

本刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计创新者!

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



简米广州



简米北京



简米武汉



简米成都



简米重庆



简米设计



简米创客



简米工程



SISCN.CN



简米培训

发现你的天赋!



原粹

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 ©

Jeremy 简米®

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2021/11

总第112期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

简米入围“品牌创发工程”即将登陆 CCTV

连锁课堂

「品牌图标辅助形造型设计的相关要点」



简米知识分享

照明第7讲 | 彩妆店铺照明设计

新案 | 水路之家——健康生活中心

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

水路之家（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	
简米入围“中国品牌创新发展工程”	008
> 简米案例速递	
水路之家——健康生活中心	010
连锁课堂「品牌图标辅助形造型设计的相关要点」	014
SI 设计 曼谷 Rise Coffee 咖啡店设计	016
空间设计 日本 SUN 健身房设计	018
VI 设计 咖啡品牌 WOOFWOOF 包装设计	020
> 简米知识分享	
照明第 7 讲 彩妆店铺照明设计	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



简米成功入围“中国品牌创新发展工程”，即将登陆央视 CCTV《大国匠心》栏目

> 简米快讯

近期，中央电视台“中国品牌创新发展工程”暨《大国匠心》栏目选题会在京顺利举行。简米创始人王进先生受邀参加此次选题会，并成功入围了“中国品牌创新发展工程”。

聚焦创新品牌，对话匠心精神

作为国内大型融媒体互动访谈节目，央视《大国匠心》节目组致力于改变社会大众对于传统访谈对话节目的认知，不仅仅聚焦已经取得巨大成功的“大咖”，更多的将镜头对准中国商业文明中的具有匠心精神、优秀企业家品质却不被大家所熟知的潜力创业者与创新实践者。展现在品牌品质、设计、服务、营销等方面贡献了标杆示范的优质品牌。简米深耕线下连锁服务 12 年，对品牌有专业的认知和梳理，获得在场评审专家的一致认可。



王进先生在入围后接受媒体采访

点击下方链接查看

<https://player.youku.com/embed/XNTgyMjczNDU2MA==>



入围“中国品牌创新发展工程”

“中国品牌创新发展工程”是由中国互联网新闻中心和中国品牌领袖联盟共同主办，在国家相关机构指导下，一方面联合全国数百家电视、广播、报刊杂志、网络等强势传播媒体，另一方面联合品牌专家、品牌机构、知名企业等权威单位和个人。整合多方资源，通过品牌甄选，品牌入围，品牌公示，品牌访谈，品牌发布，品牌专题，品牌传播等多种形式和内容。旨在通过 3-5 年的时间，进一步提升中国品牌企业的创新能力、以及在国内国际的品牌竞争力，为政府决策者、企业管理者、品牌机构负责人提供一个国家级品牌塑造和传播的超级平台。

此次成功入选“中国品牌创新发展工程”，简米创始人王进先生即将参与《大国匠心》栏目的录制，与中央电视台知名主持人沟通对话，讲述品牌的创立创新，共同探讨连锁品牌背后的包装路径，将围绕连锁店面 SI 系统的含义，能为连锁企业真正的解决哪些问题，如何系统性的去建立 SI 系统等相关话题展开对话。中国品牌正值自主创新升级的进程中，要形成强有力的品牌形象输出，并能让消费者形成强烈的价值共鸣认同，就必须要有专业的策划设计公司进行包装设计服务。而国内目前专注连锁形象包装设计的公司并不是太多，尤其像简米一样一直深耕这块就更少。

伟大的中国正在民族复兴的路上，这个时代需要大国工匠，大国品牌需要用匠心来筑造。愿简米能为这伟大目标贡献自己一份小小的力量。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约山东桃茗山奶茶 IP 形象设计

简米新案速递

水路之家——健康生活中心

水路之家健康管理中心是五路通健康管理有限公司旗下，专注健康管理的线下连锁经营品牌，是水路医学健康学理论与产品的健康体验中心。在公司新的发展战略下，水路之家健康管理中心是该企业发展的重要环节，计划在未来五年内，覆盖全国市场，开设门店上千家。

在项目启动之初，品牌方找了很多品牌设计公司，但大都是提供店面空间设计为主，这和水路之家设计需求不匹配，他们不只是需要一个简单的店面设计，更是需要一个可以快速复制推广，并具有品牌独特专属特色的连锁店建设系统。

为此，品牌方找到简米，此次成功合作主要是基于以下两点。第一，我们有很多大健康领域的成功案例；第二，我们十多年来一直专注于连锁品牌 si 设计，在连锁店设计及延展复制方面总结了大量理论工具，并通过实践得到充分验证。



策略梳理 Strategy carding

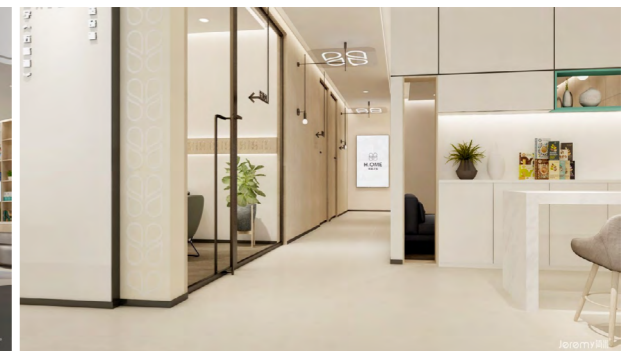
当前社会亚健康人士越来越多，但是大部分人很少关注到个人健康问题。通过市场调研，我们发现 40 岁左右，有一定经济基础的女士，是对健康问题最为关注的，她们不只是关心自己的健康问题，同时也关心自己的孩子，爱人以及父母。因此我们把水路之家的核心客户群体定位于四十岁左右有一定经济基础的女性群体。

温馨、优雅、专业

产品 / 服务

水路之家健康管理中心是依托水路医学这一全新的健康学理论，为客户提供健康服务。和普通的健康馆提供的中医理疗等服务有所不同，水路之家的产品比较贵，它不是药，是一种全新的解决人类健康的生物菌剂。

所以水路之家产品很难直接零售，对于全新的产品和服务，在达成销售之前，用户要充分了解相关理论，并亲身体会。这一特性，决定水路之家的客户群体来源，基本上是靠用户口碑和朋友推荐为主。因此，水路之家门店空间，在提供产品体验服务的同时，还需兼具洽谈沟通、客户聚会、沙龙等场景。



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/255>

简米新案速递

卤人甲——现卤现炸

卤人甲是来自金陵古都的一家小吃连锁品牌，主打卤鸡爪，深耕鸡爪类小吃，畅销全国百余城市，卤人甲鸡爪在全国范围内拥有2100多家加盟店，强劲的新品研发能力、美味独特的产品、便捷的仓储配送、完善的终端销售体系等一些列成套产品和服务，卤人甲百城千店目标于2017年实现之后，全国各地遍插卤人甲品牌旗帜，遍布全国29个省、自治区和直辖市。但是各店形象五花八门，严重拉低了品牌形象价值与消费者体验！伴随着加盟开放与市场扩张，其亟需统一的SI系统来指导店面形象落地，于是便有了简米的此次的整体升级。先通过以下视频来看一下系统升级后卤人甲品牌如何将小吃玩出新的花样！

<https://player.youku.com/embed/XNDg4MzA1MTYxMg==>

策略梳理 Strategy carding

首先对卤人甲品牌气质形象进行全面梳理，项目组会从品牌定位出发，了解核心的产品/服务，最后打造差异化形象。

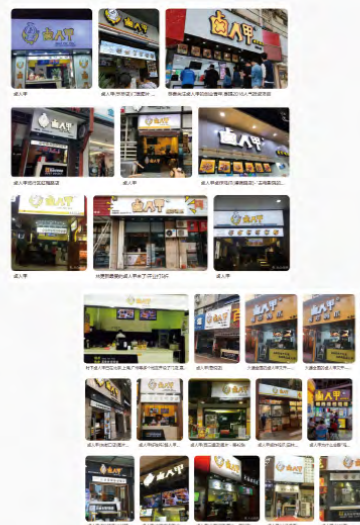
来卤人甲撸个串

产品分类

现卤现炸食品



风格方向 X 空间设计



卤人甲SI设计规范前形象展示

我们对原有店面问题进行梳理总结：

- 1、原有的货柜造型风格单一。
- 2、店面空间整体凌乱，致使操作动线不合理，给顾客不协调的凌乱感。
- 3、色彩搭配：原有的主打黄色过于暗沉，不够活力，需要整体透亮醒目。
- 4、材料运用：不够灵活拆装，材料品质感差，太厚重。
- 5、灯光效果：室内灯光没有层次感，苍白，门头颜色远观感不够醒目吸引人。
- 6、新形象的可复制性：门店必须是标准化，模块化，可以复制才能扩大规模，形象落地才能统一。



任何的设计都是对人造事物的构想与规划，构想与规划描述的就是设计解决问题的过程，特别是针对连锁店的SI设计，必须站在消费者的角度，科学地分析问题，解决问题。



| 连锁课堂 |

品牌图标辅助造型设计的相关要点

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

按照品牌的完整性, 品牌可以划分为完全品牌、品名品牌和品标品牌。品名品牌只有品牌名称而无品牌标志; 品标品牌只有品牌标志而无品牌名称; 完全品牌则是同时具有品牌名称和品牌标志的品牌。企业树立品牌一般都采用完全品牌, 而少用品名品牌和品标品牌, 尤其是品标品牌。因为完全品牌凭借其形象丰满, 更有利于品牌的传播, 加深消费者对品牌的印象。比如, 奔驰 (Benz) 不但因其品牌名字简约而有利于散播, 并且也以其相近汽车方向盘的三叉星的品牌设计而更便于加重记忆力。因而, 知名品牌除开要有好的名字, 还需要有好的标示, 名字与标示互相结合, 并与商品相对应增辉, 相辅相成。而品牌形象设计则是做到品牌名字与品牌设计和睦统一, 完美组合的基本。

品牌设计是一种视觉效果语言表达, 它根据一定的图案设计, 色调来向顾客传送某类信息内容, 以做到鉴别知名品牌, 推动市场销售的目的。品牌设计可以按照其造型设计, 组成要素和内容等的不一样来进行归类。

(1) 依据品牌设计造型设计的不一样, 可以将其区划为表音标示, 表形标示和绘画标示。表音标示便是表明语言表达语素以及拼接的语音聊天的视觉效果标记。中国汉字, 阿拉伯数, 英文大小写和标点符号等日常见的语言或语素, 语素等全是表音标示, 其优点是简单明了。表形标示是根据几何图形来表述的, 其制定时要充足科学研究图形中的点, 线, 面, 把握住事物的本质特点, 运动规律及其几类图型本身的组成构造规律性, 这类标示的特性是形比较有限而意无限。绘画标示是立即以绘画的方式来表述公司或商品特点的标示, 其优点是界面繁杂, 不利散播。

(2) 依据品牌设计组成要素的不一样, 可将其分成文本标示, 图型标示和文图融合标示。在其中, 文本标示由汉语, 外语或汉字拼音的一个字或英语单词以及组成等组成, 文本标示的优势就在于可以间接传递公司和设备的有关信息, 具备极强的易读性, 缺陷取决于其鉴别记忆效应不如图型标示; 图型标示则是由某类图案设计或图样的组成组成, 具备极强的视觉识别系统性, 但其易读性不如文本标示; 文图组成标示则是文本标示和图型标示的组成, 因此它融合了文本标示和图型标示二者的优势, 具备极强的易读性和识别性, 进而更利于企业品牌的散播。



(3) 依据品牌设计的信息可将其区划为名字性标示, 实证性标示和喻意性标示。名字性标示指的是品牌设计便是品牌名字, 并且用与众不同的款式立即把品牌名字的文本, 数据等主要表现出去, 比如 SONY, IBM 和 555 等品牌设计; 实证性标示指的是品牌名字自身所表明的事情, 用名字内容自身所包括的图案设计来做为知名品牌的标示, 比如古井贡酒便是以树底下的一眼杏花村的图案设计来做为其品牌设计; 喻意性标示则指的是以图案设计的方式将品牌名字的含意间接的表现出来的标示, 依据文本, 图型等组成要素的不一样, 又可将其分成英文字母式标示, 名字线框式标示和绘画标示三种。

SI 设计 | 曼谷 Rise Coffee 咖啡店设计

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 SI 设计项目位于泰国曼谷, 是 Rise Coffee 咖啡品牌终端形象设计, Rise Coffee 由 Kasidis Laoboonmee 于 2020 年创立。目标是在“#RISEwithTHEPEOPLE”的理念下, 让每个人都能更容易获得精品咖啡。Rise Coffee 的设计理念认为“每日咖啡”应该是快节奏的、充满活力的, 以适应城市人的生活方式。Rise Coffee 成立了 RISE LAB, 这是一组微型咖啡烘焙师, 他们与当地农民密切合作, 以确保生豆的最佳品质。他们探索了新的烘焙方法, 并创建了自己最优质的咖啡配置方法。

The Si design project is located in Bangkok, Thailand. It is the terminal image design of rise coffee brand. Rise coffee was founded by kasidis laoboonmee in 2020. The goal is to make it easier for everyone to get high-quality coffee under the concept of "#rise with the coffee". The design concept of rise coffee believes that "daily coffee" should be fast-paced and energetic to adapt to the lifestyle of urban people. Rise coffee founded rise lab, a group of miniature Coffee Roasters who work closely with local farmers to ensure the best quality of raw beans. They explored new baking methods and created their own best coffee configuration methods.

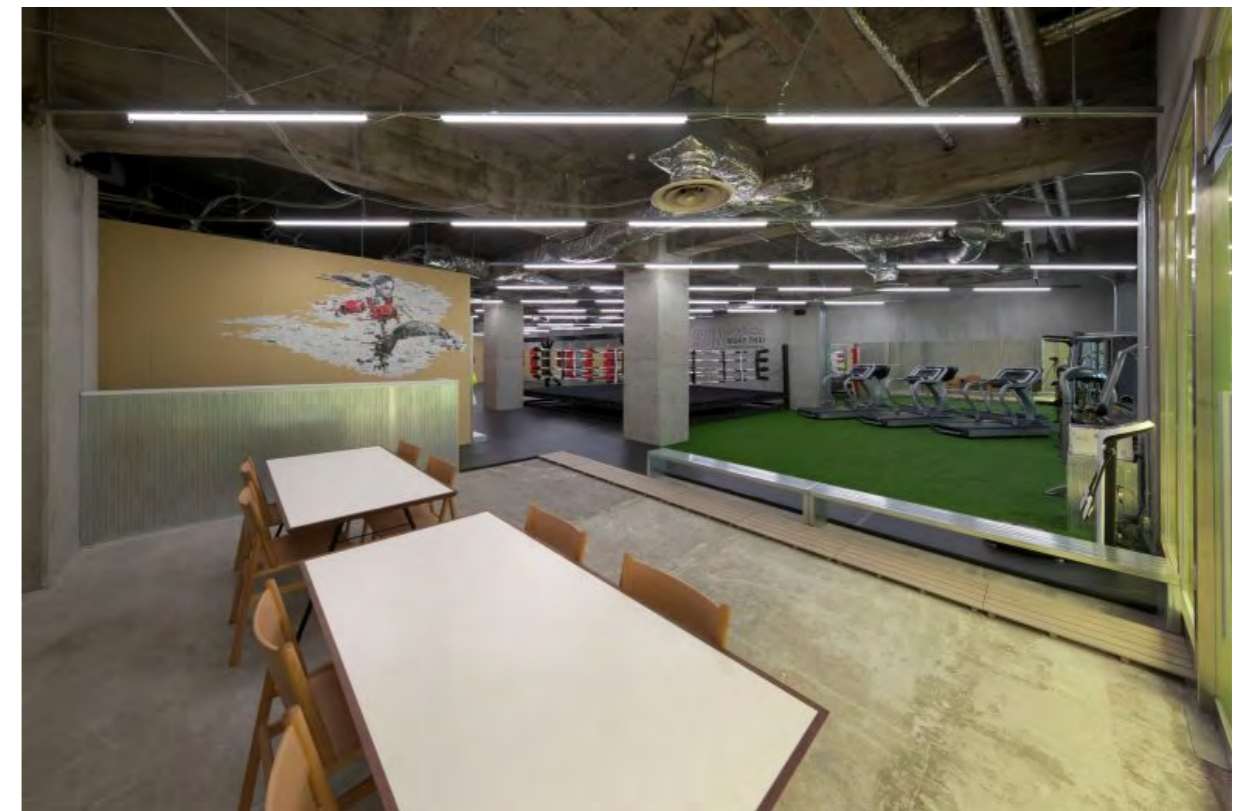
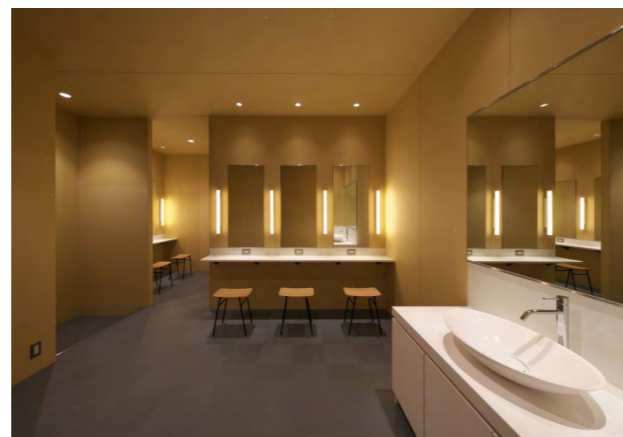


空间设计 | 日本 SUN 健身房设计

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

该空间设计项目位于日本大阪, 该店面设计由 SI 设计系统延伸而来, 是“SUN MUAY THAI KICKBOXING & FITNESS”在大阪商业区落地的第二家健身房。它有泰拳根源, 是日本西部最大的健身房之一, 设有瑜伽和训练室。该空间“简单”是设计的主题, 满足客户降低成本的要求。整个空间设计开放式为主, 宽敞的空间和裸天花板骨架空间。当您打开门时, 引人注目的墙壁艺术将欢迎您。这幅画是由拼贴艺术家“Shota Takasao”制作的, 使用的是参与健身房的人的照片。

The space design project is located in Osaka, Japan. The store design is extended from the Si design system. It is the second gym where "Sun Muay Thai kickboxing & Fitness" landed in Osaka business district. It has Muay Thai roots. It is one of the largest gyms in western Japan, with yoga and training rooms. The "simplicity" of the space is the theme of the design to meet the requirements of customers to reduce costs. The whole space design is mainly open, with spacious space and bare ceiling skeleton space. When you open the door, the eye-catching wall art will welcome you. This painting was made by the collage artist "Shota takasao", using photos of people participating in the gym.



VI 设计 | 咖啡品牌 WOOFWOOF 包装设计

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 设计是 WoofWoof 公司销售咖啡豆的包装设计。在包装设计中反映产品的系列品种, 并且展现多样性和公司作为供应商的可靠性。设计师用“O”字母的视觉风格解决了这个问题。以图形方式保持简单性和意义之间的平衡。

该 VI 设计选择传达所需氛围并展示公司产品的颜色。标志本身是一种独特的字体, 带有字母“O”, 风格化为杯子。每个“O”的内部都充满了不同的颜色, 象征着供应的咖啡的多样性。

The VI design is the packaging design of coffee beans sold by woof woof company. Reflect the series and varieties of products in packaging design, and show diversity and the reliability of the company as a supplier. The designer solved this problem with the visual style of the letter "O". Balance simplicity and meaning graphically.

The VI design chooses to convey the required atmosphere and display the color of the company's products. The logo itself is a unique font with the letter "O", which is stylized into a cup. The interior of each "O" is filled with different colors, symbolizing the diversity of coffee supplied.



> 简米知识分享

照明第 7 讲 | 彩妆店铺照明设计

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



彩妆店是以出售化妆品、个人护理用品的一种商业形态。一般分为两种经营形式，一种是以单一品牌为主，就是只销售一种品牌的产品，此如各大彩妆品牌专卖店等。另外一种是有自有品牌且经营多家其他品牌的，如屈臣氏、莎莎、丝芙兰、娇兰佳人等等。

综合店

空间面积大，品牌集中化，品类齐全，价格平民化，自选率高；打造特色主题区、人气单品集中陈列、产品按品牌、类别、功能分类、药妆和天然护肤品牌单独陈列；

专卖店

一种品牌的产品，目标消费者明确，商品结构清晰；
品牌专卖店一能都是标准规划，有固定的形象风格、独特性强；
产品安类别陈列，主推产品陈列位置独特；



配图：简米案例《彩色海洋》

简话目录

简米 # 之照明系列专讲第 7 讲：彩妆店铺照明设计 **(最新)**

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

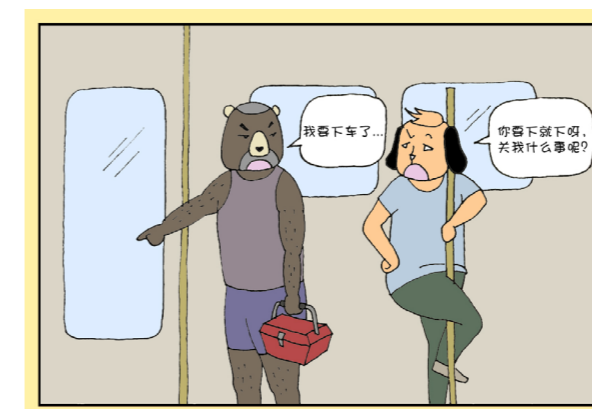
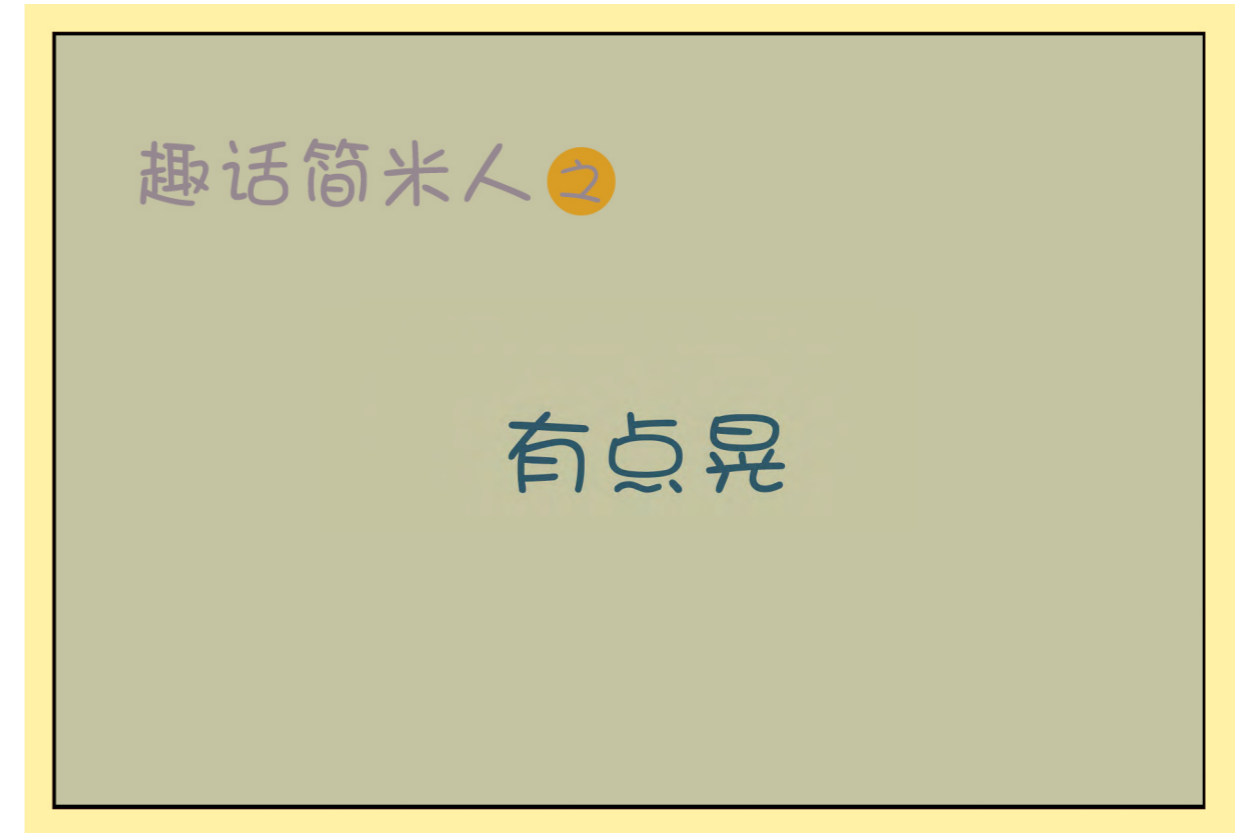
...





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

