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

简店 简米创客 Jeremymaker 简米工程 Jeremy engineering

sisen.cn 简米培训 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

简米®月刊 JEREMY MONTHLY 2026/11 总第166期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

简米月刊JEREMY MONTHLY 简米出品 Produced by JEREMY Copyright ©

2026北京国际AI设计年会在京举行



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

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

本期封面图片

送酒郎（简米设计）

投稿热线

400-666-8202

投稿邮箱

289884595@qq.com

2026/11 总第 166 期

目录 CONTENTS

简米资讯
2026 北京 AI 设计年会在京举行 008

简米案例速递
送酒郎——只送真酒 010

连锁课堂「连锁合格店长的四大硬核要求」 014

SI 设计 | 路易威登东京店设计 016

店面设计 | 博格林维京堡垒体验中心设计 018

VI 设计 | 英国 Go Mush 蘑菇品牌设计 020

简米知识分享
连锁扩张的命门：批量复制店长铁军 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



2026 北京国际 AI 设计年会在京举行

> 简米快讯

11 月 7 日，AI100% | 2026 北京国际 AI 设计年会在北京中华世纪坛举行。本届年会以“设计的新生”为主题，由北京国际设计周组委会、北京工业设计促进会、北京工业设计促进会人工智能专委会联合主办，百余位跨领域嘉宾通过主题演讲、项目发布、分组研讨与圆桌对话，围绕 AI 时代设计的价值与产业实践展开交流。

北京国际设计周组委会办公室主任、北京歌华文化发展集团有限公司副总经理王昱东代表主办方表示，随着 AI 深入创作、生产与组织协作，北京国际设计周与设计行业协会等平台和组织也需要为新的实践提供支持。年会希望汇聚不同领域的实践者，交流经验与共同面临的问题，推动跨领域合作，让新的技术能力转化为设计与产业中的实际价值。

北京国际设计周创始人、北京工业设计促进会人工智能专委会发起人陈冬亮提出，AI 正在推动设计从形态塑造走向系统构建。“向死而生”，意味着主动审视已经失去意义的做法，回到定义问题、配置资源、承担判断的核心职责。AI 的价值在于放大人的认知能力，设计师需要以想象力、专业知识与社会责任，探索新的应用场景与生活方式。

> 简米本月动态 JEREMY NEWS

简米新案速递

送酒郎——只送真酒

送酒郎作为区域头部直营酒类连锁品牌，秉持“只送真酒”的核心经营理念，斩获 “全国放心酒工程·示范企业” 称号，线下门店持续扩张，即时配送业务同步增长。 原有终端形象却逐渐跟不上品牌发展节奏：品牌视觉辨识度弱，和传统烟酒店差异化不足；门店体验单薄，以单纯货品存放为主，陈列体验较差、缺少品鉴、会员社交场景；终端道具模块不成体系，不同门店装修参差不齐，复制落地难度大，制约连锁规模化扩张。 基于品牌发展痛点，送酒郎委托简米设计，开展全套 SI 终端形象系统升级，解决识别、体验、标准化三大核心难题，打造一套适配多商圈、可快速复制的酒类连锁终端体系。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

本次 SI 升级跳出传统酒水门店 “重陈列、轻品牌” 的惯性思路，把品牌信任、消费体验、模块化复制作为底层逻辑，在空间内划分“品牌形象展示板块、品牌宣传板块、产品宣传板块”三大终端宣传板块，让门店不止是卖货场所，更是品牌传递价值的媒介。

品牌形象展示板块 | 强识别，建认知

提炼蓝黄主色调与笑脸超级符号，把品牌视觉植入门头、收银台、天花灯箱、立柱等高频触点。门头制定多套尺寸适配规范，区分常规尺寸、窄门头特殊版本，规范 LOGO、笑脸图形、服务热线的安全边距，保证不同物业条件下门头输出效果统一。顾客无论远观门头还是步入店内，反复接收品牌符号，快速建立“送酒郎”专属视觉记忆，与普通烟酒行形成区隔。

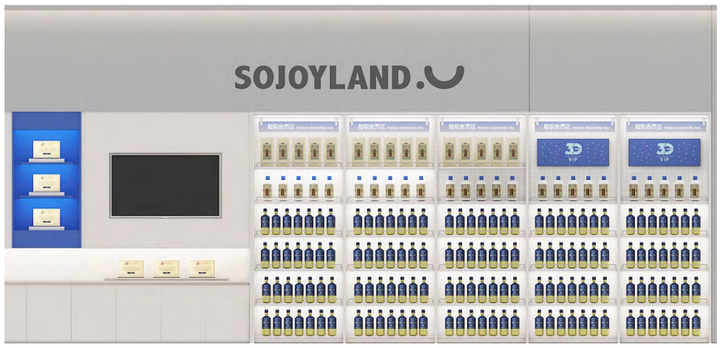
只送真酒

查看完整案例↓

https://www.jeremycn.com/shows/1/312







针对连锁门店物业大小、商圈属性差异，简米输出标准综合型、流量爆款型、高端体验型、紧凑高效型四套成熟空间布局模型，实现一套 SI 适配社区店、商圈店、高端礼品店、小面积档口店多种场景，兼顾体验、销售与运营效率。

标准综合型｜综合社区主力店

功能分区完整，入口形象区、标准陈列区、精品品鉴区、自助快消区、收银服务区、后场仓储齐全，动线流畅，模块标准化、可复制，兼顾零售、品鉴体验，适配绝大多数社区、商圈。

流量爆款型｜商圈 / 交通枢纽店

面向大客流快消走量，放大快消品类陈列，设置双自助柜，精品柜靠近收银台；简化陈列，压缩后场，强化冲动消费，追求商品高频周转。

高端体验型｜社区高端 & 礼品酒专卖店

强化品牌文化展示，打造通透陈列与独立品鉴体验区，弱化快消陈列；配置 VIP 服务台，规整仓储后场。重视尊享购物体验，挖掘高客单价礼品酒、收藏酒消费需求。

紧凑高效型｜ 50 ㎡以内小店

窄入口 + 双侧高柜紧凑陈列，嵌入烟柜，一体化收银台，最小化后场仓储。模块化 “拎包入驻”，在极小空间保留全部核心经营功能，压低装修租金成本，提升坪效。





| 连锁课堂 |

连锁合格店长的四大硬核要求

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



会算账：懂营收控成本，拒绝只赚吆喝不赚钱

店长不能只盯着销售额，要做门店的“经营者”，看懂营收报表，管控各项成本。 需要读懂门店营收、毛利、库存损耗、人力成本，区分 “表面热闹” 和真实盈利，杜绝高流水低利润的经营困境。

这份经营管控，同样延伸到门店硬件层面。店长要理解简米 SI 设计背后的营建成本逻辑，爱惜门店 SI 空间资产，做好道具、展柜、灯光、门头的日常维护，减少设施损坏带来额外维修开销，避免不必要的成本损耗，守住门店真实利润。

能带人：做好团队管理，降低人员流失

门店业绩不是店长一个人做出来的，而是依靠整个团队共同产出。 合格店长要懂得搭建团队、分工排班、辅导员工、做好激励，化解内部矛盾，稳住人员梯队，降低人员高频流失带来的培训成本、服务断层。

在团队培训中，店长需要把简米 SI 设计的规范传递给全体员工，教会店员维护陈列、橱窗、品牌标识，让全员参与终端形象维护，而不是只依靠总部督导检查。

连锁的核心就是复制标准，店长最重要的职责，就是把总部的全套标准完整落地，不随意变通。运营层面，严格执行服务流程、商品管理、会员体系、营销活动制度；终端硬件层面，则要严格落实简米 SI 设计的全套空间标准。

不少门店运营流程执行到位，却出现私自改动门头、随意调整陈列道具、更改店内布局等现象，破坏全国统一品牌形象。店长作为门店第一负责人，要把 SI 巡检纳入每日工作：核对门头、陈列模块、灯光氛围、品牌标识，不私自改造空间，守住品牌终端底线。

能扛事：遇事不甩锅，具备独当一面的能力

门店经营总会遇到各类突发状况：客诉纠纷、业绩下滑、人员变动、设备故障。 合格店长不能遇事就向上甩锅，而是主动直面问题，独立分析原因、拿出解决方案，对门店经营结果全权负责。

遇到 SI 设施损坏、陈列错位等问题，店长要第一时间上报、跟进整改，不能放任门店空间持续偏离标准。具备独立处理问题的担当，才能撑起一家门店的正常运转。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

SI 设计 | 路易威登东京店设计

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

路易威登位于东京涩谷的男装店再次迎来全新蜕变，而这一次是为了即将到来的假日季。这一精心设计的装置由品牌内部打造，被恰如其分地命名为“路易威登 2026 涩谷假日装置”，并占据了整个一楼和二楼。以火车站站台为背景，路易威登 2026 假日系列广告大片颂扬了重逢的神奇时刻和离别的激动人心。节日装饰和飘落的雪花营造出永恒的氛围，体现了路易威登的“旅行精髓”。一系列引人入胜、富有艺术感的缩尺模型景观点缀于零售空间之中——阿尔卑斯地平线、大苹果、花海花园、月光谷和金色沙丘，所有这些模型都以微缩火车为特色，置身于奇妙的环境之中，并点缀着路易威登的商品。

The Louis Vuitton Shibuya Men’s store in Tokyo sees another transformation, and this time, it’s for the upcoming holiday season. Designed in-house, the elaborate installation is aptly entitled Louis Vuitton 2026 Holiday Installation in Shibuya, and occupies the entire ground floor and second floor. Set against the backdrop of a train station platform, the Louis Vuitton 2026 Holiday Campaign celebrates the magical moments of reunion and the exhilaration of departure. Festive decorations and falling snow create a timeless atmosphere, embodying Louis Vuitton ‘s ‘essence of travel’. A string of evocative, artful scale model landscapes adorn the retail space—Alpine Horizon, Big Apple, Blossom Garden, Moonlight Valley and Golden Dunes, all feature miniature train in wondrous settings dotted with Louis Vuitton items.







店面设计 | 博格林维京堡垒体验中心设计

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

在博格林维京堡垒，历史与景观通过一个体验中心得以生动呈现，该中心的设计灵感源自维京时代特有的长屋和皇家大厅。该体验中心由 LOOP Architects 设计，LYTT Architecture 和工程公司 VIGGO MADSEN 担任分包顾问。

博格林重现维京时代风貌——丹麦共有五座保存完好的维京环形堡垒。其中一座别具一格、气势恢宏的博格林堡垒，在景观中尤为突出，如今通过新落成的体验中心得以展现。这座占地 2000 平方米的中心设有展览区、维京研究中心、活动场地和游客服务设施。

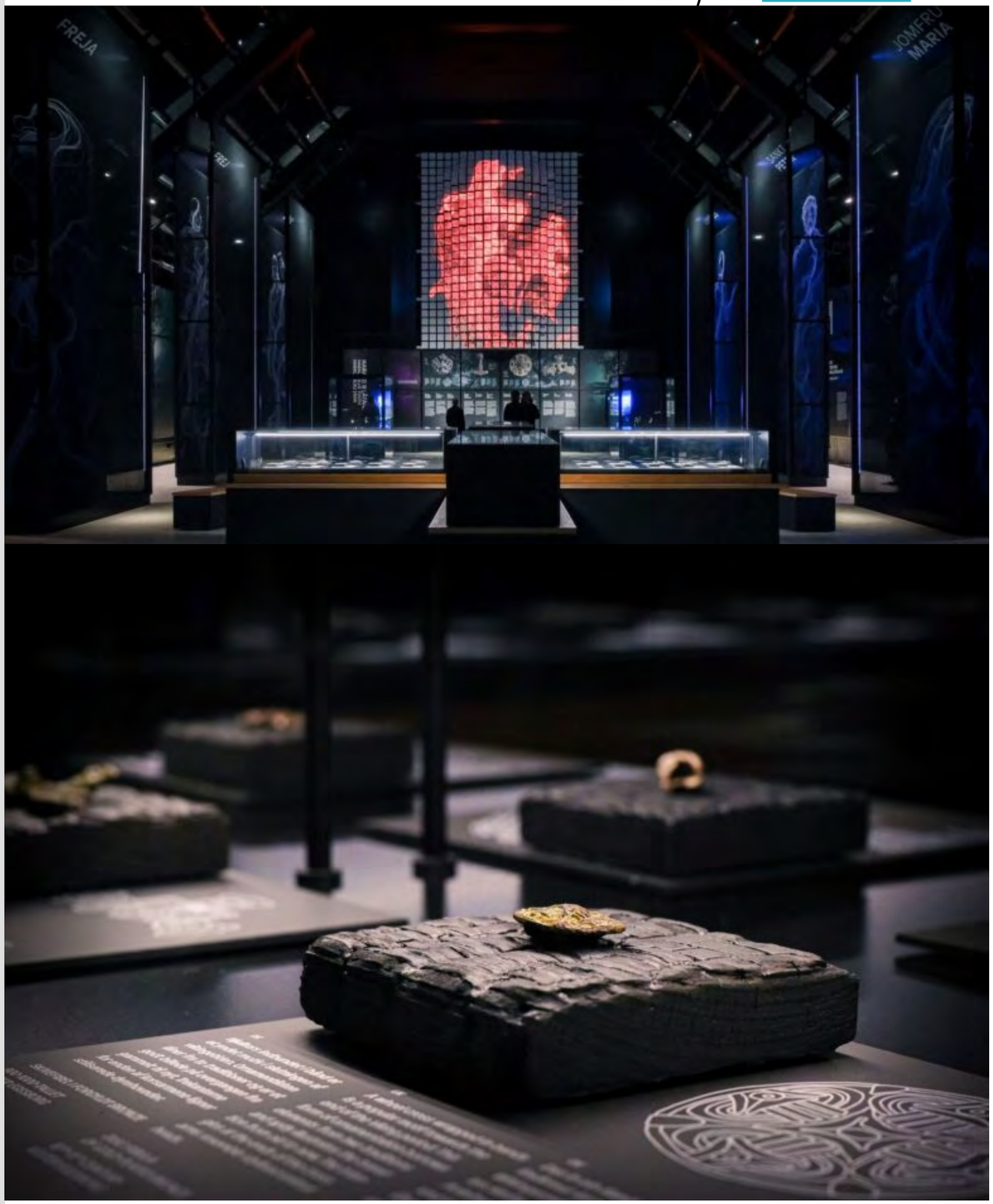


At the Viking Fortress Borgring, history and landscape are brought to life through an experience center inspired by the Viking Age’ s characteristic longhouses and royal halls. The experience center is designed by LOOP Architects, with LYTT Architecture and engineering firm VIGGO MADSEN as sub-consultants.

Viking Age Brought to Life at Borgring

Denmark has a total of five preserved Viking ring fortresses. One of them, the unusual and spectacular Borgring, which stands out in the landscape, is now interpreted through the newly inaugurated experience center. The 2,000 m center houses exhibitions, a center for Viking studies, an event venue, and visitor services.

Upon arrival, visitors are greeted by a large opening in the building’ s facade, drawing the eye through the entrance and further, via expansive windows, toward the Borgring fortress in the surrounding landscape.



VI 设计 | 英国 Go Mush 蘑菇品牌设计

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

Go Mush 是一个英国的功能性蘑菇品牌。我为其有机蘑菇提取物、咖啡胶囊和抹茶拿铁粉设计了品牌标识、包装，制作了 3D 产品视觉效果，并策划了一场广告宣传活动。

Go Mush 销售蘑菇提取物、咖啡胶囊和抹茶拿铁粉，因此每款产品包装都必须清晰地说明其规格，同时整个系列仍需保持品牌一致的形象。该活动还必须以一种令人愉快且易于接受的方式展现健康理念，而非仅依赖健康声明。

A bold GO MUSH wordmark and a warm, earthy palette tie every format together. Each mushroom has its own colour, from deep red Chaga and golden Lion’s Mane to amber Cordyceps and green matcha, so shoppers can find their product at a glance. The naming states the format first, from organic extract powder to coffee pods with a clear strength number, and the same layout carries across tins and cartons. The campaign places the packs in calm, sunlit everyday rituals: a morning coffee, a matcha latte, a tasting flight of pods.





简米知识分享

连锁扩张的命门：批量复制店长铁军

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



梳理企业内部顶尖店长的实战经验，拆解店长的核心能力：门店经营、团队管理、营销活动、成本管控、数据分析、客群维护。 在能力模型搭建阶段，就要加入简米 SI 设计相关能力要求。店长不只是管人和业绩，同样要对门店终端形象负责：熟悉门头规范、店内动线逻辑、陈列道具标准、空间维护要点。把 SI 落地执行纳入店长的岗位职责，从源头避免上任后随意改动门店布局、私自更换陈列道具的现象。

把萃取出来的能力转化成可阅读、可执行的标准化手册，包括店长日常工作 SOP、排班管理、会议机制、客诉处理、业绩诊断等内容。 手册除运营管理内容之外，嵌入简米 SI 设计巡检清单：明确日常需要检查的空间项目，如橱窗陈列、道具摆放、灯光氛围、品牌标识完整性。店长每日巡店，既要检查服务、货品，也要对照 SI 标准检查门店空间状态，把空间维护变成门店日常工作的一部分。

将手册内容转化为培训课件、案例素材、教学视频，组建内部讲师团队，开展系统化教学。 培训课堂分为理论 + 实景实训。理论课堂讲解经营管理知识以及简米 SI 设计整套规范；实景实训放在经过 SI 落地的样板店中开展。储备店长在标准化样板店内实操，理解空间如何辅助产品陈列、引流转化，真正读懂门店空间的商业价值，而不是单纯把门店理解为装修。

拒绝纸上谈兵，采用师徒带教、岗位轮训、场景模拟等方式开展实战训练。设置笔试、实操、门店带教多重关卡，实行闯关式晋升，只有全部通过才可正式上岗。 考核环节，除业绩管理、团队管理考题之外，增设 SI 设计实操考核：现场判断门店空间是否符合标准，识别 SI 违规项、给出整改方案。SI 考核不通过，不能正式任职店长。倒逼储备店长把终端标准记牢，未来接管新店能够严格落实 SI 体系。

督导落地 + 持续迭代，保障标准长期执行

店长上岗不是人才复制的终点，需要建立督导巡检、绩效挂钩、定期复盘迭代的机制。督导下店巡店，实行 “人 + 店” 双重检查：一方面检查店长团队管理、业绩目标完成情况；另一方面对照简米 SI 设计巡检表核查终端落地效果。SI 落地情况纳入店长绩效考核。同时根据市场变化、门店运营反馈，持续更新店长能力标准以及 SI 模块规范，让整套体系动态迭代。

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





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：靠客户口辈，不要评委的奖杯
* 第十则：反省谦虚，不可狂妄自大自恋欺人

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。

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，将为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

