

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



关注我们随时获取



简米出品 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2022/03 总第115期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

第一座用生土3D打印的房子——设计前沿



连锁课堂
「为什么要做品牌设计」

简米知识分享
照明第10讲 | 色温科普

新案 | 王子羊孕婴童——爱在王子羊

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

王子羊母婴（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

第一座用生土 3D 打印的房子 - 设计前沿 008

> 简米案例速递

王子羊孕婴童——爱在王子羊 010

连锁课堂「为什么要做品牌设计」 014

SI 设计 | Apple AI 旗舰店设计 016

SI 设计 | 莫斯科 Peach 餐厅设计 018

VI 设计 | Salamanca 香水包装设计 020

> 简米知识分享

照明第 10 讲 | 色温科普 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



第一座用生土 3D 打印的房子 设计前沿

> 简米快讯

近日，意大利领先的 3D 打印公司 Wasp 已经完成第一座用生土进行 3D 打印的房屋。

该项目在意大利拉文纳，多台打印机用了 200 个小时就完成了 60 平方米的原型房屋。

房子的设计是一种有机的、洞穴状的形式，看起来很古老，是从大自然中雕刻出来的，视觉上与它背后的创新技术相矛盾。

其重点是传统技术与高新技术的交流。它不仅仅是一种美学方法，它是一种原始的形式与一种未来的形式的交流。



设计上，建筑师研究了建筑的形状和功能，以及建筑的材料组成如何有助于隔热和通风。形状和外部屋脊也使房屋结构保持平衡。里面是一个生活区、厨房和卧室，家具与建筑融为一体，其他独立的物体被设计为可回收或再利用。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约武汉皓雪口腔 SI 设计

简米新案速递

王子羊孕婴童连锁——爱在王子羊

广东王子羊孕婴童连锁是全国专业的孕婴童连锁品牌之一，致力于为母婴家庭全渠道提供高品质商品及服务，共有“王子羊孕婴童连锁店”上百家。

目前在山东济宁地区开设母婴卖场近 40 家。但门店存在形象老化，各门店凌乱不统一，装修执行标准缺乏，严重影响了王子羊的品牌形象与市场发展，于是携手简米进行全新的形象升级设计。

策略梳理 Strategy carding

母婴门店目前最主要的竞争对手仍是网络购物，如何用有效手段和线上竞争客流，成了母婴店主面临的难题。想要解决这个难题，就要明白母婴店的优势在哪里？作为实体店，最重要的还是体验感，用舒适、家一般温馨的店面体验空间、贴心的面对面服务来让顾客体验到服务的优越性，用优势来弥补不足，才有和线上一较高下的实力。

王服务项目 / 产品：王子羊六大服务项目：孕婴童综合卖场；产后恢复中心；月子中心；婴幼儿游泳馆；月嫂中心；小儿推拿中心；其中孕婴童综合卖场包含孕妇、婴幼儿吃、穿、用、玩、育、乐六大类产品销售。因此王子羊不仅仅是一个母婴店，而是一站式解决从孕妇、婴儿、儿童各方面所需的大型综合卖场与服务的空间。

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/258>

品消费者画像：0-6 岁婴童及妈妈群体

连锁品牌的设计不仅仅是为了好看，更多的是需要站在消费者的视角与感受来呈现，为品牌的商业经营赋能。

随着母婴行业的繁荣发展，越来越多的人加入到了生意火爆的母婴行业中，而母婴店在经营的过程中不仅要做好消费者的定位，也要清楚的知道自己的母婴店受众点在哪里。

母婴店的消费主体是以妈妈和宝宝为主，女性占绝大多数；年龄相对年轻、集中在 20-34 岁。

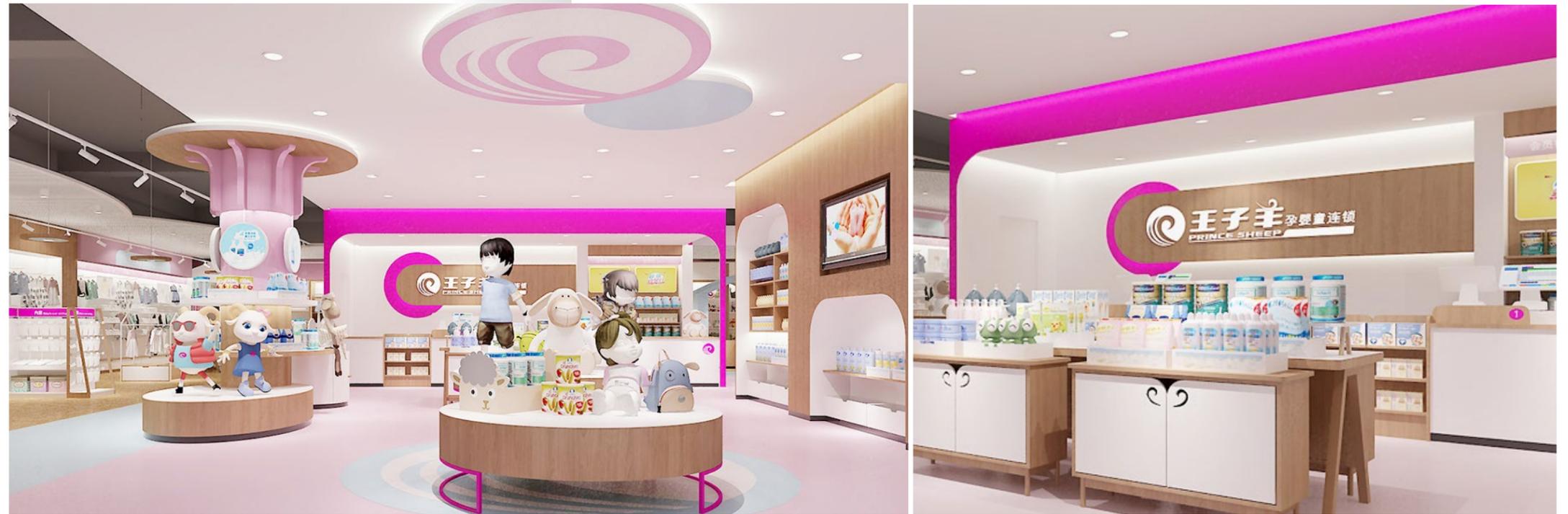
王子羊把核心消费者定位在 0-6 岁的婴童及妈妈群体，这个人群也是整个母婴行业最有价值的用户人群。2020 年以后，意味着第一批 90 后步入三十岁，进入而立之年了。85 后、90 后、95 后妈妈已经成为妈妈群体的代表。

因此我们在空间设计上也必须与这一群体的角度上来审视问题。她们受教育程度相对较高，对生活有追求，空间环境必须具有品质感、安全感、信任感，这一点对当代年轻妈妈的育儿选择产品来说极为重要。

爱在王子羊



羊’字在古代文献资料中被赋予了丰富、深刻的文化内涵。古人的观念里，羊代表美善，羊大为美，《诗经》中有篇名为《羔羊》，即是比喻品德高尚；羊也是“祥瑞”的象征，《说文解字》有曰：“羊，祥也。”古文中“羊”与“祥”相通，“吉祥”也写作“吉羊”。同时，羊与生俱来的呆萌、可爱、喜爱、可人、乖巧与儿童天性不谋而合，结合主 logo 王子羊，因此我们再接下来的设计中，结合简米模型，把羊的元素作为王子羊的主品牌元素在空间延伸运用。



| 连锁课堂 |

为什么要做品牌设计？

注/ 本文部分内容来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

如今, 大多数企业都会做品牌设计。原因是品牌设计有所帮助。更快、更有效地提升品牌。或企业知名度。有利于品牌的发展。那么你对品牌设计了解多少? 顾名思义, 品牌设计就是帮助品牌和企业树立形象的设计内容, 主要表现在以下几个方面:

一、LOGO 设计。

LOGO 是企业对外展示的标志, 是企业不可或缺的形象设计内容。LOGO 设计出现在某个场合, 意味着企业本身的权重还是很高的, 所以企业的 LOGO 设计不能操之过急。如果可能的话, LOGO 设计要融入企业的行业特点、企业传达的理念, 或者企业面向人群等相关的企业内容, 同时也要有很高的认知度和记忆力, 让企业 LOGO 更容易被消费者记住。

二、VI 设计。

许多人无法区分标志和 VI。标志只是一个相对简单的标志元素, 而 VI 是一个企业的视觉识别信息系统。内容包括基本生产要素管理系统和应用技术要素分析系统。标志是企业 VI 中基本经济要素系统的重要内容。简言之, 标志设计研究是中国企业 VI 设计的一部分。

一套企业 VI 设计是一个统一的视觉符号过程, 不仅可以帮助企业更有效地树立形象, 还可以增强员工之间的凝聚力。因此, 在品牌设计过程中, 不能缺少这一内容。

三、画册设计

当我们向外界宣传时, 没有办法直接将企业转移给消费者。即便如此, 面对如此庞大的企业体系, 你能保证消费者会理解吗? 他能保证记住这样的生意吗? 特别是在当今社会的快速发展、新兴产业的兴起和各个行业的不断进步中, 新老品牌正在努力让更多的人了解, 以缩短与消费者的距离, 更好地推广和销售自己的产品和服务。

因此, 相册已经成为企业向社会介绍自己的一种方式。由于相册种类繁多, 企业可以自由选择向公众展示的一面来设计宣传册, 这样内容就不会太多, 也会吸引相应的目标群体。不仅内容、布局设计和封面设计相册也需要一点颜色, 而且可以显示相册的内容, 更容易吸引人们的注意。



对于消费者来说

他们很难记住所有的信息

即使面对如此多的信息

他们只会选择他们愿意记住的

不是每个消费者都会成为企业的目标群体

这就是为什么要做品牌设计



SI 设计 | Apple AI 旗舰店设计

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

Apple AI Maryah Island 项目位于阿布扎比著名的金融区, 在岛上的海滨占据了引以为豪的位置——阿布扎比证券交易所大楼下方的大型广场, 毗邻 The Galleria AI Maryah Island Mall。

层叠的黑色水景之上的一颗闪闪发光的珍珠, 还在购物中心和水边精心设计, 链接长廊和公共广场。

“Apple AI Maryah Island 的设计可以直接欣赏欣赏阿布扎比非凡的天际线, 并为游客创造一条体验路线, 模糊内部和外部的界限, 打造体验式的 Apple Store。”

The apple ai maryah Island project is located in the famous financial district of Abu Dhabi and occupies a proud position on the beach of the island - a large square under the Abu Dhabi stock exchange building, adjacent to the Galleria ai maryah Island mall.

A glittering pearl above the cascading black waterscape is also carefully designed in the shopping center and waterside to link the corridor and public square.

"The design of Apple ai maryah island can directly appreciate the extraordinary skyline of Abu Dhabi, create an experience route for tourists, blur the internal and external boundaries, and create an experiential Apple store."



SI 设计 | 莫斯科 Peach 餐厅设计

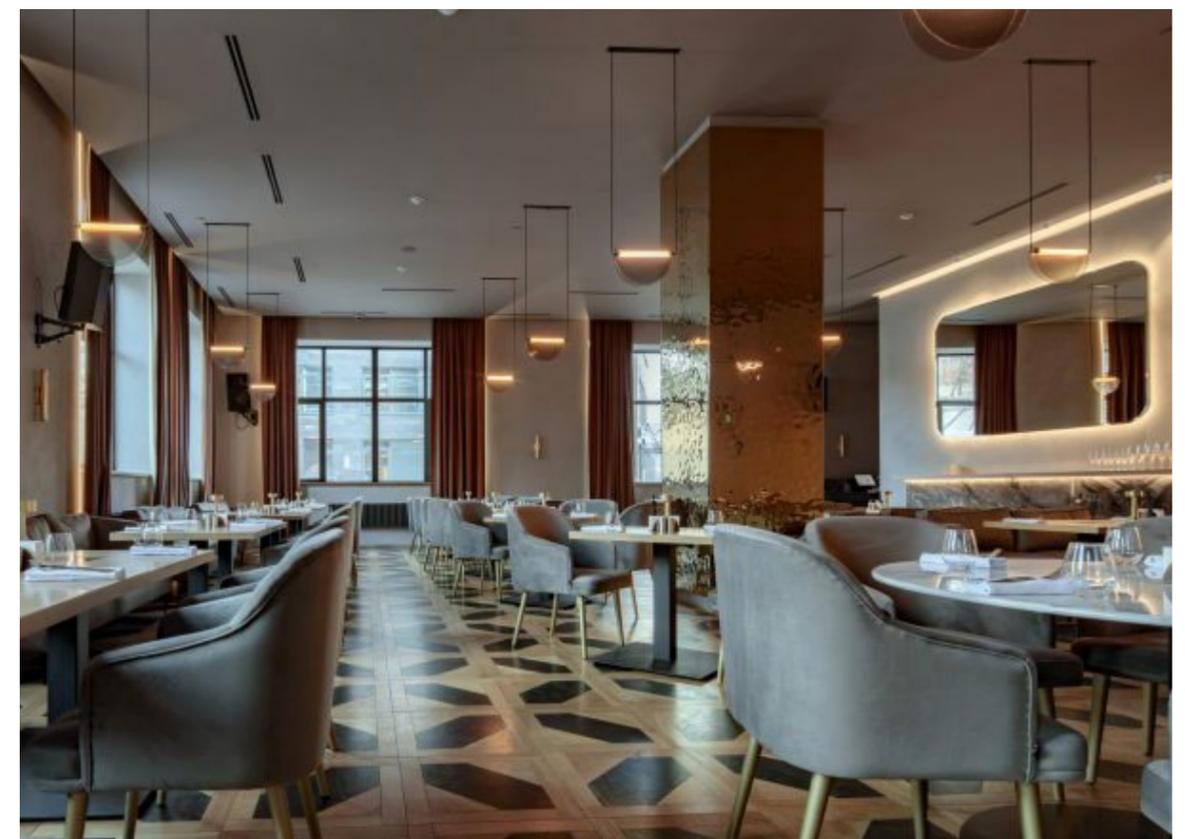
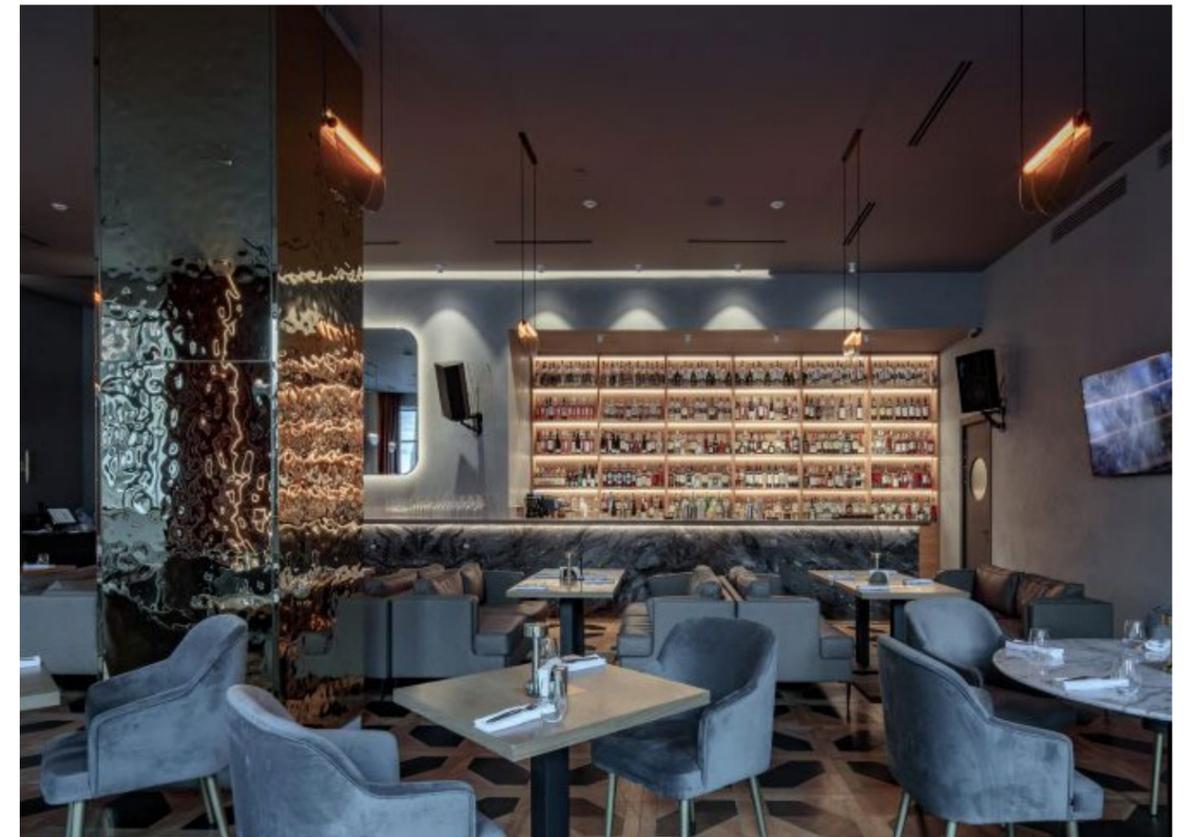
注 / 本文素材来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

该店铺设计项目位于俄罗斯, 是 Crocus 集团创始人 Emin Agalarov 位于莫斯科丝绸商业区新开的一家餐厅, Peach 餐厅是一个充满度假氛围的空间。

店铺设计空间采用闪闪发光的蜂蜜色调、大理石、黄铜、霓虹灯和未来科技的概念组合。该店铺设计从街道上吸引了人们: 从莫斯科河的堤岸可以看到发光的拱形窗户, 透过它们直接看到天花上类似于大棒棒糖一样的装饰灯。

The shop design project is located in Russia. It is a new restaurant opened by Emin Agalarov, founder of Crocus group, in Moscow's silk business district. Peach restaurant is a space full of vacation atmosphere.

The shop design space adopts the concept combination of glittering honey tone, marble, brass, neon lights and future technology. The design of the shop attracts people from the street: from the Bank of the Moscow River, you can see the luminous arched windows, through which you can directly see the decorative lights like big lollipops on the ceiling.



VI 设计 | Salamanca 香水包装设计

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

它的设计灵感来自西班牙萨拉曼卡市历史文化

Salamanca 气味和香气、质地、历史和文化, 唤起了人们对纪念碑、大学和萨拉曼卡之夜的记忆。

该包装设计采用 Salamanca charro 传统按钮的元素。

这种传统元素强烈地让人联想到城市文化, 由其特殊几何组成, 它是一种图形语言: 感性、优雅。

Its design is inspired by the history and culture of Salamanca, Spain,

Salamanca's smell and aroma, texture, history and culture evoke memories of its monument, University and Salamanca night.

The packaging design uses elements of Salamanca charro's traditional buttons.

This traditional element strongly reminds people of urban culture, which is composed of its special geometry. It is a graphic language: sensibility and elegance.



> 简米知识分享

照明第 9 讲 | 色温科普

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



色温是照明光学中用于定义光源颜色的一个物理量。即把某个黑体加热到一个温度，其发射的光的颜色与某个光源所发射的光的颜色相同时，这个黑体加热的温度称之为该光源的颜色温度，简称色温，单位用 K 表示

色温怎么计算

色温是表示光线中包含颜色成分的一个计量单位。从理论上说，黑体温度指绝对黑体从绝对零度（- 273℃）开始加温后所呈现的颜色。黑体在受热后，逐渐由黑变红，转黄，发白，最后发出蓝色光。当加热到一定的温度，黑体发出的光所含的光谱成分，就称为这一温度下的色温，计量单位为“K”（开尔文）。

例：如果某一光源发出的光，与某一温度下黑体发出的光所含的光谱成分相同，就称为某 K 色温。如 100W 灯泡发出的光的颜色，与绝对黑体在 2527℃时的颜色相同，那么这只灯泡发出的光的色温就是： $(2527+273) K=2800K$ 。



简话目录

- # 简米 # 之照明系列专讲第 10 讲：色温科普 (最新)
- # 简米 # 之照明系列专讲第 9 讲：光源显色性
- # 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

