

稚学设计系统 0.1

从已通过的品牌基础和三个应用样板中，提取下次可以直接复用的规则。先固定识别，再按载体组织信息。

2026年10月2日 · 视觉复用手册 · 供后续设计与验收使用

先区分三种状态

- **品牌规则已确认：**字标、吉祥物外观、基础颜色角色、日常字体与基础组合，沿用品牌基础规范 v0.3。
- **场景视觉已通过：**团购海报、手机商城首页、手提袋。本手册归纳可复用原则，不扩大原审批范围。
- **工作建议待验证：**小尺寸可读性、印刷工艺、真实内容替换、交互与平台适配。这里不是已上线的产品组件系统。

颜色按角色使用

颜色	固定角色	应用边界
 #7AAA3A	字标识别绿	原字标叶片与三个圆点
 #0E0E0E	主字黑	字标主字；标题、正文优先用黑
 #1E7052	校园深绿	重点标题、价格与行动入口的强调
 #B1D985	活力辅助	少量点缀，不替换字标识别绿
 #E8F0E7	浅绿分区	轻量背景和内容组分隔
 #FAF8F2	暖白主底	大面积底色；可使用纯白纸底
 #657069	信息灰	辅助说明，保留清楚的阅读对比

使用顺序：白或暖白铺底，黑色承载阅读，深绿突出少数重点，浅绿分区，辅助绿点到为止。无需把每一种颜色都放进每张设计。

以上是屏幕 RGB/HEX 参考。实体应用须按纸张、油墨、色彩配置转换并打样，不建立统一 CMYK 或固定面积配比。

品牌资产与文字规则



原资产直接使用

规则：字标使用已确认 SVG 路径，等比缩放；不重打字、不重绘、不拉伸，不独立移动叶片、圆点或笔画。吉祥物沿用已批准的透明 PNG，保留白色帽字、淡奶绿帽叶和原始外观。

应用：对外识别以字标为主。需要亲和感时搭配吉祥物；不要求每一版都出现吉祥物。复杂图片上优先设置干净底区。

例外：吉祥物仍为1273 × 1236像素视觉稿，尚未制作严格矢量母版。刺绣、丝印、小尺寸等新工艺不能由原图自动推定可用。

留白与组合

- x = 字标上方圆点的名义直径； H = 字标可见图形高度。字标四周至少留 $1x$ 空白，从可见图形最外缘计算，文件透明留白不重复累计。
- 横向组合：吉祥物左、字标右；建议吉祥物可见高度约 $1.25H$ ，间距至少 $1.5x$ ，按可见图形垂直中心对齐。
- 竖向组合：吉祥物上、字标下；建议吉祥物可见高度约 $1.5H$ ，间距至少 $1.5x$ ，按视觉中心对齐。组合外围建议至少 $1x$ 。

可见宽度屏幕160px、印刷25mm是基础稿的暂行建议，未打样，不是经验证的统一下限。首页源码字标元素宽68px属于紧凑场景特例，且包含透明留白；不能与可见宽度直接等同。新场景应在实际显示尺寸单独检查。

日常字体

已确认：思源黑体 SC / Source Han Sans SC，400正文、500小标题和标签、700主标题和关键数字；数字与英文沿用同一字体。字标不由该字体替代。

工作起点：日常阅读主标题约正文2–2.5倍，小标题1.25–1.5倍，辅助说明约0.875倍，正文行距1.5–1.7倍。营销大标题和高密度手机界面按视距、宽度与内容另设层级，不机械套用。

字体依据既有基础规范：Adobe Source Han Sans 2.005，SIL OFL 1.1。商业设计与PDF嵌入可用；分发字体软件时保留版权及许可，不单独售卖字体。

通用排版与参数边界

规则先于数值

可复用规则	如何应用	何时调整
一个主要阅读任务	先让人找到主题，再读商品或服务信息，最后看到入口	手提袋以识别为主，不强塞交易流程
同组同一对齐线	长文字默认左对齐；标题与所属内容共用边线	短字标、短句与包装正面可居中
近关联，远分组	标签靠近对应内容；组间距大于组内距	密集界面先保可读性，不能只等比缩小
容器层级一致	同级卡片使用相近圆角、描边和内边距	胶囊标签可更圆；包装不需要卡片外框
装饰让位于信息	吉祥物、弧线、色块不挡商品和价格	角色主题活动可另提主视觉，但须单独确认

从源码提取的场景参数

以下保留原画布的单位，只用于复刻该模板，不发布为跨媒介全局变量。

场景	原样板数值	值得复用的关系
团购海报 1080 × 1440px	左右主边距64px；标题93px；副标题36px；商品图框29px、价格区27px圆角	标题显著大于补充信息；主内容共线；两主容器圆角相近
手机首页 390px基准源码	主要左右边距20px；网格间距12px；主标题23px；区块标题18px；卡片圆角12px、团购条13px	界面更紧凑；同级卡片统一；价格可成为卡片焦点
手提袋 640 × 505设计面	字标元素宽370；背面吉祥物元素143 × 143；均为概念排版坐标	正面以字标识别为主；背面小角色配短句，保留大面积留白

首页静态导出时主标题使用22px渲染调整，故源码值不等同截图像素值。390/430px两种静态版式已检查，不能外推为全断点响应式验证。

建立节奏的工作方法

基础规范建议从一个版面单位u建立间距阶梯：小关联1u、组内2u、组间3–4u，外边距从4u起步。屏幕可从8px、印刷可从2mm试排，再按场景调整。u是排版节奏，x是字标留白，不混用；像素不直接换算毫米。

不做统一硬套：不要求全品牌固定12px圆角、20px边距、同一标题字号，或所有载体都使用绿色卡片。

场景模板一 团购海报



已批准演示海报，原图等比呈现

下次复用的最短路径

复制可编辑海报HTML → 替换确认过的商品与活动资料 → 检查最长商品名与价格位数 → 在1080原图和360宽缩略图查看 → 验证入口与业务信息 → 再申请发布确认。

模板可以继承视觉，不能继承未经确认的价格、日期、尺码、服务承诺或校方合作关系。

优先卖点与行动

固定骨架：品牌区 → 活动标题 → 商品主图 → 价格与活动信息 → 购买入口。

可替换：活动名称、商品图、款式、规格、价格、起止日期与入口。先确认信息，再调整排版，不能照搬示例作为真实承诺。

保留关系：一张主商品图；价格突出；吉祥物小面积辅助；入口紧邻交易信息。复杂背景不能盖过衣服细节。

例外与检查

多商品活动可另建列表式模板；无需把所有商品硬塞入这个单主图版式。

发布前必须替换并核对所有模拟字段；只有真实入口通过测试后，才移除对应演示标识。

图中商品由AI生成；129元、尺码120-180、10月10-20日均为模拟。原购买入口不可扫码，也不是已生效活动。

场景模板二 手机商城首页



已批准首页静态长图
原图等比呈现

优先找到学校和商品

固定骨架：品牌区 → 学校搜索 → 品类 → 团购入口 → 商品卡片 → 尺码与咨询 → 底部导航。

可替换：学校、商品、价格、分类、服务内容与入口。保持学校选择在前，避免用户先买错学校款式。

保留关系：主操作使用深绿；商品与正文有清楚对比；同级卡片保持相近留白与圆角；吉祥物留在欢迎区，不挤占商品信息。

不能直接外推

当前通过的是390/430px静态视觉。演示HTML含模拟交互代码，但未完成真实浏览器交互验证、有赞组件适配、后台或支付接入。

ERP表格、错误/禁用/加载状态、触控区域、键盘操作、屏幕阅读器、完整响应式和真实数据极值，均须另行设计与测试。

下次如何复用

先建立真实内容字段表，再用最短与最长学校名、不同价格位数、缺图及无商品情况试排。优先保持任务顺序；平台限制发生时，允许改变栅格和容器。

图中学校、商品、129/89元等价格均为示例。页面中的宣传短句只用于当前样板，不自动成为全品牌长期口号。

场景模板三 手提袋

稚学校服 / 品牌应用 02

把清爽感，带进校园日常

零售手提袋 · 正反面概念样板

暖白 × 校园绿
平面资产直接排版
立体效果为设计示意



概念方向 暖白袋身 · 深绿织带提手 · 深绿侧围

仅供视觉确认，非生产稿；纸材、承重、尺寸与色彩需另行打样

已批准正反面视觉示意，原图等比呈现；不是实体实拍

优先识别与留白

固定关系：正面字标为主，背面以小面积吉祥物和短句建立亲和感。深绿底带或侧围用于收住版面；暖白底保留呼吸空间。

可调整：实际袋型、尺寸、纸材、提手、侧围与印刷工艺由用途和供应商约束确定。构图可延续，不要求所有包装都套用这一袋型或材质。

例外：380 × 300 × 120mm、暖白纸袋、深绿织带仅为当前设计假设，未形成生产规格。丝印、刺绣、烫印等工艺需要单独确认图形可行性。

生产前另设一道验收

使用供应商刀模检查正反方向、折线、出血和安全区；按实际材质打样核对色差、最细笔画、吉祥物小细节、提手固定与承重。获得实物确认后再形成生产版本。

“穿好每一天”“校园日常 · 一起成长”通过本轮包装视觉，不等于获批为全品牌长期口号。当前文件是可编辑排版源，不是刀模或印刷生产稿。

复用流程与验收清单

按这五步开始下一张设计

1. **明确任务：**载体、尺寸、阅读距离、主要内容、最终输出；选最接近的已批模板。
2. **锁定母版：**只使用已批Logo和吉祥物原件，继承颜色角色与字体。
3. **替换内容：**建立真实资料清单；先核实学校、商品、价格、日期和服务承诺。
4. **调整场景：**重排标题与留白；记录为什么偏离起步字号、圆角或建议尺寸。
5. **分开验收：**视觉确认、业务信息确认、交互或工艺验证各自留记录，全部满足才进入发布或生产。

资产索引

文件或文件组	用途
稚学_标准Logo_彩色.svg / .png	SVG为原路径排版；PNG用于位图场景
稚学吉祥物_挥手_帽叶淡奶绿_配色确认图.png	当前已批吉祥物视觉原件
稚学校服_品牌基础规范_v0.3.pdf 稚学校服_品牌基础视觉板_v0.3.png	基础规则与快速视觉参考
稚学校服团购_海报样板_1080x1440.png 稚学校服团购_模拟样板_可编辑.html	已批模拟海报与复用源稿
稚学校服_手机商城首页_1080px长图.png 稚学校服_手机商城首页_可编辑样板.html	静态首页与模拟原型源稿
稚学校服_手提袋_正反展示_v0.1.png 稚学校服_手提袋_正反平面_v0.1.png 稚学校服_手提袋_可编辑排版源_v0.1.zip	外观展示、平面参考、编辑源包

交付前逐项确认

- ☐ 原资产未变形、重绘或误换色
- ☐ 留白与文字清楚
- ☐ 主任务突出、同级样式一致
- ☐ 真实内容与权利已核对
- ☐ 模拟标识处理有依据
- ☐ 实际屏幕或印样已检查
- ☐ 未验证项明确列出
- ☐ 文件名、版本、变更说明齐全

版本更新的工作约定

本版0.1首次汇总，未修改现有资产。建议文案纠错记0.1.x；新增已验证场景记0.2等次版本；改动字标、核心配色或主字体须单独确认并评估主版本。每次记录日期、变更项、原因、确认范围与仍待验证事项，旧稿保留，不静默覆盖。

依据：已确认品牌基础规范v0.3（本次读取最新修订）、已批准三场景原图及对应可编辑源码。新归纳与版本方法属于本手册工作建议；与基础规范冲突时，以已确认基础规则及后续明确决定为准。