

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

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2023/06 总第129期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

苹果又有新logo! 五彩斑斓的黑

连锁课堂

店面设计的5大禁忌



简米知识分享

照明第18讲 | 灯光设计的性能类别

新案 | 曹与程——所有的最好 都不如刚好

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

武汉曹与程牛肉面 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**
苹果又有新 logo！五彩斑斓的黑 008
- > 简米案例速递**
曹与程——所有的最好 都不如刚好 010
- 连锁课堂「店面设计的 5 大禁忌」 014
- SI 设计 | Perect Diary 完美日记体验中心 016
- 空间设计 | 香奈儿专卖店设计 018
- VI 设计 | Da Vinci 披萨平面视觉设计 020
- > 简米知识分享**
照明第 18 讲 | 灯光设计的性能类别 022
- # 简话 # 目录 024
- 趣话「简米人」 026
- 关于「简米」 028



苹果又有新 logo！五彩斑斓的黑

> 简米快讯

最近苹果的 WWDC23 大会在 6 月 5 日举行，同时新的 LOGO 也亮相了

邀请函上曝光的 LOGO 由六条圆弧组成的彩色「拱门」主视觉图形，这些彩虹色的波浪线看起来类似于虚拟现实常用的 Pancake（折叠光学）镜头阵列，寓意新时代科技的百花齐放，看来还得是五彩斑斓的黑，大家都爱！

不得不说 苹果是很懂五彩斑斓的黑，上个月 韩国最新的零售店 Apple 江南也是同款五彩斑斓黑，一系列充满动感、五彩斑斓的线条，勾勒苹果标志轮廓来呼应当地缤纷的霓虹灯光

苹果对于 每年一度的新品发布会也是相当重视，LOGO 是设计风格总能引起潮流，甚至 因其出众的设计成为话题热点。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约捌极荟高端定制酱酒 VI&SI 全案设计

简米新案速递

曹与程——所有的最好都不如刚好

项目背景

武汉曹与程餐饮文化有限公司成立于 2022 年 10 月 26 日，主要经营餐饮服务，和曹与程的程总第一次合作已经是 2020 年了，当时武汉疫情刚解封，简米为起设计的小吃类品牌喜吃小卤启动设计落地。

2022 年，程总再次孵化一个面食餐饮品牌，品牌名称曹与程，名字是用了两位创始人的姓氏组合而成，主营牛肉面。虽然是新创品牌，但是程总还是以超前的思维与行动，从开始就是冲着打造连锁品牌思路进行。有了第一次合作的经验，本次项目沟通特别顺利，简米主要负责曹与程牛肉面的视觉形象开发设计，包括品牌形象和门店标准化设计。

解决方案

项目定位

品类聚焦：面食快餐

价值定位：所有的最好，都不如刚好

人群特质：“Z”世代年轻消费群体

场景呈现：追求清新、舒适、新潮就餐环境

项目思考

本地面食快餐品牌较为零散，大多以传统形式的夫妻店形式存在，就餐环境较差，以蔡林记和蔡明伟等为主本地面食头部品牌，多以传统文化作为其核心价值。当前年轻消费群体崛起，消费观念转变，他们不只在乎产品本身，更加在乎浸润其中的场景体验。

曹与程是一家主打年轻消费群体的面食快餐品牌，提出“所有的最好，都不如刚好”的品牌理念，在产品系列上，化繁为简，主打标准化、精品化，就餐空间以清新舒适，时尚为主。不过分拘泥于口味，不过分营销，无论是产品还是服务，提倡恰到好处，注重消费者内心的综合感受。

所有的最好 都不如刚好

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/275>



曹与程终端环境应该传达什么样品牌认知 / 曹与程想给客户留下什么样的印象？

简洁、清新、时尚、舒适、新潮

本案结合曹与程自身价值和竞争对手的优缺点，分析出“简洁、清新、时尚、舒适、新潮”核心项目关键词，曹与程终端设计从风格、形象、气质、到功能规划、动线布局、品牌体验等等层面，均围绕该核心关键词进行。

当前主流餐饮品牌多以红色和黄色作为主打色，本案设计师摒弃了该色系，引入蓝绿色作为品牌主打色。一方面是营造一种与众不同的品牌视觉感受，同时也贴合了清新时尚的品牌气质。

本案在视觉表达层面，主要以简约为主，没有复杂的造型，甚至放弃了传统餐饮经常使用的海报广告，只保留了两块点餐屏，回归餐饮本身，不做过多的视觉干扰。终端视觉特色体现，主要是通过大色块的运用，并结合灯光效果和材质，营造强烈对比。



| 连锁课堂 |

店面设计的 5 大禁忌

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

针对店面设计, 不但有各种各样标准方法, 实际上也是有很多室内装修忌讳的, 下面我们就为大家解读一下。

1 忌门店的门过小

每日接待顾客的是多少, 决策着买卖是不是兴旺, 而门做为顾客与物件商品流通的安全通道, 尽量不要做得过小。从家居风水的观点上而言, 门店门过小不利理气, 进而减少房间内的气愤。

针对店铺的运营来讲, 门做得过小, 会导致消费者进出不方便, 消费者提携物件时很可能导致物件跟门的磕磕碰碰, 毁坏物件; 除此之外, 店面设计窄小, 会促使大门口拥堵、房间内灰暗, 一大部分顾客就会有会为此而停步, 进而危害店铺的正常营业。

2 忌门店的色调随便

门店装修的颜色选择也是有较大的说道的, 研究表明, 鲜红色等轻快的色彩, 会让人相对性激动, 进而培养它们的购买欲望。从家居风水的方面而言, 店面设计色调要和店家的生日、门店的方位及其所售物件的五行属性紧密结合, 把商品的特性归到木、火、土、金、水五大类, 再根据店家的命卦和店铺的宅卦, 实际明确门店内部结构色彩, 方式极其繁杂, 最好请技术专业风水师决定。

3 忌服务台摆在出入口

一部分门店为了更好地营销物件, 通常在出入口置放服务台, 为了使消费者一来大型商场就可以见到营销的物件, 可那样的方法通常让许多的消费者失去机会。实际上, 您不如把挡在楼梯间的服务台向边上移走 2 米, 再看一下实际效果, 坚信您会感受到风水的用途。

4 忌门店大门口冲着扶手电梯的房屋朝向

如今绝大多数的大型商场里, 都是有电动扶梯, 但迫不得已友情提示, 尽量不要将门店的大门口正对电动扶梯, 假如已经是如此布局, 最好用仓储货架开展挡住, 其目标是不要再让顾客一出去就看见扶手电梯, 这也是风水学中喜回转、忌冲着的标准, 不然会导致顾客多, 但选购的人少。

4 忌门店内音乐播放响声过大

如今许多门店, 为了更好地构建门店内部结构气氛, 在店里播放视频振聋发聩的歌曲, 众所周知, 歌曲实际上是可以构建氛围的, 但也需看构建哪些氛围, 柔和清雅的歌曲, 可以消费者在店内的停留的时间, 从而提升消费者交易的概率; 而震耳欲聋的声音在风水学中可以称作声煞, 也属于凶神, 会让顾客形成烦躁不安的心态, 对店铺的物件市场销售具有消极的功效。



SI 设计 | Perfect Diary 完美日记体验中心

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

完美日记是亚森电子商务 (YSG) 旗下中国最受欢迎的化妆品品牌之一, 成立于 2016 年。它拥有多个高增长的化妆品和护肤品牌。该项目创建了一个新的品牌社区和一个高科技展厅, 作为品牌形象和创新研究的新窗口。通过我们的想象, 我们解读 YSG 创新的商业模式及其日益强大的科研能力, 带领用户探索新科技时代的可持续之美。

Perfect Diary, one of the most popular cosmetic brand in China, a subsidiary of Yatsen E-commerce (YSG), was founded in 2016. It hosts multiple high-growth cosmetic and skincare brands The project creates a new brand community and a high-tech exhibition hall, as a new window for brand image and innovative research. Through the lens of our imagination, we interpret the innovative business model of YSG and its increasingly robust scientific research capabilities, leading users to explore sustainable beauty in the new tech age.



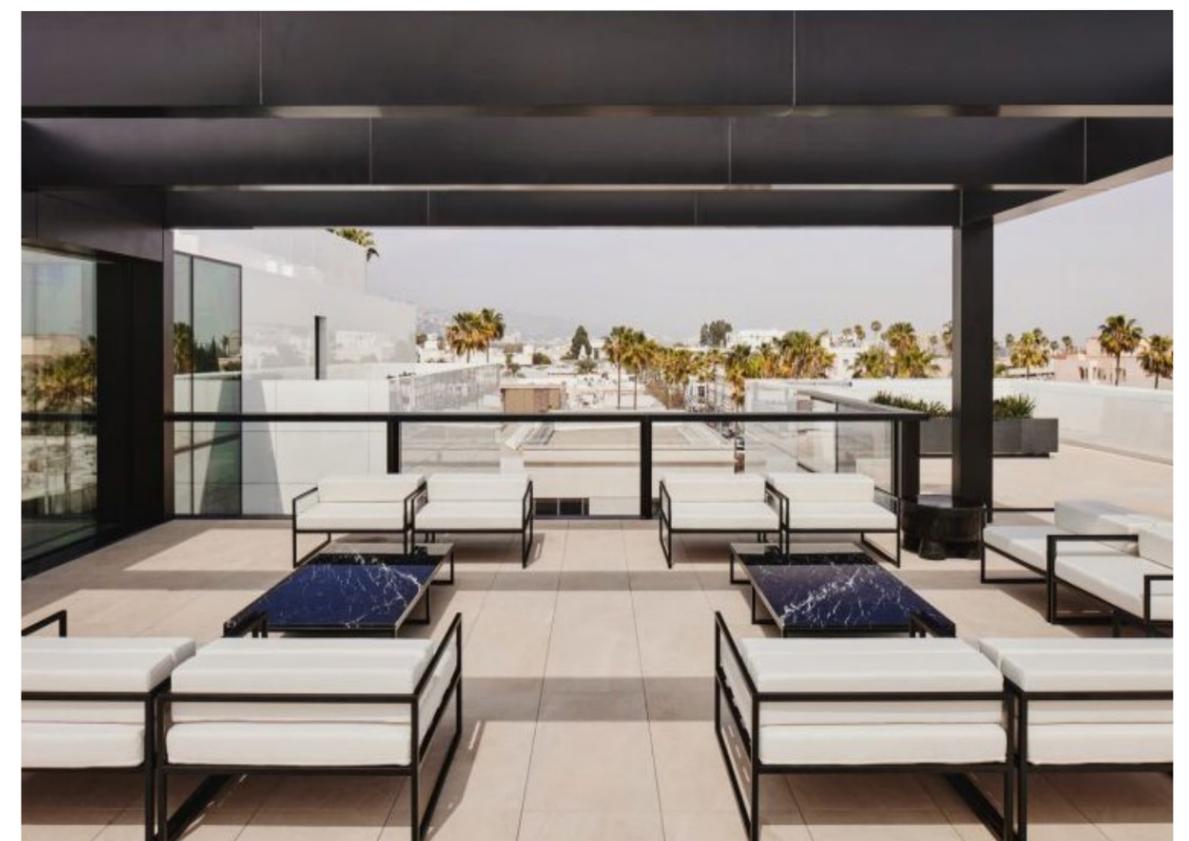
空间设计 | 香奈儿专卖店设计

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

这家精品店模仿了附近客户轻松愉快的生活方式。在这家奢侈品牌上周在派拉蒙工作室举行的明星云集的 2023 Cruise Collection 秀之前, 该店正式开业。

其抽象的外观让人想起一个交错的立方体, 由多层玻璃中庭分割, 并覆盖着白色结晶玻璃。占地超过 30000 平方英尺 (2787 平方米), 分布在四层楼, 不用说, 它现在不仅是整个洛杉矶最大的香奈儿精品店, 也是整个美国最大的精品店。

Its abstract appearance reminds one of an interlocking cube, divided by a multi-layer glass atrium and covered with white crystalline glass. Covering an area of over 30000 square feet (2787 square meters) and distributed on four floors, it goes without saying that it is now not only the largest Chanel boutique in Los Angeles, but also the largest boutique in the United States.



VI 设计 | Da Vinci 披萨平面视觉设计

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

Da Vinci 达·芬奇披萨店, 这是一家意大利披萨店, 设计从各个方面都转变为美术馆。我们将对正宗意大利披萨的热情与对艺术的热爱相结合, 为您提供一种独特的用餐体验, 体现艺术与美的世界。

在 Da Vinci 披萨店, 我们努力将艺术融入餐厅的方方面面。从我们的包装设计, 来自世界各地的各种艺术表达为灵感的令人惊叹的多样化艺术品为特色, 到装饰着当地和国际艺术家作品的墙壁, 我们创造了一种独特的艺术氛围, 增强了您的披萨体验。

At Da Vinci Pizza, we strive to integrate art into every aspect of the restaurant. From our packaging design, featuring stunning and diverse artworks inspired by various artistic expressions from around the world, to walls adorned with local and international artist works, we have created a unique artistic atmosphere that enhances your pizza experience.



> 简米知识分享

照明第 16 讲 | 灯光设计的性能类别

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



在现代人的生活中, 商业空间不仅是购物的场所, 更是休闲娱乐的场所。它的功能和特点决定了它在照明设计中需要更多的装饰性和艺术性的表现。以下是商业空间照明设计的一些表现形式:

1、面光性能

面光是指由室内的天棚、墙壁和地板构成的发光面。天棚在灯光上的特点是照度均匀、光线充足、表现形式多样。

2、具有轻便性能

所谓条形灯, 就是把光源排列成一条长长的光带。表现形式多种多样, 包括正方形、格子、条形、条形、环(圆形、椭圆形)、三角形和其他多边形。细长灯带具有一定的定向性, 在人多的公共场所的环境设计中常作为引导照明, 其他几何灯带一般用于装饰。

3、点光性能

点光源是指光投射范围小而集中的光源。由于其照度强, 多用于餐厅、卧室、书房、舞台等场所的直接照明或重点照明。点光的表现方式有很多种, 有顶光、底光、前光、背光、侧光等。

4、静光与流光

静止灯光, 灯具固定不动, 光照静止不变, 没有闪烁的光。这种照明方式充分利用光能, 营造稳定、柔和、和谐的光环境氛围, 适用于学校、工厂、写字楼、商场、展览等场所。



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

