

本刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计创新者!

本刊协办公司/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



原粹



发现你的天赋!



SISCN.CN

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

2025/11

总第154期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©



第十五届全国运动会召开在即

连锁课堂

「九大战略定乾坤：助力连锁穿越周期」

简米知识分享

连锁特许招商破局：四大核心抓手

新案 | 幸福口腔品牌形象画册设计

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

北京幸福口腔（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 十五届全国运运会召开在即	008
> 简米案例速递 幸福口腔一定义口腔舒适化诊疗新标准	010
连锁课堂「九大战略定乾坤：助力连锁穿越周期」	014
SI 设计 ZARA 最新的门店设计	016
空间设计 Juzen Chemical 公司总部办公室设计	018
VI 设计 6 Virtues Tea 茶包装设计	020
> 简米知识分享 连锁特许招商破局：四大核心抓手	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



第十五届全国运动会召开在即

> 简米快讯

第十五届全国运动会暨第九届特殊奥林匹克运动会的口号、会徽、吉祥物，由广州美术学院视觉艺术设计学院副院长 刘平云带领师生团队设计。

会徽以“繁荣、包容”为立意，撷取礼花绽放瞬间，由三朵花瓣交叠旋转形成图案，通过提取花朵外形和色彩，环绕花心螺旋围合一体，形成同心礼花，寓意粤港澳大湾区交融互通、活力无限，背靠祖国、绽放世界。

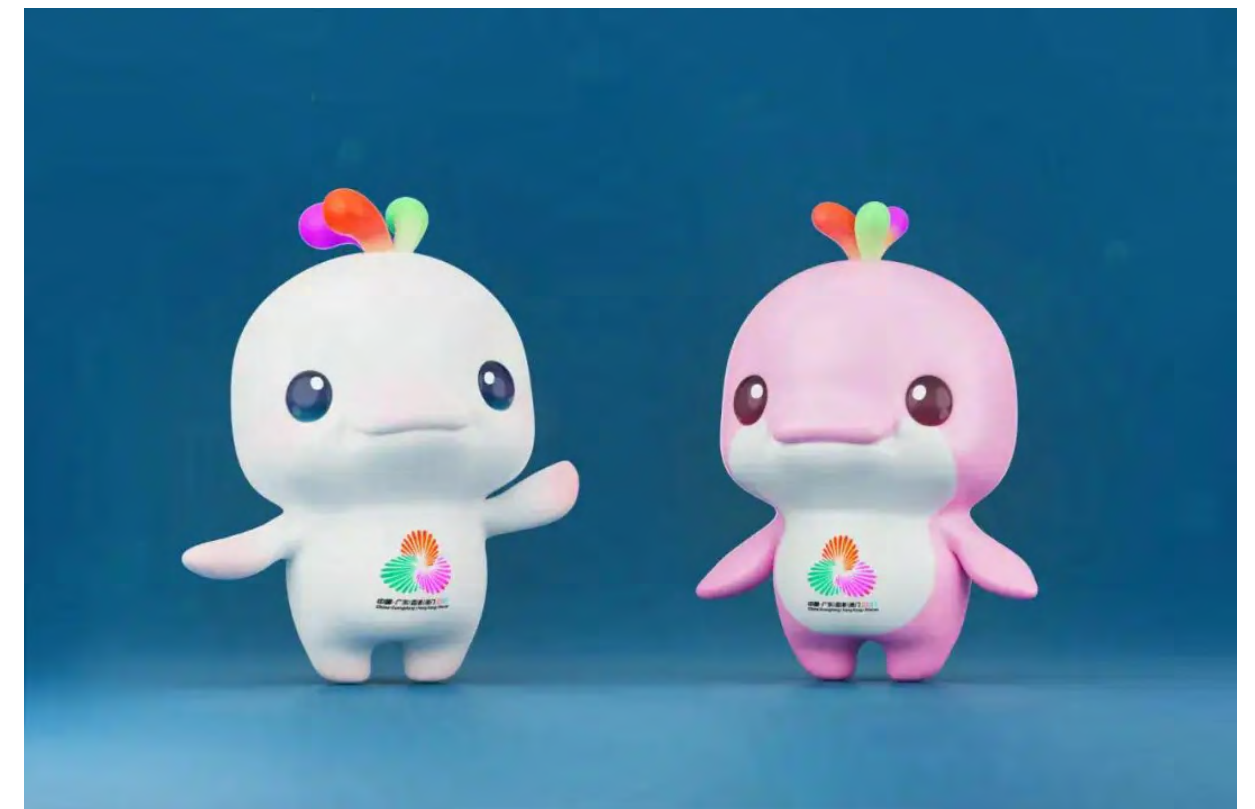
整体呈倒三角的稳定构图，呈现出较强的几何对称性，给人稳重、团结的视觉感受。

而吉祥物设计，采用中华白海豚头顶的三色水柱由三股水流组合而成，代表着粤港澳三地，三色取木棉花的红色、紫荆花的紫色以及莲花的绿色，赋予白海豚以地域性与时代性的特点。

据介绍，三色水柱从正面看则为一颗爱心，传达粤港澳三地同心同德、携手共进的美好愿景，也象征着粤港澳三地同根同源的海洋文化。吉祥物在不同状态下有不一样的形态，在标准状态头顶是小浪花，在运动状态则是奔放的浪花。



中国·广东|香港|澳门 2025
China·Guangdong | Hong Kong | Macao



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约宜昌安琪股份 SI 设计

新签约北京安东易迷你仓 VISI 设计

新签约广州魔鱼小兽形象店设计

简米新案速递

幸福口腔一定义口腔舒适化诊疗新标准

幸福口腔医院是中国高端口腔舒适化诊疗新标准的定义者与践行者。以北京为原点，通过连锁化布局形成“城院”网络覆盖全国，构建全域协同的国家大型二级口腔专科医疗生态矩阵。专注种植牙领域，汇聚资深专家团队、全数字化设备、精密诊疗工艺及人性化就诊流程，打造一站式口腔健康管理中心。以患者舒适体验为先导，通过科学诊疗流程、智能微创技术与人文医疗理念深度融合，让每一颗健康牙齿成为重启人生自信与幸福的支点。

策略梳理 Strategy carding

简米项目组深度拆解幸福口腔 “定义口腔舒适化诊疗新标准” 的核心定位，贯穿 “真诚、善意、美好、陪伴” 品牌精神。开篇 “幸福序言” 以幸福哲学切入，结合温暖排版与留白，打破医疗宣传冰冷感；品牌理念板块用表格模块化呈现 “标语、愿景、核心价值、精神”，突出 “从齿幸福” 等核心信息，强化品牌记忆。

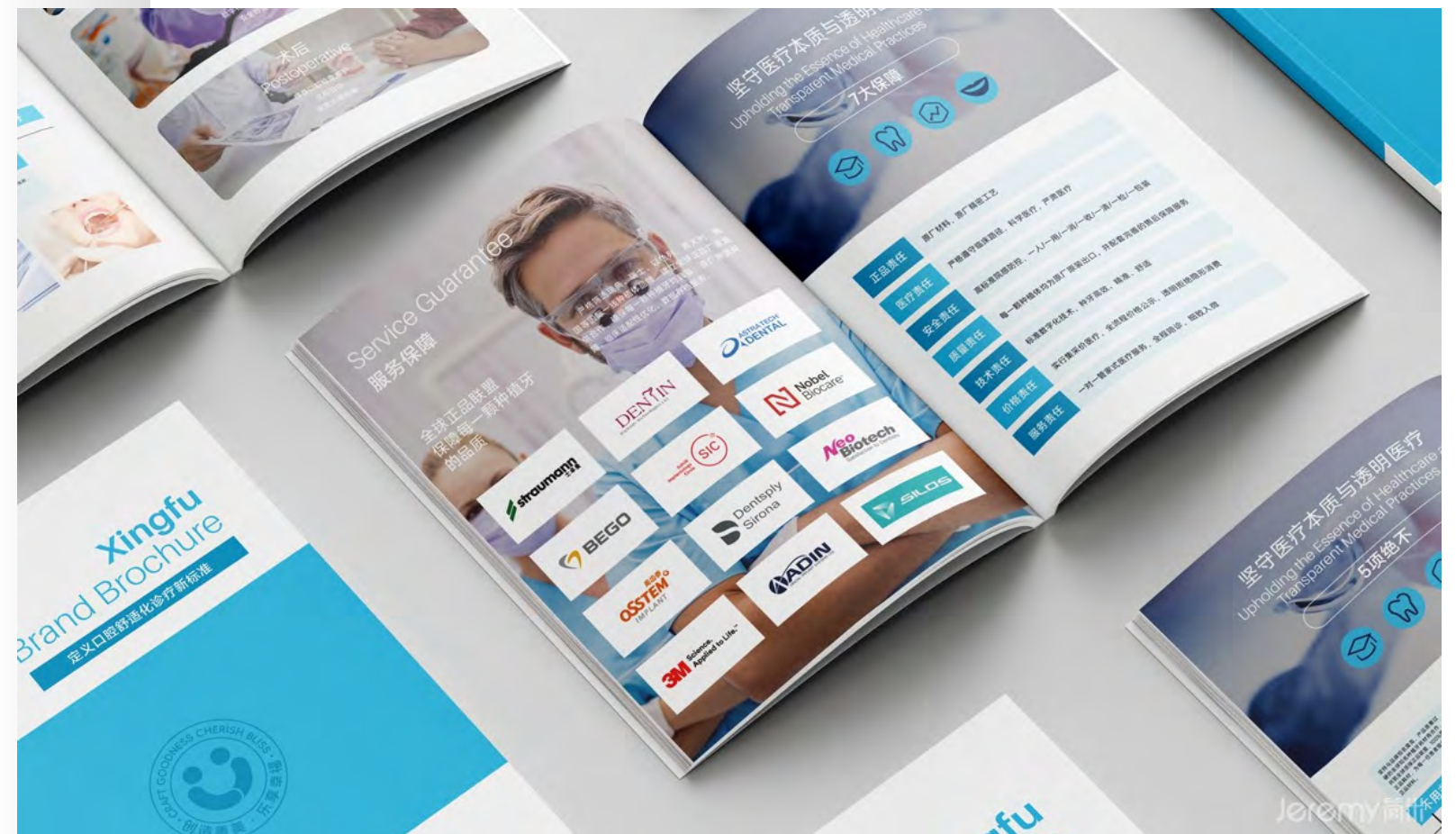
按 “品牌溯源→品牌简介→品牌连锁→专家特色→诊疗体系→服务保障” 逻辑架构内容，让读者逐步了解品牌价值：

品牌溯源：以 “20 年科研沉淀” 为核心，引用 “65 岁以上人群牙齿缺失率 86.1%、治疗率不足 15%” 的数据，凸显行业痛点与品牌初心，展现 “从奢侈品到普惠、从痛苦到舒适诊疗” 的转变。

幸福口腔 从齿开始

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/300>





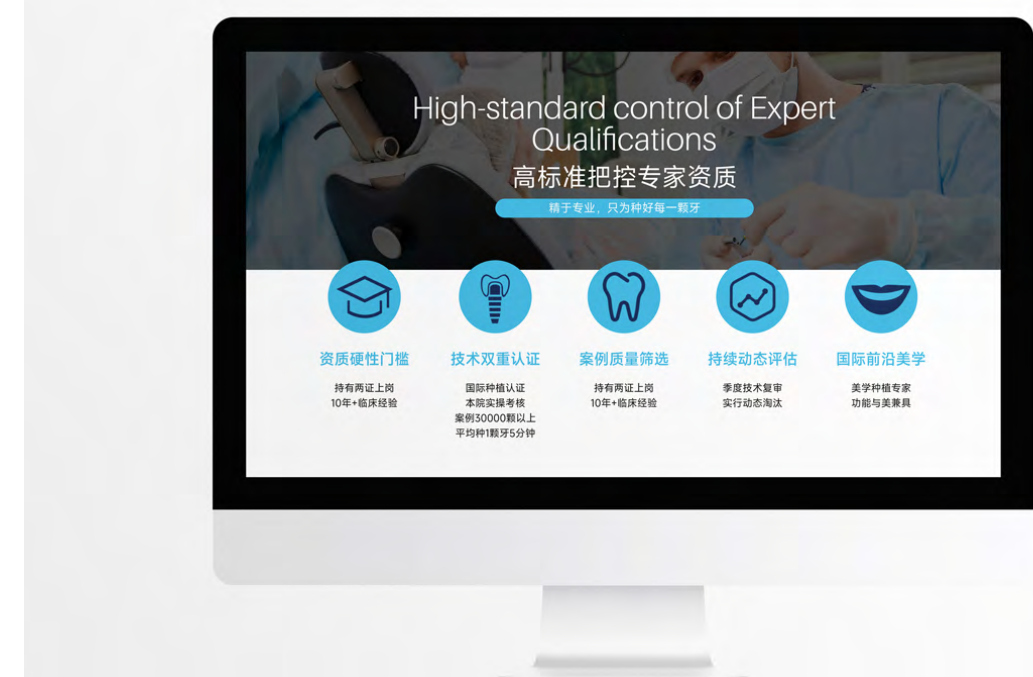
细节呈现

字体与色彩：正文用易读无衬线字体，标题用有力量感字体；以品牌色为基础，搭配柔和辅助色，避免冷感、区分板块，契合“幸福”调性。

安全与服务：“无菌安全”“服务保障”用清单式、图标化设计，“7 大保障”“5 项绝不”清晰罗列责任条款，“全球正品联盟”展示国际种植体品牌 logo，增强信任。

流程化设计：遵循“理念→实力→服务→保障”阅读逻辑，页面过渡自然；“全程安心种牙”等板块按“术前→术中→术后”流程设计，减少读者信息焦虑。

形象画册不仅是信息载体，更是品牌差异化竞争工具。本次项目组从各画册到宣传 PPT、官网的全链条服务，更让品牌形象在不同场景中保持高度统一，进一步放大传播效果。



| 连锁课堂 |

九大战略定乾坤：助力连锁穿越周期

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

把总部做“小”，把门店做“活”

总部无需追求“大而齐”，应聚焦战略、供应链、人才培养等核心职能，化身“大脑”与“后勤部”；门店则需拥有更多自主权，在排班、局部陈列、促销活动上快速响应周边市场。这一战略的核心，是让“听得见炮火的人指挥战斗”。

简米设计的 SI 设计恰好为门店“活性”提供支撑：在保证品牌核心视觉统一（如门头 LOGO、主色调）的前提下，预留“灵活调整模块”。例如，社区门店可根据周边居民需求，在 SI 设计规划的“促销展示区”灵活摆放便民商品；商业中心门店则能依据节日热点，更换 SI 体系内的主题装饰道具。这种“标准化为基、灵活性为用”的设计思路，既守住了品牌一致性，又让门店能精准对接本地需求，避免“千店一面”的僵化。

连锁企业的核心竞争力在于人，与其养闲人，不如高薪留住骨干，并通过完善培训体系将“小白”打造成专业人才。而 SI 设计能通过“空间标准化”，减少员工的操作复杂度，降低培训难度。

简米设计在门店布局中，会依据“员工动线最优”原则规划功能区域：例如，将收银台、库存区、商品陈列区按“操作便捷性”排序，减少员工来回跑动的时间；在 SI 手册中明确“陈列标准图示”“设备操作标识”，新员工只需对照图示即可快速上手，无需依赖老员工“口口相传”。此外，SI 设计中的“员工荣誉展示区”（如月度之星照片墙、业绩排行榜），能配合人才激励体系，增强员工归属感与成长动力。

把市场做“厚”，把触点做“宽”

“市场做厚”要求企业在优势区域加密门店，形成规模效应与品牌壁垒；“触点做宽”则需打通小程序、社群、外卖等多渠道，让顾客随时随地能找到品牌。而 SI 设计是“市场做厚”的重要抓手——统一且有辨识度的店面形象，能在密集布局中强化顾客记忆，形成“视觉护城河”。

简米设计会针对不同区域门店的商圈特性，优化 SI 落地细节：在核心商圈，通过大面积品牌标识、通透橱窗设计，提升门店吸引力，与周边竞品形成差异化；在社区商圈，SI 设计会增加“邻里互动空间”（如门口休息长椅、社区公告栏），让门店融入居民生活，成为区域内的“熟人社群枢纽”。同时，SI 设计中预留的“数字化触点接口”（如门口电子屏、店内扫码点单标识），能无缝衔接线上渠道，实现“线下体验 + 线上复购”的闭环。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

做连锁老板苦的本质？



“产品做尖”需集中资源打造区域第一的爆款，让其成为品牌代名词；“品质做透”则要求体验与品质的极致稳定。SI 设计能通过空间陈列，将爆款产品的优势最大化，让顾客一眼感知核心价值。

简米设计会为爆款产品打造“专属展示场景”：例如，餐饮品牌的招牌菜，会在 SI 设计中规划“明档制作区 + 样品展示台”，让顾客直观看到食材新鲜度与制作过程；零售品牌的爆款单品，会被放置在门店“黄金视觉区”（如入口右侧第一货架），配合灯光聚焦、价格标签突出等设计，强化顾客注意力。同时，SI 设计中的“品质保障标识”（如食材溯源二维码贴、产品质检证书展示框），能进一步传递“品质稳定”的信号，增强顾客信任。

服务的核心不是标准化流程，而是情绪价值——让顾客感受到“超越预期的温暖”。SI 设计能通过空间氛围营造，为“暖心服务”提供场景支撑，让服务从“被动响应”变为“主动吸引”。

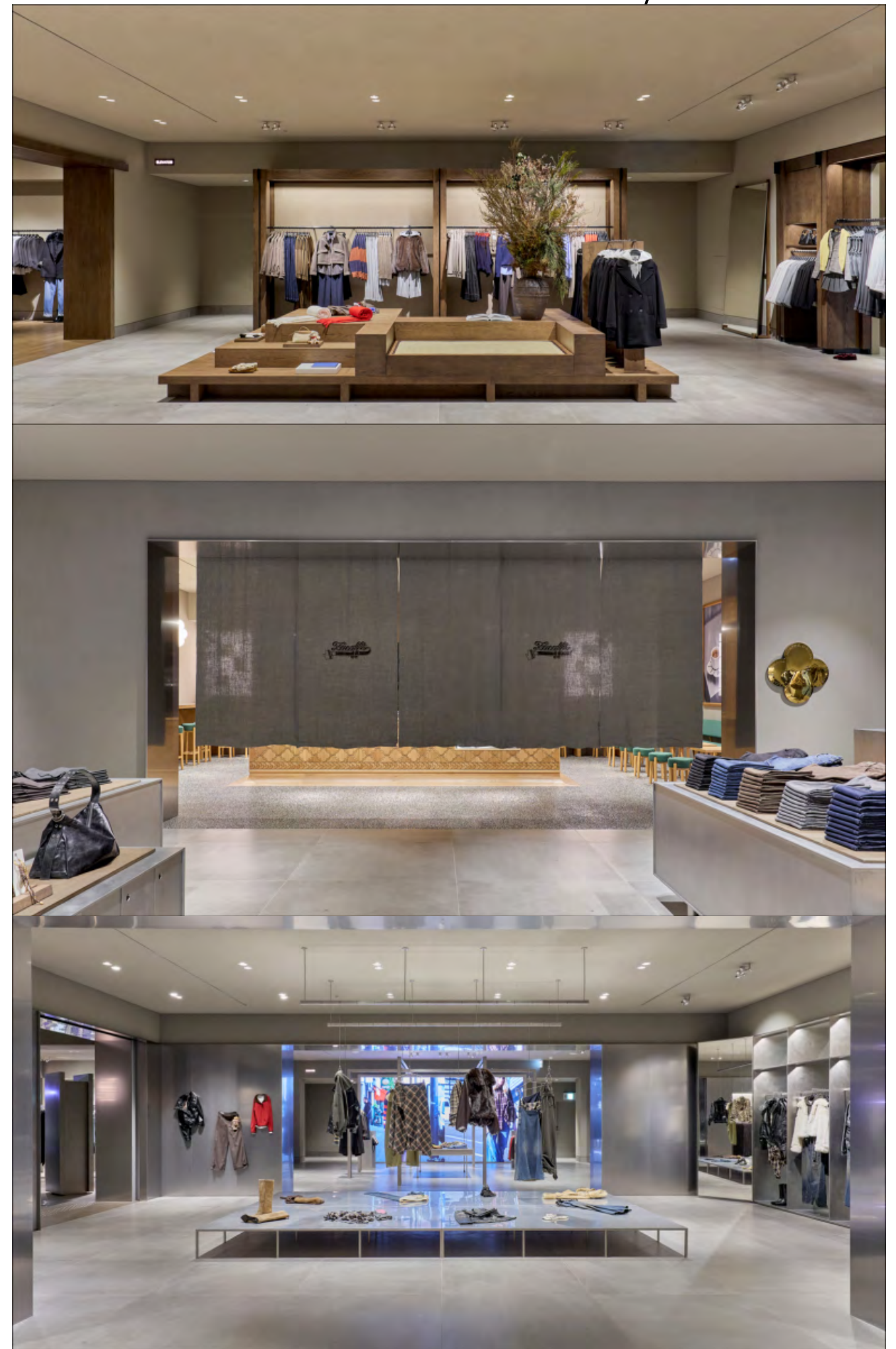
简米设计会从顾客体验细节出发，优化空间设计：母婴门店增设“私密哺乳室”，配备温奶器、婴儿护理台；餐饮门店设置“儿童游乐角”，让家长能安心用餐；美妆门店打造“免费试用区”，搭配卸妆棉、镜子等工具，降低顾客试用门槛。这些 SI 设计中的“服务增值空间”，能让顾客在消费之外获得额外感动，从而形成口碑传播。

SI 设计 | ZARA 最新的门店设计

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

在成立 50 周年之际, ZARA 不仅在庆祝, 还借此机会提升自身形象, 就像在大阪一样。这家西班牙零售商接管了瑞典品牌 H&M 的前门店, 该门店位于心斋桥繁华的市中心购物区, 占地约 1900 平方米 (20,451 平方英尺), 位于重建后的心斋桥 Zero Gate 大楼的四层。由 ZARA 位于西班牙加利西亚自治区拉科鲁尼亚的内部设计团队打造的室内设计, 采用了该品牌最新的零售设计准则, 但有趣的是, 也融入了当地的设计元素。因此, 购物者会看到传统的榻榻米、日本陶土墙、装饰性的日式帘子, 所有这些都与锤纹黑色金属和钢饰面相搭配, 将历史与现代融为一体。说到现代性, 零售空间的设计显然完全符合现代标准。

During its 50th anniversary year, ZARA isn't just celebrating, but also seizes the opportunity to raise its profile, like in Osaka. Here, the Spanish retailer has taken over the former store of Swedish brand H&M, measuring approx. 1,900 sqm. (20,451 sq.ft.) set across four floors of the redeveloped Shinsaibashi Zero Gate building in the bustling downtown shopping district of Shinsaibashi. The interior design, created by ZARA's in-house design team in A Coruña, in the Spanish region of Galicia, features the brand's latest retail design codes, but interestingly, local design elements have been blended in as well. As such, shoppers will come across traditional tatami mats, Japanese clay walls, decorative noren curtains, all paired with hammered black metal and steel finishes, which harmonise history and modernity. And speaking of modernity, the design of the retail space is obviously fully aligned with modern standards.



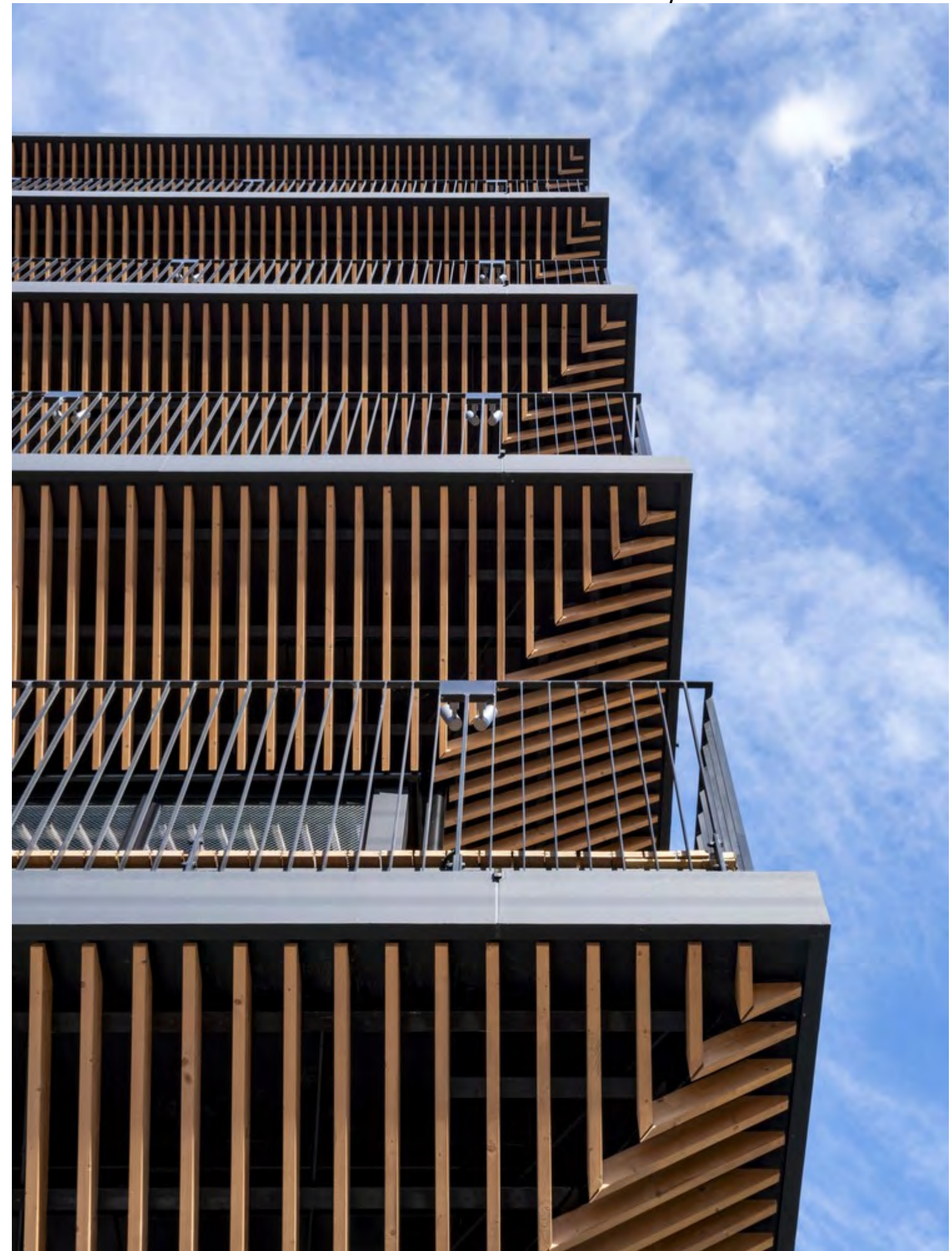
Juzen Chemical 公司总部办公室设计

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

Juzen Chemical Corporation, 于 1950 年在富山县成立，是一家活性药物成分的合同制造商。公司位于工业园区内，坐落在金津川和福冈运河之间，决定将其分散的办公室、会议室和餐厅整合到一个新的总部。新建筑不仅提高了运营效率，还体现了富山的自然环境和文化遗产，同时提供了一个能提升员工福祉并与周边社区相连的工作场所。

该设计灵感源自一系列员工研讨会，参与者包括各部门和各年龄段的员工。这些讨论凸显了公司根深蒂固的文化，即重视自发交流以及提供个人专注空间的需求。由此产生的概念提供了一个环境，支持在独立工作、协作和休息之间无缝切换。设计灵感还来源于立山山脉以及历史悠久的北前贸易船，这些船曾将药材从富山运往更广阔的地区。

Juzen Chemical Corporation, founded in 1950 in Toyama City, is a contract manufacturer of active pharmaceutical ingredients. Situated between the Jintsu River and the Fugan Canal within an industrial park, the company decided to consolidate its dispersed offices, meeting rooms, and cafeteria into a new headquarters. The new building not only addresses operational efficiency but also reflects Toyama's natural environment and cultural heritage, while offering a workplace that enhances employee well-being and connects with the surrounding community.



VI 设计 | 6 Virtues Tea 茶包装设计

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

该项目分为两部分。在第一部分中，我为六大美德中的四种设计了视觉识别系统：仁爱、勇气、超越和智慧。这四种美德是总括性母品牌的子品牌。在第一部分之后，我从这四个子品牌中选择了三个进行包装设计开发。我选择的产品是茶叶，并决定将识别系统开发成袋装、罐装和罐装包装。

The project was divided into two parts. In the first part, I designed the visual identity systems for four of the six virtues: humanity, courage, transcendence, and wisdom. These four virtues are the sub-brands to an overarching parent-brand. Following the first part, I selected three of the four sub-brands to develop into packaging designs. My chosen product was tea, and I decided to develop the identity systems into pouch, can, and tin packaging.



> 简米知识分享

连锁特许招商破局：四大核心抓手

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



众多连锁品牌争抢有限的加盟商资源，如何才能脱颖而出，吸引优质合作伙伴？关键在于抓住特许招商的“四大核心”，而简米设计的 SI 设计（店面形象识别系统设计）作为品牌形象落地与运营效率提升的关键工具，能为四大核心的落地提供强有力支撑，让招商从“被动等待”变为“主动吸引”。

独特品牌形象：SI 设计打造招商“视觉名片”

在信息过载的市场中，独特的品牌形象是吸引加盟商的第一块“敲门砖”。它不仅需要通过品牌名称、标志、口号、故事等元素形成差异化，更需要通过可视化的门店形象，让潜在加盟商直观感知品牌的专业性、可靠性与盈利潜力——这正是简米设计 SI 设计的核心价值所在。

优化运营流程：SI 设计提升门店“盈利效率”

加盟商选择品牌，本质是选择一套“能赚钱的运营体系”。优化运营流程，核心是降低门店的操作复杂度、提升人效与坪效，而简米设计的 SI 设计能从空间维度，将抽象的运营流程转化为可落地的“高效空间方案”。

SI 设计中会明确“设备摆放位置”“库存存储区域”，避免加盟商因布局混乱导致的运营低效——这些细节能让加盟商直观看到“品牌的运营体系已融入空间设计，开店后能快速上手、降低试错成本”，从而增强加盟意愿。



配图：简米案例《广惠便利》

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 228 期：SI 设计赋能连锁行业：从加盟到招商

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



SI 设计：驱动连锁品牌发展的核心力量

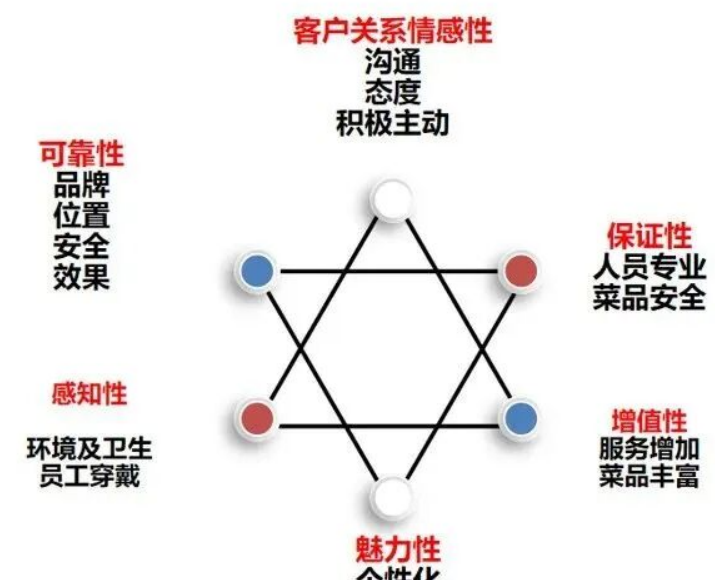
注 / 本文由简米收集编辑整理
如有侵权请联系简米客服 :400-666-8202

单店盈利是连锁品牌发展的基石，而 SI 设计从空间维度为单店盈利关键指标的提升提供了有效解决方案。在单店盈利核心指标方面，SI 设计通过对品牌视觉符号的标准化设计，如门头色彩、LOGO 摆放、橱窗展示等，强化门店辨识度，显著提升进店率，让路过的潜在顾客更易被吸引进店；针对餐饮、美业、零售等需要服务体验的连锁业态，SI 设计优化空间动线，合理划分产品体验区域，减少顾客等待时间，提升体验舒适度，进而提高体验率；同时，结合品牌调性打造的统一且有记忆点的空间环境，能增强顾客品牌认知，让顾客形成“消费联想”，有效提升复购率。

在升级单店盈利与新单店打造上，SI 设计同样发挥关键作用。店面建设中，简米设计为连锁企业导入与 VI（视觉识别系统）匹配的终端 SI 系统，从墙面颜色、灯光亮度到货架高度、收银台位置，均制定统一标准。某连锁便利店借助该方案，将货架间距统一为 1.2 米，单店商品陈列量提升 20%，销售额间接增长 15%。标准化服务层面，SI 设计预留服务标识与服务工具摆放区域，让员工服务有章可循，减少服务失误。新单店打造时，SI 设计挖掘品牌核心卖点转化为空间特色，如为某国风茶饮品牌融入水墨元素等，打造网红打卡点；还提供“模块化 SI 方案”，核心视觉元素统一，非核心区域根据商圈类型灵活调整，实现“一店一型但品牌统一”。

加盟模式的选择与落地离不开 SI 设计的保驾护航。在加盟模式选择的核心前提下，总部不同扩张心态对应不同模式，而 SI 设计是保障品牌形象的关键。门店初创期，直营模式需专业 SI 设计打造统一形象；追求快速扩张的弱加盟模式，需 SI 设计缩小门店形象差异；注重形象统一与高黏性的强加盟模式，SI 设计能助力实现“形象要求高”的目标。

客户价值体验维度-价值点模型



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

