

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国近现代设计创新者!

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 COPY-Right ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 202308 总第131期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

艺术家乔尔·雷亚的超现实主义杰作

连锁课堂

品牌设计的核心

简米知识分享

照明第18讲 | 光的显色指数 (Ra)

新案 | 叶味香——苗家头疗



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

贵州叶味香苗家头疗 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**
- 艺术家乔尔·雷亚的超现实主义杰作 008
- > 简米案例速递**
- 叶味香——苗家头疗 010
- 连锁课堂「品牌设计的核心」 014
- SI 设计 | 马德里 Ta-kumi 餐厅设计 016
- 空间设计 | 伦敦海湾国际银行办公室设计 018
- VI 设计 | This Slaps 包装设计 020
- > 简米知识分享**
- 照明第 17 讲 | 光的显色指数 (Ra) 022
- # 简话 # 目录 024
- 趣话「简米人」 026
- 关于「简米」 028

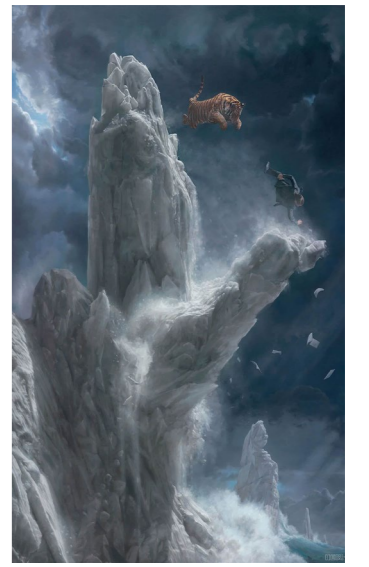
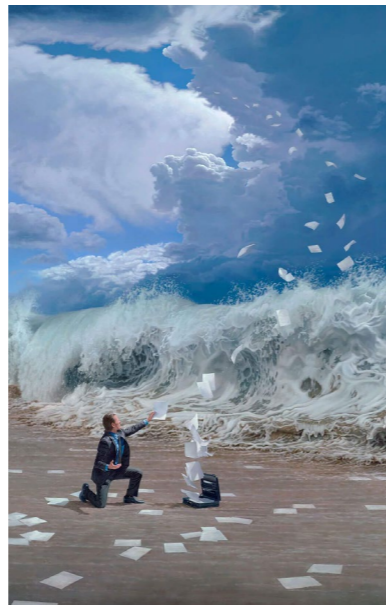


艺术家乔尔·雷亚的超现实主义杰作

> 简米快讯

近日，澳大利亚超现实主义艺术家乔尔·雷亚 (Joel Rea) 分享了一组超现实画作，乔尔将现实与幻想融合在一起，充满活力的色彩和复杂的细节，是一个令人着迷的视觉奇观。但除了美丽之外，它还承载着深刻的信息和复杂的叙事，这些信息和叙事会激起情感和思考。

乔尔艺术中反复出现的一个主题是自然与文明的融合。他的作品经常将野生与建筑并置，鼓励观众思考人类努力与自然世界之间的共生互动。这种二元性反映了人类行为的后果以及和谐或不和谐的可能性。乔尔·雷亚是当代艺术领域创新的灯塔，重新定义了想象和现实的界限。他精湛的技术，加上挑战感知的超现实视觉，创造了一部在深刻层面上产生共鸣的作品。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约太平洋咖啡佛山延展店设计

简米新案速递

叶咔香——苗家头疗

项目背景

叶咔香乃苗语音译，意为：年轻美丽，乌黑长发，叶咔香秘方是非物质文化遗产，系列产品主要应用于头疗养生保健领域，生产工厂座落于贵州省黔南布依族苗族自治州。是专注于头疗养生，集头部亚健康调理和头皮头发养护为一体的全国连锁头疗品牌。随着规模的壮大与市场需求，叶咔香委托简米对其终端 SI 形象进行全新的升级设计。

解决方案叶咔香的历史与传承：

空叶咔香的历史渊源可追溯至明万历年间，庐州知府邱东昌长子邱禾实（1570-1614）21 岁中举，但他却 7 年后才进京赶考，竟是因父亲身患怪疾。一次他在求医访药途中，误入苗家陷阱受重伤，幸得苗家猎人救回苗寨，安置在苗寨老药师处医治。养伤期间他与药师独生女阿韶互生爱慕之情。

药师在得知邱禾实父亲的症状之后，在他伤好离开之时给了他一些苗族草药，惊奇的是邱父顽疾用药后竟逐渐好转。后来，邱禾实便再度回到苗寨向药师求娶阿韶，刚开始药师并未同意，但邱禾实并未放弃，留下来帮药师采药耕作，教苗寨孩子读书写字。几经波折下，药师被邱禾实所感动，不仅同意了这门亲事，还将叶咔香秘方传给了邱禾实夫妇。

而后，邱禾实考取进士并进入翰林院任编修，叶咔香偶被万历帝发现并使用，深感奇异，遂定位为宫廷御用，后来迅速在宫中传开。明朝后，叶咔香作为邱家秘方由邱家传承人继续流传，至今已传承发扬了 15 代。

从文化上，亚洲人比任何一个其他地区的人都容易受“历史背书”的影响，有利于形成良好的品牌口碑。对于购买产品，消费者或多或少都会缺乏安全感，因此我们在终端设计上也继承叶咔香的历史文化传承属性，把苗家文化融入到叶咔香的店铺空间。

苗家头疗

查看完整案例 ↓

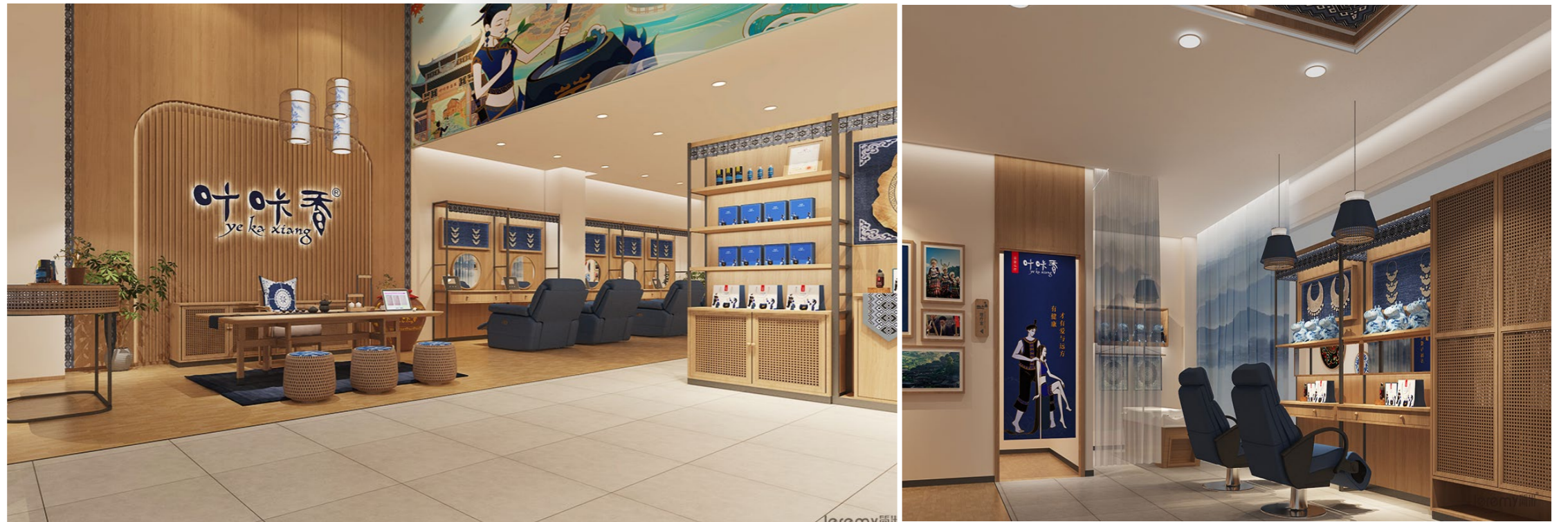
<https://www.jeremycn.com/shows/1/277>



叶味香的产品特色及优势：

苗 = 不同于中药的炮制方法，苗药讲究以鲜草入药，时短而效速。萃取苗药精髓，天然植物古法炮制，苗草炮制，草本原浆，新鲜苗岭本草入药 99 天瓮闷发酵，苗岭山脉蕴育着 2800 多种珍贵苗草，叶味香系列产品为贵州苗药秘方，被授予贵州省黔南州非物质文化遗产，应用于头疗养生保健领域。

根据叶味香的历史传承文化与产品特色优势，结合当下的消费群里年轻化市场环境，我们把苗族文化与现代生活融合，苗文化与现代生活的一体化。梳理出终端环境表现的品牌核心关键词：苗家（苗医、苗方、苗药）、传承（秘方、炮制及技法



| 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。

1 与企业关联

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。



SI 设计 | 马德里 Ta-kumi 餐厅设计

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

该连锁设计项目是餐饮品牌 Ta-kumi 的分店设计，作为一个长期的美食之都，马德里拥有相当多的美食餐厅，Ta-kumi 是一家高档的日本餐厅，位于该市时尚的萨拉曼卡街区的中心，占地 243 平方米。在一栋相当大的 20 世纪 70 年代住宅楼的三层楼上。

代表马贝拉分店的冷静和极简主义概念是该店设计的核心，同时也从日本面料的图案中汲取了丰富的灵感。有趣的是，后一种元素以一种概念性的方式应用了它，为环境和用餐体验增加了一种动态的触感。该场所充满了阳光，但充满了深色木材、水泥和上述织物的环境，在很大程度上保留了一种温馨亲密的氛围，晚上有“温暖”的灯光作为后盾。餐厅设有不同的休息区，包括寿司吧、主用餐区、楼上用餐区，最后也是最不重要的一点，还有一间私人餐厅。



空间设计 | 伦敦海湾国际银行办公室设计

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

海湾国际银行项目将以伦敦为中心的功能与中东遗产无缝融合，体现了环境责任和包容性的价值观。

通过低冲击涂料和英国产品，对可持续性的承诺显而易见。海湾国际银行项目体现了千禧年在超越空间、尊重传统和推动建筑创新方面的艺术。

定制的接待台装饰着 Avonite Artica 饰面，固定了空间，而华丽的照明和几何设计营造了复杂的氛围。除了美观之外，该设计还兼顾了多功能性，可接待会议和国际客人。



VI 设计 | This Slaps 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

这个包装设计项目是为一个虚构的品牌 This Slaps 开发的, 该品牌以社交媒体上的 Z 世代标签为灵感, 重新设计了绷带。该品牌强调了将医用绷带作为 Z 世代的收藏品进行营销的潜力, 探索了推特上贴在所有东西上的标签与绷带、身体伤口上的标签之间的古怪比较。

该设计是印刷, 大胆和鲁莽, 模仿绷带的结构和概念的古怪性质。这个 Slaps 就是要把绷带变成能引起 Z 世代共鸣的收藏品。大胆思考, 面对面思考吸引你注意力的字体和颜色。这不仅仅是设计; 这是一种态度, 一种声明。



> 简米知识分享

照明第 17 讲 | 光的显色指数 (Ra)

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



很多人在选材环节怕被商家坑, 选错颜色, 细心一点的, 会把材料拿到太阳光下去看。这就相当于在应用显色指数挑选材料。

基本概念

在灯光设计中, 显色指数就是用来衡量光源对物体的色彩还原度的。

显色指数最高为 100, 这是最接近太阳光的数值。

日常居住使用的话, 选显指 80 以上的, 就可以得到显色性佳的光源。

光源的显色指数以一般显色性指数 Ra 值区分, 可以规定为三个范围, 显色指数大于 75 的光源为优质显色光源, 越接近 100, 显色性越好; 显色指数在 50 ~ 75 之间的光源, 显色性一般; 显色指数小于 50 的光源, 显色性差。光源的显色指数较低时, 物体在这一光源下会发生变色或失真, 显色指数越低, 变色或失真情况越严重。目前, 印刷行业所用的光源的显色指数一般不低于 90, 彩色摄影、彩色影视等与颜色有关的行业部门也要求用显色指数大于 85 的高显色性的光源



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

