

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计领军者!

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



简米月刊 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2021/05 总第106期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

简米乔迁 | 广州天河北大都会广场3315



连锁课堂

「奢侈品牌专卖店面设计的方向和目的?」

简米知识分享

照明第1讲 | 商业店铺照明节能要求

新案 | 红狮—漆面防护—一体化专家

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

红狮（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

简米乔迁通知

008

> 简米案例速递

红狮——漆面防护一体化专家

010

连锁课堂「奢侈品牌专卖店面设计的方向和目的」

014

店面设计 | 蒙特利尔 BIODME 店面设计

016

连锁设计 | 巴西 RomaHaus 服装店 SI 设计

018

连锁设计 | Kleider machen Brute 婚纱店设计

020

> 简米知识分享

照明第 1 讲 | 商业店铺照明节能要求

022

简话 # 目录

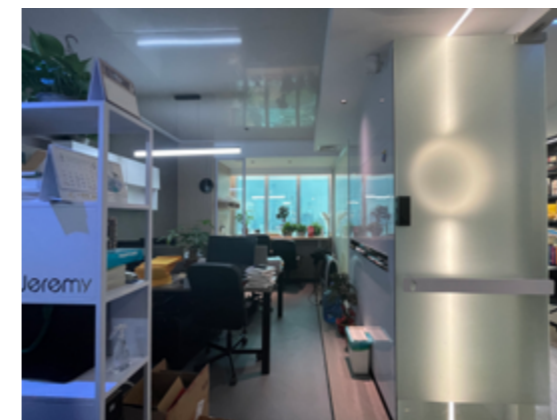
024

趣话「简米人」

026

关于「简米」

028



简米乔迁通知

> 简米快讯

各位新老客户，简米中国（广州）已乔迁至自购物业——天河北大都会广场 3315，新办公室位于广州市中心核心 CBD 区，地处广州中轴线北端，毗邻中信广场，南望广州塔。

简米历经十二年发展，在 12 周年之际乔迁新家，要感谢一路以来新老客户的支持，也感谢所有简米人努力奋战。愿在新的起点能为中国连锁事业继续贡献自己的一份绵薄之力。

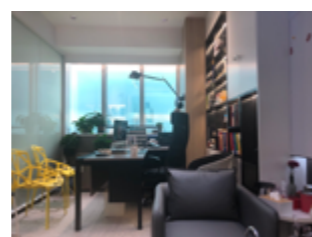
简米广州除办公地址变更外，新增固话 020-83622043，原固话 020-29123898 及 400-666-8202 继续保留使用，020-29833949 停止使用。

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

HTTP: www.jeremycn.com

E-M: 289884595@qq.com



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

点击阅读原文下方查看简米新办公室短视频

<https://www.jeremycn.com/shows/42/367>

简米新案速递

红狮——漆面防护一体化专家

北京红狮科技发展有限公司是一家传承百年造漆技术，集研发、生产、销售、服务于一体的高新技术企业。红狮制漆历史源远流长，可追溯至清朝皇家御用的油漆工坊。凡坛庙、官府、城郭皆因其御用，取型故宫石狮为商标，因为皇家建筑多以朱紫为贵，故名“红狮”。1945年，傅作义将军将工坊改造成为“奋斗油漆厂”。

新中国成立后，红狮做为新中国首批重点工业企业更名为“新中国油漆厂”。隶属于国务院机关企业事务管理局。曾经两次获得国家银质奖，六次获得化工部优质产品奖，三十余次获得北京市优质产品奖，连续七次被评为北京市著名商标，并荣获“中国驰名商标”。在航空航天、军工、汽车、基础设施、电力设备、石油石化、工程机械、轻工家电、装备制造等领域赢得各行业皆可看到红狮的身影。

策略梳理 Strategy carding

老规矩，在简米开展项目设计前先对项目进行整体梳理。

红狮的战略： 中国国产品领先高端涂料品牌

红狮的使命： 打造中国涂料最有历史文化底蕴的涂料品牌，肩负振兴民族化工使命

品牌核心价值： 御品红狮，传承百年制漆品牌，大国匠心，民族记忆

红狮的调性： 京味京韵、皇室御用制漆坊

品牌关键词： 记忆、传承、文化、匠心

查看完整案例↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/248>



解决方案 /Solution

消费者至上，这都不是一句空话。而消费者洞察的本质是寻找认知的高低落差。通过落差感受到危机，让红狮品牌的形象与消费者认知保持一致，回归到消费者至上，这是品牌升级的关键点所在。而红狮的消费群体在 35—50 岁之间，这个阶段的人群最早也是出生在 70 后，且越来越年轻化，这类群体经历过时代变迁，同时也有能力追求更有品质更有品味的生活，以及现代审美需求，如何让红狮的终端门店形象与消费者认知同频、让消费者感受产品、完成消费闭环，是我们本次设计需要解决的核心问题。

通过对红狮企业战略梳理，我们保留原有的品牌核心内涵，让红狮的大国工匠、民族、御品、皇家、京味、京韵等传统的底蕴文化成为品牌的基石，成为消费者对红狮的信任纽带，因此在终端设计上我们采用的色彩搭配：红、白、黄。保留传统的京味京韵，融入现代中国风，让这只东方红狮年轻化！



BEFORE



AFTER

产品线梳理：醇酸漆，丙烯酸漆，环氧漆，氟碳漆，丙烯酸聚氨酯漆类油性、水性防腐涂料及特种功能涂料等等。

终端消费群体中，绝大部分消费群体是不会去记以上油漆的专业名称，因此化繁为简，在终端上重点突出的与消费者关联度极度的常用品：1、专业工业漆；2、水性工业漆；3、家装装饰漆。并以此延伸带动其他周边产品陈列。



| 连锁课堂 |

奢侈品牌专卖店面设计的方向和目的

文 / 彭绍普 (简米武汉)

文中配图来自网络

店面设计以促进产品销售和展示品牌价值为核心目的，但是根据品牌定位不同，设计的侧重点亦有所不同。奢侈品牌大多以优良的产品品质、极致设计美学、高昂的价格、独特的品牌背景文化及理念等几个方面，满足消费者的被认同、被尊重的心理需求。奢侈品牌的特点是大众都熟知，但因高昂的价格望而却步，这样奢侈品才能彰显身份，满足心理需求。因此奢侈品的品牌专卖店最核心的功能是展示品牌形象，即从视觉上体现品牌的独特性与稀缺性以及尊贵感。

根据以上的分析我们可以得出，奢侈品的店面设计的核心方向和目的是突出品牌独特性与尊贵感。每个奢侈品牌的品牌定位有所不同，形象设计也千差万别，本文只是从奢侈品这一大类别中，总结以下三个该领域专卖店设计的共性原则。

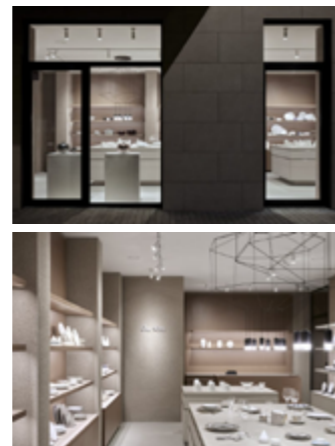
1、极致美学表现。从店面设计维度来说，奢侈品牌的情感价值在门店的最直接的外在表现是视觉形象。而视觉形象中最好的感受是美学，也就是我们通常所说的颜值。在这个看脸的消费时代，尤其是奢侈品，颜值是基础。

2、考究的材料和工艺。奢侈品代表的一种身份认同，底层逻辑是给予消费者一种尊贵感。所以说在奢侈品店面设计时，材料选择和制作工艺上需要认真考究。在材料的选择上，不但要看外在视觉效果，更要重视材质本身的质感。

选择优质的材料，制作工艺也是重中之重，细节考究的工艺，能让材料或者造型发挥其最大的效果。

3、门店形象个性化表达。对于奢侈品来说只是强调美学和质感还不够，更加需要塑造门店个性化。门店个性化表现，可以借助主题文化，亮点符号，亮点造型等等个性元素来表达，关于这一点武汉简米小编在之前的文章中做了比较多的阐述，有兴趣的可以翻阅。

以下是武汉简米小编分享的一个关于奢侈品牌店面设计的案例。这是一家位于维尔纽斯的奢侈餐具品牌 dou son 商店，该品牌以提供高品质且美观的陶瓷餐具而闻名。室内视觉解决方案的灵感来自陶瓷和瓷器的主题，多孔墙面和深棕色粘土材质的运用是该商店设计的一大亮点，在契合设计主题的同时，其独特的质感也提升了门店的视觉效果。



店面设计 | 蒙特利尔 BIODME 店面设计

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

在一条破旧的老街上, 沿街铺面也都是老旧的形象, 如果有一家店铺设计精美, 灯光明亮, 马上就能吸引大量潜在消费者的关注, 这就是对比效应。但是如果是大型综合购物中心, 这里汇聚了大量零售品牌, 所有的店面设计的都精美绝伦, 你的店面虽然设计的也很好, 但是在这种环境中很难通过空间设计中的美学表现获得额外的流量。

在这个普遍追求品牌颜值的时代, 零售品牌如何通过店面设计突围? 笔者认为, 店面设计核心是塑造个性化, 有个性的美才能真正立足。如何塑造店面个性, 笔者之前的文章也谈了比较多, 本文通过分享蒙特利尔 Biodôme 的店面设计, 介绍一下道具设计在塑造店面个性化中的重要性。

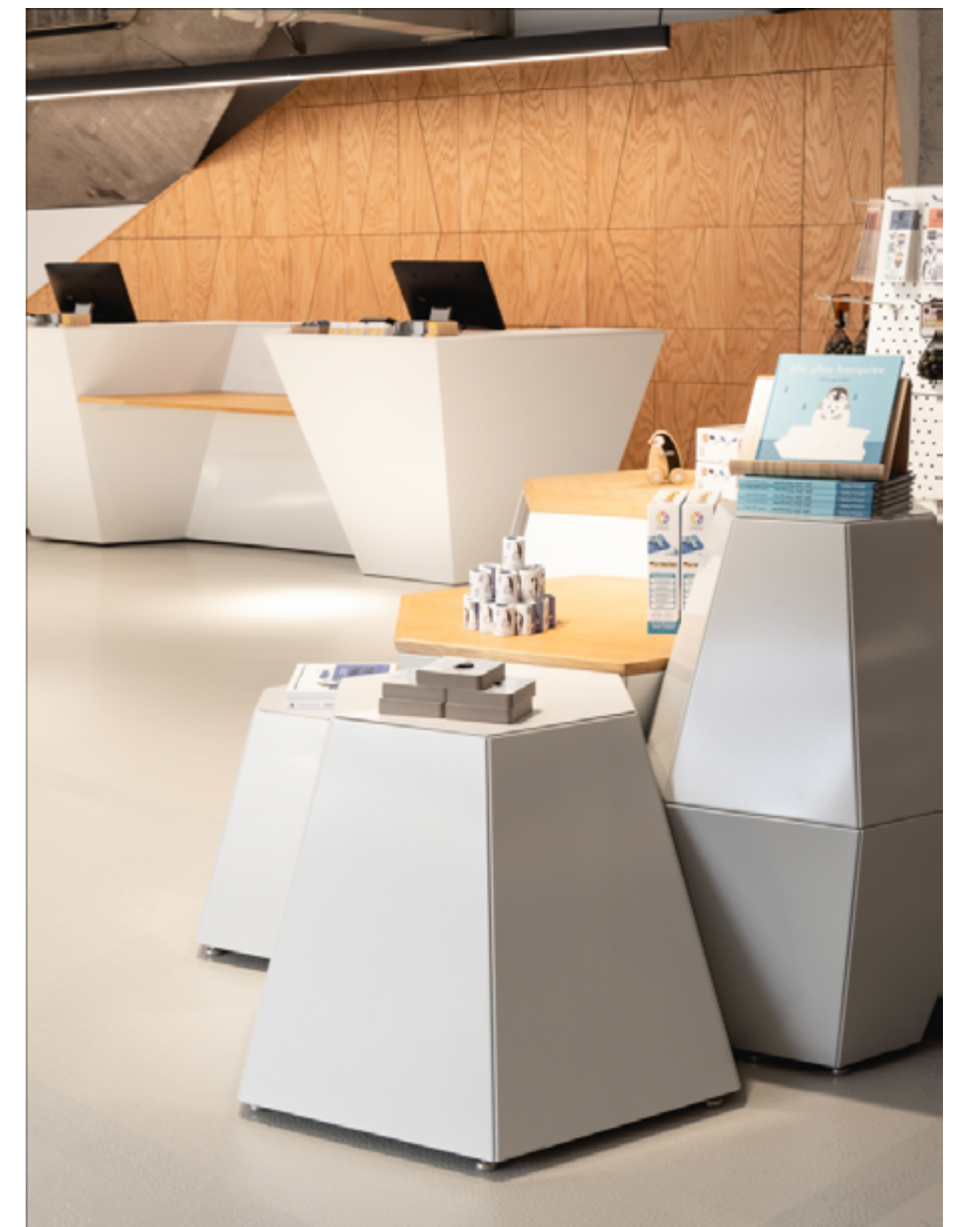
Biodôme 商店坐落在蒙特利尔夏季奥运会自行车比赛馆内。空间设计受到生物的基本组成单元 - 细胞的启发。设计师将陈列商品的道具单元比作细胞, 通过这些道具单元的不同组织形式, 支撑起整个店面形象。



In a dilapidated old street, the shops along the street are also old. If there is a shop with exquisite design and bright lighting, it can immediately attract the attention of a large number of potential consumers. This is the contrast effect. But if it is a large-scale comprehensive shopping center, there are a large number of retail brands gathered here, and all the storefronts are exquisitely designed. Although your storefront is also well designed, it is difficult to obtain additional traffic through the aesthetic performance of space design in this environment.

In this era of universal pursuit of brand beauty, how can retail brands break through through the store design? The author thinks that the core of storefront design is to shape individuality, and the beauty with individuality can really stand on. How to shape the store personality, the author also talked about more before the article, this article through sharing Montreal biodôme's storefront design, introduces the props design in shaping the importance of personalized storefront.

Biodôme store is located in the cycling competition hall of Montreal Summer Olympic Games. Space design is inspired by the basic unit of biology cells. The designer compares the props unit of display goods to cells, and supports the whole store image through the different organization forms of these props units.



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亚诺波利斯, 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 shop design project is located in Tokyo, Japan, and is the Si design of Gucci flagship store. Gucci opened a boutique in Ginza district of Tokyo in 1964, which made it one of the first overseas luxury brands to enter the lucrative market. The flagship store of Si design is located in the most famous Namiki Dori building in Tokyo area, which is about 725 square meters. The Si design has been designed in a delicate way and adjusted romanticism design specifications, and interior design is carried out on two lower floors of the building.



连锁设计 | Kleider machen Brute 婚纱店设计

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

该 SI 设计是 Kleider machen Brute 位于慕尼黑的实体店铺设计, Kleider machen Brute 是来自纽伦堡的新娘品牌。

该 SI 设计非常注重环保。采用木纤维、竹子和再生塑料等系列的一些环保材料材料来呈现。

The Si design is the physical store design of kleider machen brute in Munich, a bride brand from Nuremberg.

The Si design is very environmentally friendly. Some environmental protection materials, such as wood fiber, bamboo and recycled plastics, are used to present.



> 简米知识分享

照明第 1 讲 | 商业店铺照明节能要求

注 / 本文由简米收集编辑整理, 图片及部分内容来自互联网

如有侵权请联系简米客服:400-666-8202



商业照明不同于一般照明, 接下来《简米月刊》将开展照明专讲系列, 本月是第 1 讲, 我们来讲讲商业店铺照明的节能要求。

01 光源发光效率

光源发出的光通量除以光源功率所得之商, 简称光源的光效。单位为流明每瓦 (Lm/W)。光源发光效率越高, 同一空间相同照度下, 耗电量就越低, 也就越节能。

02 光通量维持率

光源在给定点燃时间后的光通量与初始光通量之比光通量维持率越高, 光源光衰就越小, 寿命也就越长。

03 寿命与维护成本

灯具的使用寿命越长, 维护成本就越低。在相同的使用周期内, 寿命短的灯具更换、维修的次数就越多, 由此带来的更换新灯的费用和人工成本越来越高。

04 平均寿命

组试验样灯从点燃到有 50% 失效 (50% 保持完好) 经历的时间。通常白炽灯、卤素灯、荧光灯、金卤灯等传统光源是以平境外寿命来计算的。

05 有效寿命

光源从开始使用至光通量衰减至初始额定光通量的某一百分比 (通常是 70%80%) 所经过的点燃时数。LED 光源或灯具的寿命是以有效光通量衰减到初始光通量的 70% 所经过的点燃时数定义为 LED 光源或灯具的寿命。

06 灯具效率

在相同使用条件下, 灯具发出的总光通量与灯具内所有光源发出的总光通量之比, 也称灯具光输出比。

07 照明功率密度 (LPD)

单位面积上的照明安装功率 (包括光源、电器部件), 单位为瓦特每平方米。

房间或场所	照度标准值(lx)	照明功率密度限值(W/m ²)	
		现行值	目标值
一般商店营业厅	300	≤10.0	≤9.0
高档超市营业厅	500	≤16.0	≤14.5
专卖店营业厅	300	≤11.0	≤10.0

简话目录

简米 # 之照明系列专讲第 1 讲：商业店铺照明节能要求 (最新)

...

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

...

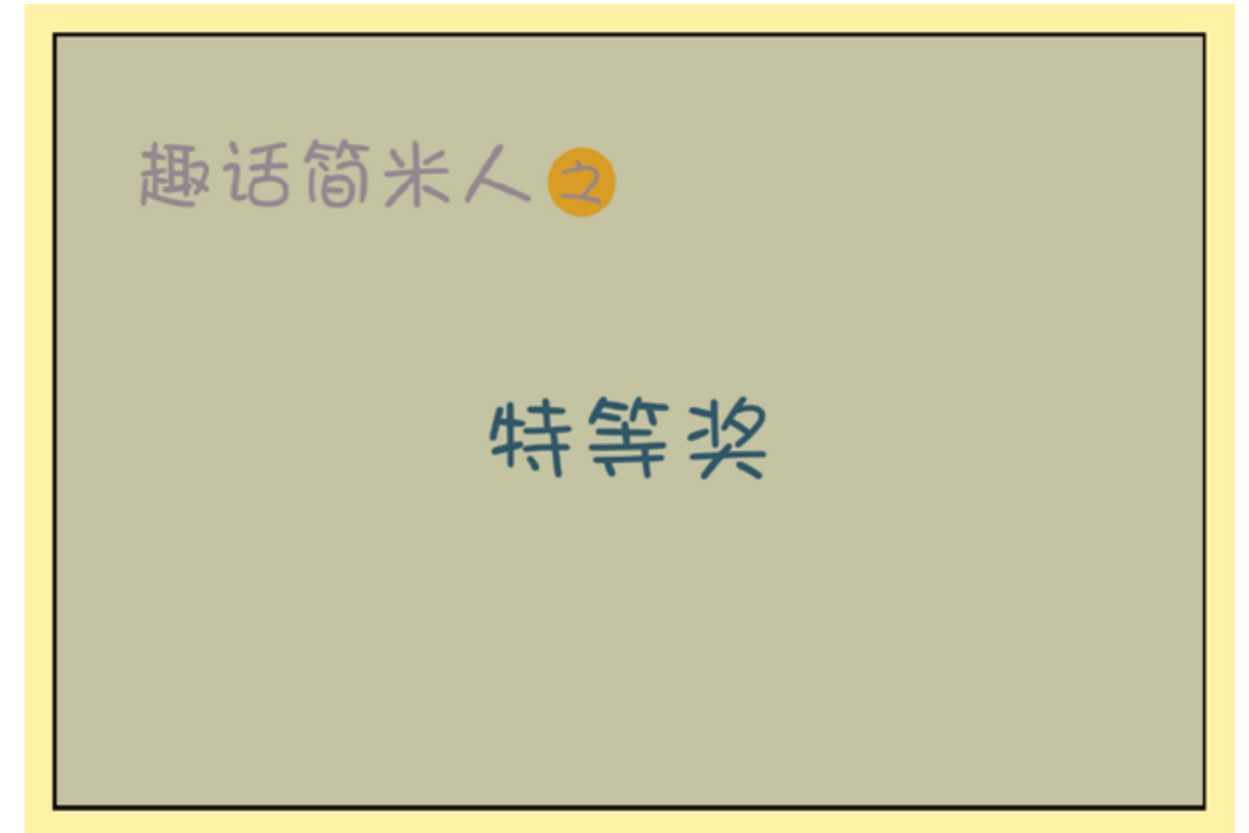


点击查看：<https://www.jeremycn.com/tag/%E7%AE%80%E8%AF%9D>



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: +86-20-83622043 29123898

MOB: 134 30320847 (微信同号)

HTTP: WWW.JEREMYCN.COM

E-M: jrmbd@jrmbd.com

