

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 202312 总第135期

简米出品  
Produced by JEREMY  
Copyright ©

### 中国国家版本馆中央总馆

#### 连锁课堂

「终端设计中的模块」



#### 简米知识分享

照明第19讲 | 舞台灯光设计科普

新案 | 安徽皓雪口腔VI&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

安徽皓雪口腔 VI&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

中国国家版本馆中央总馆 008

> 简米案例速递

皓雪口腔医疗门诊 VI&SI 设计 010

连锁课堂「终端设计中的模块」 014

SI 设计 | 吉隆坡 Gentle Monster 眼镜店设计 016

店铺设计 | 越南河内 Yazawa 餐厅设计 018

VI 设计 | 化妆品 Pure Story 品牌设计 020

> 简米知识分享

照明第 19 讲 | 舞台灯光设计科普 022

# 简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028





## 中国国家版本馆中央总馆

简米快讯

近日，习近平总书记乘车来到位于北京市昌平区燕山脚下，由庄惟敏院士领衔的清华大学建筑设计研究院和建筑学院团队设计的中国国家版本馆中央总馆。中国国家版本馆是新时代以来，在习近平总书记亲切关怀、高度重视下建成的国家级文化地标。中国国家版本馆主要承担国家版本资源规划协调、普查征集、典藏展示、研究交流和宣传使用职责，建有中央总馆和西安、杭州、广州分馆。

习近平首先走进文华堂，听取版本馆规划建设有关情况介绍，参观国家书房、中华古代文明版本展、中国当代出版精品与特色版本展。

在文瀚阁，习近平仔细察看马克思主义中国化时代化经典版本展，不时询问版本搜集整理有关情况，并登上五层露台俯瞰版本馆全貌。

随后，习近平来到兰台洞库，参观“汉藏蒙满文大藏经雕版合璧”和“《四库全书》合璧”库展，详细了解馆藏精品版本保存情况。



简米本月动态 JEREMY NEWS

新签约广州小帅富氩水全案设计



简米新案速递

# 安徽皓雪口腔医疗门诊 VI&SI 设计

## 项目背景

安徽六安皓德口腔在陈院长的领导下，凭借着精湛的医术和良好的服务，通过多年的经营发展，已经是六安地区知名的口腔医疗机构。随着公司的不断发展，皓德口腔规划走出六安，发展成全国的口腔连锁医疗机构，为此公司以新品牌“皓雪口腔”开启了全新的品牌之旅。新品牌需要全新的品牌视觉 VI 形象和连锁终端 SI 形象，在简米客户“眼易佳”的推荐下，简米携手皓雪口腔，为其开启全新的 VI/SI 系统设计。

## 解决方案

### 市场分析

通过调研发现，目前口腔医疗主要有以下四种情况。

- ①公立综合医院的口腔科：作为公立医院的口腔科，在当前国内的医疗环境下，其具有得天独厚的优势，消费者大都比较信任。但对于综合医院来说，口腔科不是特别挣钱的科室，医生收入和其他科室也存在差距，许多医生外出开设诊所。这就造成公立医院口腔科医疗资源缺乏，服务相对较差。
- ②私人口腔诊所：这是目前市场上最多的口腔医疗形式，该类型口腔诊所的发展极度依赖院长的个人能力，因此口碑良莠不齐，获得良好发展的不多。
- ③“莆田系”口腔连锁机构：该类型的口腔医院多为连锁或者部分公立医院科室承包，其最大的优势是品牌包装和营销，但医疗纠纷不断，客户真实口碑不好，往往都是“一锤子”买卖。这也导致获客成本越来越高，客户体验越来越差的恶性循环。

皓雪口腔

查看完整案例 ↓

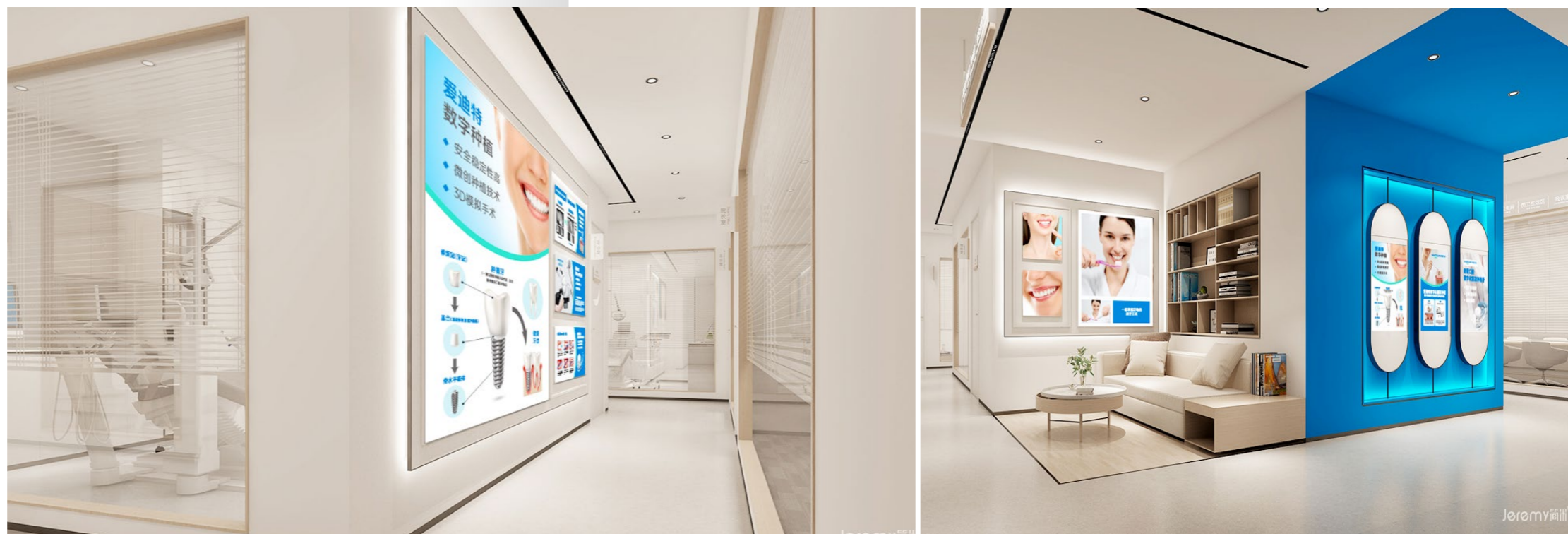
<https://www.jeremycn.com/shows/1/281>





## 品牌定位梳理

皓雪口腔的定位需要规避以上市场分析中出现的问题，同时需要吸收他们优点。吸收公立医院没有营销，相对专业、安全、透明的医疗制度；吸收优秀个人口腔诊所周到服务体系和高尚医德，吸收连锁口腔机构的品牌包装价值。皓雪口腔定位为一家采取全直营模式的连锁口腔诊疗机构，通过规范化，制度化的标准化的体系建设，采用先进的 DMSO(Dental management service organization) 模式。自建相应耗材工厂，打印厂等工业拍套设施，并采用院校合作方式，自行培养医师医护人员。将优秀的医疗资源和服务体系通过直营的方式，分享给旗下每一家连锁门诊。皓雪口腔门诊，不搞营销，不搞套路，以技术过硬，医德高尚



的牙科医护人员为核心，用口碑谋发展，正规、透明的开展牙科诊疗工作。

皓雪口腔终端环境应该传达什么样品牌认知？皓雪口腔想给客户留下什么样的印象？

正规 专业 透明 舒适 关爱 不营销 不套路

## 终端 SI 设计理念

本案结合皓雪自身价值和竞争对手的优缺点，分析出“正规、专业、透明、舒适”核心项目关键词，借助简米“米”字模型方法工具，皓雪口腔终端设计从风格、形象、气质、到功能规划、动线布局、品牌体验等等层面，均围绕该核心关键词进行。

口腔行业客户群体年龄跨度比较大，在空间形象风格定位时避免迎合特定人群，而是围绕正规专业的品牌气质去营造。这就需要科学高效的动线布局、秩序统一的标识，清爽干练的形象风格，但是这些专业性的需求，往往拉开了空间与人的距离。为了解决这一矛盾，营造舒适温和的空间体验，风格上选择了现代简约的设计语言，以象征医疗属性的白色作为核心基调，融合一些木纹色，让空间多了一份温馨，在局部空间赋予色彩点缀，让空间多了一点趣味性。

同时，设计还需要考虑连锁 SI 设计的标准化延展属性，避免过于个性化，小众化的设计，尽量符合大多数人的审美需求，尽量降低门店建设管理成本。

截止发稿，皓雪口腔已经完成了第三家门店的规范化建设。





| 连锁课堂 |

# 终端设计中的模块

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

终端各模块需要配合整体品牌的气质风格, 在整体气质风格下每个模块设计有相对应的技巧方法, 下面以常用的门头、道具设计等来举例。

## 1 门头

对于连锁品牌来说, 终端门店是品牌和客户接触的最前端, 更是品牌形象建设的媒介之一。而最前端则是门头外立面。1. 通常招牌由几个元素组成: 品牌名称、标识设计、店铺编号、造型、基层载体等。2. 提前规范不同应用场景, 不同的门店应用场景。3. 规范门头材质制作工艺标准, 且要考虑防水性、耐腐蚀、照明亮度等。4. 明确门头的尺寸比例: 连锁品牌门店尺寸不一, 要让招牌设计规范能适应所有门店。5. 门头布局比例规范: 需要对门头组成元素之间的比例进行规范, 从而适应门头尺寸的变化。

## 2 陈列道具

### 1) 终端中陈列道具模块设计规范

1. 与终端整体相匹配。2. 为了提高记忆和传播力, 在道具中也要融入品牌视觉元素。3. 道具是商品陈列的载体。道具设计要符合人机工程学的需求, 这样消费者才有更好的购物体验。4. 陈列道具设计一定要结合商品自身的属性, 让道具更有利于商品陈列。如商品的包装、大小、状态等。5. 陈列道具能够适用商品的随时调整或替换, 也要适用与不同的门店尺寸。

## 3 平面物料

平面物料在终端中的使用也极为广泛, 除了本身的宣传、导视等功能, 还可以起到传播品牌文化、体现终端气质的作用。其设计和规范可以分为以下几点: 1. 在设计前要提前规划好不同场景、不同位置物料使用的标准。2. 平面物料也是属于 VI 视觉规范里的, 就需要做到与整体形象保持一致。3. 物料的设计应当简约, 不可抢了产品的风头。4. 根据产品、服务的属性决定物料的表现形式。最后就是物料使用的数量要适当。不宜过多也不宜过少。

## 4 橱窗

一般而言, 顾客看到橱窗时都是处于运动状态, 所以要考虑好顾客的观赏角度和视线高度以达到最好的信息传达效果。2. 橱窗也是店面的一部分, 在布局上要 and 店面的整体陈列风格吻合, 突出品牌个性。3. 橱窗的本质是销售, 注意传递店面的销售信息最后, 橱窗的主题要简洁鲜明, 顾客在橱窗前的时间是短暂的, 要在最短的时间内抓住顾客的眼球。





## SI 设计 | Gentle Monster 眼镜店设计

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

这继新加坡和曼谷的门店之后，前沿眼镜品牌 Gentle Monster 将其极具吸引力的零售理念带到了吉隆坡。该店位于 The Exchange TRX，这是一个新开设的大型高档购物中心，位于市中心，拥有 400 多家店铺，占地 327 平方米。（3522 平方英尺）一楼单元位于 Le Labo 和 Christian Louboutin 精品店之间，采用该品牌的标志性室内设计规范。

低调的搁架单元构成了一个蜿蜒的背景，以温柔怪兽的许多系列为特色，其间穿插着由不同材料制成的奇异生物，包括一尊犀牛雕像，一只看似自主的眨眼，事实上，在地球上其他几家温柔怪兽零售店都可以看到这只眼睛，两只真人大小的野牛在一个星系间物体的两侧，占据中心舞台的是一个抽象的白色雕塑，放置在对比鲜明的阳极氧化金属底座上，并与一个展示品牌视频的大 LED 屏幕配对。除了备受追捧的太阳镜系列外，新的 Gentle Monster 商店还推出了该品牌的全套光学系列。





## 店铺设计 | 越南河内 Yazawa 餐厅设计

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

该店铺设计空间场地是一座有 100 多年历史的法国殖民别墅, 经过了一系列翻新和扩建, 具有河内市的特色。改造的重点是钢铁的力量。

特色墙饰面为 bengala 的红土色, 用于为用餐空间和开放式厨房区域上色。另一方面, 在餐厅的一系列体验中, 使用天然颜料靛蓝的生动靛蓝颜色来对比水的循环和循环区域, 多次戏剧性地改变场景。

最初的铁徽章是使用自法国殖民时期以来常用的铸造技术制作的。该标志用于室内和外墙屏幕、照明、桌面、餐厅标志和葡萄酒展示, 以在每个场景中表达餐厅的身份。

通过引入与当地文化相关的各种铁景观, 我们为一家供应烤肉的餐厅设计了一个有深度的用餐空间, 在这道菜中, 人们可以享受在铁上变化的食材。





## VI 设计 | 化妆品 Pure Story 品牌设计

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

Pure Story by Medical Doctors 是一个天然药物化妆品品牌，由一位充满激情的皮肤科医生创立，基于她 30 多年的经验，帮助患者找到最佳的皮肤护理方法。该品牌专注于创造最高质量的纯、活性和生物相同的皮肤科化妆品，这意味着它们只基于我们皮肤中天然存在的物质，使其格外安全、有益和有效。该品牌通过与他们合作的咨询机构 Lanota agency 找到了我。他们有一系列现有的产品，需要更新品牌标识和包装的外观和感觉，以反映其产品的真实质量。

新品牌设计反映了该品牌的专业、医学根源以及该品牌所基于的专家科学知识，同时提供了现代、优雅、极简的外观。它专注于一个字体家族，使用几种不同风格的字体，以简单而微妙的方式提供时尚的感觉。此外，所选设计元素的清晰阻挡和垂直文本对齐的使用，提供了新鲜、现代的外观，并允许强调清晰的空间，代表品牌核心的自然简洁。





> 简米知识分享

## 照明第 19 讲 | 舞台灯光设计科普

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



舞台灯光设计相关要求是能够满足大型歌舞晚会、文艺汇演、戏剧、演唱会和大型会议的使用要求，就要先遵循一些简单的要求。

### 面光

自观众顶部正面投向舞台的光，主要作用为人物正面照明及整台根本光铺染。

### 耳光

位于台口外两侧，斜投于舞台的光，分为上下数层，主要辅助面光，增强面部照明，增加人物、景物的平面感。

### 柱光

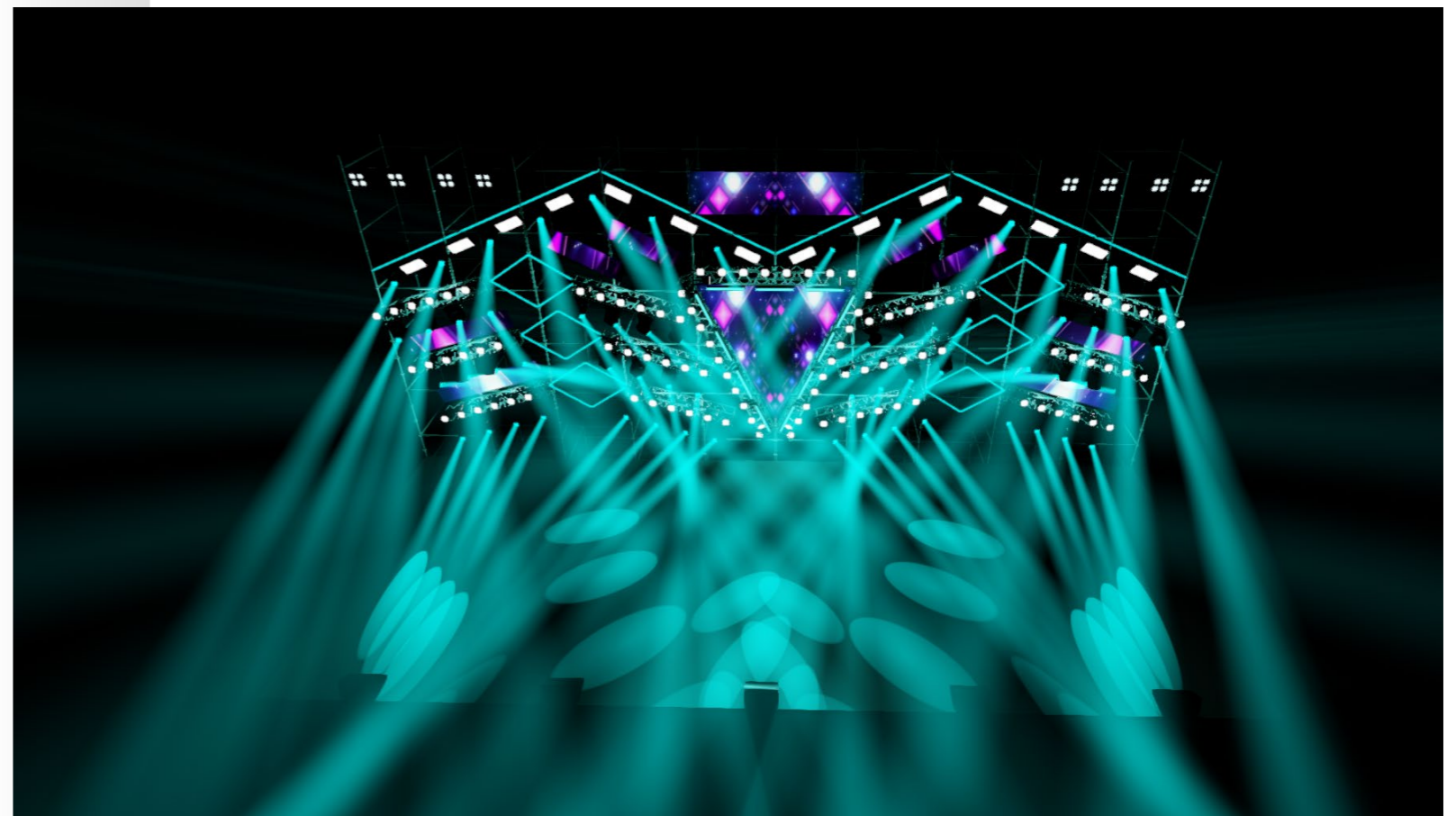
自台口内两侧投射的光，主要用于人物和景物的两侧面照明，增加平面感、轮廓感。

### 顶光

自舞台上方向舞台的光，由前到后分为一排顶光、二排顶光、三排顶光等，主要用于舞台普通照明，增加舞台照度，并且有很多景物、道具的定点映照。

### 逆光

自舞台逆方向投射的光（如顶光、桥光等方向映照），可勾勒出人物、景物的轮廓，加强平面感和透明感，也可作为特定光源。





## 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

