

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY

2023/07
总第130期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国近现代设计创新者!

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



简米出品 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

《罗刹海市》插画设计欣赏

连锁课堂

「企业品牌设计中具体涵盖什么因素？」

简米知识分享

照明第18讲 | 光亮度

新案 | BOJUN 铂君 —— 让爱更温暖



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

山东铂君全铝橱柜 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	
《罗刹海市》插画设计欣赏	008
> 简米案例速递	
BOJUN 铂君——让爱更温暖	010
连锁课堂「企业品牌设计中具体涵盖什么因素？」	014
SI 设计 伦敦 Burberry 旗舰店设计	016
空间设计 奥地利 Steirereck 餐厅设计	018
VI 设计 Luccari Coffee 视觉设计	020
> 简米知识分享	
照明第 17 讲 光亮度	022
# 简话 # 目录	024
趣话「简米人」	026
关于「简米」	028



《罗刹海市》插画设计欣赏

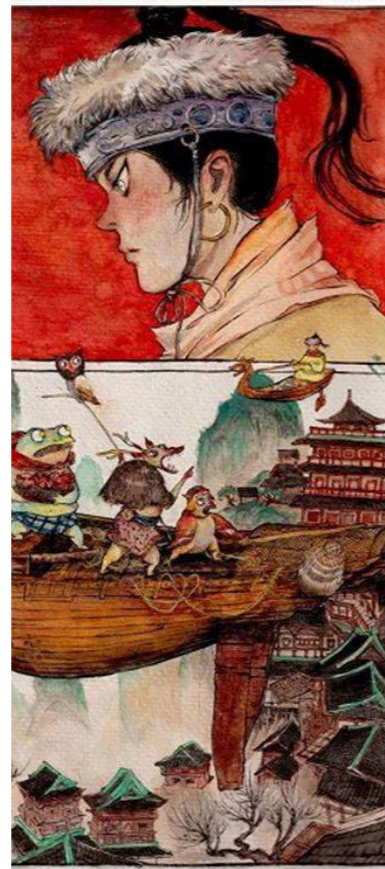
> 简米快讯

最近刀郎新歌《罗刹海市》就像娱乐圈中的台风，自诞生十多天来风暴愈刮愈烈。无论网友如何猜测，当事人刀郎，以及网友猜测遭影射的几位歌手都保持沉寂。

连日来，顶端新闻·河南商报记者希望联系刀郎方面，试图让他阐述创作动机，以及回应网友议论。7月29日，刀郎经纪方表示，关于《罗刹海市》不会有公开回应。

《罗刹海市》的歌词虽源自千古名作《聊斋志异》，但字里行间剑指现实，网友认为又与刀郎的自身遭遇息息相关，不无影射那英等几位歌手之嫌。截至7月30日，那英抖音的一条视频评论达到了惊人的588.8万条，但那英并未正式回应。

这里我们不对歌曲去评论，只欣赏相关一些插画设计。



> 简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约南京苗医生 SI 全案设计

简米新案速递

BOJUN 铂君——让爱更温暖

项目背景

济南铂君智能科技有限公司成立于 2019 年 12 月 30 日，主要经营范围包括智能办公设备、家用电器、厨具、日用品、家具、文具用品、建筑材料、五金交电、装饰材料、卫生洁具的批发、零售；铝型材的加工、销售。于 2021 年开设线下全铝橱柜衣柜实体店，于是委托简米对其终端形象进行全面的

解决方案

项目定位

品类聚焦：全铝橱柜衣柜

价值定位：让爱更温暖

人群特质：时尚 有品味 高收入

场景呈现：家庭生活空间

空间环境核心关键词：轻奢、简约、现代、中国美

设计上我们围绕“轻奢、简约、现代中国”为核心关键词，整体设计运用简洁的线条元素，加入从铂君 LOGO 里提取的“斜线”视觉元素进行点缀。

主品类橱柜、衣柜等家居定制产品融入店面空间，合理运用动线形成可复制模块，便于后期落地延伸。大量运用中性色，加入富有亲和力的木纹材质体现家的温度。

让爱更温暖

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/276>



衣柜洽谈区使用木纹营造温馨柔和氛围。

天花简洁的线性灯引导客户进入内部心理，简洁的造型与地面相呼应。

入口出设计陈列铝原材橱柜，橱柜区采用大理石地砖突显高端气质，让用户实际体验。

开放商务洽谈区便于客户个性问题解决及快速成交。



软装搭配中式画元素主题：“竹”与品牌“君”相呼应。



| 连锁课堂 |

企业品牌设计中具体涵盖什么因素？

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

企业品牌设计中具体涵盖什么因素。尽管每一个企业都是有自身的品牌, 可是在企业发展趋势历程中, 品牌设计也是要依据市场和消费者口感的变动而变化的, 那样进而持续为企业提升本身形象, 提升企业的整体竞争能力。那么, 企业在设计方案品牌中应当包括什么因素呢? 下边就带大家一起来研究一下。

1 商品形象

商品形象是品牌形象的基本, 是和品牌设计的实用性特点相关联的形象。潜在性消费者对品牌设计的认识前提是根据对其产品功能的认识来表现的。一个品牌设计并不是虚空的, 反而是以其能达到消费者的化学物质的或情绪的要求, 这类达到和其商品密切相关。当潜在性消费者对用户评价很高, 造成很强的信任时, 她们会把这些信任迁移到抽象的品牌上, 对其品牌造成较高的点评, 进而建立较好的品牌形象。

2 品牌文化艺术形象

品牌文化艺术形象就是指广大群众、客户对品牌所表现的品牌文化艺术或企业总体文化艺术的认识和点评。企业文化艺术是企业经营管理理念、价值观念、职业道德、行为规范等企业个人行为充分体现, 也反映一个企业的精神面貌, 对其消费人群和职工造成着耳濡目染的陶冶功效。品牌文化艺术和企业的自然环境形象、职工形象、企业家形象等一起组成详细的企业文化艺术。

3 详细系统软件

无论干什么工作, 一个完全的系统化的机制可以为工作中做到事倍功半的实际效果, 这儿所讲的系统软件指的是企业品牌标识系统设计, 它具体体现的是消费者对企业商品的一种认同度和接受程度, 大家通常记牢一个企业品牌, 便是根据该企业的标志, 文本, 照片及其灯光效果的形象来了解, 因此品牌标识系统设计的设计也是品牌设计十分关键的一方面。只有一个详细的品牌标识系统设计, 才可以让企业走得长期。

4 品牌信誉

品牌信誉就是指消费者及社会各界对一个品牌信任感的认识和点评, 就其本质来自商品的信誉。品牌信誉的确立必须企业各领域的共同奋斗, 商品、服务项目、技术性一样都不可少, 并重视按合同约定的供货周期交货及其立即结转成本应付款等。品牌信誉是维护保养消费者品牌满意度的宝物, 是品牌保持其风采的主要武器装备, 不难看出, 品牌信誉和品牌设计对一个企业而言十分关键。



SI 设计 | 伦敦 Burberry 旗舰店设计

注 / 本文来自互联网，简米收集编辑如有侵权请联系简米客服：400-666-8202

该空间设计项目是奢侈品品牌 Burberry 位于伦敦的旗舰店设计，经过数月无休止的翻新，巴宝莉位于伦敦久负盛名的新邦德街的旗舰店重新开门营业。该店面积不低于 2044 平方米。（22000 平方英尺）分布在一栋大楼的三层楼里，这座大楼也将容纳即将到来的五星级瑞吉酒店。彻底的重新开发也产生了一个新的双层立面。全白色内饰开阔通风，有一系列不同的设置，每一个都专门用于巴宝莉广泛的男士和女士系列产品。

尽管这家旗舰店在很大程度上低调，体积兼容，但它看到了引人注目的元素，如黑白格子地板和配套的楼梯、华丽的黄铜装饰，以及模仿标志性巴宝莉格子的天花板图案，增添了一种俏皮的感觉。



空间设计 | 香奥地利 Steirereck 厅设计

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

该店面设计项目位于奥地利。这是维也纳餐厅“Steirereck”的一个旗下品牌，他们是一家几十年来一直是世界顶级美食机构之一。

波古什山口高 1059 米，穿过奥地利阿尔卑斯山，波古什城堡位于山口顶部，周围是自己的农田。

美食厨师海因茨·雷特鲍尔 (Heinz Reitbauer) 和他的妻子比吉特 (Birgit) 在谈到这个店面设计项目时，希望展示美食企业的创新性和可持续性。

挑战是将自然环境与高度复杂的现代餐饮业相融合，以确保和谐的未来。通过各种干预措施，原有的建筑和附加设施在山区景观中形成了乡村发展规模的村庄群。



VI 设计 | Luccari Coffee 视觉设计

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

Luccari Coffee 诞生于轻咖啡之王阿肯色州, 以一种新的形式呈现了豪华咖啡馆的新体验, 提供精选的高品质咖啡, 并融入了我们的座右铭“咖啡中的最好的”。

考虑到世界上种植最好谷物的不同地区。我们将新鲜收获的优质新鲜咖啡呈现给关心最佳口味的观众。

该 VI 设计创造一个代表咖啡之王的符号, 赋予它精选、专属和气势恢宏的个性。

这一符号伴随着增强排他性、奢华性和选择性概念蓝色、由权力和优越性的独特象征塑造的图案和纹理也是如此, 王冠、权杖、城堡塔楼、徽章和旗帜也是如此。它还考虑到了表面处理或金属化印刷, 如镀金青铜。

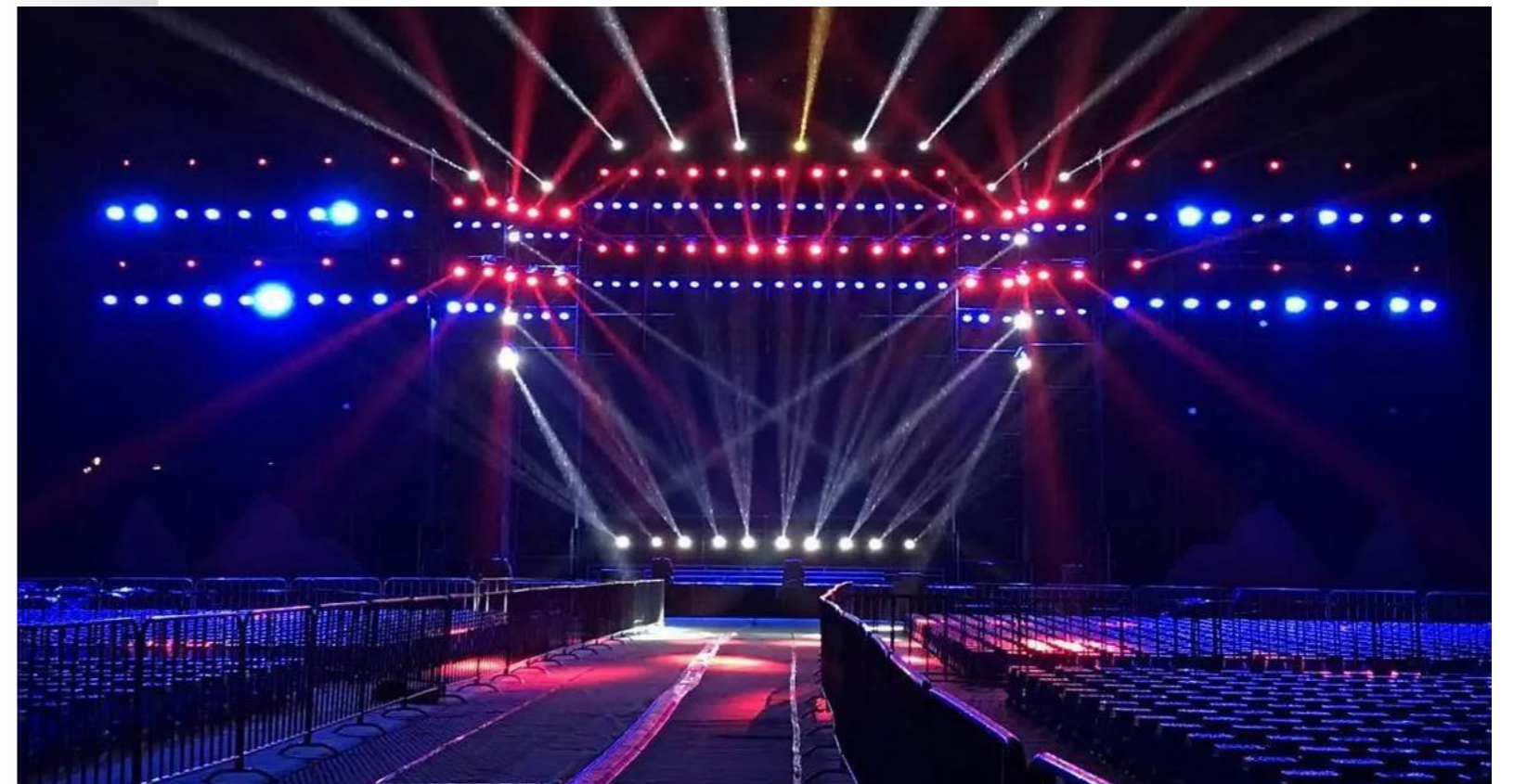


> 简米知识分享

照明第 17 讲 | 光亮度

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



光亮度 (luminance) 又称发光率, 是指一个表面的明亮程度, 以 L 表示, 即光源在垂直其光传输方向的平面上的正投影单位表面积单位立体角内发出的光通量。

基本概念

光亮度, 指在某方向上单位投影面积的面光源沿该方向的发光强度。又称发光率, 用符号 L 表示。

面光源上小面元的面积为 ds , 某一方向与面元法线的夹角为 θ , 面元沿这个方向的投影面积为 ds' 。

$ds' = ds \cdot \cos\theta$, 面元沿这个方向的发光强度为 dI , 则光源在该方向上的光亮度为 $L = dI / (\cos\theta \cdot ds)$; 若面元沿这个方向上立体角元 $d\Omega$ 内发出的光通量为 $d\Phi$, 因此 $dI = d\Phi / d\Omega$, 光亮度又可写为 $L = d\Phi / (d\Omega \cdot ds \cdot \cos\theta)$ 。

亮照关系

亮度和照度的关系, 最常用的照度单位是呎烛光 (footcandle)。1 呎烛光是在距离标准烛光一英尺远的一平方英尺平面上接受的光通量。如果按公制单位, 则以米为标准, 照度就用米烛光 (metrecandle) 来表示, 即 1 米烛光是距离标准烛光一米远的一平方米面积上的照度。

1 米烛光等于 0.0929 呎烛光。

我们不难理解亮度和照度之间的关系, 其关系为:

$$L = R \times E$$

式中 L 为亮度, R 为反射系数, E 为照度。



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

