

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计创新者!

本期刊协办公司/频道 Co sponsoring company / channel of the Journal:



简米创客  
Jeremymaker

简米工程  
Jeremy engineering



简米培训  
发现你的天赋!



专业的连锁设计研究及信息发布平台

简米月刊编辑部  
JEREMY Monthly editorial department

400-666-8202

ADD: 广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 3315 室

TEL: +86-20-83622043 29123898

MOB: 134 30320847 (王先生 / 微信同号)

HTTP: www.jeremycn.com

E-M: 289884595@qq.com



关注我们随时获取



简米月刊 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

## 广州涉外学院设计知识分享

### 连锁课堂

「金店面装修逐有哪些？」

# PICK ME TEA



简米知识分享

照明第11讲 | 发光强度

新案 | 桃茗山鲜果茶——桃式真滋味

在学习中成长 | 在分享中收获

Grow in learning Gain in sharing

## | 卷首语 Preface

依托简米十多年的连锁品牌设计实战经验，「简米月刊」应运而生。

月刊自 2012 年创办至 2018 年 3 月一共发行 92 期，简米月刊作为内部资料供业内外连锁从业者学习参考，受到了众多客户及设计同行的高度评价。

「简米月刊」中断两年后于本月恢复发布，新一期月刊借简米官网 4.0 版上线及简米旗下自媒体频道“简话”同步发布。

2019 年末简米新书《品牌终端设计实战》（清华大学出版发行）在新华书店、京东、天猫及简米小店上线后。我们积极探索希望将简米打造成学习、开放、分享型的设计组织。

简米月刊将继续为连锁设计领域的从业者带来专业的行业资讯及知识分享。

简米创始人：



2020.4 .13

广州

| 《简米月刊》编委会

主办：广州简米品牌策划有限公司

协办：简米各分公司、简米培训、简话频道、原粹、简米创客、终端设计中国网

顾问：李平

主编：王进

副主编：周文洋

编委：（排名不分先后）

JESSICA 彭绍普 徐江丰 李晓霞



| 本期封面图片

桃茗山鲜果茶（简米设计）

| 投稿热线

400-666-8202

| 投稿邮箱

289884595@qq.com

| 目录 CONTENTS

> 简米资讯

广州涉外学院设计知识分享

008

> 简米案例速递

桃茗山——桃式真滋味

010

连锁课堂「店面装修注意有哪些？」

014

SI 设计 | 纽悉尼 YSG.STUDIO 店铺设计

016

SI 设计 | LV 快闪店设计

018

VI 设计 | 澳大利亚 The White Boathouse VI 设计

020

> 简米知识分享

照明第 12 讲 | 发光强度

022

# 简话 # 目录

024

趣话「简米人」

026

关于「简米」

028



## 广州涉外学院设计知识分享

> 简米快讯

近日，简米创始人王进先生受邀于广州涉外学院为广大莘莘学子作设计专业专题分享，

为年轻学生的专业学习开题，结合学院专业学习的需求，从学习态度到学习方法，从设计思维到职场应用，分享了自己大学毕业后的创业经历，为即将踏出大学校门的同学们带来不一样的分享体验。

其清晰的专业分析和生动简米团实战案例，他凭借自己在设计实践中积累的经验和丰富阅历，给同学们讲解、分析了设计各方面的专业问题，引导同学们规划自己的就业职业规划，开启各自的设计人生。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签浙江汇明艺术墙布 SI 设计

简米新案速递

# 桃茗山鲜果茶——桃式真滋味

桃茗山鲜果茶品牌成立与 2021 年，位于山东临沂，是简米成功全案设计服务的母婴连锁品牌“王子羊母婴”旗下品牌，基于甲方对王子羊母婴的成功设计服务的认可以及简米在连锁品牌包装领域的丰富经验，王子羊创始人盛总在桃茗山项目时直接委托简米进行全案的包装设计。

## 乐桃茗山鲜果茶 -- 桃式真滋味

时间：2021 年

设计团队 | TEAM

项目管理：Aiven

空间设计总监：曾星

平面设计师：陈猪腩

空间设计师：葛新权

空间深化设计师：江丰

## 策略梳理 Strategy carding

店桃茗山鲜果茶从一开始的出发点即是打造奶茶连锁品牌，品牌的包装设计按照简米连锁品牌设计的米字模型思路展开

在当下，喝奶茶是追赶时尚和潮流的一种方式，在休闲、的时候，就会选择去奶茶店喝一杯奶茶消磨时光。生活水平提升，消费者休闲的时间增加，需要更多奶茶一类的休闲饮品来满足休闲生活。

奶茶店就像咖啡店一样，在为人们提供饮品的同时，也会为人们提供一个休闲放松的地方。

奶茶店经营除了产品，也是一种环境氛围经营。这也说明奶茶店的空间环境气质对于发展起着至关重要的作用。



## 桃式真滋味



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/262>

## 消费者画像 | Consumer portrait

消费群体的性别和年龄影响着他们对茶饮产品的偏好，购买的频率。

桃茗山的开店环境位于母品牌王子羊母婴的商超内，消费群体定位在年亲、时尚的宝妈们及儿童。

设计呈现上风格需要兼顾年轻时尚的宝妈与儿童视觉，简约温馨的同时，空间环境不失欢快，让孩子一眼喜欢。而对于儿童消费群体必须注重绿色健康卫生，着重宣传零添加，少危害的绿色健康原料，产品的制作工艺，店内的卫生要求等。消费心理上宝妈们这一点甚至比自身的需求更重要

## 产品定位 | product positioning

桃茗山的产品定位主打桃文化鲜果茶，把桃类饮品做深做透，让消费者的心智认知提到桃茗山直接联想到桃饮品口味很好，纯天然，口味好，让消费者可以记住桃茗山的桃文化，产生情感共鸣。

## 品牌调性 | Brand tonality

VI 设计系统是桃茗山的灵魂所在，我们在设计时与桃茗山主打的桃类水果茶这个类别主打产品结合，放大桃的元素识别价值，

主色调鲜艳的红色，结合消费群体的喜好与审美视觉，开发出一系列的应用、IP、物料等。

线下终端门店设计则相对简洁，去繁就简，提升品牌质感。

但因为桃茗山是一个初创的品牌，本身在起步阶段，我们在设计时避免极简，让门店环境不会显得品牌平淡无味，

同时在融入品牌 VI 元素：如 IP，VI 色等，让消费者快速的记住桃茗山的品牌及气质调性。



| 连锁课堂 |

## 店面装修注意有那些？

注 / 本文来自于互联网，简米收集编辑如有侵权请联系简米客服：400-666-8202

店面设计的优劣影响着买卖的火爆是否，由此可见一家家装效果非常好的店面针对店面盈利危害是挺大的，因而经营者们一定要重视店面设计常见问题，下边就介绍一下店面设计必须注意什么，根据对本文的阅读文章，坚信可以给各位带来一些好的参考，那么一起来瞧瞧吧。

### 1、店面工程建筑特性：

1) 店面是城市规划的一部分，要与街道社区周边的自然环境融洽、统一。连锁加盟店面的设计风格要与经营的总体目标、经营战略方针相一致，反映连锁加盟店特有的店面品牌形象。

2) 店面的建筑立面造型设计与周边工程建筑的方式和设计风格须要基本上统一，店面设计应保证突出主题、次序确立，有节拍的转变特性。

### 2、店面造型设计：

1) 店面外型有宣传广告的作用，因此要高度重视造型设计，针对店面经营新项目一目了然，一尽收眼底就可以让顾客清晰店面经营的是啥。

2) 店面外型室内装修风格要和经营的产品相一致，要可以突显店面级别及其产品特性**镜子**

例如：经营连锁便利店整体上必须有亲近、简约、轻快的觉得；经营高端店面就一定在外观设计上多狠下功夫，高度重视设计装修。

### 3、入口与橱窗展示：

1) 入口与橱窗展示部位、规格及安排方法是要依据店铺的地区自然环境、平面图方式、店面总宽等情况来主要的明确。

2) 店铺入口和橱窗展示要与广告牌、广告宣传、标示语这些的部位限度相融洽，可以清晰的分辨出去，也有一定的指引功效。

### 4、运用边沿室内空间：

例如店面的围廊、屋檐等边沿室内空间，是必须合理利用好，这种边沿室内空间具备敞开式、灵便、便捷买东西并能够人歇息及观光的作用特性，假如运用适当，可能产生许多顾客。

### 5、店面色彩解决：

1) 店面色彩对店面造型起着很重要的功效，根据比照色彩来加强店面造型设计的艺术特点，造就更为理想的视觉冲击。

2) 店面的色彩以高超度的暖色系为主旋律，恰当地应用家装材料的层次感、纹路，及其大自然的色彩，选用高纯的独特色彩，显眼的展现在顾客面前。



店面设计要反映出产品的特点，将它与店面的室内装修风格融为一体。

目的性设计装修，可以有效宣传策划产品自身，让消费者了解产品的优点，也就可以提升销量。

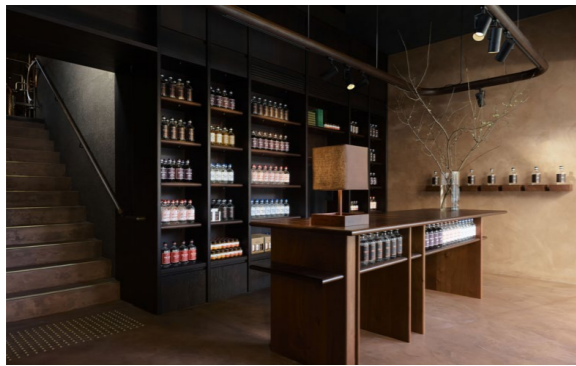
店面设计通俗一点说是要以民为本，突出产品特性，仅有做到这两个方面才算是确保销量的关键。

## SI 设计 | 悉尼 YSG.STUDIO 店铺设计

注 / 本文来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

该店铺设计项目位于澳大利亚悉尼, 该店铺设计旨在唤起与四柱杜松子酒产品的感官互动——从瓶装烈酒到注入杜松子酒的果酱和巧克力, 这家店面设计通过黑钢框架的玻璃墙在街道上吸引行人。里面, 都是采用木材。澳大利亚硬木的混合物清晰地表达了定制设计的细木工。

The store design project is located in Sydney, Australia. The store design aims to arouse sensory interaction with four column gin products - from bottled spirits to jam and chocolate injected with gin. The store design attracts pedestrians on the street through the glass wall with black steel frame. Inside, they are all made of wood. The mixture of Australian hardwood clearly expresses the custom designed joinery.





## SI 设计 | LV 快闪店设计

注 / 本文素材来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

该快闪店设计是继最近在曼谷举行的路易威登 2022 秋冬男装系列第二次展示之后, 该奢侈品牌在东京的男装精品店 SI 设计升级改造。

这家商店位于该市广受欢迎的涩谷购物区宫下公园购物中心的一楼, 大楼的玻璃外立面上印有大号印花大手帕字母组合图案, 这是已故创意总监 Virgil Abloh 决赛的关键图案之一。在内部, 头巾主题为主要展示, 从入口处的开始。在整个快闪店空间中, 以蓝色和白色的类似头巾图案背景为特色, 但搭配混合了扎染效果。

The design of the flash store is the upgrading of the Si design of the men's boutique of the luxury brand in Tokyo after the second exhibition of Louis Vuitton 2022 autumn winter men's clothing series recently held in Bangkok.



# VI 设计 | The White Boathouse VI 设计

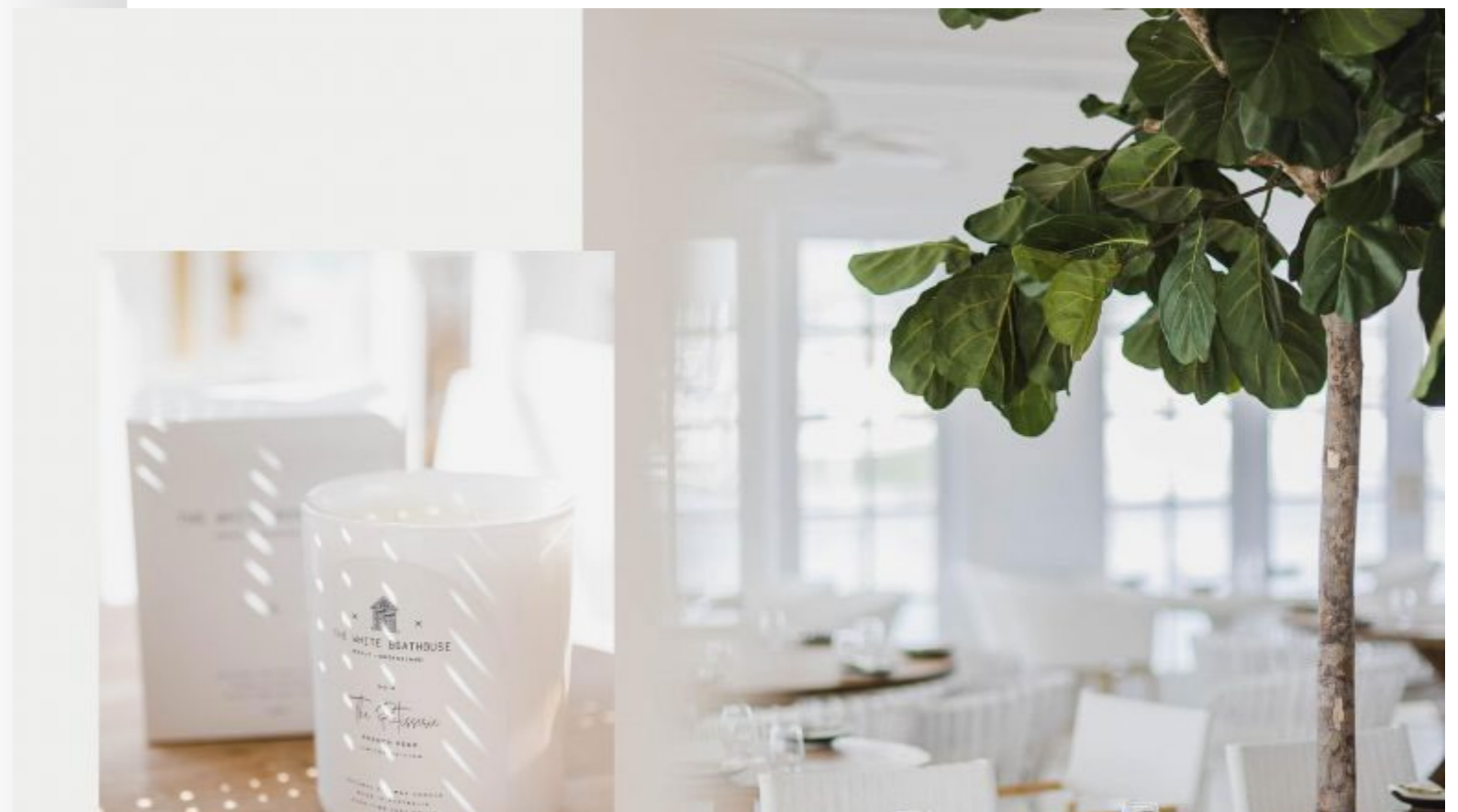
注 / 本文素材来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

该 VI 设计项目位于澳大利亚, The White Boathouse 由两个朋友创立, 他们希望在澳大利亚昆士兰州曼利的 Manly Boathouse 开设一家漂亮的餐厅, 一起打造一个生活方式品牌。

该 VI 设计项目核心为极简主义的品牌 VI 系统, 标志和包装设计的灵感来自沿岸嵌套的一小排船屋, 赋予品牌标识沿海和微风的外观, 将简洁设计与航海主题相结合的标识。

The VI design project is located in Australia. The white boathouse was founded by two friends. They hope to open a beautiful restaurant in manly boathouse, manly, Queensland, Australia, and build a lifestyle brand together.

The core of the VI design project is the minimalist brand VI system. The logo and packaging design are inspired by a small row of boat houses nested along the coast, giving the brand logo the appearance of the coast and the breeze, and combining the concise design with the navigation theme.



# 照明第 12 讲 | 发光强度

注 / 本文由简米收集编辑整理, 三雄极光提供技术支持

如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202



光属于电磁波的一种, 具有能量属性, 我们简单称之为辐射能量。光作为电磁波也有频率属性, 不同频率的光会形成紫外、可见光、红外灯各种广播, 人眼能够看到的就是可见光, 可见光根据频率不同, 人眼又会将其识别为赤橙黄绿青蓝紫等不同样色的光。

## 发光强度

发光强度 (Luminous intensity), 在光度学中简称光强或光度。用于表示光源给定方向上单位立体角内光通量的物理量, 国际单位为坎德拉, 符号: cd, 以前又称烛光、支光。

发光强度的定义考虑人的视觉因素和光学特点, 是在人的视觉基础上建立起来的。

容易混淆的是, 在光学中, 光强往往指单位面积的辐射功率, 由于人眼对不同波长光的相对视见率不同, 所以不同波长光的辐射功率相等时, 其光通量并不相等。

## 计算方式

发光体在给定方向上的发光强度是该发光体在该方向的立体角元  $d\Omega$  内传输的光通量  $d\Phi$  除以该立体角元所得之商, 即单位立体角的光通量。

其公式为:

$$I = \frac{d\Phi}{d\Omega}$$

单位为坎德拉 (cd), 光通量单位为流明 (lm), 立体角单位为 sr, 故  $1\text{cd}=1\text{lm/sr}$ 。



配图: 简米案例《查验四茶言》

## 简话目录

- # 简米 # 之照明系列专讲第 12 讲：发光强度 (最新)
- # 简米 # 之照明系列专讲第 11 讲：光通量
- # 简米 # 之照明系列专讲第 10 讲：色温科普
- # 简米 # 之照明系列专讲第 9 讲：光源显色性
- # 简米 # 之照明系列专讲第 8 讲：珠宝首饰店照明设计
- # 简米 # 之照明系列专讲第 7 讲：彩妆店铺照明设计
- # 简米 # 之照明系列专讲第 6 讲：试衣间的照明方法
- # 简米 # 之照明系列专讲第 5 讲：店面主题区照明原则
- # 简米 # 之照明系列专讲第 4 讲：橱窗功能区照明手法
- # 简米 # 之照明系列专讲第 3 讲：商业店铺照明设计目的
- # 简米 # 之照明系列专讲第 2 讲：大疆店铺照明思路分析
- # 简米 # 之照明系列专讲第 1 讲：商业店铺照明节能要求
- ...
- # 简话 # 第 077 期：SI 设计调查之商圈消费者问卷
- ...

更多请关注 # 简话

- # 简话 # 第 001 期：设计反复改稿不过怎么破？
- # 简话 # 第 002 期：品牌符号元素在店面中如何提炼运用？
- # 简话 # 第 003 期：传统文化元素在店面中如何有效运用？
- # 简话 # 第 004 期：连锁品牌如何打造差异化 IP 形象？
- # 简话 # 第 005 期：概念化店面设计呈现思路？
- # 简话 # 第 006 期：连锁品牌创建的“核心五点”
- # 简话 # 第 007 期：门头外立面 Logo 适宜出现多少合适？
- # 简话 # 第 008 期：对于设计师来说技术和灵感哪个更为重要？
- # 简话 # 第 009 期：连锁品牌包装设计的第一步及关键点是什么？
- # 简话 # 第 010 期：商业店面橱窗设计注意事项有哪些？
- # 简话 # 第 011 期：幼儿园及儿教育培训机构设计关键点有哪些？
- # 简话 # 第 012 期：创意设计与商业设计最大的不同是什么？
- # 简话 # 第 013 期：优秀设计师是怎样炼成的？
- # 简话 # 第 014 期：连锁店面必备的品牌终端设计 SI 设计详解
- # 简话 # 第 015 期：SI 系统设计能为连锁品牌哪些赋能？
- # 简话 # 第 016 期：曲线元素在连锁店面中设计注意事项
- # 简话 # 第 017 期：直线元素在连锁店面中设计使用方法
- # 简话 # 第 018 期：连锁 SI 系统设计与单店店面设计有哪些区别
- # 简话 # 第 019 期：连锁 SI 系统设计适用于哪些连锁门店终端？
- # 简话 # 第 020 期：SI 系统设计适用于连锁企业哪些阶段
- ...

点击查看：<https://www.jeremycn.com/tag/%E7%AE%80%E8%AF%9D>





### 日常很逗逼，工作有原则

- \* 第一则：坚守职业道德，不违良知
- \* 第二则：解决对的问题，不为错题提供正确答案
- \* 第三则：只专注连锁，不为眼前利益所动
- \* 第四则：永保好奇创新，不可固步自封
- \* 第五则：自我高要求，不可尽力而为
- \* 第六则：遇事先想能做什么，不是等别人解决
- \* 第七则：感恩分享享受启发，不挑刺
- \* 第八则：简单做人处事，不要森严复杂
- \* 第九则：靠客户口碑，不要评委的奖杯
- \* 第十则：反省谦虚，不可狂妄自大自恋欺人



# 关于简米 ABOUT JEREMY

中国连锁设计创新者  
服务中外企业上千家



大道至简，点米成金；让您的品牌“跳”出来。简米是一家专注于品牌形象设计的专业研究机构。多年来，一直致力于打造集战略高度、设计深度、执行速度三度一体的设计模式。简米擅长以精准的策略切中本质，以创意的设计提升附加值；专注于服饰、鞋包、餐饮、建筑材料、美容化妆、快速消费品等领域，为企业提供品牌策划、终端 SI 系统设计、平面视觉设计等服务。奉行“低成本打造专业品牌形象”的宗旨，为企业量身订制专业的形象套餐。

选择简米，将您的品牌装上强力的引擎，让您的品牌“跳”出来！

Simple is the core of the rule, subtle can perform wonders, Let your brand jump out of others.

JEREMY is a professional institution committed to brand image design, to establish a pattern of design that integrated the stature of strategic, the profundity of design and execution speed. jeremy is accomplished by prehension the core of the brand, to promote the value-added of the corporation by initiative design ideas.



6 Subordinate company 家直属公司 | 10 Meticulous practice 年精力修炼 | 40 Professional team 人专业团队 | 600 Brand results 家品牌成果

简米使命  
MISSION

让中国连锁走向世界

简米愿景  
VISION

中国连锁设计创新者

简米价值观  
VALUES

专注 | 简约 | 创新

## 简米广州（总部）

400-666-8202

ADD: 广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 3315

TEL: +86-20-83622043 29123898

MOB: 134 30320847 (微信同号)

HTTP: WWW.JEREMYCN.COM

E-M: jrmbd@jrmbd.com

