



THE 6th PAI

第六派

创|新|特|产|集|成|基|地

目 录

◆ A-1 品牌策略

- A-1.1 品牌愿景
- A-1.2 品牌定位
- A-1.3 品牌形象

◆ A-2 基础设计系统

- A-2.1 LOGO展示
- A-2.2 LOGO演变
- A-2.3 标准品牌标志
- A-2.4 标志安全空间
- A-2.5 品牌调色板
- A-2.6 品牌LOGO展示
- A-2.7 标准品牌标志
- A-2.8 标志安全空间
- A-2.9 标准品牌标志
- A-2.10 字号字形规范

- A-2.11 字号字形规范
- A-2.12 Slogan标志
- A-2.13 Slogan墨稿及反白
- A-2.14 标志+Slogan组合
- A-2.15 标志+Slogan墨稿及反白
- A-2.16 Slogan安全空间与最小使用
- A-2.17 Slogan安全空间与最小使用
- A-2.18 Slogan正确应用
- A-2.19 Slogan错误应用
- A-2.20 标志+Slogan组合错误应用

◆ A-3 移动设计系统

- A-3.1 图形标志

◆ B-1 VI应用设计系统

- 资产整理

A-1 品牌策略

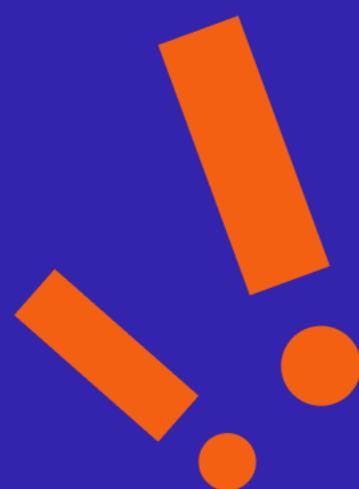


THE SIX PAI

不受时间地域文化限制的创新特产集成基地

创新特产集成基地

无人零售 分享



A-1.2 品牌定位

TASTE

第六派是针对在一二线城市勇于探索追求新奇的年轻人群，满足他们想要尝试其他地方食品类特产和分享自己家乡特色美食的需求，用更加新奇的无人零售体验方式，使特产不受时间地域文化限制的创新特产集成基地~



A-1.3 品牌形象

第6派品牌通过品牌识别棱镜的方式将自身的6大元素无缝地编织在一起，形成具有凝聚力的品牌识别和信息，建立属于自身的品牌核心精髓。



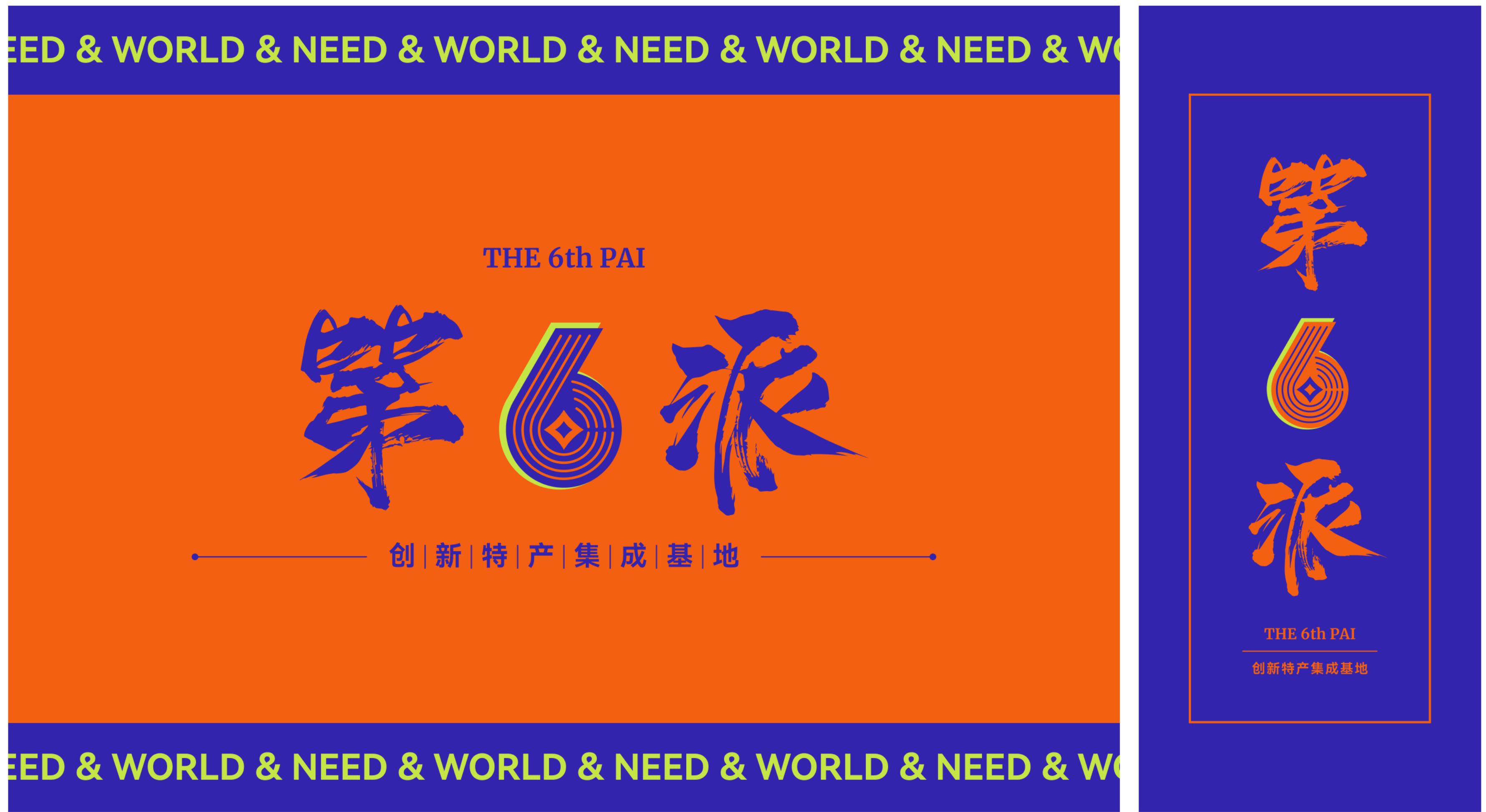
A-2 基础设计系统



A-2.1 logo展示

品牌标志是企业品牌的重要表达，它以独特的方式体现了品牌愿景和品牌信念。

每一项承载品牌标志的应用都对品牌的资产积累有所贡献。

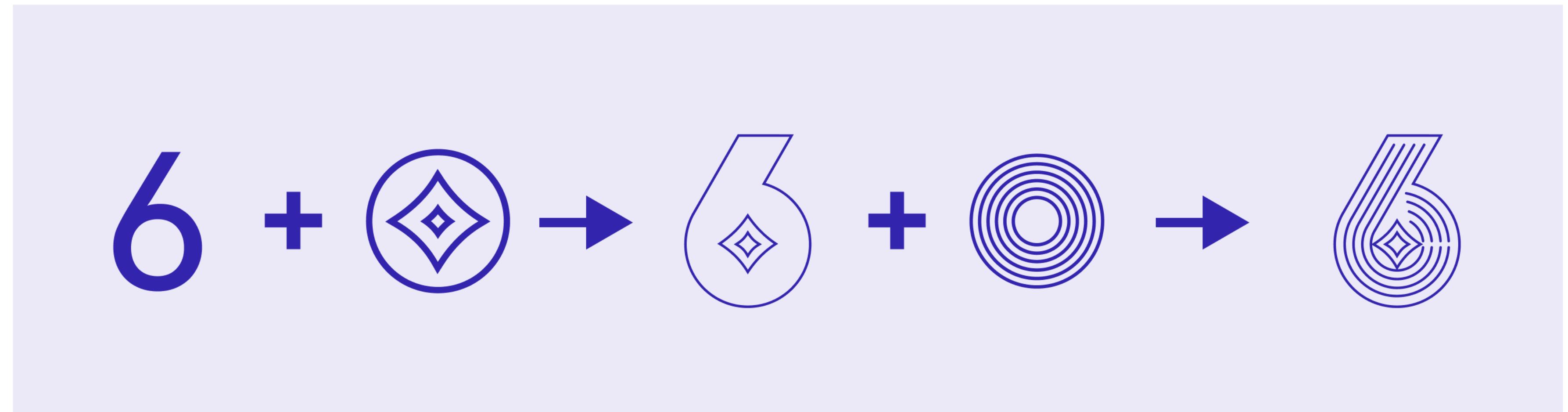


A-2.2 logo演变

第6派logo如右图所示，以“第”和“派”的毛笔字与标志“6”组合而成。

标志“6”以数字6为基础，吸取中国传统纹路“铜钱纹”为元素，再加上修饰线条，最终形成第6派的核心标志“6”。

“第6派”标志中的文字“第”和“派”融合了多种中国传统毛笔字形，突出了毛笔字的纹路，显示了第6派豪放热情的品牌性格。



A-2.3 标准品牌logo

第6派品牌标志可以使用横向版式或竖向版式。“第6派”品牌标志由“6”图标和文字“第”、“派”构成。在本手册中，我们以“品牌标志”来统称这些元素。

“第6派”品牌标志中文字“第”、“派”是为第6派特别设计的。品牌标志必须使用第6派公司所提供的电子文件模板来设计。该标志不得作任何修改，包括任何缩放变形和重新绘制。该标志必须置于正确和清晰有序的背景上。当使用有色背景时，请确保标志清晰可辨。

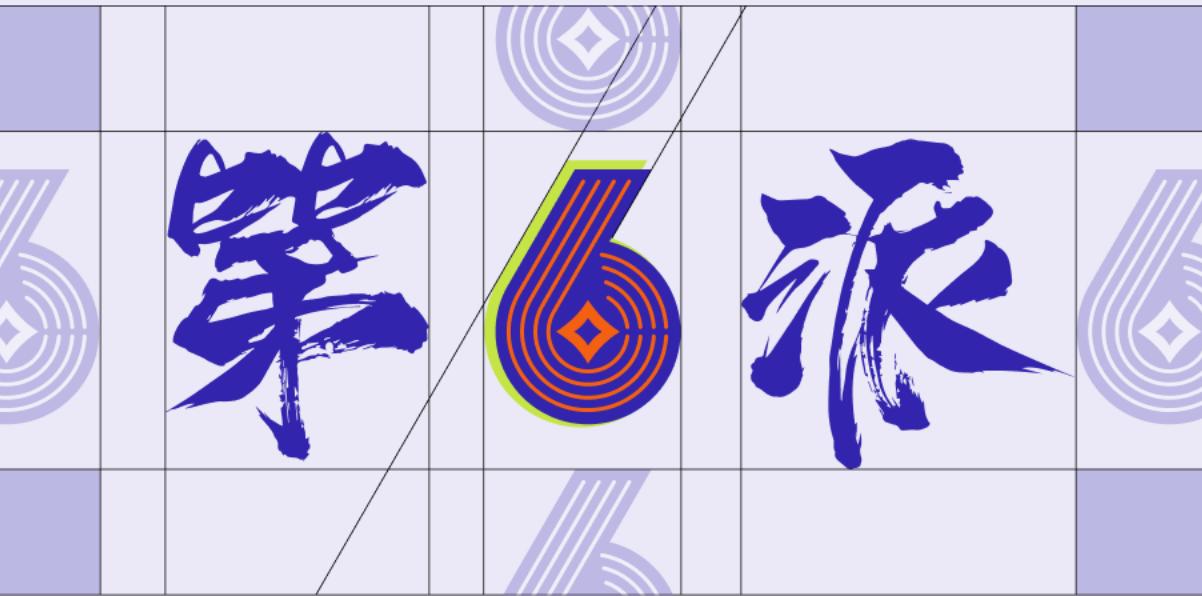


A-2.4 标志安全空间

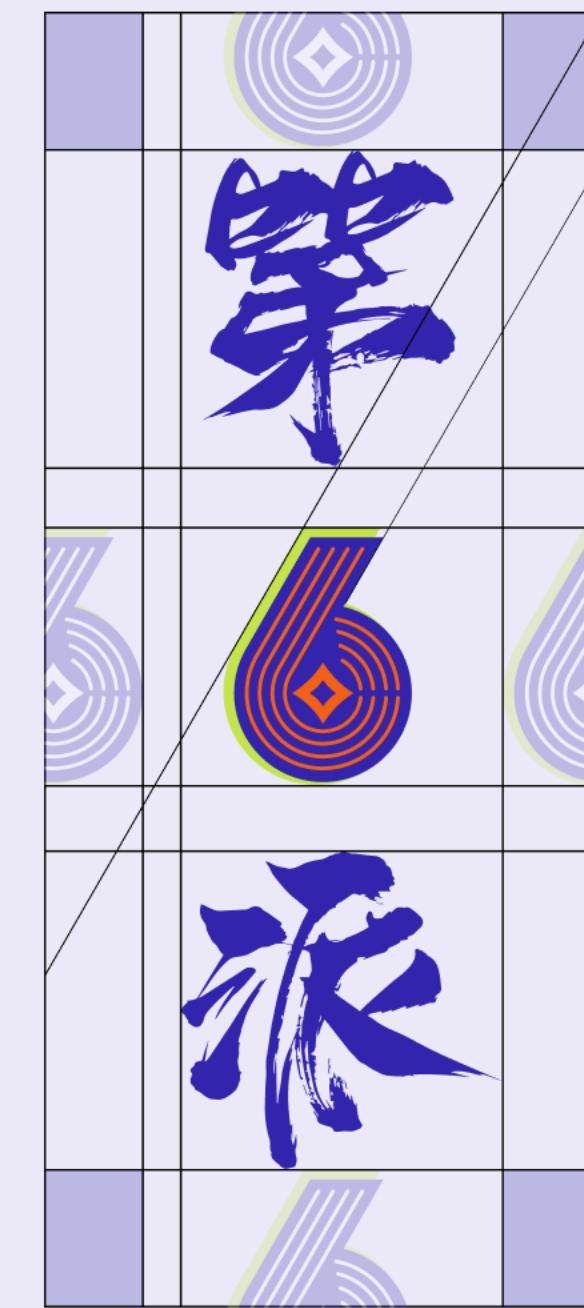
为更加清晰有效地传播品牌标志，品牌标志周边必须保持一个最小尺寸的空白间，该空间称为限制区域，该区域内不得出现任何文字、符号和其它图形元素。

为保证标志的最佳视觉传达效果，限定标志在最小使用规范如右：

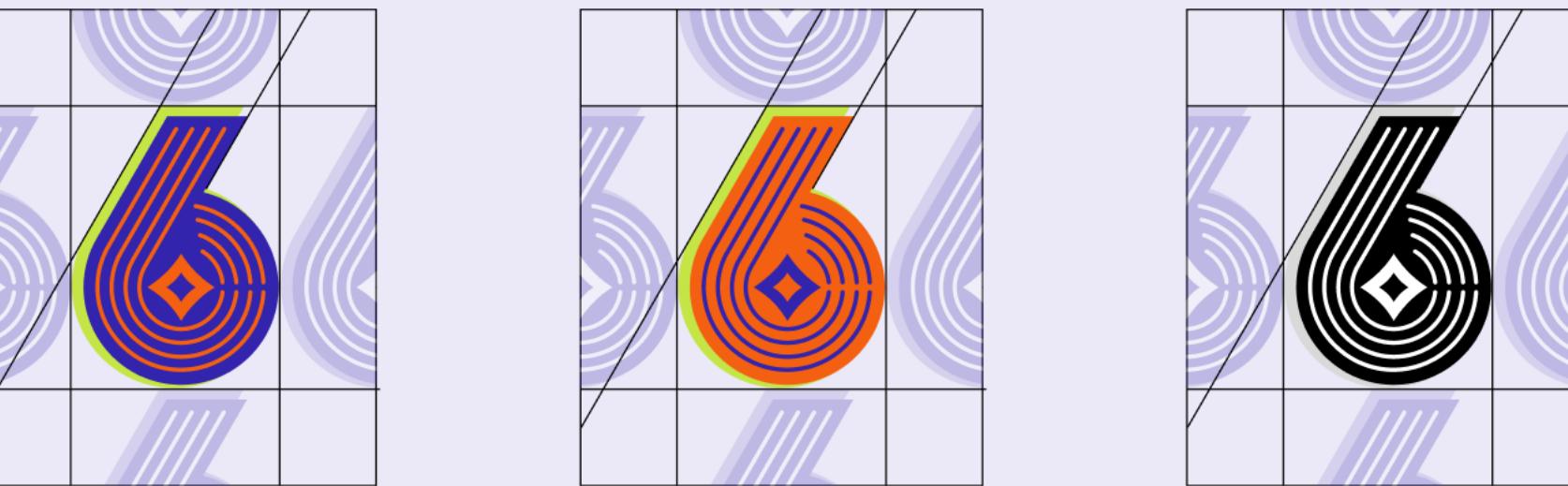
a-横向标志



b-竖向标志



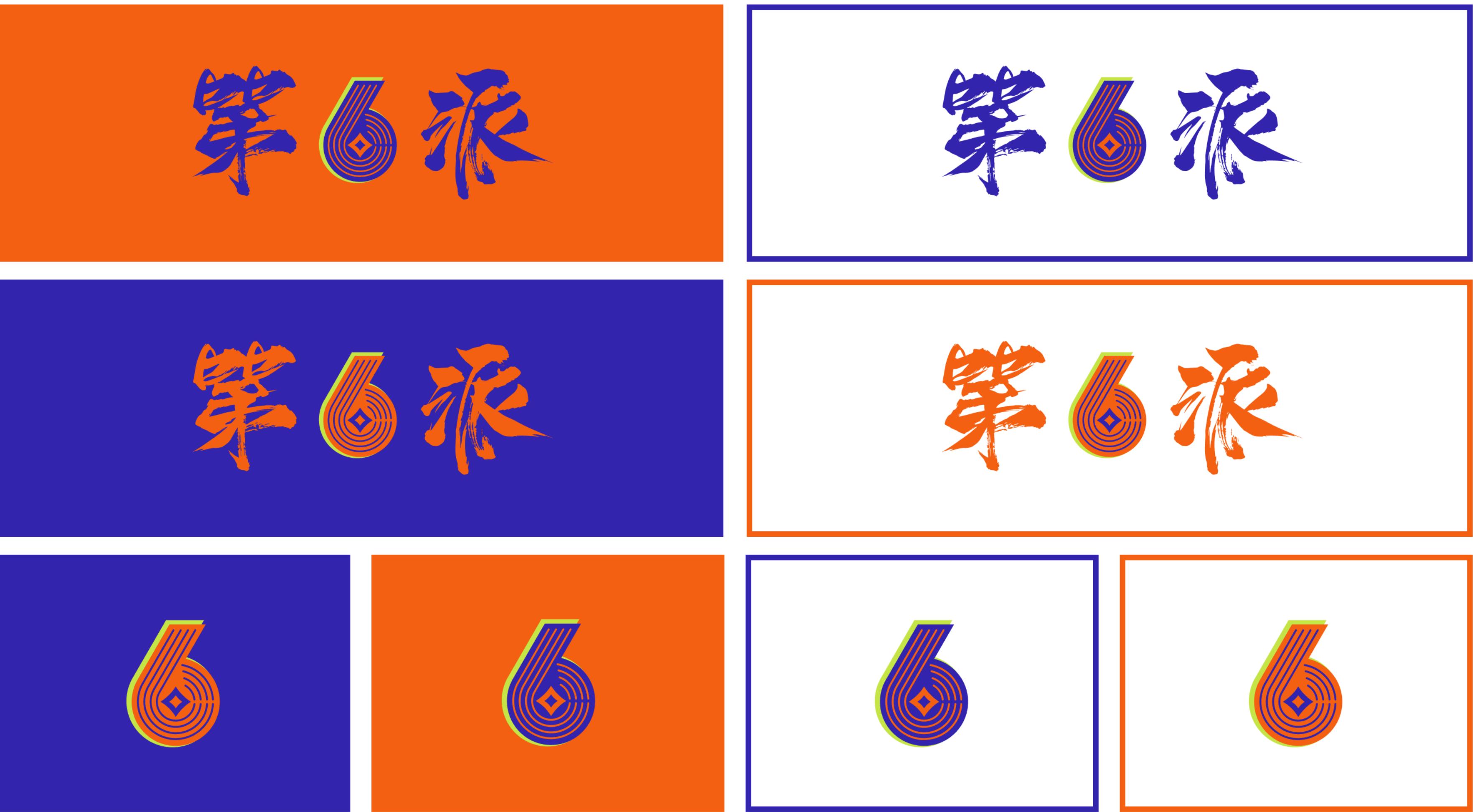
c-简化标志



A-2.5 品牌调色板

第6派的品牌logo一共有4种配色。具体为以下4种：

- 1、● 六六紫在 ● 六六橙的背景上
- 2、● 六六橙在 ● 六六紫的背景上
- 3、● 六六紫在 ○ 白色的背景上
- 4、● 六六橙在 ○ 白色的背景上



A-2.6 品牌logo展示

右图为品牌logo的应用，分别为横版品牌logo的应用和竖版品牌logo的应用。



A-2.7 标志错误应用

品牌标志是一个品牌的核心可视化元素，它代表着品牌的身份和形象。错误使用品牌标志可能对品牌形象和品牌价值产生负面影响，破坏品牌形象的一致性，使消费者对品牌产生困惑和不信任。

除非在手册中明确允许，否则禁止对标志、标准字等基础元素进行任何形式的变形使用。在实际应用中，应避免使用本页演示的错误使用方式或类似的相关方式。通过遵循这些准则，可以确保品牌形象的一致性和完整性，在外界传播中树立品牌形象的权威性和专业性。



A-2.8 颜色规范

标准色是品牌识别系统中的核心颜色，通常由主品牌标志或品牌形象的主要元素所使用。标准色在第6派形象传达中起到核心角色，确保第6派在各种媒体和应用中的一致性。

辅助色是与标准色相辅相成的颜色，用于增强第6派形象的多样性和灵活性。在宣传物料、网站设计、广告等方面起到补充和突出的作用，使品牌形象更加多样化和富有层次感。

2736C
PANTONE

R/50 G/36 B/173
HEX: #3224AD

165C
PANTONE

R/243 G/96 B/18
HEX: #F36012

374C
PANTONE

R/197 G/229 B/70
HEX: #C5E546

A-2.9 印刷颜色

印刷颜色是指在印刷过程中使用的特定颜色。准确指定和使用适当的印刷颜色是确保印刷品质量和色彩一致性的关键。在第6派印刷过程中使用CMYK颜色系统。



C:92 M:89 Y:0 K:0



C:33 M:0 Y:80 K:0



C:4 M:76 Y:93 K:0

A-2.10 字号字形规范

第6派使用统一的HarmonyOS Sans SC字体，这使得消费者能够轻松地识别第6派，也有助于第6派在各种媒体和应用中的一致性。

重要备注：
该字库只允许以制作图像方式使用，不适用于App系统字库使用。

App系 统 字 库 使 用 莹 方 (iOS)、思源黑体(Android)

Black

HarmonyOS Sans SC

Bold

HarmonyOS Sans SC

Medium

HarmonyOS Sans SC

Regular

HarmonyOS Sans SC Light

看看你的云之

看看你的

看看你的

看看你的

去去你的

A large, stylized graphic logo composed of orange and blue geometric shapes. The logo features two main characters, '云' (Yún) and '客' (Kè), rendered in a bold, blocky font. The characters are primarily orange, with blue outlines and internal highlights. The '云' character has a horizontal bar extending across its top, while the '客' character has a similar bar at the bottom. The overall design is clean and modern, with a focus on color contrast.

The image features two large, bold characters in orange against a solid blue background. The character on the left is '爱' (Love), which is composed of several thick horizontal strokes. The character on the right is '你' (You), which has a more complex, angular structure with multiple points and curves. Both characters are rendered in a vibrant orange color.

The diagram consists of two identical parallel horizontal orange bars. Each bar features a central vertical orange bar. On either side of this central bar are two diagonal orange bars that meet at a point above the central vertical bar.

A-2.11 字号字形规范

第6派使用统一的HarmonyOS Sans SC字体，这使得消费者能够轻松地识别第6派，也有助于第6派在各种媒体和应用中的一致性。

重要备注：
该字库只允许以制作图像方
式使用，不适用于App系统
字库使用。

App系统字库使用苹 方
(iOS)、思源黑体(Android)

HarmonyOS Sans SC

Bold

HarmonyOS Sans SC

Medium

HarmonyOS Sans SC

Regular

HarmonyOS Sans SC

Light

A-2.12 Slogan标志

品牌标志是企业品牌的重要表达，它以独特的方式体现了品牌愿景和品牌信念。

每一项承载品牌标志的应用都对品牌的资产积累有所贡献。

重要备注：
Slogan标志为企业广告语的图形化展示。
搭配图形标志使用。



A-2.13 Slogan墨稿及反白

重要备注：

为适应媒体发布需要，标志除彩色图例外，亦制定黑白图例。保证标志在对外的形象中，体现一致性。

使用范围主要应用于报纸广告等单色（黑白）印刷范围内。

墨稿



反白效果图



A-2.14 标志+slogan组合

品牌标志是企业品牌的重要表达，它以独特的方式体现了品牌愿景和品牌信念。

每一项承载品牌标志的应用都对品牌的资产积累有所贡献。

重要备注：

对外合作传播以第6派+slogan为主，在运用中优先运用此组合。



A-2.15 标志+slogan墨稿及反白

重要备注：

为适应媒体发布需要，标志除彩色图例外，亦制定黑白图例。保证标志在对外的形象中，体现一致性。

使用范围主要应用于报纸广告等单色（黑白）印刷范围内。

墨稿



反白效果图



A-2.16 slogan安全空间与最小使用

为确保第6派标志的视觉效果不受影响，标志不得与文字或其他图形部分连接或过于接近。

在标志使用过程中，不可避免的会缩小应用，如按比例缩小时，标志中的元素会相互粘连。

为保证标志的最佳视觉效果，限定标志在最小使用规范如右：

重要备注：

在印刷媒体上使用第6派标志时，不得小于最小尺寸。在印刷新闻纸、熨烫或丝网印刷等限制较大的印刷工艺时，其尺寸应该相对调大。

a. 品牌标志在印刷媒体上最小使用：高度要大于等于mm



b. 品牌标志在网络媒体上最小使用：高度要大于等于px



A-2.17 slogan安全空间与最小使用

为确保第6派标志的视觉效果不受影响，标志不得与文字或其他图形部分连接或过于接近。

在标志使用过程中，不可避免的会缩小应用，如按比例缩小时，标志中的元素会相互粘连。

为保证标志的最佳视觉效果，限定标志在最小使用规范如右：

重要备注：

在印刷媒体上使用第6派标志时，不得小于最小尺寸。在印刷新闻纸、熨烫或丝网印刷等限制较大的印刷工艺时，其尺寸应该相对调大。

a.品牌标志在印刷媒体上最小使用：高度要大于等于8mm

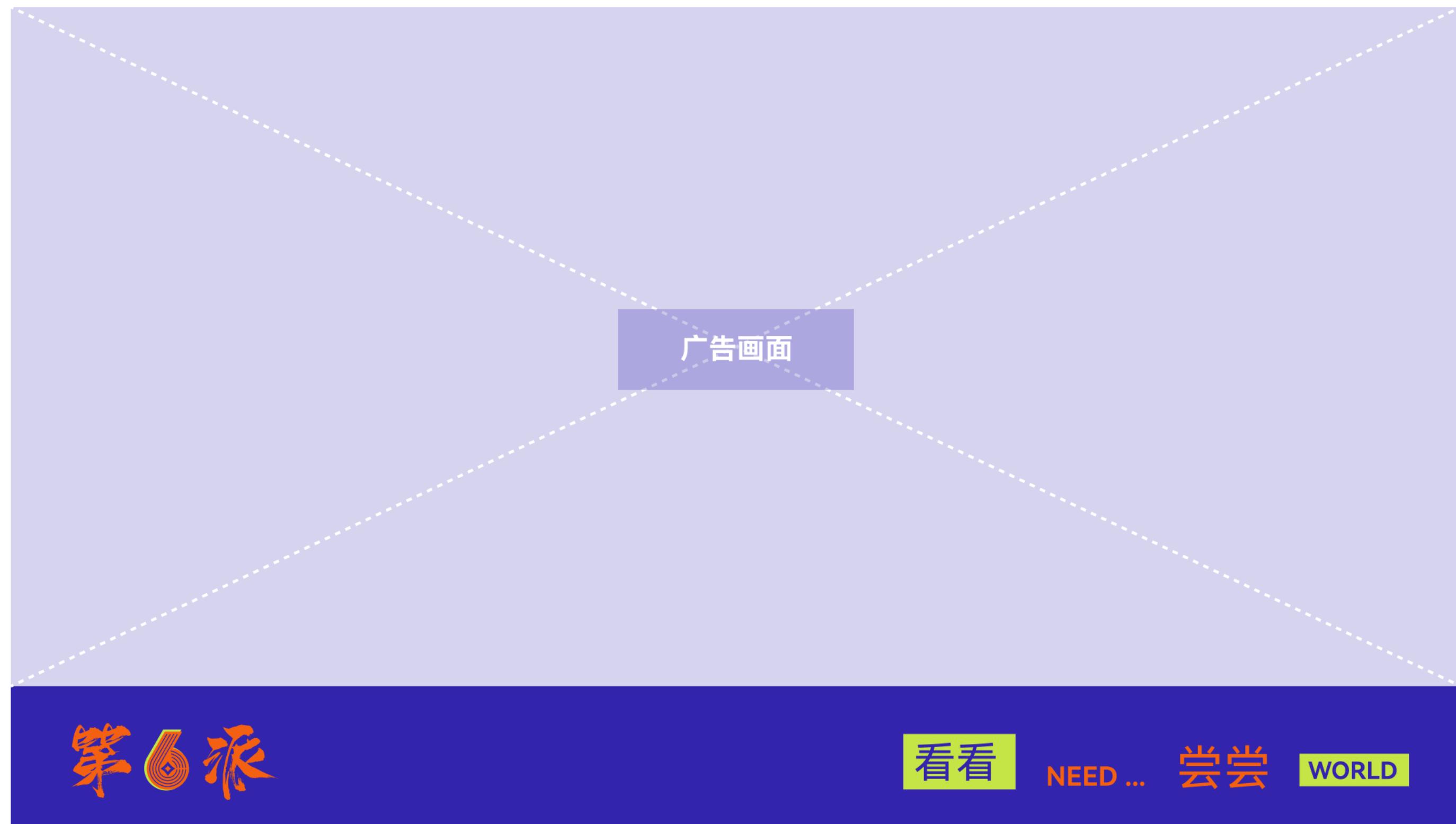


b.品牌标志在网络媒体上最小使用：高度要大于等于15px



A-2.18 Slogan正确使用

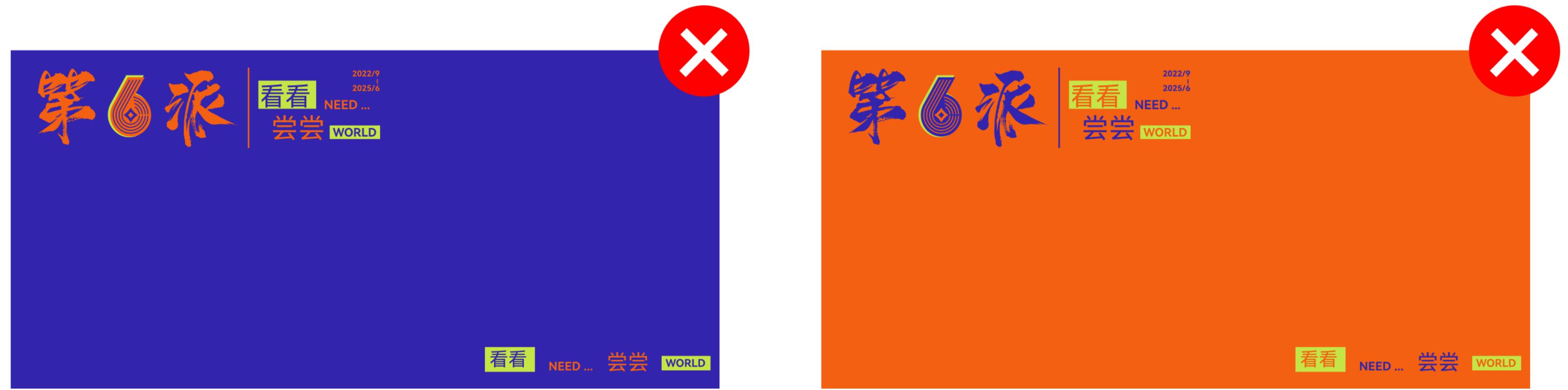
除本手册中规定允许的情况外，禁止对标志，标准字等基础元素做任何变形使用，在实际应用过程中应避免手册预先演示的错误使用方式及有类似相关使用方式。



A-2.19 Slogan错误应用

标志的基本要素在应用中通常会受到一些习惯行为或个人意见，不当地使用基本要素将影响品牌对外形象传播的一致性，削弱品牌价值。

除本手册中规定允许的情况外，禁止对标志、标准字等基础元素做任何变形使用，在实际应用中应避免本页预先演示的错误使用方式及有类似相关使用方式。



注：「Slogan」与「标志+Slogan组合」，因互斥关系，不可同时在画面中展示。

A-2.20 标志+Slogan组合错误应用

标志的基本要素在应用中通常会受到一些习惯行为或个人意见，不当地使用基本要素将影响品牌对外形象传播的一致性，削弱品牌价值。

除本手册中规定允许的情况外，禁止对标志、标准字等基础元素做任何变形使用，在实际应用中应避免本页预先演示的错误使用方式及有类似相关使用方式。



禁止改变标志与Slogan的距离



禁止改变Slogan文字字间距



禁止随意改变标志颜色



禁止随意添加其他信息元素



禁止改变Slogan文字颜色



禁止将标志立体化或随意添加投影

A-3 移动设计系统



A-3.1 图形标志

在公司传播的各种应用中，
标志的应用范围非常广泛，
可以运用不同的复制技巧放
大或缩小成各种尺寸，统一
的标准展开设计标志是必要
的。

标志的字形格式、轻重比例
和空间布局不得随意变更。
标志的复制与再现必须根据
本手册所设定的复制规范进
行制作。



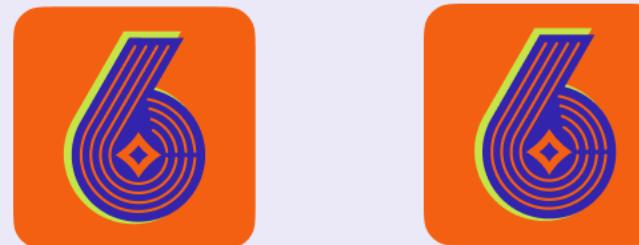
标准图形标志



图形标志的安全空间与
最小使用规范

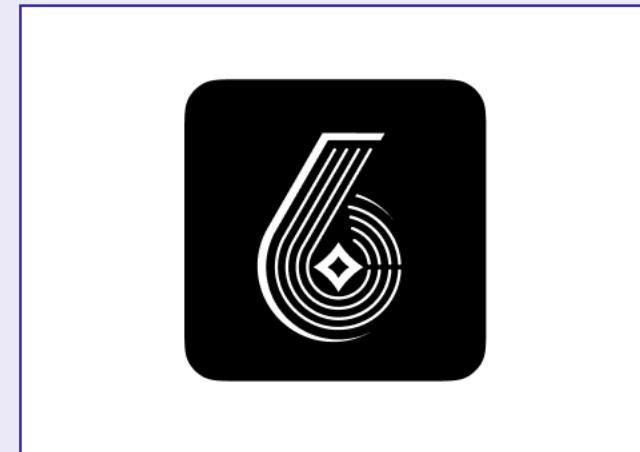


#F36012 #3224AD #C5E546



10mm 24px

线下印刷最小尺寸：宽度大于等于10mm
线上应用最小尺寸：宽度大于等于24px



印刷无法实现彩印效果以黑白反色代替

第6派小程序

与线下零售相对应的线上平台——第6派小程序。顾客通过线下商铺内二维码扫描或者微信直接搜索进入小程序界面。店铺与消费者达成免密支付协议，可通过人脸识别等方式轻松结算。小程序内有商品介绍、店铺活动、特产热榜、特产推荐等内容。

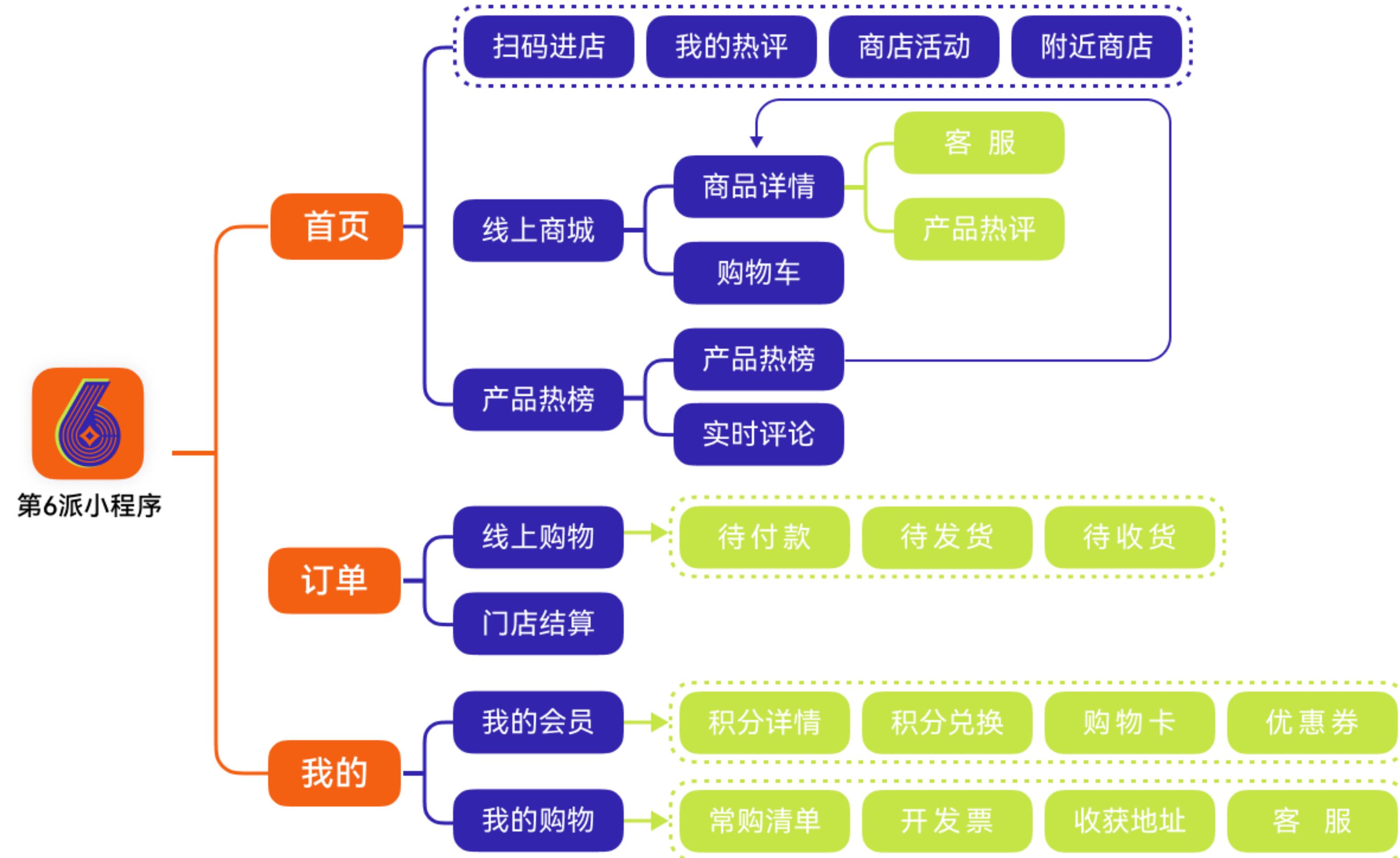


The 6th PAI is perfect.



■ 小程序信息架构

“
第6派小程序的信息架构图如右图所示，主要分为三大板块：“首页”、“订单”、“我的”。“首页”中有扫码进店，我的热评、商店活动、附近商店、线上商城、产品热榜等功能；“订单”页面中有线上购物与线下购物的订单详情；“我的”页面分为“我的会员”与“我的购物”两部分。
”

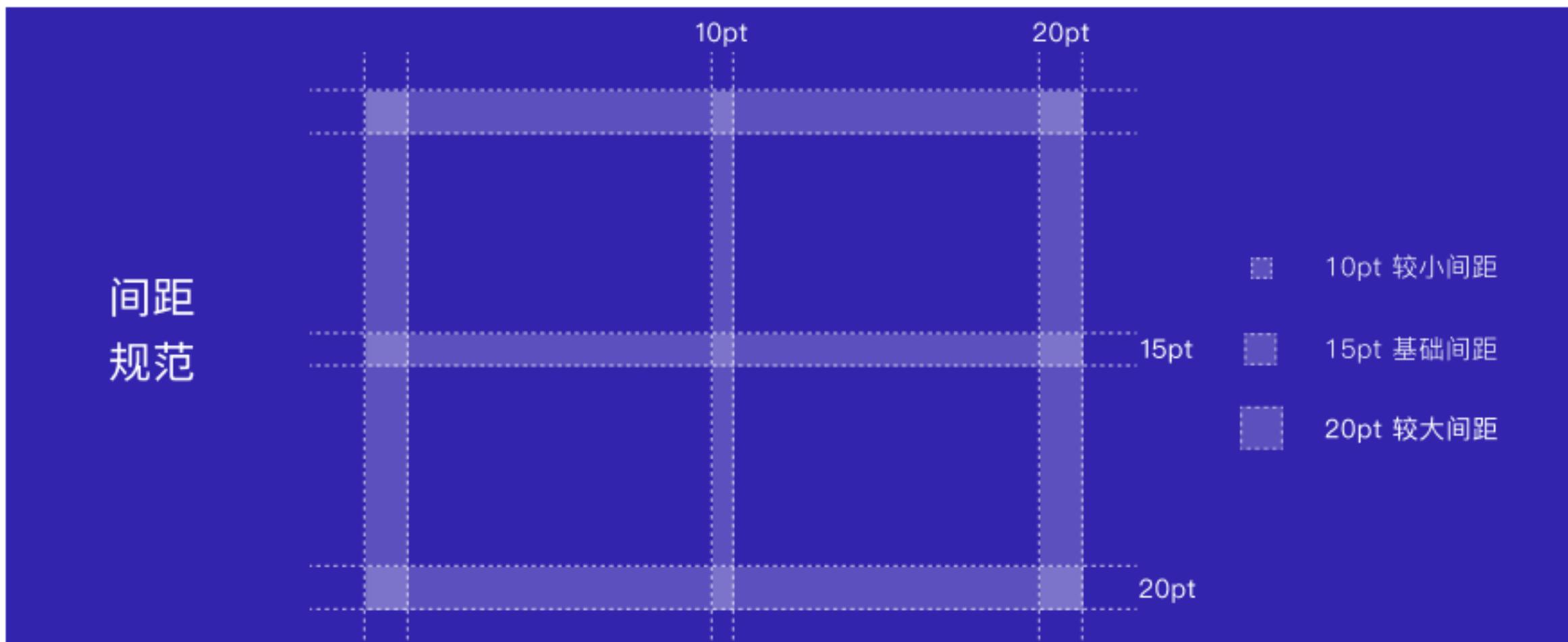




小程序设计系统

小程序的设计系统主要分为字体规范、色彩规范、间距规范、图标库和按钮组建。右边展示了字体规范、色彩规范、间距规范三部分。

字体 规范	字体: PingFang SC					
	样式	字号	字重	建议行距	适用场景	
重要	标准字	17pt	semibold	24pt	较为重要的文字	
一般	标准字	14pt	medium	20pt	用于大多数文字	
	标准字	12pt	regular	17pt	用于大多数文字	
较弱	标准字	10pt	regular	14pt	辅助性说明文字	



色彩规范		
	样式	色号
重要	●	3224AD
	○	FFFFFF
一般	●	F36012
	○	979797
较弱	●	C5E546
	○	B3AEE1
	○	D9D9D9
	●	000000

小程序界面



1、免密支付协议

扫码二维码后进入第6派小程序。第一次进入小程序时会跳出免密支付协议界面。

2、主界面

商店活动信息、扫码进店按钮、线上商城、产品热榜、商品列表等。



The 6th PAI is perfect.



小程序界面

1、产品实时评论

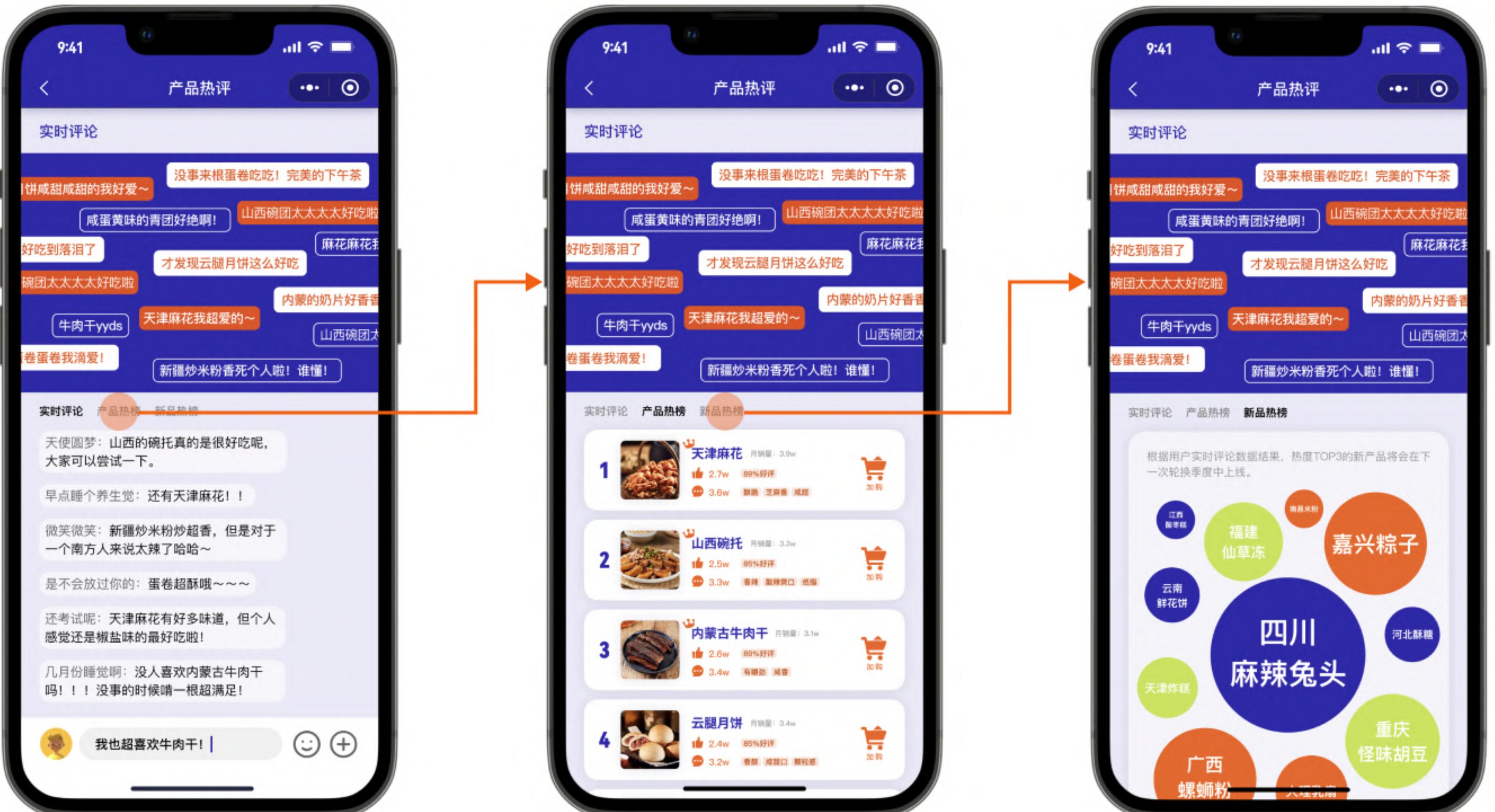
对店内商品以实时弹幕的方式发表评论。小程序上的实时评论和线下商店外电子屏幕同步。

2、产品热评

根据实时弹幕数据以及点赞好评数据进行产品排序，形成产品热榜。

3、新品热榜

根据用户实时评论数据结果，热度TOP3的新产品将会在下一次轮换季度中上线。



The 6th PAI is perfect.



小程序界面

1、线上商城

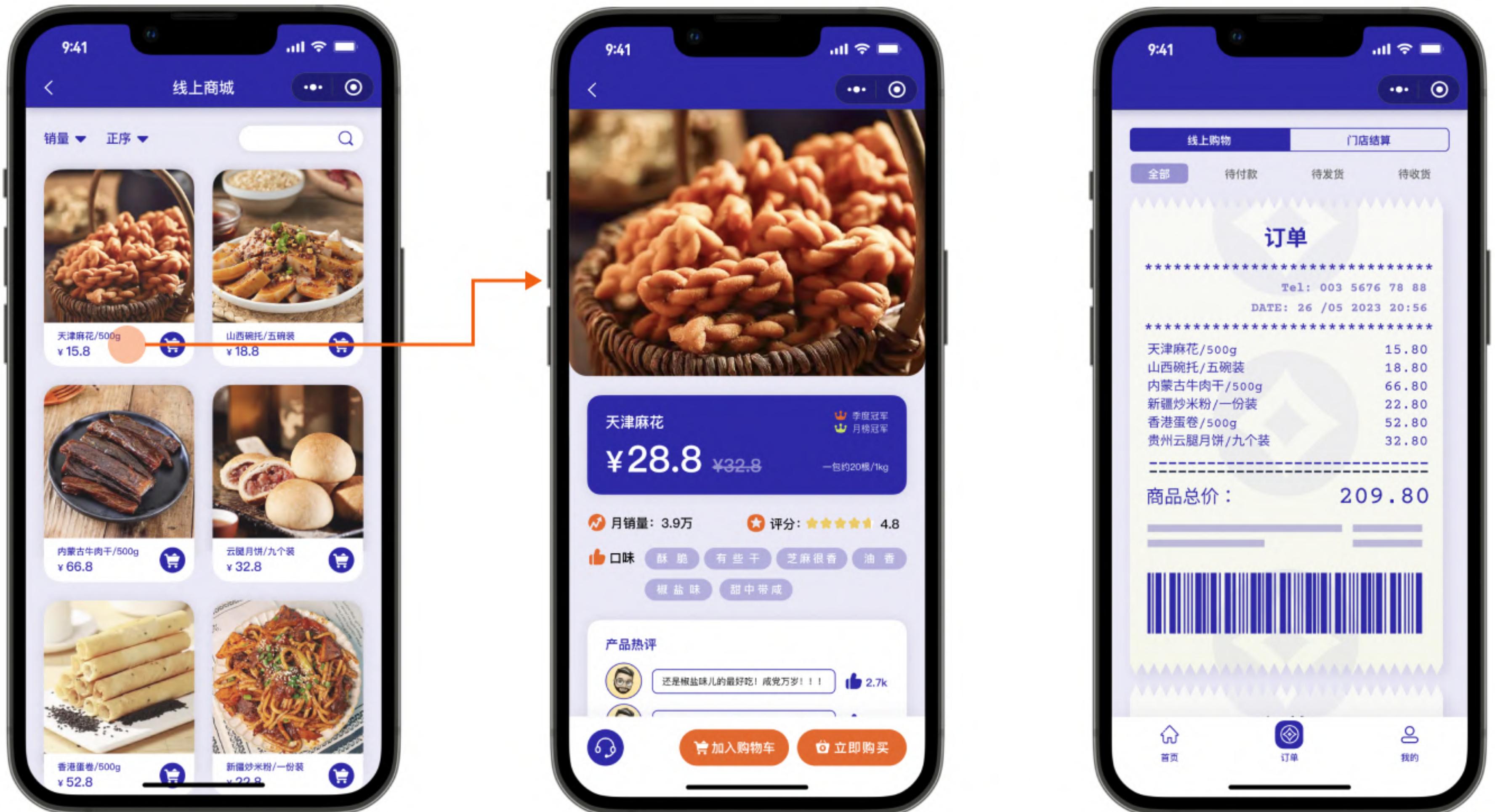
顾客可以在线上商城进行网上购物。

2、商品详情

顾客可以看到商品的详细介绍以及其他人的评价。

3、订单详情

包括线上和线下的购物明细，统计了顾客的购物情况。



The 6th PAI is perfect.

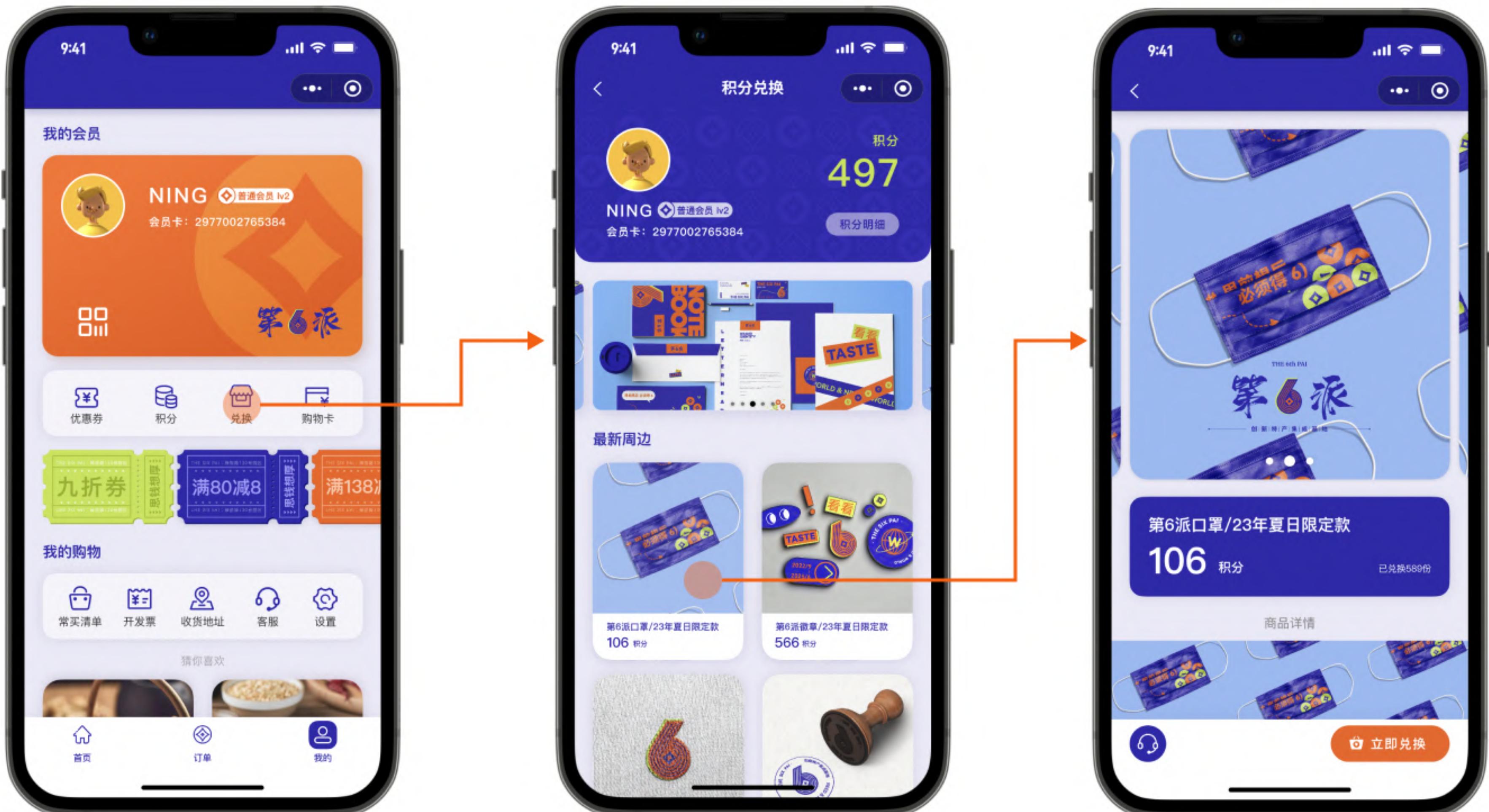
第6派小程序



1、我的
顾客可以查看自己的VIP卡
以及自己的会员等级，查
看优惠券、积分等内容。

2、积分兑换
顾客通过购物提升自己的
积分，获得的积分可以兑
换第6派的优惠券、各式各
样的周边等。

3、兑换界面
查看礼物详情，决定是否
要兑换礼物。



The 6th PAI is perfect.

B VI应用设计系统



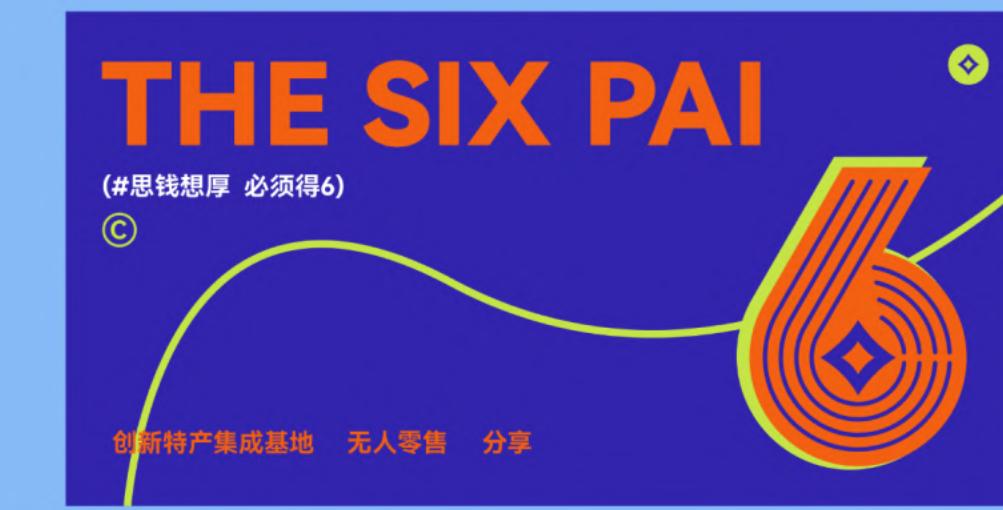


2022/9
—
2025/6



TASTE

















其它作品

/ 导播系统机柜设计



/ 7米/8米公交车方案



/ 工业过程模拟软件图标设计



/ 网页设计



/ 微信公众号长图设计

/ 海报设计





同济大学导播系统机柜设计

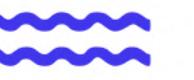
Cabinet



效果图-正面

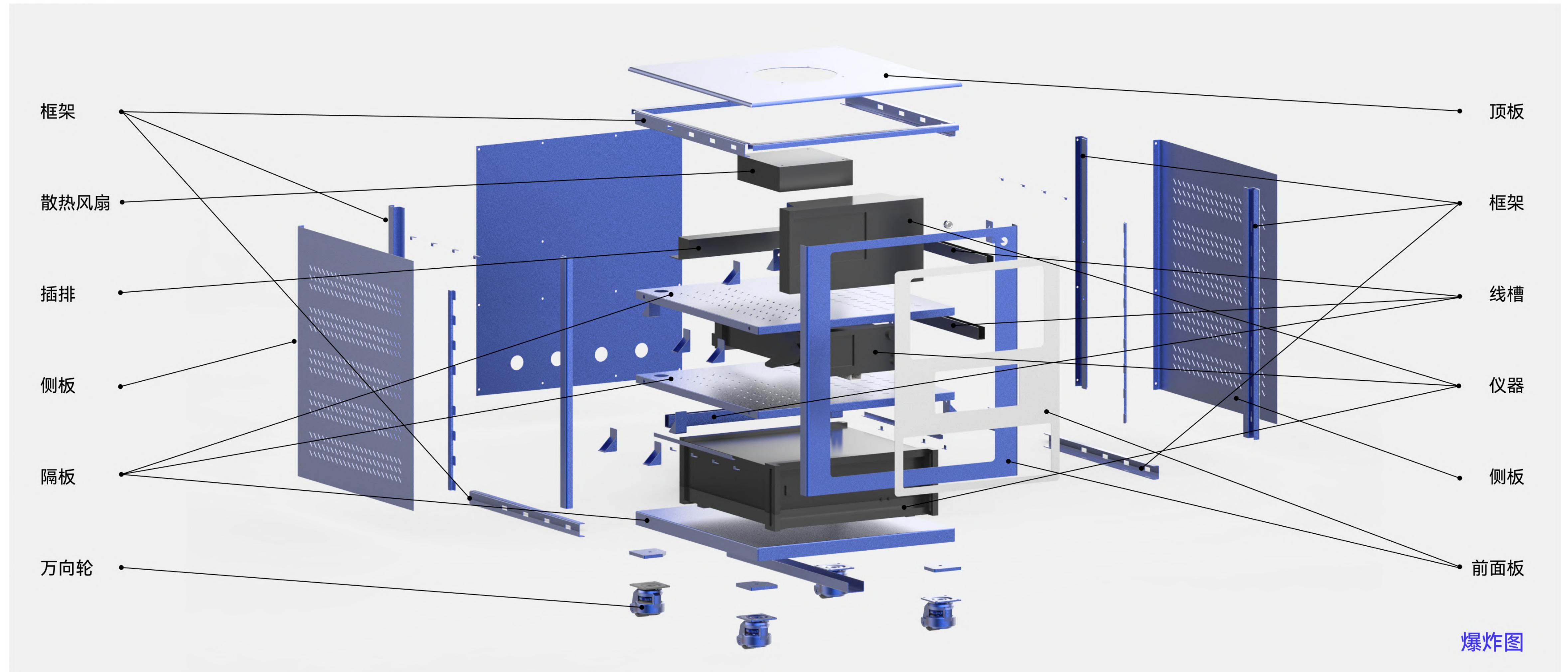


效果图-反面



同济大学导播系统机柜设计

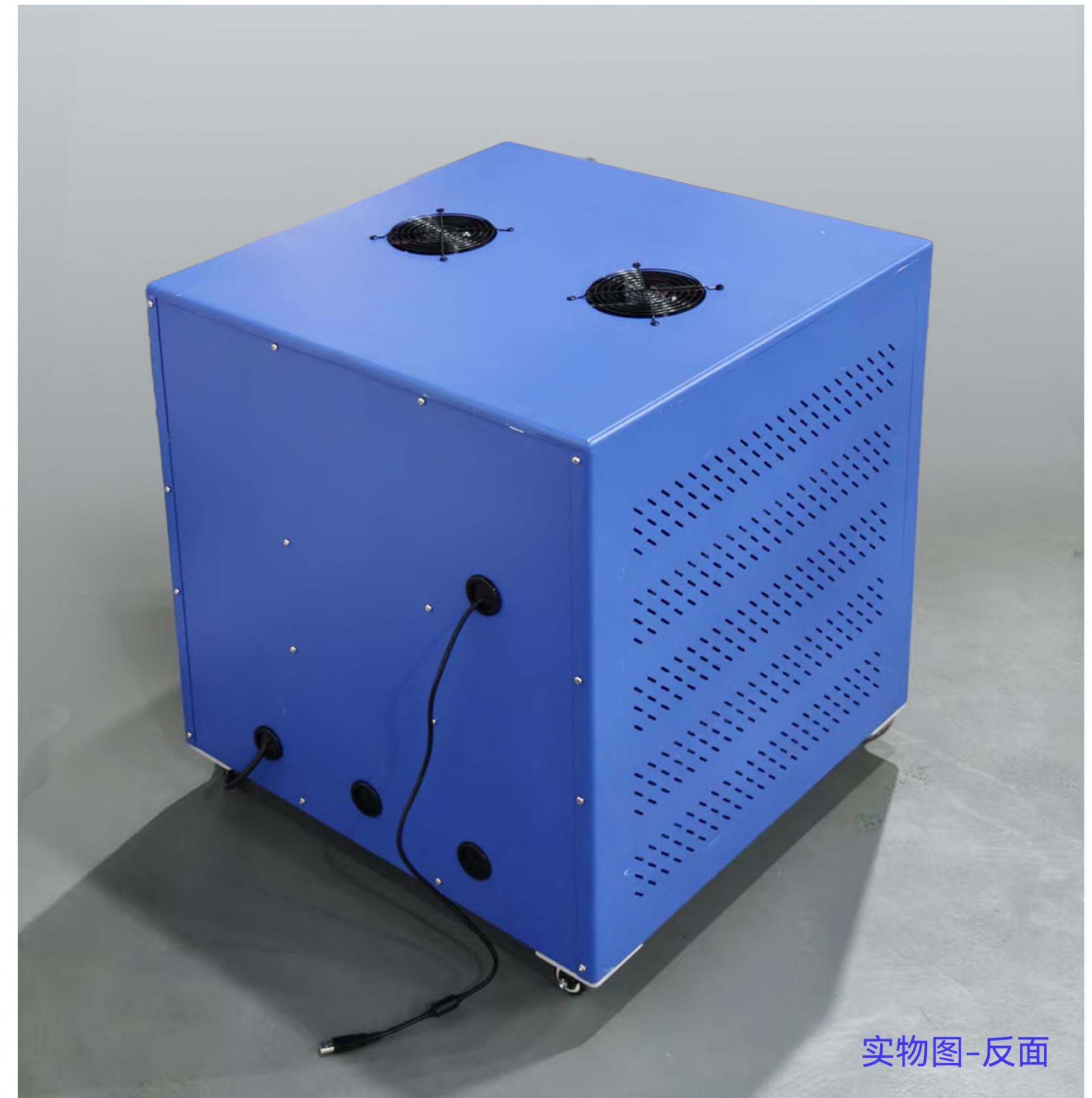
Cabinet





同济大学导播系统机柜设计

Cabinet





7米/8米公交车造型方案

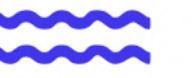
7m/8m bus scheme

效果图-前



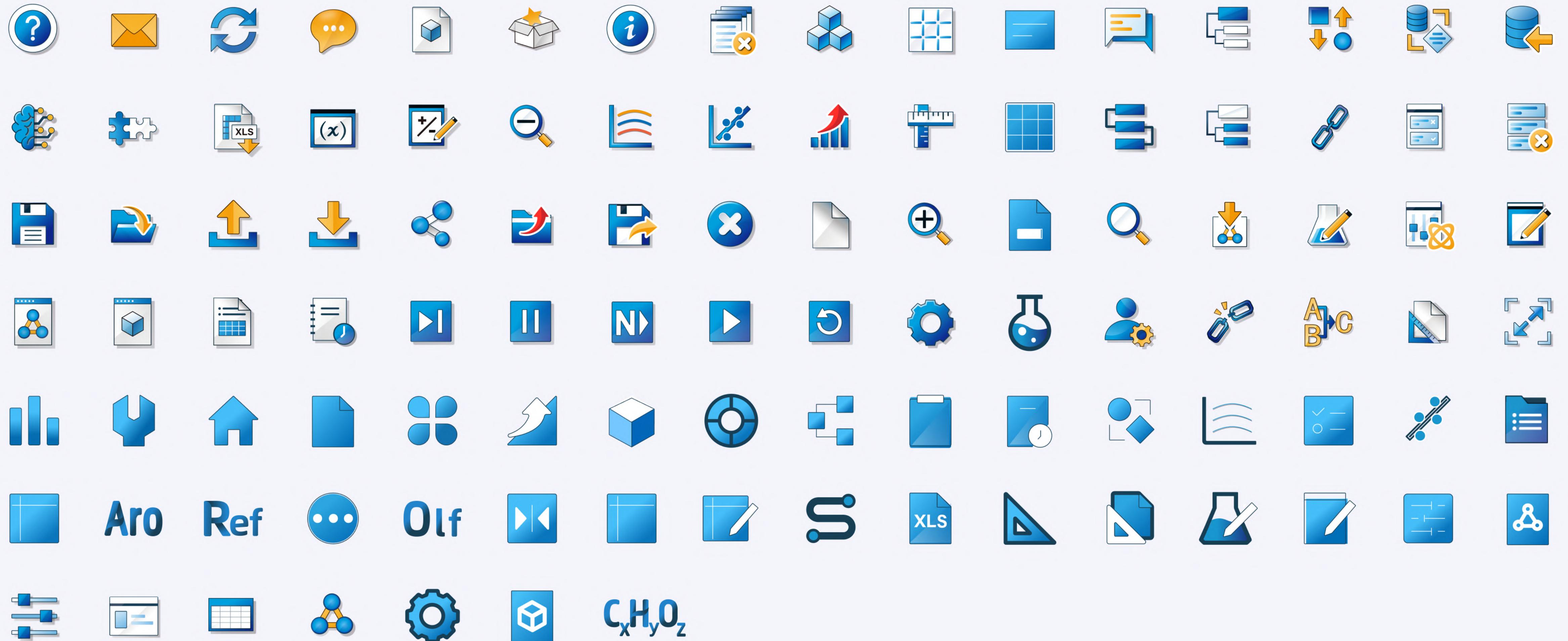
效果图-后

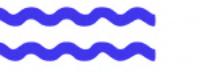




工业过程模拟软件图标设计

Industrial process simulation software icon design





网页设计 Web Design

PEKON秉坤 首页 产品与服务 解决方案 成功案例 秉坤技术 生态合作 关于我们 400-888-1128 免费体验 English

首页 > 解决方案 > 自助收银解决方案

自助收银解决方案

支持扫码、RFID结账，打造流畅购物体验，解放店员，为门店降本增效

[免费体验](#)

[方案优势](#) [成功案例](#)

方案优势

软硬件操作简单便捷，消费者自助使用无障碍

秉坤具备丰富软硬件一体化解决方案研发经验，丰富的流程设计经验让自助收银无障碍，更轻松

配备灵活的促销引擎，自动执行活动优惠

后台配备强大的促销优惠引擎，提供各类规则复杂的优惠玩法，会员积分、促销规则自动计算，省时省力的同时提升销售表现

数字资产

品牌会员数字资产线上线下一致的流畅

行业趋势

高效卖货清库存 提升企业内部凝聚力 提高商品销售转化

支持多种内卖场景 常规内部员工内卖，提供员工福利

活动及每个员工限购商品度，没有超出则按商品购买；库存



微信公众号长图设计

WeChat public account long picture design





海报设计

Poster Design





DESIGN FOR INNOVATION.

THE END

