

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

2021/12

总第113期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

简米创始人王进先生接受中央电视台知名主持人姚雪松对话专访 CCTV

连锁课堂

「化妆品店面设计注意事项有哪些」



简米知识分享

照明第8讲 | 珠宝首饰店照明设计

新案 | 乐塞牧场——发掘草原文化

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

乐塞肥羊（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

王进先生接受 CCTV 专访

008

> 简米案例速递

乐塞牧场——发掘草原原生态文化

010

连锁课堂「化妆品店面设计注意事项有哪些」

014

SI 设计 | 纽约 AAPE 服装店设计

016

SI 设计 | 意大利 Gutteridge 服装店设计

018

VI 设计 | 俄罗斯 LESNOV 伏特加包装设计

020

> 简米知识分享

照明第 8 讲 | 珠宝首饰店照明设计

022

# 简话 # 目录

024

趣话「简米人」

026

关于「简米」

028



## 简米创始人王进先生接受中央电视台知名主持人姚雪松对话专访

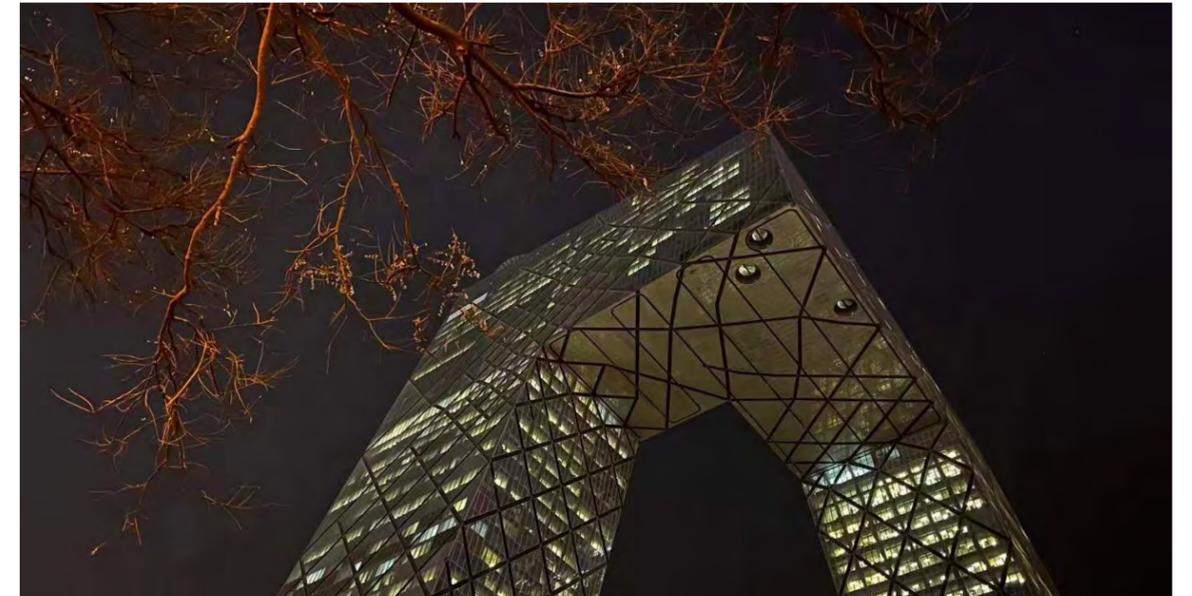
> 简米快讯

12月23日，简米创始人王进先生在北京中央电视台演播厅接受了CCTV知名主持人姚雪松专访，就连锁品牌形象包装话题展开深入交流。

随着市场经济的发展，现在市场上的各个行业、各个企业可以说是竞争非常激烈。那么随着越来越多的中小型企业发展了起来，对这些连锁企业来说什么是最重要的呢？

首先，主持人就简米主营业务进行提问，王进先生简单介绍了简米所从事的连锁形象包装设计的主体内容，其后就传统连锁品牌常见的问题：如形象重视度不高、形象不统一、品牌差异性弱等问题展示讲解，讲述了简米品牌创业的初衷。

随后双方就国内外连锁行业发展现状趋势展示讨论，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。



连锁品牌要走向国门，需要在产品研发、品牌形象、消费迭代不同维度进行不断升级才能在国际竞争中脱颖而出。简米也一直立足本土，具有国际视野，曾服务过东南亚、中东等不同地区不同行业的全球品牌。

最后，主持人提到如何理解“匠心”，又是如何将匠心精神融入到行业中？王进先生就简米创立十二年来的风雨历程做了回顾，提到在坚守中“微创新”，不断回望总结。简米坚持每月一本行业月刊，并在十周年时出版了国内第一本SI设计专业书籍《品牌终端设计实战》。

访谈全程深入浅出，对连锁品牌形象包装做了详尽的交流，期待成片播出，详情请持续关注简米官网或简米设计公众号。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约广东亿合门窗 VI 系统设计

新签约北京像数健康 SI 系统设计

新签约长沙海普诺凯乳业品牌形象设计

简米新案速递

## 乐塞牧场——发掘草原原生态文化

山东德邦食品有限公司位于“国家农业产业示范基地”山东禹城，是一家集肉羊育肥、活羊屠宰、精细分割、综合加工、羊副产品精深加工、冷链物流配送、产品销售于一体的农业现代化企业，公司坐落于禹城市张庄镇、东临京沪线京福高速、西依青银高速入口处，具有优越的地理环境和便利的交通。公司占地面积 21000 平方米，建筑只面积 6000 平方米，冷库 5000 吨，生态养殖场占地面积 120 亩地，存栏 1 万只优质育肥羊、公司总资产 2 亿元。公司拥有国内领先水平的大型肉羊屠宰流水线生产和先进的加工工艺，日加工育肥羊 600 多只。

乐塞牧场是山东德邦食品有限公司旗下品牌，山东德邦食品有限公司与国内众多知名企业和国际连锁商超建立了良好的合作关系。是大润发、华联超市、德百、银座、家乐福、沃尔玛等大型超市及连锁西餐厅西餐厅上岛咖啡、必胜客、东方豪客、豪客来等肉类供应商。

### 策略梳理 Strategy carding

店面的气质形象带给消费者的认知很大因素影响了品牌的高度与成功与否。我们与乐塞牧场的王总对乐塞肥羊内在的气质属性进行深入的探讨沟通，梳理出乐塞牧场的品牌内在气质属性：

**品牌名称**（心智联想启动键）：乐塞牧场——发掘草原原生态文化

**品类聚焦**（功用，我是做什么的？）：大草原原始放牧的羊肉和牛肉——牛羊肉

**价值观共鸣**（意义，为什么要做？）：让顾客把草原原生态的牛羊肉带回家，让消费容易买到原生态的食材

## 乐塞牧场 生态牛羊

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/256>





**品牌人格体** (性格内在人格, 风格外在人格):

真诚、热情豪放——塞外

**符号视觉锤** (符号是携带意义的感知):

塞外风格的少数民族文化——蒙古族风格

**品牌价值主张** (一句话说明白产品核心价值):

最好的原生态食材经营者——健康、绿色

**品牌 Slogan:** 乐塞牧场 生态牛羊

**产品主要价格:** 80 元 / 公斤

**消费群:** 家庭单位——社区生鲜肉的代表

通过对乐塞牧场内在属性的梳理分析得出核

心关键词: 绿色健康 蒙古生态文化 社区场

景  
我们终端设计上必须围绕消费场景展开, 把品牌属性从消费者对社会文化的认知角度视觉化呈现出来, 让消费者看到品牌形象与品牌想要传输的理念一致。



| 连锁课堂 |

## 化妆品店面设计注意事项有哪些

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

化妆商店是最受女性消费者欢迎的, 而且近年来不少男性化妆品店进入大家的视野, 说到底就是大家对保养越来越重视。今日名设网带您了解化妆品店装修设计注意事项, 让您发财不再是梦想。

化妆商店一直是女性朋友们的首选之地。尤其最近几年, 化妆品店很受欢迎, 但时尚化妆品店的数量却越来越多, 现在遍布大街小巷。越来越激烈的竞争, 怎样才能在众多的时尚化妆品店脱颖而出? 要在化妆品店的装修上多花点心思。

### 镜子

化妆品店自然而然就少不了镜子, 但不可过多, 镜子太多给人头晕目眩的感觉, 这要当心。

### 灯光选择

美容商店应该选择较亮的灯饰, 例如白灯等。通常主灯位置是白色的, 再根据具体情况, 例如您的消费群体是年轻女性, 可以添加粉饰; 对象是中年女士, 可以加淡紫色。化妆品属于护肤类, 可以是淡黄色加上白色。

### 化妆季节差异

每个人使用的化妆品都不一样, 所以根据季节的具体情况, 化妆品店的装修也不一样。在装饰风格的选择上, 要抓住消费者的心理, 有归属感, 有购买欲望, 对应季节选择装饰物。春天, 要让人感觉到春天的气息, 放些鲜花作为点缀。夏天, 一般都是热的, 所以店面要保持清新, 色调以蓝白为主, 化妆要有条理层出, 店面中间要留一大块空间, 避免有压抑感。秋思秋收, 作为装饰品当然首选水果。冬季, 将色调改为更为喜庆的红色。按季节变换风格, 还可以给人店面的气度, 显得店主对店面的重视, 也是对消费者的重视。

### 装饰图像

化妆品店用一些化妆品图画作为装饰品, 让消费者看到美丽, 更有改变自己的欲望。自然, 图片与化妆品实际相结合, 不得发布虚假广告。



作为一家化妆品店设计, 一定要在风格上下功夫, 因为大部分化妆品店后期的经营好坏直接取决于前期风格定位的好坏。因此说前期的设计定位必须要选好。对于化妆品店设计的风格定位, 可以结合业主要求和设计师自己过去的经验来做设计, 不要仅仅知道听取业主要求, 应该适当地给顾客提一些意见, 另外要做出好的设计来做出一个好的设计。

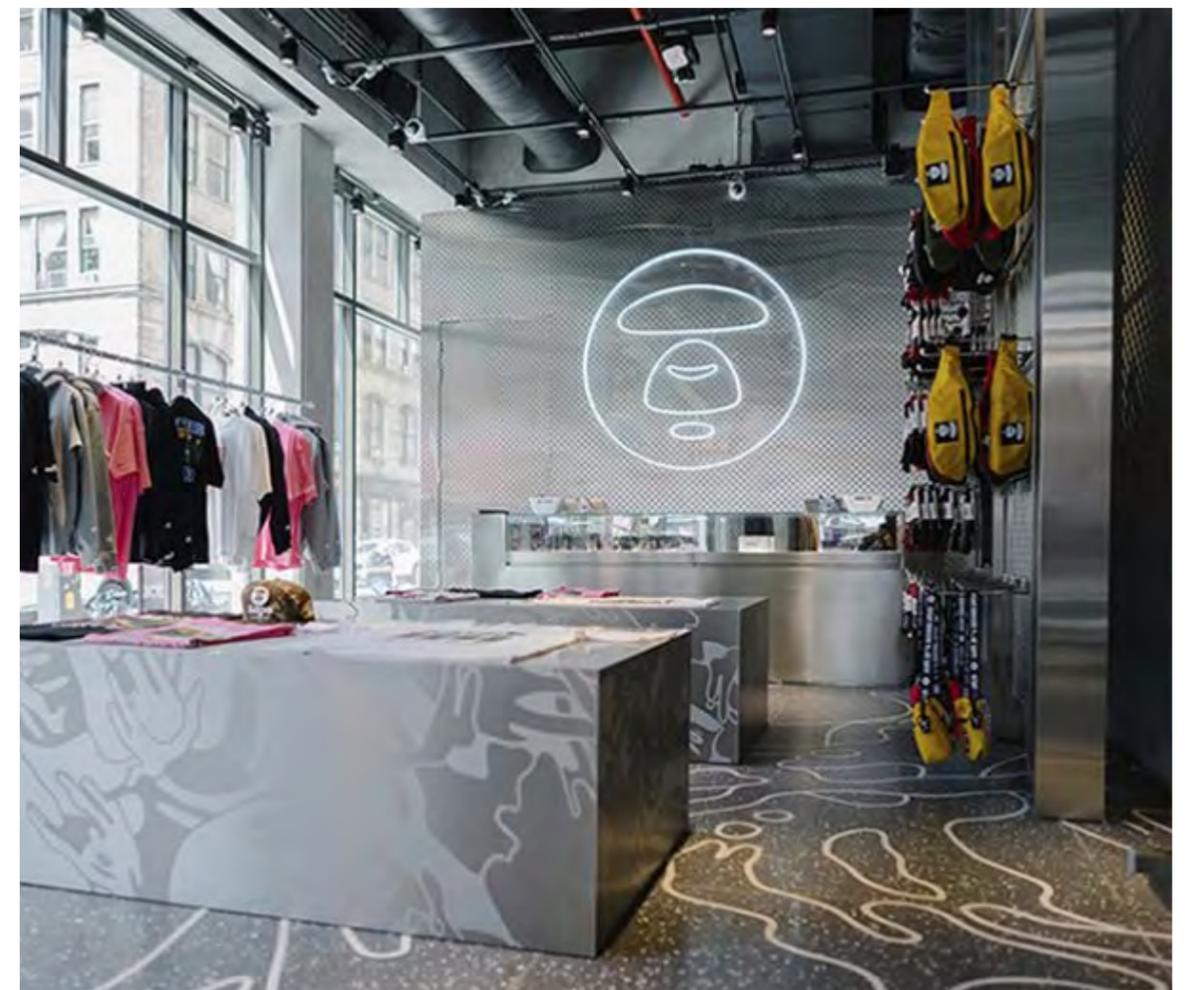
## SI 设计 | 纽约 AAPE 服装店设计

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 设计项目位于纽约, 新的 SI 设计形象专注于年轻消费者。新的设计理念是创造一个现代空间, 通过店内和超越实体店的执行来改变购物体验, 商店在顾客和科技感建立一个体验循环。该 SI 设计具有标志灯显示、交互式数字墙、闪闪发光的穿孔金属墙和定制的迷彩水磨石地板。一些现代材质设计成对传统日本细木工的未来感。



The Si design project is located in New York. The new Si design image focuses on young consumers. The new design concept is to create a modern space, change the shopping experience through the implementation in the store and beyond the physical store, and establish an experience cycle in the sense of customers and technology. The Si design has a sign light display, an interactive digital wall, a shiny perforated metal wall and a custom camouflage terrazzo floor. Some modern materials are designed to give a sense of the future to traditional Japanese joinery.



## SI 设计 | 意大利 Gutteridge 服装店设计

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 SI 设计项目位于意大利, 是服装奢侈品牌 Colella 的形象设计。该 SI 设计重新诠释了来自遥远的传统文化和品牌 30 年的历史传承, 希望通过超古典主义融入品牌的现代文化。该 SI 设计空间线条时而硬直时而柔软, 汇集了精心挑选的优质材料, 如巴塔哥尼亚大理石、维也纳稻草、莱万托红色大理石或意大利树桩以及黄铜和碳铬等。

The Si design project is located in Italy and is the image design of Colella, a clothing luxury brand. The Si design reinterprets the 30-year historical inheritance from distant traditional culture and brand, hoping to integrate into the brand's modern culture through super classicism. The Si design space lines are sometimes hard, straight and soft, and a collection of carefully selected high-quality materials, such as Patagonian marble, Vienna straw, levanto red marble or Italian stumps, brass and carbon chromium.



# VI 设计 | 俄罗斯 LESNOV 伏特加包装设计

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

LESNOV 是俄罗斯手工伏特加和利口酒品牌。

原材料主要从俄罗斯北部手工采集的浆果和草药

品牌 VI 设计高度重视手工与原始酿酒方法

熊象征着俄罗斯森林的精神、灵魂和力量

圆形瓶子通过放置在架子上的非正式组合吸引了买家的注意力

Lesnov is a brand of handmade vodka and liqueur in Russia. The raw materials are mainly berries and herbs collected manually from northern Russia. Brand VI design attaches great importance to manual and original brewing methods.

The bear symbolizes the spirit, soul and power of the Russian forest.

Round bottles attract buyers' attention through informal combinations placed on shelves.



> 简米知识分享

## 照明第 8 讲 | 珠宝首饰照明设计

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



**光源种类:** 紫外线等电磁辐射容易破坏有机质的宝石, 如珍珠、珊瑚、琥珀等。所以, 应选择热辐射小不含紫外线的 LED 光源做照明

### 芯片选择

由于珠宝的特性, 珠宝店较多适用 SMD-LED 光源, 小物件的陈设可使用 COB-LED 小展柜射灯照明。

### 色温选择

一般黄金、玛瑙类珠宝选择暖白光做照明, 铂金、翡翠、祖母绿等珠宝选择冷白光; 而珍珠、玉石则选择中性光照明。



配图: 简米案例《三号矿、苗工坊》

## 简话目录

# 简米 # 之照明系列专讲第 8 讲：珠宝首饰店照明设计 (最新)

# 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

