

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 202403 总第137期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

简米2024版案例集发布!

连锁课堂

「简米2024版案例集发布!」



简米知识分享

照明第20讲 | 防三个灯光常识

新案 | 北京 像数健康中医诊所SI设计

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

北京像数健康智慧中医诊所 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

简米 2024 版案例集发布! 008

> 简米案例速递

北京像数健康智慧中医诊所 SI 设计 010

连锁课堂「品牌终端设计之店面氛围」 014

SI 设计 | 里斯本 Proman office 办公室设计 016

店铺设计 | % Arabica flagship 咖啡店设计 018

VI 设计 | 墨西哥 TLALOCAN 龙舌兰酒品牌设计 020

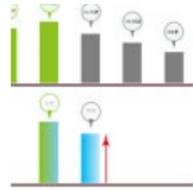
> 简米知识分享

照明第 20 讲 | 三个灯光常识 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



简米 2024 版案例集发布!

> 简米快讯

近日, 简米设计重磅发布 2024 年版本案例集, 通过该案例集, 简米深度从多年经验及专业角度, 向大家展示如何成功打造连锁品牌, 当下品牌竞争的最终落点是产品和体验; 一切与品牌相关的设计是为了品牌服务, 而品牌的基础——产品、服务需要满足消费者的核心需求, 否则品牌无从谈起。

通过简米设计方法论: 我们需要研究谁是我们的购买者 (卖给谁?), 分析消费者为什么购买我们的产品 (核心卖点?), 怎样让消费者记住我们 (个性化), 怎样持续的购买 (战略)。简米的 360 度整合设计是从品牌定位出发, 确立品牌气质, 将平面视觉与店面终端完美融合, 用标准科学的方法和工具实现打造连锁品牌持续生命力。



包柱能有效分流, 并能形成全店的视觉亮点



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约广州润德教育 SI 设计

简米新案速递

北京像数健康智慧中医诊所 SI 设计

项目背景

北京像数健康管理有限公司（以下简称“像数智慧中医”）为北京鹰之眼智能健康科技全资子公司，利用母公司领先的红外自动检测诊断技术与互联网医疗平台，结合自身特色、有效的疾病干预治疗能力，为客户提供定制化、专业化健康管理服务。

其以“检诊疗评管”一体化的服务模式引领中医健康管理的创新发展，通过与多方合作能够在全国快速部署实体网点构建完善的健康管理运营服务体系，并将前沿的中医可视化科研成果应用于健康评估、疾病预防、慢病康复等全生命周期健康管理服务领域。截至目前，像数健康已在北京、广州、天津、长沙、郑州等全国多个省市落地。

AI+ 红外医学

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/283>

解决方案

像即“未病诊断”是用现代科技结合传统中医理论，通过红外、AI、大数据等技术望闻问切；数即“未病治疗”是以科技中医诊断为基础，通过中药、针灸、理疗、保健等方式精准治疗。在做设计之前，我们先对像数健康与市场、消费者之间的关系进行梳理。

像数健康是做什么的：智慧中医、中医健康管理。从健康评估到解决方案，为全民提供医疗级的全生命周期一站式智慧健康管理服务。

品牌与社会的关系：用科技弘扬中医，让中医守护健康。

消费者的情感印象：科技 中医。

一句话说明白产品主张：通过“AI+ 红外医学 + 特色中医”为客户提供一站式、全生命周期、医疗级的健康管理服务。

品牌与众不同的核心之处：1、医疗级全生命周期健康管理：从健康评估到解决方案，为全民提供医疗级的全生命周期一站式智慧健康管理服务。 2、像数拥有最先进完备的中医科诊疗设备与整店输出能力。

三个关键词描述品牌：AI、红外医学、特色中医。

像数健康要做什么：医疗窗口前移从“治已病”到“防未病”开创新的推出医疗级管理服务连锁品牌。



品牌定位梳理

三个关键词描述品牌：AI、红外医学、特色中医。

像数健康要做什么：医疗窗口前移从“治已病”到“防未病”开创新的推出医疗级管理服务连锁品牌。

消费群体：像数健康的消费群体定位在 10 岁以上的各年龄段，他们可能是儿童、青年、中年及老年人，他们热爱健康、崇尚科技、也相信中医。

场景呈现：新中式与现代科技感的平衡结合



产品服务梳理

1、产品 / 服务的特征：1、线上线下一体化的医疗和健康管理服务。2、检、辨、调，从评估到解决方案完整闭环。

2、产品 / 服务的卖点：1、传统中医与现代科技相融合的红外中医可视化检测，检测无创、无痛、无辐射。2、检、辨、调，从评估到解决方案完整闭环。3、线上线下一体化的便捷服务。

3、产品 / 服务系列：包含检测系列、评估系列、干预系列。

通过对像数文化、市场、消费环境的梳理，设计上我们通过设计来体现品牌内涵，提升品牌价值，使顾客进店能获得体验的舒适感以及愉悦感，从灯光、色彩、造型、氛围等全方位各环节出发营造具专业感的科技中医健康场景，让每一位客户轻松、便捷地获得“治未病、管慢病、防大病”的尊贵服务体验。

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体验更舒心。整体调性干净利落不失温馨，在科技感的冰冷中与传统中医文化相平衡。在满足功能的同时，让像数健康所希望传达给社会的气质印象与消费者认知同频。



| 连锁课堂 |

品牌终端设计之店面氛围

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

店面氛围在整个品牌终端设计中也非常重要, 无论是产品型终端还是服务型终端等。一个良好的店面氛围是吸引消费者的一个重要因素, 能够让顾客产生一种亲切感以达到提高销售的目的。氛围是通过感知得到的, 而与感知相关的便是人的视、听、味、触、嗅觉五觉, 通过在感知上的精心设计以此提高消费者到店的体验感。

一. 区域划分

店面设计一开始应该先考虑区域的划分。不同于住宅设计中有起居室、餐厅、厨房加两个或三个房间的固定格局。

连锁店注重效率, 设计时会重点考虑动线和座位的设置。长期积累的经验证明这样确实有利于经营, 但一成不变的格局缺乏新意。例如很多时候客人去餐饮店里不仅是为了享用美食, 也为享受舒适的店内环境。因此, 可以在设计上添加新意。

二. 灯光照明

在灯光的设计上首先要保证基础的照明, 相较于空间或道具的本身材质, 灯光对整体色彩的影响更大。

灯光可以让商品更有价值感, 也可以让商品瞬间贬值。而且店铺照明灯具也是部分终端店面的重要装饰。通过灯光设计可以实现存在感、注意力、兴趣点、吸引力、诱惑力五个目标, 为终端带来销售。

三. 座椅种类

座位种类繁多, 采用什么样的座位、不同的座位如何分布, 与整个店的氛围、特色密切相关。因此, 首先要预估通常客人是独自一人还是几个人一同前来。例如来拉面店的客人大多是独自一人, 因此吧台座和可以拼桌的大餐桌更合适, 而去餐厅吃饭的顾客一般三五成群, 可拼可拆的餐桌能灵活应对。

像形式多样的座位出现在统一空间, 能够让气氛更随意。入口处附近放置高脚凳, 能给人留下轻松随意的印象, 逐渐往里变成沙发, 又会增加一定的稳重感。

四. 终端陈列

当消费者进入一个门店后, “产品” 将是整个店面的主角, 陈列道具在终端设计中用于产品衬托营造空间氛围。陈列道具不仅能突出产品的优点, 同时能体现品牌的形象。

陈列要有主次, 由点及面, 由面及块, 整体划一, 丰富有序。简单来说, 陈列要做到整洁、规范、合理、和谐。陈列应遵循一定的步骤, 首先要确定主客流方向, 其次要了解店铺分区, 最后确定陈列规划。

陈列手法可以分为五种: 场景陈列、重复陈列、层次陈列、对比陈列、对象陈列。

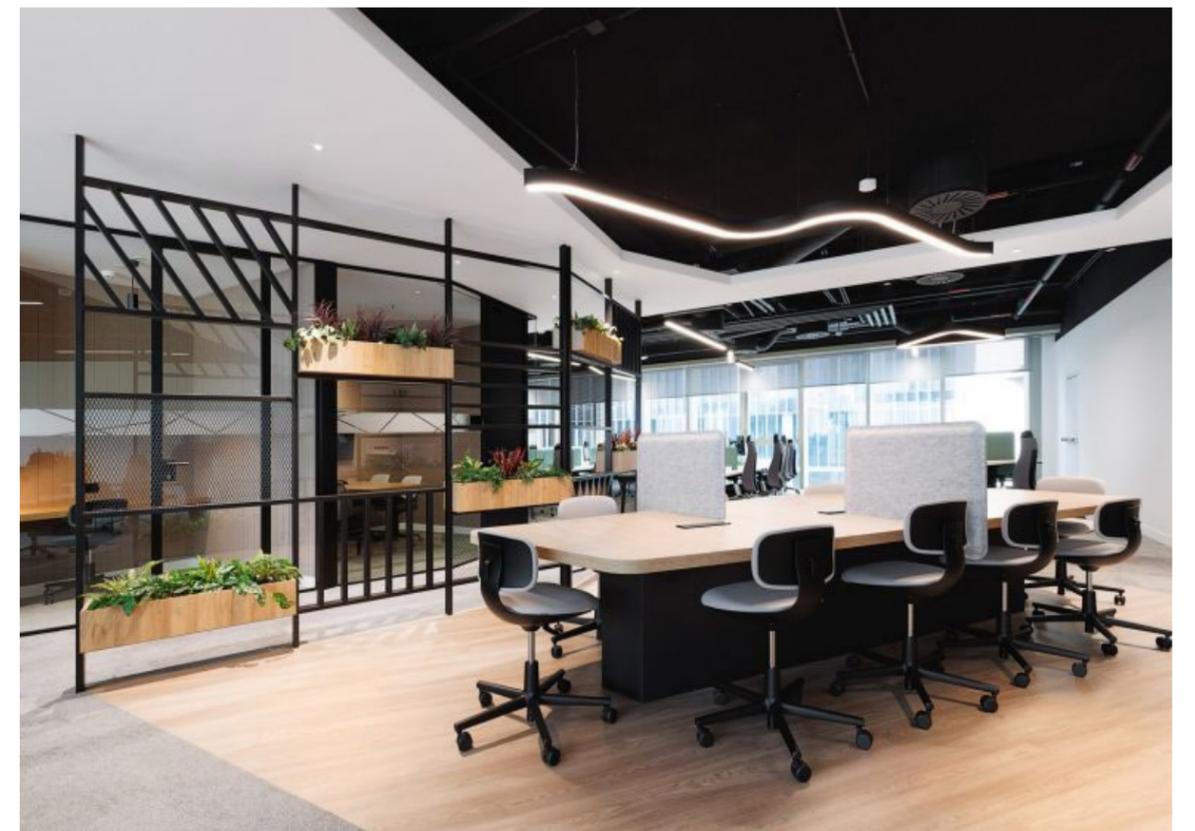
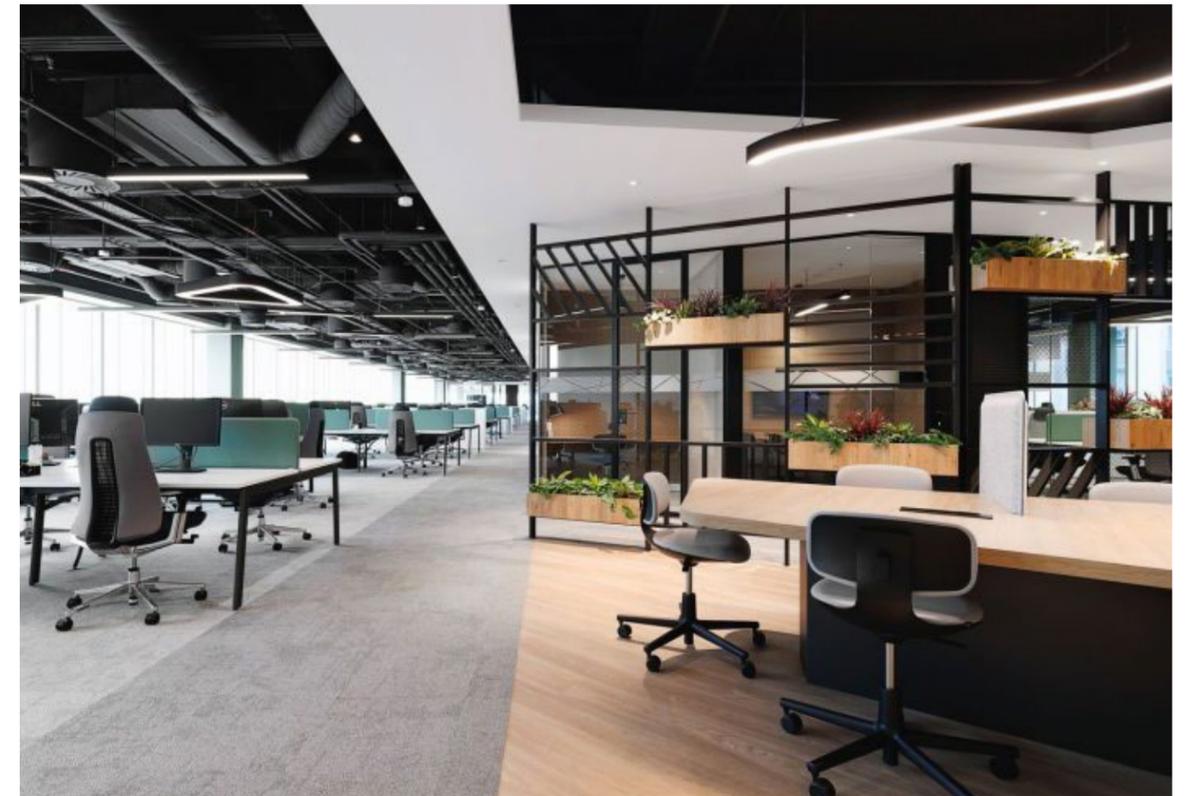
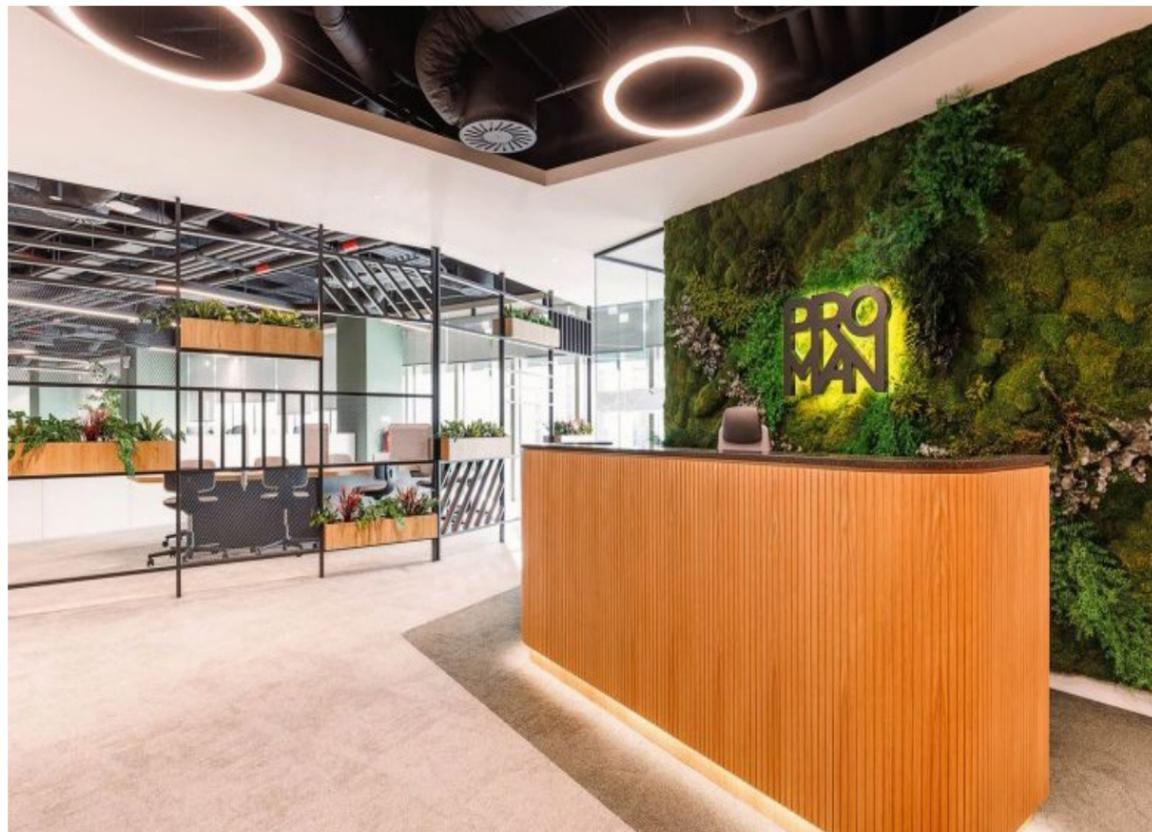


SI 设计 | 斯本 Proman office 办公室设计

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

Proman 成立于 1984 年, 是一家领先的天然气产品公司。它也是世界上最大的甲醇和化肥生产商之一, 业务遍及多个大洲。在葡萄牙, 这家瑞士公司将其卓越的项目管理、工程和建设中心设在石化、能源、石油和天然气行业。

Proman 在里斯本的新办公室设计利用位于 Parque das Naes 的 Lumnia 大楼的原始配置, 开发了一个充分利用自然光的办公室, 将工作区域定位在靠近立面的位置, 从而允许各种空间之间的流体循环, 并为工作创造理想的条件。除了开放空间外, 还创建了几个会议室和协作室、非正式工作区、电话亭、休息室和一个大型自助餐厅, 证实了办公室的多功能性。

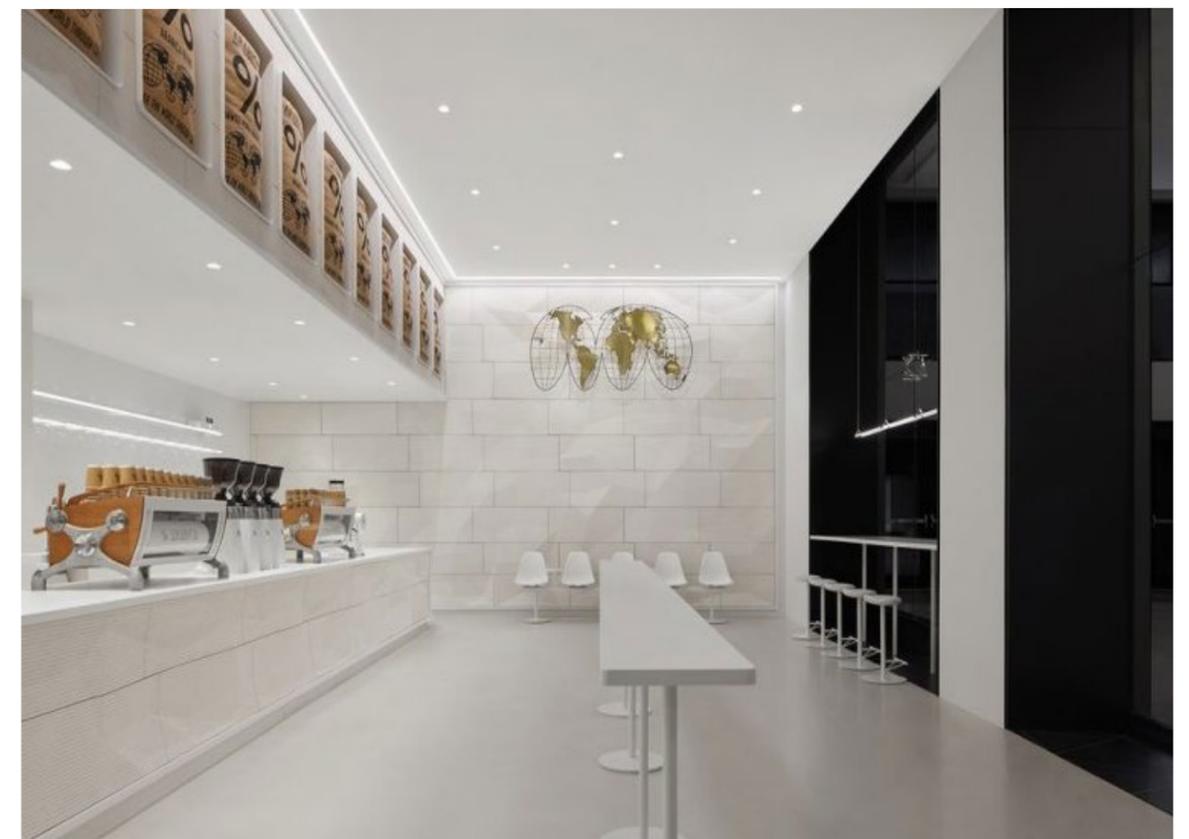


店铺设计 | % Arabica flagship 咖啡店设计

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

该连锁设计项目是 % Arabica flagship 咖啡店位于加拿大多伦多历史悠久的联合车站的旗舰店开业。灵感来自周围景观的地质和冰川形成。设计灵感来自冰川冰、褶皱岩石和下伏基岩地层的分层之美，这个空间由地板到天花板、多面墙地形定义。

该连锁店设计整体表面由 172 个刻面块组成，这些刻面块是由 3452 层堆叠的石膏墙板精心雕刻而成的。石膏墙板是一种普遍存在的建筑材料，通常来源于该地区，但在这里以独特而非凡的方式使用。



VI 设计 | TLALOCAN 龙舌兰酒品牌设计

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

TLALOCAN 是墨西哥手工制作的限量版优质梅斯卡尔龙舌兰酒。该产品 VI 设计的灵感来源于该国的神话文化，围绕着雷电之神特拉洛克。从这种神性中，我们得到了 TLALOCAN 的名字，通过瓶子，我们看到了一些小细节，这些细节将我们提升到了这个象征性的世界，在这个世界中，我们可以识别出标签正面与之相关的元素。瓶子通过 360 度旋转来保持“袖子上的王牌”，这是神性的启示。

这样一来，设计就与众不同，引人注目。通过这种方式，它实现了通过梅斯卡尔作为纽带，讲述一个具有人物性格的故事，这代表了阿兹特克神话的关键部分。其目的是通过日常生活重新评估文化遗产。这，达到了历史的当代性。



> 简米知识分享

照明第 20 讲 | 三个灯光常识

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



带有防眩技术的灯具, 从侧面看过去, 你很难判断它亮没亮, 但房间明显的通透了。这就是无主灯照明设计中常提到的“见光不见灯”。防眩的灯具通常有以下这几大类:

1. 功率越大的灯, 不一定越亮

= 很多人买灯都想要买更亮的灯, 就会选择功率(瓦数)更大一点的灯, 比如原来是 10W 的, 嫌不够亮, 就换成 20W 的。

但实际上: 瓦数越大的灯, 未必就是越亮的。瓦数并不是亮度单位, 它是表示光源在达到一定发光亮度(光通量)时需要消耗的电量。

2. 灯光越亮, 未必越刺眼

通很多人在买灯的时候, 可能有这样一个想法, 就是: 光线不能太亮, 否则就会刺眼。但其实光线之所以会刺眼, 一般并不是因为太亮, 而是因为这个灯它的发光方式是直射光, 没有做漫射处理, 直打到了眼睛里, 产生了眩光, 所以才会觉得刺眼。

3. 灯光还能正常亮, 不代表灯光没问题

很多灯看着能正常亮, 也不频闪, 好像还挺好的, 但如果这时候你去测它的光线质量, 就会发现, 它的质量早就大不如前。

我们检测了近万户家庭, 发现几乎所有家庭的灯光都存在问题: 照度不足、显色性差、色温不统一、灯珠外露、光线均匀度过低等问题, 但因为这些灯作为照明都足够的, 我们也不会想着去更换它。

这些劣质的灯光就是导致近视的重要因素之一, 长期处于劣质光照环境下, 轻则眼睛容易疲劳、干涩等症状, 重则可能患上近视、弱视等疾病。



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

