

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



简米出品 JEREMY MONTHLY

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 202409 总第143期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

简米创始人受邀参加江西财经大学新生开学典礼



连锁课堂

「品牌设计如何触动顾客？」

简米知识分享

照明第24讲 | 灯光设计常见类型

新案 | 江苏 易谦健康养生馆SI设计

Produced by JEREMY Copyright ©

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

江苏易谦中医门诊 SI 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	
江西财经大学新生开学典礼	008
> 简米案例速递	
易谦健康养生馆 SI 设计	010
连锁课堂「品牌设计如何触动顾客？」	014
SI 设计 洛杉矶 AKILA 眼镜店设计	016
连锁设计 葡萄牙 ALCOBACA 博物馆设计	018
VI 设计 Moji 利口酒品牌设计	020
> 简米知识分享	
照明第 23 讲 灯光设计常见的类型	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



简米创始人受邀参加江西财经大学新生开学典礼

> 简米快讯

2024年9月27日，我司创始人王进先生受邀参加了江西财经大学设计与艺术学院2024级新生开学典礼并作了主题为《一直在路上 | 连锁品牌终端设计之路》的主题报告。

典礼在庄严的国歌声中缓缓拉开序幕，音乐厅内回荡着雄壮的旋律，全体师生肃立，共同唱响了对祖国的深情赞歌，拉开了新生开学典礼的序幕。

李民院长首先代表学院向全体新生表示热烈的欢迎，并深情地回顾了设计与艺术学院的发展历程。他细数了学院在教育教学、艺术创作、科研创新等方面取得的辉煌成就，从国内外知名设计奖项的斩获，到师生作品在国际舞台上的闪耀亮相，每一项荣誉都是学院师生共同努力、不懈追求的结晶。李院长的话语中充满了对过往的肯定与骄傲，同时也寄托了对新生们的殷切期望，鼓励他们继续发扬学院精神，为设计与艺术事业贡献自己的力量。

随后经过班主任聘任、校徽佩戴、研究生、本科生新生代表发言、校歌合唱、文艺表演等多个环节。我司创始人作为校友代表开启一小时报告。



报告分四章展开，分别为大学时代；创业历程；从事的专业；设计案例分享。首先他用风趣幽默的语言回顾了在这江财度过的多彩大学时光，鼓励新生们珍惜时光，勇于探索。大学四年，人生美好时光的开启时刻，他从读书、学习、生活等各角度谈到一些个人心得。随后，他分享了个人创业路上的点点滴滴，从挑战到机遇，从失败到成功，用亲身经历告诉新生们坚持与努力的重要性。最后，他还通过几个经典设计案例，展示了设计的无限魅力，让新生们对未来充满了期待。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约广州钧礼 VI&SI 设计

简米新案速递

易谦健康养生馆 SI 设计

项目背景

易谦疼痛调理馆是一家集疼痛调理，中医养生，文化传承于一体的综合性服务机构，致力于为每一位客户提供个性化的养生方案。通过经脉疏通，艾灸，非遗传承手法等非药物疗法，有效解决因现代生活节奏快、压力大所引发的疼痛问题，同时进一步提供健康养生管理。易谦健康虽然是一个年轻的品牌，但是品牌的几位主理人都有着丰富的大健康以及传统文化产业的连锁运营经验，他们致力于将易谦疼痛管理馆打造一个以扬州为中心，辐射全国的疼痛理疗连锁机构。

为此，通过朋友介绍，简米携手易谦健康，为其提供连锁品牌 SI 设计，打造标准化的连锁门店建设运营管理系统。

解决方案

近年来随着人们生活水平的提高，大家对健康产业的需求日益旺盛，大健康产业迎来了爆发式增长。健康养生馆作为大健康产业的重要组成部分，其市场规模正经历了显著的增长。随着市场规模的扩大，越来越多的企业涌入这一行列，养生馆行业的市场竞争也愈发激烈。竞争日趋白热化，但中医养生馆行业消费者的品牌意识并不强烈，尚未出现人尽皆知的头部品牌。虽然充满挑战，但也蕴藏了巨大机遇。

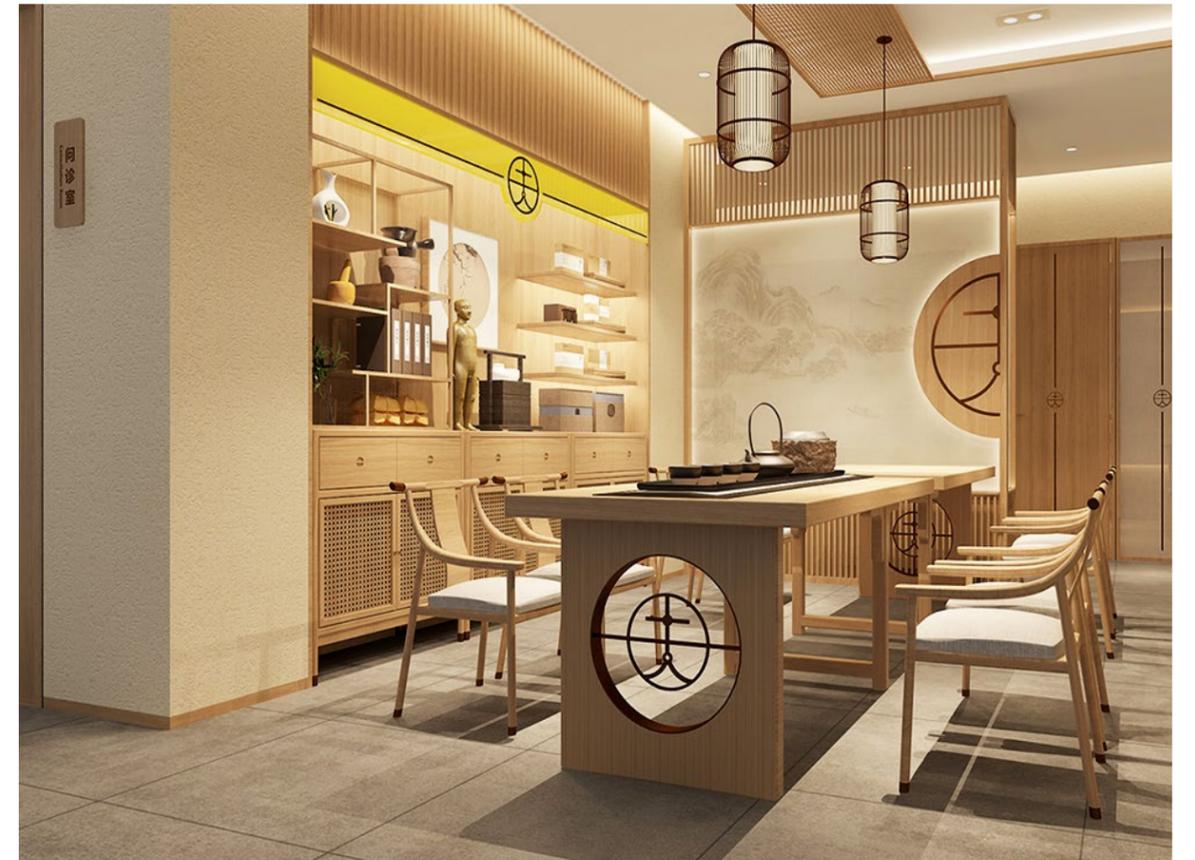
中医养生强调“治未病”，注重一个“养”。而且老百姓长久以来就有西医见效快，中医治本的概念性观念，传统中医养生往往也是周期长，对于效果也是充满了非常主观的感受，很难形成良好口碑，随着引流成本逐渐提高，很多品牌难以为继。加上中国近代以来过分强调“科学”教育，中医在年轻群体的接受度逐渐降低。易谦品牌想要在中医养生领域突围，需要结合自身优势，寻求差异化定位。

中医养生其实是很宽泛的概念，涵盖内容比较多，本案结合易谦自身中医正骨领域的核心优势，以疼痛管理作为本品牌的核心突破口。疼痛理疗具备症状明显，见效快的特点，同时通过传统中医手法调理疼痛，不打针，不吃药，不手术，安全高效，可以快速建立消费者对品牌的信任优势。基于以上分析，我们把易谦健康定位为疼痛调理馆。以疼痛管理为流量端口，集中医养生，文化传承于一体的综合性服务机构，致力于为每一位客户提供个性化的养生方案。

中医疼痛诊所

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/288>



品牌价值：疼痛调理馆

品牌使命：始终弘扬传统中医养生文化，让养生成为与时代同步的生活方式

品牌愿景：成为受人尊敬的有品质的亲民养生品牌

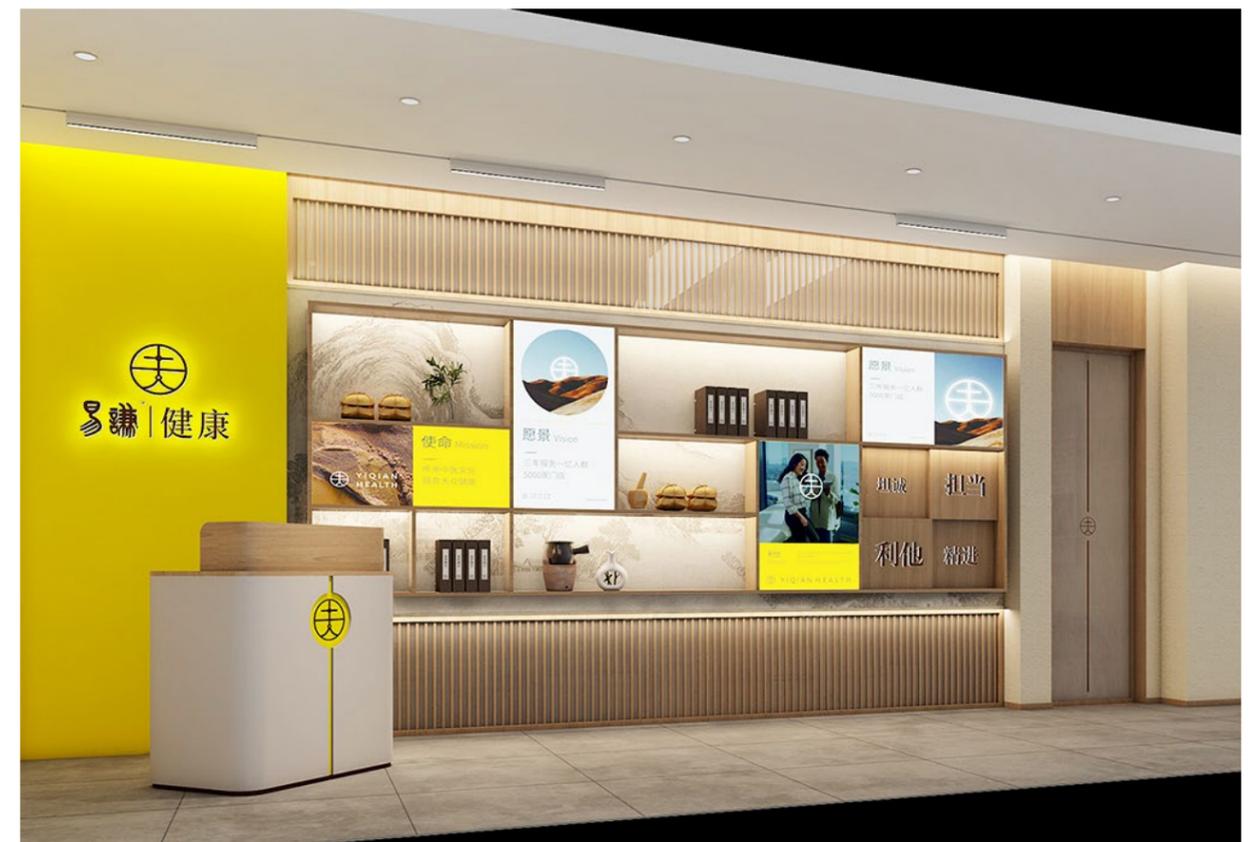
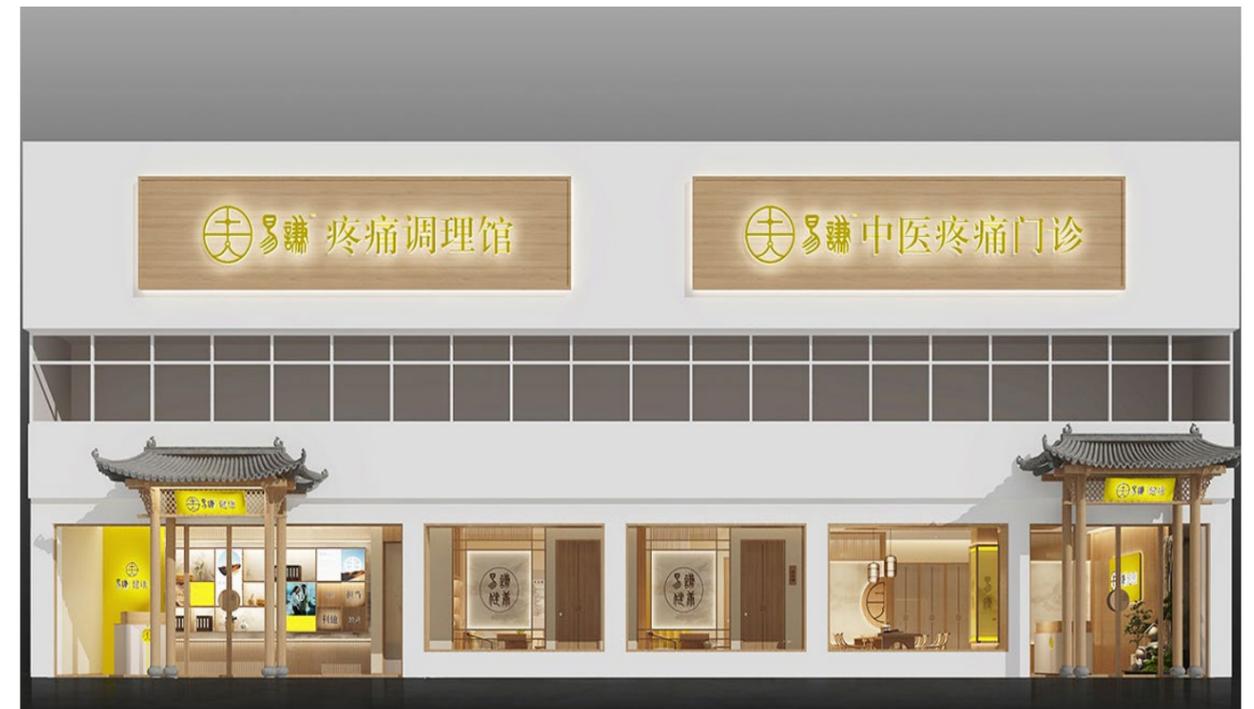
价值观：专业、真诚、专注、共赢

连锁空间形象定位

品牌空间设计视觉调性强调所见即所得，空间形象需要强化品牌认知与识别。易谦健康的核心价值是专注疼痛理疗，传承中医养生文化。传承中国传统养生文化是易谦健康品牌价值在消费者心中印象化表达。从消费场景上分析，中医理疗是消费者和品牌形成关联的第一要素，文化沉淀是体验后的进一步认知。我们在易谦连锁门店形象表现的时候，我们既要体现传统中医文化，又要避免传统中医门诊的印象化形象，并形成易谦自身特色定制化的新中式形象。结合易谦核心消费群体的消费习性，筛选出终端关键词。

空间风格：传承、现代、安静

空间体验：文化氛围、安静舒适、沉浸互动



| 连锁课堂 |

品牌设计如何触动顾客？

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

在品牌推广的今日, 并没有 VI 设计有关一个虚拟企业而言, 就代表它的品牌形象将淹没于商海之中, 令人区别不清; 就代表它是一个短少灵魂的赚钱设备; 就代表它的产品与服务没什么特点, 顾客对它没什么恋恋不舍; 就代表着精英团队的松弛和失望的斗志。

VI 设计通常包括根基有一些和应用有一些两大具体内容。期间, 根基有一些通常包括: 企业的头衔、代表、设计方案、标志、标准字体样式、标准色、辅助图型、标准打印出字体样式、禁止使用规定这些; 而应用有一些则通常包括: 标识牌幌子、办公设备、媒体公关用具、环境艺术设计、办公室服饰、特种车辆这些。

大家所觉察的外界信息内容, 有 83% 是利用视觉效果安全通道抵达大家思维的。换句话说, 视觉效果是大家接纳外界数据的最重要和首要的安全通道。在全部 CIS 系统软件中, MI (理念识别系统 MindIdentity)、BI (行为识别 BehaviorIdentity) 是领导干部管理层的一种思维模式及其内控管理的推论, 通常是隐形的, 给人的就是一个公司的逻辑思维、管束和表述, 而 VI (视觉识别系统 VisualIdentity) 是把这种思维能力的最后以一个静止的视觉识别系统标记, 在公司全部管理方法和营销推广环节中进行实际应用和反映。

将来属于 VI 设计知名品牌, 尤其是属于世界性的知名品牌。全世界最富有的国家的经济发展是构建在 vi 设计品牌以上的, 并非创建在产品以上, 我们知道顾客的心里提到 vi 设计品牌有三个层级:

第一个层级, 想起一个含糊, 例如肯德基, 见到它一个 M, 逐渐想起一个知名品牌的含糊。第二个想起怎样的特性;

第三个层级就是它的在潜意识中, 这一在潜意识中并非任何人可以对你说; 而从专业的专业术语而言塑立知名品牌的历程便是:

1. 怎样看待知名品牌的的使用价值
2. 你的牌子在顾客心中之中精准定位到底怎样
3. 与顾客沟通交流最好的办法是啥
4. 如何触动顾客

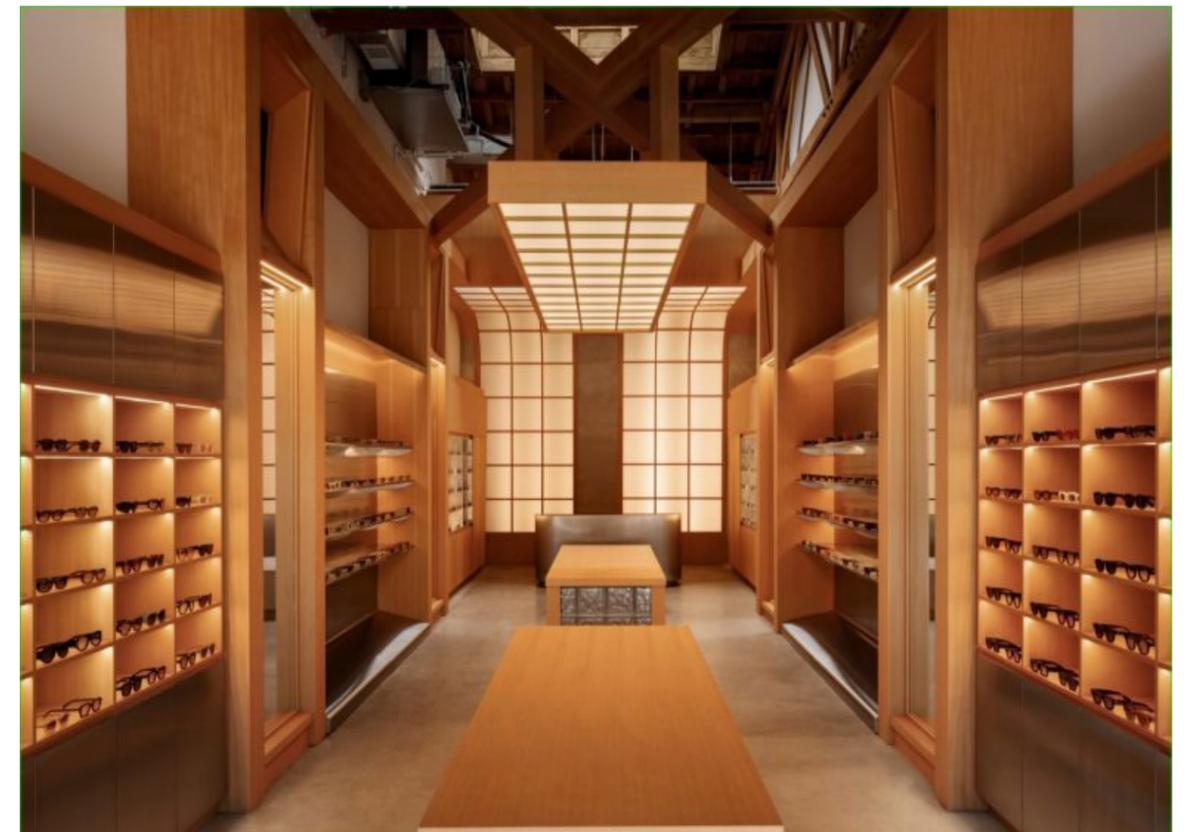


SI 设计 | 洛杉矶 AKILA 眼镜店设计

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 设计项目是眼镜品牌 AKILA 的 SI 形象设计, 其第一家独立商店在纽约市开业。AKILA 店位于 1932 年建成的一家完全修复和重建的装饰艺术风格车身店的一楼, 两侧是 New Balance、(malin+goetz) 和 Sunspel 等领先生活方式品牌的精品店。与该品牌的下东区商店类似, 家庭零售空间以设计为导向, 该 SI 设计融入了当地采购的道格拉斯冷杉木材, 配以金属和玻璃元素。

该设计经过精心调整, 以适应该单元的尺寸, 更具体地说, 是拱形天花板。进入 AKILA 商店后, 购物者会看到两个细长的木制和玻璃块展示桌, 两侧是完全对称的货架、储物空间、大型嵌入式镜子, 甚至还有一个 JBL 扬声器系统。交叉特拉斯横跨房屋, 允许安装大型中央灯具, 该灯具与 AKILA 商店远端的弯曲灯具无缝对应。请注意, 这些灯具与玻璃块显示器相呼应, 是对传统和纸包裹的 shoji 门的致敬。其他家具包括一个圆形混凝土长凳和一个光滑的金属销售柜台。新的 AKILA 商店备有该品牌全系列的太阳镜、光学镜架和简洁的物品系列。



连锁设计 | 葡萄牙 ALCOBACA 博物馆设计

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

该空间设计项目位于葡萄牙 ALCOBACA, 的 Museu das Máquinas Falantes (会说话的机器博物馆) 设计项目项目, 项目始于 2017 年, 于 2024 年 4 月 25 日落成。它包括由 José Madeira Neves 收集并随后被 Alcobaca 市政府收购的 5000 多件与声音、电信和广播有关的物品。

该空间设计项目位于 Alcobaca 修道院旁边, 博物馆有两层, 较低的一层有一个通往横跨 Alcoa 河的桥梁的出口。

博物馆总占地面积 420 平方米, 其中 330 平方米用于展览。内部已经完全重新设计, 以适应新的计划, 其中包括接待区的 Alcobaca 旅游局。以前被商业商店占据的现有区域进行内部重新设计带来了许多挑战。该空间形状不规则, 由柱子组成的结构网格, 考虑到藏品的大小, 可用空间有限。建筑概念基于弯曲形状的空间的创造, 灵感来自声波的表现, 声波组织和分层了可用空间, 为展览引入了曲折和亲密感, 并创造了中性和以深色为主的环境, 以突出藏品的形态和色彩多样性。



VI 设计 | Moji 利口酒品牌设计

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

该 VI 设计是 Moji 利口酒的品牌设计，灵感来自华丽的葡萄牙“Azulejos”图案。其核心是一个独特的字母组合，创造性地结合了三个标志性符号：腰果，代表芬尼的精髓；太阳，象征果阿充满活力的精神；以及海洋，反映了该地区的沿海联系。这种和谐的设计将 Feni 视为 Goan 生活和文化中不可或缺的一部分。

该品牌设计的视觉识别以几何元素和“Azulejo”风格的形状为特色，提供了一种永恒的优雅感。复古色调，辅以金色，唤起奢华和工艺的感觉。这种组合将 Moji 定位为利基酒精饮料市场的高端参与者，强调其精致的传统和精致的吸引力。Moji 的设计不仅仅是一个标签，它告诉了一个传统、文化和芬尼生产的手工性质的故事。

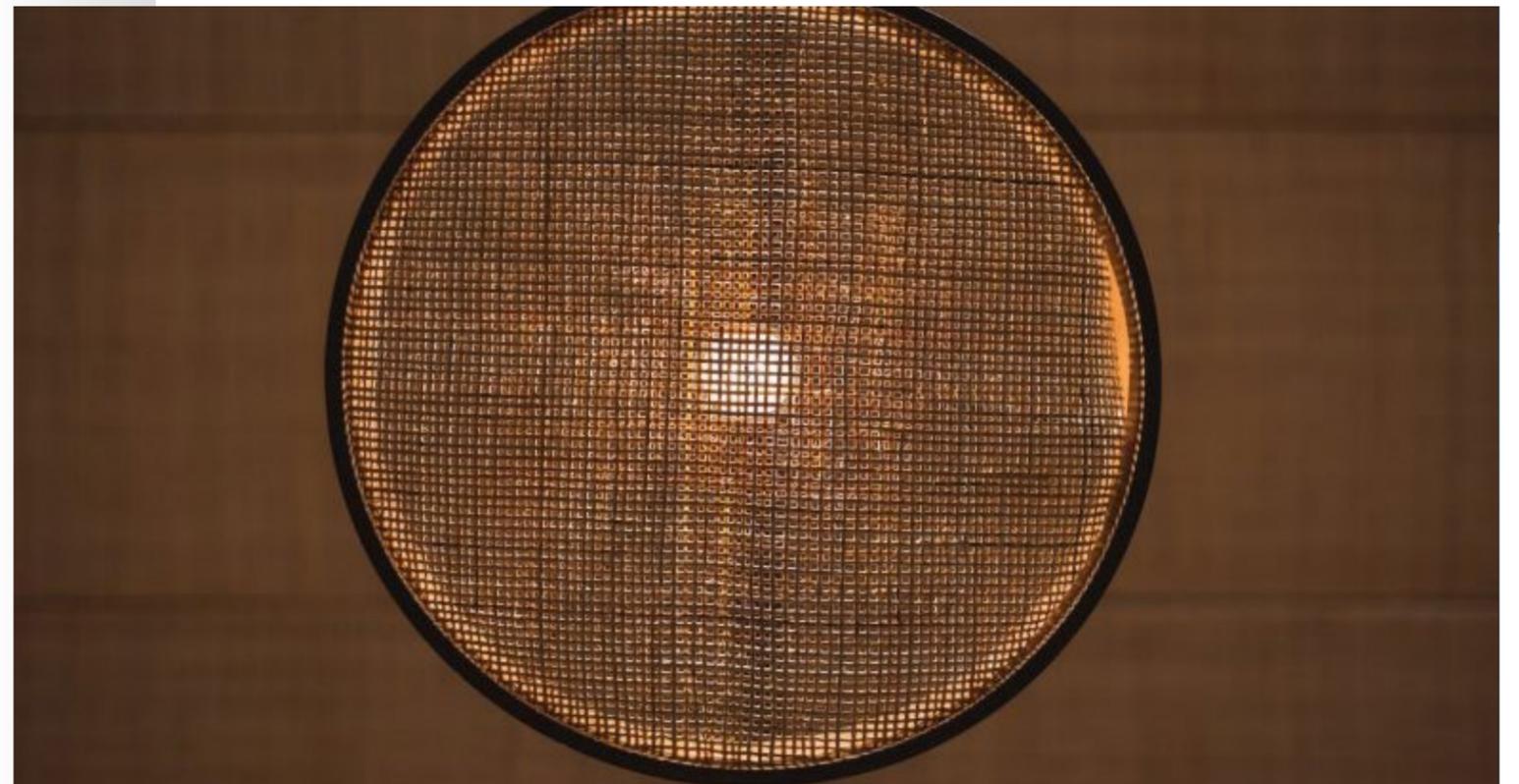


> 简米知识分享

照明第 23 讲 | 灯光常见的类型

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



灯光设计中, 应选择既满足使用功能和照明质量的要求, 又便于安装维护、长期运行费用低的灯具, 具体应考虑以下几个方面:

(1) 光平行光

不需要位置, 只需要一个方向。光源方向性强, 有一定的光线反弹到物体暗部, 物体暗部向上的面, 包括投影会带有蓝色或者紫色

(2) 点光

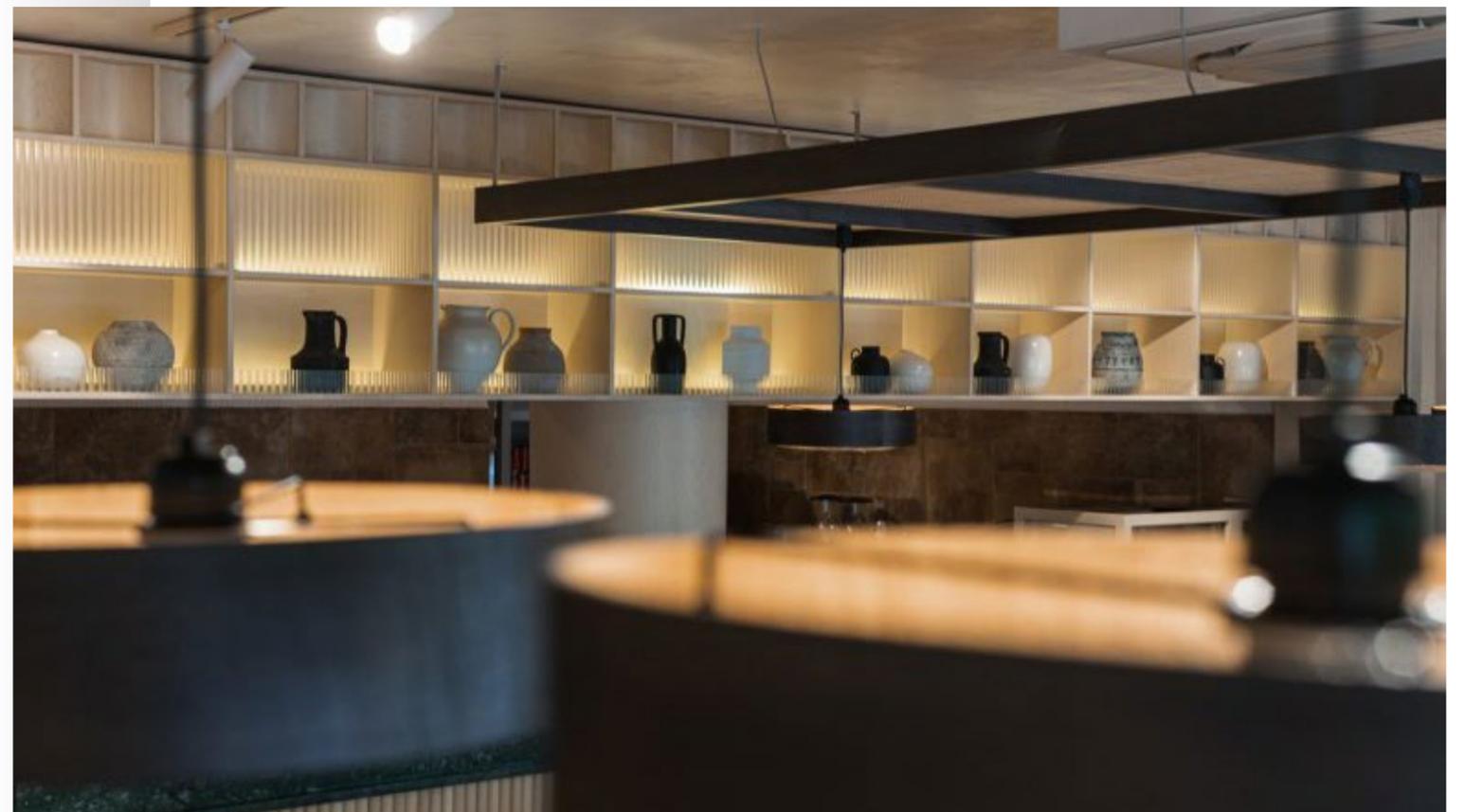
在场景中有一个坐标 (位置)。光源呈放射状, 向各个方向发射光线。距离会决定光的强度。可以看到地面中间比边缘更亮, 因为它离光源更近。比如人造灯光, 烛光, 火焰等。光源下的投影边缘有明显虚实衰减。

(3) 面积光

是一个表面在发光的光源。包含了坐标和方向。能比点光源提供更加平滑的衰减。面光源是散射光源, 光源面积越大, 投射阴影越柔和。

(4) 聚光

它有一个内锥角和一个外锥角。在锥体内部的东西都会被照亮。锥体以外的东西都不被照亮。当光源离物体越近, 投射阴影面积会变大。一般拿来模拟一些人造光源。比如射灯, 手电筒等。



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

