

Crowe Global 品牌標準指引手冊

簡報與出版品篇 · Presentations and Literature

Brand Standards Guidelines for Presentations and Literature

本手冊為全球會員所製作簡報、出版品、報告書與業務文宣時之唯一權威視覺與排版指引。

Crowe 品牌 (The Crowe Brand)

Crowe 品牌的強大力量，體現於客戶與同仁在各個接觸點體驗我們時的一致表現。

我們的品牌立足於四大核心價值 (Values)：關懷 (Care)、分享 (Share)、投資 (Invest) 與成長 (Grow)。這些價值透過體現我們四大特質 (Identity) 的行為與體驗傳遞出來：專注 (Focused)、親和 (Approachable)、積極 (Active) 以及自信 (Confident)。

在遍布全球的會員所網絡中，這些原則將我們凝聚為「One Crowe」，確保每一次專業互動均展現相同的卓越品質、誠信標準與雄心抱負。

《Crowe 品牌標準指引手冊》及系列配套資源，旨在協助同仁在所有溝通管道一致落實品牌規範。這套資源賦予品牌鮮明而協調的表現力，持續深化無縫的 One Crowe 專業體驗。

Crowe 品牌指引手冊完整系列清單

- Crowe Global 品牌核心標準 (Crowe Global Brand Standards)
- 廣告宣傳篇 (Advertising - 規劃中)
- 聯合品牌規範 (Co-branding - 規劃中)
- 數位風格指南 (Digital style guide - 規劃中)
- 電子郵件規範 (Email - 規劃中)
- 活動、環境與體驗篇 (Events, environmental & experiential - 規劃中)
- 周邊禮品 (Merchandise - 規劃中)
- 簡報與出版品篇 (Presentations and literature - 本指南)
- 人像形象與數位背景 (Portraits & digital backgrounds - 規劃中)
- 專案提案書 (Proposals - 規劃中)
- 社群媒體 (Social media - 規劃中)
- 信據與文具 (Stationery - 規劃中)
- 影音與動畫 (Video & animation - 規劃中)

如有任何疑問或需品牌支援，請洽全球品牌團隊 (Global Brand Team)：
CGBrand@crowe.org

如何使用本指南 (How to Use This Guide)

始於核准之範本。運用本文件掌握指引與最佳實踐；核心品牌規則請參照《Crowe 全球品牌手冊》。

【設計與範本 (Design and templates)】：使用全球品牌範本，能確保 Crowe 視覺識別系統在所有會員所間的一致應用。設計師與編製團隊應始終由會員專區 (Member Portal) 內之品牌專區 (Brand Portal) 審閱經核准的範本與設計資產開始。

同仁可視專案需要建立新材料，但必須始終以核准之範本為基石。關於版面配置、字體排印、影像處理及使用禁忌等更廣泛的指引，請參照《Crowe 全球品牌標準指引手冊》完整版。

若對標準或設計應用有任何疑問，可隨時聯繫全球品牌團隊。

會員所守護品牌之責任 (Member Firm Responsibilities)

- 品牌使用與完整性 (Brand use & integrity)：依所有規範妥適應用品牌。Crowe 商標與品牌資產嚴禁以任何抵觸全球標準的方式加以修改或套用。如有疑慮，發布前務必諮詢全球品牌團隊。
- 市場競爭行為 (Market conduct)：行文措辭應嚴格避免任何可能被視為貶損同業競爭者或市場參與者的言論。
- 必要法定聲明 (Required legal disclosures)：依據您所在地區與文件類型，完整包含合規之法定揭露與免責聲明。詳見《Crowe 全球品牌標準手冊》法規合規章節。

目錄索引 (Contents)

Crowe Global 品牌標準手冊 · 簡報與出版品篇章索引

Crowe 品牌 (The Crowe Brand)	2
設計與範本 (Design and templates)	3
簡介 (Introduction)	6
使用 Crowe 品牌核心要素 (Using Crowe Brand elements)	7
簡報製作指南 (Presentations)	13
出版品與文宣指南 (Literature)	20
手冊與報告 (Brochures and reports)	22
單張文宣 (Inserts)	28
Word 報告文件 (Word documents)	33
出版品禁忌守則 (What to avoid)	36

01

簡介 (Introduction)

簡報與出版品之品牌核心定位

簡介與品牌特質 (Introduction & Brand Identity)

簡報與出版品在受眾體驗 **Crowe** 品牌的過程中扮演關鍵角色。它們塑造了我們的專業實力如何被理解、我們的思維如何獲取信任，以及 **One Crowe** 體驗如何在跨國市場間一致交付。

本文件針對簡報與各類出版品提供專門通道指引。本手冊與《Crowe 全球品牌標準指引手冊》協同運作，後者完整定義了品牌故事、識別原則與視覺系統全貌。

本指引並不取代或複述那些核心標準，而是聚焦於如何透過經核准的範本與數位工具，在簡報與文件材料中高成效地落實品牌規範。

四大品牌特質於簡報與文件中的實踐

- 專注 (Focused)：嚴謹的版面層次與條理分明的視覺結構。
- 親和 (Approachable)：平實直接、以確鑿事實為依據的專業溝通語言。
- 積極 (Active)：以提升受眾理解為核心的視覺清晰度，杜絕無意義的裝飾。
- 自信 (Confident)：始終如一地運用核准範本與品牌標誌要素。

使用 **Crowe** 品牌核心要素 (Using Crowe Brand Elements)

簡報與出版品仰賴貫穿所有通路的視覺核心標誌 (Visual Hallmarks) 來塑造鮮明品牌形象。

強制必備標誌 (Mandatory hallmarks)

所有簡報與出版品均必須具備：

- 商標 Logo (包含嚴格規範之 Logo 放置位置與保護區)
- 色彩 Colors (嚴格遵守官方色票體系)
- 字體 Typography (標準階層與字型設定)

策略性標誌 (Strategic hallmarks)

在特定情境下策略性選用以強化品牌力度：

- SmartPath → 封面與章節過渡扉頁
- 標語 Strapline → 聲譽維護與客戶對外正式材料
- 業務清單 Service Listing → 行銷與業務提案材料

框定圖像與關鍵訊息：斜角容器 (Angled Containers)

為呼應 SmartPath 幾何美學，版面中可運用斜角容器 (Angled Containers) 來引導視線並強化資訊階層。

斜角元素將 SmartPath 的動態幾何延伸至攝影與關鍵訊息中，在謹慎適度運用的前提下，為全套簡報與文宣建立一致的視覺連貫性。

【斜角圖片框規範 (Angled image containers)】：斜角容器可用於框定版面內之情境攝影，呼應 SmartPath 幾何。它們在維持結構嚴謹與節制的同時，為頁面注入微妙的動態感。

- 斜角容器僅能用於內頁排版中之圖像，【封面嚴禁使用】。
- 容器特色為【單一斜邊】，嚴禁切兩邊或多邊。
- 斜角容器必須以矩形或正方形為基底，【嚴禁切成三角形】。
- 斜邊之角度與切角方向可視版面配置適度調整。
- 每頁或每跨頁【嚴格限制最多使用一個】斜角圖片框。可允許同時搭配一個斜角文字框。
- 斜角容器屬選配項目，亦可與標準矩形或滿版攝影搭配使用。

斜角重點方塊 (Angled Callouts)

斜角重點框可用於凸顯頁面或投影片中的核心訊息與關鍵數據支撐。

如同斜角圖片框，斜角重點方塊呼應 SmartPath 的幾何特徵，進一步鞏固 Crowe 視覺體系。

【斜角重點框規範】：

- 每頁或每張投影片【最多限制使用一個】斜角重點框。
- 斜邊之角度與側邊方向可依版面彈性微調。
- 【僅限純色填滿】：Crowe Indigo (深藍)、Crowe Amber (琥珀金) 或純白 (White)。
- 重點框應服務於視覺階層與閱讀流暢度，而非作為裝飾。
- 斜角重點框為選用元素，可靈活搭配標準文字與排版組件。

斜角容器禁忌守則 (What to Avoid)

為維持乾淨俐落、符合品牌的專業版面，使用斜角容器時請嚴格杜絕以下 6 大禁忌用法：

✗ 嚴禁在每跨頁或每張投影片使用超過 1 個斜角圖片容器。

✗ 嚴禁將多個斜角容器排列拼湊成裝飾性圖案或連續花紋。

✗ 嚴禁為斜角容器添加 3D 浮雕、立體陰影或立體維度效果。

✗ 嚴禁將多個斜角容器拼接以創造複合型新幾何形狀。

✗ 嚴禁在容器的超過一個側邊使用斜邊（必須維持單一斜邊）。

✗ 嚴禁使用除矩形與單斜邊切角矩形以外的任何其他不規則形狀。

雙語與多語言排版規範 (Bilingual and Multilingual Materials)

在製作雙語或多語言簡報與文宣材料時，灰色可作為次要語言文字之專用色彩，以清晰區隔語言層次。

【手冊明定規範準則】：

- 灰色 (Secondary Gray, #666666) 可用於次要語言的所有文字樣式 (包含副標題、說明段落與對照欄) 。
- 始終維持鮮明的視覺階層與無障礙易讀性。
- 必須同時兼顧「透過色彩對比清晰分辨兩種語言」以及「讀者閱讀次要語言時之舒適度與高可讀性」。

雙語色彩建議配置

- 主語言 (如繁體中文)：Crowe Indigo (#011E41) 或純黑白高對比
- 次要語言 (如英文對照)：Secondary Gray (#666666)
- 排版原則：主標在上大字號 **Bold**，英文副標在下略縮字號 *Italic*

02

簡報製作指南 (Presentations)

16:9 寬螢幕 PowerPoint 母片標準與操作規範

使用 **Crowe PowerPoint** 簡報範本

PowerPoint 是 **Crowe** 最核心的溝通載體。經核准之簡報範本旨在保護品牌一致性，並促進團隊間的高效協同。使用標準範本能讓投影片的共享、重用與合併更加流暢，同時向客戶傳遞高度專業的品牌體驗。

【範本功能特點】：

- 微軟 PowerPoint (.potx) 格式，原生 16:9 寬螢幕規格。
- 內建 26 款滿足多元內容類型之專屬母片版型。
- 包含適合螢幕演講與列印之明亮淺色 (Light) 及深藍 (Dark) 兩種主題版本。
- 圖片預留位置 (Placeholder) 專為經授權的本地情境照片預留。
- 內建全球品牌標準色彩體系與字體樣式階層。

【重大合規要求】：

- 【所有跨國與跨境活動強制使用本範本】。
- 嚴禁擅自改動母片投影片、版面配置、色彩數值或字體。
- 文字、影像與圖表必須直接置於預留方塊 (Placeholders) 中。
- 全球或跨國簡報【嚴禁採用聯合品牌 (Co-branding)】。
- 客戶 Logo 僅可合宜出現於內頁投影片，【封面頁嚴禁放置客戶商標】。

兩種 PowerPoint 使用型態 (Two Ways to Use PowerPoint)

PowerPoint 在日常主要有兩種核心用途。請依據使用情境與目標受眾，精準選用合適的排版型態：

比較維度	現場演講型簡報 (On-screen presentations)	文件閱讀型簡報 (Document-style presentations / Slidedocs)
適用場合	講者現場直接面對受眾口頭講述與引導	讀者在沒有講者陪同下自行閱讀理解
文字篇幅	極少量文字；精簡短標題；詳細論據放備忘稿 (<40字)	較多文字與詳細論述；短段落與重點摘要方塊
受眾閱讀方式	受眾聆聽講者發言，視線被重點圖像吸引	讀者必須在沒有講者的情況下獨立完全理解內容
設計手法	簡約高對比排版；大字號文字；視覺直接支撐口述訊息	清晰層級標題；附標籤之圖表數據；充裕行距與舒適閱讀版面

正確使用母片版型 (Using Master Slides Correctly)

母片 (Master slides) 精準管控了整體版面、間距、字體階層與品牌識別。

必須遵守 (Always):

- 一律由「新投影片 (New Slide)」選單新增投影片。
- 挑選最符合您當頁內容結構的專屬版型。
- 直接在提供的文字預留方塊中鍵入內容。
- 直接將圖片插入於圖片預留方塊 (Image placeholders) 中。

嚴格禁止 (Do not):

- 嚴禁移動或縮放商標 Logo 位置與尺寸。
- 嚴禁編輯或改動背景圖形與幾何線條。
- 嚴禁自行脫離母片建立未核准的新版型。
- 嚴禁替換品牌官方字體或調動顏色。

千萬切記！始終從「新投影片」選單建立頁面；選用正確版型；文字與圖片一律直接填入預留方塊中。

更新母片法定版權宣告程序 (Updating Copyright on Master Slides)

簡報範本在投影片母片底部包含了法定版權宣告。各會員所在對外分享材料前，【必須先行更新】此資訊：

操作程序步驟：

步驟 1：點擊 PowerPoint 頂部選單「檢視 (View)」>「投影片母片 (Slide Master)」。

步驟 2：在左側版型導引列中，選取最頂層的主母片 (Parent Master Slide)。

步驟 3：更新宣告內容：① 當前年份；② 貴會員所的完整法定註冊全名 (例如：© 2026 國富浩華聯合會計師事務所)。

步驟 4：逐一檢視主母片底下的各子版型，確認版權宣告文字已全面自動同步更新。

步驟 5：關閉「投影片母片」檢視回到正常編輯模式。

重要注意規範：

- 務必鍵入您會員所的完整法定法定全稱，不可簡寫。
- 嚴禁更動版權文字的位置、字型、字號或格式。
- 嚴禁刪除版權宣告列。
- 每年初或依本地法規指引按需更新年份。

貼上投影片與顏色運用 (Pasting Slides & Using Colors)

跨檔案合併投影片時的標準程序與調色盤規範：

【合併不同檔案的投影片時】：

1. 請務必【先開啟 Crowe PowerPoint 範本】作為基底。
2. 從來源檔案中複製投影片。
3. 貼上時請務必選擇【「使用目的端佈景主題 (Use Destination Theme)」】。
4. 貼上後如有需要，於常用選單重新套用正確的母片版型。
5. 逐一核對文字、圖片與圖表是否排版正常。

避免使用「保留來源格式設定」貼上整頁，否則會帶入冗餘的外部母片並大幅增加檔案體積。

【在 PowerPoint 中運用色彩】：

範本已內建預載之全套品牌色彩與背景選項。請參閱色彩章節瞭解階層與無障礙原則：

- 僅能使用範本內建的主題色彩 (Theme Colors) 或自訂色彩清單。
- 嚴禁自行新增或微調數值（調整透明度為可允許）。
- 【嚴禁使用滴管工具 (Eyedropper)】從外部素材吸色。

簡報製作五大禁忌 (Presentations: What to Avoid)

為確保簡報專業有力並完全合規，請避免以下常見錯誤：

✗ 嚴禁任意移動或調整投影片母片上的任何固定物件。

✗ 嚴禁在投影片上塞入密密麻麻的冗長文字段落（文字過載）。

✗ 嚴禁在簡報封面放置客戶或潛在客戶的商標 Logo。

✗ 嚴禁修改品牌專屬字體、主題色彩或內建圖表樣式。

✗ 嚴禁將文字疊加在複雜混亂、或缺乏足夠明暗對比的背景圖片上方。

03

出版品與文宣指南 (**Literature**)

專業手冊、報告書、單張摺頁與 Word 文件系統

使用 **Crowe** 出版品範本與字體替換

Crowe 出版品包含手冊、報告與單張文宣，旨在清晰傳遞專業實力。所有出版品均必須使用經核准之範本並遵守品牌手冊規範。

【範本格式特點】：

- 提供 Adobe InDesign 與 Microsoft Word 兩種標準格式。
- 內建多元版面配置與樣式表 (Style sheets)。
- 內置品牌字體、色彩調色盤與圖表、斜角引言範例。
- 嚴謹的欄位格線系統 (Grid system)，兼顧高可讀性與清晰層次。

【字體尋找與替換 (Find/replace fonts)】：

若開啟範本時出現字體缺失提示，請使用 InDesign 的「尋找/取代字體」功能更新為本機可用的 Helvetica 版本（注意 Regular 即為 Roman）。勾選「全部變更時重新定義樣式」。若無 Helvetica，請改用官方核准之 Arial 替代字體。

封面商標、業務清單與標語必須保持絕對固定位置，全球跨國文宣嚴禁聯合品牌。

3.1

出版品：手冊與報告 (**Literature: Brochures**)

多頁手冊與深入研究報告排版體系

手冊與報告排版原則 (Brochures and Reports)

手冊範本專為多頁、面向客戶的深度材料設計，用以深入剖析服務內容、行業洞察或專業見解，篇幅可從精簡概述延伸至深入的完整報告書。

【使用手冊範本之核心原則】：

- 每個跨頁 (Spread) 聚焦於【一個主要核心訊息】。
- 善用清晰的視覺階層，引導讀者依序瀏覽內容。
- 在內容周遭預留寬裕的呼吸空間（留白），以提升閱讀舒適度。
- 保持版面俐落簡約，易於快速瀏覽與掃描關鍵重點。

版面、格線與留白 (Layout, Grids, and Whitespace)

手冊範本內建預設之格線與欄位系統，以支撐版面平衡度與極佳的可讀性。

- 所有內文、圖表與影像必須嚴格對齊格線系統。
- 文字欄位可依內容跨越 2 欄、3 欄或 4 欄。
- 【強烈鼓勵採用非對稱版面 (Asymmetrical layouts)】，以營造活潑的視覺節奏並引導受眾焦點。
- 欄位不需要平均分配權重，亦不強制要求全部填滿。
- 刻意且有目的地運用【留白 (Whitespace)】來分隔章節、突出關鍵論點或呼應圖像。
- 在主要內容區域的上方與下方（天地），保持大器的邊距邊界。
- 【切忌將頁面的每一吋角落全部填滿】。整潔開闊的留白能展現自信與專業從容。

手冊封面設計指南 (Front Page Guidance)

封面旨在第一時間吸引目光並宣告核心主軸：

- 封面文字內容應保持精煉、焦點明確。
- 圖片應輔助呼應主題，切勿喧賓奪主或造成視覺干擾。
- 圖片為可選項。亦可選用官方核准之【純 SmartPath 色塊封面】，展現簡潔大器的品牌力。
- 使用鮮明的大標題直接陳述核心訊息。
- 置於照片上的文字必須確保絕對易讀（高對比度）。
- 每個封面版面中【必須維持單一文字色彩】（純白或純深藍）。
- 所有文字與 SmartPath 幾何斜角之間，必須保持【至少 5 毫米 (5mm) 的安全保護距離】。

封底固定格線與法定聲明 (Back Page Guidance)

封底遵循嚴格的固定格線系統，以確保合規性、清晰度與一致體驗：

- 必須直接採用範本所提供之標準核准封底版型。
- 關鍵聯絡與參考資訊應條理清晰、精煉且易於查閱。
- 所有內容必須嚴格依循已建立之格線結構。
- 【嚴禁修改封底版面、格線或品牌識別元素的排列位置】。
- 封底內含強制性的品牌專屬資訊與全球法定免責聲明，【絕對不可重新設計】。

適配不同篇幅之文宣 (**Adapting Layouts for Different Lengths**)

手冊範本支援多種用途，包含簡短行銷折頁至嚴謹厚實的正式報告書：

- 簡短文宣（短篇幅）應保持高度聚焦與直截了當。
- 正式報告書（長篇幅）應運用清晰的章節劃分與階層架構。
- 隨著內容資訊量增加，必須始終確保核心關鍵結論能被受眾迅速掃描獲取。
- 字體排印、格線系統、色彩規則與 SmartPath 幾何標準【必須始終如一】。
- 範本提供彈性架構，內部佈局可彈性因應，但底層規範基石不變。

3.2

出版品：單張文宣 (**Literature: Inserts**)

單頁/雙頁行銷傳單與數位滑動文宣指引

單張與雙頁文宣規範 (Using Insert Templates)

單張文宣 (Inserts) 專為宣傳單一產品、特定專業服務或獨立訊息而設計。通常為 1 頁或 2 頁篇幅，可獨立分發，亦可夾入報告書或手冊中配套提供。

【單張文宣使用原則】：

- 單張文宣範本【不採用對開頁或跨頁 (facing-pages/spreads)】設計。
- 最適設計為 1~2 頁文件，或作為適合數位螢幕垂直向下滾動閱讀的多頁 PDF。
- 文案訊息保持極度精煉、直搗核心。
- 每份單張文宣【僅聚焦於單一主要訊息】。
- 善用視覺圖形與層次結構，支援受眾在 30 秒內快速理解。

單張首頁排版指引 (First Page & Single-Sheet Guidance)

第一頁引入訊息，可作為傳統封面、獨立單張單面文宣，或多頁文宣的起首頁：

- 內容保持精簡且目標明確。
- 圖片應輔助訊息，不得干擾主訴求。
- 圖片可選用；純 SmartPath 色塊亦為強烈且經核准的選擇。
- 使用強而有力的主標題陳述核心價值。
- 文字跨度可依據密度彈性設定為 2 欄、3 欄或 4 欄。
- 確保圖片上的所有文字具備極佳易讀性。
- 文字與 SmartPath 切角邊緣保持至少 5mm 淨空距離。
- **【極端重要】**：當作為**【獨立單張單面 (Standalone single sheet)】**文宣使用時，頁面內**【必須完整包含法定免責聲明】**。

單張文宣內頁排版 (Inside Page Guidance)

內頁支援較深入的內容展開，同時維持高度清晰感與視覺律動：

- 所有內容元素對齊預設的格線與欄位系統。
- 文字可視資訊密度與層次跨越 2、3 或 4 欄。
- 鼓勵非對稱排版，引導視線並增加版面趣味性。
- 欄位不強制等重分配或填滿。
- 刻意留白以分隔不同區塊並突顯重要訊息。
- 天地上下保留充裕邊距，避免將頁面塞得過滿。
- 核心目標是營造乾淨、開闊、有深度且易於瀏覽的現代版面。

單張封底與免責條款挪移 (Last Page Guidance)

單張文宣範本包含選用之封底。若使用封底，必須遵守既定之 **Crowe** 封底設計以確保一致性：

- 必須使用範本提供的標準封底。
- 參考資訊應保持精簡、明確且醒目。
- 嚴禁擅自改動封底配置、格線或品牌要素位置。
- 封底包含法定必要聲明，嚴禁重新設計。
- **【核心規定】**：若文宣為單面或**【未採用專用封底】**，原封底之**【必要法定免責聲明必須挪移至您文件的最後一頁底部】**。

3.3

出版品：Word 報告文件 (Literature: Word Documents)

高頻率編輯與協同檢視之專業文字報告指引

使用 **Word** 範本與三種封面樣式

Word 範本專為以文字為主導、需要頻繁編修、多同仁協作或審閱的報告書設計。在提供嚴謹架構與一致格式的同時，讓團隊能高效率在 **Word** 中作業。

Word 範本可用於簡短手冊式文件與深入的長篇專業報告。在 Word 格式中【不強制要求專屬封底】。

【使用 Word 範本之原則】：

- 一律由經核准的 Crowe Word 範本檔案起步。
- 嚴格使用內建樣式庫 (Built-in Styles) 格式化所有文字 (標題 1、標題 2、內文等) 。
- 透過內建樣式精準控制段落間距與階層，【嚴禁手動敲空白行或手動格式化】。

【三款核准封面樣式 (Cover options)】：

Word 範本 (直式與橫式) 包含三款標準 SmartPath 封面以支援不同使用情境：

1. 深色 SmartPath 封面 (Dark SmartPath cover)
2. 淺色 SmartPath 封面 (Light SmartPath cover)
3. 照片款 SmartPath 封面 (Photo SmartPath cover)

Word 內容架構與可讀性 (Layout and Content Flow)

Word 範本專為清晰閱讀與便利導覽而精心建構：

- 善用多層級標題 (Headings) 賦予內容清晰的邏輯結構。
- 內文段落保持精練簡短，便於讀者快速掃讀。
- 在能提升理解度的地方積極運用項目清單 (Lists) 與資料表格 (Tables)。
- 確保內容無論在電腦螢幕上檢視，或轉為 PDF 數位閱覽或列印時，均維持極高易讀性。

3.4

出版品禁忌守則 (**Literature: What to Avoid**)

文宣出版品設計之六大禁止事項

出版品六大禁忌守則 (What to Avoid in Literature)

為維持文宣與出版品的專業度與品牌純正性，請嚴格避免以下六大常見錯誤：

✗ 嚴禁忽視欄位格線系統，或任意縮減、改動版心天地邊界 (Margins)。

✗ 嚴禁使用未經核准的自創色彩或外部未授權字體。

✗ 嚴禁將頁面填得過度擁擠，剝奪留白與視覺呼吸空間。

✗ 嚴禁在版面中添加未經核准的裝飾性線條、雜亂插圖或多餘圖形。

✗ 嚴禁過度浮濫使用 SmartPath 幾何元素（切忌喧賓奪主）。

✗ 嚴禁偏離全球攝影標準（如使用低畫質、不合調性或風格迥異之圖庫照片）。

全球法定免責聲明與總部聯絡資訊

Crowe Global 是一個由各個獨立分立之會計與管理顧問事務所組成的全球領先國際網絡，各成員所獲授權在向其客戶提供專業服務時使用「Crowe」名稱。Crowe Global 本身為非執業實體 (Non-practicing entity)，不向任何客戶提供專業服務。所有專業服務均由各獨立成員所各自提供。Crowe Global 與其各成員所之間互不代理，不對彼此承擔任何法律拘束義務，亦不對彼此之作為或不作為承擔任何連帶法律責任。

Crowe Global 總部

地址：515 Madison Ave, 8th Floor, New York, NY 10022, United States

全球品牌信箱：CGBrand@crowe.org

資源平台：會員入口網 Brand Portal 專區