FULL BRAND EXPERIENCE / 2026

全新全套品牌 VI

首批落地视觉方案

让空间、舞台、物料与传播
共享同一套品牌语言。

舞台空间效果渲染 / 方案视觉稿，非门店现场实拍或施工图

什么是品牌，什么是品牌形象

品牌不是一张标志，而是顾客每一次接触后形成的整体印象。

品牌是什么

品牌是经营者对顾客的承诺，也是顾客基于产品、服务、空间与口碑长期形成的认知。

对西部酒城来说，它代表一段有辨识度的夜生活体验：客人知道来到这里会进入什么氛围、获得怎样的服务。

品牌形象是什么

品牌形象是这份承诺被看见、听见和体验到的样子。标志、色彩、空间、员工、菜单、舞台、活动内容与服务细节共同构成它。

统一的视觉和体验让客人认得出、记得住，并愿意再次选择。

西部酒城的品牌表达

核心识别	蜥蜴羽冠徽章 · 西部酒城 Party Club
空间气质	深胡桃木、皮革、黄铜与暖琥珀灯光
情绪体验	热烈、自由、友好、有记忆点的夜晚
执行原则	新增物料沿用同一标志、色彩、字体与版式逻辑

品牌建立清晰承诺；品牌形象把承诺　定地呈现在每个真实接触点。

已完成的成品保留，新应用接入同一系统

本次补充应用系统与新增舞台，不重做已有项目。



当前正式标识 · 继续作为品牌核心

已完成项目：沿用现有版本

- 门头 / 外立面
- 服装 / 胸牌
- 招聘广告
- 电子酒水单
- 小程序 / 官网
- VIP 卡 / 桌面物料

新增物料共用的基础语汇

暖黑　酒馆深绿　旧黄铜　赤陶红　暖象牙

辅助图形：羽饰线条、徽章边框、木刻牌匾结构。中文标题有招牌感，正文保持易读；图形不遮挡价格、时间、二维码和安全信息。

门头、服装、招聘、酒单、网站、小程序与胸牌视为已完成基准件，本次不替换或改稿。

已完成成果总览：保留已做的，补齐缺失的

已归档、已上线预览、用户确认但源文件未归档的成果分开记录。

品牌与传播基础

已归档：当前 Party Club 标志、透明底徽标、品牌视觉约定。
用户确认已完成：门头 / 外立面、员工服装、胸牌、招聘广告。
状态：本次不改稿；部分源文件和实景照片未归档。

酒单与会员物料

已归档：深色、白色及双语酒水单 PDF / 网页版；VIP 卡三档概念稿。
注意：VIP 卡稿为 10 月 17 日改名之前的品牌字样，作为历史成果登记，本次不替换。

订台与桌面物料

已归档 / 有线上成果：141 桌号订台图、单双号重排、桌贴两款及含菜单码版本、预订立牌样稿。
状态：设计稿与线上展示已完成；实际印制情况未在记录中确认。

网站与小程序

已发布预览：西部酒城官网私密预览、个人网站成果展示、会员积分小程序网页体验版。
状态：小程序仍是体验版，非正式微信小程序。

内部辅助成果

已归档：组织架构图、菜单及会员规则待确认清单、上线与制作记录。
作为项目运营档案索引，不混入顾客端品牌物料。

纪念币 / 盲盒 / 小物件

用户提及的纪念钱币、盲盒和其他小物件，当前工作目录与附件暂存区未找到原图。
收到照片后可作为已有成果归档入册。

核查范围：当前项目档案、output 成果目录、官网 / 小程序发布记录、本地图片文件名及本次附件暂存目录。

舞台实景效果：夜场的品牌主场

深木色结构、暖黄铜线条和琥珀光为固定骨架，LED 内容随活动切换。



舞台构成建议

01 **主 LED**
品牌与演出内容中心；片头、驻场和主题夜使用同一图形语言。

02 **两侧框景**
木饰面与黄铜线条建立西部酒馆轮廓，收口做暖色灯带。

03 **DJ 台面**
保留徽章识别位，保证现场照片中清楚可见。

04 **动态氛围**
羽饰线条与徽章纹样低速循环，亮度适配设备与现场安全要求。

舞台图为品牌概念效果渲染，非现有门店实拍；施工前按实际舞台尺寸、屏幕分辨率、吊点和灯光设备深化。

场内导视：客人看得懂，员工找得到

门头与外立面保持原有设计；本页补充进门后的静态功能标识。

楼层总索引 | 包间 / 卡座门牌 | 吧台 / 寄存 / 服务 | 洗手间 / 出口 | 提示 / 禁止标识













统一版式：深底色 + 黄铜细框 + 中英双层级 + 大方向箭头。安全标识遵循现场消防规范；制作前实测尺寸、视距、墙面与点位。

首批实体物料：让客人把品牌带到手边

先做高频、易补货的物料，再根据使用反馈扩充周边。



建议首批制作

杯垫 / 纸巾
桌面高频触点；深色皮革纹与金色徽章。

外带纸袋 / 杯套
延续木色、暖棕与铜金色；标识简洁突出。

活动手环 / 票券
用色区分票种、VIP 与工作人员；规则先核定。

邀请卡 / 礼品卡
用于会员生日、活动邀请和合作赠礼。

门牌 / 服务牌
与导视系统共用边框、数字与文字层级。

物料照片为概念摆拍渲染；现有酒单、桌卡只作材料氛围参考，不替换已完成版本。

活动宣传 + 舞台屏幕：每场换内容，不换品牌

一套模板支撑主题派对、艺人介绍、会员专场和临时公告。

主题 / 日期 / 订位入口

WEEKEND PARTY

周末主题夜

主题 / 日期 / 订位入口

LIVE AT WEST

驻场演出

主题 / 日期 / 订位入口

MEMBER NIGHT

会员专场

舞台动效四段式

04 收尾	品牌标识与服务入口回归静态
03 演出	主标题与艺人名按统一字级替换
02 循环	羽饰线条与几何纹样慢速延展
01 入场	徽章从暗部显现，暖金边缘扫光

统一输出比例

- 竖版活动海报
- 9:16 短视频封面
- 16:9 舞台屏幕
- 社交平台裁切版

图中活动标题为模板示例，不代表已确认演出安排。发布时只替换主题、日期、艺人照片、订位入口和活动规则；标识安全区、色彩、字级和边框保持不变。

所有动态屏幕遵循低闪烁、文字清楚、亮度适配现场的原则；最终文件按屏幕分辨率与控台格式输出。

第一批落地：先出样、再量产

这份方案可用于提交与内部确认；批量制作前补齐实测数据。

空间

- 室内楼层 / 功能导视
- 包间 / 卡座门牌
- 服务 / 寄存 / 卫生间

现场

- 杯垫 / 纸巾
- 外带袋 / 杯套
- 邀请卡 / 票券手环

演出

- 舞台实景概念
- 16:9 LED 主屏视觉
- 活动海报 / 周排期模板

制作前核对

导视：现场平面图、点位、尺寸、安装面、视距

印刷：规格、材料、工艺、数量、打样

演出：屏幕分辨率、比例、控台和亮度

线上：正式账号、二维码、活动信息、授权素材

请补发原图，便于把已有纪念品补进成果册

1) 纪念钱币正反面；2) 盲盒外包装、盒内物和整套合照；3) 其他小物件合照及单品近照。也请标明哪些已打样 / 已制作，哪些只是概念稿。

本次已提供品牌应用方向、舞台与物料效果、统一使用规则及成果盘点。施工图与印刷出片待实测尺寸和信息确认。