

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:



简米广州



简米北京



简米武汉



简米成都



简米重庆



简米设计

简米创客
Jeremy maker

简米工程
Jeremy engineering



简米培训

发现你的天赋!



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



简米月刊 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

Jeremy 简米®

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2025/08

总第151期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

福布斯星光加冕 | 西班牙睡眠艺术盛典

连锁课堂

「连锁门店单店盈利系统: (附PPT)」

长沙学业规划
阳光服务中心 升学·考证·择业

简米知识分享

“赵一鸣零食”如何从崛起到IPO

新案 | 长沙学业通学业规划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

学业通（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 西班牙睡眠艺术盛典	008
> 简米案例速递 学业通——打造学业规划阳光服务平台	010
连锁课堂「连锁门店单店盈利系统:（附 PPT）」	014
SI 设计 哥本哈根 VEJA 店面设计	016
店面设计 瑞士跑鞋品牌 On 新加坡店设计	018
VI 设计 Top Silver 香水包装设计	020
> 简米知识分享 “赵一鸣零食”如何从崛起到冲刺 IPO	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



福布斯星光加冕 | S&G|SUENO 以西班牙睡眠艺术盛典

> 简米快讯

2025 年 6 月 28 日，上海外滩 W 酒店。黄浦江的夜色流淌着设计灵感与睡眠美学未来的光芒。在这场汇聚行业翘楚的 [2025 福布斯中国文旅设计领导力评选颁奖盛典] 上，西班牙原装进口床垫品牌 S&G|SUENO，凭借其源自西班牙的卓越睡眠艺术、前瞻设计哲学与对奢华品质的极致追求，荣耀登榜“设计领军品牌”，获此行业至高权威认证。

作为全球最具影响力的商业榜单之一，《福布斯》中国此次评选聚焦“文旅设计领导力”，由权威专家评审团从文化引领、场景体验、商业潜力、创新创意等多个维度进行综合评价，授予一批杰出品牌这一殊荣。S&G|SUENO 与 MINOTTI、Versace Ceramics、Vifa 等国际高端品牌共同跻身榜单，彰显了 S&G|SUENO 在国际设计领域的影响力与卓越地位。

张力欣赏其将“西班牙生活美学”转化为可感知的“深度休憩能量”，完美呼应疲惫旅行归家之后的休憩与情绪价值的渴求；赖建安强调品牌床垫是“提升空间价值的艺术品”，其独特美学与高级支撑显著增强体验感；而杜柏均则推崇其对材质触感、结构分区与整体美感近乎苛刻的追求，认为这体现了“奢侈的本质在于看不见的用心”，并成功在方寸睡榻间完成了“西班牙热情”与“东方静谧”的优雅对话。三位大师的共识是：S&G|SUENO 的设计哲学与精湛工艺，为高端睡眠空间注入了无可替代的静谧内核与深层价值。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

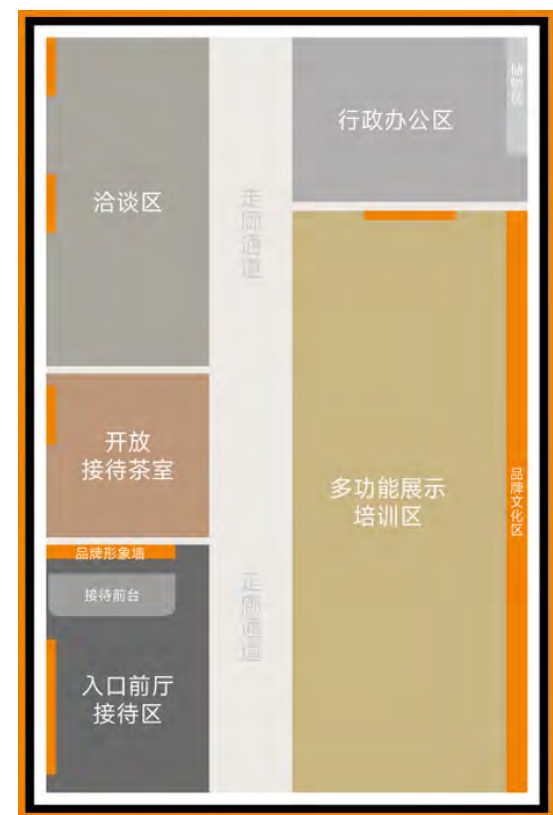
新签约温州伊彩迪女装 SI 系统设计

新签约湖北安琪食品 SI 系统设计

简米新案速递

学业通——打造学业规划阳光服务平台

学业通作为湖南学业规划阳光服务共享平台，其终端体验店的空间设计不仅是品牌形象的物理载体，更是传递“阳光、共享、智慧”核心价值观的重要媒介。本次学业通携手简米为其打造 SI 系统 1.0 版本，简米设计从理念提炼到落地执行的全流程，以专业的品牌空间设计逻辑，将抽象的品牌精神转化为可感知、可体验的空间语言，为学业通终端构建了一套兼具标准化与灵活性的 SI 体系。



查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/297>

策略梳理 Strategy carding

让品牌价值观生长于空间肌理

简米设计始终认为，优秀的终端应超越形式美学，成为品牌价值观的“翻译者”。本次设计紧紧围绕“阳光（SUNSHINE）、共享（SHARE）、智慧（WISDOM）”的核心品牌理念，在设计呈现中，将其拆解为可执行的空间策略，阳光元素的具象化。通过奶油白柔光地砖、4000K 色温的防眩射灯与 6000K 软膜灯箱的光线组合，营造明亮通透的空间基调；品牌主色（R234/G126/B38）的橙色烤漆元素（如接待台挡板、资料柜边框）作为视觉焦点，既呼应“阳光”的温暖属性，又强化品牌识别度。

共享的空间逻辑：打破传统服务空间的封闭感，规划开放接待茶室、多功能展示培训区等共享模块，通过 180cm 实木茶台的围合式布局、210cm 咨询桌的开放式设计，促进学生、家长与顾问的自然互动，让空间本身成为“共享服务”的践行者。

智慧的专业表达：在品牌文化墙（A 款 480×215cm 规格）中融入“学业规划万家通”的使命陈述，搭配可更换的师资展示板块；文化架以“研究院、规划院、商学院”的板块划分，将抽象的“智慧服务”转化为可视化的内容载体，强化专业信任感。

阳光 共享 智慧

空间设计核心概念



空间用户体验

从用户（学生、家长等）角度出发
打造舒适、便捷、高效且专业的服务空间

Jeremy简米



Jeremy简米



模块协同 四大功能区构建有序服务闭环

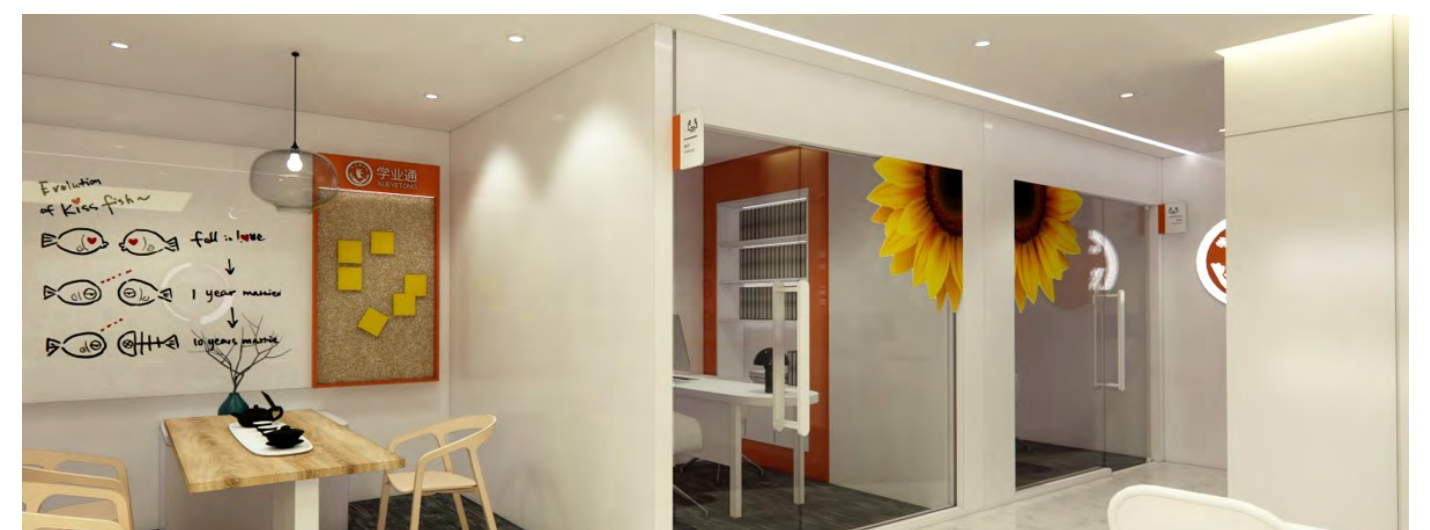
简米设计基于用户动线与服务流程，将学业通终端拆解为接待展示、交流洽谈、办公作业、培训活动四大模块，通过功能分区的明确性与关联性，打造 "接待 - 沟通 - 服务 - 活动" 的全流程体验闭环：

接待展示模块：作为品牌第一印象窗口，入口前厅接待区以品牌形象墙与接待前台形成视觉焦点。简米设计在接待台规范中，采用白色烤漆面板与品牌色挡板的材质对比，搭配精准的尺寸规划（如 85cm 高度符合人体工学），既保证接待效率，又通过 LOGO 与品牌标语的有序陈列传递专业形象。

交流洽谈模块：洽谈区与开放接待茶室承担核心业务沟通功能。简米设计特别关注细节体验 —— 洽谈室门采用 90×90cm 太阳花玻璃贴，既保证私密性又传递阳光意象；茶台内置抽排水装置，避免服务过程中的繁琐操作，让沟通更聚焦于核心需求。

培训活动模块：多功能展示培训区以可灵活调整的布局适配不同场景，简米设计在讲台规范中，采用品牌色烤漆与白色铁艺的材质组合，59cm 高度与 R6 圆角处理兼顾实用性与安全性，配合 COB 防眩射灯的重点照明，确保培训、讲座等活动的专业体验。

办公作业模块：行政办公区以高效实用为原则，通过 20×120cm 木纹地板与深灰色拼装地毯的材质区分，与公共区域形成自然过渡，既保证办公私密性，又不割裂空间的整体感。



| 连锁课堂 |

连锁门店单店盈利系统：（附 PPT）

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

一、单店盈利的底层逻辑：

规模效应与管理优势的双重驱动单店盈利并非孤立存在，而是依托连锁体系的规模效应与精细化管理，形成“成本降低、效率提升、体验优化”的正向循环。

规模效应：从采购到品牌的价值沉淀

连锁品牌通过集中采购降低成本（采购规模效应）、统一营销提升知名度（品牌规模效应）、标准化运营提高人效（运营规模效应）。这一过程中，SI 设计扮演着“隐性规模工具”的角色——简米设计通过标准化的空间模板（如货架布局、动线规划），让单店装修成本降低 15%-20%，同时确保品牌形象一致性，强化消费者认知，助力品牌规模效应的快速落地。管理优势：标准化与精细化的双向赋能

统一的品牌形象、操作流程和培训体系，是连锁管理的核心。SI 设计将这些标准转化为可视化的空间语言：例如简米设计为生鲜连锁打造的“前场体验区 + 后场仓储区”模块化布局，既规范了员工操作动线，又通过清晰的品类分区提升顾客购物效率，实现“管理标准”到“空间体验”的无缝衔接。

二、单店盈利的核心策略：

从“开源”到“节流”的全维度优化单店盈利的实现，需要同时做好“提升销售额”“降低成本”“提高客户满意度”三大核心动作，而 SI 设计在其中能起到“放大器”作用。

提升销售额：用空间设计激活消费潜力商品结构优化：通过 SI 设计的陈列逻辑（如黄金视线区放置热销品、关联品类相邻陈列），提高商品曝光率与连带购买率。简米设计为零食连锁设计的“试吃台 + 主题货架”组合，使单店关联销售提升 30%。服务体验升级：舒适的等候区、清晰的导视系统、便捷的结算通道，这些 SI 设计细节能降低顾客决策阻力。例如简米设计在母婴店设置的“育儿咨询角”，既强化专业形象，又延长顾客停留时间，间接带动销售额增长。



选址与定位：空间规划匹配目标客群

针对商圈、社区、校园等不同场景，SI 设计需灵活调整门店规模与功能布局。简米设计为写字楼便利店设计的“快捷取餐区”，为社区店设计的“生活化体验区”，实现“选址定位”与“空间功能”的精准匹配，提高单店生存概率。品牌与形象：SI 设计强化品牌认知

统一的 LOGO 应用、色彩系统、材质选择，是品牌形象落地的核心。简米设计为连锁品牌制定的 SI 设计手册，不仅规范门店装修标准，更通过“品牌故事墙”“主题色彩”等元素传递品牌价值观，使顾客品牌记忆度提升 40%。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

SI 设计 | 哥本哈根 VEJA 店面设计

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

在全面零售扩张模式下，VEJA 在哥本哈根历史悠久的市中心开设了一家新的独立商店。这家总部位于巴黎的可持续运动鞋品牌已经获得了 165 平方米的高空。（1776 平方英尺），位于丹麦建筑师 Gotfrid Schuster 于 1730 年左右建造的地标性建筑的一楼。在室内设计方面，VEJA 聘请了当地工作室 0405 的建筑师 Nikolaj Lorentz-Mentze 来创造一个合适的室内设计。环境干净而低调，背景是原始的白色墙壁和天花板，配以混凝土地板。家具很少也很简单，包括定制的木制座椅、各种显示器、混凝土色的显示器、销售柜台，甚至还有木制扬声器。嵌入式货架提供了额外的展示空间，而运动鞋甚至使用巧妙突出的棍子展示在后墙上。由于其位于角落，不少于八扇落地窗不仅让路人可以充分窥探内部，还可以让阳光充足。新的 VEJA 商店出售该品牌的全系列男鞋、女鞋和童鞋、配饰和包。

In full retail expansion mode, VEJA has opened a new standalone store in Copenhagen 's historic city centre. The Paris-based sustainable sneaker brand has secured a lofty, 165 sqm. (1,776 sq.ft.) space on the ground floor of a landmark structure built around 1730 by Danish architect Gotfrid Schuster. For the interior design, VEJA tapped architect Nikolaj Lorentz Mentze of local practice STUDIO 0405 to create a fitting interior design. Clean and understated, the setting sees a backdrop of pristine white walls and ceiling, paired with concrete flooring.

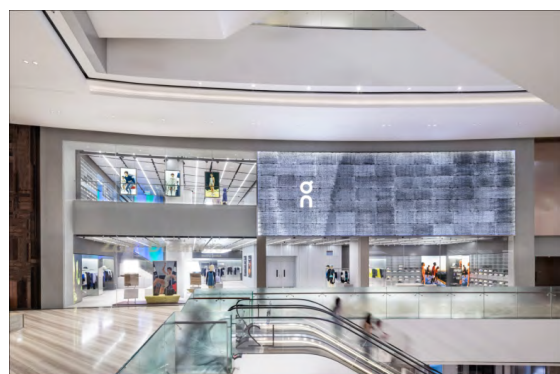


店面设计 | 瑞士跑鞋品牌 On 新加坡店设计

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

继位于繁华的雅加达的前哨站之后，瑞士跑鞋品牌 On 在新加坡树立了一面旗帜。On 零售空间与当地零售商 Gill Capital 合作推出，坐落在新加坡樟宜机场的多层购物中心 Jewel。占地约 864 平方米。位于二楼的 9300 平方英尺的单元，室内设计由该品牌位于苏黎世总部的内部设计团队在内部完成。宽敞的双层建筑体现了植根于 On's Dream On 理念的创新零售理念，旨在让购物者沉浸在性能创新的世界中。因此，各种设置都融入了曲面、绿色纹理和通风的照明计划，毫不费力地提升了购物体验。

Following an outpost in bustling Jakarta, its very first in Southeast Asia, Swiss running shoe brand On has planted a flag in Singapore. Launched in collaboration with local retailer Gill Capital, the On retail space is nestled in Jewel, the multi-storey shopping centre at Singapore Changi Airport. Occupying an approx. 864 sqm. (9,300 sq.ft.) unit on the second floor, the interior design is created in-house by the brand's in-house design team at its headquarters in Zurich. The expansive double-level premises see an innovative retail concept rooted in the On's Dream On philosophy, and is designed to immerse shoppers in the world of performance innovation. As such, the various settings are infused with curved surfaces, greenery-inspired textures, and an airy lighting plan, which effortlessly elevates the shopping experience.



VI 设计 | Top Silver 香水包装设计

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

设计香水瓶可能是设计师所能承担的最令人兴奋的任务之一。对于这款产品，我们需要创造既耐用又稳定的豪华包装，这样它就可以用主纸箱运往其他国家。因此，该项目分为两个主要部分：结构设计和平面设计。

对于结构包装，我们使用了盖子和托盘的组合。通过创建 1 厘米厚的托盘壁并放置一块模制成瓶子形状的海绵，我们增强了盒子的强度。

Designing a perfume bottle can be one of the most exciting tasks a designer can take on. For this product, we needed to create luxury packaging that was both durable and stable so it could be shipped in master cartons to other countries. Therefore, the project was divided into two main parts: structural design and graphic design.



> 简米知识分享

“赵一鸣零食”如何从崛起到冲刺 IPO

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



鸣鸣很忙的扩张速度令人瞩目 ——2021 至 2023 年连续三年门店净增长率超 30%，2023 年平均每月新开 390 家，闭店率低于 5%。这一成绩的核心，在于其构建了 "低复杂度、高可复制" 的门店模型，而 SI 设计的标准化落地是其中的关键环节。

空间效率的精准把控：门店平均面积控制在 35-60 m²，坪效达 7000 元 / m² 以上。这一紧凑高效的布局并非偶然，而是通过动线规划、货架陈列优化等 SI 设计策略，在有限空间内实现 "商品可见性最大化、选购路径最短化" 的结果，既降低了加盟商的租金压力，又提升了消费决策效率。区域渗透的结构性机会：70% 以上门店布局于湖南、江西等县级及地级市场，这些被一线品牌忽视的区域，消费升级需求旺盛且竞争密度低。SI 设计的模块化方案在此发挥优势 —— 针对不同城市能级的物业条件，提供灵活适配的空间模板，确保品牌形象统一的同时，降低区域扩张的落地成本。

低 SKU 背后的空间逻辑：门店 SKU 维持在 200 以内，聚焦快周转、高复购商品。通过 SI 设计将这一商品策略转化为空间语言 —— 采用 "爆款集中陈列 + 品类分区清晰" 的布局，配合灯光与色彩引导，让消费者 3 分钟内即可完成选购，契合年轻人 "即买即食、低决策成本" 的需求。品牌认知的视觉强化：从 "不贵、好吃" 的核心主张到统一的门店形象，SI 设计成为品牌价值观的具象载体。在设计中融入年轻化视觉符号，如活泼的色彩系统、趣味化的包装陈列，既强化了 "平价不廉价" 的品牌印象，又提升了社交媒体传播性，让门店本身成为流量入口。

鸣鸣很忙门店全国分布

标注橙色省级行政单位为当前门店覆盖区域



资料来源：公司招股书

盈利模型：标准化支撑下的高确定性资本对连锁品牌的估值锚点已从 "热度" 转向 "盈利确定性"，鸣鸣很忙单店投资 25-35 万元、回本周期 9-12 个月、加盟商复投率超 70% 的表现，印证了其模型的抗压性 —— 而 SI 设计的标准化正是降低风险、提升盈利的重要变量。成本控制的隐形抓手：统一的 SI 设计方案大幅降低了加盟商的装修试错成本。

通过标准化材料选型、模块化施工流程，将单店装修成本压缩 15%-20%，同时缩短筹备周期，让门店更快进入盈利阶段。经营黏性的视觉纽带：加盟商平均管理 3.4 家门店的高复投率，背后是品牌认同感的支撑。SI 设计打造的一致性空间体验，不仅让消费者形成稳定预期，更让加盟商通过 "可复制的成功" 增强信心 —— 提供的持续培训与落地支持，确保每一家新店都能精准传递品牌价值。

配图：赵一鸣

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 171 期：特色小吃地标美食破圈之路 ...

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



连锁品牌：以四大系统构建可持续扩张力

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

顶层设计：用视觉锚定战略，简米设计的定位赋能顶层设计是连锁品牌的“方向盘”，涵盖战略定位、模式设计与单店模型三大核心。简米设计以“视觉翻译”为核心能力，将抽象的战略定位转化为可感知的品牌符号：1. 战略定位：让价值看得见、记得住战略定位的核心是明确“产品价值、客户价值、产业价值”，简米设计通过视觉设计强化这种价值认知：

产品价值：如巴奴毛肚火锅以“毛肚”为核心产品，简米设计可通过产品包装视觉突出“新鲜”卖点，用纹理、色彩传递食材品质；客户价值：海底捞以“服务”为核心，简米设计可通过空间动线设计（如等位区、用餐区的视觉引导）强化“贴心”体验；产业价值：锅圈食汇聚焦“家庭火锅供应链”，简米设计可通过终端陈列视觉突出“便捷采购”场景，强化产业定位。

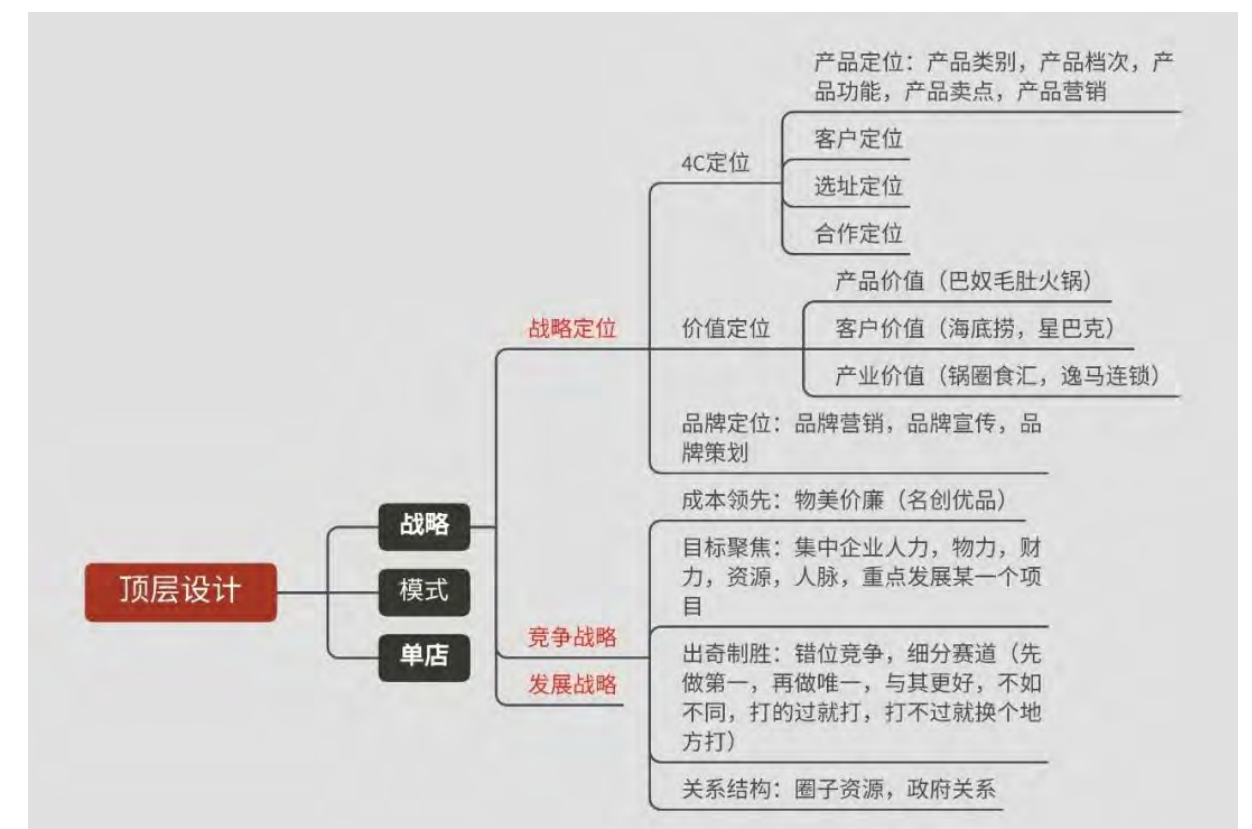
同时，针对竞争战略（成本领先、目标聚焦、出奇制胜），简米设计提供差异化视觉方案：名创优品“物美价廉”的定位，可通过简约统一的货架设计、平价视觉符号（如价格标签样式）强化认知；细分赛道品牌则可通过独特的视觉风格（如配色、门店造型）实现“与其更好，不如不同”的错位竞争。

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，不挑剔
- * 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

