稚学设计系统 0.5

品牌规则与应用样板快照

2026年10月4日 · 离线阅读版 · 品牌用语与应用边界

本版汇总已确认的基础规则、14款吉祥物数字素材，以及团购海报、手机商城首页、手提袋、门店和吊牌五类已批准视觉样板。在0.4阅读锚点与操作语义基础上，本次新增主口号“好校服，多一个好选择”的使用规则，区分包装短句、场景示例与活动文案。色号、原品牌资产与已批准图片不变；演示内容、概念尺寸及制作假设保留原确认边界。

最新信息以公开品牌网站为准

稚学品牌素材库是品牌信息的唯一权威来源。本 PDF、配套 Markdown 和历史基础规范文件均为注明日期的离线快照；出现差异时，以网站当前公布内容为准。

https://zhixue-brand-library.zxianzheng-123.chatgpt.site

当前状态

内容	本版确认范围
品牌基础	沿用基础规范 v0.3 的字标、字体与组合；颜色职责按2026年10月4日确认的阅读引导与操作用途同步
品牌用语	主口号“好校服，多一个好选择”；包装短句与场景、活动文案按第12页分层使用
吉祥物数字素材	14款透明 PNG；13款微调线条与阴影并统一帽徽，挥手款沿用原图
应用样板	五类视觉已通过；源码与原图用于查阅已批准的应用表现
可复用模板	当前暂无可复用模板；本版不建立模板或后续制作流程

视觉样板与可编辑源码不等于已完成的可复用模板、正式业务页面或生产文件。0.5 新增品牌用语规则；保留0.4阅读锚点、商城与手提袋修订及其他既有基础内容。

阅读顺序

02 颜色职责与字标　03 字体与基础组合　04 吉祥物

05 排版与原样板参数　06-10 五类应用样板　11 资料索引与边界　12 品牌用语

颜色职责与字标

颜色按五类用途使用

类别	对应颜色	使用职责
01 品牌识别	主字黑 #0E0E0E 字标识别绿 #7AAA3A	直接使用原字标与吉祥物，保持形态与原色。黑绿标准字标默认置于白／暖白净区；彩色背景另验可读性，不重新配色。
02 版面底色	纯白 #FFFFFF 暖白 #FAF8F2	白色清晰，暖白柔和；先选一种主画布，暖白页面可配白色内容卡。
03 绿色背景	黄绿 · 品牌氛围 #B1D985 浅绿 · 信息底 #E8F0E7	黄绿用于品牌氛围与较大色块，浅绿承载信息底。按用途和视觉强度区分，并非同色系的数值色阶；不必同时出现。
04 文字与操作	正文黑 #0E0E0E 说明灰 #657069 深绿 · 操作与选中 #1E7052	普通栏目、标题与正文默认黑字；灰色说明仅用于对比足够的背景。深绿负责主要操作、按钮、链接与选中状态，深绿按钮配白字。
05 阅读引导与视觉导航	暖橙 · 阅读锚点 #FD6615	暖橙用于需要引导的阅读锚点：小圆点、短线、编号或步骤标记，同一语义保持一致。本版短线表示一组内容的阅读起点，不是每个标题必加，也不要求每稿出现。

默认搭配与使用限制

白／暖白底＋黑字，灰字须有足够对比。黄绿承载品牌氛围，浅绿承载信息；主操作用深绿。暖橙按阅读需要少量使用，各场景不必用满所有颜色。

不改变字标黑绿关系或角色原图；不把品牌绿橙直接当作成功／警告状态。不用橙底黑字小胶囊挤满栏目；橙色承载文字时，须按实际字号、尺寸与背景检查可读性；不以白字配暖橙或识别绿。

灰字 #657069 在淡绿 #E8F0E7 上的对比约 4.43:1，不满足普通小字 4.5:1 的检查要求；同位置改用主字黑。

HEX 为屏幕参考，暖橙取自已批准挥手形象的代表色。图形渐变不必统一为平涂色；印刷、灯光和材质仍需实际打样。

直接使用已确认字标资产

彩色字标使用已确认 SVG 原路径，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。黑绿标准字标默认置于白／暖白净区；彩色背景另验可读性。现有纯黑、反白字标保留原路径及清晰对比。

橙短线的已批准应用

橙短线＝一组内容的阅读起点。商城用于“校服团购”“校服选购”“选购前”三处；手提袋正面用于“校服”，背面用于“穿好每一天”，各一处。其余已批准海报、门店与吊牌不为凑色加入橙色。

门店招牌的已批准应用例外

门店已批准黄绿色门面、局部深底及白主体＋绿叶点的发光门头；这是门店样板的特定处理，不替换标准字标或通用配色。叶片与圆点保持同色，日夜发光表达一致。

历史基础规范 v0.3 早于暖橙补充与本次语义修订；最新规则以品牌网站为准。

字体与基础组合

日常排版字体

沿用思源黑体 SC / Source Han Sans SC。400 用于正文，500 用于小标题与标签，700 用于主标题与关键数字；数字和英文使用同一字体。品牌字标继续使用原 SVG 路径，不能由字体重新输入替代。

层级	基础规范 v0.3 起点	既有示例
主标题	700；正文的 2-2.5 倍	屏幕 32-40px / 印刷 24-30pt
小标题	500；正文的 1.25-1.5 倍	屏幕 20-24px / 印刷 15-18pt
正文	400；1 倍	屏幕 16px / 印刷 12pt
辅助说明	400；正文的 0.875 倍	屏幕 14px / 印刷 10.5pt

正文行距建议为字号的 1.5-1.7 倍。表内数值是既有日常阅读起点，不是各载体通用最小字号，也不是屏幕与印刷的换算标准。营销标题和紧凑手机界面需结合视距与内容判断。

留白与组合

x 为字标上方圆点的名义直径，H 为字标可见图形高度。字标四周至少留 1x 空白，从可见图形最外缘计算；文件自带的透明留白不遗漏，也不重复累计。

- **横向组合：**吉祥物左、字标右。建议吉祥物可见高度约 1.25H，图形间距至少 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，图形间距至少 1.5x，按视觉中心对齐。
- **组合外围：**建议至少保留 1x 空白。对外识别以字标为主；需要亲和感时搭配吉祥物，空间不足可单独使用字标。

字标可见宽度屏幕 160px、印刷 25mm 是既有暂行建议，尚未工艺验证，不是已验证的统一下限。手机首页源码中的字标元素宽 68px 含透明留白，属于紧凑场景记录，不能与可见宽度直接等同。

字体许可与适用边界

沿用 Adobe Source Han Sans 2.005 与 SIL OFL 1.1。许可允许商业设计、印刷及 PDF 嵌入；分发字体软件时保留版权声明和许可，字体不可单独售卖。详细许可随网站字体文件提供。

本页是基础规范 v0.3 已有规则与建议的汇总，没有新增组合比例、尺寸下限或字体要求。

14款吉祥物数字素材

当前14款均为已批准透明 PNG。13款完成帽徽统一，并有轻微线条与阴影调整；10号挥手款沿用原图。帽字统一为白色，帽叶为淡奶绿，保留现有角色外观。

01 紧张

02 加油

03 疑问

04 挠头

05 感谢

06 OK

07 睡觉

08 生气

09 惊讶

10 挥手

11 头晕

12 庆祝

13 爱心

14 大哭

尺寸与文件状态

除07睡觉为 1529 × 1029px、08生气为 1274 × 1235px 外，其余12款为 1273 × 1236px。以上为文件画布尺寸，不等于可见图形尺寸。

使用原 PNG 与透明通道，保持比例。当前素材为像素视觉稿，非严格矢量母版，也不是刺绣、丝印或其他生产工艺母版；深色底边缘、小尺寸与实体工艺仍需按用途验证。

图为网站现有原件等比缩放，未重绘或改色。在网站逐款查看与下载；整套 ZIP 与单张原图均以网站当前版本为准。

排版与原样板参数

本页保留基础规范 v0.3 排版原则及 0.1 对原样板源码的记录。场景数值只说明既有样板，不作为跨载体通用变量，也不将源码认定为可复用模板。

基础排版原则

- **一个主要阅读任务：**主题清楚，信息有层级；手提袋以识别为主，不必套用交易页面结构。
- **同组使用同一对齐线：**长正文默认左对齐，短识别组合可居中。
- **近关联，远分组：**标签靠近对应内容，组间距大于组内距。
- **同级容器保持一致：**相同层级的卡片保留相近圆角与内边距，包装不必使用卡片外框。
- **装饰让位于信息：**吉祥物、弧线与色块不遮挡商品、价格或主要文字。

基础规范 v0.3 建议以版面单位 u 建立节奏：小关联 1u、组内 2u、组间 3u-4u，外边距从 4u 起步。屏幕可从 u=8px、印刷可从 u=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。

原样板源码记录

场景与原画布	0.1 已记录数值	记录边界
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	仅用于理解该海报的信息层级与容器关系
手机商城首页 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	静态导出主标题曾调整为 22px；源码值不等于截图像素值
手提袋 640 × 505 设计面	字标元素宽 370；背面吉祥物元素 143 × 143	概念排版坐标，不是毫米尺寸、刀模或生产规格

不要求所有载体使用相同字号、边距、圆角或绿色卡片。门店与吊牌沿用已批准样板本身，本次未为其补充未经确认的数值规范。

手机首页 360px / 390px / 430px 三档静态版式已检查；该记录不能外推为全断点响应式、真实交互或平台适配验证。当前暂无可复用模板。

应用样板 01 团购海报

活动层级与商品主图的视觉参考

团购海报样板 · 2026年10月4日脚注对比修订

样板表现

品牌区、活动标题、商品主图、价格与活动信息、购买入口形成依次阅读的关系。

一张主商品图与价格承担主要信息，吉祥物小面积辅助，入口靠近交易信息。这里记录该画面的视觉关系，不要求其他活动沿用同一结构。

演示内容边界

图中商品由 AI 生成；129元、尺码120-180、10月10-20日均为模拟内容。购买入口不可扫码，也不代表已生效的活动。

示例商品、价格、尺码、时间与学校关系不能作为真实业务事实或服务承诺。

源文件状态

现有 PNG、HTML 与源码包为原样板的阅读和编辑参考，保留演示属性；不是新建的可复用模板。

本次仅将淡绿背景上的海报脚注由灰色改为黑色，其他图形、布局与模拟信息不变，未添加橙色装饰。真实内容、入口与权利仍需在正式使用前核验。

应用样板 02 手机商城首页

学校选择与商品浏览的静态视觉参考

首页静态长图 · 2026年10月4日橙色阅读锚点修订

样板表现

品牌区、学校搜索、品类、团购入口、商品卡片、尺码与咨询、底部导航组成当前页面。

学校选择在前；深绿承担操作与选中，普通栏目用黑字。橙短线在“校服团购”“校服选购”“选购前”三处标记一组内容的阅读起点。同级卡片的留白与圆角相近，吉祥物位于欢迎区；浅绿背景上的小字保留黑色。这是已批准的静态样板修订，不是平台通用组件规范。

确认范围

批准的是静态视觉。360px / 390px / 430px 三档静态版式已检查；演示 HTML 含模拟交互代码。

真实浏览器交互、有赞组件适配、后台、支付接入、完整响应式与真实数据极值尚未完成验证。

仍属未验证范围

ERP 表格、错误、禁用与加载状态、触控区域、键盘操作、屏幕阅读器等，不属于本样板已确认的组件或功能。

学校、商品及129元、89元等价格均为示例。宣传短句仅用于当前样板，不自动成为全品牌长期口号。

长图、HTML 与源码包供查阅源稿；不等于已上线商城或已完成可复用模板。

应用样板 03 手提袋

以字标识别与大面积留白为主

已批准手提袋正反面视觉示意 · 原生重构

样板表现

正面以字标为主，背面以小面积吉祥物和短句建立亲和感；黑绿标准字标保留白／暖白净区。橙短线分别标记正面“校服”、背面“穿好每一天”的阅读起点，各一处；黄绿用于提手、底带与侧围，浅绿承载背面信息。此图为原生重构视觉示意，不是实体实拍或原始生产源。

概念假设与制作边界

380 × 300 × 120mm、暖白纸袋与深绿织带属于旧样板的概念假设，未形成生产规格；现行图中的黄绿提手也仅为视觉表达。实际袋型、纸材、提手、侧围、刀模、折线、出血和安全区仍需结合生产条件确定。

色差、最细笔画、吉祥物细节、提手固定与承重尚未以实物验证。丝印、刺绣、烫印等工艺不能由当前视觉图直接推定可用。

“穿好每一天”“校园日常 · 一起成长”通过了本轮包装视觉，不等于批准为全品牌长期口号。

网站现有正反展示、HTML 与源码包用于查阅该原生重构样板；历史平面参考仅供追溯。当前源码不是原始生产源、刀模、印刷生产稿或新建可复用模板。

应用样板 04 门店

门店视觉已批准，包含日夜门头与橱窗玻璃贴的展示。黄绿色门头上的白色 Logo 主体与绿色叶片、圆点为该门店场景的应用例外；叶片与圆点保持同色，日夜发光表达一致。

已批准门店日夜视觉示意 · 原图等比呈现

保留陈列空间

局部深色底用于衬托识别；橱窗玻璃贴保留通透和商品展示，避免整面遮挡陈列。以上记录该样板的批准表现，不新增通用门店材料、尺寸或施工标准。

已批准橱窗与玻璃贴视觉示意 · 保留商品陈列

门头黄绿色不另设为全品牌通用色号；该例外不改变标准彩色字标。现有画面是应用样板，现场尺寸、材料、发光结构、安装与施工可行性未由视觉批准自动确认。

应用样板 05 吊牌

吊牌正反面及上身搭配图已批准为视觉样板。正面以品牌与大“校服”品类字为主，背面呈现商品信息与两个演示二维码区域。

已批准吊牌正反面视觉示意 · 原图等比呈现

概念尺寸与演示入口

60 × 120mm 是当前概念尺寸，尚未形成生产规格。两枚二维码标注分别为“小程序”和“公众号”，均为演示码，不是真实入口，不可作为有效扫码或业务接入使用。

已批准吊牌搭配校服视觉示意 · 非实体实拍

商品字段为演示内容。纸材、印刷、打孔、挂绳、出血与刀模等仍需另行确认；本版不把概念图升级为生产稿，也未新建可复用模板。

资料索引与使用边界

所有资产均从公开品牌网站查阅和下载。以下链接对应本快照所引用的现有资料；网站当前内容为唯一权威，离线文件仅保留其注明日期的状态。

资料	网站入口	本快照中的状态
品牌基础	基础规范 v0.3 PDF	既有规则的历史记录；早于暖橙补充与阅读锚点语义
标准彩色字标	SVG / PNG / PDF	原路径矢量与位图资产
单色字标	纯黑 SVG / 反白 SVG	现有单色与反白资产
14款吉祥物	逐款 PNG / 整套 ZIP	已批准像素素材，非严格矢量母版
团购海报	原图 / HTML / 源码包	模拟活动视觉与源稿参考
手机商城首页	长图 / HTML / 源码包	静态样板与模拟原型源稿
手提袋	正反展示 / HTML / 源码包	原生重构视觉，非原始生产源
门店	日夜门头 / 橱窗玻璃贴	已批准视觉与特定应用例外
吊牌	正反面 / 搭配展示	概念尺寸与演示二维码
字体许可	SIL OFL 1.1	分发字体软件时须随附许可

阅读时保持这几个边界

- 已批准原图保留原貌，字标与吉祥物不因本文排版而获得新的改造许可。
- 视觉确认、真实业务内容、功能验证与生产验证是不同事项；本快照不补充未完成的批准。
- 海报与商城中的价格、日期、学校、商品和入口均保留演示属性；包装、门店及吊牌的概念假设不能直接作为生产依据。
- 当前暂无可复用模板；不把现有样板、源码或历史流程改称为已完成模板。

快照变更记录

0.4 于2026年10月4日同步橙色阅读锚点与绿色操作语义：普通栏目默认黑字，深绿用于操作与选中；橙短线表示一组内容的阅读起点，不要求每稿出现。商城更新三处阅读锚点，手提袋正反各一处，并注明原生重构、非生产源。标准黑绿字标默认保留白／暖白净区。海报仅将淡绿背景上的脚注由灰色改为黑色；门店、吊牌、14款吉祥物与既有业务和生产边界保持不变。

0.5 新增第12页品牌用语规则，确认主口号及其使用层级；原图片、色号、字体和应用样板不变。

2026年10月4日快照。旧 0.1、0.2、0.3、0.4 文档保留为真实历史，不回写本次规则。公开查阅与下载不代表授予商标或其他知识产权使用许可。

品牌用语

主口号与场景文案分层使用

主口号

好校服，多一个好选择

用于官网首页、门店品牌介绍等主要品牌表达场景，不必每张图都带。保持原句及中文逗号，不加句末标点，不任意增删、替换词语。

文案层级与使用范围

层级	已确认文字或范围	使用边界
品牌主口号	好校服，多一个好选择	主要品牌表达；不与包装短句并列为两条主口号
包装短句	穿好每一天	保留在已批准包装场景中，不是第二条主口号
场景示例	陪伴每一天的成长 校园日常・一起成长	仅为场景样例，不提升为固定品牌主口号
活动文案	依据具体活动与已核实信息调整	动态使用，不成为固定品牌保证或服务承诺

排版与字标关系

- **断行：**可单行；空间需要时仅在中文逗号后断行，并保留逗号。两行依次为“好校服，”与“多一个好选择”。
- **字体：**沿用思源黑体 SC / Source Han Sans SC，使用既有400、500、700字重，不另建字体体系。
- **颜色：**使用主字黑 #0E0E0E，置于已批准的白、暖白或浅色背景；不做橙底小字。
- **独立文字：**主口号不写入Logo SVG，也不固定嵌入Logo组件；与字标组合时保留至少1x的既有净空。
- **小空间：**可省略主口号，优先保证字标清楚、留白完整，不挤压字标净空或强行缩小。