烘出日常喝得到的好咖啡
  audience: 25~40 歲、在意品質但沒時間研究咖啡的上班族
voice:
  traits:
    - 專業，但不是艱澀難懂
    - 親切，但不是裝熟
    - 自信，但不是自大
  say: [風味，香氣，建議，你]
  never_say: [口感爆表，神級，一定要，親]
format:
  space_between_cjk_and_latin: true
  max_emoji_per_post: 1
visual:
  colors: { primary: "#2B1E16", background: "#E9E2D6", accent: "#C8553D" }
  style: [自然光，極簡，編輯感，大量留白]
  never: [畫面文字，標誌，變形的手，卡通風]
guardrails:
  never: [捏造數據或見證，輸入客戶個資]
  human_review: [數據與價格，法規相關說法，對外聲明]
```

延伸閱讀：TitApeX 部落格〈你的品牌手冊，AI 讀得懂嗎？從 PDF 到機器可讀的品牌規範〉titapex.com/zh-tw/ai-readable-brand-guidelines/



規則寫好了， 接下來讓它自動運作。

TitApeX 協助品牌把規範接進實際的 AI 工作流程：品牌策略、網站設計、客製化系統與 AI 導入。科技 × 美學，AI 負責完美，人負責動人。

titapex.com/zh-tw/contact-us →