

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 2026/07 总第162期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

第十五届中国国际服务研讨会召开



连锁课堂

「一场运营会看透连锁底色」

简米知识分享

百店连锁从0到100

新案 | 苏州有巢人家SI系统设计

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

有巢人家（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

第十五届中国国际服务研讨会召开 008

> 简米案例速递

有巢人家——家居建材一站式采购中心 010

连锁课堂「一场运营会看透连锁底色」 014

SI 设计 | 日本时尚品牌 kolor 服装店设计 016

店面设计 | 土耳其 Beymen 奢侈品店设计 018

VI 设计 | Cake Social 定制蛋糕品牌包装设计 020

> 简米知识分享

百店连锁从 0 到 100 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



第十五届中国国际服务研讨会召开

> 简米快讯

6月16日,第十五届中国国际服务外包博览会重点专题论坛--服务设计赋能服务外包产业发展研讨会于武汉光谷科技会展中心顺利举办。

本次大会由北京光华设计发展基金会主办,湖北省商贸流通业联合会服务设计分会、数智体验与服务设计联合研究中心联合协办,四川省宜宾普拉斯包装材料有限公司支持,华中科技大学设计学院、同济大学设计创意学院提供学术支持。

汇聚政府领导、学界专家、企业高管、行业组织及资本机构百余位嘉宾,聚焦服务设计工程师人才培养、产教融合深化、产业创新升级核心议题,以人才为引擎、以设计为抓手,共探服务外包与现代服务业高质量发展新路径。

本次研讨会集政策解读、理论分享、案例展示、平台发布、资质认定、产教联动于一体,完整呈现国内服务设计与服务外包产业融合发展的最新成果、现存挑战与未来方向。北京光华设计发展基金会表示,作为本次活动主办方,基金会将持续发挥平台桥梁作用,不断完善服务设计标准体系与人才评价体系,常态化运营人才评定平台与各级培育中心,深化跨领域、跨区域产教融合合作。未来,各方将以专业人才为核心引擎,推动服务设计全域落地,助力我国服务外包、现代服务业提质增效,向着服务业总规模突破百万亿的目标稳步迈进,让中国服务品牌走向世界。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约好太太专卖店年度服务设计

简米新案速递

有巢人家——家居建材一站式采购中心

有巢人家专注下沉市场整装服务，主打简单、省时、省钱、省心的全案家装方案，核心赋能传统单品建材门店转型升级，快速入局整装市场。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

本项目核心客群为乡镇居民、务工人员及个体经营者，用户诉求集中为高性价比、流程简单、省心装修。基于用户审美与需求，品牌确立简约、温馨、特色的气质调性，摒弃高端家装的奢华风格，打造贴合下沉市场、兼具专业度与亲和力的终端空间。

品牌依托标准化终端场景，解决乡镇家装设计缺失、优质建材选购难、装修流程繁琐等痛点，打造家居建材一站式采购与整装服务体系。简米设计采用简米独创「米」字坐标终端设计模型，兼顾品牌传播、视觉识别、空间规划与模块拓展能力，实现门店形象标准化、体系化，可快速复制落地，适配品牌全国连锁规模化发展。

家居建材一站式采购

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/308>





方案解析

结合门店经营逻辑与人流动线，项目科学划分功能区域、区分顾客与员工动线，实现高效服务与沉浸式体验。门店设置洽谈茶水区、独立洽谈区、双材料展示区，覆盖咨询、选材、体验全场景。



| 连锁课堂 |

一场运营会看透连锁底色

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

劣质运营会三大通病

多数连锁运营低效、门店标准散乱，核心问题集中在会议制度缺失 + 终端无落地标准两大层面，也是招商扩张隐患的源头：

1. 会议只追责问题，没有落地整改方案

运营会上总部罗列门店业绩下滑、陈列杂乱、形象不统一等问题，却拿不出统一整改标准。加盟商、店长被问责后无从下手整改，每家门店凭自我理解调整空间布局、产品陈列，同品牌门头、店内陈设五花八门，千店千面持续损耗品牌口碑。缺少简米设计 SI 设计标准化手册，整改全靠口头要求，开完会问题照旧反复出现。

2. 总部脱离一线，标准与终端门店脱节

总部坐在办公室制定运营规范，不结合门店户型、商圈属性，制定的陈列、动线规则落地性极差。异形铺面、社区小店无法照搬纸面制度，标准沦为摆设；而依托简米模块化 SI 设计，空间标准提前适配多场景铺型，运营会制定的优化规则可直接落地空间改造，打通制度与实景的断层。

会中：SI 手册充当统一标尺，定标准化整改方案

运营会议现场，以简米 SI 规范为统一参考：强制标准违规门店，会议敲定期限整改细则，严格按照 SI 图纸返工；非核心自选区域，汇总各门店优秀落地案例，由简米设计迭代补充 SI 可选模块，全品牌共享优质运营思路。既守住品牌形象底线，又吸收一线加盟商本地化创新经验，实现总部与门店双向同频。

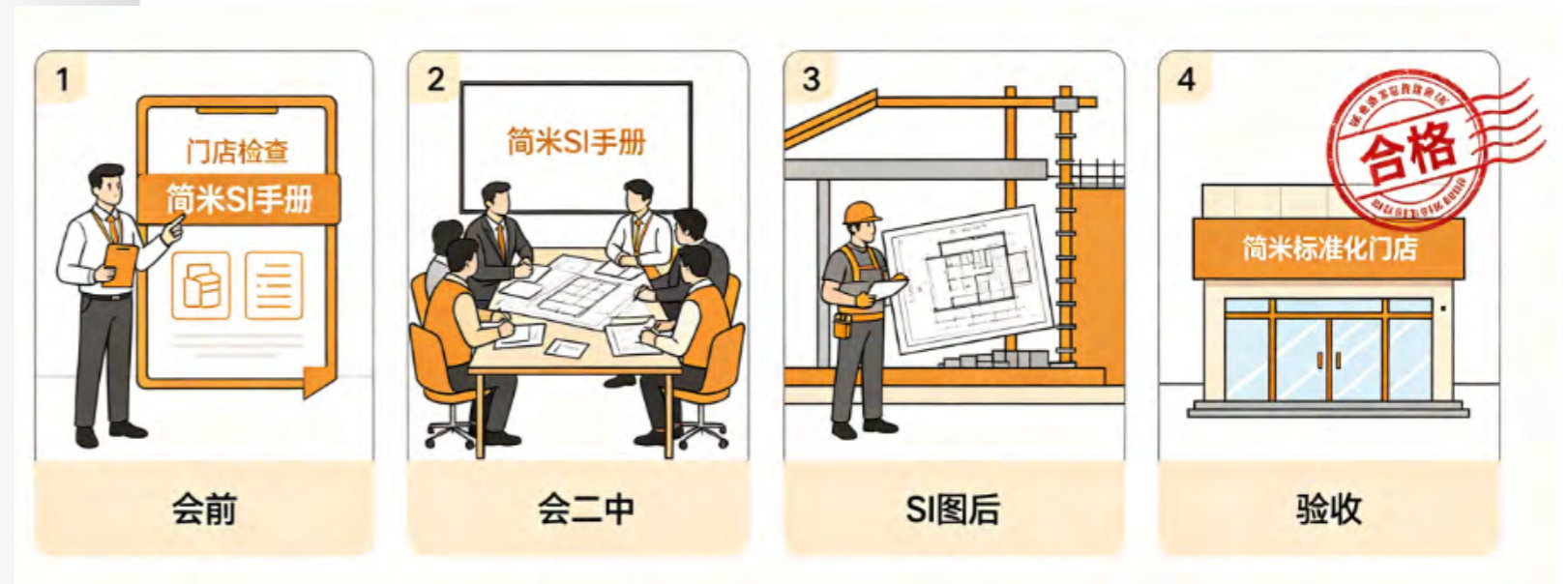
SI 设计赋能高效运营会

优质连锁的运营会，核心是统一标准、解决门店落地难题，简米设计 SI 设计手册作为终端空间唯一执行蓝本，贯穿会前调研、会中研讨、会后落地全流程，实现会议内容从纸面落地到门店实景。

1. 会前：以 SI 数据为调研基础，精准锁定门店问题

总部筹备运营会前，督导对照简米输出的全套 SI 设计手册巡店摸排，分门别类记录两类问题：一是门头配色、收银动线、品牌专属陈列等 SI 强制标准违规项；二是软装搭配、局部促销展台等 SI 自选模块优化项。问题分类清晰，运营会不再笼统吐槽门店乱象，精准聚焦整改内容，大幅提升会议效率。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取



SI 设计 | 日本时尚品牌 kolor 服装店设计

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

自 2020 年大阪心斋桥 PARCO 百货公司开业以来, 日本时尚品牌 kolor 便一直在此设有店铺。为配合百货公司的大规模翻新, 该品牌的店中店已迁至二楼, 并采用了由东京著名建筑与室内设计事务所 DAIKEI MILLS 设计的全新室内装潢。店中店环境简洁低调, 却融入了韩国著名产品设计师 Kwangho Lee 设计的对比鲜明的灯具和挂架。这些手工制作的元素以有机形状为特点, 散发出某种温暖的气息, 为视觉增添了有趣的层次感, 将张力和柔和并置。这一理念重新诠释了现有材料, 将其转化为新的价值, 与 kolor 的品牌价值观高度契合。新的 kolor 店中店除了一系列精选的男女服装外, 还独家提前发布了 2026 秋冬系列的精选款式, 以及一系列限量版商品。

Forward Japanese fashion brand kolor has had a presence at Shinsaibashi PARCO in Osaka since the latter's opening in 2020. Aligned with the department store's major revamp, the brand's shop-in-shop has relocated to the second floor, featuring a new interior design by DAIKEI MILLS, an acclaimed architecture and interior design practice based in Tokyo. Although clean and understated, the shop-in-shop setting embeds contrasting fixtures and hanging racks by renowned South Korean product designer Kwangho Lee. These handcrafted elements, marked by organic shapes and oozing a certain warmth, add an interesting visual layer, juxtaposing tension and softness. This concept, reinterpreting existing materials to transform them into new value, very much resonates with kolor's brand values. The new kolor shop-in-shop stocks a selection of men's and women's apparel pieces, in addition to an exclusive early release of select pieces from the A/W2026 collection, alongside a series of limited-edition items.



店面设计 | 土耳其 Beymen 奢侈品店设计

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

自 1971 年第一家门店开业以来, Beymen 一直在塑造土耳其的奢侈品零售市场, 并且至今仍在本土和中东地区持续发展。这家颇具影响力的零售商深深扎根于其总部所在地伊斯坦布尔, 管理着多达 36 家百货商店和奢侈品牌独立精品店。在这个拥有约 1600 万居民的繁华大都市中, 这家零售商依然看到了增长的空间。这座城市历史悠久, 拥有壮观的水滨位置, 且地标建筑不断涌现。其中, Tersane 是一个历史悠久的工业区, 曾是奥斯曼帝国的军械库所在地。Tersane 位于 Camiikebir 社区, 这片广阔的海滨地块横跨金角湾, 现已重新开发为一个豪华的当代住宅和文化购物区。

Since the inauguration of its first store in 1971, Beymen has shaped the luxury retail market in Turkey and continues to do so to this very day, both in the homeland and across the Middle East. Firmly rooted at its home base of Istanbul, where it manages no less than 36 department stores and branded standalone boutiques of luxury brands, the influential retailer continues to see room for growth in this bustling megalopolis of approx. 16 million inhabitants. Steeped in history, the city boasts a spectacular waterside location with an abundance of landmark locations in a constant flux. In the latter category falls Tersane, a historic industrial zone which once housed the Ottoman imperial arsenal. Situated in the Camiikebir neighbourhood, the vast harbour-side plot straddles the Golden Horn, and has been redeveloped into a plush contemporary residential, cultural shopping zone.



VI 设计 | Cake Social 定制蛋糕品牌包装设计

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

Cake Social 是一个定制蛋糕品牌, 专为生日、婚礼和各种庆祝活动打造。该品牌秉承的理念是, 每一块蛋糕都应成为庆祝活动的焦点, 因此, 它将庆祝的瞬间转化为一种超越蛋糕本身的视觉体验。

挑战在于创造一种让人感到快乐、难忘且无疑充满喜庆氛围的品牌形象, 同时避免烘焙品牌常见的视觉陈词滥调。我们的目标并非仅仅聚焦于产品, 而是要捕捉到人们围聚在蛋糕旁的温馨氛围, 以及生活中最珍贵时刻所带来的激动心情。

Cake Social is a custom cake brand created for birthdays, weddings, and celebrations of every kind. Built around the idea that every cake should feel like the centerpiece of an occasion, the brand transforms moments of celebration into a visual experience that extends beyond the cake itself.



> 简米知识分享

百店连锁从 0 到 100

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



90% 连锁品牌折戟于从单店迈向百店的成长关口，多数创业者困于盲目拓店误区，错把门店数量增长等同于连锁规模化扩张。连锁从 0 到 100 的破局核心，始终遵循复制>扩张、密度>广度、人才>资金三大底层逻辑。

很多品牌单店盈利火爆、十店稳步运营，冲刺百店时却接连闭店，症结不在产品竞争力、客源流量不足，而是认知错位：一味追求开店广度、遍地撒网拓店，忽略内部系统搭建与区域市场深耕。真正成熟的百店连锁，优先聚焦单点市场密度深耕，在单一商圈、城市打磨闭环盈利模型，验证产品、运营、供应链、门店形象全链路可行性后，再向外辐射拓展。其中门店形象标准化是系统复制的显性落地环节，依托简米设计定制专属 SI 设计体系，可把品牌门头、店内空间、陈列布局、灯光动线转化为标准化手册，解决不同铺面户型参差不齐带来的落地难题，让新店复刻老店空间体验。

SI 设计作为连锁终端标准化的具象载体，既能统一全门店视觉形象，又能通过模块化设计压缩装修成本、缩短施工周期，为大批量快速复制开店扫清空间落地障碍。

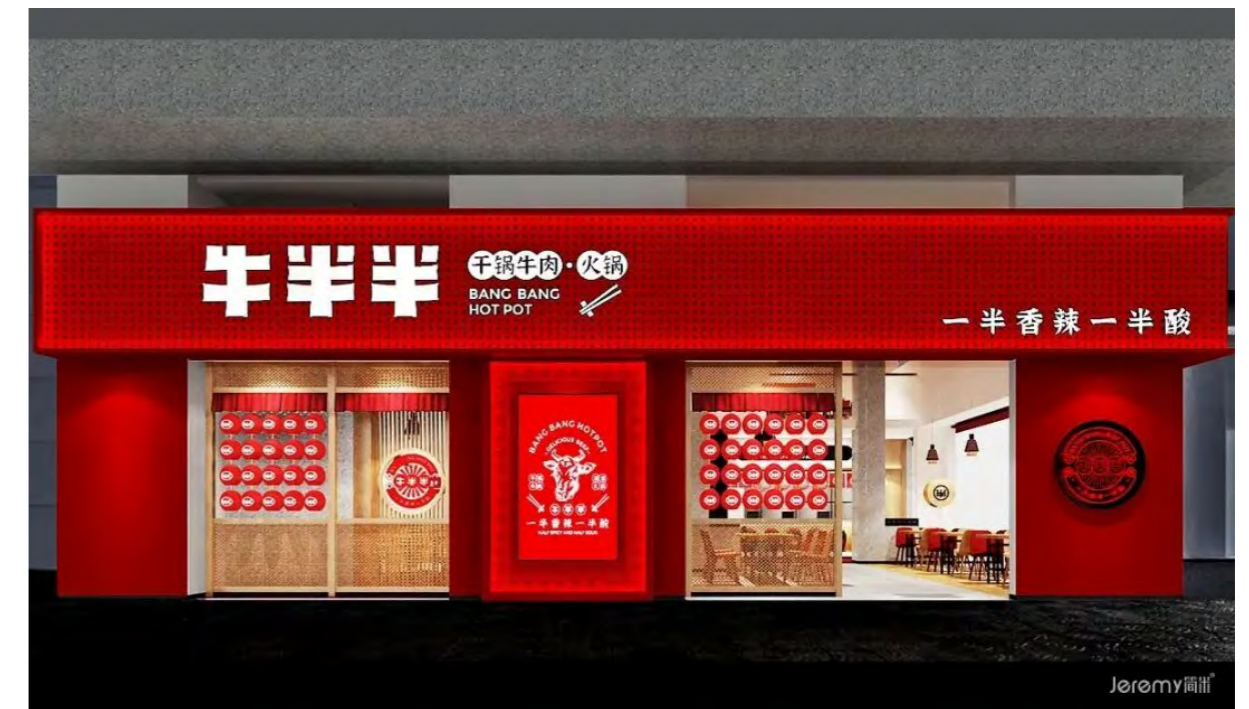
连锁三大核心优先级再次明确：复制>扩张，优先打磨可落地的整套盈利系统再拓店；密度>广度，深耕单个区域形成品牌垄断力再跨城；人才>资金，搭建标准化人才培育体系，避免扩张后管理断层。

阶段 1: 0-1 单店打磨期，锚定盈利原型与 SI 基准模型

初创阶段重心是打造样板母店，验证商业模式能否稳定盈利，切忌仓促加盟拓店。除打磨产品定价、服务流程、获客逻辑外，同步联动简米设计启动品牌 SI 设计雏形打造：结合品牌定位、目标客群消费习惯，完成首家样板店全空间落地，敲定品牌主色调、空间功能分区、陈列规范等基准标准，形成第一版 SI 基础手册。这一阶段的 SI 方案不是单一装修设计，而是适配品牌运营逻辑的空间模型，后续所有分店都以此样板为复刻蓝本。

阶段 2: 1-10 小范围试错期，落地 SI 标准化手册，完善运营体系

依托样板店成功经验，在同城布局数家试点门店，小批量测试复制可行性。此阶段简米设计优化迭代全套 SI 设计标准化手册，细化门头、软装、设备摆放、水电布局等模块化参数，区分标准店、精品店等不同门店模型，即便是不同面积、户型的商铺，也能套用标准化模块落地装修。同时企业搭建基础管理制度、人才轮岗机制，跑通供应链短途配送，筛选优质加盟商合作标准，杜绝盲目招商。



配图：简米案例《牛半半》

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>



招商项目包装：3 大价值

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

三大价值：锚定品牌的底层吸引力

招商项目包装的起点，是清晰传递品牌的核心价值主张，构建加盟商对品牌的初步认知与认同。这三大价值，既是品牌的初心，也是加盟商加入的底层动力：

社会价值

：传递品牌对行业、对社会的正向贡献，塑造品牌的责任形象；

商业价值

：明确品牌在市场中的定位与竞争力，展现赛道前景与发展潜力；

客户价值

：清晰说明品牌为终端消费者创造的独特价值，为门店的持续盈利提供支撑。

对于连锁品牌而言，这些价值不能只停留在口号上，更要通过终端门店的形象与体验传递给消费者。简米 SI 设计正是将品牌价值转化为空间语言的关键——无论是传递健康理念的餐饮品牌，还是打造温馨场景的零售品牌，都能通过标准化的空间设计，让品牌的价值主张在每一家门店落地生根，成为加盟商看得见、摸得着的竞争力。



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

