



消费行业可信数据空间

品牌手册 2.0

消费的第二价值

SC-PP-2026-001 | 2026 年 10 月 | 内部规范 | 取代品牌手册 1.8

CONTENTS

目录

01

内核

第二价值 · 三乘归一

02

品牌架构

主品牌与出品方

03

标志系统

组合标志 · 铁律

04

色彩系统

颜色即语义

05

字体系统

思源黑体 · 三档字重

06

图形系统

双流共生

07

IP 系统

白鹿小昌 · 形象／构造／四态

08

应用系统

办公与空间

09

视频规范

片头 · 字幕 · 声音

10

政策依据

站在哪些文件上

11

技术底座

四层架构

12

语言系统

双轨话术

13

禁用词表

越线即废

14

配套规范

版式 · 编号

目录 · 续

2.0 相对 1.8 改了什么 主语从「浙江数昌科技」换成「消费行业可信数据空间」——公司回到出品方署名位，新增第 02 章专讲品牌架构。其余：色值统一、标志换版、配套规范接入。

内核

主 张

每一笔消费，都该有第二价值

数据有来处 · 价值有归处

第一价值

成交

钱货两清，过去到此为止

第二价值

数据资产

成交之外，沉淀为可确权可流通的数据资产

三乘归一

真实 × 可信 × 可用

缺一即归零

内核 · 续

使命

让每一家实体，都拥有自己的数据资产

定位

让实体经济长出数据资产

愿景

让可信数据空间，开到每一个区县

价值观

真实 · 安全 · 利他
· 共建

出品方口号

科技助企 数据昌业

主张的三种说法 · 换人不换意思

对商户

您每天的流水，除了赚钱，
还在攒一份能入表的家当

对消费者

消费别白花，
价值记回家

对政府

让沉睡的消费数据，
变成看得见的区域资产

「科技助企 · 数据昌业」是浙江数昌科技的企业口号，嵌名双关（昌＝数昌＝昌盛），不是空间的主张。两者分工：**对外讲空间的第二价值**，署名处出现数昌的口号。旧口号「科技助企 数据兴国」「AI 助企 · 数字兴国」已停用。

品牌架构 · 谁是主语

2.0 新增

消费行业可信数据空间

主品牌 · 一切对外物料的主标题

数字消费 AI 算力系统

能力 · 第二主题 · 副标题位

数昌学院

人才线 · 三级证书培训

浙江数昌科技有限公司

出品方 · 只出现在署名与落款

一句话规则：标题位永远是空间，署名位永远是公司。物料正面不写「浙江数昌科技」，公司标志只以组合标志内的方块形式出现。

品牌架构 · 谁是主语 2.0 新增 · 续

命名家族与各自的位

名称	角色	用法
消费行业可信数据空间	平台 · 第一主题	所有对外物料主标题
数字消费 AI 算力系统	能力 · 第二主题	副标题位
浙江数昌科技	公司主体	署名用全称
数昌学院	人才线	三级证书培训
浙昌链	区块链底层	底层技术 · 被问到再讲
消费宝	消费者权益	只抵扣 · 不可交易
数据资产	可交易权益	可入表 · 可流通
超级 App 4.0	C 端入口	智能体中枢；版本号只写 4.0
白鹿小昌	吉祥物	形象 = 数据结晶

品牌架构 · 谁是主语 2.0 新增 · 续

两条不可混的线

⊖ 消费宝与数据资产严禁混用

一个是凭证（只能花），一个是资产（能交易）。

⊖ 加盟费与开店投入严禁混讲

对商户不收加盟费；对省代收的是省级代理费。两个费不是一回事。

口径纪律 商户数、节点层级、合作方、证书、增值表述、超级 App 版本六项，见[定位模型 SC-PP-2026-007](#)维护，出片前自动拦截。

标志系统 · 组合标志



消费行业可信数据空间

深底版 · 午夜蓝 #0A1E38

标志系统 · 组合标志 · 续



消费行业可信数据空间

浅底版 · 标准应用

标志系统 · 组合标志 · 续

认版本就看这三条

- 一、汇点方块里面有数昌科技白色标志——方块是空的就是 v1，禁用。
- 二、图形下方文字是「消费行业可信数据空间」——带「数昌 ·」前缀的是 v1，禁用。
- 三、文字宽度约为图形宽度的 50%。

🚫 v1 已废止 SC-PP-2026-005

✅ v2 现行 [SC-PP-2026-004](#)

铁律

🚫 整体不拆

🚫 只贴原件不重绘

🚫 深底一律白色版

🚫 不横切汉字

✅ 净空 $\geq$ 图形宽 22%

汉字标准字不得用横向镂空当设计动作——会吃掉横画。设计动作要落在字形之外（落款制／竖排／光学字距）。

标志系统 · 组合标志 · 续

技术要求

缩放必须预乘 alpha。标志是带透明通道的 PNG，透明区 RGB 为黑；直接缩放会让黑渗进边缘，白字发虚发灰。预乘后**不要还原**——低 alpha 区会被 8 位截断，越淡越发黑，应直接用预乘值与背景合成。

抗锯齿补超采样，**严禁矢量重描**——potrace 会把汉字描变形，等同篡改商标。

六种最常见的错用  非等比拉伸  拆开单用图形或文字  纯黑底  深底用彩版  自行加字  净空不足。拿不准就三步：贴原件、整体缩放、深底换白版——覆盖九成场景。

色彩系统 · 颜色即语义

 实体绿 #129D5F · 实体侧亮色	 实体绿 · 深 #0B6B41 · 实体侧深色	 数据蓝 #1878D2 · 数据侧亮色	 数据蓝 · 深 #0F4E8A · 数据侧深色
 交汇青 #1FAAA8 · 仅限双流交汇处	 品牌金 #B98A3C · 仪式与强调	 午夜蓝 #0A1E38 · 深底环境色	 警示红 #C0392B · 只作警示
 绿 = 实体受益	 蓝 = 数据可信	 青 = 只在交汇处	 红 = 只作警示

色彩系统 · 颜色即语义 · 续

2.0 的色值改了，语义没改 「绿=实体／蓝=数据／青=交汇／红=警示」语义不变，改的是色值：1.8 的翠绿 #2ECC8F 与 2.0 的 #129D5F 相差 $\Delta 123$ 、科技蓝 #2E6BE0 与 #1878D2 相差 $\Delta 49$ ——两套并存会让同一份材料出现两种绿、两种蓝。**一律以 2.0 为准**——2026-10-09 全站换版已完成（75 份文件 271 处）；再现 1.8 色值即重出，不得两套同框。

深色档与品牌金 深底物料用深色档；金色只用于仪式级物料（证书、易拉宝、装裱海报）。**深底一律午夜蓝 #0A1E38，严禁纯黑**——这是三套体系里唯一完全一致的一项。

用量比例 · 一张物料上各色占多少

白 · 底 66% 午夜蓝 18% 绿 8% 蓝 5%

白底是主基调 午夜蓝只做仪式色 金 $\leq 3\%$

色不压字：正文永远落在白底或午夜蓝上。绿与蓝是**标记色**，用来指认「这是实体侧／数据侧」，不是背景色——整片绿或整片蓝的版面，一定是用错了。

禁止组合

绿底蓝字

纯黑底

大面积青

绿蓝互叠 对比不足且语义打架。 **纯黑底** 显廉价、印刷发灰，深底一律午夜蓝。

大面积青 交汇青是**点睛色**，铺成背景则「只交汇一次」这条规矩就废了。 **警示红** 不当强调色。

字体系统与 图形系统

数昌 Aa

思源黑体 Noto Sans SC

中文主字体 • 免费商用 • 全平台嵌入

三档字重 • 与字号分别管理

标题 900

强调 700

正文 400

网页正文 16-18px

印刷正文 $\geq 10.5\text{pt}$

⊖ 书法/圆体/POP 体

⊖ 密集小字

字体系统与图形系统 · 续



图形规则

蓝带＝数据流，绿带＝实体流。**两条带全幅只交汇一次，且只有交汇处出现渐变**——图形本身就是商业模式：数据与实体在这一点上互相成就。

交汇点即**那颗光点**，全套通用：品牌图形里是交汇处的光点，吉祥物白鹿小昌是鹿角尖的光点，温州故事里是北斗的星点。一个元素，三处讲同一件事。

⊖ 交汇超过一次

⊖ 非交汇处用渐变

⊖ 画麦穗／大厨／菜摊

字体系统与图形系统 · 续

品牌最多 12 档 · 单页通常 3 档

字号与字重分开；字号落值在[版式基准表 v2.1 SC-PP-2026-002](#) 维护一份。

文档类 36/20/16 px → 同一字号库换算为 27/15/12 pt

物料类 同库选取三档，整页等比输出；旧 S 字阶停用

本章的下限 网页正文 16–18px · 印刷正文 $\geq 10.5\text{pt}$ · 辅助文字只从 12/14px 选；必要时说明第四档用途

双流条 · 正误对照

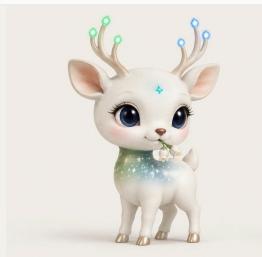


✓ 全幅一次交汇，渐变只在中点 ✗ 来回交汇，渐变铺满全条

交汇一次 = 一个商业模式；交汇多次 = 一条花边。物料上出现双流条时，先数交汇点：不是一个，就退回重做。

IP 形象标准 · 白鹿小昌

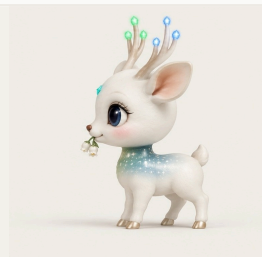
已定版 · 2026-10-09



正面 · 标准形

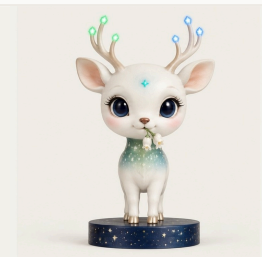
定版原件

- 一切物料的基准姿态 · 实测 2.32 头身



侧面

校验腿长与颈部弧度



展陈 · 午夜蓝星点底座

前台、展厅、礼品

IP 形象标准 · 白鹿小昌 · 续

已定版 · 2026-10-09

形体定值

体型 头身比 $1:1.32 = 2.32$ 头身（头占 43%），取自定版原件实测。**定值不设允差**——新图量颅顶／颌底／蹄底三点，偏了压回

材质 常态哑光珍珠白瓷，不发光；其余材质见后页四态

眼 深午夜蓝虹膜 + 双高光，眼宽约头宽 $1/3$

暖色 只有腮红与耳内粉两处；四足形态口衔白色小花一支，承 1.0 保留

鹿角 自然分叉，**每侧恰好三尖**（多一根即不合格）；尖顶**五面切面晶体**，六颗同形同大；见次页

眉心 交汇青四角星一颗，两眼正中略高，平贴额面，大小与一颗角尖晶体相当。**全身唯一星形**，与角尖晶体不得互换

最小识别 眉心一颗。48px 以下只留这颗，不画鹿、不画角

⊖ 不重绘

⊖ 不穿戏服

⊖ 不做一家三口

⊖ 禁 5 指

IP 形象标准 · 白鹿小昌 · 续

已定版 · 2026-10-09

为什么最小识别是眉心，不是鹿角 鹿角六个尖端缩到 48px 就是一团；眉心只有一颗，缩到多小都还是它。更要紧的是语义对得上——品牌图形「两条带全幅**只交汇一次**」，那唯一一个交汇光点，在 IP 上就是眉心这颗。六颗对不上「一次」，**一颗才对得上**。

由此定下三层识别，**放大是鹿、缩小是星、中间是角，同一个东西的三种距离**：极小尺寸只出眉心；中等尺寸出白鹿+分叉角；完整展示才出四态。

两项定值靠量，不靠看

体型 不设允差。出图后量三点——头骨顶（不含角）／下颌底／蹄底（不含阴影），偏了用校正器缩放腿段（头与躯干不动），压到 **2.32** 再入册。

鹿角尖端数 按色相聚类自动判定 3+3。**肉眼在缩略图上必错**，必须用工具。

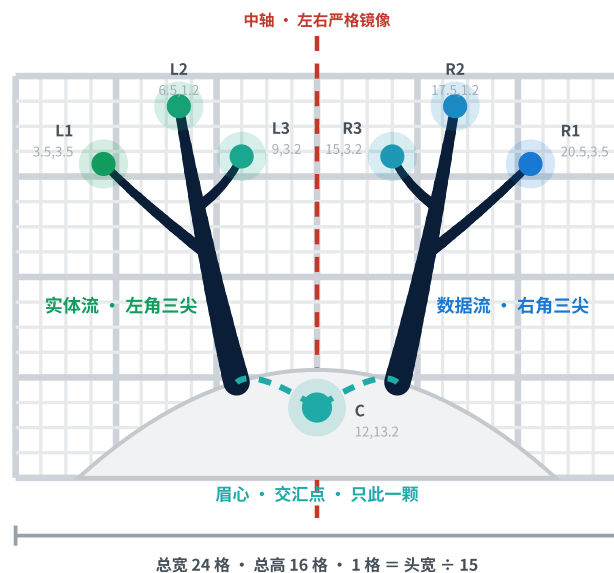
校正器与验收流程归档在 IP 概念稿/定版规格/（本地，未上站）。

鹿角构造标准

定值 · 不得自由发挥

形态承 1.0 的自然鹿角——主枝向上后扬各分三尖，**不是几何折线、不是天线**。七个尖端：**左三实体绿、右三数据蓝、眉心一颗交汇青**。形状不得混用：角尖六颗**五面切面晶体**，眉心一颗**四角星**（全身唯一）。

格点构造 · 24 × 16 网格



鹿角构造标准

定值 · 不得自由发挥

· 续

七星色序 · 左外 → 眉心 → 右外

L1 左 · 外	#129D5F	3.5, 3.5 实体流
L2 左 · 顶	#16A177	6.5, 1.2 实体流
L3 左 · 内	#1BA690	9, 3.2 实体流
C 眉心	#1FAAA8	12, 13.2 眉心 · 交汇
R3 右 · 内	#1D99B6	15, 3.2 数据流
R2 右 · 顶	#1A89C4	17.5, 1.2 数据流
R1 右 · 外	#1878D2	20.5, 3.5 数据流

七颗从**实体绿 #129D5F**一路过渡到**数据蓝 #1878D2**，正中那颗必然是**交汇青 #1FAAA8**——它落在眉心，是整个形象上唯一的交汇点。**色序与位置一一对应，不得换位、不得跳色。**

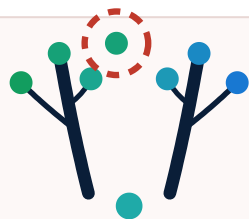
六条硬规矩：① 恒为七颗——左三、右三、眉心一；② **左右严格镜像**（1.0 的左三右四为不合格）；③ 每颗都**落在尖端**，不得缀在枝干中段；④ 左绿右蓝不得对调；⑤ 角体本身随形态材质走，**发光只在尖端**；⑥ **角尖晶体、眉心四角星**，六颗同形同大，不得互换。

鹿角构造标准 · 续

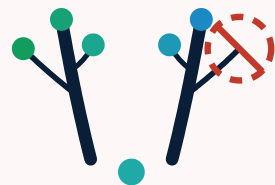
定值 · 不得自由发挥

格点定的是尖端落位，不是枝干画法 枝干弧度可随材质视角微调，但七尖须落在表列格点（ ± 0.3 格），且① 七颗 ② 左三右三+眉心一 ③ 左绿·眉心青·右蓝 ④ 角尖晶体·眉心四角星不可变。

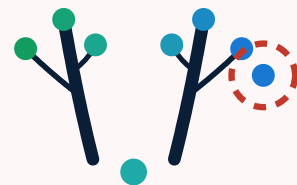
出图后逐张比对



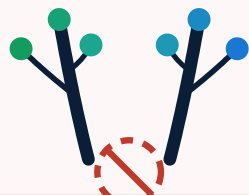
x 多于七颗



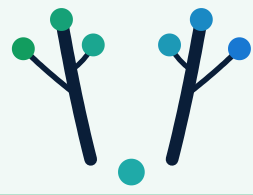
x 少于七颗



x 左右不对称



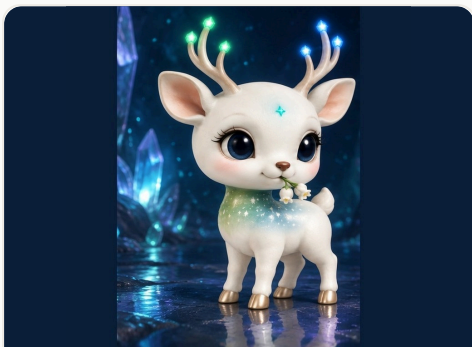
x 眉心缺失



✓ 标准形

四态体系 · 什么时候用哪一态

四态是小昌最核心的机制，务必保留。 小昌不是一个造型，是一套随语境切换的状态——它让 IP 直接承载品牌的三层语义：实体、数据、以及两者交汇的那一刻。口诀：**现实用白色 · 数据用线框 · 高潮用结晶。**

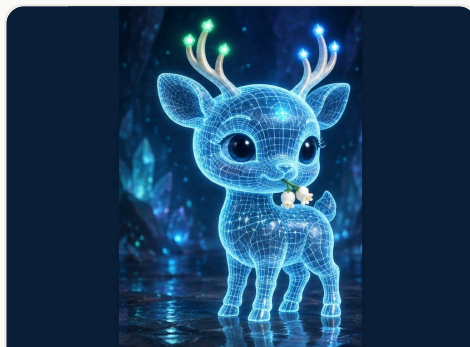


① 白色态 · 常态

哑光珍珠白、不发光。

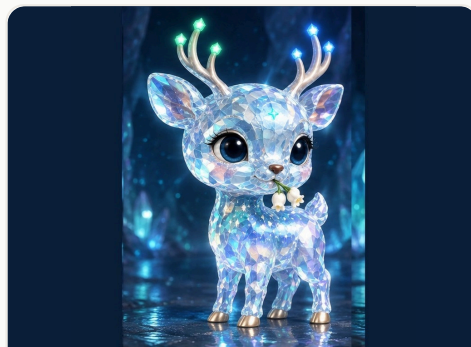
默认用这一态

：物料、页面、周边、名片，一切站在现实世界里的场合。落到物料上换白底。



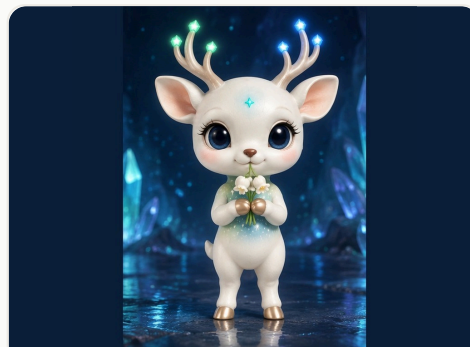
② 线框态 · 数据

午夜蓝深底 · 发光网格。讲数据、讲链、讲可信空间时用，
不进现实场景。



③ 结晶态 · 高潮

数据沉淀为资产的那一刻。
每条片子、每份物料限用一次，用滥即失效。



④ 拟人态 · 卖萌

直立捧花，
全套只此一张。
。不新增拟人姿态、不做表情包矩阵。

四态体系 · 什么时候用哪一态 · 续

切换规则

默认 没想清楚用哪一态时，**一律白色态**

同框 同一画面内**不得出现两种态**；要过渡请用转场，不并排

底色 白色态配白底；线框态与结晶态一律午夜蓝深底，**严禁纯黑**

频次 结晶态每份物料**限一次**；拟人态全套**限一张**

鹿角 四态鹿角**完全相同**——六颗切面晶体+眉心四角星，色序不变，**不因材质改画法**

为什么四态比三个造型强 三个造型是三个 IP，用户记不住；四态是**同一个角色的四种处境**，看一次就懂——白的在现实里走，蓝的在数据里走，结晶的是两者合上的那一下。这正好是品牌图形「两条带只交汇一次」的同一个道理，也是为什么**结晶态必须限次**：交汇多了，就不是交汇了。

四态出自同一套素材，体型、鹿角、底色完全一致——这是本页的前提，换任何一张就没法比。四张**一次成图**并逐张过检：鹿角 3+3、头身 2.32、眉心与鹿角尖星等大。需要改动时**四张一起重出**，不单换。

IP 授权与工艺门槛

学熊本熊 · 不搞分层

要让几万家商户用起来，授权流程顺不顺畅，比版本分几层重要得多。事前审批会把商户挡在门外——**不审批、免费用、出事再撤。**

五条授权规则

谁能用 省代、区县合作方、接入商户——**免费，不收授权费**

怎么拿 到[品牌资产清单](#)取包，填一句用途即可：**标志包 · IP 包 · PPT 母版**

能改什么 只能**整体等比缩放**；单色版可在黑／白／品牌绿三色中选一色

不能改 形体、比例、七星数量与色序、姿态；**不得加字、不得拆开单用鹿身**

怎么管 不做事前审批，**事后发现违规即撤回使用权**

🚫 不重绘

🚫 不穿戏服

🚫 不做一家三口

🚫 禁 5 指

IP 授权与工艺门槛 · 续

学熊本熊 · 不搞分层

四工艺硬测试 · 定稿门槛

形体定稿前必须过印刷 · 绣花 · 亚克力 · LED 屏四关。撑不住的形体不定稿——它最终要被几万家商户拿去用，而他们的工艺条件我们控制不了。

工艺	卡在哪
印刷	细线断、辉光糊成一片
绣花	渐变绣不出，只能走单色版
亚克力	镂空处易断
LED 屏	暗部糊成一团

过关判据打样后写入。

商标状态

数昌／浙昌链／消费宝／白鹿小昌＋口号，9 / 35 / 41 / 42 类检索与申请中。未注册前不得标®，对外只写名称本身。

IP 授权与工艺门槛 · 续

学熊本熊 · 不搞分层

下载包 · 对外只发这三个

标志包 9 张 SVG 矢量（全标彩／白／黑 × 平底／深底）＋使用须知

IP 包 标准原件＋四态各一张＋使用须知（三条定值、同框与频次规则）

PPT 母版 白底版＋深底版双版

三包之外不另发。取包见[品牌资产清单](#)。

应用系统 · 真实物料



应用系统 · 真实物料 · 续



三条通用规矩 ① 标志一律贴原件，**双流条全幅只交汇一次**；② 上墙、上屏以图为主，文字只留一句——墙面不是文档；③ 深底一律午夜蓝，标志用白色透明版，**严禁纯黑底**。

常用规格 名片 90×54 工牌 54×86 信纸 A4 证书横版 易拉宝 80×200 / 100×200 公众号头图 1080×460

版心、间距、安全区、出片 dpi 的定值一律查[版式基准表 v2.1 SC-PP-2026-002](#)，本章不重复写数。 ④ **空间物料不在本章**——形象墙、展厅、导视、省／区县分区稿见[设计规范 SC-PP-2026-006](#)。

视频规范

片头 · 片尾（定版）

片头 1.5 秒：北斗七星连点勾出鹿角 → 标志浮现。

片尾 3 秒：标志 + 「科技助企 · 数据昌业」 + 光流条。**所有视频统一，不另创。**

声音 · 双声轨

叙述者 = 沉稳男中音（格局段）；小昌 = 清亮童声偏中性（故事段），不嗲不闹。
「确权之声」金属定音 = 品牌音效种子。

色彩 · 规格

深色世界一律午夜蓝 #0A1E38（严禁纯黑）；光效用 #129D5F 与 #1878D2。主片 16:9 · 1080P 起 · 25fps。

视频规范 · 续

时间结构 · 所有片子同一骨架

片头 1.5s 正片 · 内容主体 片尾 3.0s

片头片尾是**固定资产**，各片直接套用，不允许每条片子重做一版——观众三秒内认出是谁，靠的就是这两截不变。

社媒竖版 9:16 必须重新构图，硬裁横版视为不合格；交付含字幕版 + 无字幕版各一。

现实用白色 · 数据用线框 · 高潮用结晶（每片限一次）

🚫 数字必须带出处或标「规划目标」

画面安全区 · 横竖各一套



16:9 主片

9:16 社媒

水印 = **眉心四角星角标**（同 07 章最小识别），右下常驻，不透明度 60%、高度 = 画面 1/14；不用整鹿、不用全标。

竖版必须重新构图——主体重新居中、字重新排，硬裁横版视为不合格。

视频规范 · 续

交付清单 · 每条片子交六样

① 主片 16:9 · 含字幕版

② 主片 16:9 · 无字幕版

③ 竖版 9:16 · 重新构图

④ 封面帧 PNG · 首屏一句话

⑤ 字幕 SRT 独立文件

⑥ 工程文件与素材包

政策依据 · 我们站在哪些文件上

四份可引用的文件

国家级

《「十四五」数字经济发展规划》

用于 · 对政府话术首句

国务院印发 · 数据要素市场化配置的顶层依据

部委级

《关于实施数字消费提升行动的通知》

用于 · 定位与赛道说明

商务部办公厅 · 主赛道的直接政策出处

政策依据 · 我们站在哪些文件上 · 续

地方级

《温州市数据产业促进条例（草案）》

用于 · 「为什么是温州」

含起草说明 · 「为什么是温州」的法条支撑

行业标准

工信部人才交流中心岗位能力标准

用于 · 学院与证书页

T/MIITEC 025-2024 · 数昌学院三类证书的发证依据

政策依据 · 我们站在哪些文件上 · 续

讲政策比讲技术有用——对政府话术首句可用。底线只有一条：**只引用文件名与出处，不得声称「政策支持我方」「政府背书」**。写全文件名与发文单位，不加形容词、不作因果推论。

✓ 这样写

依据《关于实施数字消费提升行动的通知》（商务部办公厅），消费数据的确权与流通正在推进。

沙盒一律写

「申请中」

。

上游统一写

「与华夏可信共建 · 信用生态可信数据空间 2.0」

。

证书依据写

「T/MIITEC 025-2024」

标准号，不写「国家认证」。

政策依据 · 我们站在哪些文件上 · 续

x 不能写

商务部支持我们开展数字消费试点。

国家政策为我方背书 / 已列入国家规划。

沙盒

「已获批」

。

把发文单位简化成「上面」「有关部门」。

用「国家级平台」「官方指定」描述自己。

✓ 该说

工业和信息化部人才交流中心 · 数昌学院（并列署名）

技术底座 · 两张四层图，别讲混

业务视角 · 从链到监管（对外这张）

四层架构：从链到监管

- 04 监管穿透层
四流合一，实时可查
- 03 信用驱动层
从数据汇聚到信用驱动
- 02 可信数据空间层
数据不出域，价值可流通
- 01 区块链层
全流程链上留痕，自主可控



从技术架构看，这套体系分为四层 —— 从链到监管。

技术底座 · 两张四层图，别讲混 · 续

区块链层 → 可信数据空间层 → 信用驱动层 → 监管穿透层。

这张讲价值怎么长出来：底下存证，中间确权流通，上面驱动信用，最终能被监管看穿。

技术视角 · 系统分层（对内／技术尽调这张）

应用层

超级 APP · 消费行业可信数据空间 · 让利与确权合约

服务层 BaaS

一键建链 · 合约 IDE · REST/SDK · 全国组网视图

核心层

MyChain V3 六大服务 · MyTumbler 共识 (SOSP'23) · 国密

基础层

私有化部署 · 国产 OS 全适配 · x86 / ARM 双架构

技术底座 · 两张四层图，别讲混 · 续

哪张图给谁看

政府 · 监管 → **左图**（讲穿透与可查）

商户 · 省代 → **左图**（讲价值怎么长出来）

技术尽调 · 集成方 → **右图**（讲接口与部署）

品牌物料 · 大众 → **两张都不出**，只出那两句话

对外只讲两句：消费行业可信数据空间（主）+ 数字消费 AI 算力系统（副）。**浙昌链=数昌与蚂蚁数科共同研发**——产品定义数昌主导，底层技术蚂蚁兜底；被问到再讲，不主动展开。

两张图不混着讲，也不混着发——右图含蚂蚁链 BaaS V3.1.1 文档内容，只在技术尽调场合出，不进公开物料。

语言系统 · 双轨话术

两套话术，场合决定用哪套。官方版上峰会、政府汇报、部委场合——**不打比方、不用口语**；大白话版对市场与加盟商——**比喻锁定菜市场体系**，不再另造。**两套不可混用**，尤其官方场合出现比喻，会被视为不严肃。

语言系统 · 双轨话术 · 续

官方版 · 四类场合

对象 话术

对政府 破解公共数据的三不，我们做行业篇
按月报送四类成果，每个数字可核

对省代 区县卖给谁、卖多少钱，您自己定
我们不抽区县那层的钱，只做赋能帮您快回本

对商户 你的经营数据，从成本变成资产
我们不碰您的钱，只让数据帮您做生意

对大众 消费就有权益，消费宝直接抵扣
让实体经济长出数据资产

大白话版 · 菜市场体系（唯一一套比喻）

可信数据空间 一个管得住的新型菜市场——谁能进场、谁卖什么、秤准不准，都有人管

数据不出域 菜不出摊。你到摊前挑、当场看，但不让你把整摊搬走

确权 这筐菜是谁的，记在账上；卖了钱分给谁，清清楚楚

第二价值 菜卖完了，摊主手里还多一本「谁常来买什么」的账——这本账也值钱

让利 让多少摊主自己定；定下来之后，其中六成多直接回到买菜的人手里

语言系统 · 双轨话术 · 续

四张词卡 · 对外一句话（0915 定版）

数据 每一笔真实消费的记录

AI 读懂数据，给生意出主意

可信数据空间 让数据用得上、护得住、分得清的地方

第二价值 成交之外，沉淀为数据资产

逃生句 · 术语必须配一句

术语后面紧跟一句大白话，中间用破折号。

「**可信数据空间**——说白了，就是一个管得住的新型菜市场。」

「**数据入表**——就是这笔数据能写进公司账本，算公司的家当。」

交付标准

定位系统总表（11 句各归其位）在定位模型 SC-PP-2026-007——本页只管「怎么说」，句子本身在那里维护一份。

用他们会说的话写。专业术语不进营销物料；确需出现时必须配逃生句。判断标准不是「说得准不准」，而是**团队能不能直接拿去用**——念一遍，卡壳的地方就是要改的地方。

禁用词表 · 越线即废

- 🚫 独家
- 🚫 政府背书
- 🚫 保本／稳赚／回报承诺
- 🚫 通证（改称消费权益）
- 🚫 升值／涨价
- 🚫 沙盒已获批
- 🚫 消费宝可变现
- 🚫 上万家（口径未定）
- 🚫 数字资产（改称数据资产）
- 🚫 数据兴国（旧口号，现为「科技助企 · 数据昌业」）
- 🚫 AI 助企 · 数字兴国（禁用旧口号）
- 🚫 数产融生态链（统一叫浙昌链）
- 🚫 华润数科（禁用；对外写清润数科）
- 🚫 81 个地级市（禁用；没有市级）

✓ 该说

与华夏可信共建 · 信用生态可信数据空间 2.0

✓ 该说

浙昌链＝数昌与蚂蚁数科共同研发 · 共识算法国际顶会（SOSP'23）· 国密

禁用词表 · 越线即废 · 续

✓ 该说

监管沙盒「申请中」· 数字全部可查证

✓ 该说

22 省 · 165 区县（两级制，没有市级）

✓ 该说

10000+ 签约商户（对外统一口径）

✓ 该说

让利比例商家自定，其中 62% 给消费者；核销可跨店

禁用词表 · 越线即废 · 续

✓ 该说

消费权益 · 消费宝直接抵扣（不说通证、不说变现）

✓ 该说

数据资产可确权 · 可流通 · 可入表

✓ 该说

国产许可式联盟链（统一叫法，不叫数产融生态链）

✓ 该说

消费行业可信数据空间（主品牌）· 数昌科技（出品方）

禁用词表 · 越线即废 · 续

✓ 该说

数据不出域 · 可用不可见

✓ 该说

一笔消费，两份收成（大白话版主张）

对外物料只写正面表述。出处页码、人名，以及「不能说什么」的内部纪律，都不上对外图。内部生词表也不挂对外页面。

分场合禁区 本表管用词；**哪个场合不能碰哪件事**（政企 · 媒体 · 招商 · 地推 · 消费者 · 学院）见[定位模型 SC-PP-2026-007](#)。

配套规范 · 三份文件的分工

品牌手册 2.0 · 排版修订 v2.1

SC-PP-2026-001

本文件 · 管「是什么」

主张、架构、标志、色彩、字体、图形、语言、红线

版式基准表 v2.1 ↗

SC-PP-2026-002

管「摆在哪」

文档网格、元素定值、色彩令牌、物料模数网格、印刷输出

文档编号规则 V2 ↗

SC-PP-2026-003

管「哪版作数」

六类代码、PP 类状态字段、已发编号登记、升版记录

三份文件的关系 手册定义品牌本身，版式基准表把手册的色彩与字体落成可执行的定值，编号规则管住「同一件东西有几个版本时谁作数」。色彩令牌只在版式基准表里维护一份，手册第 04 章与所有物料引用它，改一处即全体生效——这是 1.8 与 v1 各自定色、互不知情的问題根源。

三条共同铁律

- 一、**改表即升版**：任何一个数值变更都必须升版号并全册重排复核，不允许单页例外。
- 二、**新增一律照表**：新页、新提案、新物料一律用表内数值，不得逐件自定义。
- 三、**升版记录登记在编号规则第四节**，与首次发号同处，不另建台账。

配套规范 · 三份文件的分工 · 续

版本沿革 · 2.0 相对 1.8 改了什么

色彩	1.8 的翠绿与版式基准表 v1 的绿相差极大，三套体系只有午夜蓝 #0A1E38 一致。2.0 起 色值以版式基准表为准维护一份 ，新物料一律引用；存量已按 2.0 换版（75 份 271 处）	IP	白鹿小昌形象 已定版 ——取暖白瓷萌版为标准原件，头身比 2.32、角尖六晶体、眉心一星三条定值已写入 07 章，可用于对外物料
标志	组合标志体系定版（深底版／浅底版），一律贴原件； 双流条全幅只交汇一次	编号	新增 PP 品牌物料类 与状态字段，三份规范自身纳入编号管理（001／002／003）

一根钉子 · 两把锤

 钉子 消费的第二价值 唯一信息点 · 11 句总表见 007	 高级锤 · 品牌场 让每一笔消费，都长出第二价值 发布会 · 官网 · 政企；≤8 字	 咆哮锤 · 转化场 一笔消费，两份收成！ 招商 · 地推；重复上口
---	--	--



消费行业可信数据空间

让实体经济长出数据资产

浙江数昌科技有限公司 出品

品牌手册 2.0 · 排版修订 v2.1 | SC-PP-2026-001 | 2026-10-09