

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

2022年V&A 插画奖揭晓

连锁课堂

「品牌终端设计之店面氛围」



简米知识分享

照明第13讲 | 光束角

新案 | 轻雨美肤——变美更轻松

简米月刊 JEREMY MONTHLY

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

Jeremy maker

简米工程

Jeremy engineering



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



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

成都轻雨美肤（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	
2022 年 V&A 插画奖揭晓	008
> 简米案例速递	
轻雨美肤——变美更轻松	010
连锁课堂「品牌终端设计之店面氛围」	014
SI 设计 汉城 GN Hair 理发店设计	016
SI 设计 奔驰 AMG 展厅设计	018
VI 设计 哥伦比亚 Kakao 可可包装设计	020
> 简米知识分享	
照明第 12 讲 光束角	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



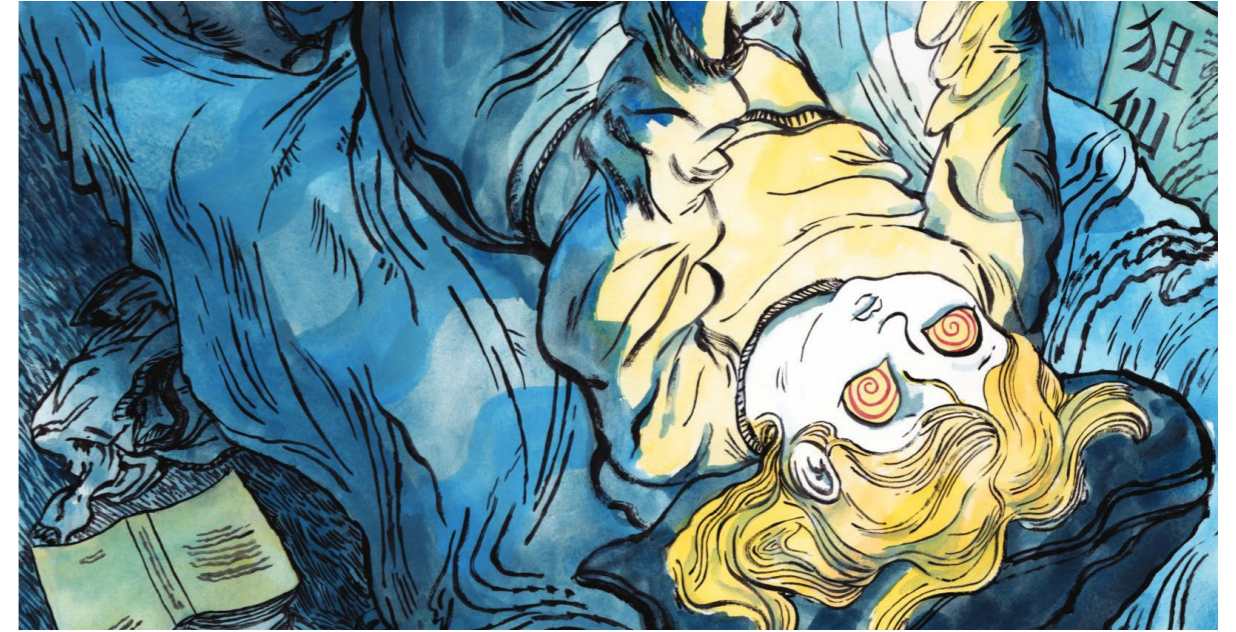
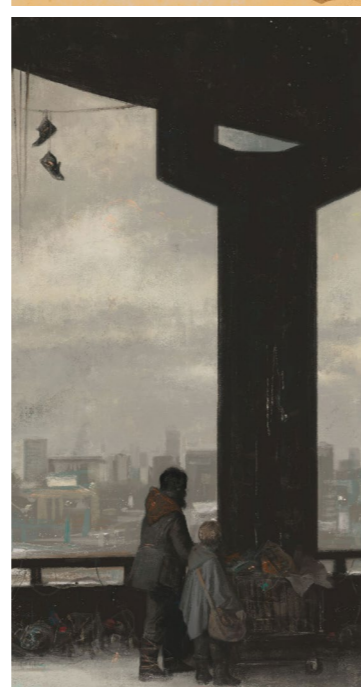
2022 V&A 插画奖揭晓

> 简米快讯

近日，V&A 插画奖在因疫情中断两年后于 2022 年凯旋回归，近 1,500 名申请者提交了他们的作品以参加今年的奖项。涵盖广泛的插图风格和主题，包括我们在过去两年中所面临的悲剧和挑战以及让我们感到安慰的故事，作品的水准非常高。

这些奖项——今年庆祝其成立 50 周年——由著名插画家组成的评审团选出，其中包括由 V&A 总监 Tristram Hunt 主持的 Dapo Adeola、Ann Kiernan、Axel Scheffler 和 Posy Simmonds。

Gérard DuBois 是 Moira Gemmill 年度插画家奖和 2022 年图书插图获奖者，位居榜首。Gérard 受委托为 The Folio Society 出版的新版 Cormac McCarthy 的 The Road 画插图 - 他的丙烯画完美地捕捉到了 McCarthy 文字的美丽和残酷，给评委们留下了深刻的印象。。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签广东净大叔科技有限公司年度服务

简米新案速递

轻雨美肤——变美更轻松

轻雨美容服务(成都)有限公司位于中国(四川)自由贸易试验区成都高新区天仁路,主要经营生活美容服务。随着居民生活水平的不断提高,“颜值经济”迅速崛起,生活美容服务业成为服务业增长的重要驱动力,在推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局过程中扮演着重要角色。大型互联网生活服务平台的快速发展,使生活美容服务行业突破了地理空间限制,新消费业态更广泛地覆盖我国消费市场,促进经济增长。成都轻雨美肤正是在这样环境下诞生的美肤连锁品牌,于21年携手简米设计进行终端SI设计,以便于轻雨美肤连锁店在扩张中的销售赋能、快速落地、品牌传播。

轻雨美肤 -- 变美更轻松

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: 许江丰

空间深化设计师: 马国栋

查看完整案例 ↓

<http://jeremycn.com/shows/1/263>

策略梳理 Strategy carding

店桃轻雨要做什么?

据统计,2021年中国具备医疗美容资质的机构约13,000家(统计生活美业店铺包括,美容院、美甲店、美发店、按摩店、理发店)其中医院类占29.1%、门诊部类占32.9%、诊所类占38.0%;国家对不同等级的医疗美容机构所开展的医疗美容项目都做出了严格规范与限制,然而,在合法的医疗美容机构当中,依然存在,15%的机构超范围经营的现象;此外,行业收费混乱,各种办卡营销美容、宰客现象猖獗,这给行业与消费者之间带来严重的情感、信任感的破坏。

基于这样的市场环境乱象,轻雨美肤依托强大的美容产业背景,经过对美容产业的分析和反思,以实际行动将美容回归到服务的本质,秉承以客户为中心、以创造价值为核心的行为准则,将改革的基因深入到品项研发、产品数据、门店运营、营销推广、服务质量等各个环节。

轻雨美肤将美容护肤家庭化、生活化,将美容做到普及惠民的大众化消费。摒弃传统“套餐式、会员制、多余化”的“营销美容”,将美容品类和项目拆分为独立的步骤,根据用户的适应症差异化的给到美容护肤方案,用户只需根据需要单次消费购买即可。打造亲民、轻快、大众化的品牌气质视觉形象,给大众一种轻松在家护肤的感觉。

变美更轻松



消费者画像 | Consumer portrait

消医美分为手术类和非手术类，其中轻医美价位低，更受青睐，在这个颜值即正义的潮流下，轻医美受追捧。

轻雨把消费群体定位在 20-40 岁的年轻女性群体。从数据统计可以看出，医美消费群体年轻化，而这其中以 95 后为核心消费群体，她们以学生和白领为主要职业构成。

这一阶段的消费群体追求时尚新颖，热情奔放，思想活跃，她们高知爱美，她们年轻、现代、时尚。

终端视觉呈现上，结合轻雨美肤亲民、轻快、大众化的定位，设计符合消费群体审美的年轻、现代、时尚的终端店面空间。

核心关键词：亲民、轻快、大众化；年轻、现代、时尚

轻雨美肤计划在 2023 年，轻雨门店将覆盖中国 200 个社区，因此我们在设计之初就需要考虑可复制性的模块化设计，综合考虑写字楼与街边社区店不同应用场景下的落地便捷性；

摒弃不利于标准化生产的元素造型和生产工艺；在成本管控内，在满足设计要求的同时，优先使用工艺成熟，环保节能，便于采购和维护的装饰材料和施工工艺。



| 连锁课堂 |

品牌终端设计之店面氛围

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

店面氛围在整个品牌终端设计中也非常重要, 无论是产品型终端还是服务型终端等。一个好的店面氛围是吸引消费者的一个重要因素, 能够让顾客产生一种亲切感以达到提高销售的目的。氛围是通过感知得到的, 而与感知相关的便是人的视、听、味、触、嗅觉五觉, 通过在感知上的精心设计以此提高消费者到店的体验感。

一. 区域划分

店面设计一开始应该先考虑区域的划分。不同于住宅设计中有起居室、餐厅、厨房加两个或三个房间的固定格局。

连锁店注重效率, 设计时会重点考虑动线和座位的设置。长期积累的经验证明这样确实有利于经营, 但一成不变的格局缺乏新意。例如很多时候客人去餐饮店里不仅是为了享用美食, 也为享受舒适的店内环境。因此, 可以在设计上添加新意。

二. 灯光照明

在灯光的设计上首先要保证基础的照明, 相较于空间或道具的本身材质, 灯光对整体色彩的影响更大。

灯光可以让商品更有价值感, 也可以让商品瞬间贬值。而且店铺照明灯具也是部分终端店面的重要装饰。通过灯光设计可以实现存在感、注意力、兴趣点、吸引力、诱惑力五个目标, 为终端带来销售。

三. 座椅种类

座位种类繁多, 采用什么样的座位、不同的座位如何分布, 与整个店的氛围、特色密切相关。因此, 首先要预估通常客人是独自一人还是几个人一同前来。例如来拉面店的客人大多是独自一人, 因此吧台座和可以拼桌的大餐桌更合适, 而去餐厅吃饭的顾客一般三五成群, 可拼可拆的餐桌能灵活应对。

像形式多样的座位出现在统一空间, 能够让气氛更随意。入口处附近放置高脚凳, 能给人留下轻松随意的印象, 逐渐往里变成沙发, 又会增加一定的稳重感。

四. 终端陈列

当消费者进入一个门店后, “产品” 将是整个店面的主角, 陈列道具在终端设计中用于产品衬托营造空间氛围。陈列道具不仅能突出产品的优点, 同时能体现品牌的形象。

陈列要有主次, 由点及面, 由面及块, 整体划一, 丰富有序。简单来说, 陈列要做到整洁、规范、合理、和谐。陈列应遵循一定的步骤, 首先要确定主客流方向, 其次要了解店铺分区, 最后确定陈列规划。



终端设计中的色彩不同与一般的平面使用, 因为所呈现的方式、状态等有诸多不同, 平面上多以媒体、印刷等形态出现, 而在空间运用中大为不同, 通常采用表面加工色材料进行呈现。像色彩渐变等方式在终端里不易执行。

终端设计的主角是“产品”, 所有的天花、地面、陈列道具等都不应过于突出, 从而弱化了产品。因此通常采用大面积无色系材质(黑白灰)作为基础色或加入木纹等常用的材质装饰。过于鲜艳的颜色应慎重使用, 在空间中易造成色彩视觉疲劳, 特别是大面积的色彩使用。冷暖色的使用给人的感觉也是截然不同的。

为了体现品牌个性化, 在终端设计中经常需要融入品牌标准色, 一般只在重点区域进行点缀。

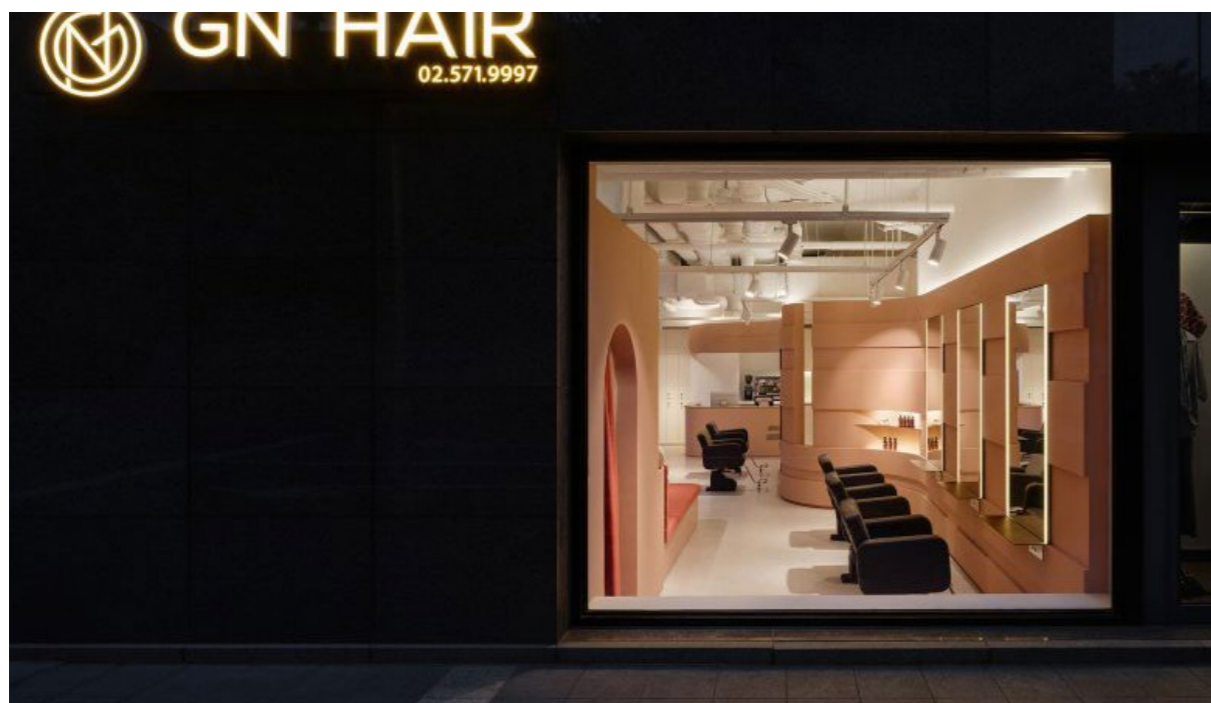
SI 设计 | 汉城 GN Hair 理发店设计

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 设计项目位于韩国汉城, 对于新的美发沙龙 GN Hair 品牌来说, 设计主要把它看作是一个让顾客感到愉快的空间, 同时在有限的空间里为美发师提供足够的工作空间。为此, 需要非常清晰的设计语言来吸引客户和路人。

在该 SI 设计的开发过程中, 提出了一个女人盘旋的桃色头发的形象, 后来进一步发展成为店内的主要分隔特征墙。这面如发丝般的特色墙不仅根据其功能将空间分隔开来, 其凹凸不平的进出特征也表达了空间的独特身份。

The Si design project is located in Seoul, South Korea. For the new hairdressing salon GN hair brand, the design mainly regards it as a space for customers to feel happy, while providing enough working space for hairdressers in the limited space. Therefore, a very clear design language is needed to attract customers and passers-by.



SI 设计 | 奔驰 AMG 展厅设计

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

该空间设计项目位于慕尼黑, 是奔驰汽车 AMG 系列打造的私人定制沙龙空间。该空间专供私人咨询时间使用, 7 天 24 小时 开放服务, 总面积 160 平方米的空间。

作为一个大型私人商务空间, 可以与朋友和家人一起探索奔驰品牌, 单色配色方案表达了 AMG 在零售界最响亮的实体品牌知名度。

The space design project, located in Munich, is a private customized salon space created by Mercedes Benz AMG series. The space is dedicated to private consultation time and is open for 24 hours a day. With a total area of 160 square meters, as a large private business space, you can explore the Mercedes Benz brand with friends and family. The monochrome color scheme expresses AMG's most prominent physical brand awareness in the retail industry.



VI 设计 | 哥伦比亚 Kakao 可可包装设计

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

哥伦比亚有几个地区非常适合种植优质可可，Kakao 作为当地企业诞生，旨在利用这种巧克力并将其与当地原生态结合，为有兴趣的巧克力爱好者提供丰富的独特风味和体验。因此，VI 设计的包装部分将巧克力定位为一系列引人注目的产品，消费者会想要一一尝试。

包装通过带有有关原产地和特定特征的详细信息和标签来解决，并以信息图形的形式呈现。通过几何图形来代表哥伦比亚，这些几何图形让人联想到色彩鲜艳的本土面料。

There are several regions in Colombia that are very suitable for planting high-quality cocoa. Kakao was born as a local enterprise, aiming to make use of this kind of chocolate and combine it with the local original ecology, so as to provide rich and unique flavors and experiences for interested chocolate lovers. Therefore, the packaging part of VI design positions chocolate as a series of eye-catching products, and consumers will want to try them one by one.



> 简米知识分享

照明第 13 讲 | 光束角

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



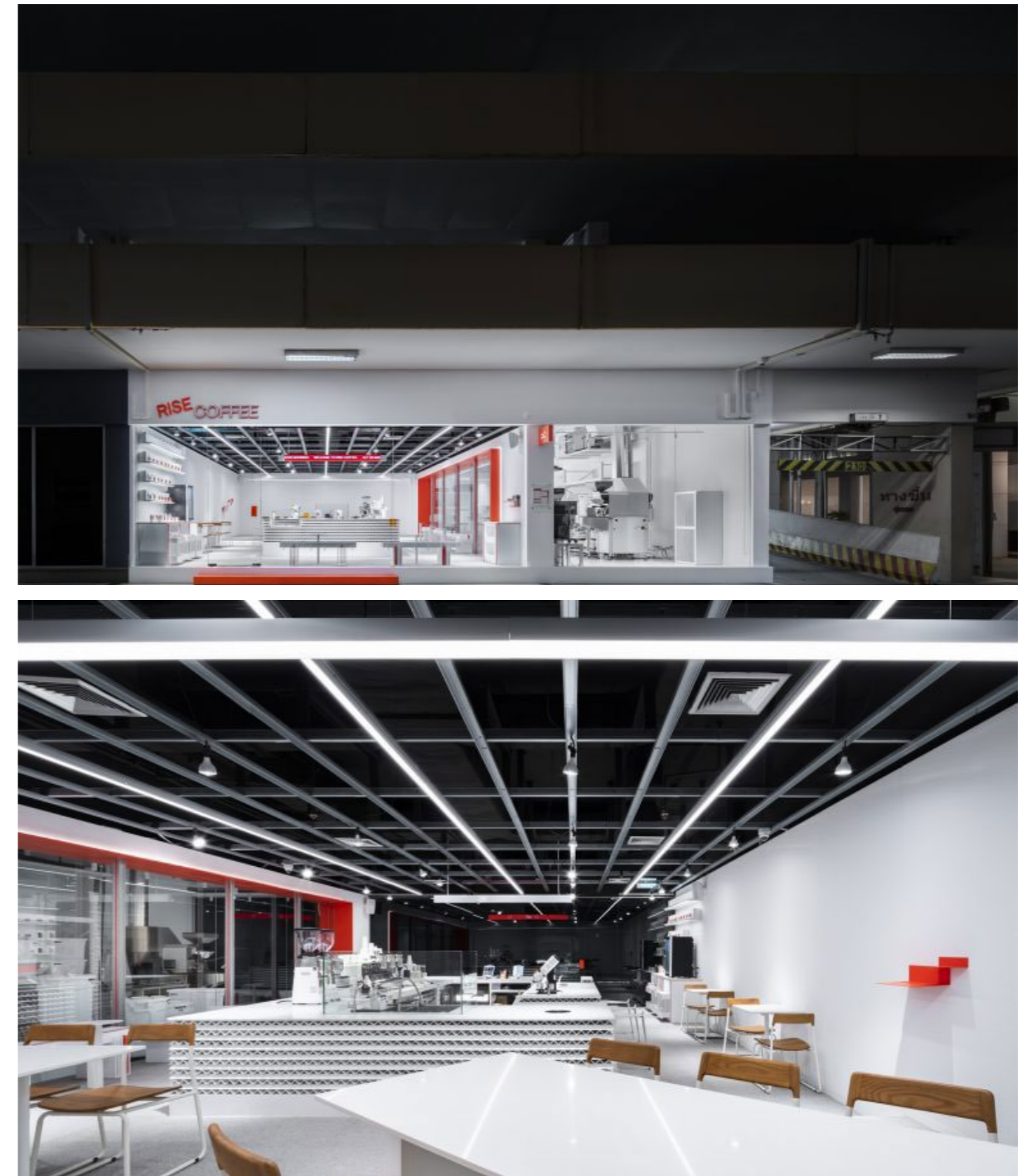
这是装修小白最容易一秒破功的一个概念! 看到别人家灯光美美的, 自己精挑细选买回去的灯一打开却是一片苍白。很多人认为凸出来的才是射灯, 在吊顶里面嵌入式的都是筒灯, 反正外观看起来也没啥区别, 但实际灯光效果却是天差地别!

光束角

相信很多朋友家里白天是要比夜晚更美的, 因为吸顶灯和筒灯并不会让家里变得更美, 如果你对灯光的要求仅仅只是照明照亮而已, 后面的文章可以不看。射灯彻底的改变了现代灯光设计, 灯光设计的需求不仅仅只是亮而已。

射灯的那种光束感, 明与暗的光影中的空间层次感, 营造家的舞台感, 同时又让好像让照的物件有种时光静止的感觉。

说到射灯和筒灯的区别, 就要提到一个关键的参数“光束角”, 光束角就是整个灯 50% 的光都在这个角度以内, 光束角并不是一个真实的角度, 真实的光斑会比标着的光束角大很多(我自己瞎测 24°光束角实际光斑在 48°左右)。我自己瞎定义的射灯的概念就是光束角小于 45°的灯, 而 24°就是最适合洗墙、家用的角度, 一般家里射灯无脑全部选择 24°即可。



配图: Rise Coffee 咖啡店

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

