

稚学设计系统 0.8

生效日期：2026-10-11。状态：用户授权的本机现行版本。

0.8将此前审阅版中的应用规则正式纳入本机站点。它是品牌视觉与使用规范，不是检测报告、施工图、刀模或生产验收证明。本机升级不等于正式域名同步；未获额外授权不对外发布、改服务配置或仓库可见性。

1. 品牌基础

品牌名称：稚学。沿用四版标准字标、思源黑体SC、现有色号及14款吉祥物，不重新设计身份资产。

标准字标与净空

- 浅底彩色：黑字与识别绿，用于白、暖白等浅底。
- 深底彩色：白字与原识别绿，绿色元素必须清楚可辨；偏绿深底或复杂背景改用单色白或建立净区。
- 单色黑、单色白：用于适合的单色场景。
- 按原SVG路径完整等比缩放，不重新排字、不拉伸、不移动叶片或圆点。
- 字标可见高度为H，圆点名义直径为x；四周至少1x净空。与角色横排时角色高约1.25H，竖排约1.5H，间距至少1.5x；按可见轮廓检查，文件自带留白不重复算。
- 160px／25mm沿用为暂行试排建议，尚未验证为统一下限；实际尺寸与媒介可读性须检查。

颜色职责

颜色	HEX	主要职责
主字黑	#0E0E0E	字标、标题与正文
识别绿	#7AAA3A	原字标的绿色元素
白	#FFFFFF	清晰画布与内容区
暖白	#FAF8F2	柔和画布

颜色	HEX	主要职责
黄绿	#B1D985	品牌氛围、较大色块
浅绿	#E8F0E7	信息背景
说明灰	#657069	对比足够背景上的辅助说明
操作深绿	#1E7052	操作、链接、选中与既有指定门店应用
阅读暖橙	#FD6615	按需要使用的阅读锚点

不要求每张图用满色板。黑字配白或暖白是默认起点；浅绿底普通小字用黑色，说明灰在浅绿底对比约4.43:1，不满足普通小字4.5:1检查要求。暖橙与识别绿不配白字，不把绿橙直接当成功/警告状态。橙短线表示内容阅读起点，不是每标题必加。

HEX仅为屏幕参考，不凭它猜填CMYK、专色或实体发光参数；印刷、灯光、材料须打样。原角色渐变与原色不改为统一平涂。

字体与数字徽章

中文、英文和数字沿用思源黑体SC / Source Han Sans SC：正文400、小标题500、主标题700；字标使用原资产。一个画面突出一个主要阅读任务，先靠字号、字重和留白，再靠颜色。

屏幕排版从现有32–40px标题、20–24px小标题、16px正文、14px说明试排，正文行距约1.5–1.7倍；这些不是印刷或门头尺寸规范。新增文字须查缺字，网络子集不视为完整字库；分发字体附原OFL许可。

四款全曲率数字效果徽章用于头像及数字展示，完整保留原外框、留白与阴影。实体印刷、织唛、刺绣优先平面字标并打样，不把数字效果直接当生产母版。

2. 品牌用语与证据

- 主口号：亲肤面料，0甲醛，0异味
- 副口号：好校服，多一个好选择
- 包装短句：穿好每一天

主副口号独立于Logo，不写入SVG或固定嵌入Logo组件；保留中文逗号、不加句末标点，仅在逗号后断行。黑字配已批准白、暖白或浅底，与字标至少1x净空。主副口号同版不并列同级，副口号低于主口号；小空间可省略，不要求三句同版出现。

主口号沿用品牌方决定，但未附检测报告。品牌方须核实“0”表述的证据、适用产品、批次、方法与条件，不自动解释为所有产品在任何条件下的绝对保证。宣传口号与实际检测信息分开呈现；没有报告不添加检测通过、认证或权威保障，有报告也只在证据支持范围内表述。“非检测认证”说明不能替代证据或合规审核。0.8升级不意味着这些待核实事项已经通过。

3. 三类构图规则

品牌识别型：先识别稚学

字标为主、角色辅助，文案独立分层；优先保证身份与净空，不让角色盖住字标，不设置多个同级主焦点。适合品牌介绍、入口识别、包装品牌区。

商品展示型：先辨识商品

先标出关键款式部位，再组织品牌、角色和文案；不靠缩小示意商品降低遮挡。不随机撒碎点或小贴纸，元素形成有关系的信息组。透明包装应保留款式识别能力。

V20的暖白曲面与黄绿弧线仅是包装参考，不自动推广成全品牌装饰。15%遮挡目标仅属于该包装项目，不外推通用标准；实际袋型、折衣、白墨、印面和透影变化后重新核算并打样。

活动传播型：先读懂一个主题

主题→商品/活动信息→必要条件→有效入口。橙色仅在需要时标记阅读起点，角色辅助气氛，不编价格、学校、日期、商品或二维码。演示入口必须标为演示且不可误认为可用业务入口。

三类方法不是三套已交付可复用模板。配套对照图中团购信息与入口是不可用占位，不能直接当真实活动发布。

4. 吉祥物场景选择

场景	推荐原件	注意事项
欢迎/招呼	10挥手	欢迎入口和初次接触；不必每稿都用
鼓励/参与	02加油	动作服务活动与鼓励主题
关怀/感谢	13爱心、05感谢	感谢款保留原文字

场景	推荐原件	注意事项
庆祝/完成	12庆祝、06 OK	OK不代表检测通过或认证
疑问/帮助	03疑问、04挠头	帮助说明，非一般商品宣传默认
特定情绪/反馈	01紧张、07睡觉、08生气、09惊讶、11头晕、14大哭	按语境；09也可表达惊喜，不是统一负面组

一画面先有一个主要角色，多角色需明确叙事；成对展示可不同动作，不机械用完14款。分组是场景推荐，不更改原图名称或要求所有场景固定同一动作。字标负责身份，角色负责情绪与亲和，空间不足可省略角色。

14款现行素材为PNG，完整等比、原色使用，不裁切、不重绘、不改色。简化、小尺寸、单色或严格矢量衍生须另立项目，经确认制作；0.8不授予改原图许可，也不宣称已有生产母版。

5. 样板与生产边界

本机保留团购海报、手机商城、手提袋、门店与玻璃贴、吊牌，并已收录V20校服拉链袋。视觉批准不等于真实业务验证、生产验证或可复用模板交付。

V20透明滑块拉链袋：无翻边、胶条或离型膜，不印尺码；正面13爱心、背面10挥手；顶部双面主口号，底部正面包装短句、背面副口号。袋型、尺寸、拉链/滑块、焊边、印面净区、白墨、色差、透影仍待供应商确认和打样。固定示意衣物下14.4%/14.7%是依赖假设的模拟，不是实物达标证明。

商品、价格、日期、学校与二维码等演示信息须在真实使用前替换核实。现有门店和9米门头资料是视觉参考，非施工图；现场尺寸、结构、电气、材料、安装与发光效果仍待制作方核实。

6. 交稿与验证

检查要求不是已通过声明。配套交稿核对表按任务、原资产、文案、数字、实体和发布六组填写：每项记录已检查、不适用或待核实，并附日期、检查人、依据与责任方；空白不等于通过。

数字检查包括净空、深浅底、绿色辨识、字体缺字、实际文字对比、窄屏、放大与下载、语义、键盘及焦点。未做完整可访问性验收，不宣称全面通过。

实体检查包括实际结构与尺寸、最细笔画、角色细节、单色、白墨、色差、材料及透影；透明包装按实际衣物投影核算印刷与结构遮挡，并检查装袋辨款，不移动或缩小衣物规避目标。像素、PNG画布、概念尺寸不能直接当毫米或工艺下限。

7. 版本与资料状态

区分现行规则、已收录视觉样板、探索/审阅、历史快照；记录名称、版本、用途、原件/衍生关系、确认日期、生产验证和待办。本机与正式域名发布分别记录。

2026-10-11用户明确授权本机站点成为0.8版本；原审阅版转历史过程记录，0.7及更早快照原样留档。原图与标准字标不因版本升级被回写或改造。对外发布、仓库可见性和服务配置仍须额外授权。

8. 配套资料

- [三类构图对照PNG / 单文件HTML](#)
- [14款场景选择PNG / 单文件HTML](#)
- [交稿核对表](#)
- [标准字标和徽章 / 14款原PNG](#)
- [历史0.7资料 / 历史审阅过程](#)

完整下载整包包含正文、PDF阅读版、HTML阅读版、两组PNG/HTML示例、核对表、字体许可和文件清单。正式规范确认仅覆盖品牌视觉与使用规则，检测、业务与生产验证仍分别核实。

三类构图

稚学设计系统 / 0.8 现行规范 / 构图验证 R1 • 2026-10-11

同一套品牌，不同的阅读任务

不是三套新风格，而是三种信息优先级：认品牌、看商品、读活动

应用方法示例 • 0.8

原资产不变 • 0.7留档

非可复用模板 • 非生产稿

活动为占位示意，未上线

A / 品牌识别型

第一眼：这是稚学



字标为主，角色辅助

按横向组合组织：角色在左，字标在右；品牌理念独立排版。留白不靠更多装饰填满。

B / 商品展示型

第一眼：看清校服款式



商品主体优先，品牌有秩序

直接引用 V20，不重新改袋面、不更改衣物比例。这里是整体展示缩放，不是新的遮挡核算或实物验证。

C / 活动传播型

第一眼：这张图讲什么活动



只突出一个主题，不编真实信息

主题→必要条件→入口。橙短线只标记阅读起点；**不编价格、时间、学校或二维码**，不伪装真实活动。

0.8应用规则对照参考；视觉示例不是生产模板。

主口号仍沿用现行决定；本对照不要求每个构图都同时放主口号、副口号和包装短句。

依据：设计系统0.7；logo-color.svg、mascot-10.png、mascot-02.png及V20原样板。字标与角色原件等比、原色使用；图文仅作参考方法示例，尺寸与工艺仍待核实。

角色场景

稚学设计系统 / 0.8 现行规范 / 场景选用 R1 · 2026-10-11

先选场景，再选动作

14款原图不重做；这是一张选择参考，按语境选择，不是强制动作清单

0.8角色场景推荐

保持原图、原色、完整比例
不把数字 PNG 当实体工艺母版
已纳入本机0.8规范

01 / 欢迎 / 招呼



10 / 挥手

适合：初次接触、欢迎入口、招呼。
提醒：不必每张宣传都用挥手款。

02 / 鼓励 / 参与



02 / 加油

适合：校园参与、团购动员、鼓励。
提醒：动作服务主题，不做填充装饰。

03 / 关怀 / 感谢



13 / 爱心



05 / 感谢

适合：亲和表达、感谢与陪伴。
提醒：感谢款保留原图文字，不删改。

04 / 庆祝 / 完成



12 / 庆祝



06 / OK

适合：庆祝场景、完成反馈。
提醒：OK 不代表检测通过或认证。

05 / 疑问 / 帮助



03 / 疑问



04 / 挠头

适合：问题说明、帮助与选购指引。
提醒：不作为一般商品宣传默认角色。

06 / 特定情绪 / 反馈



01 / 紧张



07 / 睡觉



08 / 生气



09 / 惊讶



11 / 头蒙



14 / 大哭

适合：有明确语境的情绪反馈；惊讶也可表达惊喜。
提醒：不是统一负面组；不随机铺进宣传。

一张图先有一个主要角色

多角色需要清楚叙事；成对展示可以不同动作，不必机械地用完14款。

字标仍负责身份识别

角色负责情绪与亲和。空间不够可省略角色，不挤压字标净空。

生产适配另行验证

单色、简化、小尺寸和矢量衍生另立项目，经确认制作；本图不授权改原图。

依据：设计系统0.7的14款现行PNG；场景分组已纳入本机0.8规范。
所有图片完整等比展示；不重绘、不改色、不裁切。图中缩放不是实体尺寸建议。

搭配文件：0.8交稿核对表。
本机0.8现行规范；原资产及服务配置不变。

交稿核对表

2026-10-11 · 本机现行0.8配套核对表。不是已验证的工艺标准，也不是声称检查已经完成。使用时逐项记录“已检查 / 不适用 / 待核实”，附依据；空白不等于通过。

1. 先说清任务

- ☐ 本稿是品牌识别、商品展示还是活动传播？主要阅读任务只有一个吗？
- ☐ 文件注明版本、日期、确认范围和用途吗？
- ☐ 视觉批准、真实业务验证、生产验证是否分开记录？

2. 原资产与排版

- ☐ 使用现行四版标准字标之一，按背景选择版本，原路径、比例不变。
- ☐ 按可见轮廓检查0.7规定的至少1x净空；不遗漏或重复计算文件自带留白。
- ☐ 吉祥物动作符合内容，完整原图、原色、等比，不随机填空。
- ☐ 单图有主要角色，多角色有明确叙事；角色不压字标或商品关键信息。
- ☐ 思源黑体SC字重和层级清楚；实际显示没有缺字、错字或意外字体回退。站点子集不当完整字库。
- ☐ 颜色按职责使用，灰字检查实际背景对比；浅绿底小字优先黑字，橙色不为凑色添加。

3. 文案与业务内容

- ☐ 主口号、副口号与包装短句沿用已确认原句，层级不并列同级，必要时省略口号而非挤压字标。
- ☐ “亲肤面料，0甲醛，0异味”的证据、产品范围与条件由品牌方核实；未把宣传语当检测结论。
- ☐ 未凭空添加认证、检测通过、权威保障或固定服务承诺。
- ☐ 商品、价格、日期、学校和活动条件是真实已核实信息，或明确标为演示/待填写。
- ☐ 演示二维码和入口明确不可用；真实入口经过跳转与业务核验。

4. 数字交付

- ☐ 常用桌面和窄屏下主次、字距、换行、导航与留白可读，无意外横向溢出。
- ☐ 图片按原比例展示；点击放大、下载及必要链接可用，下载文件与标注版本一致。
- ☐ 基础语义、图片替代文本、键盘操作、焦点和普通小字对比经实际检查；未检查项标待核实，不宣称可访问性已通过。
- ☐ 交付字体时随附原许可证；不分发不明授权字体。

5. 实体与透明包装（制作方协同核实）

- ☐ 实际袋型、尺寸、折衣、拉链/胶条、滑块、焊边、印面及印刷净区确认；视觉图不代替刀模。
- ☐ 字标25mm暂行建议、PNG画布和屏幕像素没有被当作统一工艺下限或毫米换算。
- ☐ 最细笔画、角色细节、单色需求、白墨、色差及材料完成针对性打样。
- ☐ 透明包装按实际衣物投影核算遮挡，纳入白墨与结构实际遮挡；不缩小示意衣物作弊。
- ☐ 正反透影、反光和实际款式辨识经过装袋检查；15%只沿用特定包装项目约定，不外推为全品牌标准。
- ☐ 门头资料注明“非施工图”；结构、电气、安装与现场尺寸由制作方核实。

6. 发出前

- ☐ 状态明确：草案 / 已收录视觉样板 / 已验证生产稿 / 历史快照，不混称。
- ☐ 本机增补与对外发布分开；发布或配置变更先取得相应授权。
- ☐ 交付清单、版本、待核实事项与责任方可追溯；旧版不被悄悄覆盖为新批准版。

最简记录格式

核对项	状态	日期/检查人	依据或附件	待办/责任方
示例：随形白墨	待核实	待填写	未取得实物打样	由制作方确认后复核

本表不是检测报告、生产验收证书或免责说明。原图不因本表获得改造许可。依据：本机设计系统0.7、0.8规范及V20拉链袋资料。