

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:



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



简米出品 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2022/11 总第123期

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

### 卡塔尔世界杯标志设计

#### 连锁课堂

「奶茶店设计小知识」



新案 | 汇明墙布——为悦己而生

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

汇明墙布 SI 设计（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

卡塔尔世界杯标志设计 008

> 简米案例速递

汇明墙布——为悦己而生 010

连锁课堂「奶茶店设计小知识」 014

SI 设计 | 柏林 LOEWE 皮具店设计 016

空间设计 | 洛杉矶 Magnlens 服装店设计 018

VI 设计 | 拿大 Saison 2 饼干包装设计 020

> 简米知识分享

照明第 15 讲 | 灯光类型 022

# 简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



## 卡塔尔世界杯标志设计

### > 简米快讯

世界杯正在如火如荼的进行！2022年11月21日至12月18日，作为关注度最高的足球赛事——卡塔尔世界杯，将在卡塔尔8个球场举办。卡塔尔将在中东举办首届FIFA世界杯，以热情好客著称的卡塔尔将欢迎世界各地人民参与这项著名的足球赛事。

一起来了解下本届世界杯标志的诞生过程！

本届世界杯标志的设计机构来自葡萄牙里斯本的unlock brand，该机构通过与FIFA官方以及卡塔尔组委会密切合作，开发了FIFA2022年卡塔尔世界杯™品牌系统，旨在宣传一项能被广泛传播的文化内容以及如何把卡塔尔世界杯塑造成为一种极致体验的足球盛会。

整个视觉系统包含品牌战略、阿拉伯语言课程、3D设计、2D设计、动效设计、阿拉伯与拉丁文字排版工作、音乐与声音设计，通过实地考察、了解伊斯兰文化艺术采访以及在多哈瓦奇夫集市的有趣自拍等内容，都包含在内。



数百次的尝试、经过数轮调整之后创建了 Qatar2022™，这是 FIFA 2022 年卡塔尔世界杯™ 的官方字体。

为了保证字体之间的协同作用，拉丁文和阿拉伯文同时开发设计。最终呈现的是一种全新的现代字体，设计灵感源自卡塔尔，融合了传统元素和现代设计。



### > 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约广州好木家 VI 设计

简米新案速递

# 汇明墙布——为悦己而生

## 解决方案

**品类聚焦：** 专注提花研究与织造

价值定位： 传承千年提花技艺， 织造艺术居家生活

**消费人群画像：**

**品牌升级的核心要务：** 消费者洞察

用户画像不是结果，而是一个开始，不是回答对与错，而是进行取舍。用户画像本质上是将产品人格化，通过产品人格化，让一部分人产生情感上的共鸣，让另一部分人产生精神上的向往。富人因为稀缺所以消费稀缺；中产标榜 学识与文化，所以需要定义品质和意义；前进中的青年希望被接纳又要彰显个性，所以依附时尚。用户画像展现的是产品的人格魅力，功能与品质之于产品就像是产品的体格指标，一个体格健全的人，加上一个充满魅力的人格，才能成为大众向往的明星。总之，用户画像不是回答谁买我们，而是回答我是谁，我想影响谁！

## 为悦己而生

查看完整案例↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/267>

### A3 时尚妈妈

特点： 颜值即正义 IP 即认知

24 岁 + 的新手妈妈

她们，爱颜值、爱分享、追求时尚

她们，初为人母，但依然是个少女

她们，爱大牌，也追国潮

她们，二次元、电竞、手办，IP 即文化

### A5 知性妈妈（精致妈妈）

特点： 颜美心悦，内外兼修

30 岁 + 重颜值也重内在的高知高消费中坚力量

她们，深谙舍得之道

她们，重颜值也重内在

她们，注重生活质感也强调精细化育儿

她们，叱咤职场，积极社交，出街必要精致

她们，全幅武装，活跃在各个圈层

她们，有一个共同的称呼

### A7 富豪妈妈

特点： 精、专、贵，看得见的尊贵

不在意价格，只关心产品是否能体现自己的尊贵身份和品味。自古，权贵、富豪都有一个烦恼：怎么体现自己的尊贵？



## 动品牌调性梳理

空本次设计根据汇明墙布自身 A3、A5、A7 产品的品牌核心价值体系，梳理出“A3 区的颜值、时尚、大牌、国朝，A5 区的精致、优雅、知性、精致，A7 区尊贵、奢侈”等各大区域核心关键词。

设计从风格、形象、气质、到功能规划、动线布局、品牌体验等等层面，全部围绕该核心关键词进行。让汇明墙布的终端门店形象与消费者认知同频、让消费者感受产品、完成消费闭环，达到我们设计的目标，是我们本次设计解决的核心问题。



| 连锁课堂 |

## 奶茶店设计小知识

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

茶饮店的店面设计, 可以通过奶茶店的各种装饰风格, 反映出品牌所面对的主要消费者群体。

外观基本上决定了店面的风格定位, 字体的选择也基本上决定了外观的档次。在奶茶店门口设计的颜色和门面的外观也需要很好地搭配。

想要吸引眼球, 可以选择一些比较亮的颜色, 比如黄色、银色, 或者黑色系列。最好采用黑色, 以强调赭色标志。但是不要用艺术风格的指示灯。

再小的奶茶店, 也会有新的店面设计出来。我们可以说, 不管是什么材料和技术, 都不可能出现不良形象的门。

还有一点很重要, 就是他们都考虑到了与大环境的互补作用。因此, 只有自然的美, 可以不突出招摇。

就拿喜茶来说。其奶茶店设计主要突出了以下几个方面: 造型独特、色彩突出、形象生动、联想丰富。

看台要合适。不管你使用水平标志或垂直标志, 其大小要适当, 才能使展示效果不受破坏。

就饮料店面的设计布局而言: 奶茶店的店面面积一般较其它餐厅小, 多有 10-20 平方米。但麻雀虽小, 五脏俱全。

对于奶茶店的店面设计, 根据店内各个功能区域的不同, 重点设计经营区、座位区、生产区等。三个领域不仅仅是一条管道, 而是一条连接起来的管道。



## SI 设计 | 柏林 LOEWE 皮具店设计

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 设计是 LOEWE 皮具品牌的想象设计。进一步提升了其在德国市场的知名度, 实体店落地在奢侈品百货公司 KaDeWe 的经营场所开设了一家店中店, 这家新的 LOEWE 店中有女士配饰、包包、小皮具和鞋子, 店面位于底层的零售空间面积为 75 平方米。

该 SI 设计调色板包括混凝土、枫木和西班牙手工制作的精美蓝色和橙色陶瓷等材料, 大胆地引用了这座房子的根源。

The SI design is the imaginary design of LOEWE leather goods brand. It further enhanced its popularity in the German market. The physical store was located in the business premises of the luxury department store KaDeWe and opened a store in store. The new LOEWE store includes women's accessories, bags, small leather goods and shoes. The retail space at the bottom of the store is 75 square meters.

The SI design palette includes materials such as concrete, maple and exquisite blue and orange ceramics handmade in Spain, boldly quoting the roots of the house.





## 空间设计 | 洛杉矶 Magnlens 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

该该连锁设计项目位于洛杉矶 Westfield Century City 购物中心。连锁店设计受到城市元素的启发。材料调色板直接参考了混凝土和沥青, 发光的图形暗示了繁华市中心的广告和标牌。

不锈钢固定装置是对脚手架和建筑材料的清晰重新诠释, 而灯光的布置则让人联想到街灯的节奏。照明设计能够与大胆的图形手势相得益彰, 营造出一种充满活力、舒适而诱人的氛围。

The chain design project is located in the Westfield Century City Shopping Center in Los Angeles. The design of chain stores is inspired by urban elements. The material palette directly refers to the concrete and asphalt, and the luminous graphics imply the advertisements and signs in the downtown. Stainless steel fixtures are a clear reinterpretation of scaffolding and building materials, while the layout of lights reminds people of the rhythm of street lamps. The lighting design can complement the bold graphic gestures to create a vibrant, comfortable and attractive atmosphere.



## VI 设计 | 加拿大 Saison 2 饼干包装设计

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 设计是加拿大 Saison 2 饼干包装设计, Saison 2 在魁北克手工制作, 通过回收麦芽残渣, 结合烹饪和环境创新, 制作出美味的饼干。Saison 2 指的是 Saison 啤酒, 2 是麦芽的第二次再利用。其目标是将该品牌定位为魁北克省谷物食品的领导者。

新 VI 设计平衡了高档外观, 提升了优质成分的使用, 并带有俏皮的色调, 因为标语“la réformation du malt”——这是一个双关语, 因为 malt 听起来像法语中的“mal”, 意思是邪恶。

The VI design is the packaging design of Canadian Saison 2 biscuits. Saison 2 is handmade in Quebec. Through the recycling of malt residues, combined with cooking and environmental innovation, delicious biscuits are produced. Saison 2 refers to Saison beer, and 2 refers to the second reuse of malt. Its goal is to position the brand as the leader of grain food in Quebec.



> 简米知识分享

## 照明第 16 讲 | 灯光类型

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



没有光, 我们人的眼睛就看不到物体, 分辨不出不同物体的外形与材质, 今天就来了解一下灯光有哪些类型吧!

### 常见的灯光类型

#### 平行光

不需要位置, 只需要一个方向。光源方向性强, 有一定的光线反弹到物体暗部, 物体暗部向上的面, 包括投影会受天空影响带有蓝色或者紫色。

#### 点光

在场景中有一个坐标(位置)。光源呈放射状, 向各个方向发射光线。距离会决定光的强度。可以看到地面中间比边缘更亮, 因为它离光源更近。比如人造灯光, 烛光, 火焰等。光源下的投影边缘有明显虚实衰减。

#### 聚光

它有一个内锥角和一个外锥角。在锥体内部的东西都会被照亮。锥体以外的东西都不被照亮。当光源离物体越近, 投射阴影面积会变大。一般拿用来模拟一些人造光源。比如射灯, 手电筒等。



## 简话目录

- # 简米 # 之照明系列专讲第 13 讲：测光公式 (最新)
- # 简米 # 之照明系列专讲第 13 讲：LED 驱动 4 种连接方式
- # 简米 # 之照明系列专讲第 13 讲：光束角
- # 简米 # 之照明系列专讲第 12 讲：发光强度
- # 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

