

HUNAN LIQIAN TECHNOLOGY CO., LTD.



睿茵博



睿茵博 VI 系统指导手册

Ruiyobo® VISUAL IDENTITY SYSTEM MANUAL

出品单位：湖南礼谦科技有限责任公司

商标注册号：90433495（第 28 类·®）

版本：V3.0 | 2026 年 10 月

招商热线：13954748388 | 邮箱：boss_xie@sina.cn | 网址：www.ruiyobo.com



01	品牌概述 Brand Overview	P03
02	标志系统 Logo System	P04-07
03	色彩系统 Color System	P08-09
04	字体系统 Typography	P10
05	辅助图形 Graphic Elements	P11
05A	国风视觉体系 Guofeng System	P11-01 ~ P11-02
06	吉祥物系统 Mascot System	P12-14
07	办公事务系统 Office System	P15
08	公关礼品与文创 Gifts & Cultural Products	P16-17
09	门店系统 Store System (含旗舰店/潮玩店空间)	P18-26
10	广告系统 Advertising System	P27
11	产品包装系统 Packaging System	P28-30
12	数字媒体系统 Digital Media	P31
13	制作工艺与施工规范 Production Specs	P32
14	联系我们 Contact	P33

手册使用说明

本手册是"睿茵博®"品牌视觉资产的唯一执行标准,适用于门店建设、广告制作、产品包装、礼品定制与线上传播等全部场景。广告公司、装修施工单位、包材供应商与电商设计团队,均须以本手册为唯一视觉依据。

等级规则:

A 级 (强制) ——标志、标准色、®标使用、安全警示:任何场景不得修改;

B 级 (规范) ——字体、辅助图形、版式栅格:可微调需报品牌部备案;

C 级 (建议) ——摄影风格、插画延展、季节性主题:鼓励创新。

® 标注规则: "睿茵博®""Ruiyobo®"仅限商标核定商品(第 28 类:玩具类目)范围内标注®;超出核定范围的服务/物料一律使用™或不加标注,避免虚假标注风险。

色值仲裁顺序: Pantone 实物色卡 > CMYK (印刷) > RGB/HEX (屏幕)。所有大货颜色须以签样为准,屏幕效果仅供参考。

企业愿景 VISION

成为深受全球家庭信赖的
国产益智玩具品牌

企业使命 MISSION

以安全环保材质与益智童趣设计，
陪伴孩子“玩出聪明、玩出快乐”

品牌定位

3-12 岁儿童“安全·益智·好玩”的全品类
玩具品牌，绿色环保、活泼童趣、益智
启蒙、国风动漫。

品牌主张

Play Wonder, 玩见奇迹——会玩的孩子
子更会思考，被认真对待的好奇心终将
长成改变世界的力量。

品牌个性

活泼的、温暖的、聪明的、值得信赖
的；像一位懂孩子的大朋友。

核心价值观 VALUES

安全第一	所有产品与传播物料，安全信息永远置于最醒目层级
匠心品质	细节零妥协；VI 落地执行同样遵循“签样制”验收
创新有趣	鼓励玩法创新与视觉创新，C 级项目可大胆延展
绿色环保	环保绿（PANTONE 347C）作为责任色贯穿全线包装与门店
诚信共赢	对经销商、合作伙伴的承诺信息真实、可验证

视觉基因（七要素）

- 绿色环保
- 活泼
- 童趣
- 益智
- 卡通
- 动漫
- 国风

七大视觉基因对应七类视觉资产：环保绿材质标注体系 / 高饱和撞色体系 / 圆润造型语言 / 拼搭与迷宫图形元素 / IP 形象 / 二次元动效延展 / 国风纹样库。所有设计输出应至少体现其中三项。



标志释义

"睿茵博 Ruiyobo"标志由彩色卡通字母组合与中文标准字构成，字母取紫、黄、红、绿、蓝、橙六色，寓意 rainbow 缤纷童趣；整体轮廓圆润饱满，传递安全与亲和。

- 睿——智慧启蒙：每个玩具都是一堂游戏课
- 茵——绿意天然：环保材质，自然童真
- 博——博览万象：多元品类，广阔想象

安全空间 (Clear Space)

安全空间 = X (标志高度的 1/4)

标志四周须保留不小于 X (标志高度的 25%) 的空白区域，任何文字、图形不得侵入。

最小使用尺寸

媒介	标志宽度最小值
印刷品 (名片/贴纸)	20 mm
包装主展示面	30 mm
屏幕 (网页/App)	64 px
门头招牌	≥ 门头高度的 22%，无上限

小于最小尺寸时，改用"单字母 R 图形章"替代标志 (见 P06 变体)。



标志宽度 : 高度 = 3 : 1 (组合标志, 含中英文字标)

制图规则

项目	规范
宽高比	3 : 1 (不可改比例)
基本单位	以标志高度 H 为 1 个计量单位
字母间距	字标字距 = 0.12H, 均等分布
圆角半径	笔画端点均为全圆角, 半径 = 0.5 笔画宽
色序 (左起)	紫→黄→红→绿→蓝→橙, 固定不可调换

数字化文件管理

格式	用途
AI / EPS (矢量源文件)	印刷、雕刻、激光切割、灯箱制作
SVG	网页、小程序、电商详情页
PNG (透明底 300dpi)	PPT、合成场景、贴图
JPG (白底 300dpi)	文档、证书排版

矢量源文件仅向授权制作方提供, 须签订《品牌资产使用协议》; 禁止使用截图、低清翻拍替代。



A · 标准组合（横版）——首选，默认使用



B · 竖版组合——包装侧立面、名片竖排、吊牌



C · 单色黑版——报纸、单色印刷、激光雕刻、刺绣



D · 反白版——深色底、灯箱、夜光招牌

图形章（App Icon / 最小尺寸替代）



圆角方（App/小程序）、正圆（社媒头像）、明黄方（贴纸/印章）三种图形章容器。图形章内仅放字母 R，六色渐变底或白底紫字，不得放入完整标志。

选择逻辑： 横向空间充足 → A；竖向空间（侧封/吊牌/旗）→ B；单色工艺 → C；深色/发光媒介 → D；小于 20mm 或方形位 → 图形章。



补充禁令

场景	规定
商标法律层面	不得改变注册图样的字体、颜色组合与整体结构（否则丧失注册商标一致性，有被撤销风险）
® 标注位置	标注于标志右上角或右下角，大小为标志高度的 8%-12%，深底用白色 ®、浅底用墨色 ®
合作背书	未经品牌部书面授权，任何经销商/平台店不得将标志与第三方品牌组合露出
动效使用	线上动效仅允许整体淡入、缩放入场（≤1.2 倍），禁止拆分字母做碎片动画

违规使用将按《品牌授权协议》约定处理；发现侵权可发送证据至 boss_xie@sina.cn，由公司法务跟进。

睿智紫 Ruiyobo Purple

PANTONE 2612 C

C65 M85 Y0 K0

R120 G75 B160 · #784BA0

主色 · 品牌识别/门头/包装主底

活力橙 Vital Orange

PANTONE 165 C

C0 M76 Y90 K0

R255 G107 B53 · #FF6B35

行动色 · 促销/CTA/波带

萌趣粉 Playful Pink

PANTONE 219 C

C0 M89 Y0 K0

R255 G60 B172 · #FF3CAC

情感色 · 女孩线/节日/社媒

环保绿 Eco Green

PANTONE 347 C

C80 M0 Y95 K0

R0 G166 B81 · #00A651

责任色 · 材质标注/环保认证

天空蓝 Sky Blue

PANTONE 2925 C

C78 M35 Y0 K0

R43 G134 B197 · #2B86C5

信任色 · 益智线/说明信息

阳光黄 Sunny Yellow

PANTONE 122 C

C4 M11 Y80 K0

R249 G214 B73 · #F9D649

点缀色 · 高亮标签/爆品贴

色彩使用比例

睿智紫 55%

白 20%

橙 12%

黄 8%

绿 5%

品牌主画面中，睿智紫为主导色（≥50%）；环保绿必须出现在材质/环保信息区；阳光黄仅作高亮点缀且占比 ≤10%，避免“荧光化”。

中性色

石墨黑 Ink

C75 M68 Y62 K78

#1A1A2E

中灰 Grey

C60 M48 Y38 K10

#6E6E80

云白 Cloud

C3 M2 Y0 K0

#F5F5F7

正文与信息层级用石墨黑，禁用纯黑（#000）大面积铺底；云白用于包装留白区与门店墙面。

标准渐变（仅限两组合法使用）



渐变角度固定 135°；禁止加入绿、黄以外的第五色；文字置于渐变上时优先放在 30% 以下色阶区或加深色蒙层（透明度 ≥45%）。

无障碍对比度（WCAG AA）

前景/背景	用途	结论
石墨黑 / 白	正文文字	✓ 对比度 15.9:1
白 / 睿智紫	标题反白	✓ 7.4:1
白 / 活力橙	按钮文字（仅限 ≥14pt 粗体）	△ 3.0:1 限大字号
白 / 阳光黄	任何正文	✗ 禁止，改用石墨黑字

配色错误示范



印刷执行提示：环保绿与睿智紫在大面积实地印刷时须采用专色（PANTONE 347C / 2612C），四色叠印易出现色差与灰度；UV 打印须做白墨打底。

中文标题字 · 阿里巴巴普惠体 Bold / Heavy

玩出小聪明

品牌主张级大标题、门头副标、包装品名。免费商用授权，替代方案：思源黑体 Bold。

中文正文 · 阿里巴巴普惠体 Regular

每一个孩子都是天生的探索家。安全的材质、有趣的玩法，是睿茵博对全球家庭的承诺。
详情页、说明书、门店物料正文。行距 1.6-1.75 倍。

Latin Display · Poppins Bold

Ruiyobo Play
Wonder!

英文字标、价格牌数字、跨境包装。替代方案：Nunito Bold（圆润更贴近品牌）。

国风场景 · 思源宋体 SemiBold（限用）

国风典藏 · 千年泥韵

仅用于国风系列包装与节日礼盒标题；禁用于门店导视与安全警示。

字号层级（包装 / 详情页通用）

层级	字号	字重	颜色	应用
H1 主标题	32-40pt	Heavy 800	石墨黑 / 反白	包装品名、KV 主文案
H2 副标题	18-24pt	Bold 700	睿智紫	卖点标题、章节题
H3 小标题	12-14pt	Medium 500	石墨黑	功能点、规格名
Body 正文	9-10.5pt	Regular 400	石墨黑	说明文字、详情描述
Caption 注释	6.5-7.5pt	Regular	中灰	条码、执行标准、备案号
警示文字	≥ 四号 (14pt)	Bold	环保绿 / 黑	年龄警示、安全警告（按国标）

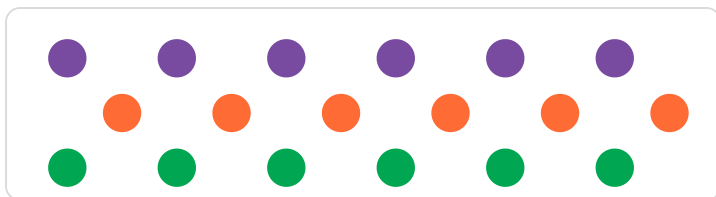
警示类文字的字号与内容以 GB 6675 国家标准为准，本表字号为视觉最低值，两者冲突时以国标为准。

A • 彩虹波带 Rainbow Wave (主图形)



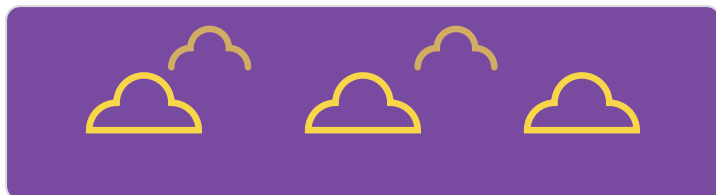
三条以上波带并列使用，波峰间距相等；单个画面波带面积 $\leq 25\%$ 。用于门店裙边、包装封口、广告牌底部、PPT 页脚。

B • 圆点阵 Polka Dots



错位排布，点径 D 与间距 $P = 2.5D$ ，单色或多色循环（紫橙绿）。用于包装内衬、礼品纸、门店墙面点缀、直播背景。

C • 国风云纹 Cloud Pattern (国风系列专用)



如意云纹按 4:1 间距平铺，金线描边（#F9D649）。仅限国风典藏系列、春节礼盒、展会中国主题区使用；与波带同画面时二选一。

组合规则：同版面辅助图形 ≤ 2 种；波带与圆点阵可组合，云纹单独使用；所有辅助图形不得遮挡标志与警示信息。

A · 国风传统色（第五级色板 · 仅限国风系列）

紫藤 Wisteria

C65 M85 Y0 K0

#7B2FA3

朱砂 Cinnabar

C10 M95 Y95 K0

#C0392B

鎏金 Gilt

C20 M32 Y95 K0

#C9A227

景泰蓝 Cloisonné

C85 M50 Y10 K0

#1F6FA5

竹青 Bamboo

C80 M35 Y75 K20

#2E6B4F

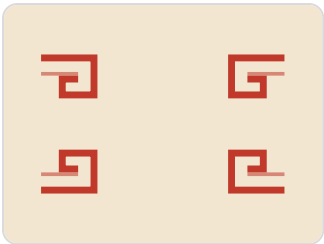
宣纸 Rice Paper

C4 M8 Y18 K0

#F2E6D0

国风色仅用于国风典藏系列、春节 / 中秋礼盒、国潮快闪与展会中国主题区；**不得替换** P08 六大标准品牌色，主品牌物料仍以紫 / 橙 / 粉 / 绿 / 蓝 / 黄为准。国风画面中品牌色须占 ≥ 50% 面积（以 紫藤 / 朱砂 为主）。

B · 四大国风纹样（可下载矢量源）



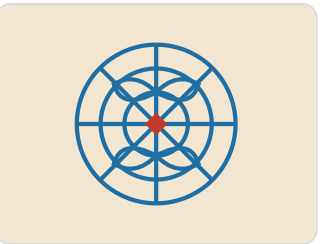
回纹 · 雷纹

边框 / 封口用；线宽 = 画布长边 1.2%，转角必收 90°



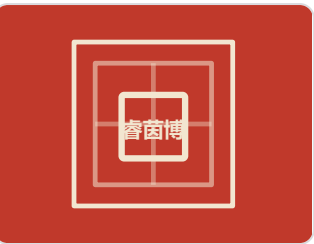
如意云纹

金线 #F9D649 描边；4:1 间距平铺，用于礼盒 / 背景



藻井 · 宝相花

封面 / 章首页主视觉；对称制图，圆心锁定中线



朱印 · 印章

朱砂底白文；仅限落款 / 认证位，10–15mm 方

C · 国风版式三律

法则	做法	禁忌
留白（计白当黑）	国风画面留白 ≥ 40%，题字居上 / 居右，主体偏左	满版平铺纹样压住标志
金线（描金收边）	所有边框统一 0.6–1.4pt 鎏金 #C9A227，内外双线	使用银色 / 灰色代替金线
印信（落款）	右下角固定朱印 10mm（.sm 版），与 ® 标同轴	印章压在人物脸部 / 文字上

题材红线： 国风元素只取「祥瑞 / 童趣 / 节气」题材——云纹、回纹、藻井、剪纸、风筝、灯笼、生肖、团扇。严禁使用宗教符号、帝王龙袍正龙纹、日式家纹 / 神社符号、以及任何近似他国国旗 / 军旗的图形（同心圆 + 放射线、旭日放射、太阳旗式构图一律禁用）。

A · 春节礼盒主面（天地盖 260×200×90mm）



框架：鎏金双框 + 四角回纹；标志居左上（透明版原样，白 / 宣纸底）；主标题紫藤；朱印落右下角，与 ® 标同轴；底栏适龄胶囊不变。

B · 国风应用清单与配比

场景	国风元素	品牌色占比	禁用
春节 / 中秋礼盒	回纹双框 + 云纹带 + 朱印 + 灯笼	≥ 50%（紫藤 / 朱砂）	十二生肖图必须用自家吉祥物改绘
国潮快闪 / 展会中国区	藻井顶纹 + 团扇挂旗 + 云纹地贴	≥ 40%	禁用日式暖帘 / 鸟居造型
文创国风线（书签 / 团扇）	回纹边 + 藻井底纹 + 朱印落款	≥ 30%	禁用他人书画作品、名人题字
线上国风主题页	云纹角饰 + 金线分隔 + 竖排标题	≥ 40%	竖排不得用于安全警示与适龄信息
门店国风专区	藻井吊顶 + 灯笼串 + 回纹腰线	紫 / 金为主	吊顶不得遮挡消防喷淋与疏散指示

国风 · 只在需要时出现

克制原则：国风是“系列增强”而非“品牌底层”。同版面国风元素 ≤ 3 种（框 + 纹 + 印）；主品牌物料（招商、门头、包装标准版）不得叠加国风纹样，避免风格漂移。



系列一 · 茵茵兔 MINTY

薄荷绿小兔，温柔治愈的陪伴者。关键词：柔软 / 倾听 / 慢慢来。主色：环保绿 + 云白 + 樱粉内耳。担任面泥类、娃娃类、安抚类产品代言。



系列二 · 博博龙 BOBO

紫绒小飞龙，活力满满的探索者。关键词：勇气 / 冒险 / 试试看。主色：睿智紫 + 阳光黄角尖 + 粉膜翅膀。担任智能玩具、玩具车、减压类产品代言。

双角色组合规范（AB 搭配表）

场景	组合方式	示例
包装双代言	茵茵兔居左、博博龙居右，共同托举品名区	面泥礼盒盖面、节日全家福套装
门店迎宾	1.2m 雕塑分立玻璃门两侧，面向店内	旗舰店门头、展会入口
短视频	博博龙主动尝试 → 茵茵兔温柔鼓励，“一个敢玩、一个会玩”	品牌 TVC、玩法演示
周边徽章	单品单角色，成对发售	珐琅徽章、亚克力立牌

两角色共用同一五官绘制标准（2:3 高光圆眼 + 云朵腮红），任何延展先核对五官模板再动笔。

造型规范

项目	茵茵兔 MINTY	博博龙 BOBO
头身比	1 : 1.2 (二头身)	1 : 1.1 (二头身)
主色	薄荷绿 #A8E6CF 系	睿智紫 #784BA0 系
眼睛	圆眼 2:3 高光点	圆眼 2:3 高光点
标志性元素	长耳 + 樱粉内耳 + 云朵尾	圆角 + 粉膜小翅 + 黄角尖
材质语言	短绒植绒 / 光滑搪胶	卷绒 / 珠光搪胶

比例、五官位置、色值为 A 级强制项；姿态可延展（奔跑/跳跃/抱玩具），但五官与配色不得改。



表情贴纸库示意 · 官方输出 9 宫格基础表情 × 2 角色

使用规则

- 吉祥物与标志同画面时，吉祥物高度 ≤ 标志高度 1.5 倍，且不得遮挡标志安全空间；
- 表情包、贴纸、动效须使用品牌部发布的官方源文件，禁止二次描摹改形；
- 商品化应用（公仔、盲盒、联名）须另行签订《IP 形象商品化授权》，报备品类与工艺；
- 吉祥物禁止出现：暴力/惊恐表情、成人化装扮、烟酒场景、政治隐喻元素；
- 双角色同框默认“茵茵兔居左、博博龙居右”，节庆主题可调换并保持互动构图。

3D 官方模型（FBX/GLB，含 T-Pose 与绑定）由品牌部统一发放至授权厂商，用于包装渲染、门店雕塑与短视频制作。



延展产品线规划

类别	形态	规格建议	应用渠道
毛绒公仔	坐姿基础款 / 趴姿安抚款	20cm / 30cm / 45cm	全渠道 · 礼盒搭赠
盲盒手办	9 款基础 + 1 款隐藏 (渐变彩虹隐藏款)	7-9cm 搪胶	潮玩渠道 · 门店堆头
门店装置	1.2m 玻璃钢雕塑 · 迎宾 / 拍照位	定制	旗舰店 · 展会
包装联名	盒面开窗露出公仔 / 角色立牌纸托	随盒型	全线产品包装
表情贴纸	微信/QQ 官方表情包 · 季度更新	240×240px ×16/套	私域运营 · 社媒

商品化视觉物料必须标注"形象版权归湖南礼谦科技有限责任公司所有", 未经授权厂商不得自行开发衍生形象。

名片 (90 × 54 mm • 300g 铜版 / 局部 UV / 圆角 R3)



正面：紫顶色条 3mm + 标志 (宽 ≥28mm) + 信息区 (左对齐, 边距 8mm)



背面：G1 活力渐变 + 波带压脚 + 英中文字标居中 (局部 UV 亮光工艺)

信纸 / 信封 / 工作证

物料	规格	视觉规范
信纸 A4	210×297mm · 100g 米白	页眉左侧标志 (宽 32mm), 页脚彩虹波带高 8mm, 正文栅格左右边距 20mm
信封 5 号	220×110mm	正面左上标志, 右下寄件信息; 封口内侧印圆点阵
工作证	86×54mm (对折)	正面照片区 20×26mm + 姓名职位; 背面紫底反白字标 + 紧急联系
文件夹 / 档案袋	A4 / 四折	右上角标志 + 左下波带; 招商版封面加"招商专用"黄标

印刷工艺建议：名片与工作证采用 300g 触感纸 + 标志六色局部 UV；批量办公用品印刷色差以签样为准 ($\Delta E \leq 5$)。

手提礼品袋 (250 × 330 × 80 / 300 × 400 × 100 mm • 210g 白卡覆哑膜)



袋型两版

深紫版：礼赠 / 展会旗舰款，白墨印字标 + 波带压脚；
爱马仕橙版：门店购物袋，白 / 深紫圆点阵 + 商标透明版直接印刷 + 主张语（橙底白字，货架识别度最高）。
绳耳：紫/橙棉绳；袋底加固纸板。

同期礼品规范

品项	工艺要点
陶瓷马克杯	白杯丝印六色波带环绕，字标单色紫
金属徽章	珐琅上色，图形章 R 或吉祥物头像，直径 25mm
雨伞	伞面内印圆点阵，伞顶黄、伞柄紫
鼠标垫 / 帆布袋	单面主视觉，禁用渐变满铺（易褪色）

所有礼品在交付前须经品牌部签样；赠品随附卡片统一使用爱马仕橙版视觉 + 官方邮箱，不得印经销商自有联系方式。



首批文创清单 (12 SKU)

类别	品项	规格	视觉应用
文具	spiral 本 / 胶套本	A5 · 96 页	封面波带 + 角色贴标
	铅笔盒 / 笔袋	200×90mm	圆点阵满版
	贴纸包	105×148mm · 2 张/包	表情库 9 宫格 + 品类图标
	橡皮 / 削笔器	吉祥物造型	3D 角色还原，颜色以签样为准
生活	陶瓷杯	350ml	波带环绕 + 单色字标
	水壶	500ml Tritan	渐变 G2 + 角色剪影
	帆布袋	360×400mm	单色紫角色插画
	棒球帽	均码	帽前刺绣图形章 R
收藏	珐琅徽章	25mm	角色头像 / 品类图标
	亚克力立牌	80mm	双角色 + 波带底座
	钥匙扣	搪胶 / 金属	角色坐姿款
	国风书签	黄铜镂空	云纹 + 角色剪影 (国风系列专用)

文创包装统一使用牛皮白卡小方盒 + 云白腰封 + 黄色"Ruiyobo GIFT"角标；出口版本按目的国贴合合规标识（CE/UKCA/CPC）。



门头分区	高度 / 尺寸 (以 4m 开间为准)
主招牌底板	高 0.8-1.0m, 通长满铺睿智紫铝塑板
发光字	"Ruiyobo®睿茵博"亚克力迷你字, 字高 ≥ 招牌高 50%
波带裙边	高 0.18m, UV 打印铝板, 橙黄双色
橱窗	占开间 55%, 落地通高, 内藏灯带 4000K

分区	规范
玻璃门	通高 2.4m, 腰线波带贴高 0.25m, 门贴标志宽 220mm
侧招灯箱	600×900mm 竖版, 双面发光, 图形章 + 波带
照明	招牌内透光 6500K 白光, 橱窗射灯 3000K 重点照明
亮度	招牌字面亮度均匀, 夜间可辨识距离 ≥ 50m

B · 商场专柜门头（无独立立面）



商场柜位无外墙时，采用"高柜上沿招牌 + 波带过渡"方案：招牌高 450mm（最低不低于 350mm），字体改为单面亚克力字；收银台背板通铺睿智紫 + 反白字标。

C · 快闪店 / 展会门头

桁架喷绘 + 立体字组合：背景布 3×2.2m 使用 G1 活力渐变（喷绘精度 ≥ 720dpi），正面安装 400mm 发光图形章；两侧配 1.2m 吉祥物玻璃钢立牌。

施工工艺与材质

部位	材质工艺	要求
主招牌底板	3mm 铝塑板 + 亚克力迷你发光字	板面平整度 ≤2mm/m，拼缝打胶着色同板
发光字	3mm 亚克力面板 + 白光 LED 内透	字壳颜色须打样比对 PANTONE，透光均匀无暗区
波带裙边	UV 直印铝板（户外耐候 ≥5 年）	色差 ΔE≤5，边口收圆角 R2 防割手
橱窗 / 门	12mm 钢化玻璃 + 3M 贴膜	贴膜图案户外质保 3 年，禁用普通写真裱板
灯箱（侧招）	无双面拉布灯箱	画面张力均匀，夜间无肋骨影

验收清单：① 色卡比对签样 ② 夜景亮灯实拍报备 ③ 字距与 ® 标位置复核 ④ 安全：招牌防坠链条 + 电气防水等级 IP65。



功能分区比例 (以 80m² 标准店为例)

橱窗 12%

品类陈列区 38%

体验试玩区 20%

场景展示区 18%

收银服务 12%

陈列原则

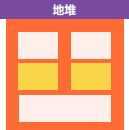
- 主通道 $\geq 1.2\text{m}$, 动线呈“回”字形, 收银台位于动线终点;
- 爆品陈列于入口右手第一视觉位 (黄金高度 0.8-1.5m);
- 品类按七色分区导视 (每品类对应一个品牌色);
- 体验台玩具每日消毒并挂“已消毒”绿标;
- 墙面点缀圆点阵, 单墙覆盖面积 $\leq 30\%$ 。

导视与氛围

- 吊牌: 双面 RTB (圆形 400mm), 品类色底 + 反白字;
- 地贴: 波带箭头引导动线, 间距 1.5m;
- 背景音乐: 品牌童歌单 55-60 分贝;
- 气味: 无香氛 (亲子客群敏感, 保持通风);
- 灯光: 主照明 4000K $\geq 500\text{lx}$, 陈列重点 3000K 射灯。



端架
层板 4 层，顶眉紫底反白



地堆
围挡统一品牌色，价签黄底



价格立牌
黄底黑字，底座石墨灰



体验台标牌
双面翻牌，绿=可试玩

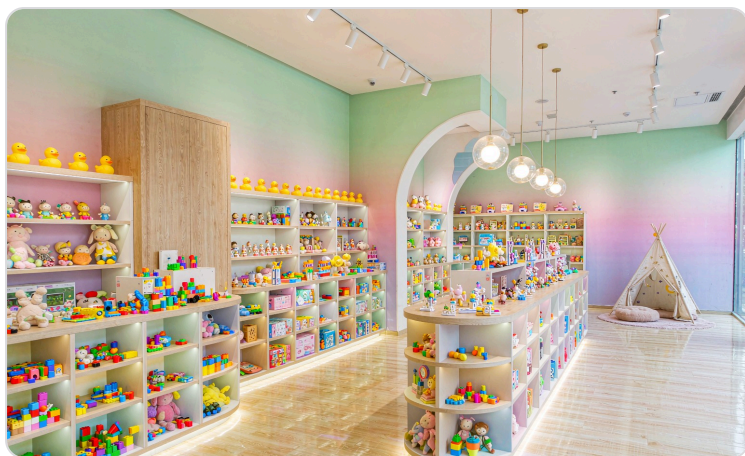
POP 规范

类型	规格	视觉规则
货架插卡	100×150mm / 150×210mm	顶部品类色条 + 中部爆品图 + 底部价格黄标；文字层级按 P10 字阶
吊旗	200×280mm 双面	G1 渐变底 + 反白主张语；同排 ≤6 面，间距 600mm
堆头围挡	按堆头定制	波带通长 + 大字爆品名；禁用超过 2 种辅助图形
促销爆炸贴	直径 120 / 180mm	仅阳光黄/活力橙两版；“第二件半价”等承诺须可兑现，禁止虚构原价（价格法合规）

所有 POP 须带统一编码（例：POP-2026Q4-003）便于门店轮换管理；活动结束后 48h 内撤除过期物料。

定位：城市级的 IP 玩具体验场

睿茵博旗舰店不是“更大的超市货架”，而是一座以**双 IP 为叙事主线**的玩具主题空间。高端感来自三件事：材质的克制（哑光烤漆+原木+水磨石）、光线的戏剧性（重点照明打产品，环境光压暗）、IP 的空间化（茵茵兔/博博龙不是贴纸，是建筑尺度的装置与动线节点）。目标：让顾客“为拍照而来，为体验留下，为信任买单”。



空间叙事主线 IP STORYLINE

入口「彩虹门廊」→ 中庭「双 IP 会客厅」（3m 玻璃钢装置）→ 七大品类「彩虹岛链」→ 尾部「创造工坊」体验台。顾客动线即 IP 故事线，每个转折点设置打卡装置。

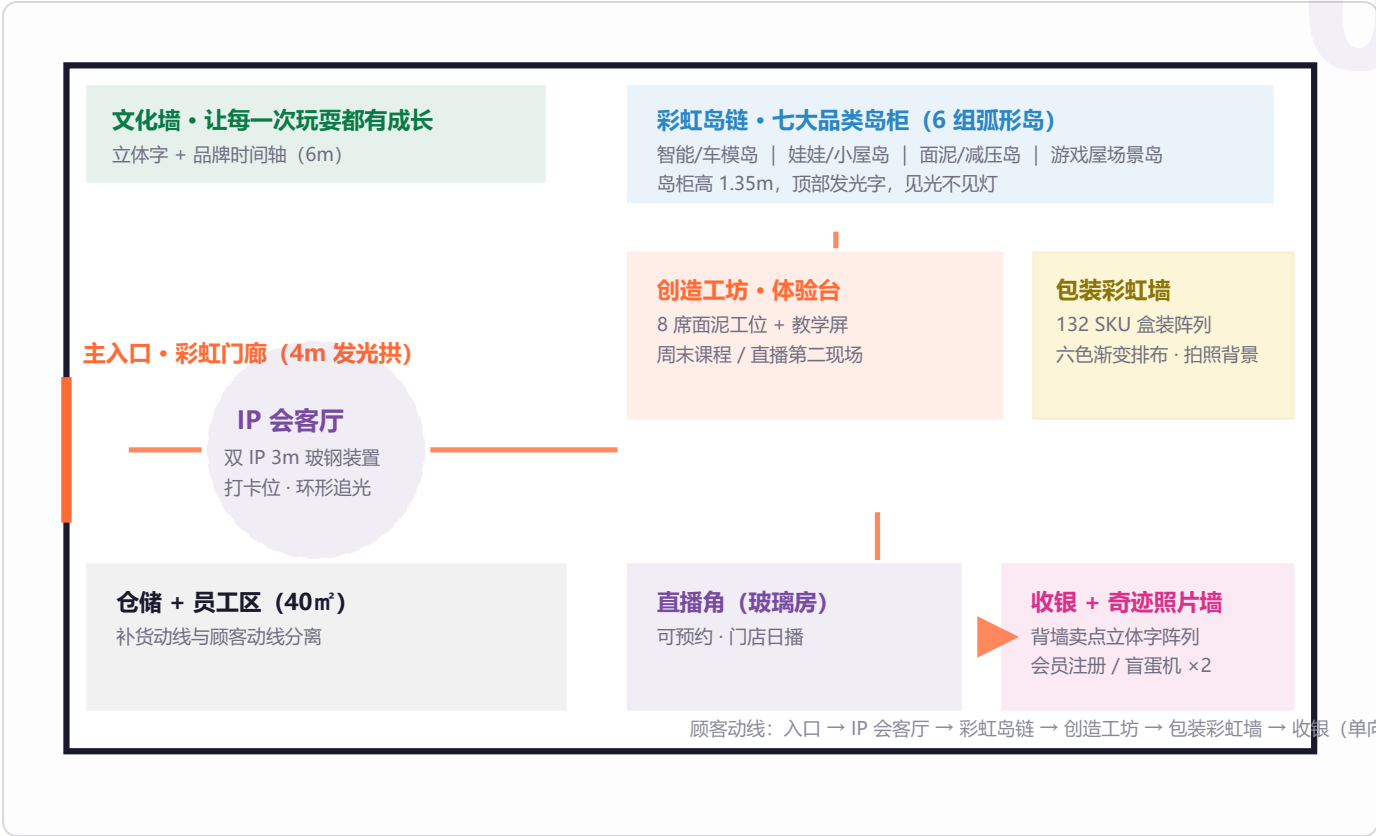
企业文化的三个空间表达

①「让每一次玩耍都有成长」——入口文化墙，立体字+成长时间轴；②安全承诺——材质实验室展窗（可触摸的环保材料样品）；③玩见奇迹——收银区奇迹照片墙（顾客作品陈列）。

核心卖点墙（收银台背墙）

四大卖点立体字阵列：食品级材质·3C/EN71 双认证·128→132 全系自研·双原创 IP。每个卖点配检测证书实物展位。

旗舰 / 潮玩双店型：旗舰店 180–260m²（购物中心中庭层，做品牌地标）；潮玩店 60–120m²（街区/校园商圈，做高频复购与年轻客群）。两店型共享本手册视觉标准，差异仅在面积与体验模块取舍。



分区	面积占比	功能定位	关键道具
IP 会客厅 (中庭)	15%	打卡引流 · IP 叙事起点	3m 玻璃钢双 IP · 环形地贴 · 追光
彩虹岛链	40%	七大品类销售主区	6 组弧形岛柜 · 顶部发光字 · 中岛 month 爆款位
创造工坊	12%	体验课 · 直播第二现场 · 拉长停留	8 席工位 · 教学屏 · 围裙物料
包装彩虹墙 / 收银	15%	拍照传播 · 连带销售 · 会员沉淀	盒装阵列墙 · 卖点立体字 · 盲蛋机
仓储 + 员工区	18%	补货 · 员工功能	后场通道独立，不穿主动线



顾客动线：入口 → 盲盒墙 → 爆款中岛 → 体验台 → 收银/彩虹墙（回字形，出口必经收银）

配置项	潮玩店 (60–120㎡)	旗舰店 (180–260㎡)	共享标准
IP 装置	1.2m 迎宾 ×1, 换装月更	3m 中庭玻璃钢 ×2	统一审批的三维模型，禁止自行翻模
门头	迷你彩虹门 2.6m	彩虹门廊 4m 发光拱	门头字体/色值按第 09 章执行
体验模块	4 席体验台	8 席创造工坊 + 直播玻璃房	台面材质：食品级 PP，圆角 R≥5mm
开店成本参考	12–18 万	45–70 万	含道具/灯光/门头，不含租金押金
坪效目标	≥ 1.2 万/㎡/年	≥ 0.9 万/㎡/年	首年考核，动线与陈列每月复盘



包装彩虹墙阵列与盲盒墙参考：以官方外包装图按六色渐变排布，兼顾陈列与拍照传播

IP 打卡点 · 三级装置体系

级别	装置	点位	运营要求
城市级	3m 双 IP 玻璃钢会客厅	旗舰店中庭	季度换装（节日主题），合影出片率纳入店长 KPI
门店级	1.2m 茵茵兔迎宾装置	潮玩店入口	每月换装：开学季/六一/圣诞限定造型
货架级	IP 立牌 + 表情插卡	各岛柜端头	表情库按季更新（见第 06 章），禁止旧物料过季悬挂

企业文化墙 · 版式规范

入口文化墙 (6m × 2.4m)

主标语「让每一次玩耍都有成长」立体字（拉丝不锈钢，字高 300mm，睿智紫描边）；左侧品牌时间轴：2018 礼谦成立 → 2024 睿茵博诞生 → 今天与您；底部嵌入 6 块可更换展窗（新品/资质/公益）。

卖点墙（收银背景墙，4m × 2m）

四组卖点立体字阵列：①食品级材质 ②3C / EN71 双认证 ③132 款全系自研 ④双原创 IP。每组下方配证书实物展位（亚克力卡槽，A5）。禁止手写、禁止加任何未经审批的促销覆盖。

传播机制：所有打卡点地面粘贴 45° 最佳机位贴（品牌紫圆形地贴，含二维码——扫码跳转小程序话题页）。顾客发布带 #睿茵博# 内容可至收银台领取盲蛋优惠券，把空间流量转成社媒内容资产。

材质标准（高端感的来源：克制）

部位	材质工艺	参考造价	禁止项
主地面	600×600 水磨石砖（浅灰底彩点）	180–220 元/㎡	亮面抛光砖（反光显廉价）
岛柜台面	哑光抗倍特板（品牌六色选一）	400–500 延米	镜面不锈钢
背墙	哑光乳胶漆 + 木饰面（浅橡木）拼接	120–160 元/㎡	大面积高饱和彩色喷涂
IP 装置	玻璃钢汽车漆（哑光）+ 内置灯	厂测定制	低成本泡沫喷漆
文化墙立体字	拉丝不锈钢 + 紫色亚克力背打光	按字高报价	PVC 平贴字

灯光标准（见产品不见灯）

区域	色温	照度	灯具
环境照明	3500K	300–400 lux	防眩筒灯，均匀布置
岛柜重点照明	3000K	1200–1500 lux	24° 窄光束轨道射灯，每柜 3–4 只
IP 装置 / 文化墙	3000K	800 lux	偏光射灯 + 立体字背发光
体验台	4000K	800 lux	吊线灯 + 台面补光（还原粘土真色）

施工与验收要点

- 门头发光字昼/夜双态验收：白天看字面平整度，夜间看亮度均匀度，色差 $\Delta E \leq 3$ 。
- 所有立体字、IP 装置须提供 1:1 打样照片报品牌部审批后方可放大生产（A级管控）。
- 电路预留：直播角独立 4㎡ 空调 + 8 路音响 + 双回路供电；岛柜每延米预留 1 个五孔插座。
- 儿童可触及部位：所有阳角 $R \geq 5\text{mm}$ 圆角、玻璃贴防爆膜、射灯紫外线过滤片——安全与卖点是同一件事。
- 开业验收清单：门头/文化墙/卖点墙/包装彩虹墙/盲蛋机/机位地贴 六项拍照存档报品牌部。

一句话标准：顾客进门 10 秒内能说出“这个牌子挺高级”，进店 3 分钟内至少坐下一次体验台，离店时手机里有一张带 IP 的照片——做到这三条，这家店就对了。

大型户外广告牌 (18m × 6m 版式模板)



版式模板：标志在左（≥版面宽 25%，深色/渐变底一律用白色变体——七彩 Ruiyobo 保留、中文纯白），主文案居右占 55%，下方 0.6m 波带收边；画面留白 ≥ 30%，信息 ≤ 2 层，50 米外可读。



道旗 5m

700×1500mm，单面信息
≤6 字；禁用大面积居中圆
形色块（避免日出既视
感）



易拉宝 2m

850×2000mm，上留标志
下留三卖点



海报

570×840mm，头图区
30%

投放规范

- 喷绘精度：户外 ≥ 720dpi；楼体大牌输出按 1:10 打小样签色；
- 所有广告画面右下角固定 6mm 高 ® 标注 + 广告审查文号位（如适用）；
- 促销类广告价格、赠品信息须与门店一致（广告法合规）；
- 季度轮换：Q1 国风 / Q2 亲子 / Q3 开学 / Q4 礼赠四套主题模板。

四大标准盒型



天地盖

天地盖礼盒

面泥礼盒 / 国风典藏 · 内衬 EVA + 角色立牌



开窗盒

开窗展示盒

捏捏乐 / 史莱姆 · PET 开窗露实物



筒装

圆筒包装

珍珠泥 / 动力太空沙 · 罐身波带环绕



手提盒

手提礼盒

盲盒套装 / 节日限定 · 提手一次成型

规格体系 (S / M / L / XL)

规格	参考尺寸	适配品类	克重建议
S 迷你装	≤ 120×90×35mm	捏捏乐单只、贴纸、小盲袋	350g 白卡 E 瓦
M 标准装	180×140×60mm	彩泥单品、解压魔方、小车	350g 白卡 + PET 开窗
L 礼盒装	260×200×90mm	面泥套装、娃娃、益智套组	天地盖 1200g 灰板裱艺术纸
XL 场景装	≥ 400×300×180mm	游戏屋、大套装、节日礼盒	瓦楞彩印 + 手提袋配套

包材通用要求：油墨食品级（可接触类目适用）、镭射/烫金工艺仅限 L/XL 礼盒；单盒塑料窗口面积 ≥ 面积 60% 时需可回收 PET（顺丰电商件另做跌落测试 1.2m 六面）。



主面信息层级（自上而下）

#	模块	规范
1	标志区	深紫底 + 白色变体标志（七彩字标 + 中文反白），宽 = 盒宽 28%，左置；禁用灰色中文版置于深色底
2	角色区	品类代言人吉祥物（M 级以上盒型）
3	品名区	H1 字阶，字体统一普惠体 Heavy
4	卖点区	≤ 12 字一句话 FAB
5	适龄 + 贴纸位	适龄胶囊固定居中；左右虚线为贴纸预留位
6	警示区	环保绿通栏，内容按 GB 6675

背面与侧面信息清单

面	必载信息
背面	玩法说明（3 步图解）、公司名“湖南礼谦科技有限责任公司”、地址、官方邮箱 boss_xie@sina.cn、执行标准、合格证、条码位（右侧 20mm 白区）
侧面	品类色条 + 产品参数表；左侧面固定“环保承诺”绿标（材质可追溯说明）
顶 / 底面	顶面：波带 + 提手位；底面：堆码方向、防潮标识、批次喷码区

条码位四周留白 ≥ 2.5mm，禁止压印图案；出口包装背面替换为多语言合规块（按目的国）。

六大标准贴纸（模切 · 铜版不干胶覆亮膜）



爆品推荐

S-01 爆品贴

ø30mm · 黄底橙星



环保材质

S-02 环保贴

ø30mm · 绿底白叶



适龄 3 岁以上

S-03 适龄贴

ø25mm · 蓝底白字



国风典藏

S-04 国风贴

ø30mm · 紫底金云纹



跨境合规

S-05 合规贴

ø25mm · 橙底白
CE/UKCA



智趣认证

S-06 益智贴

ø30mm · 粉底白灯泡

贴纸使用矩阵

品类	必贴	选贴	位置
面泥类	S-02 环保	S-01 / S-04	主面右上，距边 8mm
减压类	S-03 适龄	S-01	主面右上或开窗旁
智能玩具	S-03 + S-06	—	认证标位（P24 虚线框）
国风系列	S-04	S-02	主面左上，可斜贴 -8°
跨境商品	S-05（按目的国）	S-01	背面合规块上方

贴纸文字内容为模板，具体认证信息（如 EN71 / ASTM / CPC 编号）须以实际证书为准，禁止未取证先印。

贴纸工艺规格

项目	规范
材质	80g 铜版不干胶 + 12μm 亮膜（户外/冷柜场景改 PVC 不干胶）
印刷	四色胶印，专色位（环保绿/睿智紫）按 P08 专色执行；白圈描边 0.4mm
模切	圆形刀模直角对齐，切穿留 0.5mm 易撕缺口；异形模切须打样签认
贴标位置	统一距主展示面右上角边缘 8mm；多张贴纸间距 ≥ 5mm，不得压盖条码与警示区
库存编码	ST-01~06 供 ERP 领用管理；每批次留样 20 张入品牌部样品库



头像·圆角方

全平台统一：白底 + 透明版商标原样呈现，四周留白 ≥ 商标高度 25%；
QQ 头像用正圆版



店铺横幅

1920×640px 电商头图：左标志右卖点，底部波带



详情页首屏

首屏必须含：卖点主图 + 适龄 + 安全认证

平台视觉规范

平台	关键资产	规范要点
天猫 / 京东	主图 800×800、详情 750 宽	主图统一紫底或白底，第五张固定“安全认证合集”；禁用极限词
抖音 / 快手	短视频封面 1080×1440	封面统一模板：上大字卖点 + 下波带；口播提及品牌全称
小红书	封面 1242×1660	生活化实拍优先，品牌色仅做角标与贴纸，禁硬广版式
跨境（亚马逊等）	主图白底 2000×2000	纯白底 RGB(255,255,255)，A+ 页面按 G2 渐变模板
私域（企微/社群）	朋友圈海报 1080×1920	每周 ≤3 条促销信息，模板走 C 级创意通道

数字资产命名规则：Ruiyobo_渠道_物料_尺寸_日期（例：Ruiyobo_Tmall_主图_800x800_20261010）。

材质与工艺对照表

工艺	适用	关键参数
四色胶印 (CMYK)	包装、手册、贴纸	300dpi 出血 3mm；品牌紫/绿改专色；覆哑膜或触感膜
UV 打印	铝板招牌、亚克力、异形	彩白彩三层：白墨打底保证饱和；户外墨层加罩光
喷绘 / 写真	大牌、快闪背景	户外 ≥720dpi / 室内 ≥1440dpi；禁用于近距离阅读物料
亚克力发光字	门头主标	3mm 面板 + LED 模组；防水 IP65；色卡封样双方签认
激光雕刻 / 刺绣	木器、纺织礼品	仅使用单色黑版 (P06-C)，线宽 ≥0.3mm
玻璃钢雕塑	门店吉祥物装置	1.2m 迎宾款；表面汽车漆；配防倾倒底座

色彩与质量管理

色差管控

- 大货与签样色差 $\Delta E \leq 5$ (分光光度计 D50/2° 测量)；
- 同批次同物料颜色一致，异批次允许 $\Delta E \leq 3$ 浮动；
- 专色印刷保留色控条，验货时随附测量记录。

打样与签样流程

① 供应商按本手册报价与打样 → ② 品牌部比对色卡/矢量稿 → ③ 双方签字封样 (一式两份) → ④ 大货生产 → ⑤ 按 GB/T 2828 抽检 → ⑥ 凭封样验收入仓。**未签样不得开大货。**

验收红线 (一票否决)

#	红线项
1	标志变形、色序错误、缺少 ® 标注
2	标准色偏差肉眼可辨 (无签样依据)
3	安全警示缺失、字号不达标或位置被遮挡
4	门头灯箱暗区、漏水、电气不防水
5	促销信息与实际承诺不符 (价格/赠品/资质)

本手册最终解释权归湖南礼谦科技有限责任公司品牌部；执行疑问与物料审核请联系 boss_xie@sina.cn，48 小时内答复。



Play Wonder · 玩见奇迹

湖南礼谦科技有限责任公司

湖南省长沙县湘龙街道大塘村紫晶城二期11栋2616

官方邮箱: boss_xie@sina.cn | 官方网址: www.ruiyobo.com

商标注册号: 90433495 · 第 28 类 (®)

本手册所含标志、吉祥物、辅助图形等全部视觉资产之知识产权归湖南礼谦科技有限责任公司所有。

© 2026 Hunan Liqian Technology Co., Ltd. All rights reserved. | Ruiyobo® VISUAL IDENTITY SYSTEM MANUAL V3.0