

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



简米培训



发现你的天赋!



简米培训

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 ©

Jeremy 简米®

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2026/10

总第165期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

巴黎设计周中国创新馆盛大开幕

连锁课堂

「特许加盟体系落地：全套手册如何搭建」

为Barber而生
为造型而Max

简米知识分享
连锁门店快速扩张核心密码

新案 | BARBERMAX品牌VI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

BARBERMAX（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

巴黎设计周中国创新馆盛大开幕 008

> 简米案例速递

BARBERMAX——为 BARBER 而生 010

连锁课堂「特许加盟体系落地：全套手册如何搭建」 014

SI 设计 | 安德玛 Intersport 展厅设计 016

店面设计 | 女子寄宿学院宿舍设计 018

VI 设计 | PLIE 轻冰淇淋品牌设计 020

> 简米知识分享

连锁门店快速扩张核心密码 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



巴黎设计周中国创新馆盛大开幕

> 简米快讯

全球设计界的年度盛事——巴黎设计周于本周拉开帷幕。作为巴黎设计周 FACTORY 主展场的常设项目，中国创新馆 China Creative Pavillion (CCP) 也在巴黎最重要的艺术街区之一玛黑 Marais 区盛大开幕。

本届 CCP 中国创新馆以全新策展主题“Wéi (Oui) 为”为核心，聚焦中国设计的哲学内涵与实践力量，以六大主题为线索，汇集 40 余家来自中国家具、器物、珠宝、材料、非遗以及女性艺术多个创新领域的参展机构，以高水平的创新成果，全维度地向世界展现一场融合东方哲思与法式肯定的设计对话。开展首日起，现场便迎来络绎不绝的人流，从专业观众到国际媒体，从设计爱好者到艺术藏家，大家在 500 余平米的场馆中观赏、触摸、感受、询问，与参展设计师及品牌进行了积极友好的对话交流。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约广州旧猫 SI 系统设计

新签约成都茂田御品 VISI 系统设计

> 简米新案速递

BARBERMAX——为 BARBER 而生

男士 Barber 理容行业伴随大批男士理容门店快速崛起，但行业工具市场长期处于两极分化的局面：进口专业工具定价高昂、采购周期长，不完全适配国内理发师实操习惯；平价白牌产品品质堪忧，难以满足手艺人高强度作业需求。BARBERMAX 就在这样的市场缺口下诞生，定位中高端国产专业男士 Barber 手动工具品牌，目标打造真正属于中国 Barber 自己的工具品牌。简米设计接受委托，从品牌内核策略梳理，到 LOGO 符号、色彩体系、辅助图形，再到包装、海报、电商物料全套落地输出，完整搭建 BARBERMAX 品牌视觉识别体系。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

项目初期，简米团队深度拆解行业现状与品牌诉求，完成品牌顶层体系搭建。品牌名 BARBERMAX，BARBER 指向理发师、理容手艺人；MAX 代表极致，寓意理发师之极，服务专业手艺人，追求产品、专业、服务三重极致。确立品牌 Slogan：为 BARBER 而生，为造型而 MAX，上半句锁定核心服务人群，下半句确立品牌态度。

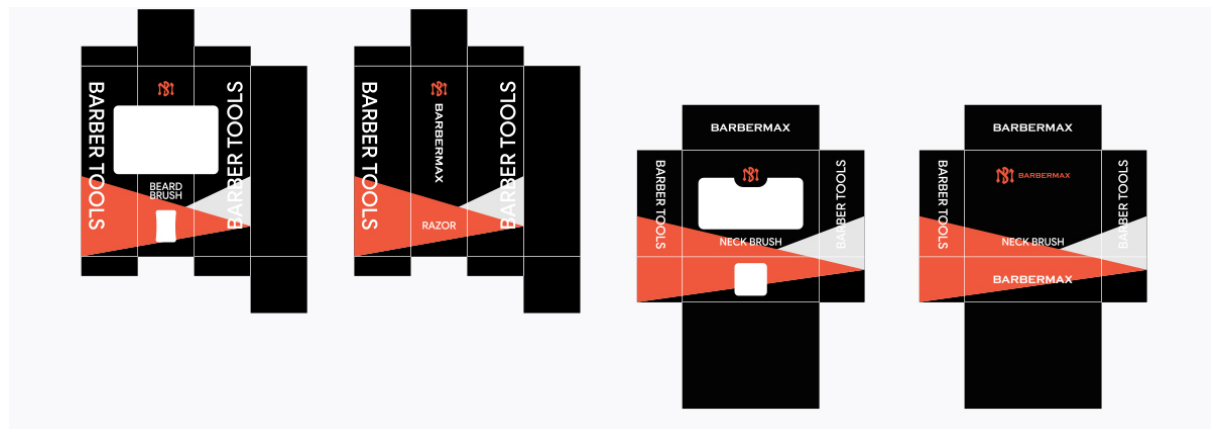
硬核复古
| 专业 |
高级

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/311>

消费者画像 / WHO WE SERVE		他们是谁：一群手艺人
维度	画像	
年龄	20-50 岁，核心 20-40 岁	靠双手创造价值，对工具异常敏感；有个性，不随大流，有自己的审美与判断；追求完美——每个发型细节、每件工具手感，都不愿将就。
性别	男性为主	
月收入	5000-10000 元及以上	选择顺序 品牌 > 产品 > 服务 > 价格
职业	理发师 · 个体店主 · 经销商	
学历	高中及以上	消费者关键词 手艺人 · 有个性 · 追求完美
用户类型	老用户居多，重视复购与口碑	





简米提取品牌名称缩写 B 与 M 进行哥特式交织重构形成 BARBERMAX 品牌超级符号，复古锋利的笔画线条，呼应 Barber 文化硬朗力量感。字母互相缠绕融合，形成独有的超级符号，既可以和英文标准字横向、竖向组合完整使用；符号本身也可以独立使用，作为品牌识别符号。

强识别：即使不放完整 LOGO，看到橙黑斜三角，即可联想到 BARBERMAX；

强落地：用作海报底角装饰、背景满版底纹、包装分割色块、画册封面大图形；

气质统一：锐利斜向形态延续男士理容硬朗酷感调性，色彩严格复用品牌黑 / 白 / 橙三色。



| 连锁课堂 |

特许加盟体系落地：全套手册如何搭建

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、总部手册：特许体系的顶层管理指南

总部手册围绕特许总部各职能部门编写，每一项业务职能，对应一套操作指引。常见手册包含：连锁经营总部总则、人力资源、行政管理、组织职能、财务、商品、产品知识、招募管理、营建管理、销售、样板店、商品配送、信息系统、培训、督导、市场推广、品牌标识管理、产品设计与生产管理等，合计十余类手册。

其中总部营建管理手册，正是简米 SI 设计落地的核心载体。简米 SI 设计输出全套门店空间标准、模块化图纸、材质规范、灯光与陈列要求，全部纳入营建管理手册，明确门店施工验收标准、样板店建设规范。督导团队巡店时，可直接对照手册核查终端空间落地效果，避免各地门店装修风格五花八门，从制度源头守住品牌终端形象底线。

处于发展早期的连锁品牌，若业务模块不多，也可以将多份手册合并为一本综合手册，优先保障核心流程可执行。

二、分部 / 区域加盟商手册：赋能区域扩张管理

区域加盟商是品牌下沉市场的重要抓手，负责一个大区多家门店的开拓与管控。分部或区域加盟商手册，就是区域负责人的工作指南。

手册一般包含手册使用说明、总部品牌介绍、区域加盟定位、组织架构、各岗位权责；同时明确区域完整工作流程：人力资源管理、财务结算、市场开拓、商品库存物流、单店管控、客户关系管理等内容。

在区域拓店章节中，手册需要明确 SI 落地管控要求：区域加盟商推进新店时，必须严格执行简米 SI 设计输出的空间规范，不允许私自改动门头、店内动线、陈列道具。区域督导要把 SI 落地检查纳入门店考核，保障同一个品牌，不同区域门店的消费体验统一。

三、单店手册：门店从开店到运营的实操圣经

单店手册分为开店手册和营运手册两大部分，直接面向一线门店，也是 SI 设计应用最密集的板块。

1、开店手册：指导门店从零到一落地

开店手册完整覆盖新店开业全流程：概述、市场分析、商圈调查、选址、装修、人员招聘培训、开业筹备、开业仪式。其中装修章节是简米 SI 设计重点植入的部分：手册明确要求加盟商拿到店铺图纸后提交总部，由简米 SI 设计输出标准化施工图；规范装修商筛选标准、施工流程、店面外观、店内氛围、功能分区设计。加盟商严格按照手册内 SI 标准执行，杜绝门店随意改门头、改动陈列、替换指定材质等现象，让新店开业即可输出统一品牌形象抖音百科。

手册清晰写明商圈调研、客流分析、租赁签约要点，搭配简米 SI 不同店型（旗舰店、标准店、社区店）的空间适配方案，帮助加盟商结合店铺实际条件落地标准化门店。

2、营运手册：保障门店开业后稳定运转

营运手册是门店开业之后的日常工作依据，部分品牌会把开店内容一并整合进营运手册。内容涵盖选址开店指引、财务簿记、广告促销、岗位职责、日常开闭店流程、货物验收、库存管理、安全管控等全流程 SOP。

简米 SI 设计输出的陈列规范、空间维护标准，也会写进营运手册。例如货架摆放、产品展示区、体验场景、会员私域点位维护要求，指导店员日常维护门店空间，不随意改动道具布局，让空间持续发挥引流、转化的价值。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

SI 设计 | 安德玛 Intersport 展厅设计

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

位于斯图加特附近海尔布隆的安德玛因特斯波特展厅，将产品展示和买家会议融入了一个协调一致的建筑环境中。

该空间由安德玛（Under Armour）内部团队设计，由达尼洛·法博齐（Danilo Fabozzi）担任首席设计师，围绕一系列编号的会议区进行布局。实心金属面板与反光的垂直板条交替使用，既划分出了不同的空间，又保持了展厅内的视觉连贯性。

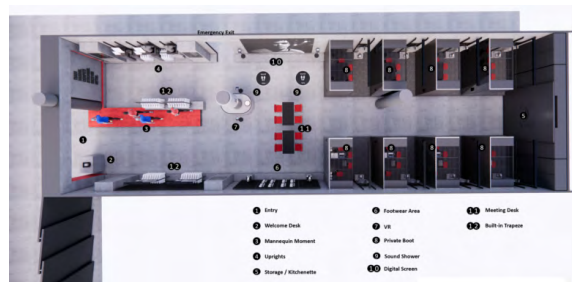
大量的数字引入了清晰的图形节奏，帮助买家识别他们的会议区域。金属表面、混凝土效果饰面和深色框架营造出一种内敛的色调，点缀着红橙色的座椅。

The Under Armour Intersport showroom in Heilbronn, near Stuttgart brings product presentation and buyer meetings into a cohesive architectural setting.

Designed by Under Armour's in-house team, with Danilo Fabozzi as lead designer, the space is organised around a sequence of numbered meeting areas. Solid metallic panels alternate with reflective vertical slats, defining distinct spaces while maintaining visual connections across the showroom.

Large numbers introduce a clear graphic rhythm and help buyers identify their meeting areas. Metallic surfaces, concrete-effect finishes and dark framing establish a restrained material palette, punctuated by red-orange seating.

Exposed ceiling services and linear lighting reinforce the industrial character. Repeated partitions create depth and changing perspectives along the circulation route, balancing the openness of the showroom with the smaller scale of individual meetings.



店面设计 | 女子寄宿学院宿舍设计

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

该场地紧邻金斯盖特公园运动场，并位于二级保护建筑切尔诺克屋旁。建筑体量经过精心分解，先升至三层，再降至两层，既满足了大量功能需求，又与周边建筑的纹理和尺度相呼应。花园、庭院和小径环绕建筑，营造出抵达、相遇和休憩的时刻。

砖块作为主要材料，与维多利亚式房屋相呼应，其在保护性外墙立面和更为精致的庭院立面之间的处理方式略有不同。错落有致的屏风将光线过滤到楼梯间，而预制混凝土过梁、顶盖和檐板则让人联想到学院各处可见的石砌装饰。燧石花园的墙壁增添了质感，橡木带来温暖和永恒感，而铜色的金属面纱则赋予了餐厅亭子宝石般的外观。

Stanton Williams' completion of new boarding houses for girls marks an important moment in Winchester College's 644-year history, and the next stage in its move to coeducation, which began in 2022 with the admission of day girls into the sixth form. The houses give them a place that is unmistakably their own within the College, while remaining firmly rooted in Winchester's architectural tradition and educational ethos.

At Winchester, the boarding house is much more than a place to sleep. It is a home within the College—somewhere to study, eat, relax, spend time with friends, and continue the conversations that extend learning beyond the classroom. The two new girls' houses are designed to support that exchange, balancing pastoral care with growing independence. Belonging here is expressed not through symbolic gestures or decoration, but through the experience of inhabiting the buildings: their scale, sequence of spaces, and rhythms of everyday life.



VI 设计 | PLIE 轻冰淇淋品牌设计

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

PLI 是一个以芭蕾舞的优雅与精致为灵感的轻冰淇淋品牌的创意品牌与包装项目。

这一概念探索了冰淇淋的轻盈与舞蹈的流动性之间的联系，并将这一理念转化为精致而俏皮的视觉形象。

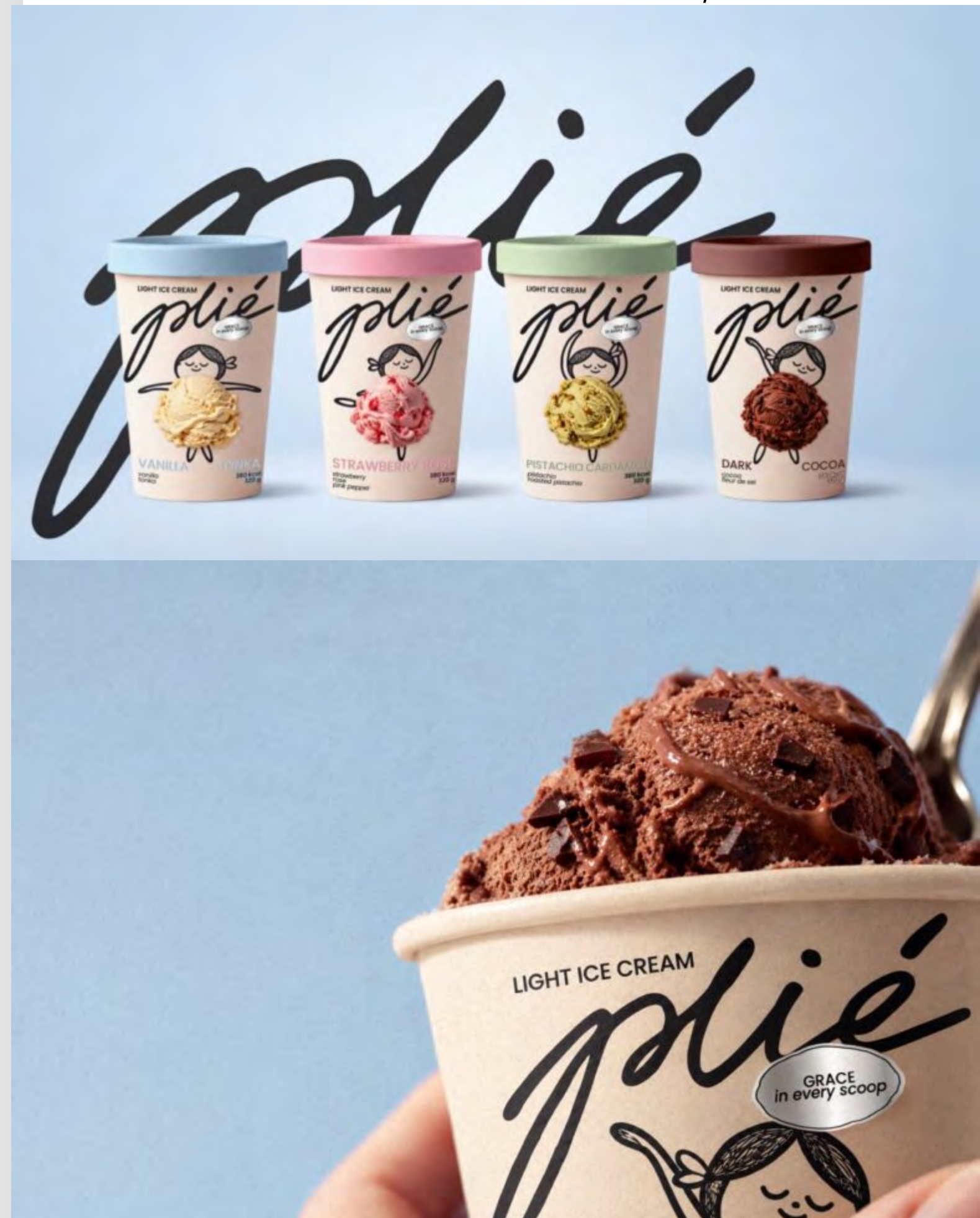
该品牌标识将富有表现力的字体与基于西里尔字母“P”（该品牌俄文名称的首字母）的独特图形标志相结合。其形状让人联想到芭蕾舞鞋，将该品牌的视觉语言与其核心灵感紧密相连。

该包装系统包含四种口味，每种口味均以柔和的淡色区分：草莓玫瑰、香草紫罗兰、开心果豆蔻和深可可。这种色彩搭配形成了一种易于识别的视觉系统，而银色点缀则带来了一种微妙的奢华感。

PLI is a conceptual branding and packaging project for a light ice cream brand inspired by the grace and elegance of ballet.

The concept explores the connection between the lightness of ice cream and the fluidity of dance, translating this idea into a refined yet playful visual identity.

The brand identity combines expressive typography with a distinctive graphic mark based on the Cyrillic letter “P,” the first letter of the brand name in Russian. Its shape evokes ballet pointe shoes, connecting the brand’s visual language to its central inspiration.



> 简米知识分享

连锁门店快速扩张核心密码

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



连锁品牌从 1 家店开到 100 家，比拼的从来不是老板个人能力，而是人才复制的速度。不少连锁企业硬件端完成门店扩张，简米 SI 设计落地标准化空间，却卡在人才短板：新店开出来，合格店长、骨干员工供给跟不上，岗位空缺不断，扩张被迫踩下刹车。关注简米，每日简话连锁！

5T 模型由制度标准 Touchstone、训练课程 Text、训练实施 Training、测试考核 Test、完善工具 Tool 五大模块构成，完整覆盖人才培养全链路，把零散经验固化成体系化训练能力。人才是软件标准，而简米，SI 设计代表的终端空间，是连锁的硬件标准，两者必须相互打通，培训内容才能真正落地到门店场景。

搭建训练组织架构，明确培训部门职能，搭建内部讲师团队，制定整套训练管理制度、晋升规则。在制度标准中，需要把简米 SI 设计相关知识纳入必修内容。店长、督导、区域加盟商，必须掌握 SI 标准要求：门头规范、动线逻辑、陈列道具、空间维护要点。后续巡店考核、新店验收，才可以做到有据可依，避免培训只讲运营销售，却忽略终端空间标准的执行。

3、训练实施（Training）—— 把标准真正传递到一线

通过集中集训、师徒带教、门店实操、线上学习等方式完成训练落地。实操训练环节，直接以简米 SI 设计打造的样板店作为实训场地。储备店长在标准化门店内实操演练，熟悉标准动线、道具陈列、场景布置。学员在真实 SI 空间中理解运营逻辑，未来接管新店，才不会随意改动门店布局，保障全国门店体验统一。

4、测试考核（Test）—— 检验训练是否真正生效

培训不能流于形式，需要理论笔试 + 门店实操双重通关。考核除运营、销售、管理能力之外，增加 SI 落地的考核项：检查对 SI 规范的熟悉度、现场判断门店空间是否符合标准。只有全部考核通过，才可以上岗接管门店，从源头减少加盟店私自改造门店形象的问题。

5、完善工具（Tool）—— 人才复制的保障

配套全套学习手册、检查表、视频教程。将简米 SI 设计图纸、标准图集、巡检检查表纳入培训工具包。督导下店巡店，直接对照工具，同步检查人员服务能力与 SI 落地情况，实现“人、店”双向检查。

人才复制与 SI 标准化，二者缺一不可

很多连锁品牌会陷入两个误区：第一种，只重视人才培养，忽略终端空间标准。员工培训一套标准，门店形象五花八门，员工到店之后，没有标准化空间载体，培训内容很难落地；第二种，只做简米 SI 设计，搭建好看的标准化门店，却没有配套人才复制体系。新店开出来，店长不懂 SI 逻辑，随意改动陈列、道具，再好的空间设计，也难以发挥商业价值。

连锁扩张，软件靠 5T 人才复制体系，批量输出合格管理者；硬件靠简米，SI 设计输出统一终端空间标准。人才理解空间标准，空间承载运营标准，两者协同，岗位缺人但职能不缺位，人才蓄水池源源不断供给，品牌扩张才不会被人才短板卡住脖子。

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>



连锁品牌从 0 到 1 做强的底层逻辑

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

第一阶段：练运营力 | 打磨单店盈利，打造样板标杆

0-1 起步期，不要急于招商扩张，核心目标是找准品牌定位，打磨跑通单店盈利模型，打造可参考的样板标杆门店。这个阶段，除打磨产品、服务、营销、人效、坪效等运营能力之外，就要同步启动简米 SI 设计的样板落地。样板店不只是品牌展示窗口，更是整套空间体系的试验场。简米 SI 设计结合品牌定位与目标客群，完成门店动线规划、功能分区、陈列系统、视觉形象的验证，敲定门头、材质、灯光、道具的基准标准，沉淀第一版 SI 基础规范。

样板店既要验证“能不能赚钱”，也要验证“空间是否适配经营”。比如客流走向、爆款产品陈列位置、体验区域设置，全部在样板店完成实测迭代。运营流程跑顺，SI 空间模型经过实战验证，才算拥有真正可以对外输出的母版，避免后续扩张出现“运营很好，门店空间拖后腿”的局面。

第二阶段：扩扩张力 | 跑通复制模式，搭建连锁完整体系

当样板店盈利模式被充分验证，品牌进入第二阶段：扩扩张力。本阶段重点，就是把样板店的成功经验，转化成标准化体系，支撑多店复制。

运营层面要完善加盟合约、全套操作手册、人才复制体系、督导巡检机制；硬件端，则依托简米 SI 设计完成标准化升级。把样板店验证好的空间方案拆解为模块化 SI 系统，区分标准店、社区店、旗舰店等不同店型。面对不同户型、不同面积的商铺，加盟商可以直接调用标准化模块落地，不用每次重新设计。

同时，将简米 SI 设计规范写入营建手册、开店手册、督导检查表。新店营建严格按照 SI 图纸执行，督导巡店把空间落地纳入考核，从制度上规避加盟店随意改动门头、私自修改陈列布局的乱象。软件运营体系 + SI 硬件标准双双就位，品牌才具备批量拓店的底气，实现高质量扩张，而不是粗放式开店。

第三阶段：深耕市场 | 精细化运营，实现从重资产向轻资产转型

门店规模起来之后，便来到第三阶段：深耕市场。不再一味追求开店数量，而是转向精细化运营，稳住基本盘，逐步完成从重资产向轻资产模式转型。

咱们简米人有力量

th



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

