

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计领军者!

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



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: 广州市天河区天河路 242 号丰兴广场 B 座 2112 室  
TEL: +86-20-29123898 29833949  
MOB: 134 30320847 (王先生 / 微信同号)  
QQ: 289884595  
HTTP: www.jeremycn.com  
E-M: jrmbd@jrmbd.com



关注我们随时获取



简米出品 JEREMY MONTHLY

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2021/03 总第104期

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

# 小米200万的LOGO升级值不值?



简米知识分享  
3硬7软 | 软装设计的重要性

新案 | 欧文——让孩子爱上英语

Produced by JEREMY Copyright ©

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：



| 《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

欧文英语（简米设计）

| 投稿热线

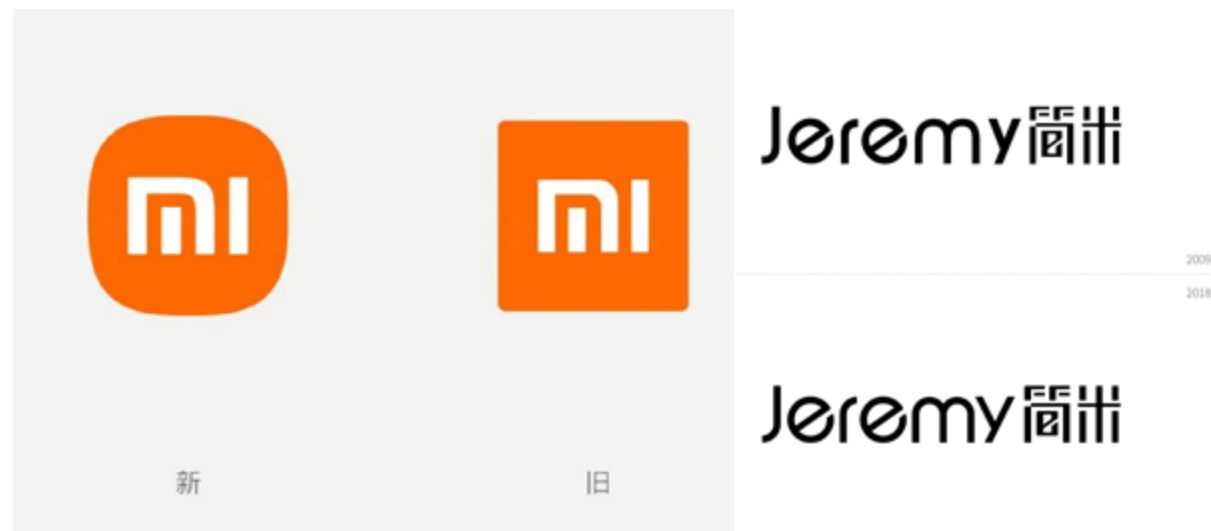
400-666-8202

| 投稿邮箱

289884595@qq.com

| 目录 CONTENTS

<b>&gt; 简米资讯</b>	
<b>小米 200 万的 LOGO 升级值不值</b>	008
<b>&gt; 简米案例速递</b>	
<b>欧文——让孩子爱上英语</b>	010
<b>连锁课堂「商业空间设计是什么？包含哪些内容？」</b>	014
<b>店铺设计   西班牙 Flow 瑜伽工作室设计</b>	016
<b>店面设计   越南 TAP 旗舰店设计</b>	018
<b>SI 设计   泰国 Foodie Collection 餐厅设计</b>	020
<b>&gt; 简米知识分享</b>	
<b>3 硬 7 软   软装设计的重要性</b>	022
<b># 简话 # 目录</b>	024
<b>趣话「简米人」</b>	026
<b>关于「简米」</b>	028



## 小米 200 万的 LOGO 升级值不值

### > 简米快讯

昨天，小米公布新 logo，设计师为原研哉，很多人看到新 logo，纷纷吐槽小米钱白花了据说小米的新 logo 用了三年时间，花了 200 万才做出来，而且请的是日本著名设计师原研哉设计的，到底值不值呢？

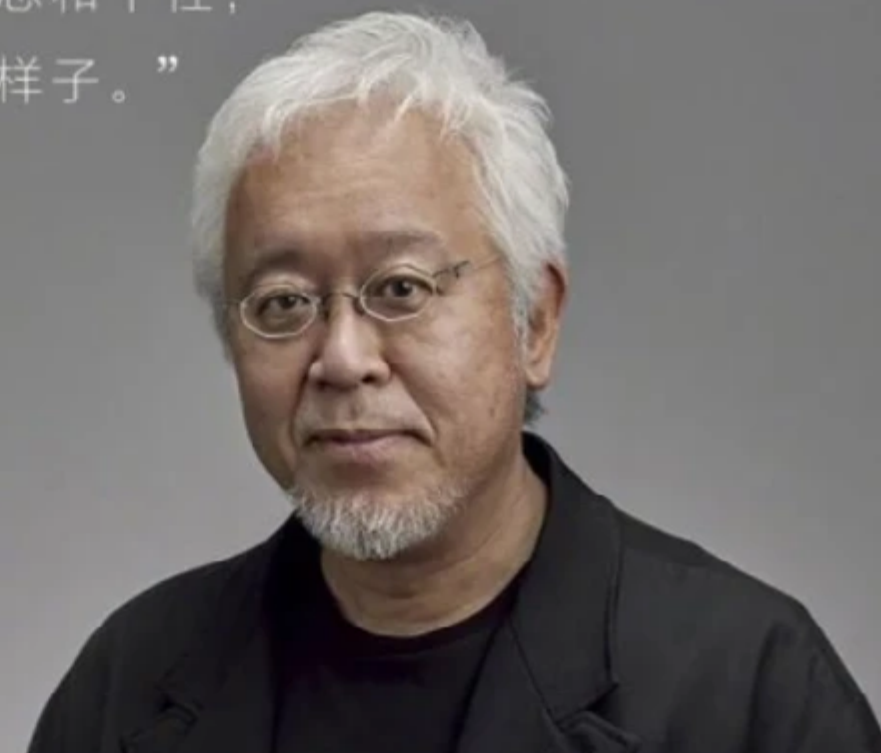
原研哉先生擅长简约风设计，他的很多作品对现代设计都有很深的影响。

LOGO 形象是基于企业发展状态的符号化体现，因此体现品牌气质才是最为重要的。如文化未变，未必要做“颠覆性”的升级。因此此次升级与其说是一次设计不如说是一次很好的传播，200 万让小米再次热搜还是很值的。

简米与小米一字之差，比小米还“大”两岁，我们的 LOGO 也经历过几轮微小升级。

Alive。  
生命感设计。

“在环境之间不断运动，  
始终保持一种平衡状态和个性，  
这也就是生命本身的样子。”



### > 简米本月动态

### JEREMY NEWS

简米新签约贵州叶咔香苗药 SI 设计

简米新签约上海某知名按摩仪器 SI 设计



简米新案速递

## 欧文——让孩子爱上英语

欧文创立于 2001，年专注 2—12 岁少儿英语教育，目前已有 100+ 直营学校，是西南地区最大的英语直营连锁学校培训机构，服务了过 160,000 余个家庭，并有过 10,000 名学员成功留学海外。国际教育巨头权威学术认证欧文联手圣三一考试委员会、哈佛商学院、培生考试中心、UExcel 学术考试机构，为学员提供各类国际语言和学术认证，客观检测学习成果。提供国际、国内游学活动提升学员实践能力，零距离接触国际教育巨头，感知世界多元文化。

企业官网：<https://www.owens.com.cn/>

### 欧文要解决什么问题？

通过背景可以看出，欧文教育本身是一家非常成熟的教育机构，事实上在这之前欧文也曾委托过一些国内外著名的设计公司，但始终未能系统解决形象问题。

本次合作是欧文教育为提升终端体验，实现连锁标准化，携手简米专业的 SI 设计输出，建立欧文教育连锁品牌识别，让欧文教育保持形象与理念的高度统一，增强校区有形的互动体验，优化环境氛围。通过现场互动极致的体验，构建欧文教育与用户之间的认知粘性，用专业的设计让艺术与技术结合，让用户场景与服务功能价值融合，触发用户使用与参与感。

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/246?code=1>

### 策略梳理 Strategy carding

在做设计之前，一定要搞清楚几个重要的问题：

## 欧文是做什么的？

在欧文，是在衣食无忧和充足的人文关怀下去启迪孩子，孩子的独立思考能力和原生精神，是让孩子通过自己的头脑去探索世界建立全新的认知，这是欧文的产品核心，如果把培训英语当做一门技能，那会只盯着结果，只会让孩子学了多少单词，会说多少句子，而欧文正在做的事情是：让孩子爱上英语，不仅仅是培养对应于感兴趣，而是对英语背后的世界充满渴望。

核心受众群体是谁？

这里消费群体要分为两部分：

**孩子：**实际受众群体

**家长：**实际消费群体

这里要说的是，在整个服务过程中是不可能让两个对象成为主体的，婴幼儿培训最终买单的是家长，受益者却是孩子，成人与孩子的视觉天差地别。终端设计呈现出来的视觉，必将围绕一个主体展开，结合欧文的核心定位，我们应当是将孩子作为核心的受众群体，因此，欧文教育的终端应该要围绕孩子展开，以童趣话的儿童视觉来呈现终端，而非做得多高端大气上档次！这也是欧文旧形象最大的弊端：视觉成人化，孩子呆不住！

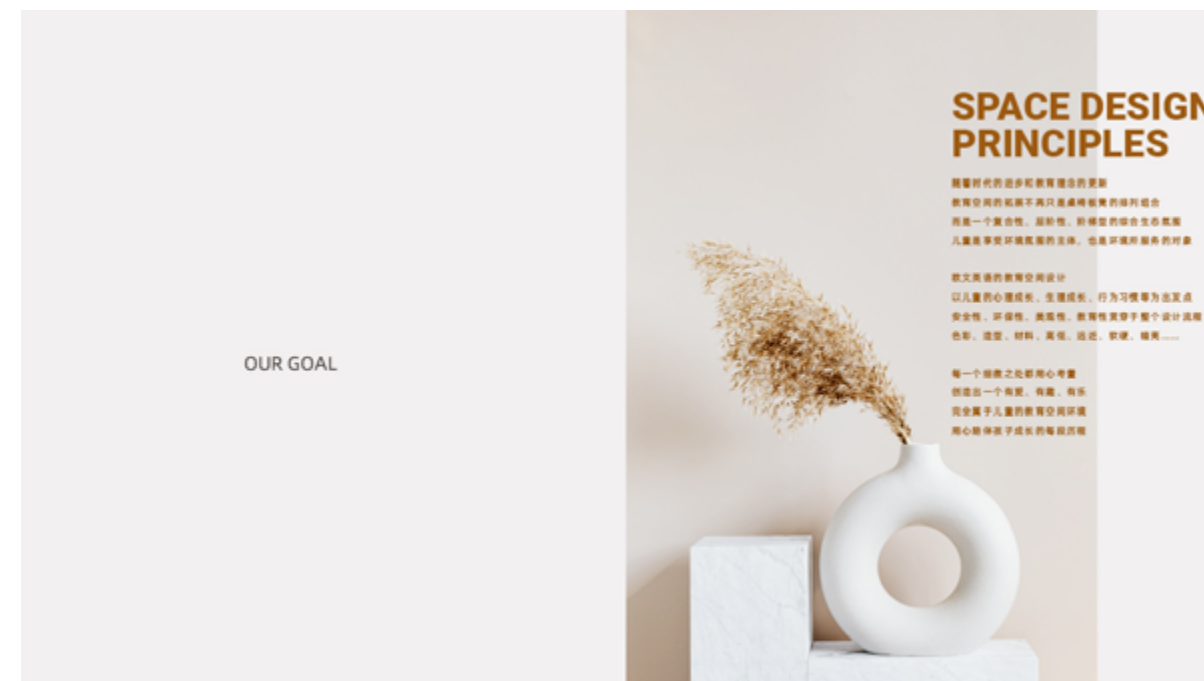
## 核心竞争力在哪里？

知行合一的美式教育，以“知行合一，美式教育”为核心理念，主张“全人教育、多元智能”，通过英语语言教育全面培养孩子的沟通能力、领导能力、创造能力、公众演讲能力、团队协作能力，帮助家长将孩子培养成适应未来需要的精英人才。另一方面，全面培养孩子的沟通能力、创造能力、协作能力、公众演讲能力、领导能力，将孩子培养成适应未来的精英人才。

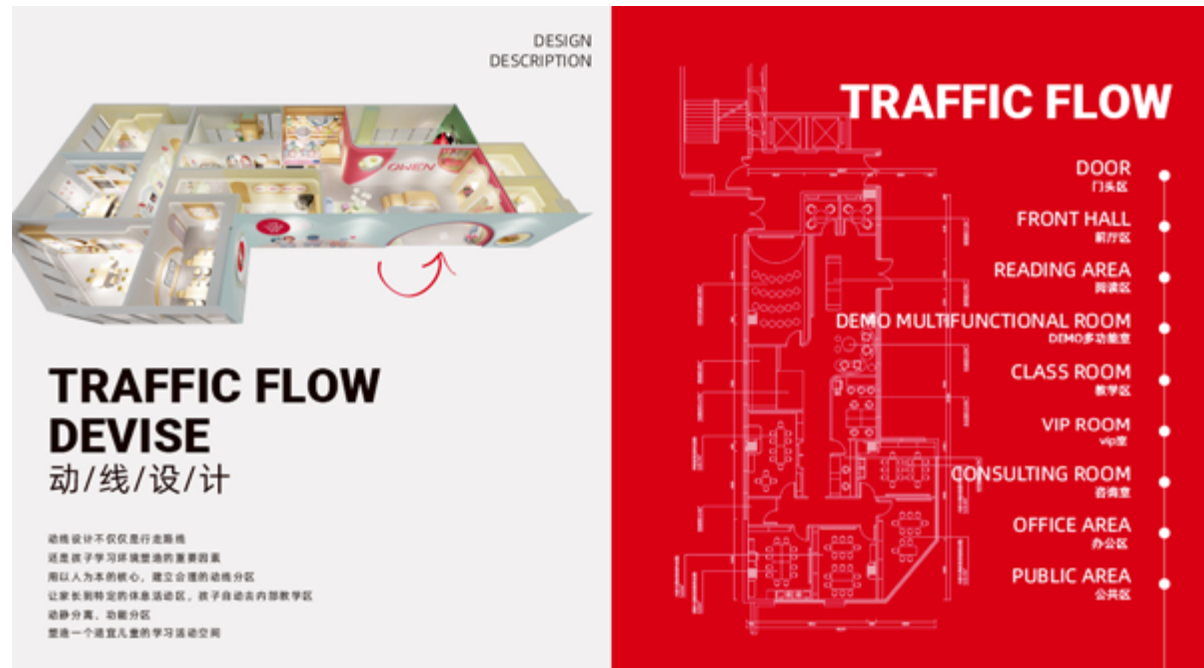


Helping children to reach their fullest potential-so they can feel more, do more and be more.

助力孩子发挥他们的天赋潜能，让他们去感受更多，做到更多，让孩子成为更好的自己。







**实景照片**

简米为欧文完成 SI 系统标准后陆续为欧文落地多家门店，以下图片为客户实拍提供





# 商业空间设计是什么？包含哪些内容？

文 / 彭绍普 (简米武汉)

文中配图为简米设计案例《鲸师》、《茶言四喜》、《斗记》

随着经济的快速发展，人们对物质生活追求的同时，也对精神生活有了更高的要求。人们已经不满足于简单的获取商品服务，更加在乎自己获取商品或者服务所处的环境及沉浸在其中的情感，商业空间设计正是在这一大环境背景下，取得了飞速的发展。

今天武汉简米编辑就和大家聊聊，什么事商业空间设计，包含哪些内容。

什么是商业空间设计，首先要了解什么是商业空间。所谓商业空间是指以提供商业服务为目的的场所。所以商业空间设计指用于商业服务用途的建筑物内部空间和外部环境的设计，是研究人、商品（服务）、环境之前关系的一门学科。

按照规模体量上划分，可以将商业空间设计分为商业街步行街整体环境规划设计，商场购物中心环境设计，品牌服务机构设计，零售门店空间设计等等。从行业类别上划分，可以分为餐饮、服装、食品、酒店、医院、地产、教育、医疗等等提供商业服务场所的空间设计。

商业空间设计以辅助商业服务为目的，为消费者提供更好的商业交易体验，创造商业附加值。优秀的商业空间设计需要满足以下三个要求，第一，功能性要求；第二，情感要求；第三，品牌传播识别要求。

## 一、功能性要求

商业空间设计的功能性要求是依据商业空间的商业定位、目标人群行为学、产品自身特点等属性，通过空间规划，动线布局，人机工程学，空间导视，商品陈列、灯光照明等方面科学的规划，缩短人与商品之间的认知距离，加强产品（服务）与消费者之间的联系，获取更好的购物体验。不同空间功能性要求不同，有的侧重展览展示，有的注重互动体验，有些则主打社交休闲。

## 二、情感要求

随着物质生活的不断丰富，人们更加注重个人的情感诉求，相比较产品（服务）本身，人们更加关注品牌所营造的情感认同。因此，情感要求是商业空间设计的一项重要目标。通过空间造型、色彩、材质、光影、科技手段等等设计表现方式，营造与商业定位相辅相成空间氛围和意境。

人们对空间的感知是多元性的，不仅包括空间尺度、比例、分隔、秩序、色彩、体量、光影等视觉元素，还包括听觉、嗅觉和触觉等因素。不同的商业业态需要不同的艺术表现形式，营造感知差异化的设计手法主要包括表现形式和比例把握，表现形式决定形象差异，比例协调决定形象好坏美丑。例如，武汉江汉路步行街的商业空间设计表现形式主要以突出百年商业文化，营造武汉通商口岸历史气息为主。成都宽窄巷子则以清代川西民居风格为核心，具有鲜明地域特色和浓郁巴蜀文化氛围。

## 三、品牌传播识别要求

商业空间设计服务与商业，需要满足品牌传播识别的要求。要建立品牌专属的商业空间形象，第一，需要创建符合品牌气质的元素符号。品牌元素不简单等同于品牌标识 LOGO、辅助形或者超级符号，而是在空间中能合理运用的元素，按武汉简米小编的行业经验来说，往往可以分为以下三种：概念元素、符号元素、亮点元素。第二，需要确立设计主题。商业空间设计和家装设计不一样，需要有自己的商业定位，形成差异化和识别性。设计主题一方面能让整体设计具有连贯性和整体性，同时能快速建立消费者认知差异，形成品牌识别。





## 店铺设计 | 西班牙 Flow 瑜伽工作室设计

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西班牙，是一家瑜伽运动工作室空间设计，据说瑜伽是身心的结合。本次设计是找到一个可能的地方，创造一个舒适而灵活的空间来练习运动，以及一个温暖而平静的冥想环境。

最初的空间是一块空白的空间，地板狭长，我们决定根据商定的需求将其分为三部分。该 SI 设计品牌元素是位于房屋中间的模块，该模块由裸露的砖块隔板组成，这些砖块隔板在地板上画出了一条断路，并为流通空间提供了更大的流动性。服务所在的位置：厕所，更衣室和仓库存储区。

反过来，此 SI 设计的元素又界定了两个主要空间，一个位于房间前部，用作茶室和接待处，另一个位于背景中，用于练习瑜伽。这样，由于每个区域以自然的方式连接到上一个区域和下一个区域，因此可以获得连续性。



The shop design project is located in Spain, is a yoga studio space design, it is said that yoga is a combination of body and mind. This design is to find a possible place, create a comfortable and flexible space to practice sports, and a warm and calm meditation environment. The original space was a blank space with a long and narrow floor. We decided to divide it into three parts according to the agreed requirements. The Si design brand element is a module located in the middle of the house, which is composed of exposed brick partitions, which draw an open circuit on the floor and provide greater mobility for the circulation space. Service location: toilet, changing room and warehouse storage area. In turn, the elements of this si design define two main spaces, one in the front of the room for the teahouse and reception, and the other in the background for yoga practice. In this way, since each region is connected to the previous region and the next region in a natural way, continuity can be obtained.

该 SI 设计为了创造理想的环境，我们使用了一系列材料和构造技术，使空间温暖而简单。这就是为什么我们决定以最自然的状态使用这些材料：木材，不完美的混凝土，以及结合了裸露装置和工业风格水龙头的砖。因此，这个地方的本质集中在自然本身及其传递的和平上。

通过 SI 设计，我们想体现瑜伽的哲学，而家具在这里起着至关重要的作用。例如，茶室的连续吧台营造了一个信任的环境，而将材料存储在教室中的架子有助于创造秩序和清洁度。在练习瑜伽时，与太阳的连接至关重要。因此，我们决定在该场所最重要区域的镜子的形状和照明中使用这种象征意义。

该店铺设计照明在项目中也起着至关重要的作用。从这个意义上说，目的是通过大窗户增加自然光的进入，并通过适应不同环境的人造照明来补充自然光。





## 店面设计 | 越南 TAP 旗舰店设计

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

该店面设计项目位于越南, 是 TAP 的旗舰店设计, TAP 是一家零售公司, 总部设在越南胡志明市, 该店铺设计一创建一个平台, 可以为许多当地手工艺人提供创造性的产品。该店面设计有 80 平方米的面积。位于 Ngo Thoi Nhiem 街对面一条安静小巷中的居民建筑的地面空间, 其中有一个小前院, 采用干净现代室内 SI 设计。鉴于存在建筑限制, 该店面设计巧妙地将结构化的搁板连接到落地式钢制杆上, 该杆可轻松地从前院的光滑顶篷向室内延伸, 通过 TAP 旗舰店设计创建 U 形步道。

The store design project, located in Vietnam, is tap's flagship store design. Tap is a retail company headquartered in Ho Chi Minh City, Vietnam. The store design creates a platform to provide creative products for many local craftsmen. The storefront design has an area of 80 square meters. The ground space of the residential building in a quiet alley opposite ngothoi nhiem street, with a small front yard, adopts clean modern interior design. In view of the architectural constraints, the storefront design cleverly connects the structured shelf to the floor mounted steel pole, which can easily extend from the smooth roof of the front yard to the interior, creating a U-shaped trail through the tap flagship store design.



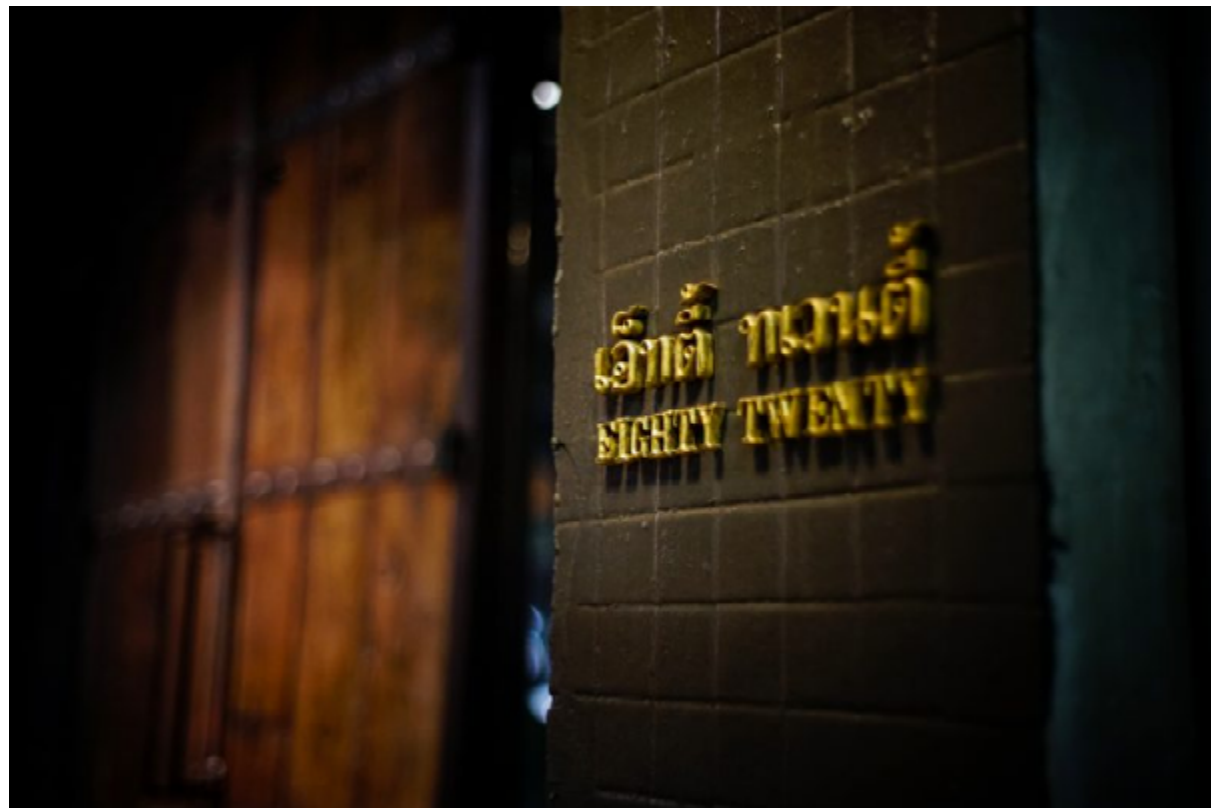


# SI 设计 | 泰国 Foodie Collection 餐厅设计

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

该终端设计项目位于泰国, 是该 SI 设计落地的第四家餐厅, 该店铺设计了比较前卫的环境, 并带有黑暗工业废墟的建筑感觉。用餐者可通过宽敞的座位安排享受私密性, 并可以看到开放式厨房中工作的厨师。饭厅的整个墙壁上都装饰着现代风格的手绘壁画, 唤起了泰国文化, 为多道菜的美食提供了令人回味的背景。

The terminal design project is located in Thailand, and is the fourth restaurant where the Si design is based. The shop has designed a more avant-garde environment and has a building feeling of dark industrial ruins. Diners can enjoy privacy through spacious seating arrangements and can see cooks working in open kitchens. The whole wall of the dining hall is decorated with modern style hand painted murals, arousing Thai culture and providing a memorable background for multi-channel cuisine.

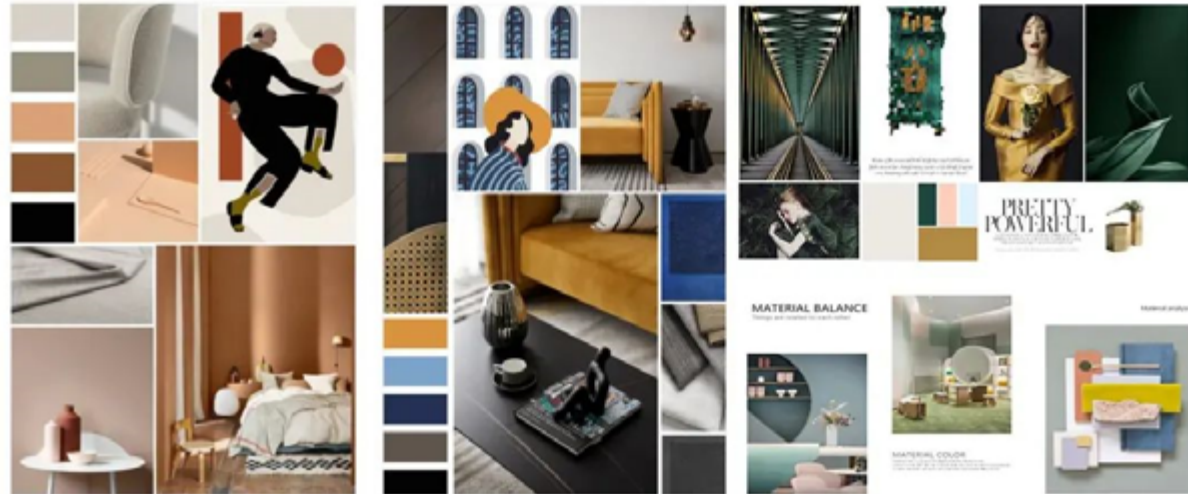




> 简米知识分享

## 3 硬 7 软 | 软装设计的重要性

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



软装设计相对来说,也是室内设计中的热门和未来发展性的行业,三分硬装七分软装,也充分说明软装的重要性。

在商业连锁设计中凡是可以通过厂家预先定制生产的模块我们统统可以针对软装,因此在店面设计中软装更为重要。

### 连锁店面 未来趋势

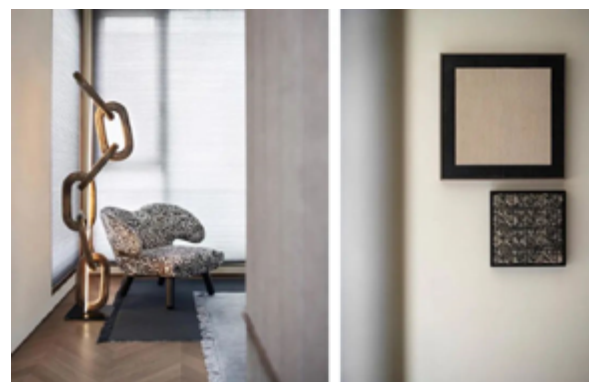
### 0 硬装

#### (1) 建立软装资料库 - 配色图库

作为设计表达中最为重要的因素,色彩对于项目的成交和效果都至关重要抓人眼球,迅速代入空间氛围。

#### (2) 建立软装资料库 - 元素图, 细节图

设计语言的表达,设计品质的表现。



色彩搭配是软装设计中尤为重要的环节,也是大多数设计师需要不断强化学习的一个环节,可能就像每个时代的穿搭风格,是不断更新变化的。

世上没有难看的颜色,只有不和谐的配色。空间中的颜色对人的情绪和心理状态具有极大的影响。对于要长期生活在此的业主而言,居室陈设,色彩搭配的效果,会直接影响到人的感官和情绪,进而产生不同的心理影响。

因此,软装中的“色彩搭配”具有举足轻重的作用,如果颜色搭配不当,不仅空间视觉效果会大打折扣,更不利于人的身心健康。



Jeremy 简米®  
简话  
Jeremy talk  
话尽连锁设计事 Talking about SI design

简话 | 话尽连锁设计事  
聊聊设计 聊聊连锁 聊聊品牌

wwwjinr推荐给你

长按识别二维码收听  
喜马拉雅

简话  
话尽连锁设计事 Talking about SI design 简米出品

## 简话目录

- # 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
- ...
- # 简话 # 第 077 期：SI 设计调查之商圈消费者问卷（最新）

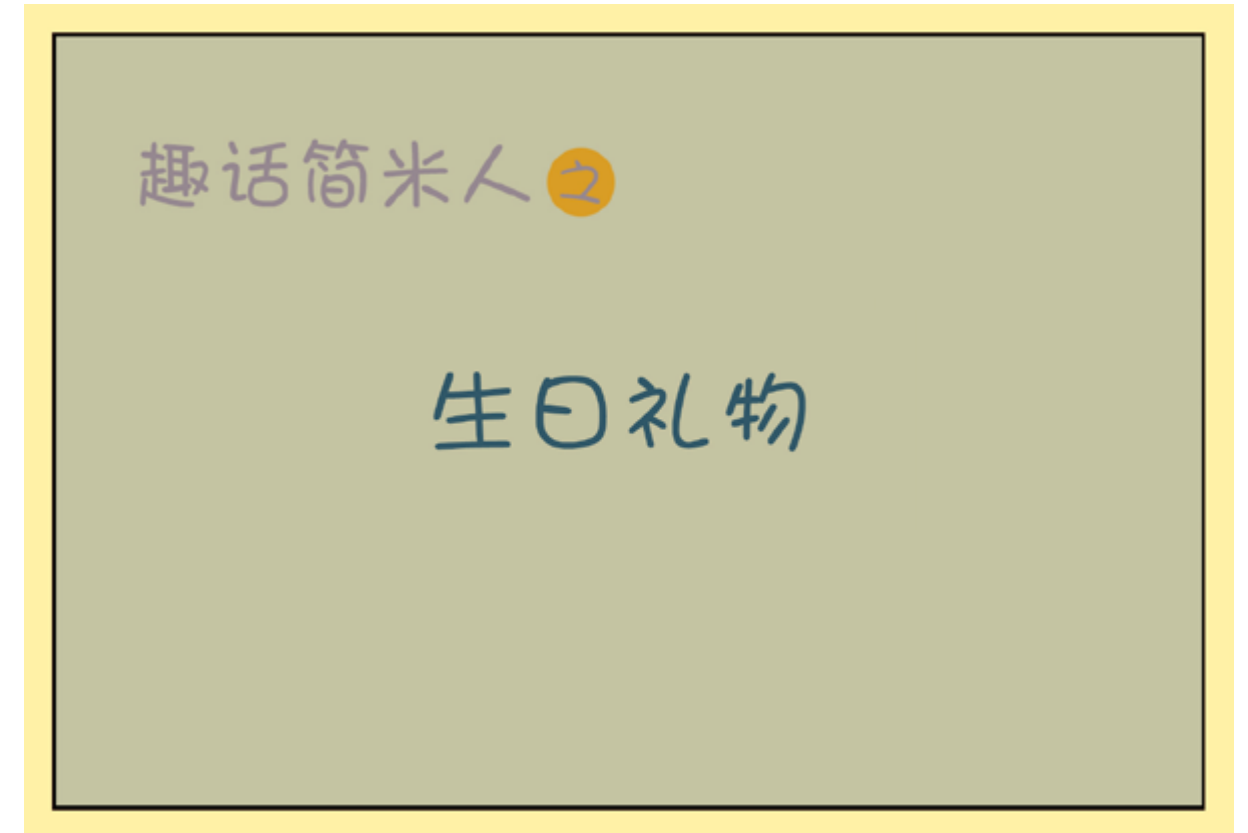
点击查看：<https://www.jeremycn.com/tag/%E7%AE%80%E8%AF%9D>





### 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

中国连锁设计领军者  
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，将为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. and are devoted to the area such as clothing, shoes, bags, food and beverage , building materials, cosmetic and consumer goods and so on, we are proficient in brand planning, terminal SI system design, visual identity design and so on. Our tenet is : design the perfect brand imagine with low cost. And are favorite to tailor-made visualize imagine of the corporation. Let Jeremy to design for you , arm your brand with powerful engine and let it jump out .



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

中国连锁设计领军者

简米价值观  
VALUES

专注 | 简约 | 创新

### 简米广州（总部）

400-666-8202

ADD: 广州市天河区天河路 242 号丰兴广场 B 座 2112 室

TEL: +86-20-29123898 29833949

MOB: 134 30320847 (微信同号)

QQ: 289884595

HTTP: WWW.JEREMYCN.COM

E-M: jrmbd@jrmbd.com

