

本刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计创新者!

本刊协办公司/频道 Co sponsoring company / channel of the Journal:



简米广州



简米北京



简米武汉



简米成都



简米重庆



1010 话设计 设计话



简米创客 Jeremy maker



简米工程 Jeremy engineering



SISCN.CN



简米培训 发现你的天赋!



原粹

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



JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

Jeremy 简米®

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2023/03

总第126期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

AI人工智能绘画, 设计界最火出圈!

连锁课堂

品牌设计小知识

中华历史事件



简米知识分享

照明第15讲 | 灯光色温运用

新案 | 中华红酒——红色经典 中华美酒



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

中华红酒展厅 & 办公室设计（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**
- AI 人工智能绘画，设计界最火出圈!** 008
- > 简米案例速递**
- 中华红酒——红色经典 中华美酒** 010
- 连锁课堂「品牌设计的核心」** 014
- SI 设计 | 韩国 M+MS 酒吧设计** 016
- 空间设计 | 伦敦 take On 运动服装店设计** 018
- VI 设计 | Cerocientos 龙舌兰酒品牌设计** 020
- > 简米知识分享**
- 照明第 16 讲 | 灯光色温的运用** 022
- # 简话 # 目录** 024
- 趣话「简米人」** 026
- 关于「简米」** 028



AI 人工智能绘画，设计界最火出圈！

> 简米快讯

要说最近什么最火，一定是 AI 绘画。AI 绘画在人工智能领域中大放异彩，彻底火了。

随着各种开放代码和模型出现，国内外各种 AI 工具开始争奇斗艳，其中那家生成效果最好？让我们一起来看一看吧。

1、imagen

Imagen 是一个人工智能系统，可以从输入文本中创建逼真的图像。具体来说，谷歌推出的一款文本 - 图像的扩散 (CLIP) 模型，可以根据给定的提示词，生成高度契合文本含义及具有照片般真实感的图像。

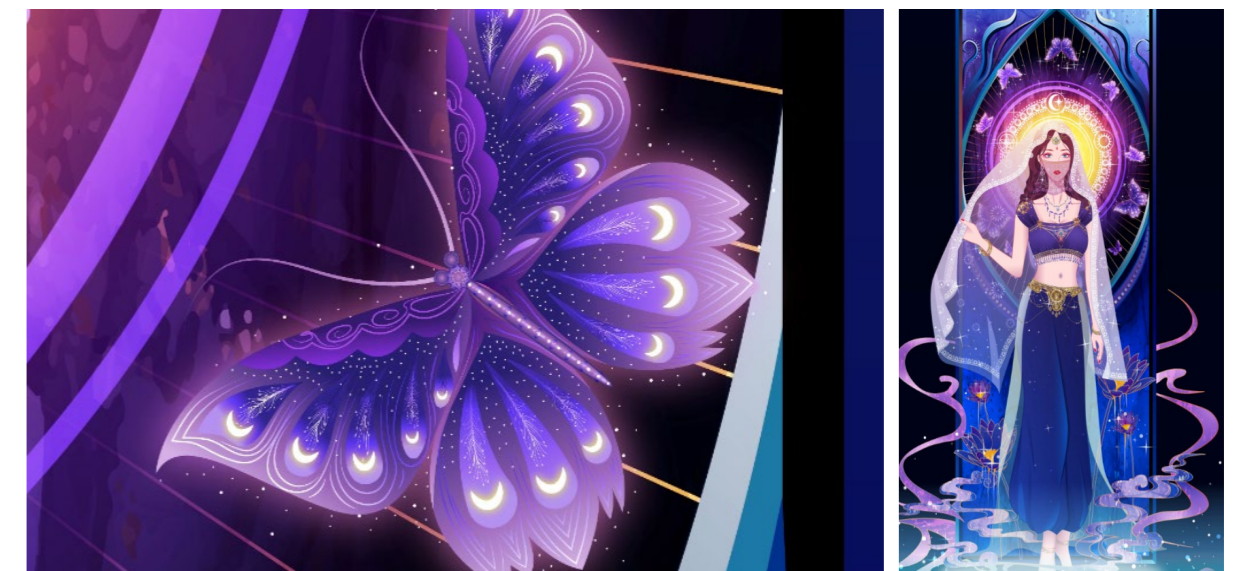
2、DALL-E 2

DALL-E 2」，名称合成自超现实主义艺术家“萨尔瓦多·达利 (Salvador Dalí)”和《机器人总动员》的英文名“WALL-E”。DALL-E 2 诞生的时间也很短暂，今年的 4 月份刚刚推出，它的前身 DALL-E 也诞生才一年半左右。只要输入一些描绘你想要的画作的关键词，几秒钟就可以给你生成一幅。可惜的是，目前还未对公众开放，而其他一些已经开放的平台，“画功”稍逊一筹。



3、Midjourney

Midjourney AI 生成艺术工具，打上一段你想要呈现的文字，系统就将自动返回四幅极富创造力和艺术感的作品供你选择。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约糯邦餐饮 SI 设计

简米新案速递

中华红酒——红色经典 中华美酒

项目背景

中华是“中国”与“华夏”的合称，是华夏族群五千年历史文明的凝结，是中华人民共和国国威的体现。“中华”牌葡萄酒是唯一一支以国家名称命名的葡萄酒产品。它代表的不仅仅是中国文化，更是大国气度的一种体现。

中华牌首支葡萄酒诞生于 1950 年，是为款待越南前领导人胡志明而酿制的。同年，由周恩来总理亲自命名为“中国红”。作为葡萄酒品牌，“中华”牌葡萄酒的诞生与商业无关，是为共和国外交而生。

中华品牌于 1959 年在周恩来总理的关怀下诞生于北京。作为中国的首都，国家政治、文化、经济中心，诞生在这里的中华牌葡萄酒，以其国酒的区位优势缔造着一部北京葡萄酒的近代史。

作为商务部颁发的国内葡萄酒中首批中华老字号，企业发展规划随着时代的发展和社会环境的变化而调整，中华品牌调整品牌形象和市场策略，携手简米设计对展厅空间形象以及办公场景进行全新的升级，以适应新的市场需求和挑战。

红色经典 中华美酒

查看完整案例 ↓

<https://http://jeremycn.com/shows/1/272>

解决方案

中华红酒品牌为什么要升级？

俗话说“酒香不怕巷子深”固然有道理，但是很多时候，酒香也怕巷子深。特别是如今信息爆炸的互联网时代，人类进入“浅涉资讯时代”，除非是所需求而关注的事情，否则不可能有太多时间和精力去刻意关注，大多是从感觉、直觉、第一印象上作判断，而品牌是最基本的支撑点。哪怕是作为中华这种老字号品牌，酒香也难以为人所知晓。

其次市场全球化及全球品牌的竞争日益加剧，市场和消费者群体进一步细分，消费者选择多样化和产品生命周期缩短化。可供选择的商品越来越多，商品的可替代性越来越强，生命周期极大地缩短。像“中华”这样的品牌必须升级形象，以适应新的市场需求和消费者喜好，以与年轻一代消费者产生共鸣。



中华红酒品牌要传达给消费者什么信息？

结合贵州独特的蜡染、红色文化等整体整合设计，使整体标志体现出厚重、厚实，实在且又不缺年轻时尚感。

企业愿景：做中国最高品质的葡萄酒

企业使命：为客户创造高品位的生活

企业精神：真诚做人 精心酿酒

经营理念：以品质应对规模，用高端带动全局

品牌理念：红色经典，中华美酒

中华品牌作为一家百年国企品牌，应有着身为国企的历史担当。在为广大消费者带来优质产品，体现自身品牌价值；“中华”二字意味着作为中国葡萄酒的代表和旗帜，其品牌本身牢牢占据红酒类国内品质领先地位，其代表着国货之光，是向国际顶级葡萄酒品牌竞争的代表。设计上也得体现出品牌传输的价值理念：**品质，国际，大气。**

本次简米对中华华南办公室与展厅空间进行全面设计，整体呈现设计上运用简洁、商务的设计风格，加入从中华 LOGO 视觉元素进行点缀。通过运用线条的形式强调个性，在墙面上运用了灰色护墙板，拉伸了整个空间的纵深感。在灯光上，采用了筒灯和反光灯槽相结合，使整个空间明亮简洁，而又富有变化性，话不多说，请看具体效果展示！



| 连锁课堂 |

品牌设计的核心

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

品牌设计是在一个企业自己的恰当产品定位的前提下, 来为其知名品牌保证一个准确的牌子界定下的视觉效果沟通交流, 做好设计方案策划不但可以协助企业发展趋势自己的实体线品牌形象, 并且也能够协助且也更快的掌握知名品牌的方位。

一个获得成功的品牌设计, 可以让大家有更快的、更合理的知名品牌图像记忆。在开展品牌设计的情况下, 为了更好地要把这一项工作中中做好, 是必须高度重视品牌设计的核心内容的, 下边就来为大伙儿具体的介绍一下其关键点。

1. 品牌形象是企业的关键一部分

企业全是根据品牌图标设计呈现大家眼前, 也是企业对外开放的品牌形象展现。因此品牌设计企业设计时应当重点考虑到顾客自身的特色考虑, 品牌设计包括的一些原素都有着企业密切联系。

2. 通俗易懂清楚

品牌设计终极目标是能在消费者心里搭建一个简约, 清楚, 通俗易懂的标志。许多世界著名品牌设计可以看得出, 都根据突出特色, 设计风格设计上不容易太繁杂。因而简单的, 清楚的企业形象设计才在消费者心理状态造成很大的危害。繁杂复杂的反倒会使自身的企业形象模模糊糊。

3. 设计质量确保

企业在开展品牌设计时, 除开可以表述企业文化底蕴基本以上, 还需充分考虑消费者的心理需求。仅有达到了受众人群的消费市场, 才可以更好的吸引住许多人的目光, 在心中留有难忘的印像。

4. 合适自己的设计

企业品牌设计还要与消费者心理需求或者企业文化底蕴相一致, 假如差别有关大, 那样消费者就没法根据标示设计来感悟到企业。

品牌设计企业“大不同”觉得遵循了以上好多个设计要素, 定会设计转让企业令人满意的企业形象设计。



SI 设计 | 韩国 M+MS 酒吧设计

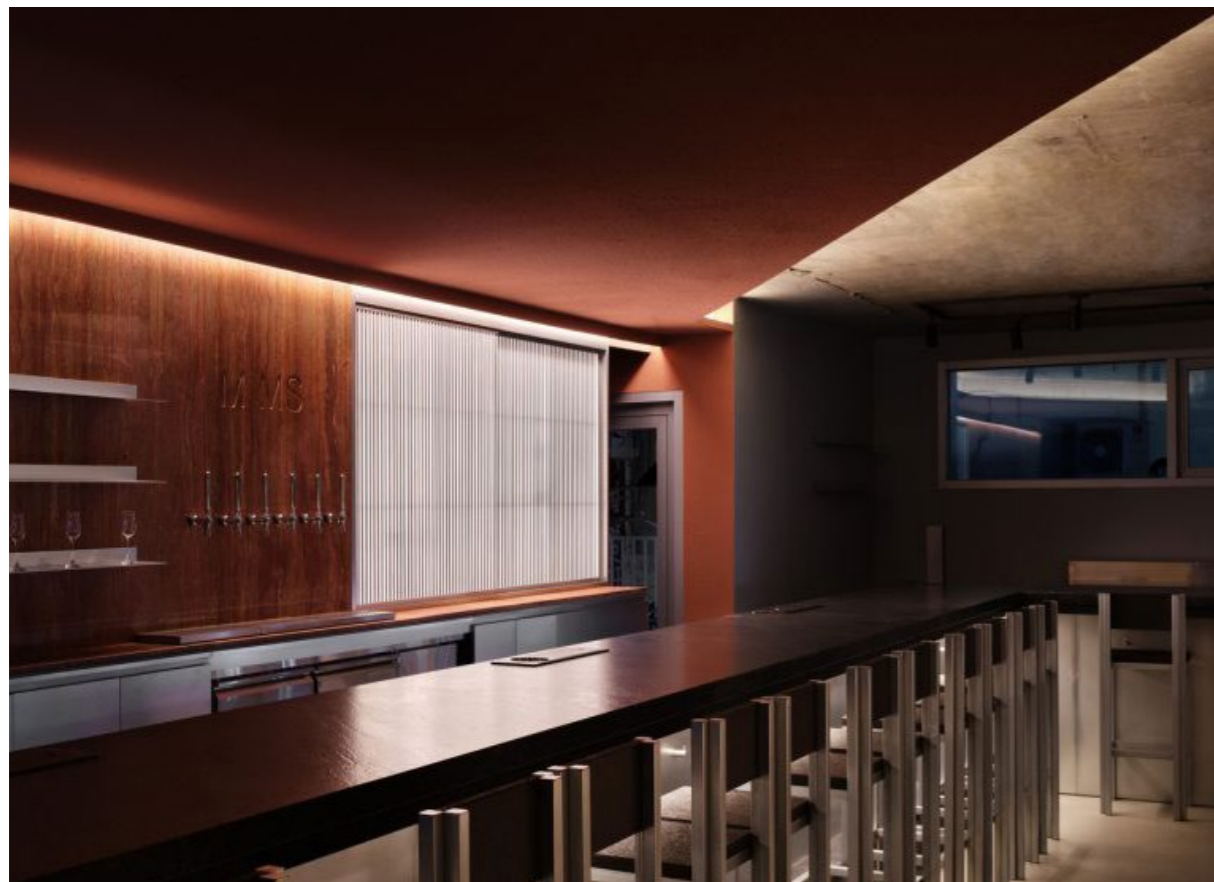
注 / 本文来自于互联网，简米收集编辑如有侵权请联系简米客服：400-666-8202

该酒吧终端设计位于韩国汉城，众所周知，软木塞主要用于封瓶葡萄酒或威士忌。由于其弹性和防水性，它可以有效地密封瓶子并防止氧化或变质。此外，打开软木塞的动作以其震耳欲聋的声音提供了一种耳目一新的体验。

在这个终端设计项目中，可以在家具和门把手上找到软木塞。设计师将软木塞作为空间的标识，让客人在品尝威士忌的同时获得第一手的威士忌体验。

The bar terminal design is located in Seoul, South Korea. It is well known that corks are mainly used to seal bottles of wine or whiskey. Due to its elasticity and water resistance, it can effectively seal the bottle and prevent oxidation or deterioration. In addition, the act of opening a cork provides a refreshing experience with its deafening sound

In this terminal design project, you can find corks on furniture and door handles. The designer uses a cork as a space symbol to allow guests to experience whiskey firsthand while tasting it.



空间设计 | 伦敦 take On 运动服装设计

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

该 SI 设计项目是瑞士跑步品牌 take On 在伦敦落地的第一家独立旗舰店, 气设计理念围绕社区和客户体验。借鉴了该品牌的瑞士血统及其先进的制造技术, 打造无缝的零售体验和运营社区中心。该 SI 设计灵感来自科学博物馆: 鼓励游客探索不同区域的不同产品和技术。系列根据性能属性进行摆放, 帮助客户根据自己的喜好过滤他们的购物选择。

This SI design project is the first independent flagship store of the Swiss running brand take On to be launched in London, with a design concept centered around the community and customer experience. Drawing on the brand's Swiss heritage and advanced manufacturing technology, it creates a seamless retail experience and operates a community center. This SI design is inspired by the Science Museum: it encourages visitors to explore different products and technologies in different regions. The series is placed based on performance attributes to help customers filter their shopping choices based on their preferences.



VI 设计 | Cerocientos 龙舌兰酒品牌设计

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

Cerocientos 是一个龙舌兰酒品牌，设计理念表达记忆那些在这个地方工作多年的人的轨迹，龙舌兰酒称为：家庭的一部分。

该 VI 设计图标的构造灵感来自赛道和无限图标的符号系统。创造最独特的限量瓶装超龄混合龙舌兰酒，表达对那些努力的人的赞赏和钦佩。每一个细节都经过特别设计，使这个 VI 设计成为一种品质，一种对人生轨迹和努力的认可。

Cerocientos™ Tequila is a brand of tequila, with a design concept that expresses the trajectory of those who have worked in this place for many years. Tequila is called a part of the family.

The VI design icon is inspired by the symbolic system of racetracks and infinite icons. Create the most unique limited quantity bottled super aged mixed tequila to express appreciation and admiration for those who work hard. Every detail has been specially designed, making this VI design a quality, a recognition of the trajectory and efforts of life.



> 简米知识分享

照明第 16 讲 | 灯光色温运用

注 / 本文由简米收集编辑整理, 三雄极光提供技术支持

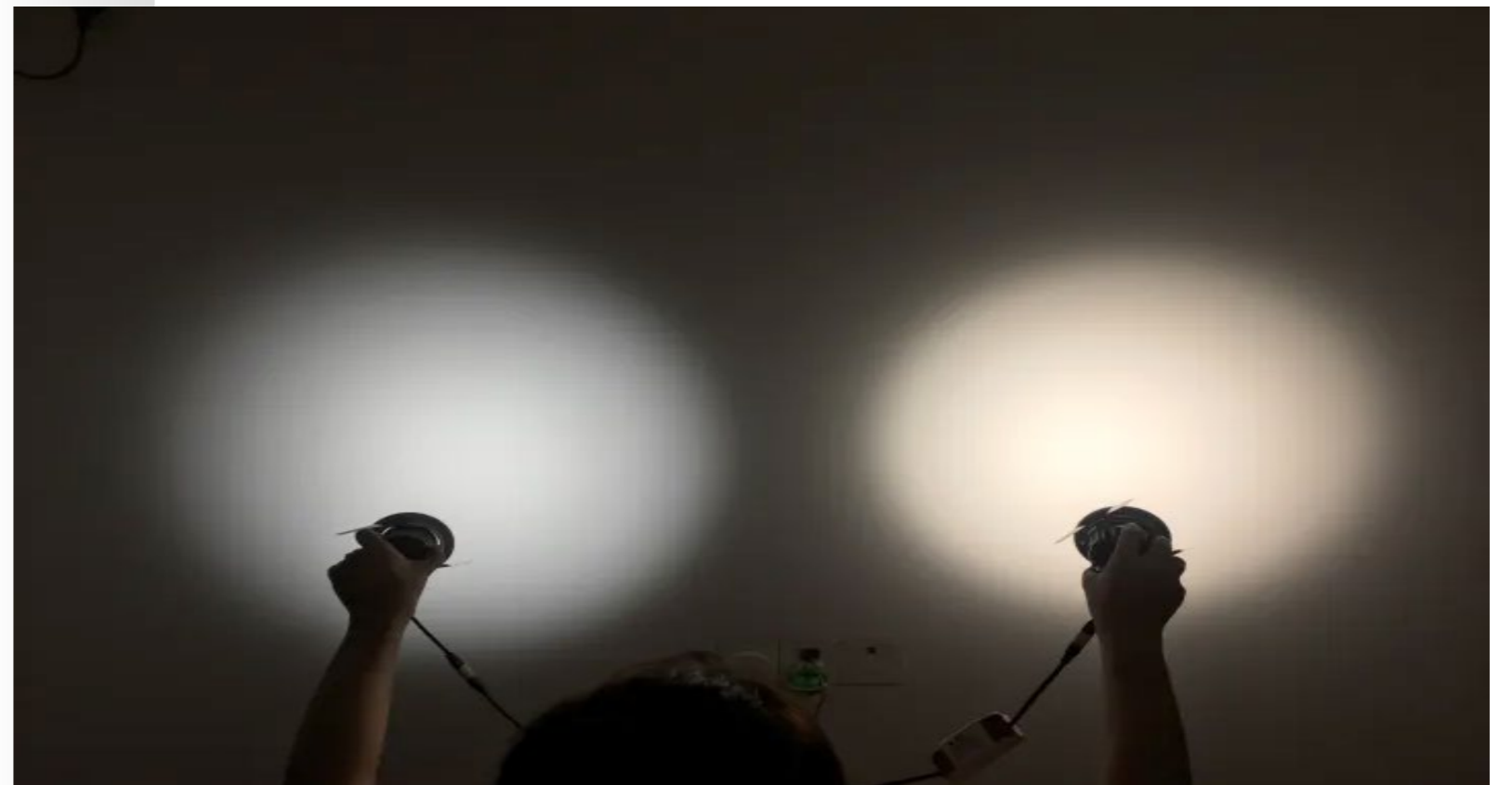
如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202



色温是大家最最纠结的一个概念! 色温是啥我就不科普了, 这里主要讲色温的一些运用场景

划重点! 不同装修风格, 推荐色温:

2700K	3500K
中式 (全屋花梨红木沙发雕花那种)	北欧、简法、现代、极简、混搭
3000K	4000K
新中式、日式、东南亚、欧洲宫廷式、美式	暴力工业风
	5000K、6000K
	出租屋风格



简话目录

- # 简米 # 之照明系列专讲第 15 讲：灯光类型 (最新)
- # 简米 # 之照明系列专讲第 14 讲：测光公式
- # 简米 # 之照明系列专讲第 13 讲：LED 驱动 4 种连接方式
- # 简米 # 之照明系列专讲第 13 讲：光束角
- # 简米 # 之照明系列专讲第 12 讲：发光强度
- # 简米 # 之照明系列专讲第 11 讲：光通量
- # 简米 # 之照明系列专讲第 10 讲：色温科普
- # 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

