

简米月刊 JEREMY MONTHLY

2025/07 总第150期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

2025广州设计周主视觉正式发布



简米月刊 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

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



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

灸匠烤（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

2025 广州设计周主视觉正式发布 008

> 简米案例速递

灸匠烤——为人民烤肉 010

连锁课堂「解锁连锁门店 SI 设计密码：氛围到陈列」 014

SI 设计 | 阿姆斯特丹 Louis Vuitton 店面设计 016

店面设计 | 伊斯坦布尔 Decovita Etiler 展厅设计 018

VI 设计 | IVIA-Typora Studio 的护肤品形象设计 020

> 简米知识分享

解锁 SI 设计赋能的店铺盈利复制密码 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



2025 广州设计周主视觉 “亲爱” 正式发布

> 简米快讯

广州设计周作为亚洲地区规模较大、影响力广泛的设计产业盛会，自 2006 年诞生以来，始终致力于推动设计行业的发展与交流。经过 19 年的不断创新与发展，已成为连接设计师、企业、品牌与市场的重要平台。每年，广州设计周不仅展示最新的设计理念和作品，还为行业提供丰富的交流与合作机会。对于企业、设计师和相关从业者来说，参与此次盛会可以获得广阔的场景应用资源，拓展合作渠道，激发创新思维，推动设计在实际生活和产业中的深度融合。本文将从场景应用的角度，详细介绍 2025 年广州设计周的具体内容与参展指南，帮助相关人士更好把握此次行业盛会的核心价值。

广州设计周一直秉持“伙伴天下”的运营理念，注重构建合作共赢的生态系统。至今已建立起超过 30 个国家、200 座城市的合作伙伴网络，为不同地区的设计力量提供交流平台。通过举办一系列国内外知名的展会、奖项、论坛和游学活动，为设计师提供了丰富的学习和实践机会。这种多元化的场景应用，使广州设计周成为连接产业与市场的桥梁，也是设计师“发现灵感、激发思维、展示成果”的重要家园。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约伊彩笛女装 VI 系统设计

简米新案速递

灸匠烤——为人民烤肉

几位年轻的创业者凭借敏锐的商业嗅觉决定创立一个烤肉品牌，联系上简米后，我们开始深度沟通，为其梳理品牌脉络，确定核心定位。作为首家落地门店，其单店店盈利模型极为重要，需要有明确品类聚焦（核心优势借助视觉及语言进行快速传播）、超强的运营效率（店铺动线、坪效）、以及年轻化的品牌营销（以年轻人的视角去做传播要素）。

策略梳理 Strategy carding

简米项目组快速梳理出以下是核心信息

品牌名称：灸匠烤（谐音“就这样烤”）

关键词：烟火气、接地气、鲜活、炭烤、现切、鲜价比

品牌理念：专注炭烤肉，匠造好味道

以年轻人的语言梳理出以下与品牌相关的传播语：

天生好肉

火匠知肉魂，原切不将就

火候级快乐，新鲜不用等

让脂肪和火焰自由恋爱

先品原肉香，后蘸秘制酱

真正牧孤牛

为有人民烤肉



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/296>

元素的抽象表达

• 剪纸镂空之韵

图形标志以方形框架为载体，线条交错切割，形成剪纸般的镂空效果，简约勾勒烤盘、炭火意象，传承剪纸艺术“以刀代笔”的雕琢美感。

• 中式构图之序

整体布局遵循对称平衡原则，图形的方正轮廓、文字标志的硬朗结构，均体现中式美学对规整、和谐的追求，暗合传统艺术的秩序感。

• 传统现代之融

将剪纸镂空技法、中式构图精髓，与现代设计结合，刚劲字体藏书法底蕴，鲜明用色延续传统美学的纯粹表达，实现中式元素的当代创新演绎。



Jeremy 简米



门店体验空间

坪效最大：全开场式就餐区 + 入口透明式厨房与环形形象墙结合加料台设计，将传统烧烤店的动线效率提升 30%，同时让「现切牛肉 + 烤制过程」成为视觉营销亮点；

情感溢价：空间中植入的「口语传播要素」，使品牌在社交媒体自发传播，客群中年轻女性占比达 65%；

模式复制：标准化的 VI 视觉系统与模块化的 SI 空间设计，为品牌后续连锁扩张奠定基础，首店数据打造成单店盈利模型后便可快速复制扩张。

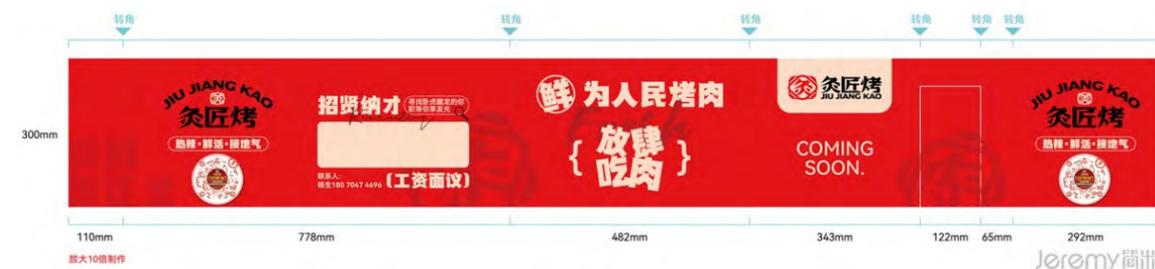
门头展示：突出 灸匠烤品牌名称结合“为人民烤肉”“火已烧旺 肉还在跳”提升情绪价值。

入口展示：运用木质门窗、竹椅、石墙等自然材质；开放式窗口设计增强内外联动，玻璃门窗展示店内陈列；工业风水泥地面与木质温暖质感结合，强化“烤肉”主题的市井体验感。

明档区域：同外立面入口区域材质与风格相呼应，突出“现切·无加工”“肉的出厂设置”等。

就餐区域：强调“现切·现拌”“秘制蘸酱”“先品原肉香后蘸秘制酱”等，材质与风格统一。

道具模块：桌椅、墙面、蘸酱台等均以标准化道具形式便于形象、成本、效率等要素管控。



| 连锁课堂 |

解锁连锁门店 SI 设计密码：氛围到陈列

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

品牌定位的空间转译

SI 设计的起点是对品牌定位的深度解构。简米设计在服务 "沸城酒之航" 时，基于其 "都市酒文化地标" 的定位，采用深棕色木质陈列架与暖金色灯光系统，在白酒区打造 "酒窖式" 体验空间，同时通过墙面的酿酒工艺壁画传递品牌文化。这种将抽象定位转化为具象空间的设计，使顾客进店后能立即感知品牌核心价值，据统计该设计方案使顾客平均停留时间延长至 12 分钟，较普通门店提升 40%。

色彩系统作为 SI 设计的视觉锚点，需严格遵循品牌调性。面向年轻群体的连锁品牌，SI 设计多选用活力鲜明的色彩组合，如荧光绿与亮橙色的碰撞；而高端健康品牌则倾向于使用浅蓝、米白等柔和色调，如安琪纽特门店的绿色系视觉体系，不仅强化了 "自然健康" 的品牌认知，还使顾客对产品的信任感提升 25%。SI 设计通过色彩心理学原理，将品牌价值转化为顾客的情感共鸣。

空间布局的体验优化

标识系统的记忆构建

SI 设计的标识系统需兼具辨识度与品牌一致性。简米设计为 "易佰" 连锁打造的标识体系，采用模块化设计——基础 LOGO 搭配可更换的季节性装饰元素，既保持品牌视觉统一，又能根据节日灵活调整。在材质选择上，高端品牌多采用金属烤漆标识，如珠宝店的玫瑰金 LOGO；快时尚品牌则偏好亚克力发光材质，确保全天候视觉冲击力。这种差异化的标识设计，使品牌在 30 米外即可被顾客识别，显著提升门店引流效率。

灯光设计作为 SI 设计的 "情绪调节器"，能精准塑造空间氛围。在东方倍力健康食品店中，SI 设计采用 "基础照明 + 重点照明" 的组合方案：整体空间使用 4000K 自然光保证明亮通透，同时在新品区设置 2700K 暖光射灯，突出产品质感。科学的灯光设计可使商品色泽还原度提升 20%，顾客对产品新鲜度的感知度提高 15 个百分点。



通用陈列原则的 SI 设计应用

"同类集中陈列" 在 SI 设计中表现为主题化场景构建。简米设计为母婴连锁设计的 "育儿解决方案区"，将奶粉、奶瓶、纸尿裤等关联商品按使用场景分组陈列，搭配卡通造型的陈列架和墙面育儿知识图解，使该区域客单价较普通陈列方式提升 60%。这种将 SI 设计的场景思维融入陈列策略的做法，有效刺激了连带购买。

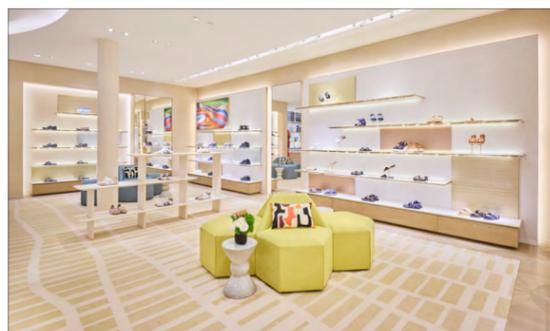
"畅销商品黄金位" 陈列需结合 SI 设计的动线规划。在便利店 SI 设计中，收银台附近的 1.3-1.5 米高度被定义为 "高转化区"，简米设计在此区域设置倾斜式陈列架，陈列口香糖、能量饮料等冲动购买商品，配合顶部 LED 屏播放促销信息，使该区域商品销售占比提升至门店总销售额的 25%。SI 设计通过空间布局与陈列道具的双重优化，最大化畅销品的销售潜力。

SI 设计 | 阿姆斯特丹 Louis Vuitton 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

阿姆斯特丹史基浦机场, 欧洲主要枢纽机场之一, 正在转变策略。该机场以其卓越的购物设施而闻名, 传统上设有充满令人垂涎的免税商品的制服零售空间。但潮流已经转向。继 Gucci 和 BALENCIAGA 独立品牌店开业后, 随着路易威登精品店的到来, 机场的奢侈品零售再次扩大。Louis Vuitton 专卖店位于洲际航班出发大厅的空侧, 面积约为 200 平方米。

(2153 平方英尺) 占据了一个独立的四方形结构, 其引人注目的立面由起伏的板条和五颜六色的光带组成。Inside 由内部设计, 设计优雅, 展示不同的路易威登系列, 包括女士包、鞋子、眼镜和香水, 以及男士鞋和城市指南。与许多其他路易威登零售空间类似, 店内也有艺术品, 旨在提升购物体验。最引人注目的作品是 Florencia Vual 的彩色图腾, 其中融合了布鲁塞尔荷兰艺术家 Hadassa Emmerich 的作品。



Amsterdam Airport Schiphol, one of Europe's major hub airports, is shifting gear. The airport is already known for its excellent shopping facilities, and has traditionally hosted uniform retail spaces brimming with coveted tax-free goods. But the tide has turned. Following the inauguration of standalone branded stores of Gucci and BALENCIAGA, events we've covered in previous posts, luxury retail has once again expanded at the airport with the arrival of a Louis Vuitton boutique. Situated airside, in the section of the departure hall for intercontinental flights, the Louis Vuitton store measures approx. 200 sqm. (2,153 sq.ft.) occupying a standalone boxy structure with a striking façade comprising undulating slats paired with a colourful light band. Designed in-house, the Inside features elegantly designed settings which present different Louis Vuitton collections, including



店面设计 | 伊斯坦布尔 Decovita Etiler 展厅

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

Gonye Design 位于伊斯坦布尔的 Decovita Etiler 展厅将现代功能与历史参考无缝融合，创造了一种沉浸式的体验，庆祝陶瓷艺术和当代设计。

伊斯坦布尔 Etiler 的 Decovita 商店是为土耳其最年轻的陶瓷瓷砖品牌之一设计的，与伊斯坦布尔室内建筑公司 Gonye Design 的创始人 Yelin Evcen 和 Günül Ardal 合作，为用户提供令人惊讶和实用的空间体验。设计的主题代表了公司的品牌故事和企业文化，他们已经提供了一段时间的产品和品牌设计咨询，口号是“从根源到未来”。

Gonye Design's Decovita Etiler Showroom in Istanbul seamlessly blends modern functionality with historical references, creating an immersive experience that celebrates ceramic artistry and contemporary design.

The Decovita store in Etiler, Istanbul was designed for one of Turkey's youngest porcelain ceramic tile brands in collaboration with Yelin Evcen and Günül Ardal, founders of the Istanbul-based interior architectural firm Gonye Design, to offer users a surprising and functional space experience. The theme of the design represents the brand story and corporate culture of the company, which they have been providing product and brand design consultancy for a while, with the slogan "from roots to future".



VI 设计 | IVIA-Typora Studio 护肤品

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

重新定义的自然护肤品

Natural Skincare, Redefined

Ivia 不仅仅是护肤品, 它是对自我的一种安静的庆祝。

Ivia is not just skincare—it's a quiet celebration of self.

每种配方都经过精确和纯净的制作, 融合了如绿叶、必需维生素和透明质酸等温和的植物成分, 滋养和提升你的皮肤。

Crafted with precision and purity, each formula blends gentle botanicals like heartleaf, essential vitamins, and hyaluronic acid to nourish and elevate your skin.

最小。永恒。有效。



简米知识分享

解锁 SI 设计赋能的店铺盈利复制密码

注 / 本文由简米收集编辑整理
如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

一个组织不可能为所有的细分市场提供最佳的服务，做战略就是做减法



在连锁商业的发展进程中，从单店盈利迈向万店连锁是众多企业的追求，而实现这一目标的核心在于构建可复制、可持续的店铺盈利模型。在这一过程中，SI 设计（空间识别系统设计）如同一条主线，贯穿连锁企业从定位到标准化的各个关键阶段

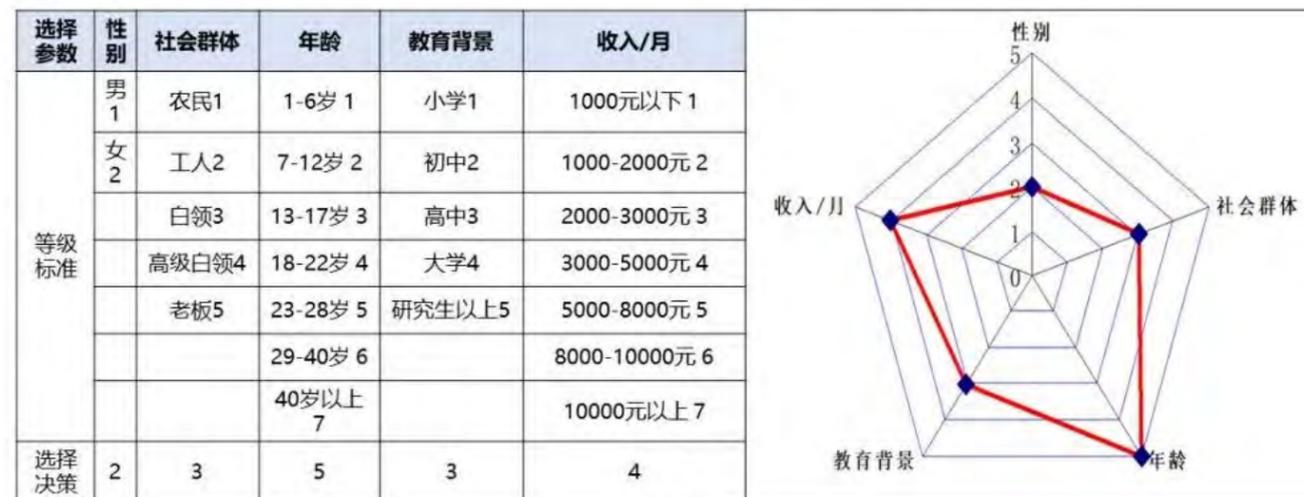
0-1 设定位（初创验证期）：SI 设计筑牢单店定位基石

在此阶段，精准定位是关键，而 SI 设计是定位落地的重要载体。专业的设计团队可凭借市场调研和分析，协助企业确定目标客群和价值主张。例如在为茶饮店定位时，通过研究消费市场，将目标客群锁定为年轻白领，确定“高品质、低热量的时尚茶饮”价值主张后，SI 设计可从空间布局出发，打造“高端茶饮 + 社交空间”的场景。

1-10 做提升（区域扩张期）：SI 设计提升运营效率与品牌辨识度

进入区域扩张期，团队管理、运营效率以及品牌在区域内的一致性呈现至关重要。SI 设计助力企业建立标准化的空间运营体系，在店长培养方面，可通过统一的门店装修模板设计，让新店长快速熟悉品牌空间规范；制定人效大于 3 万元 / 月的绩效考核标准时，SI 设计可优化空间动线，提升人效。

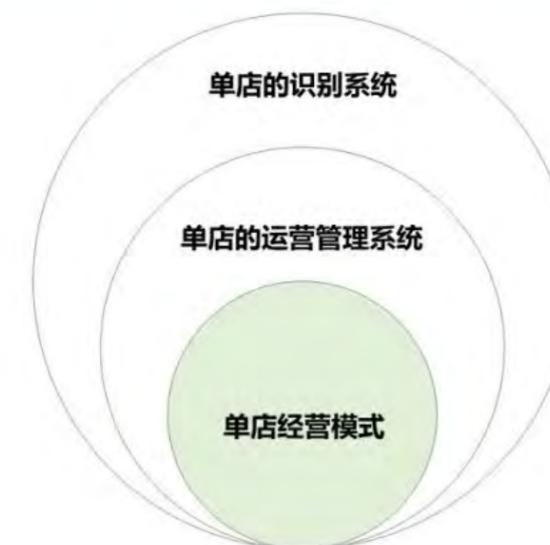
案例：某时装专卖店目标客户群的选择



单店是特许经营体系中不可再分割的基本业务单元，是特许经营体系中不可或缺的子系统。

作为一个系统，单店由以下三个部分组成：

- **核心部分：单店的经营模式**
- **基础部分：单店的运营管理系统**
- **外在部分：单店的识别系统**



配图：简米案例《田缘舞沙》

简话目录

简米 # 之照明系列专讲第 8 讲：珠宝首饰店照明设计 (最新)

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

...

简话连锁 # 第 128 期：连锁团队打造：简米设计助力企业标准化落地 ...

点击查看：<https://www.jeremycn.com/tag/%E7%AE%80%E8%AF%9D>



破解单店盈利困局

注 / 本文由简米收集编辑整理
如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

组织架构：连锁扩张的中枢神经系统

总部核心部门的协同机制

总经办作为战略引擎，在制定年度扩张计划时，需协同拓展中心的选址数据与财务中心的成本模型，而 SI 设计的装修预算与周期把控则成为决策关键。例如某餐饮连锁制定扩张计划时，总经办通过拓展中心提供的商圈流量数据（如日均 5 万人以上），结合财务中心测算的单店装修成本（80-120 m²门店约 30-50 万元），最终确定选址标准，同时 SI 设计团队同步输出标准化装修模板，确保 10 天内完成单店落地。

品牌中心与 SI 设计的协作构成品牌视觉锚点。品牌中心制定的核心价值观需通过 SI 设计的空间语言具象化——如安琪纽特健康营养品门店以绿色系为主色调，通过 SI 设计统一门头标识、货架陈列与灯光系统，使品牌的“自然健康”理念在全国门店形成视觉共振。这种协同不仅提升品牌辨识度，更使消费者在不同城市门店获得一致的品牌体验，复购率提升 20% 以上。

运营与设计的效率耦合

运营中心的人效指标（如 3 万元 / 月）与 SI 设计的空间布局存在隐秘关联。简米设计在便利店设计中，通过热区分析将高频商品（如早餐、饮品）置于入口黄金区域，配合动线优化使顾客停留时间增加 1.5 分钟，带动客单价提升 12%。这种设计与运营的联动，使得某连锁便利店在保持人效指标的同时，单店月营业额平均增加 5 万元。

商品中心的供应链标准与 SI 设计的材质选择形成品质闭环。当服装连锁品牌通过商品中心筛选优质面料时，SI 设计同步选用实木衣架与高端陈列道具，在健尔马门店中，人体工程学货架与场景化陈列使高端产品溢价空间提升 30%。材质的一致性传递强化了“高品质”品牌认知，顾客对产品的信任度评分提高 15 个百分点。

咱们简米人有力量



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

