

LINYONG TEA HOUSE

DOC · BRAND-BOOK



PHOENIX DANCONG · CAUSE → FLAVOR

林永茶堂

凤凰单丛 · 品牌标准手册
BRAND GUIDELINES

00
目录

CONTENTS

01	品牌主张	BRAND PROPOSITION	03
02	标志系统	LOGO SYSTEM	06
03	色彩	COLOR	12
04	字体	TYPOGRAPHY	16
05	栅格与版式	GRID & LAYOUT	19
06	图形器件	GRAPHIC DEVICES	20
07	图标系统	ICONOGRAPHY	21
08	语气与文案	VOICE & COPY	22
09	影像方向	ART DIRECTION	25
10	包装系统	PACKAGING	28
11	应用 / 流量矩阵	APPLICATIONS	30
12	批次谱系	BATCH LINEAGE	32
13	数据图形语言	DATA GRAPHICS	34
14	动效身份	MOTION IDENTITY	37
15	实体触点	PHYSICAL TOUCHPOINTS	39

HOW TO READ / 使用说明

本手册定义林永茶堂的全部视觉与语言规范。一条主脉贯穿全册：先讲这批茶为什么是这个味（成因→风味），再亮出我们留的底（版本号、批次档案、GC-MS）。田字格印、Mercury 配色、留底体系不可更改。任何对外物料须先核对本册。

CORE RULE

薰衣草是唯一活跃强调色。
无橙 · 无金 · 无红 · 无水墨。



01

品牌主张

BRAND PROPOSITION

01
品牌主张

BRAND PROPOSITION

每一批的味道，
都说得清为什么。

吃了几天雨水、温差多大、焙了几火——这批为什么是这个味，我们答得出来，也都留了底。

BOILERPLATE / 长

林永茶堂只做凤凰单丛。一批茶为什么是这个味，是有客观成因的：吃了几天雨水、昼夜温差多大、做青走了几个钟、焙了几轮火，决定你最终喝到哪种香、哪种回甘。我们做的第一件事，就是把这批的成因讲清楚，再告诉你它会变成什么味。

为了让这套说法站得住，我们像做软件一样给每批留底：一个版本号、一份改动记录、一张批次档案，并送检 GC-MS，让成因和风味都能对照着查。卖完，等下一批；下一批参数不同，味道不同，版本号递增。买到的不是「今年的茶」，是一批成因说得清、风味对得上、来历查得到的茶。



GAIWAN · 出汤 · 银灰光 / 无暖调

PROMISE

成因决定味道。
数字优先于形容词。
每一批都留了底，查得到。

ON RECORD / 留底记号 · 举证不是头牌

v0.3.3

版本号 · 主版本 · 做青批 · 焙火轮

LX-MLX-202604

批次档案 · 产区 · 季 · 可扫码查

GC-MS

送检报告 · 把香气写成分子数据

林永茶堂 · 01 · 品牌主张
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

01.2
三条原则

THREE PRINCIPLES

品牌建立在三根支柱上，顺序即主脉：先有成因决定风味（肉），再有留底可查的系统（骨）托住可信，最后落到林永与乌崇这个人 and 这座山。它们不是口号，是每一批茶都要满足的检查项。

CAUSE → FLAVOR

成因决定风味

这批吃了几天雨水、温差多大、焙了几火，决定你喝到的香与回甘——味道有客观成因，不是玄学。

ON RECORD

留底可查的系统

像做软件一样给每批留底：版本号、改动记录、批次档案、GC-MS，让成因和风味都能对照复查。

LINYONG · WUDONG

林永与乌崇

只做凤凰山乌崇的单丛，林永自己采、自己做青、自己守炉焙火，每一步成因都他记的。



ROASTING · 焙火轮次 · 每一轮进入版本号末位

WHY SOFTWARE / 软件是骨架，不是头牌

成因→风味先打动人，软件语言负责让这套说法可信。我们像做软件一样给每批留底：版本号记做法、改动记录记每一步、检测数据写香气。它回答的是「怎么做到可查」，托在成因故事后面，不抢话。

COMMIT LOG / 改动记录示例 · 做法→味道

v0.3.3 焙火 +2°C → 第二泡更清

v0.3.2 采摘窗后移 3 天 → 香更聚

v0.3.1 乌崇春采 · 首版封样

林永茶堂 · 01 · 品牌主张
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

02

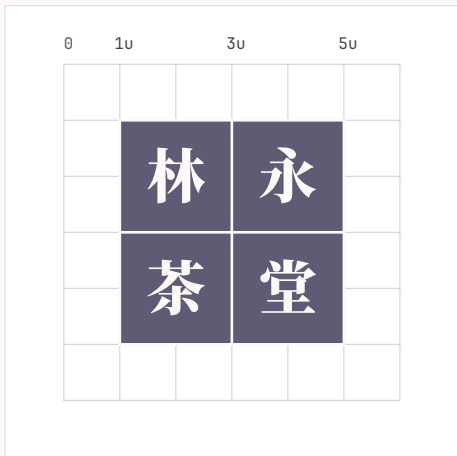
标志系统

LOGO SYSTEM

02 标志系统

LOGO SYSTEM

主标志为「田字格四字印」，是品牌的签名。下页定义其网格构造、留白、最小尺寸、变体与错误用法。本页给出印体在 6×6 单位网格上的精确构造与字标规范。



CONSTRUCTION / 田字格四字印构造

整体置于 6×6 单位网格 (u)，印体占据居中 4×4u，林·永·茶·堂 四字各占 2×2u。外框与十字格线等宽，为 1u 的 1/14。四向留白各 1u，构成最小排除区的基准。

外框
1.0 u 线宽基准

字面
每字占 2×2 u

十字线
与外框等宽

留白
四向各 1 u

WORDMARK / 字标

林永茶堂

字标用思源宋体 Heavy，字距 +5。印与字标可竖向叠放（封面）或横向并列（信头）；两者皆不得拆出单字使用。

WEIGHT /

字
标
字
重



PROPORTION / 比例核对

1 : 1

印体外框为正方

2 u

单字字面边长

6 u

含留白总边长

1/14

线宽：单格比



林永茶堂 · 02 · 标志系统
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

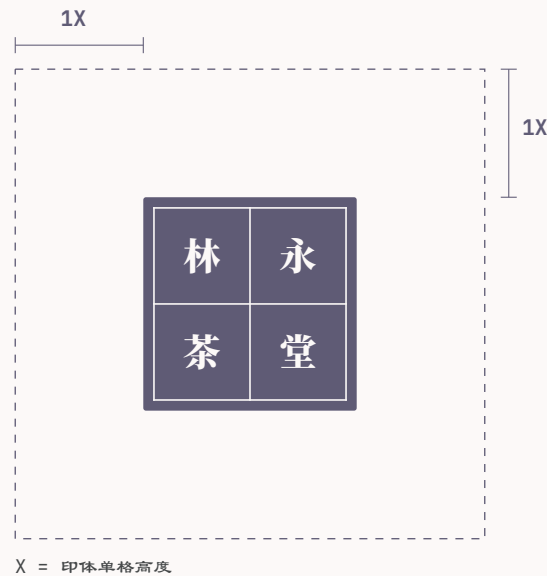
MERCURY / LAVENDER · v1.0

02.2

安全留白

CLEAR SPACE

标志四周保留最小排除区 = 印体单格高度的 1 倍 (1X)。该区域内不得放置文字、图形或其他标志。版面空间不足时，缩小标志，而非压缩留白。下图以尺寸线标注排除区。



虚线为排除区边界 · 四向均等 1X · 区域内禁止任何元素

1X 四向

上下左右排除区相等

禁止侵入

文字 / 图形 / 其他标志

版面优先

留白不足时缩小标志而非压缩留白



02.3

最小尺寸

MINIMUM SIZE

低于最小尺寸，十字格线与字面会丢失。印刷最小高度 10mm；屏幕最小 32px。下图标注两种基准尺寸并附刻度尺；低于此尺寸改用纯字标。

PRINT / 印刷



0510

mm

印体高度 ≥ 10 mm

画册 / 包装 / 名片 最小

SCREEN / 屏幕



05

× 16 px

印体高度 ≥ 32 px

favicon / 头像 / 角标 最小

SIZE LADDER / 尺寸梯级



10mm / 32px



14mm



20mm



标准

低于 10mm / 32px 时十字格线断裂，禁止使用；改用纯字标或单字监修版。强调：清晰度优先于一致性。

02.4

标志变体

LOGO VARIANTS

四种排布 + 单色 + 反白，覆盖全部场景。优先级：主标志 > 横版 > 竖版 > 字号印。任何变体不得拆出单字使用，不得改变印体比例与配色。

主标志PRIMARY



印 + 竖排字标

横版HORIZONTAL



林永茶堂

竖版STACKED



林永茶堂

字号印MONOGRAM



单色MONO 1-COLOUR



反白REVERSED



USE

- 浅底用薰衣草印；深底用反白印
- 单色印仅限单色印刷 / 烫印场景
- 横版用于信头，竖版用于封面

AVOID

- 反白印不得用于薰衣草以外的彩色底
- 字号印不替代主标志用于封面
- 任何变体不得拆出单字或改比例



林永茶堂 · 02 · 标志系统
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

02.5 错误用法

MISUSE

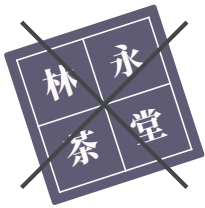
以下六种处理一律禁止。叉号为炭灰，不用红色。标志的比例、颜色、角度、平面性、背景均不可改动。任何一处违反即视为错误用法。



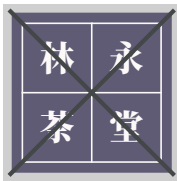
Don't 拉伸
等比缩放，禁压扁拉长



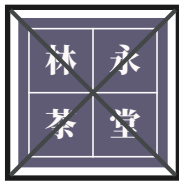
Don't 换色
印体只用薰衣草紫，禁暖色



Don't 旋转
印体水平正放，不可倾斜



Don't 投影
扁平印面，禁加阴影 / 立体



Don't 描边
实心印面，禁勾轮廓线



Don't 杂底
纯净米白底，禁繁杂背景

X

有疑问时回到主标志原始文件，不要二次加工。任何对印体的拉伸、换色、旋转、加效果、置于杂底之上的处理都会削弱品牌的克制感。



林永茶堂 · 02 · 标志系统
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

03

色彩
COLOR

03
色彩

COLOR

薰衣草是唯一活跃强调色。无橙 · 无金 · 无红 · 无水墨。

米白 Cream 70% CREAM HEX #FCF9F8 RGB 248 · 249 · 248 CMYK 0 · 1 · 1 · 2 PMS Warm Gray 1 C 底色 · 全场基底	墨黑 Ink — INK HEX #1B1B1B RGB 27 · 27 · 27 CMYK 0 · 0 · 0 · 89 PMS Neutral Black C 主文字 · 标题 · 印线	炭灰 Charcoal 15% CHARCOAL HEX #444748 RGB 68 · 71 · 72 CMYK 5 · 1 · 0 · 72 PMS Cool Gray 11 C 正文 · 次级信息
汞银 Mercury 10% MERCURY HEX #CFCFCF RGB 207 · 207 · 207 CMYK 0 · 0 · 0 · 19 PMS Cool Gray 4 C 分隔 · 器件描边	薰衣草 Lavender 5% LAVENDER HEX #E6E0FF RGB 230 · 224 · 255 CMYK 10 · 12 · 0 · 0 PMS 2635 C 唯一强调 · 高亮块	深薰衣草 Deep 5% LAV-DEEP HEX #5F5B75 RGB 95 · 91 · 117 CMYK 19 · 22 · 0 · 54 PMS 5275 C 印体 · 标签 · 数据

Pantone 为近似值 · 印刷前以实体色卡打样核对 · CMYK 为参考四色

USAGE RATIO / 占比



强调色严格控制在 5% 以内：只用于版本号、关键数据点与单一高亮块。一旦薰衣草面积过大，「克制」的气质即破。
米白底永远占据约七成版面。



林永茶堂 · 03 · 色彩
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

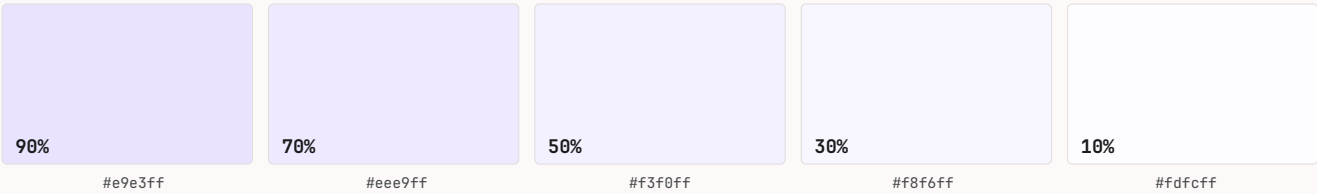
MERCURY / LAVENDER · v1.0

03.2 色阶

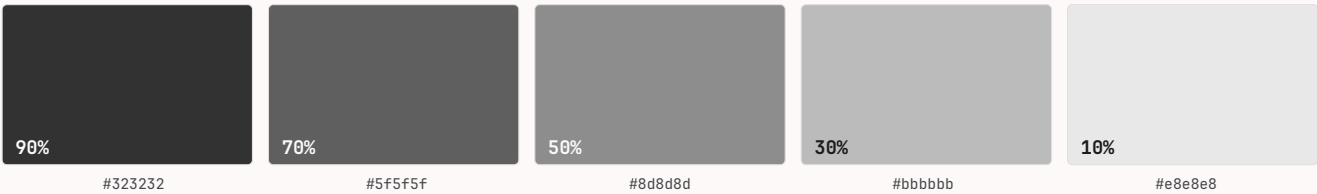
TINT & SHADE

强调色与印色可按下列梯级取色，用于图表分级、状态深浅与界面层次。除此之外不得自行调色。梯级按 90 / 70 / 50 / 30 / 10% 向白渐变。

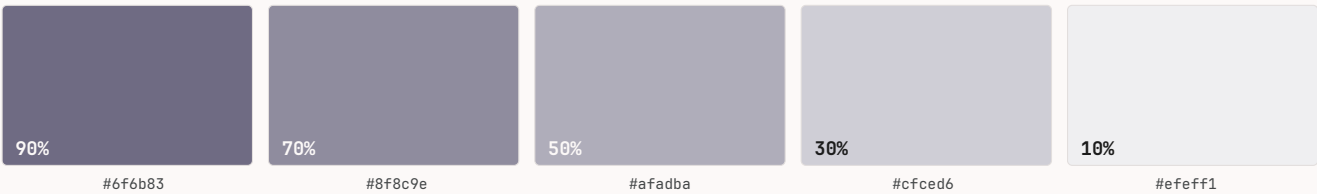
LAVENDER RAMP / 薰衣草梯级



INK RAMP / 墨黑梯级



LAV-DEEP RAMP / 深紫梯级



RULE

梯级仅供数据可视化与层次区分；正文、标题、印体一律使用基准色，不取中间调。图表中相邻分级至少间隔两级以保证可辨。



03.3
配色与禁用

PAIRING & FORBIDDEN

CORRECT / 正确配对



✓ 墨黑 / 米白



✓ 米白 / 墨黑



✓ 深紫 / 薰衣草



✓ 米白 / 深紫

INCORRECT / 错误配对



✗ 禁用暖橙



✗ 禁用金



✗ 禁用红



✗ 对比不足

禁用色 / FORBIDDEN

橙 · 金 · 红 · 水墨灰阶 · 一切暖调。
背景一律纯净米白，不做纹理、不做做旧、不加水墨意境。

CONTRAST / 对比度

正文对底色对比 $\geq 4.5:1$ ；薰衣草仅作背景或大字，不作小字正文色。
深紫可作小字 / 数据色，薰衣草不可。



04

字体

TYPOGRAPHY

04
字体

TYPOGRAPHY

两款字体，分工即主脉：思源宋体写成因与风味的叙事（人讲为什么），JetBrains Mono 写可核对的留底——版本号、批次、GC-MS（机做举证）。二者的对峙构成品牌「人 × 机」的张力。

PRIMARY / 中文 · 标题 · 正文

思源宋体

Source Han Serif SC

茶茶茶茶

300 L

400 R

500 M

900 H

Light · Regular · Medium · Heavy

MONO / 数据 · 版本号 · 标签

JetBrains

Mono

数据 · 版本号 · 批次 · GC-MS

v0.3

Regular

v0.3

Medium

v0.3

Bold

v0.3.3 LX-MLX-202604 0123456789

ALL LABELS · CAPS · TRACKING +1~2

PAIRING RATIONALE / 搭配逻辑

宋体 = 人

笔锋与衬线承载茶的手作、节气、产区——一切叙事性内容用思源宋体。

等宽 = 机

JetBrains Mono 承载版本号、批次、检测值——一切可核对的数据用等宽。

不混用

数据绝不用宋体排，正文绝不用等宽排；二者分工即品牌的「人 × 机」张力。



林永茶堂 · 04 · 字体
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

04.2
字阶规范

TYPE SCALE

DISPLAY	林永茶堂	58pt / 1.0 / +6
H1	品牌主张	18pt / 1.1 / 0
H2	标志系统	16pt / 1.2 / 0
H3	安全留白	12pt / 1.3 / 0
LEAD	每一批都有版本号	11.5pt / 1.4 / 0
BODY	正文使用思源宋体 Regular，左对齐不两端。	9.5pt / 1.6 / 0
CAPTION	CAPTION · 图注 · 6.5PT	6.5pt / 1.4 / +.5
MONO	v0.3.3 LX-MLX-202604	8pt / 1.4 / +1

PARAGRAPH SPECIMEN / 正文样张

这批为什么是这个味，说得清。

生长期 47 天吃了 31 天雨、昼夜温差 11°C，内含物积得厚，回甘比往年更长；中焙只到 95°C、收火克制，三泡后转出蜜味。为了让这套说法查得到，我们给这批留了底：版本号、批次档案、GC-MS。不囤货、不调拼、不讲产区传说。

— 多雨春批 · LOT 2026-04 · 乌紫春

RULES / 排版规则

- 正文左对齐，不强制两端对齐
- 行距 1.5-1.6 倍，段距 8pt
- 强调用字重 / 字距，不用颜色
- 数字一律等宽，禁混入宋体
- 中英混排，英文与数字前后留 1/4 空



林永茶堂 · 04 · 字体
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

05 栅格与版式

GRID & LAYOUT

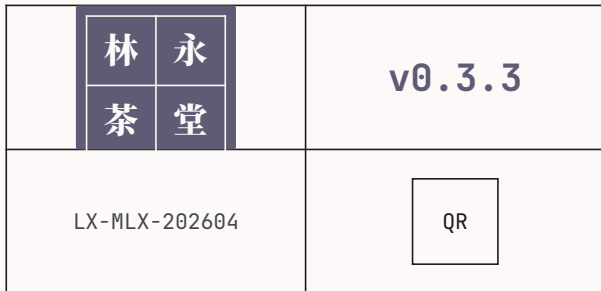
12-COLUMN GRID / 十二列栅格

版面按 12 列工业栅格搭建：留白宽、对齐硬、信息分块。
页边距上下 2cm、左右 1.8cm；列间 4mm。每块内容像数据卡片一样有明确边界。



TIAN-GE MODULE / 田字格模块

标志的田字格也是版式单元：封签、标签、礼盒面可切成 2×2 网格，承载印 / 版本 / 批次 / 检测四类信息。



四格 = 印 / 版本 / 批次 / 二维码

SPACING SCALE / 间距刻度



全部间距取自 4 的倍数：4 / 8 / 12 / 16 / 24 / 32 / 48。模块内 padding 用 8-12，模块间用 16-24，章节间用 32-48。不取非整数间距，保证全册节奏一致。

01

硬对齐

一切贴栅格线，不随性偏移

02

宽留白

信息密度低，呼吸感来自空白

03

细分隔

用 0.4-0.6pt 细线分块，不堆色块



06
图形器件

GRAPHIC DEVICES

一套固定器件把成因与风味留底、让它查得到：版本号标签、批次戳、GC-MS 香气条、溯源二维码。它们是举证骨架，服务于「看得见的成因」，不当装饰、不抢风头。每个器件附构造与用法，不得自行更改结构或配色。

版本号标签

VERSION TAG

v0.3.3

主版本 · 做青批 · 焙火轮

构造：胶囊底 · 圆角 2pt · padding 7×12 · 永远等宽 · 字距 +1

批次戳

BATCH STAMP

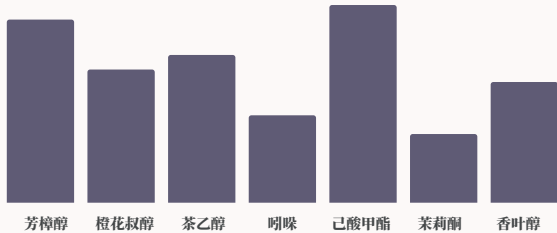
LX-MLX-202604

乌紫 · 春 · 多雨春批

构造：双线方框 1pt+0.4pt · 产区/季/批三行 · 不旋转 · 不做旧

GC-MS 香气条

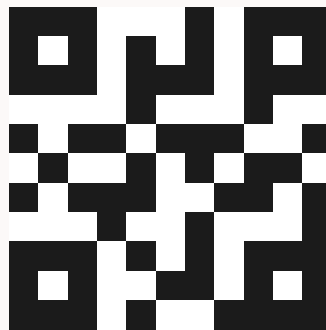
AROMA PROFILE



构造：相对峰强柱状 · 唯一活跃色填充 · 七分子标签等宽 · 每版独立检测

溯源二维码

TRACE QR



构造：定位角三处 · 安静区 ≥ 4 模块 · 指向该版本批次记录与检测报告

USAGE

四件器件成套出现于封签、礼盒与详情页；版本号标签与批次戳必同时出现，二维码必可扫，GC-MS 条随每版检测更新。器件之外不新增图形装饰。



林永茶堂 · 06 · 图形器件
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

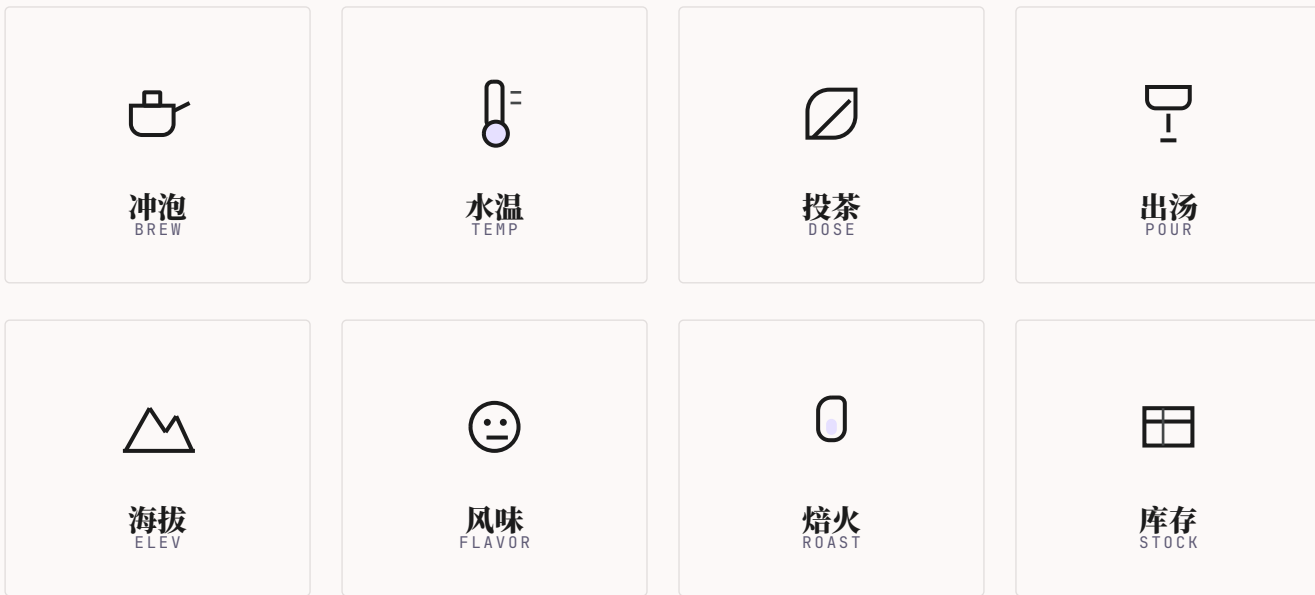
MERCURY / LAVENDER · v1.0

07

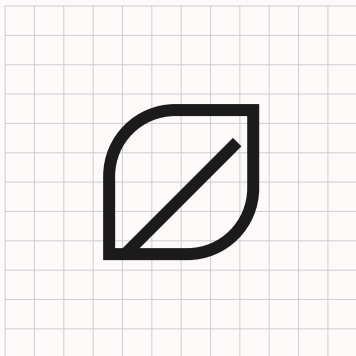
图标系统

ICONOGRAPHY

一套线性图标，1.5pt 等宽描边，墨黑单色，置于 24×24 单位画布。圆角统一 1pt，端点平头。仅用于冲泡参数与产品属性的标注，不做填充、不做拟物、不加色块。



CONSTRUCTION / 构造网格



24×24 u 画布 · 内边距 2u · 视觉居中

RULES / 绘制规则

描边
1.5pt 等宽 · 不变粗细

颜色
墨黑单色 · 不填充

画布
24×24 u · 内边距 2u

圆角
统一 1pt · 端点平头

强调
极少量薰衣草紫点缀核心

风格
几何线性 · 禁拟物 / 渐变

林永茶堂 · 07 · 图标系统
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

08

语气与文案

VOICE & COPY

08
语气与文案

VOICE & COPY

林永本人口吻。先讲这批为什么这个味，再用版本号 / 档案托底。数字优先于形容词。

PRINCIPLES / 四条原则

先成因，后留底

先讲「这批为什么这个味」（成因→风味），再用版本号 / 档案托住可信。顺序不能反。

数字 > 形容词

能用雨水天数、温差、焙火轮次、检测值说清的，不用「馥郁悠长」之类的感官形容。

每条成因接一句风味

每说一个成因，都接「所以你会喝到……」。短句、陈述、一句一事实，能逐项核对。

诚实库存

「卖完，等下一批」；不承诺常年有货、不制造稀缺焦虑、不催单。

DO

- 先讲成因→风味，再用版本号 / 档案托底
- 数字优先：雨水 31 天、温差 11°C、焙 32 小时
- 每条成因接一句「所以你会喝到……」
- 「卖完，等下一批」，短句、可核对
- 林永本人口吻：自己采、自己焙、自己记

DON'T

- 不让版本号 / changelog 抢在成因前当头牌
- 不写玄学：山韵气场、天人合一、产区传说
- 不用「匠心 / 臻选 / 古法 / 赋能」
- 不催单：不写抢购 / 限量 / 秒杀 / 欲购从速
- 不堆形容词感叹号，不写「让德堂」等错名



08.2

文案对照与词表

REWRITES & LEXICON

REWRITES / 改写对照

× 匠心臻选，传承古法，至臻好茶。	→	✓ 多雨春批：47 天吃了 31 天雨，回甘更长；留底 v0.3.3。
× 香气馥郁，回甘悠长，唇齿留香。	→	✓ 中焙只到 95°C 不焙走花香，三泡后转蜜味；GC-MS 见附图。
× 数量有限，先到先得，欲购从速！	→	✓ 本批卖完，等下一批；下一批换版本号，参数不同。
× 古树纯料，原生态高山云雾茶。	→	✓ 乌崇 980m 单株 · 昼夜温差 11°C，内含物积得厚。

LEXICON / 用词表

用 / USE	禁 / FORBIDDEN
■ 成因决定味道 ■ 雨水 31 天 / 温差 11°C ■ 所以你会喝到..... ■ 做青 / 焙火轮次 ■ 故事批名 · 多雨春批 ■ 版本号 v0.3.3 ■ GC-MS 检测 ■ 卖完，等下一批	× 匠心 / 臻选 / 古法 × 山韵气场 / 天人合一 × 赋能 / 全面解决方案 × 传承千年 × 唇齿留香 × 抢购 / 限量 / 秒杀 × 欲购从速 / 先到先得 × 让德堂（错名）

09

影像方向

ART DIRECTION

09
影像方向

ART DIRECTION

影像让成因可感、让茶汤是主角，传达「实验室级的干净」：米白底、银灰光、可有蒸汽。无暖调灯光、无水墨意境、无叠字。不靠氛围煽情，画面要对得上记录。下为六款香型与氛围合规样片。

SENSORY / 香型样片 · 3:4



蜜兰香 · MI-LAN



鸭屎香 · YA-SHI



杏仁香 · XING-REN



柚花香 · YOU-HUA



黄栀香 · HUANG-ZHI



玉兰香 · YU-LAN

ATMOSPHERE / 氛围样片 · 16:9



出汤 · 银灰冷光 / 无暖调



盖碗蒸汽 · 唯一动态元素

林永茶堂 · 09 · 影像方向
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

09.2

拍摄规则

SHOOTING RULES

影像的合规由四条 DO / DON'T 与一张自检清单约束。所有对外图片在发布前须逐项核对，确保「实验室级的干净」一致呈现。

DO

- 冷白 / 银灰光，色温偏冷
- 单一主体，大量留白
- 蒸汽、水痕等真实细节
- 器物 + 茶汤为主角

DON'T

- 不用暖黄 / 烛光氛围
- 不做水墨 / 山水叠加
- 画面不压字、不加书法
- 不堆古董道具与红木

CHECKLIST / 出片前自检

- ☒ 背景 纯净米白 · 无杂物
- ☒ 光线 冷调侧光 · 银灰高光
- ☒ 色温 $\leq 5000\text{K}$ · 无暖黄
- ☒ 构图 单主体 · 留白 $\geq 50\%$
- ☒ 后期 不加字 / 不加水墨 / 不做旧

REFERENCE / 标杆样片



产区氛围 · 冷雾 · 远景留白



产品 · 米白底



茶汤 · 冷光

色温 $\leq 5000\text{K}$

一律冷调，绝不暖黄；银灰高光是签名光。

留白 $\geq 50\%$

单一主体居中，背景纯净米白，不堆道具。

后期做减法

不加字、不加水墨、不做旧；只保留真实细节。



林永茶堂 · 09 · 影像方向
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

10

包装系统

PACKAGING

10 包装系统

PACKAGING

包装把成因与风味随茶交到手：品名、产区、焙火先说清这批是什么；版本号、批次、二维码让你扫码就能查留底。四种形态（罐 / 袋 / 礼盒 / 试饮）共用同一信息层级，必印项四件：田字格印、版本号、批次、二维码。下为茶罐标签规范与实物对照。

LABEL SPEC / 罐标规范 (TIN)

林
茶

永
堂

林永茶堂

乌茶 · 蜜兰香

v0.3.3

批次

LX-MLX-202604 · 春 · 多雨春批

产区

乌茶山 980m · 单株

焙火

炭焙第三轮 · 中足火

净含量

NET 50g

QR

扫码核验该版批次记录与 GC-MS 报告
商业机密 · 仿冒必究

信息层级：印 + 品名 + 版本 / 批次 + 产区 + 焙火 + 净含量 / 二维码 + 声明

REAL PRODUCT / 实物对照



茶罐 · 正面印 + 品名 + 版本号



续装袋



礼盒

MANDATORY / 四件必印项

版本号

v0.3.3 · 等宽

批次号

LX-MLX-202604

二维码

溯源 / 检测报告

田字格印

薰衣草 · 封口



林永茶堂 · 10 · 包装系统
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

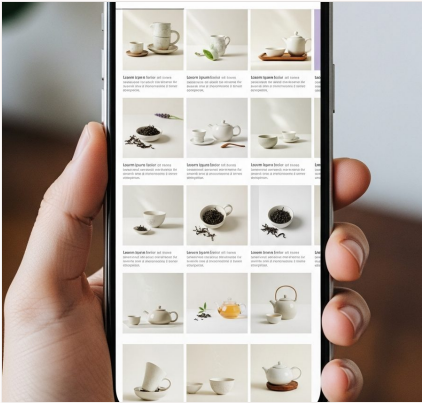
11

应用 / 流量矩阵

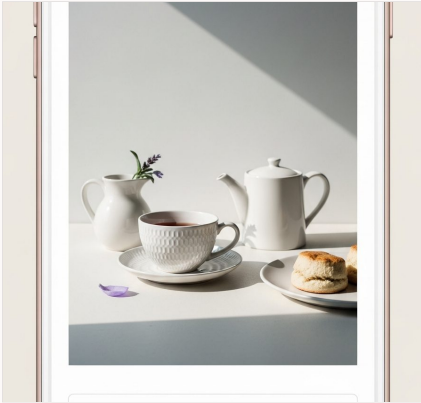
APPLICATIONS

每个渠道都先讲「这批为什么是这个味」（成因→风味），再用「我们留了底 / 可查」托住可信。一套口径铺到全部触点：电商私域、社交、直播、门店，均保持米白底、薰衣紫强调。下为六个真实样机。

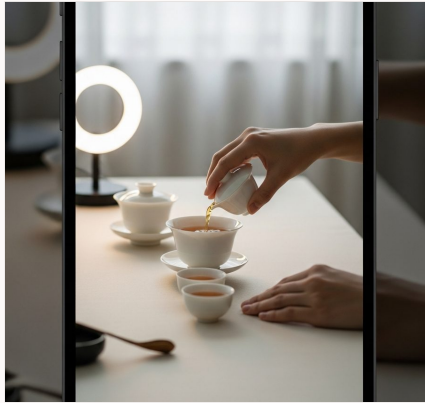
ONLINE / 线上触点 · 3:4



小红书主页 · 成因→风味置顶



朋友圈 · 先讲这批为什么这个味



直播间 · 实时库存递减

OFFLINE & SOCIAL / 横向触点 · 16:9



公众号头图



门头招牌



快闪店

私域 = 留底库

电商 / 公众号承载完整批次记录与检测报告，是成因与风味可对照的「主仓」。

社交 = 讲成因

小红书 / 朋友圈每帖先讲这批为什么这个味，再附版本号 / 参数托底，不堆形容词。

线下 = 签名

门头 / 快闪只露田字格印与当期版本号，克制、统一、不喧哗。



林永茶堂 · 11 · 应用
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

LINYONG TEA HOUSE / BRAND GUIDELINES

12

批次谱系

BATCH LINEAGE

林永茶堂



12
批次谱系

BATCH LINEAGE

同一个香型，不同采制时刻成因不同，味道就不同。谱系把一个香型的多批并列：每条 = 诗意成因名 + 采制时刻 + 主推 / 另批 / 往期状态 + 一句成因 + 余量 + 价。诗意批名是给人看的头牌（成因即名字），版本号 / 批次 ID 退为底层技术层。客人集齐一个香型的谱系，就是集齐一段风土的时间线。

LINEAGE SWITCHER / 谱系切换器 · 蜜兰香

多雨春

主推 · CURRENT

谷雨 · 二〇二六

生长期 47 天吃了 31 天雨，内含物积得厚，回甘比往年更长。

18 / 40 斤

¥880 / 斤

秋寒露

另批 · ALT

寒露 · 二〇二五

少雨 14 天、昼夜温差拉到 13°C，香更聚、汤更紧。

6 / 36 斤

¥980 / 斤

头春封样

往期 · SEALED

清明 · 二〇二五

首版封样批，做青偏轻，已全部封存留档，不再售。

0 / 24 斤

¥— / 斤

ROW ANATOMY / 一条谱系的构成

诗意名

成因即名字 · 3-4 字 · 无「批」字

多雨春 / 秋寒露

采制时刻

节气 · 年份 · 等宽标注

谷雨 · 二〇二六

状态

主推 / 另批 / 往期封存

CURRENT · ALT · SEALED

余量 · 价

诚实库存 · 卖完等下一批

18 / 40 斤



林永茶堂 · 12 · 批次谱系
PHOENIX DANCONG

凤凰单丛 · 成因决定味道 · 每一批都查得到

MERCURY / LAVENDER · v1.0

12.2 批名与采制时刻

NAMING & PICK MOMENT

批名不是营销词，是成因的压缩：把这批最决定味道的那个成因，取三到四个字当名字。采制时刻永远用节气 + 年份标注，等宽排版，与批名的宋体形成「人 × 机」对照。

NAMING RULE / 起名规则

- **成因即名字**
取最决定味道的成因命名：多雨→「多雨春」、慢焙→「慢三焙」。
- **三到四字**
短、可记、不带「批」字；一个香型的多批名字并列成谱系。
- **禁玄学**
不用「山韵」「气场」「臻品」；名字要能被一句成因解释。
- **一批一名**
每批唯一，不复用；往期封存后名字随批次归档。

PICK MOMENT / 采制时刻示例

多雨春

谷雨 · 二〇二六
GU-YU 2026

秋寒露

寒露 · 二〇二五
HAN-LU 2025

慢三焙

小满 · 二〇二六
XIAO-MAN 2026

节气 + 年份 · 等宽 · 永不用「批」字

RULE

诗意批名是头牌（人看），版本号 v0.3.3 / 批次 ID LX-MLX-202604 是底层（机查）。二者永远同时存在，但对外先亮批名与成因，再亮技术留底。



13

数据图形语言

DATA GRAPHICS

13

数据图形语言

DATA GRAPHICS

一套四款图表，把成因写成看得见的数据：焙火曲线、雨水日历、GC-MS 峰谱、乌崇等高线。全部纯线性 / 点阵 / 面积，米白底、薰衣草为唯一活跃色、汞银作网格、等宽标注。一款成因对一款图；数据替形容词。以下为四款的简化示意与规范。



13.2

图形绘制规范

DATAVIZ RULES

四款图表共用一套绘制语言，保证跨触点视觉一致。任何新图表须落在这套规则内：先服务成因举证，再谈美观。图形是证据，不是装饰。

唯一活跃色

曲线 / 实点 / 峰 / 峰点一律薰衣草（深紫 #5F5B75）；绝不引第二强调色。

汞银作网格

所有坐标轴、网格线、退火虚线、等高环用汞银 hairline，低透明，不抢主体。

等宽标数据

温度、天数、分子名、海拔一律 JetBrains Mono；图注 mono caps，字距 +0.14em。

米白为底

图表底色永远米白 #FCF9F8；不做深色卡片、不做渐变背景、不做发光。

面积轻填充

需要面积时用薰衣草 8% 极淡填充；主信息永远靠线与点，不靠色块。

数据即免责

峰高等派生呈现值须标「真值以检验单为准」，与批次档案免责口径一致。

DO

- 一款成因对一款图，图能被一句话解释
- 线性 / 点阵 / 面积 / 等高，全用几何
- 每批独立数据，图随版本更新

DON'T

- 不用饼图 / 3D / 发光 / 渐变填充
- 不用第二强调色区分数据系列
- 不用图表烘托气氛，只用它举证



14

动效身份

MOTION IDENTITY

14 动效身份

MOTION IDENTITY

Mercury 的动作没有弹跳、没有回弹。所有位移都是「重物落定」——起手快、尾段极慢，像茶汤入杯后最后一次晃动。

EASING & DURATION / 缓动与时长

EASING · 三条缓动

沉降 settle

cubic-bezier(.16,1,.3,1)
入场默认 · 茶汤入杯的 ease-out

落定 press

cubic-bezier(.34,1.2,.64,1)
落章专用 · 极轻 overshoot <20%

翻页 leaf

cubic-bezier(.4,0,.2,1)
档案切换 · 双向对称

DURATION · 三档时长

fast 150ms hover / press / toast 出现

base 320ms 落章 / 翻页 / 状态切换 · 签名主时长

slow 700ms 滚动入场沉降 · 要被看见的长距离

三档够用 · 别造第四档

铁律

所有动效必须能被 prefers-reduced-motion: reduce 完全关掉。入场只用两个通道：透明度 + 极小 Y 位移（默认 16px）；不缩放、不旋转、不飞入；once 只放一次。



14.2 三个签名动作

THREE SIGNATURE ACTIONS

只属于林永茶堂的三个动作，别处不复用、不外借。它们把界面从「整齐」拉到「贵」：入场像茶汤沉降，加购像盖一个章，切批像翻一页档案。

① 沉降

SETTLE



```
opacity 0→1 · y 16→0 ·  
slow × settle
```

全站滚动入场。茶汤入杯、最后一次晃动收住。once 只放一次，触发线 -80px。

② 落章

PRESS



```
scale .6→1.06→1 ·  
opacity 0→1 · base ×  
press
```

加购成功。田字格印短暂放大压下 + 落定，配 lavender toast，像盖了个章。

③ 翻页

LEAF



```
旧 y 0→-8 淡出 · 新 y  
10→0 淡入 · base × leaf
```

切换选中批。旧档案向上翻走、新档案向上翻入，crossfade，像翻一页批次档案。



REDUCED-MOTION 自查：DevTools → Rendering → Emulate reduce，逐一触发入场 / 加购 / 切批，确认全部瞬间显示终态、无动画残留。



15

实体触点

PHYSICAL TOUCHPOINTS

两件随茶寄出的实体：包裹卡与批次证书。它们把线上的成因→风味留底，变成手上可收藏、可集成谱系的纸。客人把每批的包裹卡都留着，就集齐一个香型的谱系；批次证书像一份「出身证明」，一批一证，收藏级。二者共用 Mercury 配色、田字格印、等宽数据，与线上完全同构。

PACKING CARD / 包裹卡 · 名片 / A6 双面



- 尺寸 名片 / A6 · 双面 · 一批一版
- 正面 印 + 批名 + 采制时刻 + 版本号
- 背面 一句成因 + 二维码 + 批次 ID
- 收藏 客人集齐一个香型的所有包裹卡 = 一段谱系

BATCH CERTIFICATE / 批次证书 · A5 竖向



- 尺寸 A5 竖向 · 一批一证 · 收藏级
- 内容 香型 + 批名 + 采制 + 溯源 + 理化摘要
- 成因→风味 证书正文陈述这批为什么这个味
- 签名位 林永品控签名 + 田字格印 + 批号

RULE

实体触点与线上完全同构：同一批名、同一采制时刻、同一批次 ID、同一田字格印。换批只改一条数据，版式全自动生成，不手工排版。纸的克制感与屏幕一致——米白、薰衣草、等宽、大留白。



LINYONG TEA HOUSE / BRAND GUIDELINES



林永茶堂 品牌手册

BRAND GUIDELINES

VERSION

v1.0

DATE

2026

DOC

BRAND-BOOK

凤凰单丛 · 成因决定味道，每一批都查得到

CONTACT · linyong.tea / 微信 LINYONG-TEA