

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:



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



JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2022/02 总第114期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

乌克兰战火中的Kyiv Food Market美食街——战乱与生活

连锁课堂
「传统生鲜店如何升级设计」

叶云环境
YEYUN ENVIRONMENT

简米知识分享
照明第9讲 | 光源显色性
新案 | HDL河东科技——智能家居

楼层分布
FLOOR DISTRIBUTION

↑

- 1F 生产车间
Production Workshop
- 2F 产品展示
Product Display
- 3F-5F 员工办公室
Staff Office
- 6F 管理人员办公室
Office of the Manager

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

叶云环境（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	
乌克兰战火中 KyivFood Market 美食街	008
> 简米案例速递	
叶云环境——为了绿色生态梦想	010
连锁课堂「传统生鲜店如何升级设计」	014
SI 设计 德国 KIND 眼镜店设计	016
SI 设计 西班牙 Living Bakkali 餐厅设计	018
VI 设计 H.Theoriah 利口酒包装设计	020
> 简米知识分享	
照明第 9 讲 光源显色性	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



乌克兰战火中的 Kyiv Food Market 美食街 战乱与生活

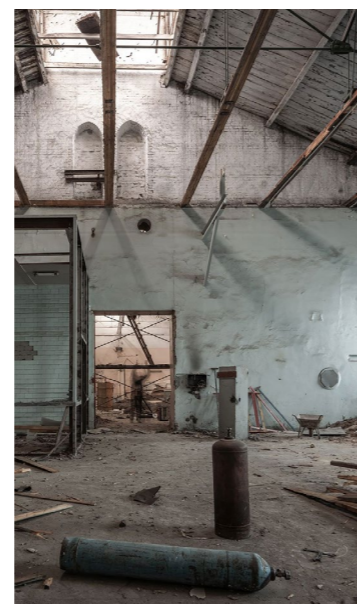
> 简米快讯

当地时间 2 月 24 日清晨，俄罗斯总统普京发表全国讲话，宣布在顿巴斯地区发起“特别军事行动”，俄罗斯将努力实现乌克兰的非军事化，不会允许乌克兰拥有核武器，但占领乌克兰不在俄罗斯的计划之内。普京还呼吁乌克兰军人放下武器并立即回家。他说，对流血事件的所有责任都将取决于“乌克兰政权的良心”。

当地时间 25 日 8 时 20 分许，俄罗斯的一支战斗机群接近乌克兰首都基辅。

而 2020 年 5 月，在基辅的 Kyiv Food Market 美食街落地一家美食餐厅的空间设计项目。

该餐厅设计项目位于乌克兰首都基辅，是由一座 18 世纪的军火库改建而来，设计师将这座废弃多年的建筑翻新，整个空间面积占地 2,000 平方米，以公共用餐区为中心，周边设有食品柜台，其上方的夹层楼设有额外的餐桌，一个用于厨师或演讲或展示透明厨房，以及醒目的酒吧展示葡萄酒和白酒。

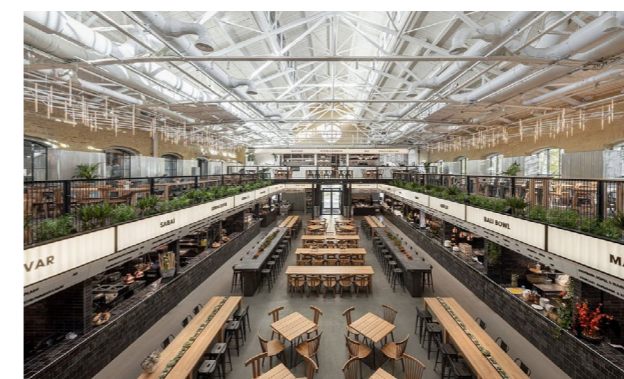


乌克兰基辅



该美食街的空间设计沿着用餐区两侧的大厅延伸，形成两个连续的柜台，每个餐厅占据一个三米长的区域。在大厅的尽头，令白酒展示区从一楼延伸到夹层楼，数百个瓶子组成了色彩缤纷的装置，并在工业环境中突现。中庭式大厅中央的就餐区由公共桌和吧台组成。中央餐厅区被自然采光所包围，被宽阔的天窗所环绕，而在夹层楼则作为私密空间。希望这一次的乌克兰战乱不会对这餐厅有所波及吧！

战争会一个国家的经济带来毁灭性的破坏，普通人民与城市作为战争的牺牲品，战争结束后，负面影响是长期的，深刻的。感恩我们生活在和平的国度，有幸我们身后有强大的祖国，愿世界和平！



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约广州河东科技 SI 系统设计

简米新案速递

叶云环境——为了绿色生态梦想

广东省叶云环境投资有限公司位于广府文化发祥地肇庆端州，于 2018 年肇庆市端州区市场监督管理局注册成立，在公司发展壮大的 3 年里，始终为客户提供好的产品和技术支持、健全的售后服务，主要经营以自有资金对环保项目进行投资；环境技术咨询；环境管理咨询；物流服务；仓储服务；互联网技术服务；国内贸易等。

在企业发展的过程当中，叶云环境为了提高在行业当中的竞争力、知名度以及品牌气质形象，在企业进行统一宣传的时候能不断的加强受众的认同意识，提高企业品牌受众的认同感，以及提高企业员工对企业的整体归属感，增强企业凝聚力，让企业发展更有竞争力。于是委托简米进行全新的视觉形象 VI 设计升级。

策略梳理 Strategy carding

进行企业 vi 设计的时候，不仅要保证企业 vi 设计的独特性，并能够跟同类型企业有效的区分开，并且一定要让视觉的表达呈现与企业的理念高度一致，让企业所做的所想传达的品牌价值理念与受众看到的相符，因此，我们对叶群环境的企业文化基因进行深入的了解。

品牌名称（心智联想启动键）：叶云环境

品类聚焦（功用，我是做什么的？）：专业的环境治理和环境服务公司

价值观共鸣（意义，为什么要做？）：为了绿色生态梦想

绿色环保 使命必达

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/257>



品牌形象：业、绿色、高效、创新。

符号视觉锤（符号是携带意义的感知）：绿色、环保。

品牌价值主张（一句话说明白产品核心价值）：最好的原生态食材经营者——健康、绿色

经营战略：采用互联网+物联网技术手段，解决长期困扰基层监督的小微企业危废收集、贮存、转移的难题，达成从产废到处置的闭环。

品牌内涵：环境修复者、环境保护者、资源再造者、环境资源综合利用积极探索者。

品牌定位：解决小微企业危废规范贮存处置的专业公司

头脑风暴 Brainstorm

进们以叶、云、无限循环等元素为设计出发点，提炼元素主要特征，通过艺术设计把元素与品牌英文名称首字母“YE”相结合，以简洁现代的风格清晰地传递我们的品牌内涵：环境修复者、环境保护者、资源再造者、环境资源综合利用积极探索者。让标志的形状与线条流畅一直，传达专业感。

主色使用青绿色象征高新科技、健康环保，即传达出科技气息，同时也传达出健康环保的理念，两者兼顾辅助图形是从商标图形进行提炼抽象化的品牌视觉符号，给品牌运用中无限延伸体现出品牌外在视觉形象，在传播与推广中具有强大的视觉张力。

通过对叶云环境内在属性的梳理分析得出核心关键词：核心的关键词：**绿色健康环境、科技环保服务。**



| 连锁课堂 |

传统生鲜店如何升级设计

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

时代发展，新零售的兴起，从传统的商品为中心向消费者为中心的模式转变，终端门店也急需变革，在连锁生鲜行业同样如此，以盒马鲜生、中粮家佳康、永辉超级物种、京东 7-Fresh 等为首的新零售领军者，皆以“超市 + 餐饮 + 生鲜”为主要经营模式，出现在城市的各个角落，遍地开花。

传统生鲜企业主无法直接复制他们的营利模式，但我们认为，在进行生鲜超市升级设计时，可以从他们新零售门店运营的路子中，去搭建适合自己的运营思路，借力、创新，采用新技术等。

品类即动线

品类即动线，品类与动线原本就是相辅相成，可以察觉到的是，在新零售经营门店中，这两者的结合似乎更为深入，除了采用地砖色彩区分、灯光区分以及天花的线条等作为动线的引导之外，似乎以品类作为自然的动线引导更受消费者的欢迎。

消费者的思维

需要注意的是，以品类作为动线的方式，对品类规划的合理性提出了更高的要求。无一例外的品类与动线规划原则就是，从消费者的角度去理解、琢磨品类之间的关联性、有序性、合理性。

门店大小

不要盲目追求门店规模大小，站在零售商的角度，他们都希望用最小的经营面积，得到最大的客流与销售额。一方面，可以节省整个超市门店的租金、人工、甚至是用电等资源成本；另一方面，紧凑型的品类规划，可以方便顾客在最短时间内买到自己想要的商品，在进行超市升级时，需要先思考一个问题，我们重点赢利的品类是什么，我们需要弱化的辅助增加客流的品类是什么？门店规模不在大，而在于配比的合理性，在超市升级时，我们明确一个概念：创造单位面积能最大的销售业绩！

动线规划

生鲜、果蔬类产品取代百货前移，新零售超市动线规划：生鲜 - 食品 - 非食品 - 收银。



如果你足够留意的话，会发现很多超市会把鲜花、果蔬等等，放在顾客进门的地方。

在绝大部分新零售门店里，生鲜产品占据了整个门店品类中的最大比重。鲜花、果蔬、面包熟食产品，能带给人感官上的刺激，从而促进消费者购物欲的提升。

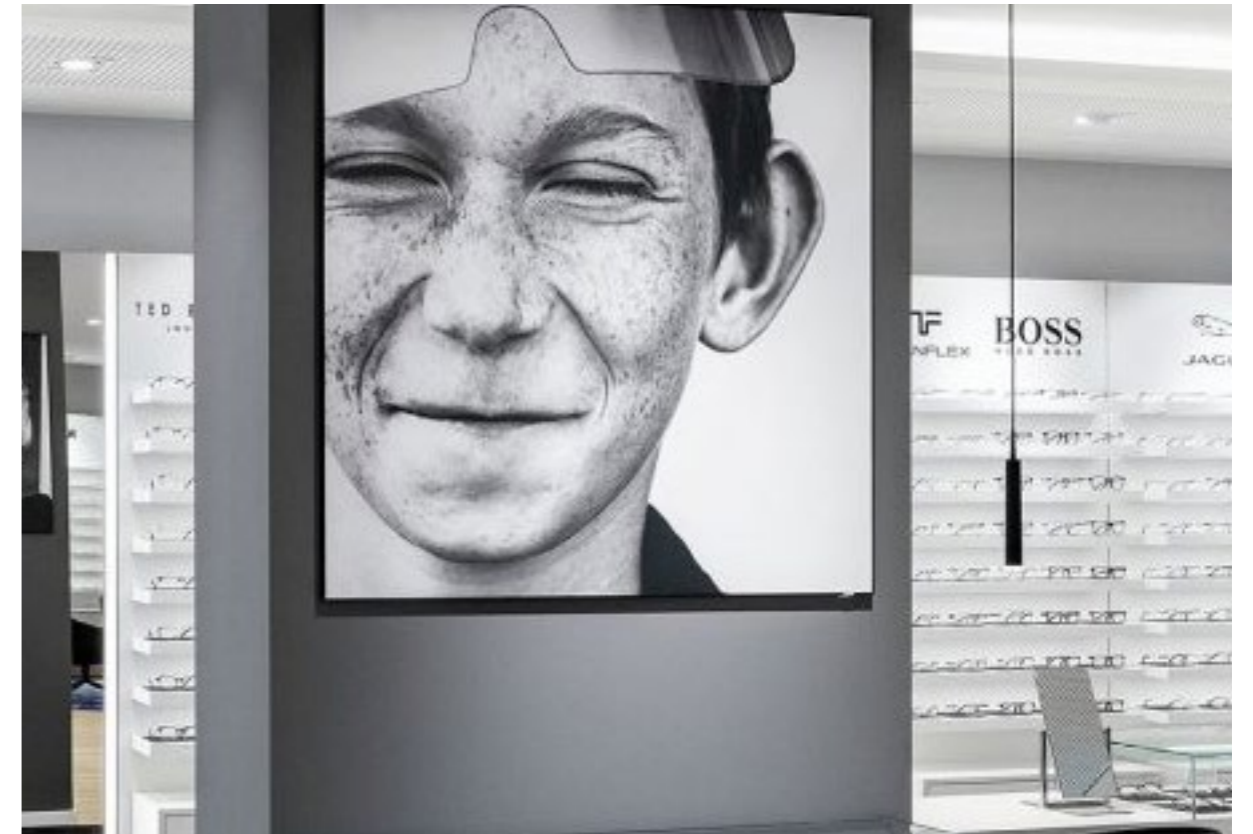
同时，生鲜品类属于高动销、高复购率品类，顾客选购完所需商品后，才会更好安排时间选购其它商品。

SI 设计 | 德国 KIND 眼镜店设计

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 设计位于德国, KIND 新的 SI 设计店铺在不伦瑞克路落地。新的 SI 设计采用浅色地板和白色, 无烟煤家具和深灰色墙壁作为新的设计元素, 材料选择高品质。该 SI 设计各种图形缓和了原本相当干净的商店设计, 并给商店带来了个性化, 温暖化的感觉。作为一个特色, 墙上安装了一系列国家和国际城市名称, 象征着 KIND 商店的广泛分布。

The Si design is located in Germany, and the new Si design shop of kind is located on Brunswick road. The new Si design uses light colored floors and white, anthracite furniture and dark gray walls as new design elements, and the materials are of high quality. The Si designs various graphics to ease the original quite clean store design, and bring a personalized and warm feeling to the store. As a feature, a series of national and international city names are installed on the wall, symbolizing the wide distribution of kind stores.



SI 设计 | 西班牙 Living Bakkali 餐厅设计

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 设计项目位于西班牙瓦伦西亚。Living Bakkali, 就像餐厅的名字所表达的那样, 是一个为味觉、机智和视觉提供感官体验的地方。SI 设计灵感来自中东, 希望带您进入温馨的空间, 将您与许多未知和充满神秘的奇妙环境联系起来。

The Si design project is located in Valencia, Spain. Living bakkali, as the name of the restaurant expresses, is a place to provide sensory experience for taste, wit and vision. Si design is inspired by the Middle East. We hope to take you into a warm space and connect you with many unknown and mysterious wonderful environments.



VI 设计 | H.Theoriah 利口酒包装设计

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

一次灵魂充满希望的旅行

A journey full of hope for the soul

H.Theoriah 是一个新的利口酒品牌

H. Theoriah is a new liqueur brand

从品牌成立, H.Theoriah 就以其新颖的成分和混合技巧打破利口酒传统的市场

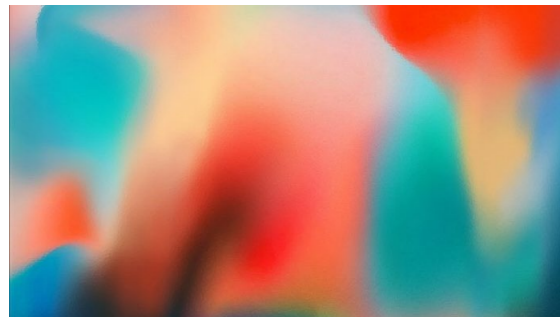
Since the establishment of the brand, H. theoriah has broken the traditional market of liqueur with its novel ingredients and mixing skills

我们利用这些独特的特征来识别 H.Theoriah 视觉包装设计

We use these unique features to identify H. theria visual packaging design

每瓶酒都能在视觉上体现其风味所允许的感官之旅

Each bottle of wine can visually reflect the sensory journey allowed by its flavor



> 简米知识分享

照明第 9 讲 | 光源显色性

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



大家可以观察到, 在不同的光源下, 同一块色卡、同一快样板, 同一块肉, 同一件衣服, 呈现的颜色却大不相同, 这就光源的显色性问题了。

何为光源显色性?

显色性就是指不同光谱的光源照射在同一颜色的物体上时, 所呈现不同颜色的特性。通常用显色指数 (Ra) 来表示光源的显色性。光源的显色指数愈高, 其显色性能愈好。也指光源对于物体自然原色的呈现程度, 既颜色的逼真程度, 显色性高的光源对颜色的再现较好, 我们所看到的颜色也就较接近自然原色。显色性低的光源对颜色的再现较差, 我们所看到的颜色偏差也较大。

显色性种类

显色性分为两类: 忠实显色与效果显色

忠实显色: 能正确表现物质本来的颜色需使用显色指数 (Ra) 高的光源, 其数值接近 100, 显色性最好

效果显色: 鲜明地强调特定色彩, 表现美的生活可以利用加色的方法来加强显色效果。如采用低色温光源照射, 能使红色更加鲜艳; 采用中等色温光源照射, 使蓝色具有清凉感; 采用高色温光源照射, 使物体有冷的感觉。



配图: 简米案例《三饭象、家佳康》

简话目录

- # 简米 # 之照明系列专讲第 9 讲：光源显色性 (最新)
- # 简米 # 之照明系列专讲第 8 讲：珠宝首饰店照明设计
- # 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
- ...



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

