

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



关注我们随时获取



简米月刊 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

# 简米月刊 JEREMY MONTHLY 2025/09 总第152期

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

## 2025站酷设计周定档10月

**连锁课堂**  
「从系统构建到投资回报的SI设计赋能」

**简米知识分享**  
从人才锻造到陈列增效的增长双引擎

新案 | 荷兰海普诺凯1897奶粉设计

海普诺凯1897妈妈配

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

海普诺凯 1897（简米设计）

| 投稿热线

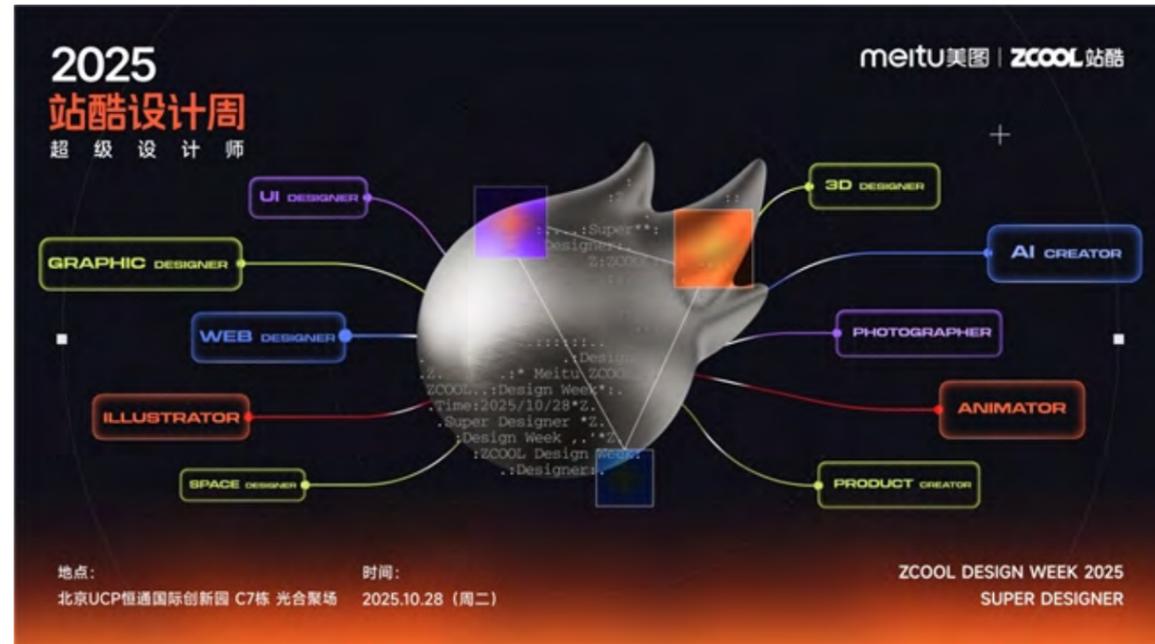
400-666-8202

| 投稿邮箱

289884595@qq.com

| 目录 CONTENTS

<b>&gt; 简米资讯</b>	
<b>2025 站酷设计周定档 10 月</b>	008
<b>&gt; 简米案例速递</b>	
<b>海普诺凯——百年贵族 以爱传世</b>	010
<b>连锁课堂「从系统构建到投资回报的 SI 设计赋能」</b>	014
<b>SI 设计   爱马仕 (Hermes) 首尔店设计</b>	016
<b>店面设计   莫斯科 YOU WANNA 女装店设计</b>	018
<b>VI 设计   Sundra Hill 日用品产品包装设计</b>	020
<b>&gt; 简米知识分享</b>	
<b>从人才锻造到陈列增效的增长双引擎</b>	022
<b># 简话 # 目录</b>	024
<b>趣话「简米人」</b>	026
<b>关于「简米」</b>	028



针对“超级设计师”这一主题，2025 站酷设计周组委会表示，“超级设计师”的身份不止于设计师，还可能是内容创作者、品牌主理人、艺术家、独立站长、商业策展人等。

## 2025 站酷设计周定档 10 月

### > 简米快讯

最新消息，2025 站酷设计周将于 10 月 28 日在北京举办，组委会宣布本次活动的主题为“超级设计师”。本届设计周将于 9 月 22 日开启开票。

站酷设计周由聚集了 1800 万设计创意人的站酷主办，经过十年沉淀，已成为行业内兼具口碑和影响力线下大会之一。站酷设计周拥有热情、创新、活跃的全球设计创意人群，以科技与设计为驱动力的品牌，充满生命力和生活力的年轻受众。

2025 站酷设计周有六大亮点：一是聚焦“超级设计师”主题，挖掘兼具影响力、商业力、工具协作力与多元身份的设计先锋；二是设计超 12 场大咖演讲，汇聚行业智慧；三是紧扣“个体价值”“设计风向”“设计驱动生意”“AI 工作流”等前沿议题，输出实战干货；四是通过“超级发布会”联动多领域伙伴，向全行业释放创新成果；五是延续站酷百大设计榜颁奖，见证优秀设计师的荣耀时刻，进一步点亮设计星光；六是创造优质场域，为站酷推荐设计师、站酷订阅会员、媒体人士等现场观众提供深度交流和人脉拓展。

### > 简米本月动态

### JEREMY NEWS

新签约北京幸福口腔画册设计

简米新案速递

# 海普诺凯——百年贵族 以爱传世

海普诺凯 1897 是荷兰海普诺凯乳业集团旗下品牌，创立于 1897 年，发源于荷兰 Ommen 小镇的蒸汽动力乳制品工厂，现为专注婴幼儿配方奶粉及母婴营养产品的百年乳企。品牌以荷斯坦功勋牛纯正奶源为基础，研发含氨基酸、OPO 等优化配方的奶粉产品，生产流程执行欧盟、荷兰及中国三重质量标准。

企业官网：<http://www.1897.com/>

## 策略梳理 Strategy carding

### 设计解析

本次设计围绕“科学规划、艺术表达、体验优先”三大核心维度展开，以模块化架构为基础，整合品牌管理与传播需求，通过简约的设计语言、高贵的视觉风格与特色化的细节处理，实现“管理 - 传播”“体验 - 识别”的双向价值落地，让专柜不仅是产品陈列空间，更是品牌形象与文化的传递载体。

### 品牌元素

在专柜正面、侧面等核心视觉区域，清晰呈现“海普诺凯 1897”品牌标识与“百年贵族，以爱传世”“用爱成就 1897”等 Slogan，通过统一的字体与排版，强化品牌识别，确保顾客在第一时间捕捉品牌信息。

百年贵族  
以爱传世

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/298>





### 专柜设计

无论是正面、侧面还是局部效果，均保持色彩、材质与品牌元素的一致性，避免终端形象碎片化，确保消费者在不同场景下接触专柜时，能形成统一的品牌记忆。通过辅助小道具（如定制陈列架、样品展示座）的设置，重点突出核心产品的陈列，同时增加产品样品展示数量与展示角度。例如，在专柜局部设置开放式样品台，让顾客可直观观察产品包装、粉质等细节，强化对产品的认知与信任。



| 连锁课堂 |

# 从系统构建到投资回报的 SI 设计赋能

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

## 连锁品牌四大系统的构建：SI 设计的深度渗透

连锁品牌的扩张需以系统化思维为基础，从顶层设计到招商落地，SI 设计在每个环节都扮演着“可视化翻译官”的角色，将抽象战略转化为可执行的空间方案。

(一) 顶层设计：用视觉锚定战略，为投资回报定调

顶层设计是连锁扩张的“方向盘”，决定了品牌的价值定位与单店盈利模型，而 SI 设计是将战略转化为盈利潜力的关键工具。

战略定位的可视化

：明确“产品价值、客户价值、产业价值”后，SI 设计通过视觉符号强化认知。例如，巴奴毛肚火锅的“新鲜”卖点可通过产品包装的纹理与色彩传递，锅圈食汇的“家庭火锅供应链”定位可通过终端陈列的“便捷采购”场景呈现。这种视觉化不仅增强品牌辨识度，更让加盟商直观理解“卖什么、赚什么”，为后续投资回报奠定认知基础。

## 训练与督导标准化

“视觉标准训练课程”通过视频示范与模拟演练，让员工快速掌握陈列要点；“视觉督导工具包”（检查表格、整改指引）帮助识别偏差（如色彩饱和度误差）。某茶饮品牌借此将终端视觉达标率从 60% 提升至 92%，坪效相应增长 25%，验证了标准化对盈利的直接拉动。

## 单店模型的标准化

单店是盈利复制的最小单元，简米设计的《单店视觉手册》规范从门头到内饰的全场景标准（如 LOGO 摆放比例、功能分区色彩）。某奶茶品牌通过动线视觉引导系统，将新门店装修周期缩短 30%，点餐效率提升 20%，直接优化单店投资的“时间成本”与“运营效率”，让单店模型更易达到预期回报。

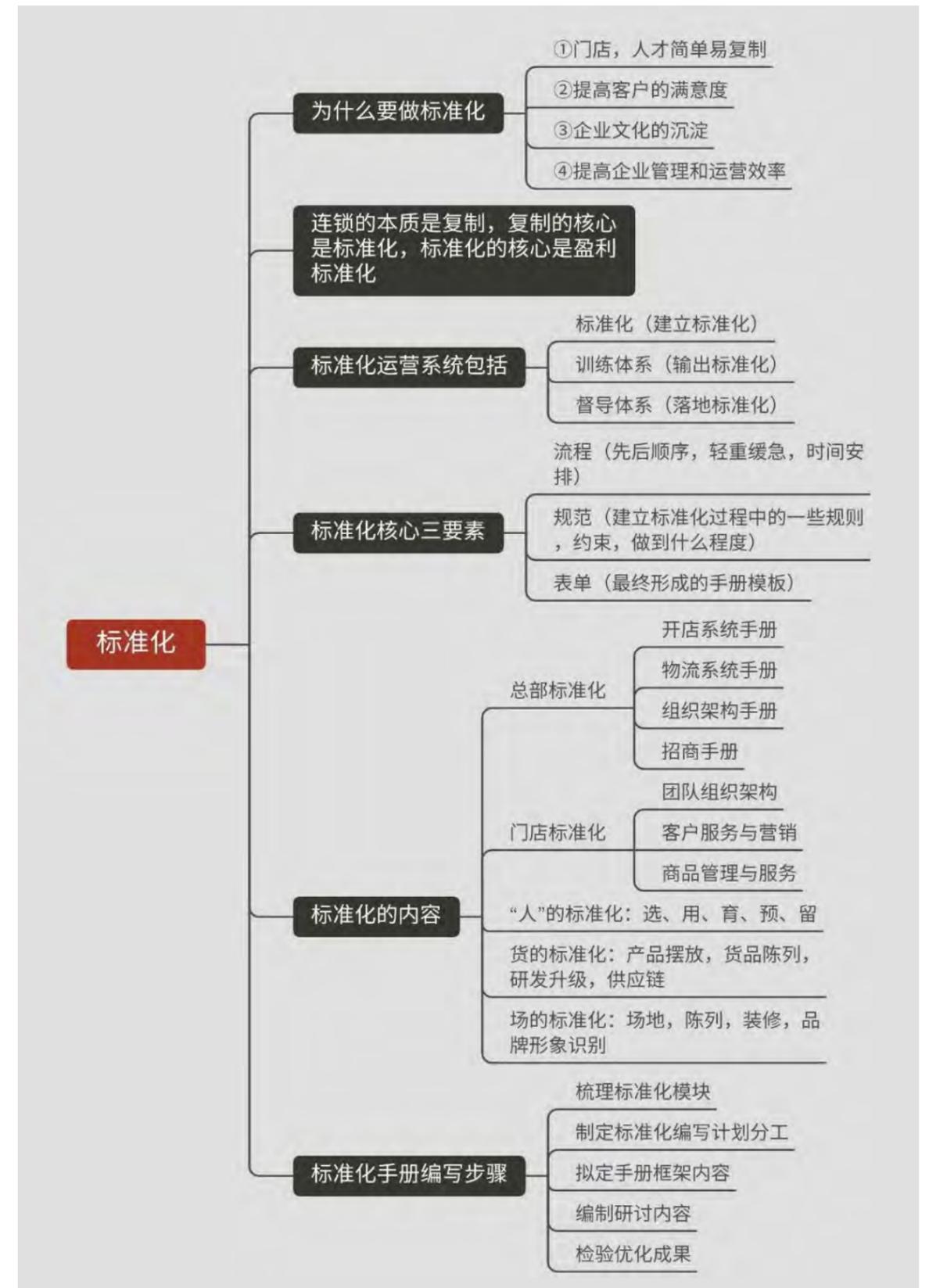
(二) 人才团队：用工具降低复制成本，保障标准化落地效率

人才是扩张的“引擎”，SI 设计通过标准化工具降低培训成本，确保团队能力与空间标准的匹配，间接提升投资回报稳定性。

新人培训与老人提升

：《视觉标准入门手册》用图文拆解基础规范（如“检查 LOGO 是否歪斜”），让新人快速上手；“视觉优化案例库”收集区域化装饰的合规调整经验，助力老人“守正出新”。这种工具化培训使人才复制效率提升 40%，减少因人员能力不足导致的运营损耗，保障单店盈利稳定性。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取



## SI 设计 | 爱马仕 (Hermès) 首尔店设计

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

尽管中国曾被视为到 2030 年将成为全球最大的奢侈品市场, 但目前的前景却十分黯淡, 许多高端品牌正在缩减在中国的零售业务。与之形成鲜明对比的是, 远东地区的多个购物目的地, 如新加坡、曼谷、首尔, 甚至马尼拉和雅加达, 都提升了自身形象, 在高端市场开设了一系列诱人的新店。尽管如此, 在过去一年里, 韩国首都的零售业发展显著加速, 以至于当地的店铺开业常常能吸引全球媒体的关注。爱马仕 (Hermès) 在首尔领先的奢侈品百货公司之一——The Galleria 的镀金建筑内开设了一家经过搬迁和扩建的店中店。

While China was previously hailed as the biggest luxury market on the planet by 2030, current prospects are downright bleak, and many a high-end brand is scaling down retail operations in the country. In stark contrast, a number of shopping destinations in the Far East, such as Singapore, Bangkok, Seoul and even Manila and Jakarta, have raised their profiles, flaunting a slew of alluring new store openings in the upper segment. That said, it's in the South Korean capital where retail developments have significantly accelerated in the past year, and to such an extent, that local store openings often gain global media attention. The house of Hermès is pitching in with a relocated and expanded shop-in-shop on the gilded premises of The Galleria, one of Seoul's leading luxury department stores.



# 店面设计 | 莫斯科 YOU WANNA 女装店设计

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

女装时尚品牌 YOU WANNA 深受年轻潮流人士的喜爱, 目前已在莫斯科开设了六家独立门店。然而, 该品牌自2008年由尤利娅·叶利塞耶娃和尼吉娜·伯恩斯塔姆姐弟创立以来, 仍不断寻求增长空间, 在莫斯科开设了第七家门店。YOU WANNA 的店中店位于该市领先的百货公司之一 Tsvetnoy 百货公司内, 占据四楼 58 平方米 (624 平方英尺) 的单元, 室内设计由当地建筑事务所 Sinitsa Buro 操刀。店内布局以圆形为核心, 围绕着一个舒适的座位区, 座位区由一个半圆形沙发组成, 沙发采用漆木材质和天鹅绒包覆, 周围环绕着覆盖有匹配织物的立柱, 这些立柱与服装展示架融为一体。定制设计的吧台结构由贴面中密度纤维板和拉丝钢制成, 划分了店中店的外环, 同时也成为焦点, 为购物体验增添了社交和体验元素。尽管受到限制, YOU WANNA 的店中店仍呈现出独特的美学风格, 使其在周围环境中脱颖而出。

Women's fashion brand YOU WANNA resonates well with a young on-trend demographic, and already operates six standalone stores across Moscow. However, the brand, founded in 2008 by siblings Yulia Yeliseyeva and Nigina Bernshtam, continues to see room for growth, adding a seventh outpost in the city. Situated on the premises of Tsvetnoy, one of the city's leading department stores, the YOU WANNA shop-in-shop occupies a 58 sqm. (624 sq.ft.) unit on the fourth floor and features an interior design by local architecture practice Sinitsa Buro. The circular setting revolves around a comfy seating area at its core, comprising a semi-circular sofa crafted from lacquered timber and velvet upholstery, surrounded by columns clad in matching fabric which integrate garment display rails. A custom-designed bar structure, made of veneered MDF and brushed steel, demarcates the shop-in-shop's outer ring while also serving as a focal point and adds a social, experiential element to the shopping experience. Despite constraints, the YOU WANNA shop-in-shop achieves a distinctive aesthetic which sets it apart from its surroundings.



# VI 设计 | Sundra Hill 日用品产品包装设计

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

Sundra Hill 是由 Studio One Eighty 设计的一个现代天然除臭剂品牌。该品牌灵感源自从水果到植物基的多种成分，将简洁的配方与大胆前卫的设计包装相结合。每款除臭剂都采用鲜艳的拼色包装，与其独特的香味相协调，打造出一个既直观又富有表现力的系统。

该品牌标识以一个定制的标志为基础，在简洁与独特之间取得平衡。搭配哑光饰面和极简字体，设计凸显清晰与自信，同时让色彩搭配成为亮点。其结果是一种既高端又平易近人的美学，将功能性产品转变为富有艺术感的日常用品。

Sundra Hill is a modern natural deodorant brand designed by Studio One Eighty. Inspired by ingredients that range from fruits to plant bases, the brand pairs clean formulas with bold, design-forward packaging. Each deodorant is wrapped in vivid color-blocked packaging, coordinated to match its unique scent profile, creating a system that feels both intuitive and expressive.



> 简米知识分享

# 从人才锻造到陈列增效的增长双引擎

注 / 本文由简米收集编辑整理  
如有侵权请联系简米客服:400-666-8202



在连锁企业的规模化发展进程中，人才梯队的稳固与终端陈列的效能，是驱动业绩增长与品牌深耕的两大核心支柱。简米设计深耕连锁领域，以专业视角与实践经验，从人才培养体系搭建到陈列设计策略落地，为企业提供全链条支持，助力连锁品牌突破发展瓶颈，实现可持续增长。

## 锻造“人才加工厂”：连锁发展的核心动能

人才是连锁企业扩张的“基石”，缺乏系统的人才培养机制，企业将面临“扩张即失控”的困境。简米设计总结出打造高效“人才加工厂”的三大核心策略，通过精准定位、科学测评与动态管理，为企业构建源源不断的人才储备。

连锁企业需先明确核心岗位与梯队层级。营、采、销、服、配是连锁运营的关键环节，如简米服务的糯邦连锁餐饮，通过梳理餐厅运营、食材采购等关键岗位，制定了员工发展、储备干部培养及高管继任的分层计划，让不同层级员工拥有清晰的职业路径。

## 解锁陈列增效密码：终端门店的隐形增长引擎

终端陈列是连锁品牌与消费者对话的“第一语言”，科学的陈列设计能提升购买转化率、强化品牌认知。简米设计以消费心理学与商业策略为核心，总结出多维度陈列方法，助力门店实现“商品会说话、场景能引流”。

## 陈列设计：从“商品摆放”到“营销艺术”

优秀的陈列是无声的促销员。它能够通过布局、色彩与展示方式引导消费行为：延长顾客停留时间、激发非计划性购买，同时营造舒适购物体验以提升品牌忠诚度。



立面效果 / Facade effect



Jeremy 简米

配图：简米案例《广惠便利》

## 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

...

# 简话连锁 # 第 191 期：连锁门店标准化建设与终端导购效能提升

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



# 连锁门店标准化建设与导购效能提升

注 / 本文由简米收集编辑整理  
如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

## 标准化体系：连锁复制的核心引擎

标准化是连锁企业突破“连而不锁”困境的核心密码，其价值不仅在于提升效率，更在于通过统一的品牌体验与管理流程实现可持续扩张。

### （一）标准化体系的战略价值与核心要素

连锁标准化的核心在于通过“复制”实现三大价值：

#### 效率与质量双提升

：简化门店复制流程，例如通过《人才复制策略培训 PPT》快速培养标准化人才，在加速扩张的同时保障服务品质一致性；

#### 文化传承与成本优化

：以标准化流程为载体传递企业文化，同时通过供应链协同、管理流程优化降低运营成本，如总部通过标准化手册实现采购、仓储、物流的高效联动。

运营标准化的核心要素包括流程、规范、表单，覆盖总部与终端两大层面：

#### 总部层面

：作为“智慧大脑”，需构建涵盖组织规划（人力资源、行政管理手册）、连锁扩张（选址、建店手册）、供应链管理（采购、物流手册）的标准化体系，为门店提供全方位支持；

#### 终端层面

：聚焦环境与商品管理标准化，简米设计通过特色空间设计（如餐饮门店的温馨氛围、时尚品牌的潮流风格）与陈列技巧，提升顾客体验与购买转化。



## 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

