

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



透尽设计之美 bring about it design

简米创客  
Jeremy maker

简米工程  
Jeremy engineering



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

2025/05

总第148期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

## 2025设计圈流行趋势

连锁课堂

「连锁经营：解锁店铺盈利复制模型的密码」



简米知识分享

解锁连锁门店形象氛围营造密码

新案 | 慢博士潜心研究时间的力量

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

慢博士（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

2025 设计圈流行趋势

008

> 简米案例速递

慢博士——潜心研究时间的力量

010

连锁课堂「连锁经营：解锁店铺盈利复制模型的密码」

014

SI 设计 | 以色列 Story Eilat 商店设计

016

店面设计 | 巴塞罗那 Thinking MU 店面设计

018

VI 设计 | LUMIRE 品牌包装设计

020

> 简米知识分享

解锁连锁门店形象氛围营造密码

022

# 简话 # 目录

024

趣话「简米人」

026

关于「简米」

028



## 2025 设计圈流行趋势： AI 驱动 + 融合创新

### > 简米快讯

2025 年，设计圈正站在创新与变革的前沿，一系列令人瞩目的流行趋势如同一幅绚丽多彩的画卷正徐徐展开，为品牌设计带来了前所未有的机遇与挑战。

### AI 驱动设计：创意的智能引擎

AI 在设计领域的应用将更加深入和广泛。它不再仅仅是一个辅助工具，而是成为设计师的创意伙伴，能够快速生成多样化的设计概念和视觉效果，帮助设计师在短时间内探索更多的可能性。AI 还可以根据品牌的特定需求和目标受众，自动调整和优化设计方案，提高设计的精准度和效率。例如，一些品牌的广告海报设计，通过 AI 可以快速生成多种风格的草图，设计师再在此基础上进行创意细化和个性化调整，大大缩短了设计周期。

### 几何抽象叙事：形状的故事之旅

几何图形将超越其传统的装饰性作用，成为讲述品牌故事的核心元素。线条、圆圈、方块等简单的几何形状通过巧妙的组合与排列，能够传达出复杂而深刻的品牌内涵。它们可以象征着品牌的价值观、产品的特点或目标受众的特征，以一种简洁而直观的方式与消费者进行沟通。比如，一个科技品牌可能会运用圆形和线条来构建出代表科技感和未来感的图形语言，向消费者传递其创新、进取的品牌精神。

### 超逼真的 3D 演示：沉浸式的视觉盛宴

3D 技术的不断进步将使品牌设计更加立体和生动。超逼真的 3D 演示能够让产品或品牌形象仿佛从屏幕中跃然而出，给观众带来身临其境的感觉。无论是在产品展示、广告宣传还是品牌体验活动中，3D 演示都将成为吸引消费者注意力和提升品牌参与度的重要手段。例如，汽车品牌可以利用 3D 技术让消费者在线上就能全方位地查看车辆的外观和内饰细节，仿佛置身于车展现场。

### > 简米本月动态

### JEREMY NEWS

新签约手妖品牌形象店设计

简米新案速递

# 慢博士——潜心研究时间的力量

慢博士始终坚持以“让健康更简单、更自然、更持久”为口号，专注于研究精准提供运动、营养和调理三个维度的慢生活解决方案，致力于为消费者提供优质的产品与服务。本次慢博士携手简米为其筹建全国标准门店 SI 体验系统，以其首家健康生活天地为蓝本，构建新型的运动调理空间，针对熟龄人群所面临的四大健康问题，从运动、饮食、调理三个维度，提出融入生活的解决方案，实现让健康更简单、更自然、更持久。

## 策略梳理 Strategy carding

解决方案 /Solution

熟龄人群四大健康问题

- ☆ 自律神经失调导致的睡眠障碍
- ☆ 消化代谢问题引发的肥胖和三高
- ☆ 肌肉流失造成的肌无力与骨骼关节问题
- ☆ 精力下降带来的衰老现象

### 熟龄人群四大健康问题

- ☆ 自律神经失调导致的睡眠障碍
- ☆ 消化代谢问题引发的肥胖和三高
- ☆ 肌肉流失造成的肌无力与骨骼关节问题
- ☆ 精力下降带来的衰老现象

为此简米项目组为慢博士健康终端构建三大主模块：

## 慢动 + 慢食 + 慢养

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/294>

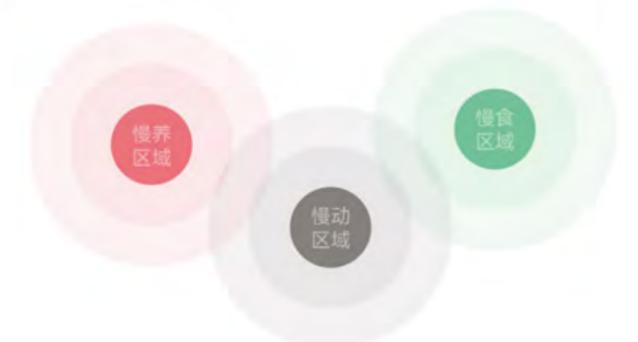


根据不同空间的功能和属性，整个空间分为三大区域

空间布局以客户服务为主，兼顾灵活、多样性的思想，合理优化空间，化繁为简，合理提高空间的使用率与服务的舒适性。



空间布局规划 动静结合





### 慢动区

不想运动是人的天性，因为运动太累。

慢动是安全的被动运动，站着、躺着都能运动，完全可以避免运动伤害，让运动不再是一种负担，而是一种享受。慢动区主要由运动仪器及相关设备组成，为提升用户互动性同时节约空间，简米项目组配合运动仪器开发相关对应可体验道具。

### 慢食区

食物的风味需要时间的沉淀，一切化学和催熟的食物都会给身体带来负担。

慢博士坚信时间所带来的品质，严选高品质天然果蔬，经过180天的时间发酵，酝化出浓纯的植物精华，每一滴都充满丰富的植物因子，小小一杯，就相当于一周的沙拉，零化学负担，打造身体自然循环。慢食区则会将食物与人体健康的关联性通过可视化，图文多媒体结合的方式让食物从土地到成品的过程清晰可见。

### 慢养区

慢博士遵循中医“治未病”的理念，传承国医大师智慧，推出调理经络、脏腑、体质的科学有效的调养服务和产品，内外兼调，守护您的美丽健康。慢养区实现动静分区，让数据检测到疗养实现专业性氛围呈现。



连锁课堂

# 连锁经营：解锁店铺盈利复制模型的密码

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

## 店铺盈利复制模型的四阶段发展路径

### (一) 0 - 1 设定位 (初创验证期)

在这一阶段，精准定位是关键。简米设计凭借专业的市场调研和分析能力，协助企业确定目标客群和价值主张。比如在为茶言四喜的茶饮店定位时，简米设计通过深入研究当地消费市场，发现年轻上班族对健康、时尚茶饮有较高需求，于是将目标客群锁定为年轻白领，价值主张确定为“高品质、低热量的时尚茶饮”。

### (二) 1 - 10 做提升 (区域扩张期)

进入区域扩张期，团队管理和运营效率成为重点。简米设计助力企业建立店长培养体系，例如设计“师徒制”培养模式，让经验丰富的店长带领新店长快速成长。同时，协助制定绩效考核标准，确保人效大于 3 万元 / 月。

在商品服务方面，简米设计帮助企业精简 SKU，保留 TOP20 爆品，优化商品结构，提升销售效率。并且参与服务流程标准化设计，保证出餐时间小于 5 分钟，提升顾客体验。以瑞幸咖啡为例，其通过数字化系统和标准化流程实现快速扩张，简米设计可在门店装修模板设计上发力，10 天完工的装修模板能保证门店快速开业，且风格统一，强化品牌形象。

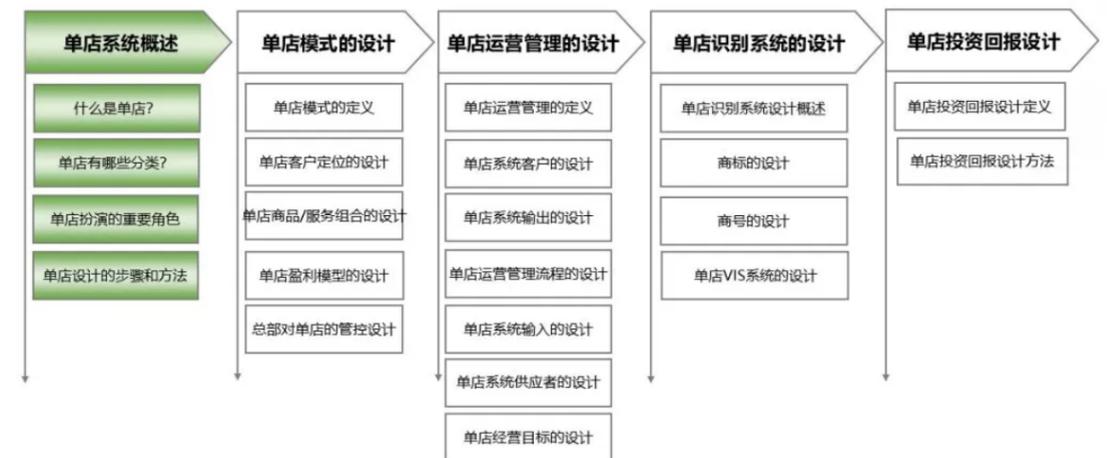
### (三) 10 - 100 提模型 (跨区复制期)

当企业进入跨区复制阶段，品牌规划和营销标准的统一至关重要。简米设计为企业打造统一的视觉系统，涵盖门店 VI、包装设计等，让品牌在全国范围内拥有一致且鲜明的形象。同时，协助制定全国性广告投放策略，提升品牌知名度。

### (四) 100 - 1000 建标准 (生态构建期)

在生态构建期，企业需要建立全链条标准化体系。简米设计协助企业制定详细的服务 SOP，如“迎客 - 点单 - 送客”话术，引入 AI 质检，利用摄像头监测服务动作，确保服务质量的稳定性。

在形象标准方面，实现千店一面的同时，根据区域差异进行微调，例如为南方门店增加冷饮占比。此外，简米设计助力企业拓展新盈利渠道，如开展 B 端合作，提供企业团餐服务，开发自有 IP 商品。海底捞通过“供应链中台 + 服务创新”支撑全球化扩张，简米设计可在门店形象优化、服务细节提升等方面贡献力量，助力企业持续发展。



单店是特许经营体系中不可再分割的基本业务单元，是特许经营体系中不可或缺的子系统。

作为一个系统，单店由以下三个部分组成：

- 核心部分：单店的经营模式
- 基础部分：单店的运营管理系统
- 外在部分：单店的识别系统



单店是特许经营体系的基本业务单元，由经营模式、运营管理系统和识别系统组成。简米设计深知单店在连锁体系中的重要角色，它不仅是利润中心，还是特许权的载体，更是服务客户的前沿阵地。在单店设计步骤上，简米设计从经营模式设计入手，综合考虑客户定位、商品 / 服务组合、获利模型以及总部对单店的战略控制，为单店发展奠定坚实基础。

单店经营模式由客户定位、商品 / 服务组合、获利模型和总部战略控制四个要素构成，各要素相互关联。简米设计在客户定位设计上，运用专业方法选择目标客户群并锁定其心理偏好。比如在为一家时装专卖店定位时，通过制作目标客户群模型（雷达图），综合考虑性别、年龄、社会群体、收入、教育背景等因素，精准定位目标客户群。然后，根据目标客户群的需求和偏好，设计商品 / 服务组合，确保满足客户需求的同时，具备丰厚利润空间。

在获利模型设计方面，简米设计根据不同行业特点，为企业设计多元化的赢利方式。例如，对于美容院，除了服务利润和商品零售利润外，还可设计财务利润等赢利点。同时，计算各单项商品 / 服务的边际利润，帮助企业清晰了解利润空间，合理定价。

## SI 设计 | 以色列 Story Eilat 商店设计

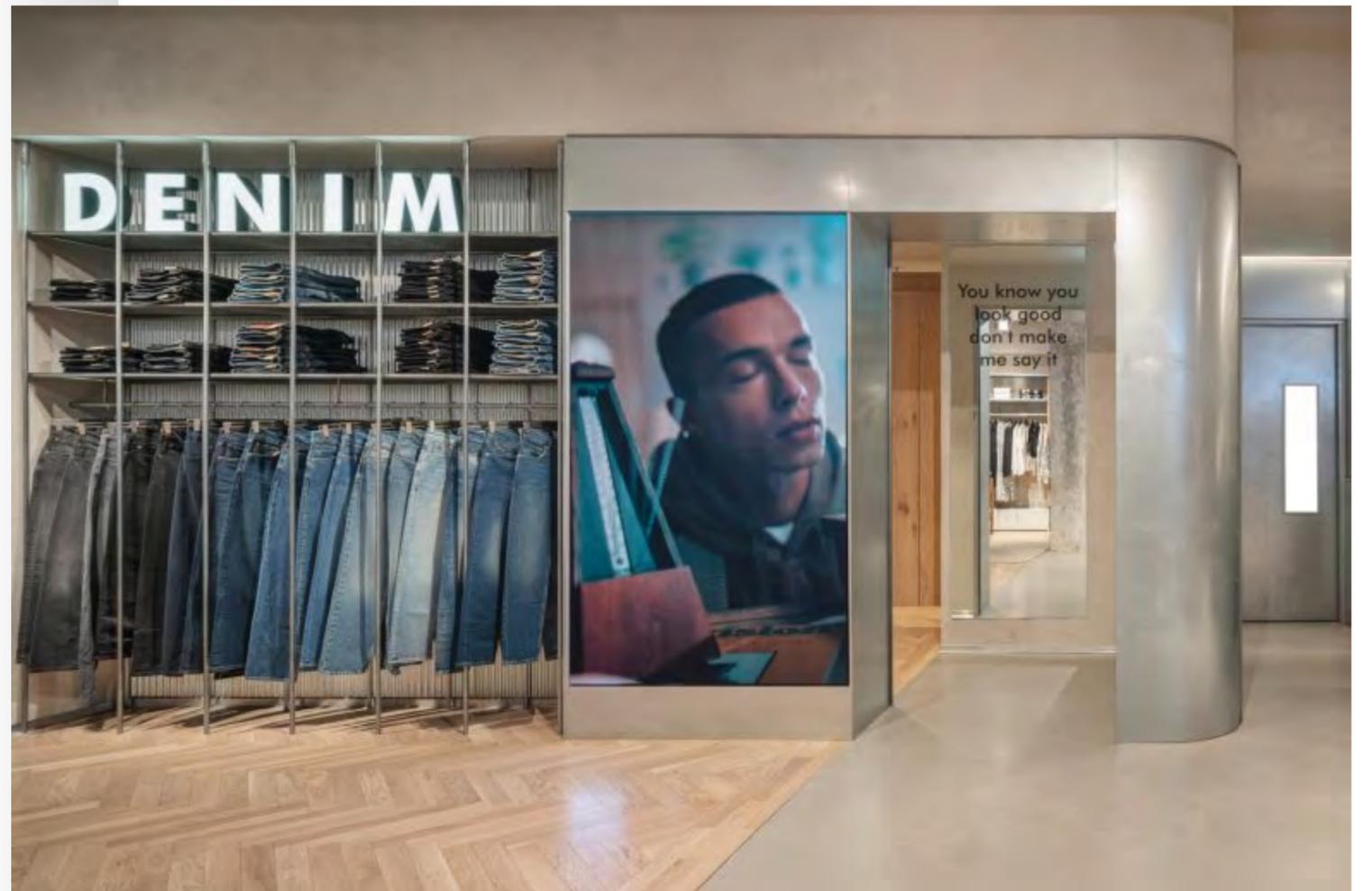
注 / 本文来自互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服:400-666-8202

Story Eilat 商店的设计和规划始于 Eilat 海王星木板路上两个相邻零售空间的合并。现有的商店和相邻的单元被合并成一个空间——现在是以色列最大的 Story 分店。

由于这次合并, 商店自然被划分为三个明确界定的区域, 每个区域都有自己独特的特征。

这个地方独特的设计理念从周围的环境中汲取灵感——埃拉特长廊, 它传达了一种自由感、大海、波浪、运动和定义城市的活力。在此背景下, Story 品牌选择强调其冲浪和滑板品牌, 这些品牌与当地氛围和美学产生共鸣。

The design and planning of the Story Eilat store began with the merger of two adjacent retail spaces on the Eilat Neptune boardwalk. The existing stores and adjacent units have been merged into one space - now the largest Story branch in Israel. Due to this merger, the store is naturally divided into three clearly defined areas, each with its own unique features.



# 店面设计 | 巴塞罗那 Thinking MU 店面设计

注 / 本文素材来自于互联网, 筒米收集编辑如有侵权请联系筒米客服 :400-666-8202

Thinking MU 是一个可持续发展的时尚品牌, 由巴塞罗那企业家 Pepe Bargu ó 和 Miquel Castells 于 2008 年创立。有趣的是, 该品牌三年前才在加泰罗尼亚首府开设了第一家门店, 从那以后, 零售网络在其本土市场逐渐扩大。最近, Thinking MU 的第三家门店在圣塞瓦斯蒂安(当地巴斯克语为 Donostia) 市中心开业。该公司占据了一座 19 世纪末建筑的两层, 聘请巴斯克创意工作室 Pensando en blanco 根据对基本工业风格的当代重新诠释进行室内设计, 与建筑的经典立面形成鲜明对比。事实上, 这种明显是有意的对比, 由于不同纹理、饰面以及最后但并非最不重要的各种白色色调的相互作用, 创造了一种有趣的空间体验。Thinking MU 零售空间的设计被视为一个名副其实的展示空间, 充分利用了该建筑的大型落地窗。

Thinking MU is a sustainable fashion brand founded by Barcelona entrepreneurs Pepe Bargu ó and Miquel Castells in 2008. Interestingly, the brand only opened its first store in the capital of Catalonia three years ago, and since then, its retail network has gradually expanded in its local market. Recently, Thinking MU's third store opened in the center of San Sebastian (locally known as Donostia in Basque). The company occupies two floors of a late 19th century building and hired Basque creative studio Pensando en Blanco to carry out interior design based on a contemporary reinterpretation of the basic industrial style, creating a sharp contrast with the building's classic facade. In fact, this obvious intentional contrast creates an interesting spatial experience due to the interaction of different textures, finishes, and last but not least, various white tones. The design of Thinking MU retail space is regarded as a real exhibition space, making full use of the large french window of the building.



## VI 设计 | LUMIÈRE 品牌包装设计

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

在一个充满噪音和速度的世界里，我们与自己共度的时光比以往任何时候都更加珍贵。然而，真正让这些时刻与众不同的是我们体验到的时间质量和舒适深度。这就是为什么我们创造了“LUMIÈRE”——在宁静的时刻陪伴你，从第一眼看到蜡烛开始，一直持续到每一次闻到它的香味，用精致的气味和平静的感觉包围你。

In a world full of noise and speed, the time we spend with ourselves is more precious than ever before. However, what truly sets these moments apart is the quality of time and depth of comfort we experience. That's why we created 'LUMIÈRE' - to accompany you in moments of tranquility, from the first sight of a candle to every scent it emits, enveloping you with delicate scents and a peaceful feeling.



> 简米知识分享

# 解锁连锁门店形象氛围营造密码

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



门店形象氛围对顾客的吸引力、购物体验以及品牌忠诚度有着深远影响。如何打造独具魅力的连锁门店形象氛围？简米设计凭借专业能力与丰富经验，为门店提供全面且个性化的设计方案，助力连锁门店脱颖而出。关注简米，每日简话连锁！

## 明确品牌定位：奠定形象基础

品牌定位是连锁门店的灵魂，在营造门店形象氛围前，必须深入调研市场（连锁门店怎么做市场调查：学会这 5 招（附调研表格工具）），洞悉目标顾客的需求、喜好以及消费心理，精准挖掘品牌的核心价值与独特卖点。这不仅决定了店铺的装修风格、产品特色，还锁定了目标顾客群体。简米设计擅长围绕品牌定位，深入剖析品牌故事、文化内涵，将其融入到设计的每一个细节，从空间布局到软装搭配，全方位展现品牌个性，让顾客一进店就能感受到品牌的独特魅力，为门店形象氛围的营造奠定坚实基础。

## 设计标识与色彩搭配：塑造视觉标识

统一且独特的标识系统是连锁门店形象的重要符号。设计具有高辨识度和强记忆点的标识，如标志性的 LOGO、专属字体和特色色彩，能在顾客心中留下深刻印象。简米设计遵循简洁、明了、易于识别的原则，结合品牌定位，创作出能精准传达品牌核心价值的标识。

色彩在标识设计与门店氛围营造中起着关键作用。简米设计依据色彩心理学原理，充分考虑目标顾客群体对不同色彩的情感反应，选择能引发积极情感共鸣的色彩组合。



配图：简米案例《沸城酒之航》

## 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 109 期：实体门店与中医诊所：大数据与设计 ...

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



# 连锁门店培训：夯实基础，提升竞争力

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

服务培训是连锁门店培训的核心内容之一。优质的服务是吸引顾客、留住顾客的关键。培训过程中，员工需学习如何主动热情地迎接顾客，耐心倾听顾客需求并提供精准的解决方案，以及在顾客离开时给予贴心的送别服务。比如，在顾客咨询商品信息时，员工不仅要准确介绍商品的特点和使用方法，还需根据顾客的实际需求提供个性化的建议。通过这种全方位的服务培训，提升顾客在门店的消费体验，进而提高顾客的满意度和忠诚度。（探秘海底捞员工培训手册：解锁卓越服务背后的密码）

话语培训侧重于培养员工的沟通技巧。员工与顾客交流时，语言表达要清晰、礼貌且富有感染力。针对不同类型的顾客和销售场景，员工需要掌握多样化的话术技巧。在顾客犹豫不决时，运用引导性话语帮助顾客做出购买决策；面对顾客的投诉，用恰当的话术安抚顾客情绪并解决问题。良好的话语能力能有效避免沟通障碍，增强顾客对门店的好感度。

推销培训帮助员工掌握有效的销售技巧。员工要深入了解所售商品或服务的特点、优势及目标客户群体，学会精准挖掘顾客的潜在需求，根据顾客需求有针对性地推荐产品或服务。同时，还要学习如何处理顾客的异议，通过合理的方式消除顾客的顾虑，促成交易。例如，在向顾客推荐一款新产品时，员工可以结合产品的独特卖点和顾客的生活场景，生动形象地展示产品的价值，提高顾客的购买意愿。

礼仪培训注重塑造员工良好的职业形象。从基本的站姿、坐姿、走姿，到微笑、眼神交流等细节，都在培训范围内。员工得体的礼仪不仅能展现个人素养，还能提升门店的整体形象。在接待顾客时，一个真诚的微笑、一次礼貌的鞠躬，都能让顾客感受到门店的专业与尊重，从而为顾客营造舒适的购物氛围。

收款培训确保员工熟练掌握收款流程和相关工具的使用。无论是现金收款、银行卡支付，还是新兴的移动支付方式，员工都要操作准确、迅速。同时，要学会识别假钞、防范支付风险，保障门店的资金安全。例如，在移动支付过程中，员工需熟悉各种支付平台的操作流程，及时处理支付异常情况，为顾客提供便捷、安全的支付体验。

应急培训是应对突发情况的重要保障。员工要学习应对火灾、盗窃、顾客突发疾病等各种紧急事件的方法和流程。通过模拟演练，让员工在实际面对突发情况时能够保持冷静，迅速采取正确的应对措施，最大程度降低损失和影响。比如，在火灾应急培训中，员工要熟悉灭火器的使用方法、安全通道的位置，确保在火灾发生时能够有序疏散顾客。



## 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

