

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 2023/04 总第127期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

2023 年米兰设计周: 不容错过的展览活动!

连锁课堂

「VI设计, 不止是符号」



简米知识分享

照明第15讲 | 如何防眩光

新案 | 中化厚圃——土壤要健康 厚圃来帮忙

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

中化厚圃 VI&SI 全案设计（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 年米兰设计周：不容错过的展览活动 008
- > 简米案例速递**
- 中化厚圃——土壤要健康 厚圃来帮忙 010
- 连锁课堂「VI 设计，不止是符号」 014
- SI 设计 | 俄罗斯 Motorrika 店面设计 016
- 空间设计 | 迪拜 Here-O 甜品店设计 018
- VI 设计 | 伦敦 BERA 资产平台 VI 设计 020
- > 简米知识分享**
- 照明第 16 讲 | 如何防眩光 022
- # 简话 # 目录 024
- 趣话「简米人」 026
- 关于「简米」 028



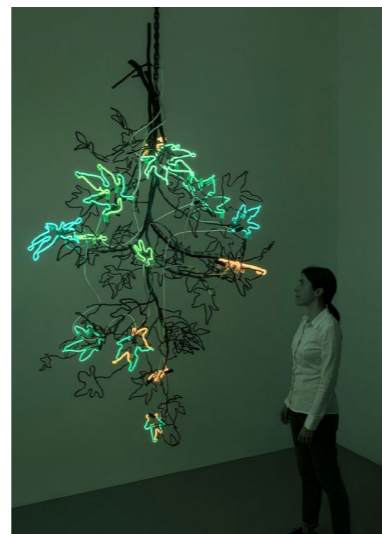
2023 年米兰设计周：不容错过的展览活动

> 简米快讯

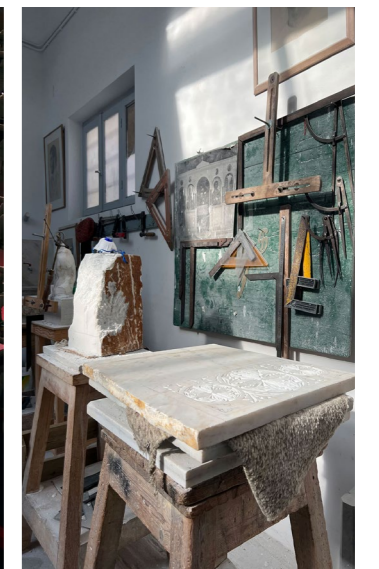
4月18日，2023年米兰设计周如期举行，今年春天，当我们抛开大流行病后缓慢而谨慎的复苏时，聚光灯又回到了米兰，令人兴奋的米兰设计周标志着2023年是焕然一新的一年，尤其是在设计领域。

大街上已经可以感受到欣喜若狂，最重要的是，人们年复一年地使这一独特的活动成为多元文化和创意领域的非凡纽带。设计师、策展人和组织者在幕后孜孜不倦地工作的兴奋很快就会传播到公众面前，预计将有来自全球各地的数千名游客聚集在米兰，再次肯定米兰作为设计之都的地位。

米兰布雷拉、伊索拉、托尔托纳和5 VIE设计区的历史宫殿、工业大厦和私人公寓成为众多展览、沉浸式装置、开创性合作、周年庆典、产品发布、快闪店和活动的舞台蔓延到庭院、花园和广场，涉及广泛的主题，包括可持续设计、循环经济、创新材料、城市再生和人工智能。



设计周也是庆祝活动的舞台，最著名的是米兰标志性设计机构之一的米兰三年展 (Triennale di Milano) 百年诞辰。前住意大利设计博物馆，由 Marco Sammiceli 策划的展览追溯了该机构从 1923 年作为装饰艺术双年展在蒙扎成立至今的历史。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约太平洋咖啡珠海店设计

简米新案速递

中化厚圃——土壤要健康 厚圃来帮忙

项目背景

中化厚圃品牌隶属于中国中化先正达集团，是一家国务院国资委监管直属企业，由中国中化集团有限公司与中国化工集团有限公司联合重组而成，于 2021 年 5 月 8 日正式揭牌成立。

其“厚圃土壤健康+”服务平台是先正达集团中国土壤健康战略的重要落地实施载体，聚焦解决土壤问题，以“激发土壤健康潜能”为使命，致力于通过打造土壤健康 O2O 服务的创新商业模式和技术方案集成应用，解决耕地退化问题，帮助农户实现可持续种植和增产增收，并带动传统农资经销商向土壤健康服务转型。

目前，“厚圃土壤健康+”已在林地复耕、盐碱地治理、特色经作产业土壤健康提升、农田安全治理等方面打造多个成功案例。

厚圃土壤健康+”服务平台在启动仪式上发布合作伙伴计划，目前已成功落地第一批厚圃服务专区，赋能传统农资经销商向“土壤健康门诊”转型，根据战略规划，于是携手简米设计对线下店面终端进行全新的战略规划与落地呈现设计，为“厚圃（HOPE）”品牌的建设与加速发展赋能。

土壤要健康 厚圃来帮忙

查看完整案例 ↓

<https://http://jeremycn.com/shows/1/272>

解决方案

沙发设计原理告诉我们，抛开沙发表象的坐垫、靠背等等，其实本质上它只是一张凳子！

同样我们回归原点，发掘本次厚圃设计项目的本质所在，我们的先静下心来，梳理这个项目最为显著的特点是什么，搞清他们文化属性是什么，目标客户与消费群又是什么！

厚圃是谁？

我是“厚圃”-- 土壤健康家 (+)

代表着科学、权威、可信赖

厚圃是做什么的？

解决土壤问题与提升土壤健康

激发土壤健康潜能

让每一寸土地都成为丰收的沃土

厚圃为什么要这么做？

为了保障国家粮食安全

为了促进农民增长增收

为了实现商业成功和可持续发展



在本次品牌视觉重塑与终端店面形象设计中厚圃想要传播什么样的内容给消费者？

我能发现问题：诊断和发现土壤常见问题

我能解决问题：找到土壤问题的解决方案

我能公益服务：培育农户对土壤健康的认知，重塑土壤健康价值

我是权威专业值得信赖的：打造中化厚圃土壤健康品牌的影响力

毛主席老人家讲到：没有调研就没有发言权，对于连锁品牌设计项目来说，调研可以激发灵感。最重要的是设计的理念是基于事实，是让设计创作基于品牌发展中客观纯在的问题为导向。因此，简米设计项目组团队在项目启动初期，远赴云南寻甸、宜良、建水等地进行实地的考察调研，发现并总结中化厚圃现存的问题。与终端消费者深入的沟通交流，了解他们的生活环境以及个人文化素养，精确地对描绘消费者画像。从消费视觉来设计呈现厚圃的终端视觉形象！

设计呈现上，我们根据线下门店调研并根据厚圃品牌定位梳理出的核心品牌气质属性：**专业、服务、科技。**

首先厚圃土壤健康标识图形设计，主要由三部分组成。最下面的绿色半圆环象征着双手；中间棕色的半圆分别象征为饭碗和土壤；最上面的图形在象征着粮食谷物、叶子花朵的同时，三片主叶也代表了粮食安全、生态环境健康及人类大健康，两片小叶子也寓意着通过线上和线下的 O2O 结合渠道模式来支撑厚圃土壤健康战略的发展。

最后形成的图形 LOGO 象征着厚圃用绿色的、科学的、可持续发展的技术方式去呵护土壤，让土壤恢复到富含有机质的沃土，让农民培育出绿色健康的农作物和植物，也寓意着土壤健康是粮食安全根基，做好土壤健康治理培育，农民才能种好粮食，中国人的饭碗里才能装满中国粮。

空间方面，我们按照模块化设计原则，对门店动线进行系统性规划，根据新客户动线、老客户动线、员工动线把产品功能分区合理结合。为人流提供清晰的脉络。做到高效组合。保证适应不同店态，同时保证品牌输出的形象统一性，降低运营成本。



| 连锁课堂 |

VI 设计，不止是符号！

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

什么叫 VI？便是一个 LOGO 吧！想来这也是很多人对 VI 的误会！

VI 到底是什么？该怎样设计方案？高端的 VI 系统软件必须考虑到什么重要因素？今日，就给各位讲一讲有关 VI 设计的那些事！

企业标志

企业标志是特殊公司的象征和标志符号。它是 VI 设计系统软件的主要基本。企业标志根据简约的外观和栩栩如生的形象传递了公司的核心理念、具体内容、商品特性等信息内容。logo 设计不但要具备很强的视觉冲击力，并且要体现出独具特色的性格和时代气息，务必普遍融入各种各样新闻媒体、各种各样资料和各种各样用品的生产制造。

产品标准字

产品标准字体样式包含汉语、英语或其它文本字体样式，规范字体样式是按照公司名称设计方案的。规范字体样式的挑选要有清楚的表明，立即传递公司的名字、知名品牌，加强企业形象和品牌形象感召力。

规范色彩

公司的规范色彩是拿来代表公司并使用在视觉识别系统设计方案中所有的媒介上的订制色彩。通过色彩具备的视觉刺激性与心理反应，可呈现出公司的经营管理理念及其商品具体内容的特性，反映出公司特性和感情，主色调在视觉识别系统标记中具备很强的鉴别效用。公司的主色调应用不适合太多，通常不超过三种颜色。

代表图案设计

公司代表图案设计是因为相互配合基本前提在各类媒介上广泛运用而设计方案。在含义上应反映企业理念，造成烘托和加强企业形象的功效。根据代表图形的多种多样造型设计，来及时补充标示标记构建的企业形象，使其作用更详细、更易鉴别、更具有主要表现的力度与深层。代表图案设计在表达形式上使用简易抽象化并与标示图型不但比照又维持融洽的关联，也可由标示或构成标示的造型设计含义来完成设计方案。

标语口号

公司明确提出的标语口号是企业文化理念的归纳，是公司依据自己的活动营销或核心理念而科学研究出来的一种文本宣传广告。公司标语口号的确认规定文本简约、顺口。精确而洪亮的公司标语口号对里能培养出员工认真工作的驱动力，对外开放则能表示出公司发展的个人目标和方位，提升公司在群众情绪的印像。



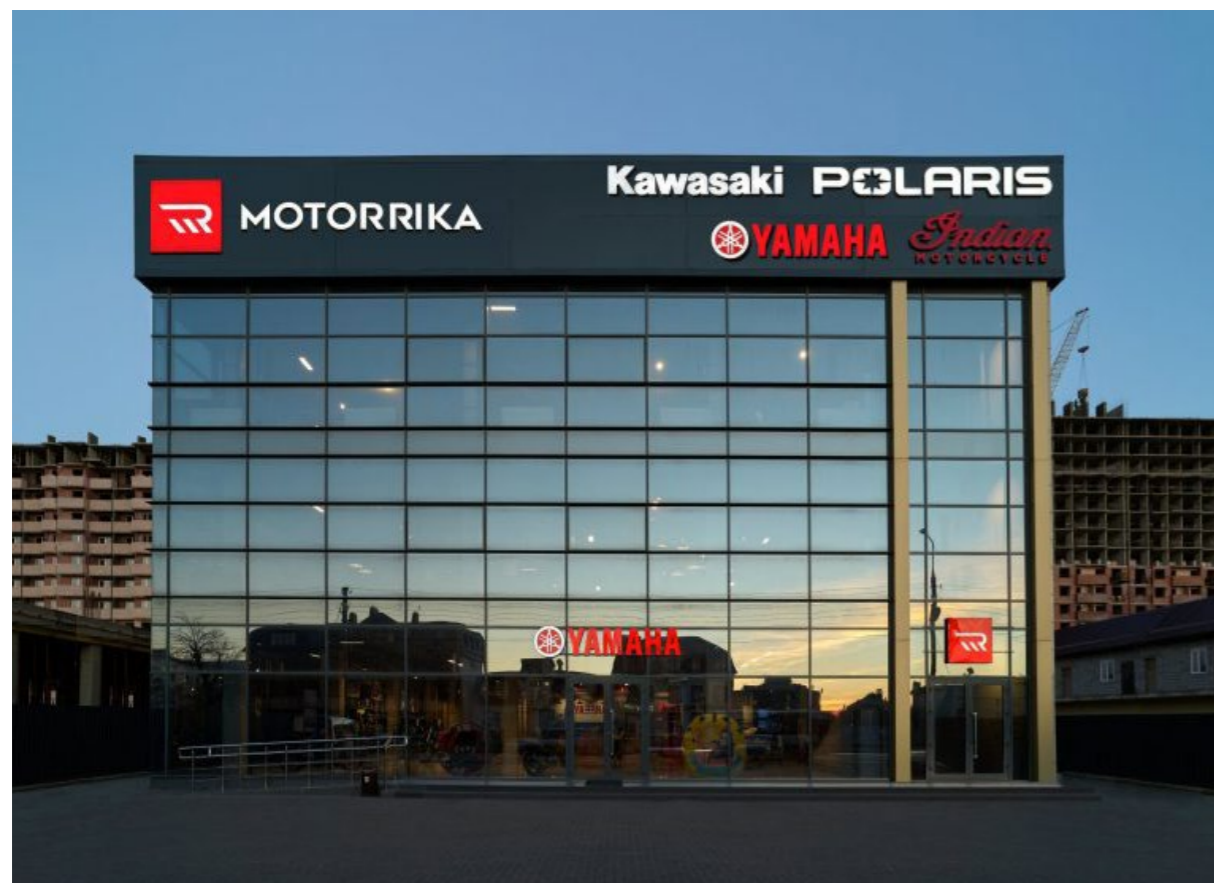
SI 设计 | 俄罗斯 Motorrika 店面设计

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

该连锁店设计项目位于俄罗斯克拉斯诺达尔, Motorrika 是一个销售摩托车和摩托车设备的多品牌集成商店。是该地区最大的摩托车商店, 这是他们第二家采用 SI 设计系统形象的商店。

主要设计思想是大型多层次空间内的多功能性。改造变得更快更简单, 新的品牌区域可以灵活添加、交换或转移到商店内的另一个位置。深灰色是主色, 搭载混凝土框架。主要区域使用了品牌特定的材料和颜色来绘制图片, 使用标志性的栗色与木头混合, Clim 区域则使用它的黄色。寻路标牌元素延续了这一概念, 因此既具有审美功能, 又具有实用性。

The chain store design project is located in Krasnodar, Russia. Motorrika is a multi brand integrated store that sells motorcycles and motorcycle equipment. It is the largest motorcycle store in the region, and it is their second store to adopt an SI design system image.

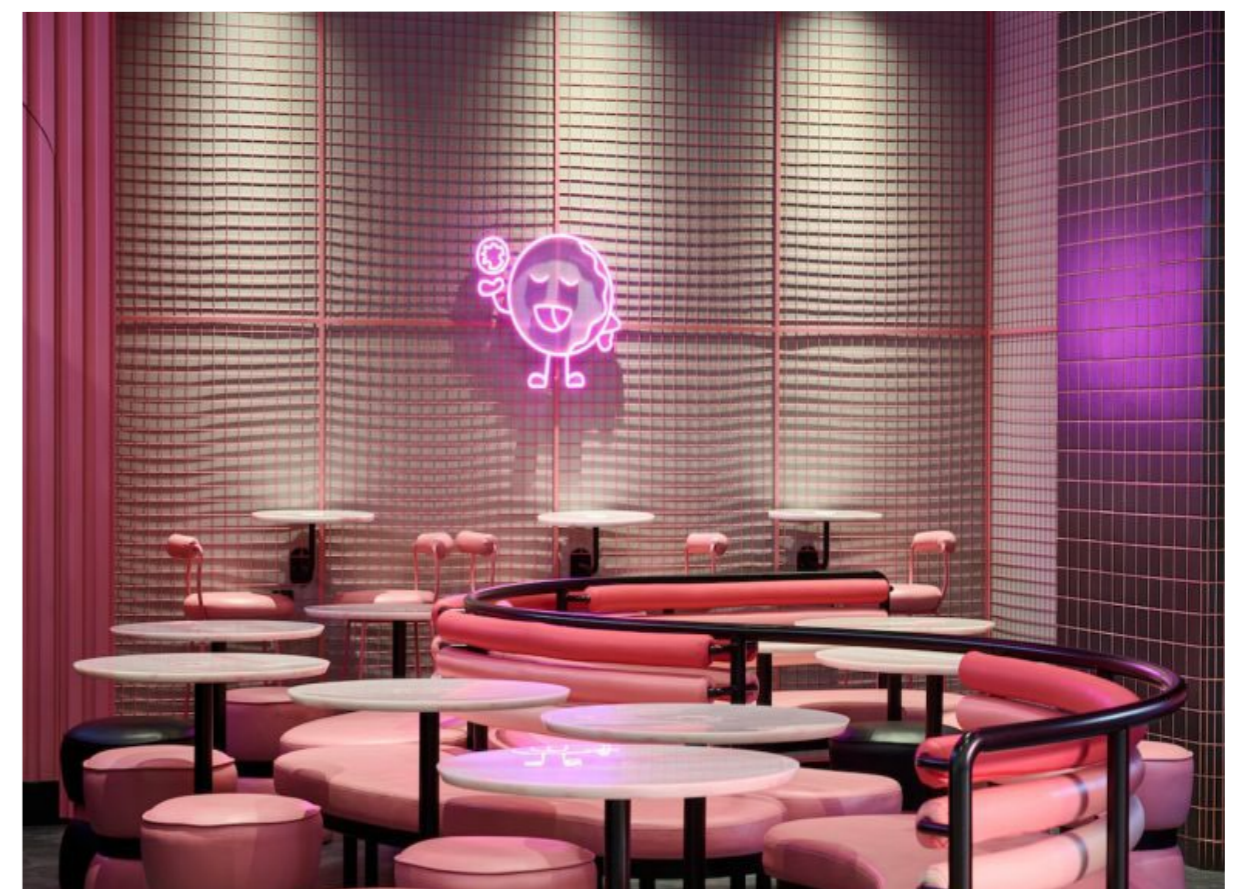
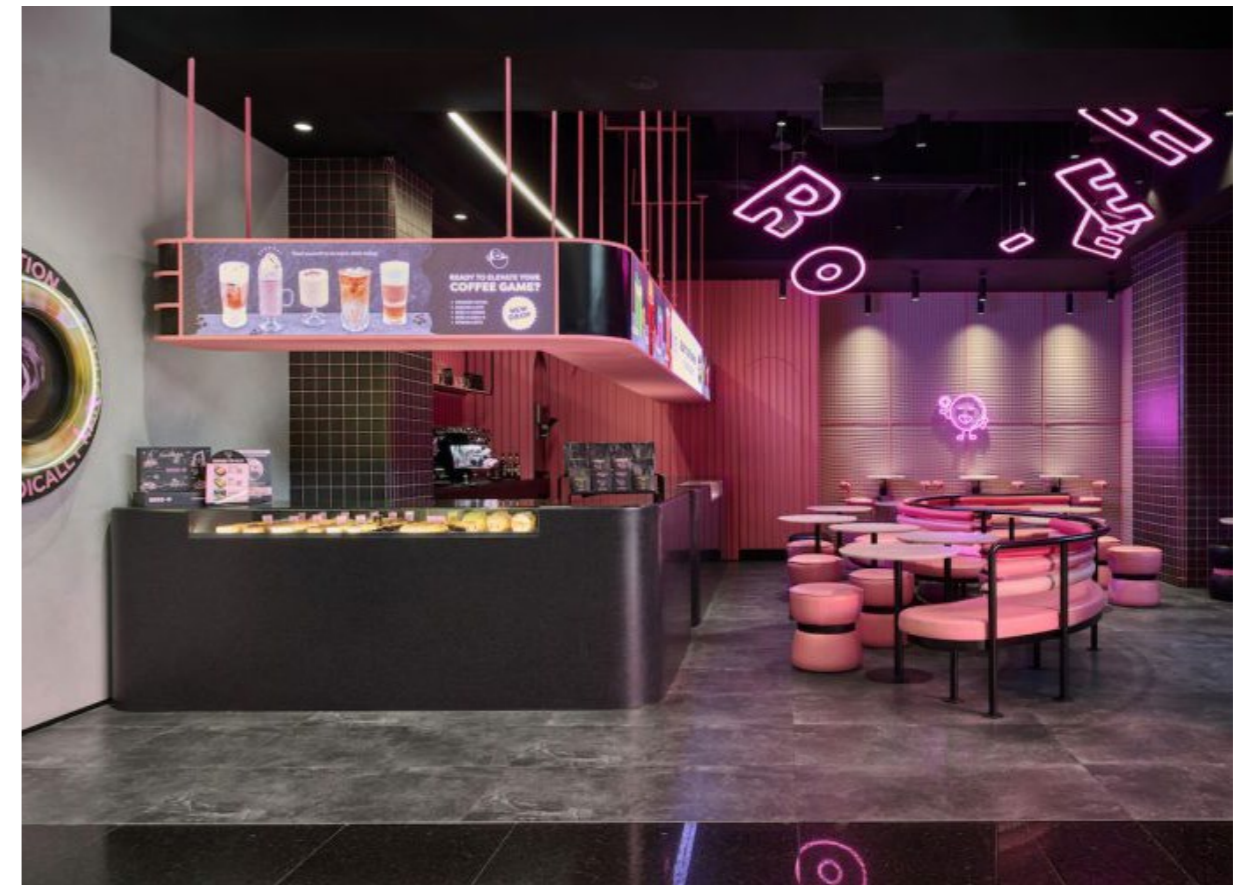


空间设计 | 迪拜 Here-O 甜品店设计

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

该空间设计项目位于迪拜，是迪拜市中心 Mirdif 购物中心的 Here-O Donuts 专卖店设计。该空间设计展示甜甜圈和咖啡师区的展示柜台面向商场内部，并设有相邻的用餐空间。不同深浅的粉红色覆盖着墙壁和纹理皮革座椅。墙壁上的金属网和波纹金属板。品牌名称的霓虹灯悬挂在用餐区的天花板上。

This spatial design project is located in Dubai and is designed for the Here-O Donuts specialty store at the Midif Shopping Center in the center of Dubai. The space is designed to display doughnuts and the display counter in the barista area faces the interior of the mall, with adjacent dining space. Different shades of pink cover the walls and textured leather seats. Metal mesh and corrugated metal plates on the walls. The neon lights of the brand name hang from the ceiling of the dining area.



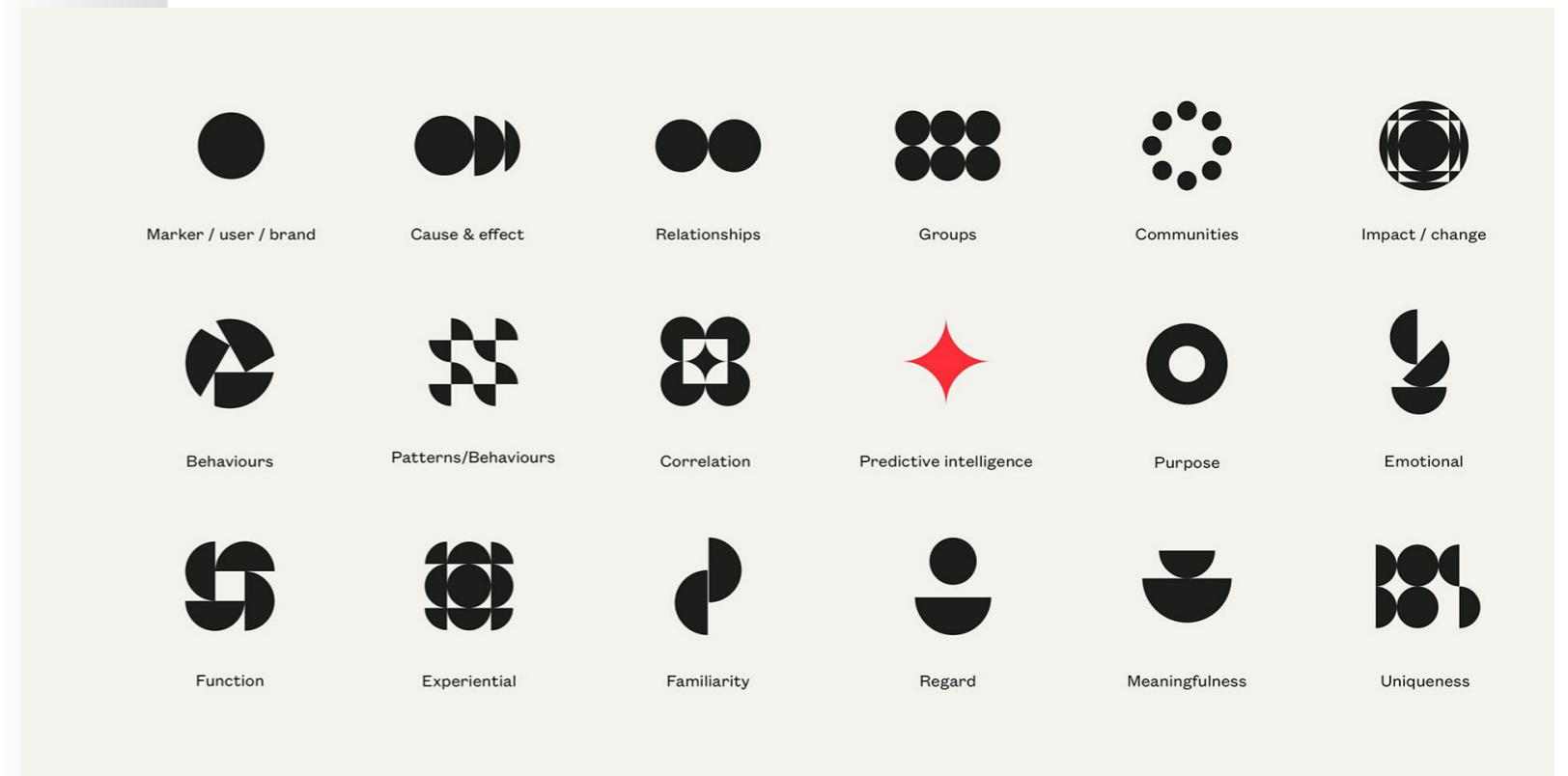
VI 设计 | 伦敦 BERA 资产平台 VI 设计

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 VI 设计项目是伦敦资产评估平台 BERA 的品牌 VI 视觉设计, 该 VI 设计挑战重点在于如何表达出一家以数据来预见未来潜在结果的科技公司创造一个科技化、国际化的身份。

该 VI 设计中设计师开发了一个基于圆圈的图标集, 可以添加或抽象出复杂性。从这些图标中, 开发了“北极星”——蚀刻在标识中的品牌标志, 并在公司宣传材料中用作其流程和理念的可视化。

The VI design project is the brand VI visual design of the London asset evaluation platform BERA. The challenge of this VI design lies in how to express a technology company that uses data to predict potential future outcomes and create a technological and international identity.



> 简米知识分享

照明第 16 讲 | 如何防眩光

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



关于眩光, 维基百科给出了这样的解释: 眩光 (glare) 即刺眼的光, 其可导致视野内的亮度大幅超过眼睛能适应的范围, 造成视力受损或情绪烦扰、不安。

1、黑光防眩

通过黑光灯杯吸光, 防止反光, 降低亮度的差异。

2、深度防眩

将光源深藏, 结合反光杯与面环的二级配光, 达到剔除杂光, 柔化光线的效果。

3、光学蜂窝状网

通过蜂窝结构将光线多次漫反射, 控光效果佳。

4、光学透镜

将光线聚集, 避免散乱感, 达到防眩不刺眼。



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

