

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



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



JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

Jeremy 简米®

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2025/12

总第155期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

2025香港设计营商周

连锁课堂

「连锁管理升级: SI标准化体系促增长」

简米知识分享

从人才锻造到陈列增效增长双引擎

新案 | 亿合——关一扇窗 护一个家

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

亿合门窗（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 2025 香港设计营商周	008
> 简米案例速递 亿合——关一扇窗 护一个家	010
连锁课堂「连锁管理升级：SI 标准化体系促增长」	014
SI 设计 奥斯陆 Prada 店面设计	016
店面设计 Kebaba 土耳其烤肉店设计	018
VI 设计 墨西哥 Autntico Corajillo 包装设计	020
> 简米知识分享 从人才锻造到陈列增效的增长双引擎	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



2025 香港设计营商周

> 简米快讯

2025 年设计营商周是由香港设计中心主办，香港特区政府文创产业发展处及香港贸发局支持的活动。

设计营商周是香港设计中心自 2002 年起主办的年度盛事，旨在探索设计、创新与品牌趋势，汇聚全球设计与商业精英，分享洞见并创造商业合作机会。

2025 年 12 月 1 日至 6 日，2025 年设计营商周在香港举行。



「設計營商周」是香港設計中心主辦的年度設計盛事，以設計、創新和品牌趨勢為重點。「設計營商周 2025」聯同合作伙伴國家意大利，以「好奇，激發設計創新」為主題，匯聚全球創意行業與商界領袖，與環球觀眾交流前瞻思維，共同探索變革的力量。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约河北送酒郎 SI 系统设计

新签约南方电网冷源控制中心设计

> 简米新案速递

亿合——关一扇窗 护一个家

广东亿合门窗科技有限公司创立于2008年，专注“高端全防护门窗”的品牌定位，集研发、制造、营销和服务为一体，以“肩负亿万家庭合家幸福”为使命，坚持创新驱动发展，制定中国高端全防护门窗行业标准，打造健康、绿色、环保的品牌新形象。

本次 VI 系统设计围绕亿合门窗“全防护系统门窗”的核心产品定位与“关一扇窗·护一个家”的品牌理念展开，以视觉语言传递品牌对家居安全、舒适防护的核心承诺，打造兼具辨识度、记忆点与情感共鸣的品牌视觉符号，助力品牌在门窗行业中建立清晰的差异化形象，强化消费者对“全防护”品类的认知关联。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

以“EEHE 亿合”为核心文字符号，采用简洁大气的无衬线字体设计，线条规整、粗细均匀，既体现门窗产品的工业质感与精准工艺，又确保在不同应用场景（品牌手册、门店招牌、产品包装等）中具备清晰的可读性。英文“EEHE”字母对称呼应，强化视觉平衡感，中文“亿合”字形方正饱满，传递品牌稳健、可靠的气质。

关一扇窗
护一个家

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/301>





场景应用

本次 VI 系统设计具备广泛的应用适配性，核心应用场景包括：

品牌宣传物料：如新品手册、宣传单页、海报等，通过核心标识与宣传语的组合，强化品牌核心信息传递；

产品相关场景：如产品包装、产品铭牌、安装说明书等，体现品牌辨识度与品质感；

线上传播渠道：如官网、社交媒体头像、宣传视频字幕等，确保品牌视觉的统一性；

线下终端场景：如门店招牌、接待台标识、展示区背景板等，营造沉浸式品牌体验；

商务沟通场景：如名片、合作提案封面等，传递品牌专业形象。



| 连锁课堂 |

连锁管理升级：SI 标准化体系促增长

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

连锁管理体系：筑牢运营核心根基

优质的连锁管理需围绕 “标准化、可复制、强协同” 三大核心展开。从组织架构搭建、岗位职责明确，到招聘培训、薪酬激励、晋升机制的全流程设计，形成闭环管理体系。通过统一的执行 SOP、督导巡店机制、门店运营模板，让各门店在人员管理、货品流转、服务交付等环节保持一致标准，既降低了管理成本，又保障了品牌服务质量的稳定性。同时，灵活的合伙激励与分红机制能充分调动员工积极性，让门店运营从 “被动执行” 转向 “主动创造”，为业绩增长注入内生动力。

SI 设计赋能：简米设计打造终端统一形象

终端空间是连锁品牌与消费者沟通的直接载体，SI 设计(空间识别系统设计)的重要性不言而喻。简米设计作为专注 SI 设计领域的专业团队，深度洞察连锁品牌的扩张需求，将品牌文化、运营逻辑与空间功能深度融合，打造标准化且具辨识度的终端解决方案。

简米设计从门店门头视觉、内部动线规划，到陈列布局、软装搭配，制定统一的设计标准。标准化的 SI 设计不仅能快速建立消费者对品牌的认知，更能适配连锁门店的快速复制需求，降低新店落地的沟通与施工成本。同时，科学的空间设计能优化消费体验、提升运营效率，与内部管理体系形成呼应，让 “场” 的价值充分释放，助力门店实现业绩转化。

双向协同：连锁品牌的增长密码

连锁管理体系解决了 “内部运营有序” 的问题，简米设计的 SI 设计解决了 “外部形象统一” 的问题，二者的深度协同构成了连锁品牌的增长闭环。完善的内部管理让门店运营高效可控，专业的 SI 设计让终端空间具备竞争力，这种 “内管 + 外场” 的双重赋能，能让连锁扩张既 “稳” 又 “快”。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

亏损门店业绩改善增长闭环体系

模块一：诊断与定位（计划-诊断）

序号	工具名称	内容描述
1	《门店健康度 360°诊断报告》	总部组建“特战队”驻店诊断，从人、货、场、财、客五个维度深度剖析
2	《核心问题归因五维表》	快速定位客流、转化、客单、成本、库存问题
3	《扭亏为盈“军令状”与目标拆解表》	设定 3 个月、6 个月清晰、可量化的改善目标，并拆解到周、到人

模块二：策略与方案（计划-策略）

序号	工具名称	内容描述
4	《每周改善行动“1+N”方案》	“1”个核心速赢策略 + “N”个基础运营动作
5	《总部资源赋能清单》	明确总部需要提供的支持，如特价资源、营销物料、专家驻店培训、IT 数据支持等

模块三：执行与监控 （执行-检查）

序号	工具名称	内容描述
6	《每日改善行动清单》	将每周方案分解为店员每日具体、简单的任务
7	《销售龙虎榜&日报》	每日公布个人/班组销售业绩、核心指标，营造“比学赶超”氛围
8	《每日夕会 15 分钟复盘流程》	所有员工参与，复盘今日表现及明日改进计划
9	《周数据复盘看板》	聚焦周销售额、周末客数、客单价、主推品占比等核心指标的环比变化

模块四：复盘与迭代（复盘）

序号	工具名称	内容描述
10	《每周改善复盘会模板》	会议输出固化的动作（SOP）、放弃的动作、优化的动作
11	《扭亏过程最佳实践萃取表》	记录在该店验证有效的独特打法，并分享给其他类似门店

模块五：组织与保障（机制）

序号	工具名称	内容描述
12	《门店活力激励机制》	设置即时、简单的奖励，如单品提成、超额利润分享、服务之星、好评奖励、目标对赌等
13	《总部-门店协同作战机制》	规定总部督导的巡店频率、沟通机制和问题解决时限
14	《员工技能闪电培训计划》	针对薄弱环节进行 15 分钟一次的碎片化培训

SI 设计 | 奥斯陆 Prada 店面设计

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

在奢侈品购物方面, 奥斯陆不再是北欧各国首都中的落后者, 而最近 Prada 独立门店的开业更是见证了其新地位的稳固确立。这家总部位于米兰的时尚品牌位于市中心, 在一座由建筑师克里斯蒂安·比昂 (Kristian Biong) 于 19 世纪末设计的四层历史建筑内, 占据了两个楼层, 与众多时尚界顶尖品牌的精品店比肩而立。事实上, Prada 开设了两个相邻的零售空间, 其中一个专门销售鞋子, 这在 Prada 庞大的零售体系中可谓独树一帜。由 Prada 内部设计团队在伦巴第首都设计的室内装潢, 体现了该品牌的所有标志性设计元素, 如薄荷绿色的墙面、黑白格纹大理石地板, 以及显然是相配色调的天鹅绒家具。Prada 新店销售男女服装、配饰、包袋、小型皮革制品, 当然, 还有全系列的鞋子。



Oslo no longer is a backwater among the Nordic capitals when it comes to luxury shopping, and the recent opening of a standalone Prada store bears witness to this new stature. Situated in the heart of the city, the Milan-based fashion house has secured two floors on the premises of a historic four-storey, late 19th-century building by architect Kristian Biong, rubbing shoulders with the boutiques of a number of peers from fashion's upper echelon. In fact, Prada has inaugurated two adjacent retail spaces, with one dedicated exclusively to shoes, making it quite unique in Prada's expansive retail universe. The interior design, created by Prada's in-house design team in the Lombard capital, sees all of the brand's signature design codes, such as walls dipped in minty green, black-and-white checkered marble flooring, and obviously, matching furniture pieces in velvet in a matching hue. The new Prada store carries men's and women's apparel, accessories, bags, small leather goods, and yes, the full range of shoes.



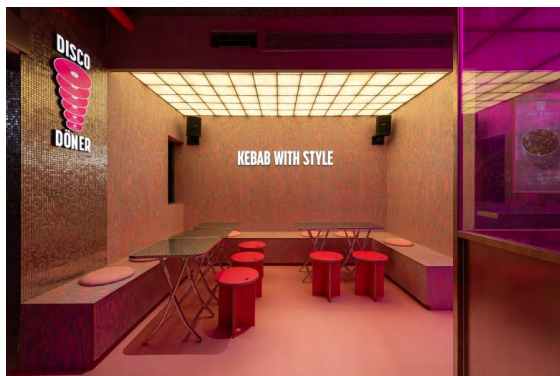
店面设计 | Kebaba 土耳其烤肉店设计

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

Kebaba 是上海一家受柏林深夜文化启发的土耳其烤肉店，将新鲜鸡肉、脆爽蔬菜和浓郁酱汁与街头文化和夜店氛围完美融合。该品牌没有选择成为一家普通的烤肉摊，而是致力于打造一个目的地——一个既传承柏林深夜精神，又扎根于上海街头活力的地方。“Disco Diner”完美体现了这种融合：在社交、生动且难忘的环境中享受快餐。

设计以一个清晰的创意为起点：将室内空间打造成一个会动的“迪斯科球”。镜面不锈钢马赛克覆盖墙壁和地板，散射光线并增强动感，营造出一种日夜变换的动态氛围。

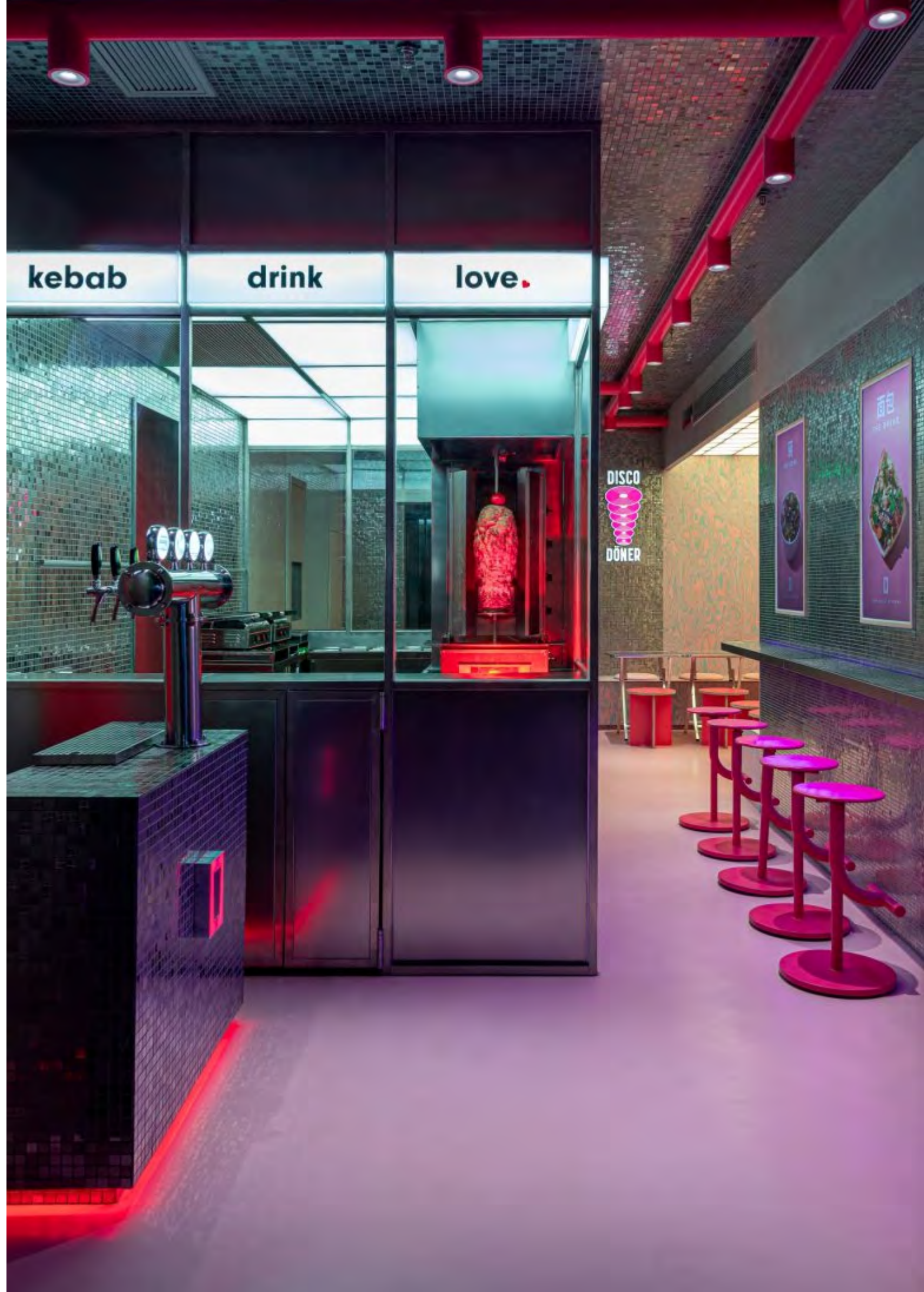
空间序列体现了两种节奏——高效与轻松。入口处，开放式柜台和可见的厨房将街道的即刻性与抵达感融为一体。中央的镜面厨房盒引入了平静的精确感，暗示着街头美食也可以拥有精致的内核。向后，柔和的灯光和舒适的座位形成了一个区域，供人停留、聚会或深夜 DJ 使用。



Kebaba is a late-night Berlin-inspired diner spot in Shanghai, blending fresh chicken, crisp vegetables, and bold sauces with the energy of street culture and club nights. Instead of becoming another kebab stall, the brand set out to build a destination—one that channels Berlin’s after-hours spirit while staying rooted in Shanghai’s street vitality. “Disco Diner” captures this mix: fast food in a setting that feels social, vivid, and memorable.

The design begins with a clear gesture: turning the interior into a moving “disco ball.” Mirrored stainless-steel mosaics cover walls and floors, scattering light and amplifying motion, creating a dynamic, day-to-night atmosphere.

The spatial sequence reflects two rhythms—efficient and playful. At the entrance, the open counter and visible kitchen merge street immediacy with a sense of arrival. A mirrored kitchen box at the center introduces calm precision, suggesting that street food can have a refined core. Toward the back, softer lighting and relaxed seating form a zone for lingering, gathering, or late-night DJ use.



VI 设计 | 墨西哥 Autntico Corajillo 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

“真实勇气”是一款美味而精致的鸡尾酒，由浓缩咖啡、柑橘利口酒和草药提取物调制而成。得益于其独特的包装设计，这款鸡尾酒可以以最简单的方式调制，在调制的那一刻就能给人留下难忘的印象。

从概念上讲，Auténtico Corajillo 是对墨西哥美食和调酒艺术的致敬，将当地经典提升为国际标杆。

Auténtico Corajillo is a delicious and sophisticated cocktail crafted from a blend of espresso, citrus liqueur, and herbal extracts. Thanks to its packaging design, it can be prepared in the simplest way possible, creating a memorable experience at the very moment of preparation.

Conceptually, Auténtico Corajillo is a tribute to Mexican gastronomy and mixology, elevating a local classic to an international benchmark. The identity is founded on three guiding pillars:



> 简米知识分享

连锁增长驱去：巡店标准化管理

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



在连锁企业规模化发展的赛道上，内部管理的标准化与终端形象的统一性是突破增长瓶颈的关键。简米设计的 SI 设计与科学的连锁管理体系形成双向合力，为品牌构建起可复制、高辨识度发展模式，成为连锁企业持续领跑的核心支撑。关注简小米，每日简话连锁！

连锁管理标准化：夯实内部运营根基

连锁企业的稳健扩张，离不开全流程的标准化管理体系。从组织架构搭建、岗位职责界定，到招聘培训、薪酬激励、晋升机制的闭环设计，再到督导巡店、门店运营 SOP 的落地执行，标准化管理贯穿“人、货、场”全链路。

通过统一的考核指标、清晰的权责划分与灵活的激励机制，既能激活员工积极性，让门店运营高效可控；又能降低新店复制的试错成本，保障各门店服务质量与经营效率的一致性，为品牌规模化扩张筑牢内部根基。

SI 设计赋能终端：简米设计打造统一品牌名片

终端空间是连锁品牌与消费者的直接触点，SI 设计（空间识别系统设计）成为品牌传递价值的重要载体。简米设计作为 SI 设计领域的专业团队，深度契合连锁企业“标准化 + 可复制”的核心需求。

简米设计从门店门头视觉、内部动线规划，到陈列布局、软装搭配，制定统一且具辨识度的设计标准。标准化的 SI 设计不仅能快速强化消费者品牌认知，更能适配连锁门店的快速扩张需求，降低落地成本。同时，科学的空间设计能优化消费体验、提升运营效率，让“场”的价值与内部管理体系形成呼应，助力业绩转化。



配图：简米案例《美菱》

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>



连锁店新人赋能（培训 37 法）

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

新员工是连锁门店的新鲜血液，科学的培训体系能让新人快速胜任岗位；而标准化的终端空间则是门店运营的基础载体，二者共同决定了连锁品牌的扩张效率与服务质量。宏鹏咨询的新员工培训 37 法与简米设计的 SI 设计形成双向赋能，为连锁门店的可持续发展筑牢根基。



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，不挑剔
- * 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

品牌门店新员工入职带教 第一天				
一、基本信息				
店铺：_____ 带教师傅：_____ 新员工：_____ 带教开始时间：_____				
二、带教内容				
序号	项目	内容	带教方式	考核人
1	熟悉店铺环境	1.认识店铺每位成员，相互间自我介绍，记住店铺每个人的名字并介绍入职培训内容。	带教老师在晨会/交接班会议上介绍新员工，并引导老员工轮流进行自我介绍，互相认识，并当面告知新员工主要培训内容	
		2.熟悉公共基本设施： ☐ 洗手间 ☐ 员工及各类通道 ☐ 吃饭场地 ☐ 员工休息区 ☐ 其他	带教老师先带领新员工熟悉一遍，之后新员工自己熟悉	
		3.熟悉店铺基本设施： ☐ 收银台 ☐ 顾客休息区域 ☐ 仓库 ☐ 电源开关 ☐ 电脑 音箱开关 ☐ 空调开关 ☐ 门窗开关		
2	了解公司企业文化	企业简介：（根据企业实际补充）	带教老师讲解一遍，然后新员工自学	
3	工作时间与店铺奖惩	1.店铺早班时间为：_____；晚班时间为：_____；中班时间为：_____；吃饭时间规定：_____。 ☐ 店铺休息规章制度 ☐ 请假 ☐ 换班 ☐ 排班规定	带教老师讲解一遍，然后新员工自学	
		2.了解店铺奖惩制度		
	妆容及形象要求	1、上班期间必须着淡妆，口红，妆容时刻保持光净，清楚，一米见妆 女士妆容： 眉毛：柳叶眉（眉装与发色一致或接近） 眼影：大地色 睫毛膏：黑色 粉底：美白亮肤 腮红：粉色 口红：正红色 男士妆容： 面部洁净不泛油光；唇部不起皮、滋润饱满；胡须整理干净，无参差 2.工牌： ☐ 岗位准确 ☐ 文字清晰 ☐ 统一佩戴于左侧胸前 ☐ 位置端正； 注：如商场有统一工牌则统一使用商场工牌，不用挂品牌工牌 3.工服： ☐ 款式统一 ☐ 干净 ☐ 平整 ☐ 无异味 ☐ 尺码适中 ☐ 工鞋 ☐ 丝巾	带教老师讲解一遍，然后新员工自学	

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

