

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

2021/06 总第107期

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

## 100 | 庆祝中国共产党成立100周年



连锁课堂  
「如何开好一家零食连锁店」

简米知识分享

照明第1讲 | 大疆店铺照明思路分析

新案 | 肌后——美肌共享型店铺新体验

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

肌后（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**
- 庆祝中国共产党成立 100 周年** 008
- > 简米案例速递**
- 肌后——美肌共享型店铺新体验** 010
- 连锁课堂「如何开好一家零食连锁店」** 014
- 连锁设计 | Parkside Pantry 面包店设计** 016
- 终端设计 | 苏黎世 Beyer Chronometrie 设计** 018
- 品牌设计 | Masstige 化妆品包装设计** 020
- > 简米知识分享**
- 照明第 2 讲 | 新疆店铺照明思路分析** 022
- # 简话 # 目录** 024
- 趣话「简米人」** 026
- 关于「简米」** 028



## 庆祝中国共产党成立 100 周年

> 简米快讯

风雨百年，青史可鉴。历史以如椽之笔纵横挥写，将结论写在了亿万人民心灵深处——没有共产党就没有新中国；只有在中国共产党领导下，才能实现中华民族的伟大复兴。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约太平洋咖啡深圳中航店设计

简米新案速递

# 肌后——美肌共享型店铺新体验

广州肌后生物科技有限公司主要经营“肌后 HIND SKIN”护肤品牌，负责“肌后 HIND SKIN”共享美肌体验店大中华区运营。肌后共享美肌实体店采取“实体店+共享互联+社交电商”的无届新零售模式。门店采用多种创新技术，以客户价值观为导向，以客户满意度为标准，为消费者带来互动感的智能个性化全新体验，大限度地引导和满足消费者的需求。

美妆传统实体零售在电商的冲击下，已经日渐式微、生存艰难。在这日趋严峻的新形势下，肌后，这个美妆新起之秀，从近年流行的“共享经济”模式中获得启发，提出了肌后“美妆共享店铺”新零售模式。这一全新的美容新零售模式，让肌后抓住了机遇，发展非常迅速。为了更快速标准化的大规模开设“美妆共享店铺”，肌后携手简米，为其全新的美妆连锁门店进行 SI 设计。

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/249>



## 策略梳理 Strategy carding

基于网络大数据发达时代，消费者护肤意识的解放，以及成分党的崛起，消费者的护肤需求正逐步由感性过渡到理性，追求简单高效。为此，肌后开始钻研科学护肤，不断深耕成分和配方，为当下年轻人定制更具针对性、个性化定制的科学护肤方案。

## 科学护肤，简单高效

科学护肤——专业、严谨、高品质

在安全的基础上，钻研科学、简单、有效的配方，是肌后的品牌使命。

从消费者调研—产品大数据研发—优质产品成分精选研发—实验室封闭测试—新品问世，每一款获批的产品都要经历多次测试，不断升级优化配方，直至找到每一种有效成分的科学配比。

优质产品一定要赋予它灵魂，达到人物合一，才能实现科学高效护肤；肌后鼓励每个人先去亲身了解产品，让肌肤用心体验产品的视觉、嗅觉与触觉。



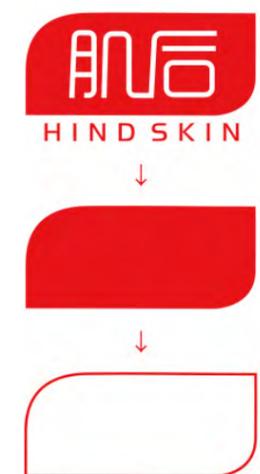
## 解决方案 /Solution

连锁品牌店面设计需要和品牌经营策略相匹配，科学有效的品牌空间设计，不仅能够加深消费者对品牌的认知，还能降低消费顾虑，扭转消费决策，促进产品销售。

设计是为了解决问题，我们设想一套方案，通过感觉形式传达出来的过程叫做设计，而本次空间设计的核心是解决以下几个问题。

- 1、品牌形象差异化：店面形象设计需要和传统美妆店面建立差异化视觉感受，建立肌后科技美肤，快捷高效，私人定制的品牌认知。
- 2、专业性：店面空间设计需要缓解消费者对于新品牌科技高效美肤产品安全性的顾虑，化解该顾虑的核心是让客户感受到肌后的专业性。
- 3、模块化：肌后是要在接下来大量扩张的连锁品牌，而模块化设计将是重中之重。

### 肌后品牌形象辅助元素设计依据—— DESIGN BASIS OF AUXILIARY ELEMENTS OF BRAND IMAGE



因此我们整体设计以“美容行业”概念为设计核心，以肌后 HIND SKIN 现有的 logo 识别为基本依据，全面考虑肌后 HIND SKIN 现实的功能需求，又兼备一定的前瞻性，建立区别于其他美容行业的千篇一律的设计风格，通过对肌后 HIND SKIN 专业化、科技化、品味化、艺术化、时尚化的继承，加以提炼设计空间科技、专业、互联网智能，使之成为肌后 HIND SKIN 形象的主要理念。

设计风格需要符合美容行业的轻松舒适的特征，又能使客户感到不一样的环境。以白色为主基调，突出肌后 HIND SKIN 品牌的特征。通过主色和辅色的组合应用，以建立在功能分区基础上的视觉识别设计，形成肌后 HIND SKIN 的先进规划理念和独特的视觉形象。

设计充分考虑功能需求及成本，使每个细节可操作性强，既考虑功能需求又兼顾投入成本、维护成本及更换成本。按照“标准化设计，模块化组合”的思路，根据简洁、实用和效益的原则，对肌后 HIND SKIN 从外到内的视觉形象以及各功能区域进行系统的规范化、标准化设计，可根据肌后 HIND SKIN 功能定位进行功能分区及模块化组合。



| 连锁课堂 |

## 如何开好一家零食连锁店

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

如今, 缺乏创业经验的朋友总是希望找到一些连锁经营业务, 其中最常见的是餐饮和服装的连锁经营。那么, 您对开一个休闲食品店感兴趣吗? 您知道开零食店赚钱吗? 到底要如何连锁呢?

开一个休闲食品店赚钱吗? 也许有很多人觉得零食是属于孩子们的, 然后实际上并不是这样的, 有很多的年轻人都是很喜欢零食的。由于现在人们对于食品的质量有很大的要求, 而且零食产品对于人们的日常生活来说也是一个经常会食用的产品。

因为目前的零食产品连锁市场已经是不断的得到升级, 使得人们对于品种和零食的质量上也是有了更大的要求, 休闲零食品牌连锁店成为了值得关注的焦点。

市场调查显示, 各大超市、商场的零食店占比均在 20% 以上, 在各类食品销售中排名第一; 销售额占比均在 10% 以上, 排在第三位, 而第一位和第二位就是我们熟知的冷冻食品和保健品。另外还要知道的是, 现在在很多场合中都出现了零食店, 很好的带动了整个行业的发展。

比如说在零食食品上就有了很丰盛的价值, 使得很多注重健康的人更加的愿意选择这种的零食, 在许多家庭中仍然有着巨大的市场, 超过半数的零食店都会出售零食, 43% 的高收入家庭会经常性的购买零食。

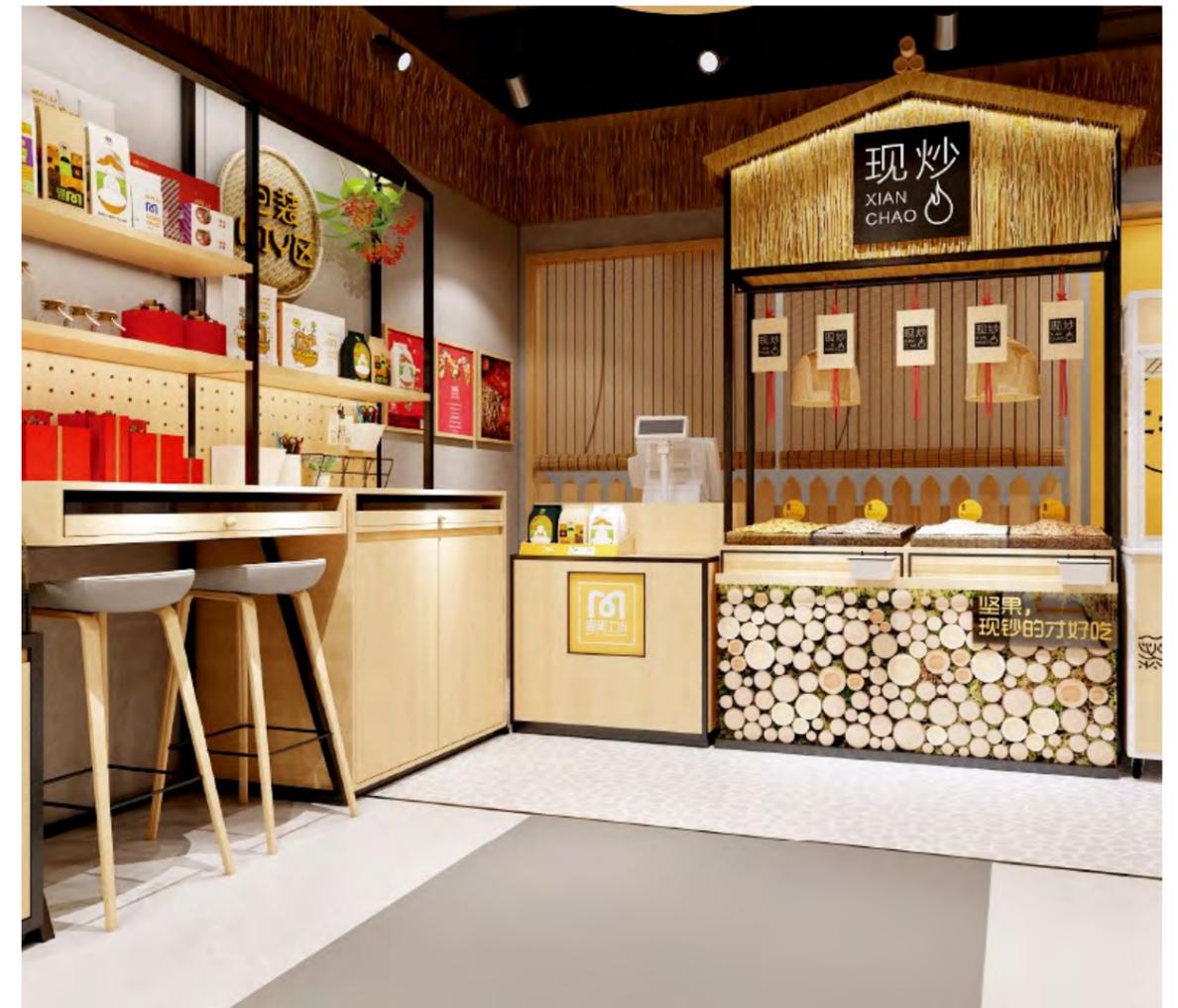
就消费群体而言, 零食店的食物已不再是儿童专利, 成年人, 特别是年轻女性, 已成为主流消费群体。白领人员凭借其强大的价格接受能力, 已成为各种新产品的消费者。

开休闲食品店哪些品牌店可以加入?

目前, 就世界范围内的食品市场的一年之间的销售额是非常高的, 一共是超过了四千亿美元。据美国一项调查显示, 仅售给大学生的薯片每一年就可以得到一百六十多亿美元的收入; 而在日本的话, 人们更加喜欢的是健康的零食; 在英国, 零食专卖食品市场竞争激烈, 每年都有大量新产品上市。

从全球范围上来看的话, 每个国家、每个地区的零食产业都有了很大的发展, 而我国的零食行业发展也是如此。中国人民由于生活水平的不断提高, 以食品、服装为主体的零食店原有的食品消费方式已经慢慢的转为了更加的注重健康和享受方面的产业发展。

现在的零食市场和传统相比更加的广阔, 连锁食品市场发展迅速, 呈现出前所未有的繁荣。目前, 我国休闲食品分为八大类, 市场份额不断扩大, 可以说现在的零食产业已经是得到了很大的发展了, 形成了完善的产业链, 正在吸引越来越多的连锁商的加入。



## 连锁设计 | Parkside Pantry 面包店设计

注 / 本文来自互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服:400-666-8202

该连锁设计项目位于澳大利亚, 是面包品牌 Parkside Pantry 的形象 SI 设计, arkside Pantry 供应商和熟食店。

门头设计充分利用街道正面, 并确保这个店铺设计令人印象深刻, 这一点很重要。Parkside Pantry 拥有标志性的青色品牌颜色, 我们将其融入店面 SI 设计, 确保最大的影响力。

此外, VI 设计色的应用特征在 SI 设计里延续, 通过定制的纹理中密度纤维板柜台前整合到装修中。地板是抛光的混凝土, 墙壁上覆盖着专门的抛光石膏 / 油漆饰面, 天花板是干净的白色, 熟食柜台后面的 LED 标志上写着“Parkside Pantry”。

该 SI 设计总体主要体现在干净、精致、平易近人的概念。



The chain design project, located in Australia, is the image Si design of Parkside pantry, the supplier and deli of arkside pantry.

It's important to make the most of the front of the street and make sure the shop is impressive. Parkside pantry has an iconic cyan brand color, which we integrate into the store Si design to ensure maximum influence.

In addition, the application features of VI design color continue in Si design, and are integrated into decoration through customized texture of MDF cabinet front. The floor is polished concrete, the walls are covered with a special polished gypsum / paint finish, the ceiling is clean white, and the LED sign behind the cooked food counter reads "Parkside pantry".

The Si design is mainly embodied in the concept of clean, delicate and approachable.

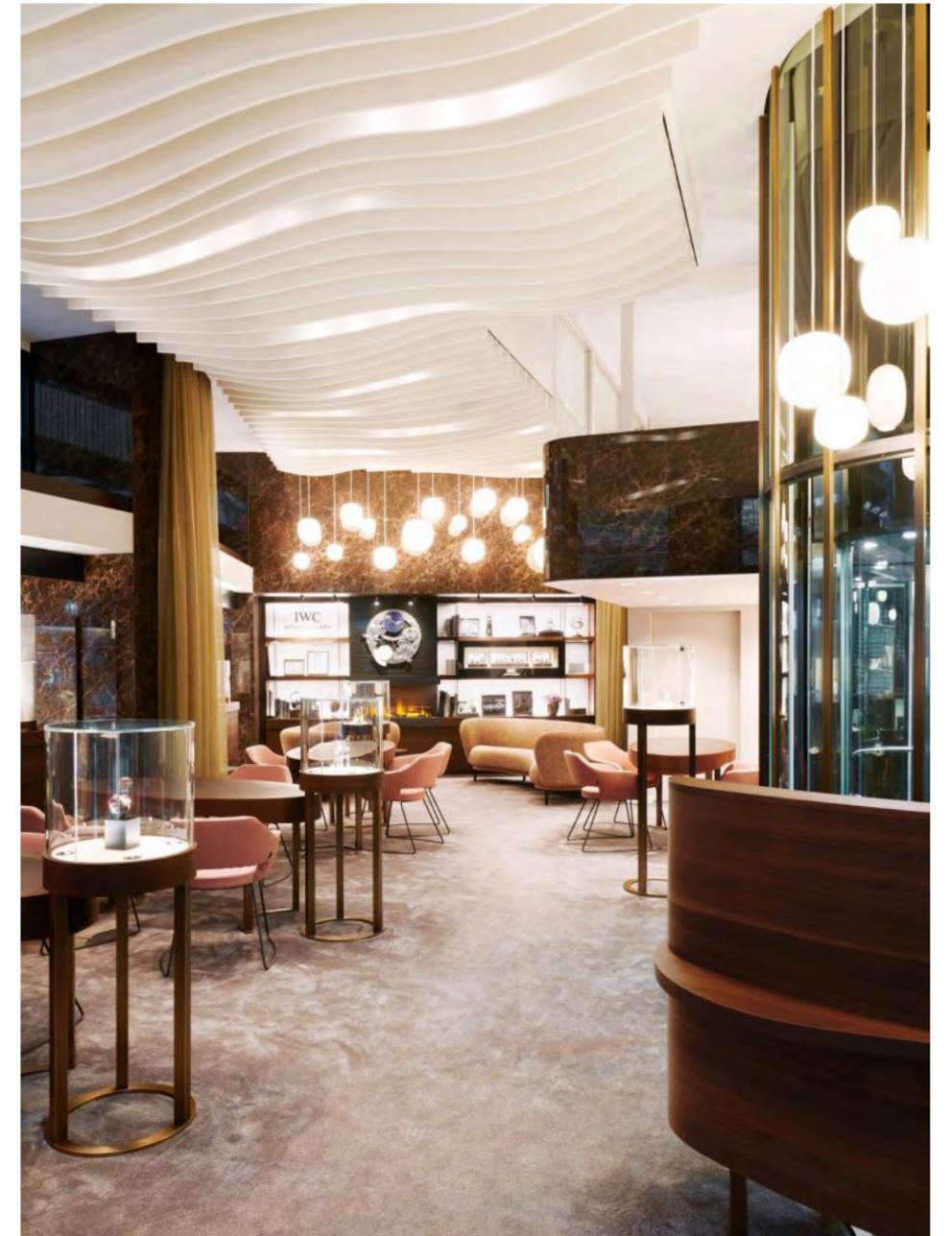


# 终端设计 | 苏黎世 Beyer Chronometrie 设计

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

该终端设计项目位于苏黎世, 是高级手表和珠宝供应商 Beyer Chronometrie 店面设计。该终端设计是由一栋老建筑翻修而来。本次 SI 设计是 30 年来的第一次翻升级, 该店铺设计为了增加体验面积设计一个宽敞的休息室。

The terminal design project, located in Zurich, is a storefront design for Beyer chronometrie, a premium watch and jewelry supplier. The terminal design is a renovation of an old building. This si design is the first upgrade in 30 years. In order to increase the experience area, this shop designs a spacious rest room.

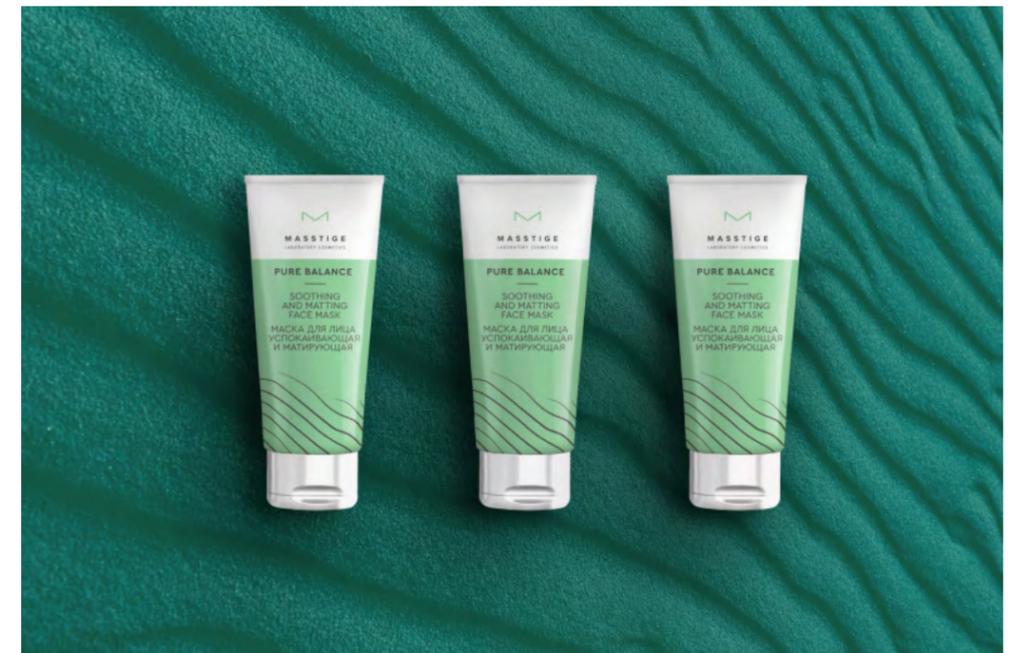


# 品牌设计 | Masstige 化妆品包装设计

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

Masstige 的 PURE BALANCE 化妆品系列品牌设计, 该品牌包装设计共有 7 款产品, 非常适合日常护理问题肌肤。所有手产品相辅相成, 形成一个复合体来对抗面部皮肤的缺陷。

Masstige's pure barrier cosmetics series is designed with 7 products in total, which is very suitable for daily care of skin problems. All hand products complement each other to form a complex to fight against facial skin defects.



> 简米知识分享

# 照明第 2 讲 | 大疆店铺照明思路分析

注 / 本文由简米收集编辑整理, 三雄极光提供技术支持

如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

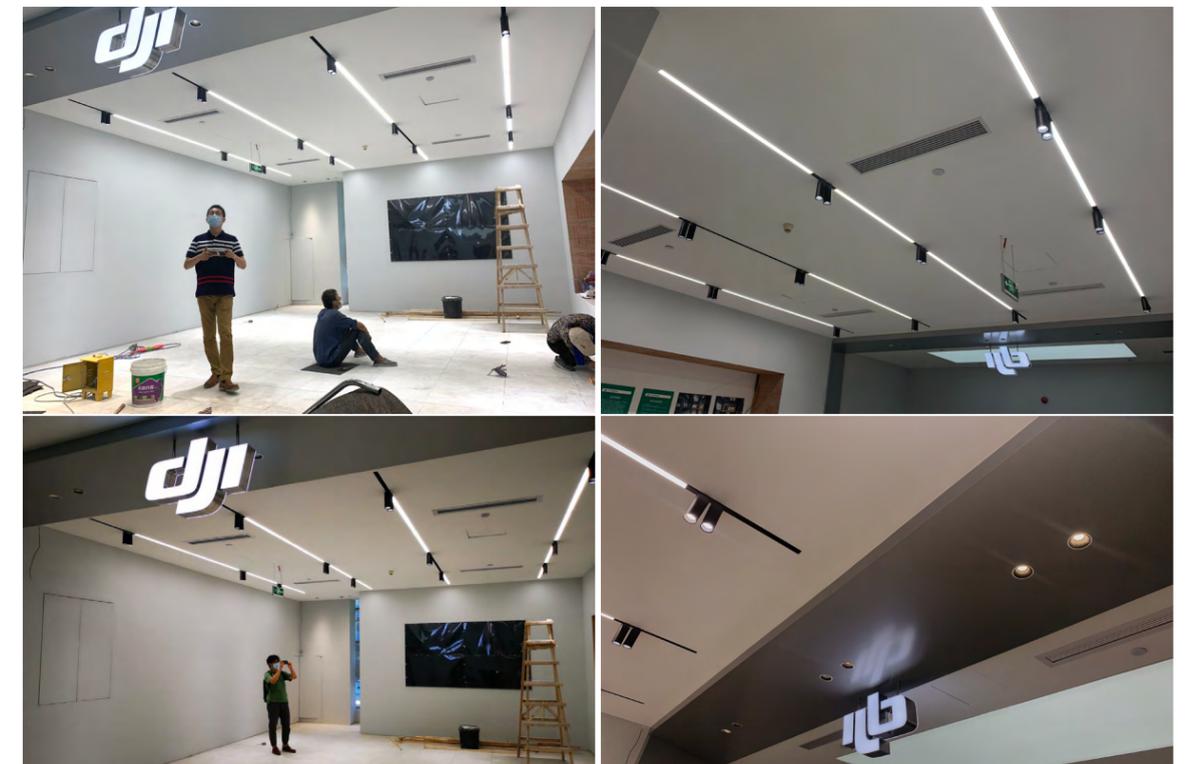
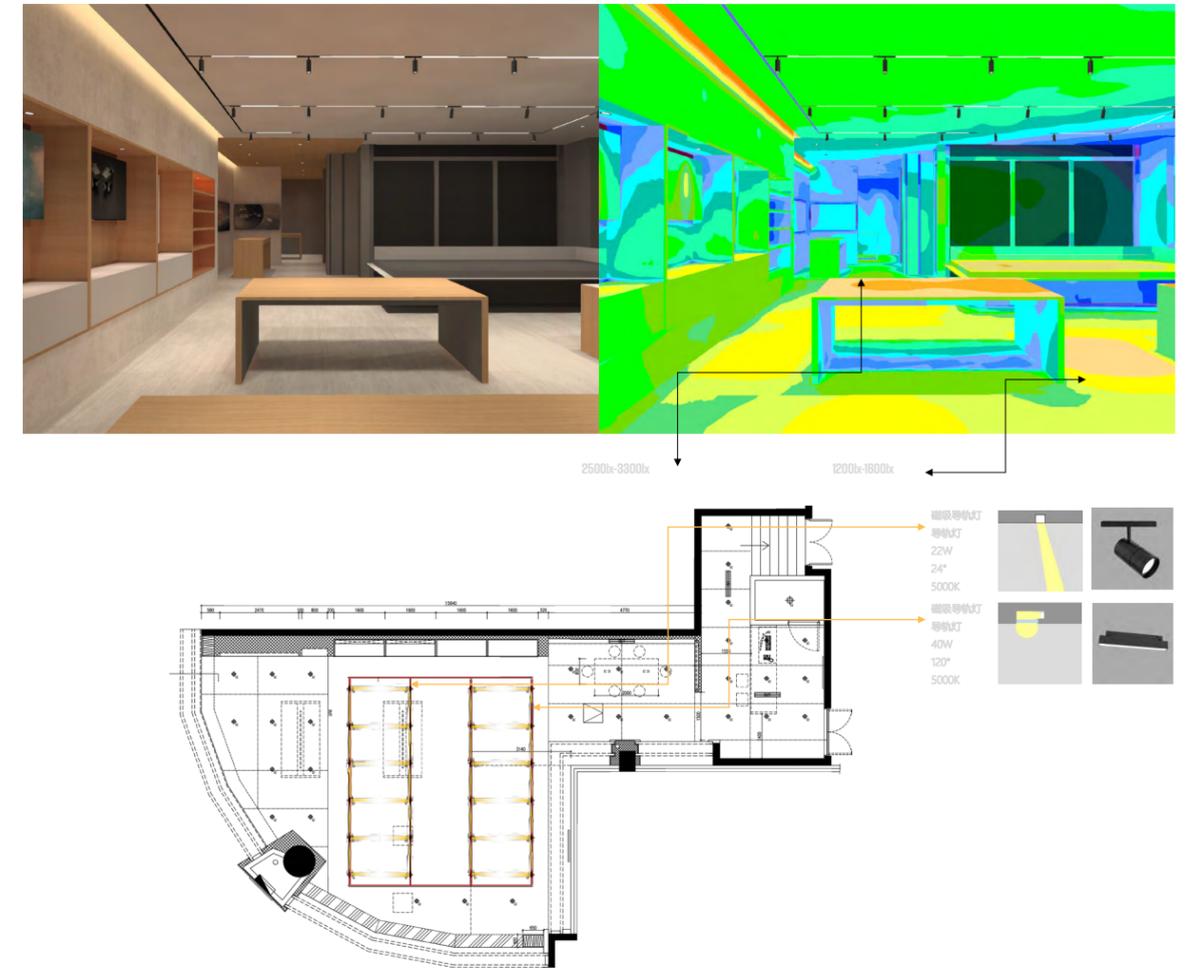
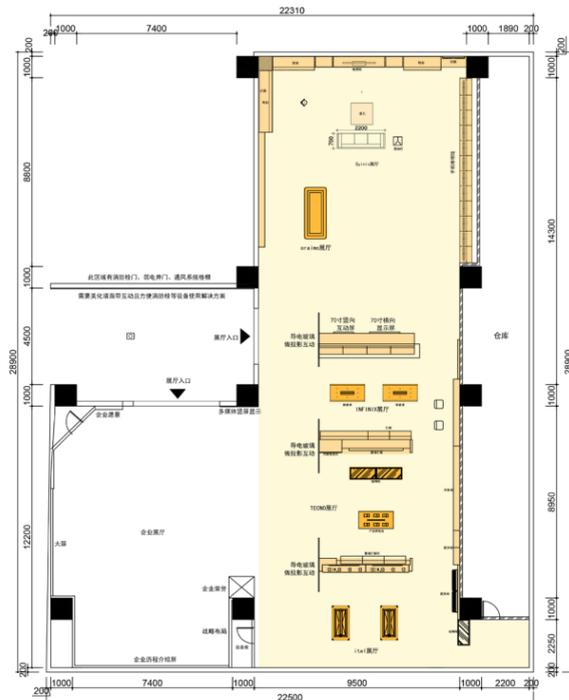


大疆店铺以适当的照度舒适的光影作为整体照明设计总原则, 分成了四级照明。

## 分级照明

根据照明的主次关系设置照度上下限, 将展示台定为一级照明, 其余区域需低于该数值; 将过道(环境照明)定为四级照明, 其余区域需高于该数值; 实现该目的可通过灯具的布置不同疏密、不同功率、不同光束角以及投射方位决定。

- 展示台: 一级照明
- 展示柜: 二级照明
- 洽谈桌: 三级照明
- 过道: 四级照明



## 简话目录

# 简米 # 之照明系列专讲第 2 讲：大疆店铺照明思路分析 (最新)

# 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

...





### 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

