

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® JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2026/06 总第161期

简米出品 Produced by JEREMY Copyright ©

世界工业设计学会成立



连锁课堂

「连锁规模化的底层逻辑：66条金句」

简米知识分享

连锁督导巡店全流程

新案 | 壁然美视觉VI形象升级设计

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

壁然美（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**
- 世界工业设计学会成立** 008
- > 简米案例速递**
- 壁然美——用专业涂料美化空间** 010
- 连锁课堂「连锁规模化的底层逻辑：66 条金句」** 014
- SI 设计 | 悉尼 OEWE store 奢品店设计** 016
- 店面设计 | 美国建筑师协会主题展馆设计** 018
- VI 设计 | The Loving Egg 品牌形象设计** 020
- > 简米知识分享**
- 连锁督导巡店全流程** 022
- # 简话 # 目录** 024
- 趣话「简米人」** 026
- 关于「简米」** 028



世界工业设计学会成立

> 简米快讯

据新华社报道，近期，世界工业设计学会在上海正式成立。学会致力于推动全球工业设计学术研究与产学研深度融合，提升全球工业设计发展水平，构建开放、协同、高效的创新生态。

世界工业设计学会由上海理工大学、中国工业设计协会、上海交通大学、德国贺迈设计机构等国内外工业设计行业组织、企业、大学、设计机构和个人共同发起成立，总部设在上海，秘书处设在上海理工大学，业务主管单位为中国科学技术协会。

学会首批创始会员包括全球 23 个国家和地区共 168 个单位和个人，并与 60 多个国家建立联系，广泛覆盖设计思维、设计科学、人工智能、机器人、航空航天、汽车、高端装备等多个学科和产业领域。

据悉，世界工业设计学会第一次全体会员大会暨一届一次理事会 4 月 17 日在上海理工大学召开，选举产生学会第一届理事会和负责人，上海理工大学校长朱新远担任首届主席。

朱新远表示，世界工业设计学会的成立，承载着全球设计界开放对话、协同创新、成果共享的美好愿景，将着力推动全球工业设计在发展中共享机遇、在挑战中携手应对、在协同中凝聚共识、在合作中实现共赢。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约浙江汉固达 SI 系统设计

简米新案速递

壁然美——用专业涂料美化空间

湖北壁然美涂料有限公司成立于 2005 年，壁然美深耕涂料行业 20 年，是集研发、生产、施工于一体的区域标杆企业，主打腻子粉、瓷砖胶等环保墙面材料，拥有多项绿色认证与行业荣誉。

2015 年简米为其打造第一代 VI 视觉（点击查看），伴随品牌成长。十年后，为适配消费升级与品牌战略升级，简米以专业、活力、美学为方向，完成品牌视觉焕新。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

本次形象升级简米团队依然以品牌首字母“B”为核心基底，深度融合三大核心逻辑：

品牌基因再强化：“B”既是“壁然美”拼音首字母，也象征品牌在墙面装饰领域的专属属性，构建直观视觉记忆点；

行业属性可视化：融入涂料笔刷元素，将“涂刷、墙面”的行业特征转化为视觉语言，强化专业认知；

美学与理念融合：刚直几何与流畅曲线结合，调整为红色基调传递活力，平衡专业感与美学感，契合“用专业涂料美化空间”的品牌主张。

活力美学



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/307>



设计目标

强化专业认知: 笔刷元素与几何造型, 直观传递“墙面涂料专家”的专业定位, 巩固行业标杆地位;

提升品牌质感: 现代简约的设计风格与鲜明的色彩体系, 打破传统建材品牌的刻板印象, 吸引年轻消费群体;

统一视觉体系: 全场景的 VI 规范, 解决品牌过往视觉分散、识别度弱的问题, 降低传播成本, 提升品牌溢价能力;

赋能长期发展: 视觉形象与“绿色环保、专业可靠”的品牌理念深度绑定, 助力壁然美在激烈的市场竞争中, 以鲜明的品牌特色脱颖而出, 开启品牌发展新征程。



| 连锁课堂 |

连锁规模化的底层逻辑：66 条金句

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

一、战略篇：先做唯一，再做第一

连锁不是做生意，是做产业链；模式要简单可复制，才能快速裂变。战略要有前瞻性，模式要有先进性，先占据细分赛道唯一性，再冲刺行业第一。产业链话语权 = 研发 + 终端，携消费者以令产业链，才能掌握定价权与主导权。

SI 设计，简米设计正是战略落地的空间载体：把品牌定位、差异化价值转化为可感知的终端形象，让每一家店都成为品牌战略的展示窗口，统一视觉、统一体验、统一认知。

二、标准化篇：标准不变形，复制不走样

连锁的核心是标准化，所有管理都应可标准化、可复制、可考核。标准化核心是流程、规范、表单，要想清楚、写清楚、讲清楚、落地不变形；不仅复制模式，更要复制团队与文化，设立最低标准，确保全员执行到位。

SI 设计，简米设计是空间标准化的最优解：统一门头、色彩、动线、陈列、灯光，形成模块化空间系统，适配不同店型、不同商圈，大幅降低装修成本、缩短开店周期、减少管理损耗，让标准从纸面落到地面。

三、训练篇：培训是知道，训练是做到

培训让人懂，训练让人会。做企业就是做一所学校，训练复制标准、文化、团队；言传不如身教，身教不如境教，用氛围与土壤激发自驱力。核心岗位、利润岗位必须自己培养，打造能打胜仗的事业型团队。

SI 设计，简米设计构建沉浸式境教场景：统一的空间氛围、品牌文化墙、服务动线，让员工在标准化环境中养成标准化习惯，降低训练成本、提升执行一致性，让文化看得见、摸得着、做得到。

四、督导篇：监督是底线，指导是上限

连锁是一把手工程，更是系统工程，督导的目的是保障持续盈利。监督固不可少，指导更能提升；督导要权威、忠诚，用文化凝聚团队，确保标准不衰减、执行不走样、业绩有保障。

SI 设计，简米设计为督导提供可视化标尺：门店形象、空间布局、陈列规范全部有标准、可检查、可考核，让督导有依据、落地有抓手，快速发现问题、纠正偏差，保障全国门店品质统一。



如需完整资料请登陆简米官网或联系简米客服获取

SI 设计 | 悉尼 LOEWE store 奢品店设计

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

去年年底, 悉尼的高端购物者在其北海岸有了一个新的去处, 那里有一系列新入驻的奢侈品牌, 提供更高级别的享受。我们说的是查茨伍德大通购物中心 (Chatswood Chase Shopping centre) 的改造及其专为包括罗意威 (LOEWE) 在内的领先奢侈品牌打造的新区域。这家西班牙时装品牌在 1 楼租了一个 185 平方米 (1,991 平方英尺) 的店面, 两侧是宝格丽 (Bvlgari)、圣罗兰 (Saint Laurent) 和博柏利 (Burberry) 等时尚界顶级品牌的精品店。室内设计由罗意威位于马德里的设计团队内部打造, 充分借鉴了罗意威之家 (Casa LOEWE) 的设计理念, 零售空间采用了丰富的材料和色调, 结构与触感之间也进行了精妙的对话。手工制作的釉面瓷砖勾勒出店内空间, 在墙壁、展示架和定制家具上以米白色、深蓝色和醒目的反光银色为特色。光滑的瓷砖表面与光滑的混凝土地面和 Cristallo Iceberg 和 Blue Bahia 系列丰富的大理石元素相映成趣。罗意威的新店销售女装、配饰、包袋、小型皮革制品和眼镜。

Late last year, Sydney 's high-end shoppers gained a new venue on its northern shores where next-level indulge is offered by a string of newly arrived luxury brands. We' re talking the transformation of Chatswood Chase shopping centre and its new precinct dedicated to leading luxury brands, including LOEWE. The Spanish fashion house has secured a 185 sqm. (1,991 sq.ft.) unit on Level 1, flanked by the boutiques of peers from fashion' s upper echelon, such as Bvlgari, Saint Laurent and Burberry. The interior design, created in-house by the LOEWE design team in Madrid, takes ample cues from the Casa LOEWE design concept, the retail space sees a palette of rich materials and hues, in addition to a refined dialogue between structure and tactility.



店面设计 | 美国建筑师协会主题展馆设计

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

为 1969 年美国建筑师协会（ASA）建筑博览会而构思的 Watsaduniyom 主题展馆（第十光展馆）始于一个在临时建筑中常被忽视的前提：展馆不应以残骸告终。该项目没有将展览视为一个奇特的观景时刻，而是将其构建为一个可逆的片段——一个旨在完好无损地回归其原本所属的经济和物质生活的集合体。

因此，尽管要求很高，但设计任务书却十分明确。除了品牌推广和可见性外，展馆还要求在活动结束后保留其组成部分以供再利用。作为回应，建筑师选择仅使用该公司自己的主要产品：铝塑复合材料（APC）和木塑复合材料（WPC），这两种可回收材料均已纳入 Watsaduniyom 的供应链。展馆的建筑语言直接源于这一决定。该项目没有引入外来饰面或定制制造，而是依赖于标准单元的有序重复和编排来产生空间效果。

Conceived for ASA Architect Expo '69, the Watsaduniyom Thematic Pavilion (The Tenth Light Pavilion) begins from a premise often ignored in temporary architecture: that a pavilion should not end as debris. Rather than treating the exhibition as a singular moment of spectacle, the project frames it as a reversible episode—an assembly designed to return, intact, to the economic and material life from which it came.



VI 设计 | The Loving Egg 品牌形象设计

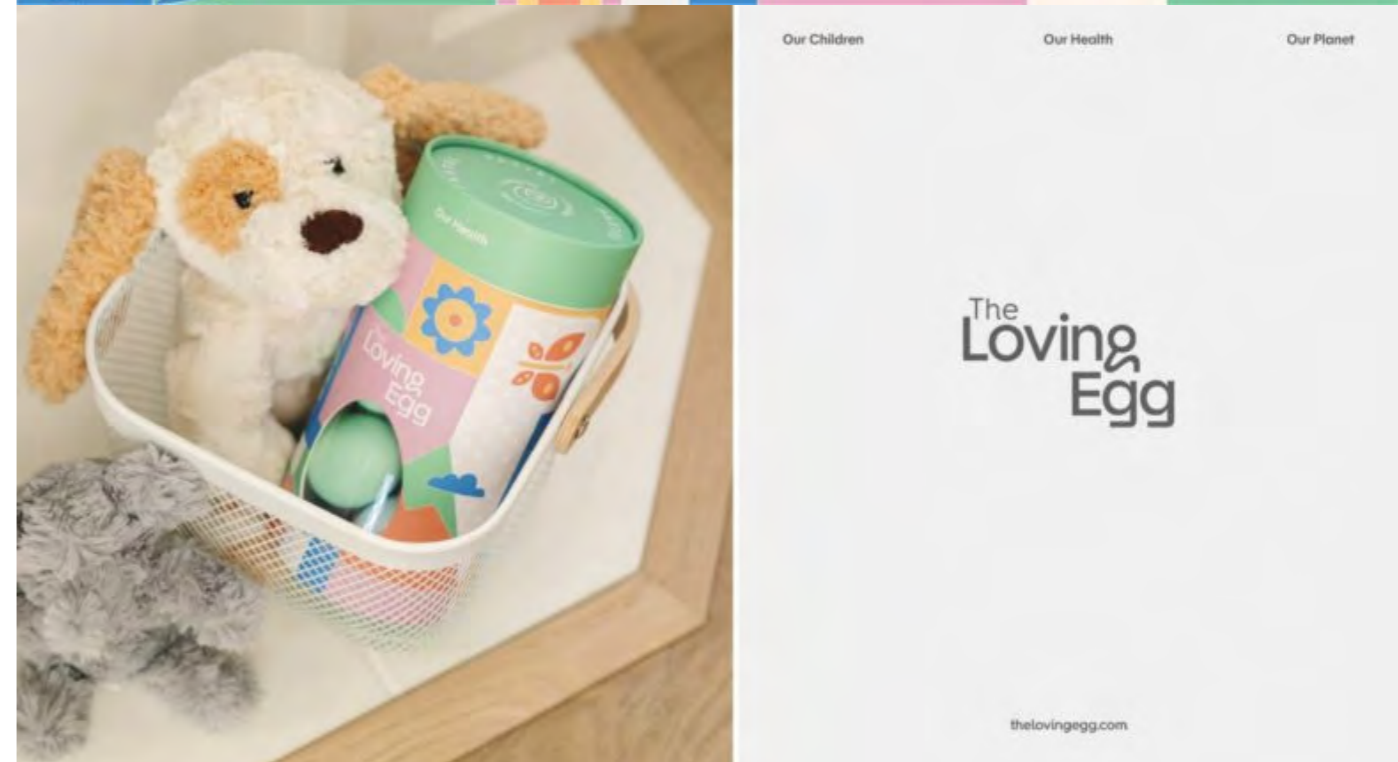
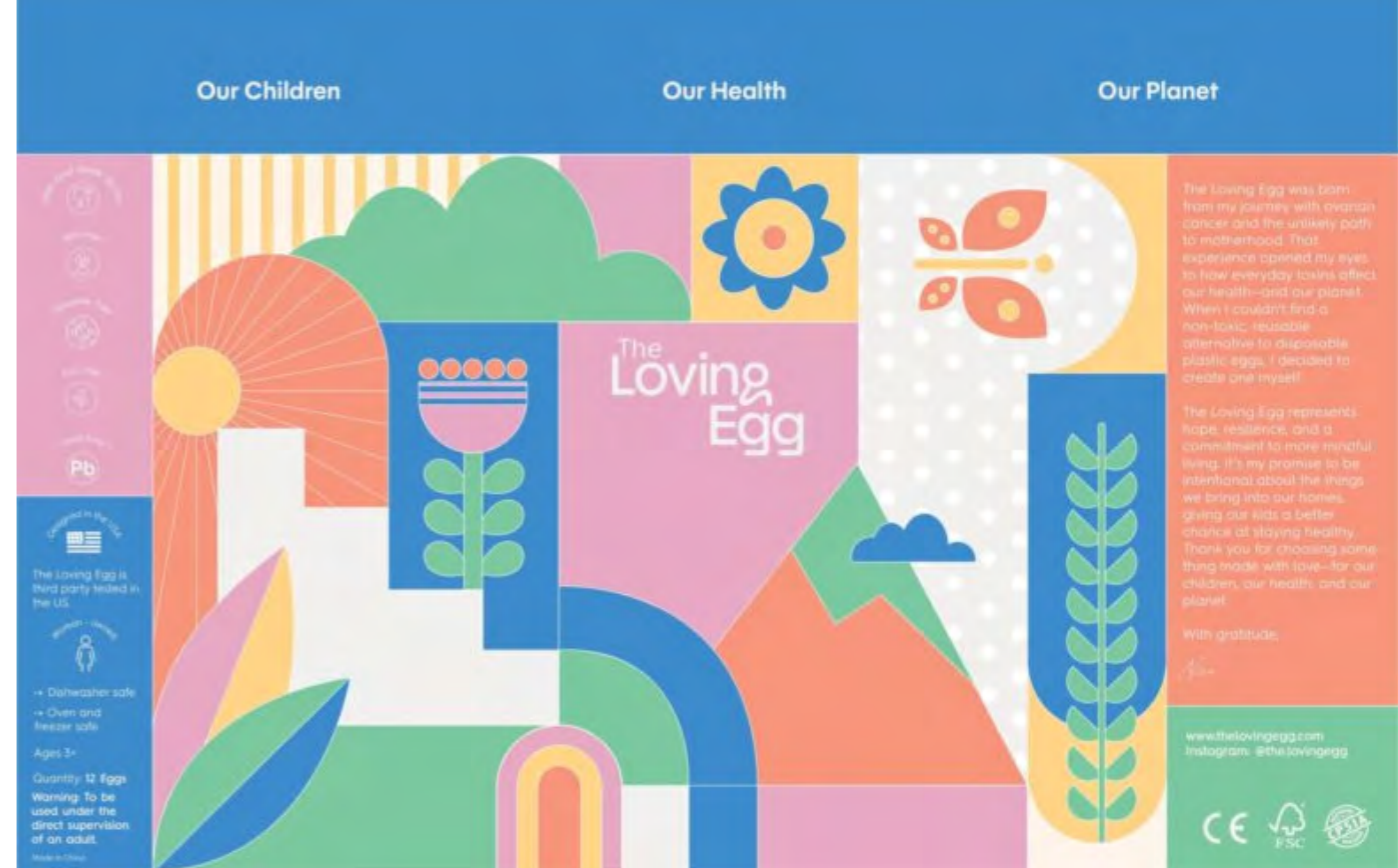
注 / 本文素材来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

The Loving Egg 是一款可重复使用的食品级硅胶蛋, 旨在通过开放式游戏、感官探索和日常创意活动激发孩子们的想象力。

我们设计了一个简洁且极简的字体标志, 以体现该品牌俏皮而又不失深思熟虑的个性。视觉识别系统基于一个精心平衡的色彩搭配方案, 介于柔和的淡色调和微妙的活力之间, 确保无论是淡色调还是色彩更丰富的蛋制品, 都能灵活应用。

The Loving Egg is a reusable, food-grade silicone egg designed to spark children's imagination through open-ended play, sensory exploration, and everyday creative activities.

We designed a clean and minimal typographic logo that reflects the brand's playful yet thoughtful personality. The visual identity is built around a carefully balanced color palette, positioned between pastel softness and subtle vibrancy, ensuring flexibility across both pastel-toned and more colorful egg products.



简米知识分享

连锁督导巡店全流程

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

连锁督导巡店标准流程



对于连锁品牌而言，门店是品牌形象的终端触点，也是业绩增长的基本单元。而督导巡店，正是保障全国门店“千店一面、千店同品”的关键抓手，更是让品牌标准落地、服务体验统一、运营问题闭环的核心动作。一套科学的巡店流程，不仅能快速解决门店运营痛点，更能反向推动品牌标准化体系的优化升级。关注简米，每日简话连锁！

一、巡店前：明确目标，做足准备

巡店不是“走流程”，而是带着目标解决问题的过程。督导的首要任务，就是明确巡店目标与计划：围绕月度专题督导任务，结合各门店的运营现状、历史问题，制定清晰的巡店清单，确保每一次巡店都有明确的方向。

在正式巡店前，还需做好充足准备：提前了解门店当前的运营数据、上次检查遗留的问题，准备好各类督导资料与检查表格，做到心中有数，避免巡店过程中遗漏关键项。

二、巡店中：多维检查，洞察问题

巡店的核心环节，在于全维度的现场核查与深度观察。

督导需避开客流高峰期，以标准的督导礼仪进入门店，先完成基础例行检查：从门店卫生、陈列规范，到员工着装、服务流程，确保每一项基础运营标准都严格落实。这一步，也是验证门店是否执行了品牌 SI 设计规范的关键——以简米的 SI 设计服务为例，通过标准化的空间布局、动线规划、陈列指引，让门店的每一处细节都符合品牌调性，督导在巡店中，也能快速发现门店是否按设计标准执行，避免出现“千店千面”的偏差。



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>



连锁品牌招商加盟十大流程拆解

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

一、前期引流：让精准加盟商主动找上门

加盟流程的第一步，是通过宣传与渠道推广，向市场传递品牌的招商信息，包括加盟政策、门店模型、盈利前景等，让潜在加盟商了解品牌，建立初步认知。这一阶段的核心，是找到对品牌理念认同、具备开店潜力的意向客户，而不是盲目扩大曝光。

二、初步筛选：过滤无效意向，锁定优质客户

当意向加盟商产生咨询后，品牌会通过专线电话、初步沟通等方式回应咨询，并对加盟商进行初步审核，了解其资金实力、经营理念、开店意愿，过滤掉不符合基本条件的客户，避免后续流程的无效消耗。

三、深度沟通：传递品牌价值，明确合作基础

对通过初步审核的加盟商，品牌会提供完整的加盟资料，包括品牌介绍、门店模型、扶持政策等，并邀约加盟商面谈或参加品牌说明会。这一步不仅是让加盟商了解品牌，更是让双方明确合作的权利与义务，确保加盟商对品牌的理念、模式有清晰的认知。

四、正式约谈与审核：全方位评估加盟商资质

正式约谈是加盟流程的核心环节之一，品牌会深入了解加盟商的经营理念、资金状况、资源背景，同时向加盟商清晰讲解加盟后的权利与义务、盈利模式与风险点，确保双方信息对称，避免后续合作出现分歧。

五、综合条件审查：评估门店落地的可行性

一个能盈利的门店，离不开门店本身、选址、资金、商品、人员五大核心条件。品牌会对加盟商的资金储备、人员配置能力、商品运营规划进行全面审查，判断其是否具备支撑门店运营的基础条件，避免加盟商因准备不足导致门店开业后经营困难。

如需完整资料请登陆简米官网或联系简米客服获取



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

