

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 202311 总第134期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

2023年度自然摄影师奖



连锁课堂
VI 设计的基本要素，如何触动顾客？

简米知识分享
照明第19讲 | 灯光在商业空间中的功能

新案 | 太平洋咖啡——一杯一念一世界

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

华润太平洋咖啡 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	
2023 年度自然摄影师奖	008
> 简米案例速递	
太平洋咖啡——一杯一念一世界	010
连锁课堂「店面设计的 5 大禁忌」	014
SI 设计 德国 KIND STORE 眼镜店设计	016
空间设计 伦敦 50 Sport office 体育办公室设计	018
VI 设计 ORGANIC VEGAN 品牌设计	020
> 简米知识分享	
照明第 19 讲 灯光在商业空间中的功能	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



2023 年度自然摄影师奖

> 简米快讯

近日，Nature Talks 宣布了 2023 年度自然摄影师大赛的获胜者！最高荣誉授予来自加拿大的 Jacquie Matechuk。

为了选出类别的获奖者，评委们考虑了艺术才华、引人入胜的构图以及传达深刻艺术成熟感的能力等因素。评委会成员还考虑到摄影师在捕捉决定性时刻、创造发人深省的叙事和展示自然界罕见动作方面的技能。

总的来说，所选图片展示了摄影师在各个类别中展现出的非凡创造力、卓越的技术和讲故事的能力。就让我们一起来欣赏吧！



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约广州小帅富氢水全案设计

简米新案速递

太平洋咖啡——一杯一念一世界

项目背景

好太平洋咖啡于 1992 年在中国香港诞生，2010 年被华润创业收购，成为其旗下唯一咖啡连锁品牌。2011 年，太平洋咖啡正式进入中国内地市场，以好咖啡、好服务、好环境为广大中国顾客的生活注入静谧和温馨。太平洋咖啡以谦卑感恩、卓越品质、诚信务实、创意无限作为品牌的核心价值，携手简米设计吧太平洋咖啡打造成为更受中国咖啡消费者喜爱，且更具有行业影响力的咖啡连锁品牌。简米成为太平洋咖啡战略合作方后先为其全国多家门店开展形象设计。

解决方案

如今的咖啡品牌越来越多，可一直很火爆的却只能几个知名品牌。而太平洋咖啡就是其中一个热款知名品牌，它一直有不错的发展，凭借的是美味的味道，扎实的口碑，才会有今天的成就。

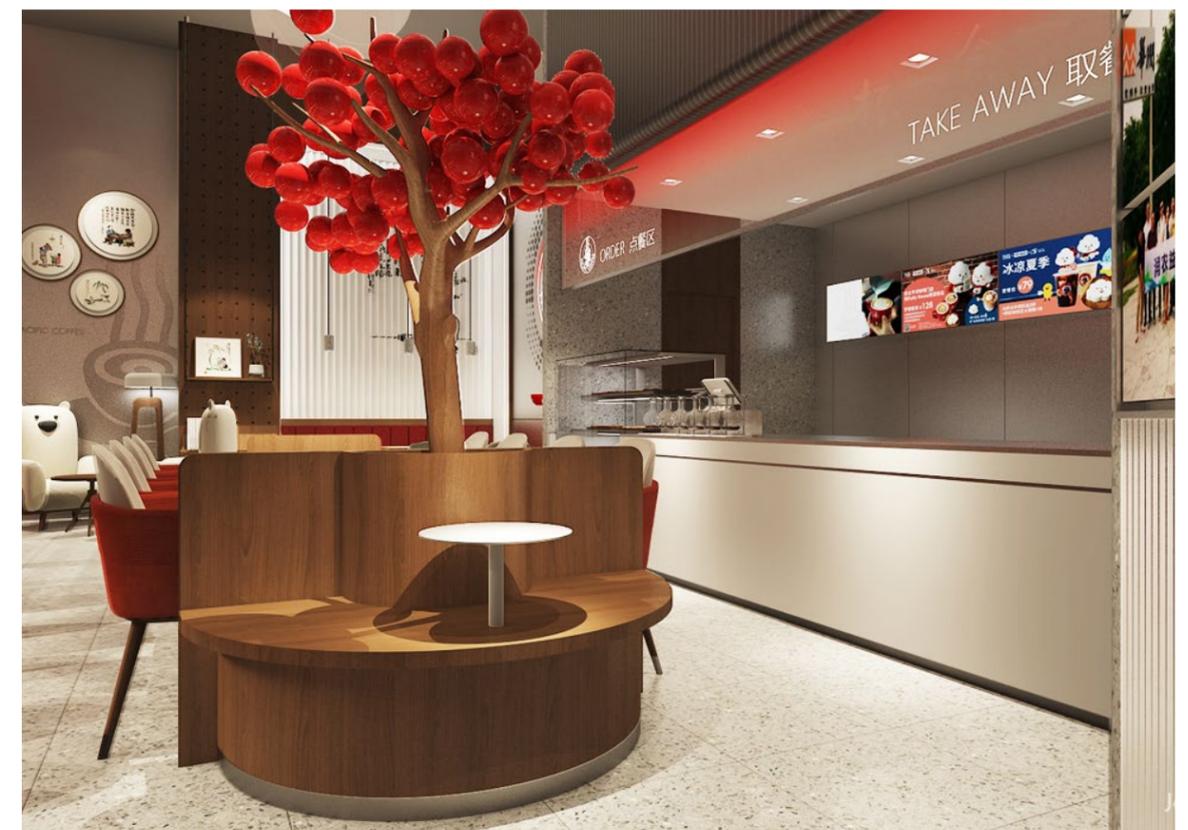
但除了咖啡的品质，空间环境的设计尤为重要，当原有品牌形象无法跟上时代时，不可能靠原有品牌形象来竞争。

特别是像太平洋咖啡这样发展多年的一些传统品牌来说，更需要品牌的升级，更需要新鲜的血液给品牌更多的内容。

一杯一念一世界

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/280>



设计呈现：

太平洋咖啡定位中西文化融合，充满书卷气的咖啡品牌。同时面对日渐趋于年轻化的消费群体，我们在继承太平洋咖啡传统文化基因的同时大胆创新，通过设计体现品牌内涵提升品牌价。

设计从灯光、色彩、造型、氛围等全方位各环节出发营造可玩可休闲的体验场景，体现太平洋咖啡专业的现磨咖啡连锁品牌。

提炼品牌 LOGO 元素进行装饰，以增强识别，人性化处理等细节考虑使顾客用餐更舒心，整体空间设计继承品牌核心基因的基础上设计年轻化、时尚感，使整体品牌形象体现生活美学理念，使顾客进店能获得环境的舒适感以及愉悦感。



| 连锁课堂 |

VI 设计的基本要素，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

VI 是企业文化理念的视觉效果化，根据企业形象广告、标志、商标 logo、知名品牌、包装设计、企业内部自然环境合理布局和厂容厂貌等新闻媒体及方法向大家主要表现、传递企业文化理念。CI 的主要目标是根据公司行为识别和企业视觉识别系统传递企业文化理念，塑造企业品牌形象。

1 忌 VI 设计取得成功因素

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？

2 忌门店的色调随便

发展趋势趋景

1、可以是大家人群很草率的就与其它相近公司鉴别起来，而且有着这突出的品牌形象特征，最后让公司在市面之中有着与众不同不可替代的功效，必须把握公司在市面之中的部位，最后产生企业的关键知名品牌资产。

2、出色的 vi 还可以向销售市场传递企业的人文理想化，让用户认识到大家了解大家，而且记牢大家，以视觉效果的技巧加强企业在人民群众心中的印象，并且保持良好的交互设计可以让大家第一眼就觉得企业很靠谱很可靠，具有了至关重要的推广功效。

3、用和其它公司不一样的视觉效果方法技巧，让顾客对大家企业推行的商品及其服务项目，造成最高的信任感，在经过中后期产品的推广经营及其优良的服务项目，让大家对咱们的知名品牌造成依赖感。

4、vi 设计方案还能对公司的职工对公司有信任感，提高全部队伍的魅力，没有一个企业统一的个人形象标记，就如同失去生命的设备，那麼大家所可以给予的业务商品也是并没有独特的，这对大家精英团队职工的斗志也是一种打压，没法激发全部企业团队。

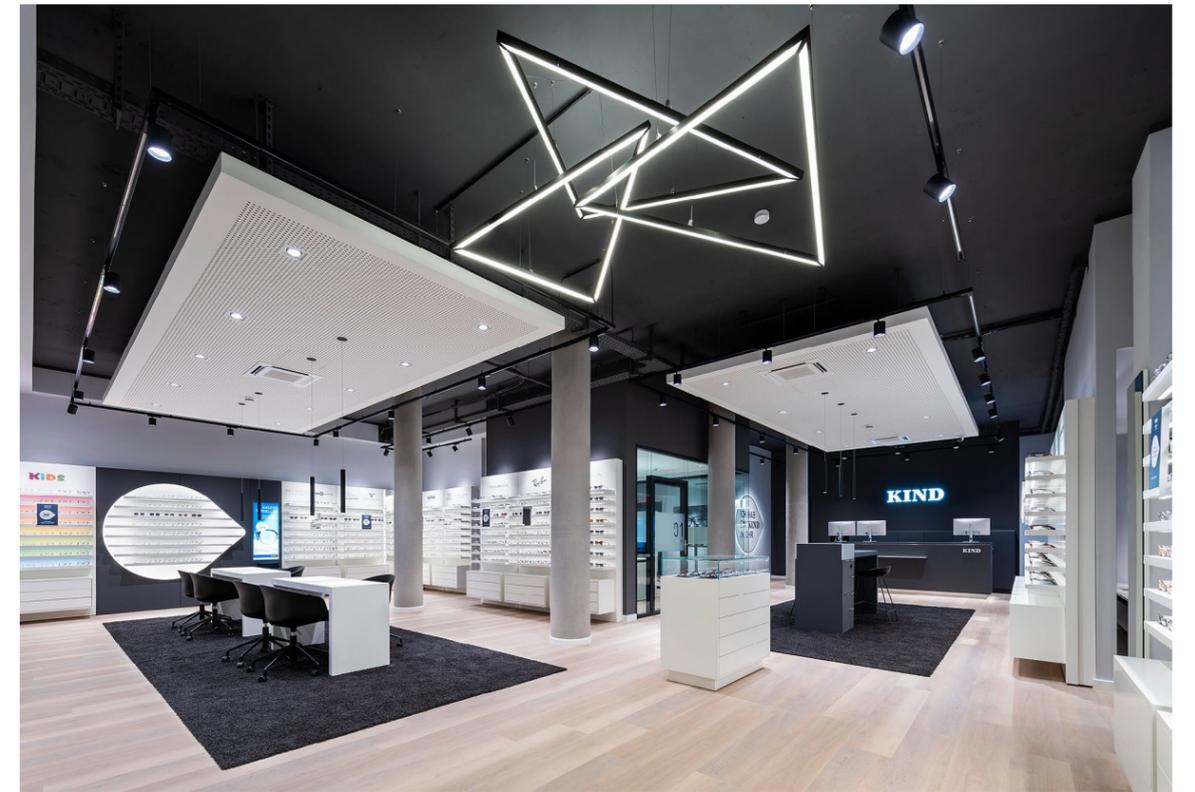


SI 设计 | 德国 KIND 眼镜店设计

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

这家眼镜店设计的位于纽伦堡的黄金地段, 面积超过 300 平方米, 其现代、棱角分明的形状设计与部分圆形、有机的形状相结合, 吸引了新的消费群体。产品陈列放在前面, 客户应该很容易找到。

该店铺设计了一个等候区和一个儿童游戏角被整合在一起, 以避免交叉路口。与以前不同的是, 一楼的听证会工作室被放在前台。在这里, 一位声学专家的作品被公开呈现。得益于隔音玻璃, 一个安静的休息区仍然得到了保证, 除了正面外观外, 销售区的客户也可以使用。为了在咨询区营造额外的氛围, 使用了带开放式黑色天花板的吊顶帆和周围的电力轨道作为基本照明。光线分布营造出柔和柔和的光线感觉, 让客户感到放心。上层有一个抽象的灯光雕塑的开口既是一个引人注目的地方, 也是一个建筑焦点, 使两层楼融为一体。

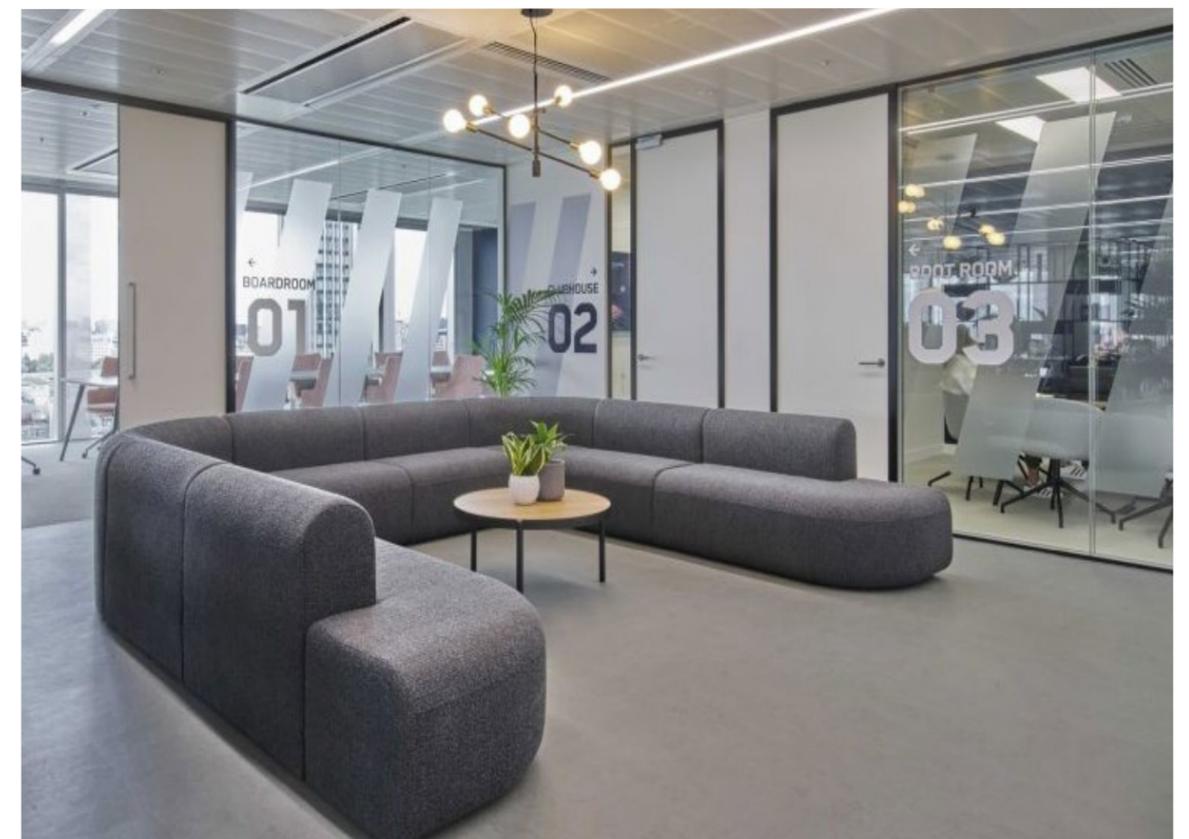
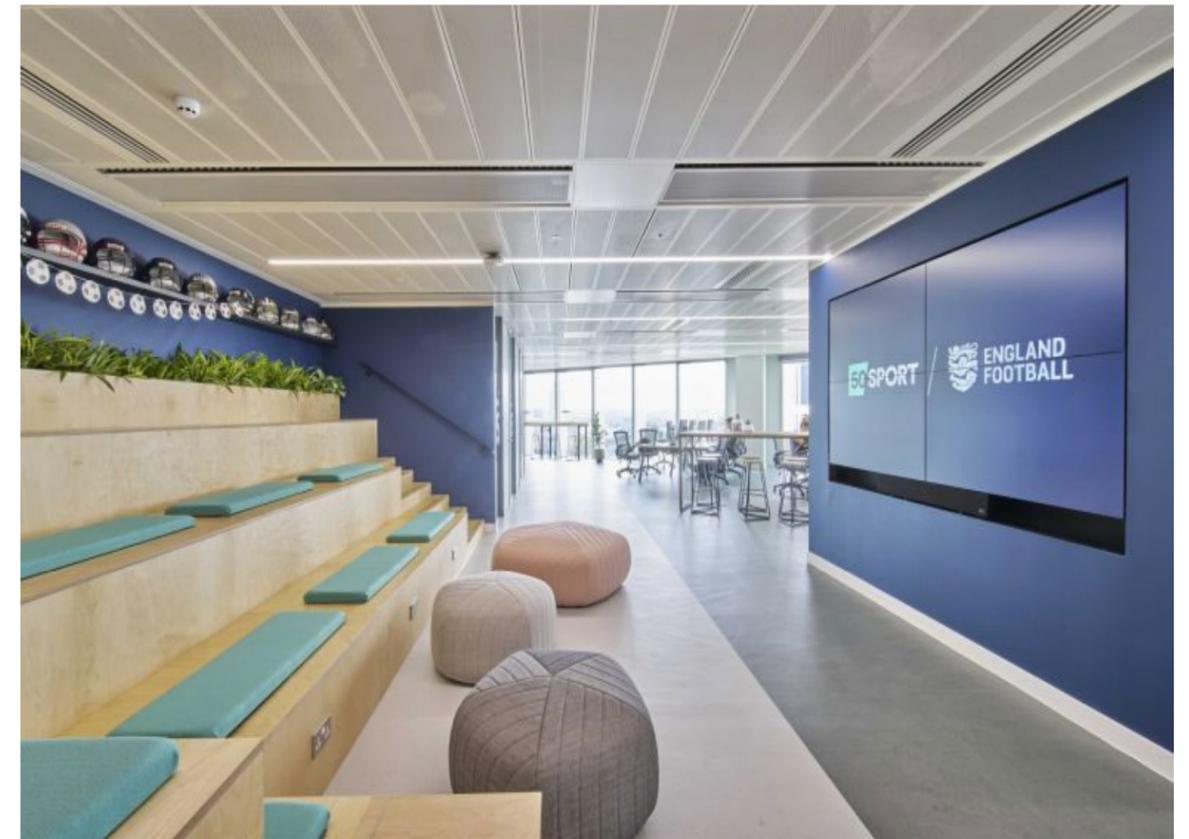


空间设计 | 伦敦 50 Sport office 设计

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

50 Sport 是一家专门从事体育营销的著名创意机构, 它开始了搬迁其不断壮大的团队的旅程。这家屡获殊荣的经纪公司的客户名单不断扩大, 其中包括卡塔尔航空公司、NBA 欧洲和国际足联等知名公司, 因此其规模已经超过了之前在霍尔本的办公室。为了寻找新家, 在考文特花园和黑修士之间的中城建造了四栋潜在的建筑。经过仔细考虑, 黑修士路 240 号成为新总部的理想地点。

这个令人惊叹的空间不仅可以欣赏到城市的全景, 包括 OXO 大楼和 the Shard 等标志性地标, 而且与该机构的愿景和发展轨迹完美契合。他们的工作围绕着体育领域的创意和数字营销展开, 这些元素在很大程度上影响了他们新工作空间的设计。该公司的品牌和服务在塑造环境方面发挥了关键作用。

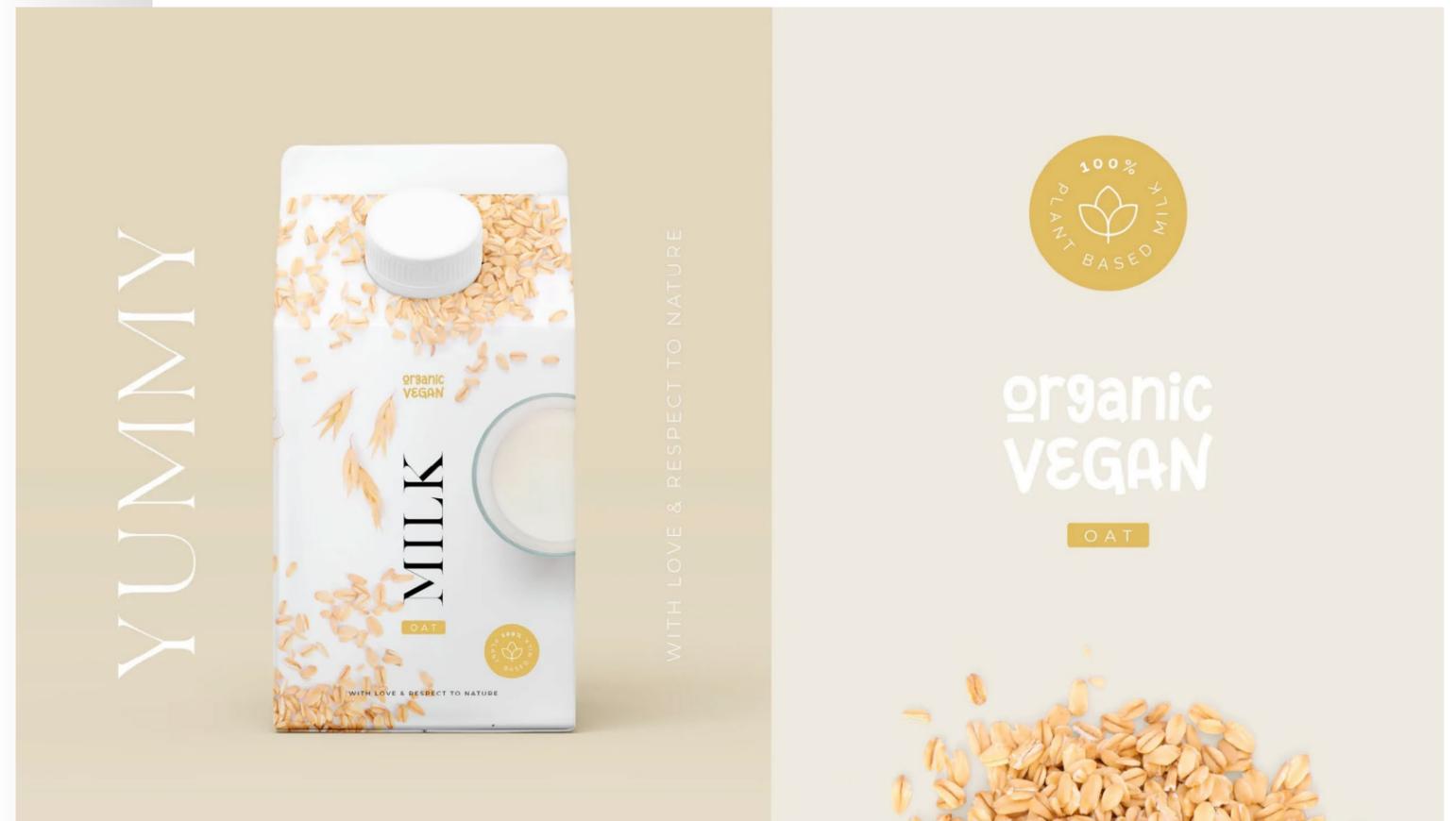


VI 设计 | ORGANIC VEGAN 品牌设计

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

该 VI 设计是 ORGANIC VEGAN- 为植物奶项目创建的设计, 创造了一个有吸引力、清爽、非常干净的视觉参考, 第一眼很容易识别, 令人难忘。通过新鲜的色彩和生动的摄影作品的结合, 创造出新鲜感和浓郁的味道。

This VI design was created by ORGANIC VEGAN for the plant-based milk project, creating an attractive, refreshing, and very clean visual reference that is easy to recognize at first glance and unforgettable. By combining fresh colors and vivid photographic works, a sense of freshness and a rich flavor are created.



> 简米知识分享

照明第 19 讲 | 灯光在商业空间中的功能

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



对于商业空间来说, 照明不仅满足商业体夜间运营的功能性需求, 更是消费引导的重要方式。根据功能分类, 大致分为

基本照明

基本照明是灯光在空间中最基本的设计功能, 用以减少空间的明暗差别, 但基本照明在设计时并非单一排列, 而是会从水平照度和垂直照度两个维度进行考量。

重点照明

一般用在珠宝首饰、手表等小体积的商品品类中, 用以吸引顾客, 增加购买欲。照度一般取基本照明的 3-6 倍, 常采用投射灯, 在物体前斜上方投光突出, 但具体的投射灯种类也是随着商品的种类、大小、展示方法而不同。

装饰照明

还有购物中心会利用窄光束灯具照射局部空间, 与周围形成强烈的亮度对比形成视觉效果。

这种照明更加强调的是艺术的偏向, 对空间形象起到深度美化作用。

和谐

最后, 灯光一定要和谐, 过于复杂甚至杂乱的灯光会让人不舒服。所以, 具有高颜值、个性化、体验氛围感的空间照明设计, 除了在提高了视觉美感的同时, 也让大众性的商业空间具有亲和力。



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

