

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计领导者!

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: 广州市天河区天河路 242 号丰兴广场 B 座 2112 室

TEL: +86-20-29123898 29833949

MOB: 134 30320847 (王先生 / 微信同号)

QQ: 289884595

HTTP: www.jeremycn.com

E-M: jrmbd@jrmbd.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 2021/04 总第105期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

简米新家即将开门迎客 NO.3315

连锁课堂

「SI设计是如何为企业“节流”的？」

GFAT

简米知识分享

五感之“味” | 该如何设计?

新案 | GFAT—轻奢潮牌服饰IP

试衣间 fitting



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：



| 《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

GFAT（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

简米新家即将开门迎客 008

> 简米案例速递

GFAT——轻奢潮牌服饰探索者 010

连锁课堂「SI设计是如何为企业“节流”的？」 014

SI设计 | 范思哲 Versace 专卖店设计 016

连锁设计 | 巴西 RomaHaus 服装店 SI 设计 018

商业空间设计 | 赛琳诊所设计 020

> 简米知识分享

五感之“味” | 该如何设计？ 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



简米新家即将开门迎客

> 简米快讯

经过一个多月的施工，简米新家简米新家即将开门迎客。

广州中轴线核心 CBD 天河北大都会 3315

PS. 简米小伙伴专属福利

新办公室吧台视角：

2020 年 4 月 20 日晚开场的中超联赛广州赛区直播中 ...



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

简米与华润旗下太平洋咖啡开启战略合作

简米新签约贵州牛半半餐饮 VI&SI 设计

简米新案速递

GFAT——轻奢潮牌服饰探索者

2016 年被称为 IP 元年，曾有人预测 IP 市场将是一个万亿元的新市场。2018 年 License Global 公布的全球 150 家授权商标榜单显示，IP 授权零售产品规模已经超过 2600 亿美元，其中最大的 IP 授权商 The Walt Disney 就达到了 550 亿美元，而中国这一板块业务量仅占全球总额的 5%，相对于发展城市的全球 IP 市场，中国的 IP 商业化任然出于萌芽探索阶段。

本次由简米设计联手星际熊、埃莉诗萌萌兔将赋能服装潮牌，打造轻奢的服装潮牌——GFAT。



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/index.php/shows/1/247>

策略梳理 Strategy carding

市场分析

随着时尚 IP 市场能量的持续释放，预示着时尚商业逻辑的转变，IP 也将不再是泛娱乐的专有名称，它将成为时尚圈里炙手可热的新概念，落地成为 IP 产业中的细分行业，并且具备在未来新商业，构建时尚 IP 生态圈的潜力。

随着时尚 IP 优质内容的产生和输出，以及他们各自所蕴藏的态度、文化、价值观和设计语言等不同特质对不同细分消费者的吸引力不断提升，时尚 IP 将以强大的商业变现能力实现商业规模的建立，逐渐形成时尚 IP 经济。

受众群体

按照消费力以及对品牌理解忠诚度，用户被划分为核心用户、中端用户和大众用户。核心潮牌用户从中学甚至更早就开始接触潮牌，且家庭有一定的购买力，因此我们把受众群体锁定在 95 后，95 后是伴随着互联网飞速发展成长的一批用户，正成为追求潮流的主力军！

战略定位

对于 GFAT 而言，比起一流更愿意用真实来形容自己的品牌，GFAT 所认为的真实包括产品的质量，以及一个产品从设计到面对消费者这个过程中，每一个工作人员所真实的付出以及消费者对 GFAT 真实的感触。

解决方案 /Solution

在空间呈现上

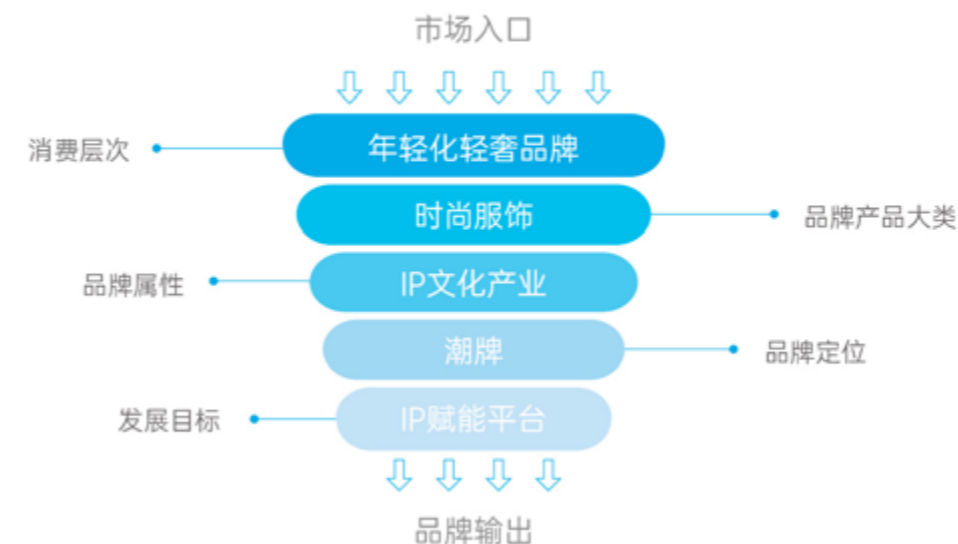
星际熊是比较冷的形象

而埃莉诗萌萌兔是非常暖而柔软的

需要将两者在空间中完美结合

因此我们为他们赋予一个浪漫的故事来达到平衡效果。

GFAT品牌差异化定位·市场定位模型



GFAT brand identity guidelines

Application of logo on interface

标志在界面中的应用

GFAT标志的一个重要组成部分：标志在软件产品上的应用。此页面上显示的机会，我们帮助工程师和设计将其导入实际应用中，以确保品牌的精神在软件内我们的产品上获得保留。

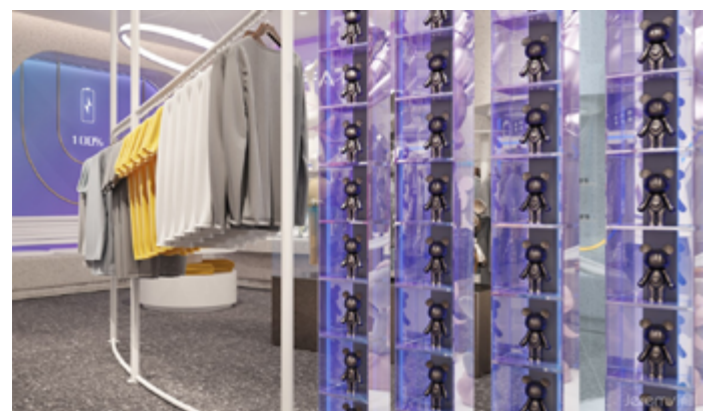
标志在软件中的应用

- 在GFAT的产品上能够被控制内工艺的。
- 在GFAT的界面中保持。
- 当空间的限制使得完整的标志是不可能的，可使用文字标志。
- 在GFAT的界面中保持。
- 请在所有可能的情况下，使用GFAT标志的变体。

GFAT的标志在产品中的应用最为广泛，在增强的透明和制作工艺能够提升整个品牌的品牌感，提升一种价值。

GFAT

标志在软件中的应用



SI 设计是如何为企业“节流”的？

文 / 彭绍普 (简米武汉)

文中配图为简米设计案例《鲸师》、《茶言四喜》、《斗记》

通过简米十多年的经验总结，建立 SI 系统能为企业高效“节流”。

那 si 设计如何大幅缩减连锁店建设管理成本的呢？

连锁实体店的建设，在当前已经是一种重资产行为。连锁门店建设费用包括设计、装修、房租、水电、及人工等等。SI 设计通过系统化，模块化，标准化的设计原则，总览全局进行设计，有效降低连锁品牌经营资产投入。

所谓系统化，就是将门店拆分为多个系统单元，比喻说可以拆分为外立面单元，天花单元，地面单元，墙面单元，收银单元，陈列单元等等。模块化，就是系统拆分以后，对系统内部组成元素进行模块化设计。用收银系统单元来举例，设计师可以对收银台拆分为 ABC 三个模块，后期出现比较大的门店，那么可以选择 A+B+C 组合放置，如果店面很小，就可以使用 ABC 中的一个。其实模块化，就用运用了搭积木的思维，可以根据需求拆分重组。标准化，通过系统划分和模块分割以后，就需要对其每一个组成元素进行标准化规范。一方面是针对组成的尺寸，材质，施工工艺等进行标准化；另一方面也是对组成元素在不同场景下如何运用进行标准化规范，例如规范旗舰、异形店、中岛店等等情况。

1、si 设计可以减少连锁店设计费用

si 设计是系统化规范设计，对终端门店环境的各个组成部分都做了系统规范。把门店划分成多个系统，然后进行模块分割，对不同店型都做了规范示例，包括旗舰店，普通店、异形店，中岛店等等，解决了店面尺寸不一带来的问题。这样后期出现一个新门店，就可以参考之前规范示例，像搭积木一样，快速进行布局导入，不需要另外请设计师来设计，节省设计费用和时间。

2、si 设计可以减少连锁店建店时间成本

连锁品牌每年都要大量新店需要开设，减少每一个店的建设时间，就是节约了成本。SI 设计通过系统规范，所有店内家具、道具、软装等元素都是共用，所有门店建设共用同一套标准，所以可以提前备货，批量采购，这样可以大大减少了开店时间。

3、SI 设计可以减少沟通管理成本

店面装修尤其是大量门店同时装修，对于门店建设管理部门来说，是一个复杂的工作，需要和多个部门，多个工作人员对接。如果没有一个规范标准，任何一个小问题都会被层层放大，还会引起沟通混乱。SI 设计会规范出一个指导手册，让所有问题都按照标准执行，“有章可依，有法可行”，责任到人，这样会极大的提高沟通管理效率。

4、SI 设计可以大幅缩减采购费用

SI 设计通过系统规范，编制 SI 设计手册。品牌商可以通过手册内部规范标准，搭建门店建设供应商平台。供应商平台包括招牌供应商，灯具供应商，道具供应商，主材供应商，辅材供应商等等，通过对比寻价，规模化采购，平台化搭建，可以大幅降低采购成本。



SI 设计 | 范思哲 Versace 专卖店设计

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

该 SI 设计项目位于苏黎世, 是范思哲终端形象 SI 设计, 继 2018 年 Capri Holdings 对 Versace 的收购之后, 这家意大利奢侈品牌的零售业务在全球范围内加速增长。最近, 时尚界最富裕的品牌在苏黎世最负盛名的购物大动脉班霍夫大街上开设了一家新的精品店。

该店面占地 204 平方米。分布在 19 世纪晚期一座巨大建筑的两层楼上。美杜莎的闪亮金色雕像, 品牌的 logo 标识, 立面和商店橱窗上都雕刻有钻石形状。

该 SI 设计珍贵的桉木地板与粉刷过的墙壁和带有动态图形的天花板搭配使用。货架道具包括用纳米比亚大理石, 玻璃和抛光金金属精制而成的柜台和展示柜。该 SI 设计底楼的女士鞋类部分以蓝色大理石为背景, 配以蓝色地毯和沙发, 引人注目。

范思哲 (Versace) 的新精品店在创建时就考虑到了最高的可持续性标准, 该 SI 设计从材料的选择到商店的灵活性和管理。一楼是女士服装, 鞋子, 手袋, 小皮具的存放地, 地下室则专供男士用品。



The Si design project, located in Zurich, is Versace's terminal image Si design. Following Capri holdings's acquisition of Versace in 2018, the retail business of this Italian luxury brand has accelerated worldwide. Recently, the richest brand in fashion has opened a new boutique on banhof street, Zurich's most famous shopping artery.

The store covers an area of 204 square meters. It's on two floors of a huge building in the late 19th century. Medusa's shiny gold statue, logo logo of the brand, facade and shop window are carved with diamond shape.

The Si design's precious Eucalyptus flooring works with painted walls and a ceiling with dynamic graphics. Shelf props include counters and display cabinets made of Namibian marble, glass and polished gold metal. The women's footwear part of the Si design on the ground floor is set in blue marble, with blue carpet and sofa, which is eye-catching.



Versace's new boutique was created with the highest sustainability standards in mind, from the choice of materials to the flexibility and management of the store. The first floor is the storage place for women's clothing, shoes, handbags and small leather goods, while the basement is dedicated to men's goods.



连锁设计 | 巴西 RomaHaus 服装店 SI 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 SI 设计项目位于巴西弗洛里诺波利斯, 该 SI 设计灵感源于罗马历史要素, 客户购买产品或服务时, 应在讲故事, 演示和制作产品的过程中进行选择。店铺设计的整体空间以暖色为主, 主要售卖女装。

The Si design project is located in Florianopolis, Brazil. The Si design is inspired by Roman historical elements. When customers purchase products or services, they should choose during storytelling, demonstration and production. The overall space of shop design is mainly warm color, mainly selling women's clothing.



商业空间设计 | 赛琳诊所设计

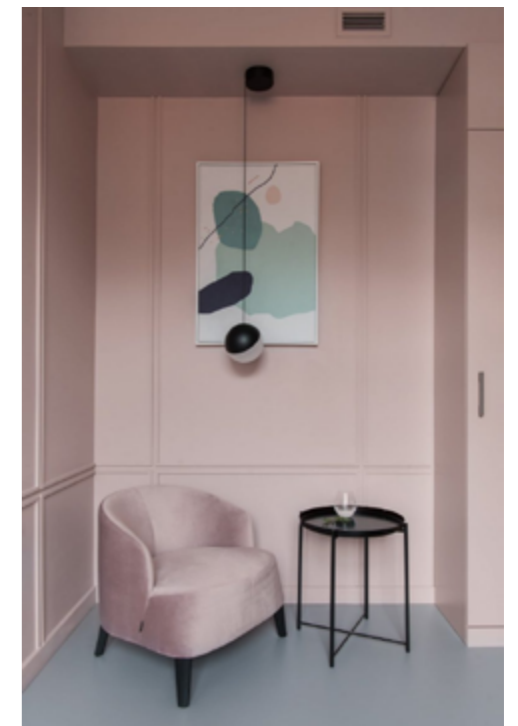
注 / 本文素材来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

品牌差异化定位是新创品牌脱颖而出而出的制胜法宝, 而终端门店不只是销售产品或服务的场所, 更是品牌和客户对话的窗口, 是品牌差异化价值输出的媒介, 因此店面设计是品牌营销价值链上的重要组成部分。本文武汉简米小编就通过分享赛琳诊所设计, 和大家聊聊店面设计如何体现品牌差异化定位。

我们传统印象中, 医疗机构作为公共服务场, 所往往都是白色的装修, 给人的感觉大多是简洁干净, 但很少体现到人文关怀。赛琳诊所价值定位颠覆了我们对公共医疗机构缺少人文关怀的认知, 重新定位医疗诊所, 以顾客体验作为核心, 给予客户无微不至的关怀, 以及温馨舒适的体验, 以此来降低客户焦虑感。

为此, 设计师在诊所设计的时候充分考虑到品牌差异化定位方向, 将现代酒店的风格溶于到诊所设计中。设计师选择了单色、简约的设计手法, 并融入了经典元素——灰泥饰条、装饰元素、黄铜金色细节。诊所的内部就像一个现代化的酒店, 甚至让您想在那里住一段时间。该诊所设计成功的体现了品牌与众不同的价值定位, 完成了商业空间设计所见即所得的表现原则。

Brand differentiation positioning is a magic weapon for new brands to stand out. Terminal stores are not only places to sell products or services, but also windows for brand and customer dialogue, and media for brand differentiation value output. Therefore, store design is an important part of brand marketing value chain. In this paper, Wuhan Jianmi Xiaobian shares the design of sailin clinic to talk about how the store design reflects the brand differentiation positioning. In our traditional impression, as a public service field, medical institutions are often decorated in white, which gives people the feeling that most of them are simple and clean, but rarely reflect the humanistic care. The value orientation of sailin clinic subverts our cognition of the lack of humanistic care for public medical institutions. We re position the medical clinic, taking customer experience as the core, giving customers meticulous care and warm and comfortable experience, so as to reduce customer anxiety.



五感之“味” | 该如何设计?

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



香氛, 大家应该都不陌生, 尤其是在软装陈设中, 各类香氛已是其中重要的品类了。今天, 跟大家一起探讨顶级香氛系统, 看它如何设计才够逼格!

香氛, 大家应该都不陌生, 尤其是在软装陈设中, 各类香氛已是其中重要的品类了。今天, 广广跟大家一起探讨顶级香氛系统, 看它如何设计才够逼格!

针对大型、开放的空间, 如何保证香气均匀的散发在空间的每个位置呢? 这就今天的重点内容: 商业空间中的香氛设备——香氛系统, 主要解决以下问题:

- 1、为什么需要香氛系统?
- 2、什么是香氛系统?
- 3、香氛系统应该怎样实现?

(1) 为什么需要香氛系统?

气味是可以让人印象深刻的空间记忆和品牌塑造利器。

1、嗅觉是最敏感的

- a、科学证明, 人的鼻子可以记忆一万种味道, 而且嗅觉记忆的准确度比视觉要高一倍;
- b、人们回想一年前的气味, 准确度为 65%, 而回忆三个月前看过的照片, 准确度仅为 50%;
- c、在人类全部感官中, 嗅觉是最敏感的, 也是同记忆和情感联系最密切的感官。

2、利用嗅觉感知塑造品牌嗅觉识别系统, 是企业识别 CI (Corporate Identity) 系统中重要组成部分。依据品牌打造独有的“嗅觉识别”, 将空间设计加入顶级复合调香氛围, 利用嗅觉来显现个性。

(2) 什么是香氛系统?

酒店香薰香氛扩香系统起源于国外, 是香味营销 FM (Fragrance Marketing) 的应用之一。

一般是怎么实现的?

- a、在酒店大堂、客房、行政酒廊等区域安装旁源型扩香设备来加香;
- b、酒店香氛的材料一般选用纯植物精油或调和过的复方芳香精油, 通过中央空调在每个区域传播, 形成独特的香气氛围。

2、香氛系统适用于哪些空间?

- a、除了酒店, 连锁店、办公空间、4S 店, 商场, 以及头等舱休息室、星巴克等休闲空间。
- b、凡是闻到香味很好闻, 且整个空间都是的, 大多都是香氛系统的功劳。

(3) 香氛系统怎样实现?

设计原则

- a、根据不同成本, 不同类型的空间, 选择不同的香氛解决方案。
- b、需要注意吊顶内装香薰机的预留电源点位问题。
- c、安装在中央空调出风口等客人看不到的隐蔽区。
 - ① 通过中央空调设在各个区域的出风口来传递香味;
 - ② 根据空间设定需要扩散香味的区域, 调节香味在空间中的浓淡程度;
 - ③ 根据中央空调的分布及图纸进行安装。



Jeremy 简米®
简话
Jeremy talk
话尽连锁设计事 Talking about SI design

简话 | 话尽连锁设计事
聊聊设计 聊聊连锁 聊聊品牌

wwwjinr推荐给你

长按识别二维码收听
喜马拉雅

简话
话尽连锁设计事 Talking about SI design 简米出品

简话目录

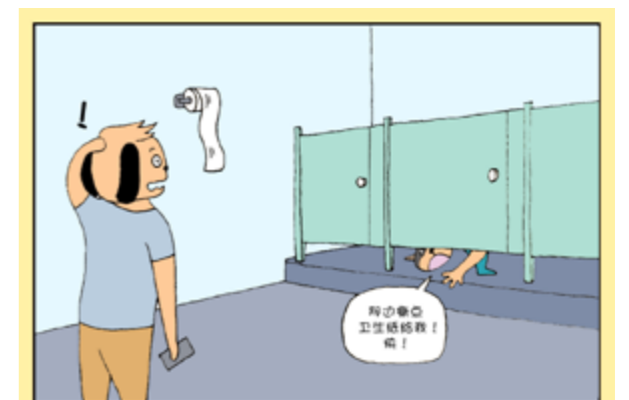
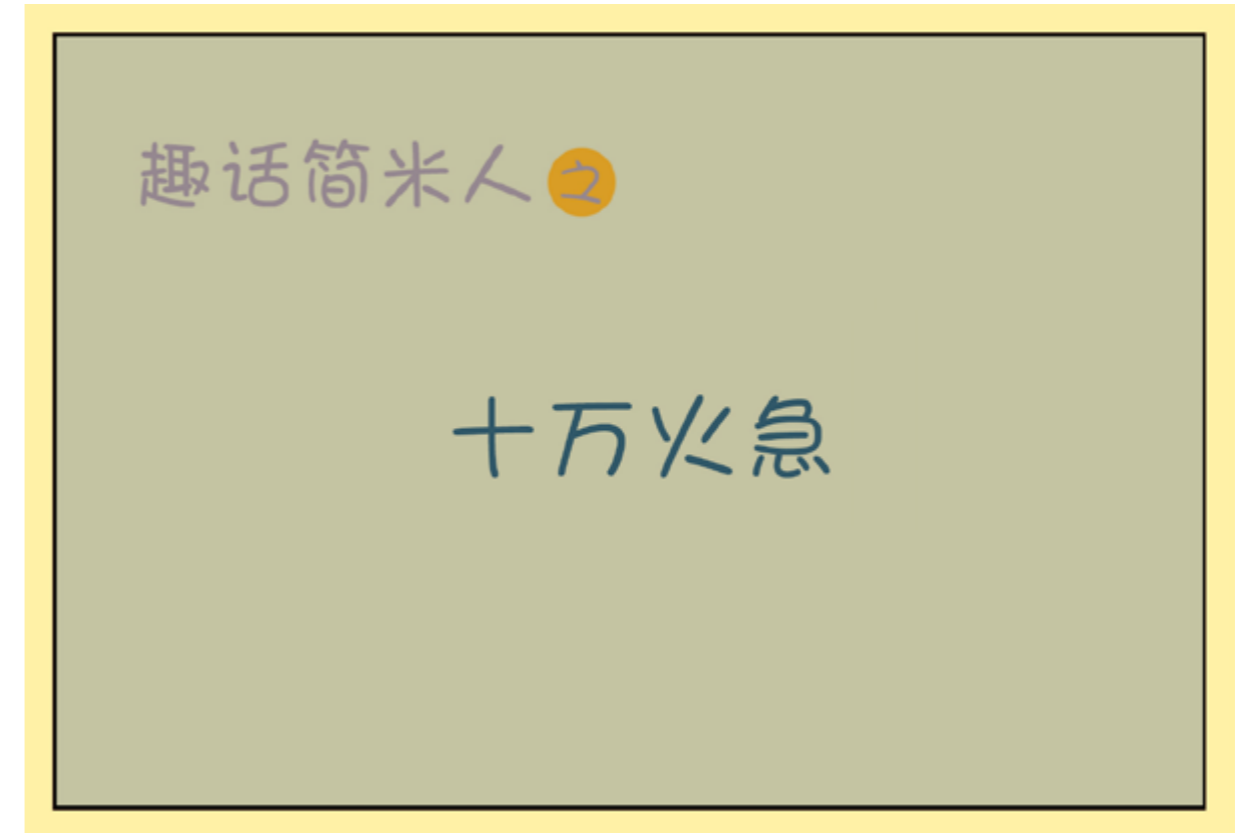
- # 简话 # 第 001 期：设计反复改稿不过怎么破？
- # 简话 # 第 002 期：品牌符号元素在店面中如何提炼运用？
- # 简话 # 第 003 期：传统文化元素在店面中如何有效运用？
- # 简话 # 第 004 期：连锁品牌如何打造差异化 IP 形象？
- # 简话 # 第 005 期：概念化店面设计呈现思路？
- # 简话 # 第 006 期：连锁品牌创建的“核心五点”
- # 简话 # 第 007 期：门头外立面 Logo 适宜出现多少合适？
- # 简话 # 第 008 期：对于设计师来说技术和灵感哪个更为重要？
- # 简话 # 第 009 期：连锁品牌包装设计的第一步及关键点是什么？
- # 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 # 第 077 期：SI 设计调查之商圈消费者问卷（最新）

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

中国连锁设计领军者
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. and are devoted to the area such as clothing, shoes, bags, food and beverage , building materials, cosmetic and consumer goods and so on, we are proficient in brand planning, terminal SI system design, visual identity design and so on. Our tenet is : design the perfect brand imagine with low cost. And are favorite to tailor-made visualize imagine of the corporation. Let Jeremy to design for you , arm your brand with powerful engine and let it jump out .



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

中国连锁设计领军者

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: +86-20-29123898 29833949

MOB: 134 30320847 (微信同号)

QQ: 289884595

HTTP: WWW.JEREMYCN.COM

E-M: jrmbd@jrmbd.com

