

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



简米设计

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

2025/10

总第153期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

2025世界设计之都大会在上海开幕

连锁课堂

「连锁餐饮店长发展:《店长手册》」

娃哈哈®

HAHA
健康

简米知识分享

简米设计赋能连锁选址标准化

新案 | 娃哈哈健康生活馆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

娃哈哈生活馆（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 世界设计之都大会在上海开幕 008

> 简米案例速递

娃哈哈一社区老人健康生活集散中心 010

连锁课堂「连锁餐饮店长发展：《店长手册》」 014

SI 设计 | 时尚品牌 ZUCCa 日本女装店 016

店面设计 | 巴塞罗那 CAMPER 商店设计 018

VI 设计 | 德克萨斯 D Grande 辣椒包装设计 020

> 简米知识分享

简米设计赋能连锁选址标准化 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



2025 世界设计之都大会 在上海开幕

> 简米快讯

9月25日，2025世界设计之都大会（WDCC2025）在上海开幕。大会由上海市人民政府、联合国教科文组织共同主办，中央广播电视总台上海总站等单位承办。上海市委副书记、市长龚正，中央广播电视总台副台长邢博出席活动并致辞。

马来西亚吉隆坡市市长麦慕娜·谢里夫，联合国教科文组织文化助理总干事埃内斯托·拉米雷斯作视频致辞。上海市委常委、副市长陈杰，世界绿色设计组织主席、中国工程院院士王金南，同济大学党委书记、中国工程院院士郑庆华等出席开幕式。

龚正在致辞中表示，2010年，上海正式加入联合国“创意城市网络”。十五年来，“上海设计”为城市发展贡献了创新、创意、创造的智慧 and 力量。当前，上海正加快建成具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市，我们要更好发挥设计赋能千行百业的重要作用，进一步提升“上海设计”的原创力和影响力，加快建设世界一流设计之都，为构筑现代化产业体系、提升城市文化软实力、打造人民城市最佳实践地蓄势赋能，为上海现代化建设提供有力支撑。期待各位嘉宾在本次大会分享真知灼见，期待更多优秀设计人才与上海结缘，来沪创新创业、交流合作，在参与上海“设计之都”建设中共享机遇、共赢未来。



> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约 LBEKA 产品包装设计

简米新案速递

娃哈哈一社区老人健康生活集散中心

杭州娃哈哈集团有限公司创建于 1987 年，在党的改革开放政策的指引下，在创始人宗庆后的带领下，从 3 个人、14 万元借款白手起家，通过不断开拓、锐意创新，现已发展成为全球领先的食品饮料生产企业之一，系中国企业 500 强、中国制造业 500 强、中国民营企业 500 强。企业规模和效益连续二十多年处于行业领先地位。本次其旗下健康品牌——哈哈乐活携手简米为其打造 SI 标准化形象。

企业官网: <https://www.wahaha.com.cn/>

策略梳理 Strategy carding

本次简米项目组打破传统健康馆“产品推销”的单一属性，将空间定义为社区老人健康生活集散中心，通过场景营造与情感链接，实现“哈哈乐活 = 健康生活方式共同体”的用户认知植入。设计核心逻辑为：先建立心理层面的关怀认同，再自然承接产品与服务转化，使销售成为情感体验的必然结果。

设计关键词

以“健康 (Healthy)、关怀 (Care)、专注 (Absorbed)、社交 (Social contact)”为四大核心支柱，其中“关怀”与“专注”为用户核心感受，贯穿空间设计全维度。

健康关怀
专注社交

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/299>

人们喜欢的不仅仅是产品，
更是产品所处的场景，
以及场景中自己浸润的情感认知。

H A H A L E H U O





体验路径

吸引入店：场景化视觉引力

通过双重场景设计激发进店欲望：入口墙面展示老客户旅游实景照片，以熟人社交符号降低心理门槛；临窗休闲区刻意营造“同龄群体闲聊”场景，让路过老人产生“归属感”与好奇心。门头采用品牌红与白色搭配，辅以圆形 LOGO 元素，强化辨识度。

留住客户：无压力休闲氛围

休闲区作为核心停留空间，以木纹家具、柔和灯光打造“家一般的松弛感”：提供免费茶饮、健康书籍与旅游手册，将产品与服务自然融入环境，避免刻意推销带来的抵触情绪。膳食区同步提供果汁、轻食试尝，以味觉体验深化情感链接。

互动认同：专业化价值传递

在顾问引导下，通过“健康咨询→服务体验→老客分享”的三重互动，让老人感知专业性与关怀度：理疗区以白色为主色调搭配圆形仪器造型，传递“专业且温和”的服务特质；床品区通过木纹陈列架展示睡眠产品，强化“自然健康”的产品认知。

达成销售与分享：价值观的自然转化

当用户认同“心理关怀优先”的健康理念后，羊奶、保健品等产品作为“健康载体”自然呈现。通过空间中“老客分享墙”“健康成果展示”等细节设计，激发用户主动传播意愿，形成“体验→认同→分享”的良性循环。



连锁餐饮店长发展：《店长手册》

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

SI 设计：店长维护品牌 “长存” 的核心抓手

门店外观：统一 SI 视觉，强化品牌记忆

简米设计会为所有门店制定标准化的门头视觉规范 —— 包括品牌 LOGO 的尺寸比例（如门头 LOGO 宽度不低于 3 米）、主色调（误差控制在 $\pm 2\%$ 以内）、材质选择（如户外门头使用抗老化铝塑板）。店长日常巡查时，只需对照《SI 设计手册》检查门头清洁度、色彩饱和度，就能确保门店外观与品牌标准一致。哪怕是新开业或翻新门店，也能直接沿用 SI 模板，避免因设计差异导致的品牌认知混乱。

店内环境：SI 设计传递品牌理念，营造 “家” 的氛围

连锁餐饮常以 “家文化” 为核心理念，简米设计会将这一理念融入 SI 空间：比如在店内设置暖色调灯光、木质纹理桌椅，打造温馨的用餐氛围；在墙面装饰中融入品牌文化元素（如川菜品牌的川东民间图案），让顾客在消费中感知品牌内涵。店长无需额外投入精力设计，只需按 SI 手册维护环境细节（如定期更换装饰画、检查灯光亮度），就能持续传递品牌价值观，提升顾客对品牌的认同感。

连锁一致性：SI 设计打破地域差异，确保品牌统一

无论门店开在一线城市核心商圈，还是三四线城市社区，简米设计都会提供适配性的 SI 方案 —— 核心元素（门头、主色调）保持统一，细节（如空间布局、桌椅数量）根据门店面积调整。店长在管理跨区域门店时，能通过 SI 设计确保品牌形象无偏差，让消费者无论在哪家门店，都能通过熟悉的 SI 元素快速识别品牌，增强品牌信任感。

SI 设计：店长提升门店 “成长” 的运营利器

店长推动门店 “成长” 的核心是提升盈利效率，而简米设计的 SI 方案能从 “动线优化、坪效提升、成本控制” 三个维度，为店长提供可落地的运营支持，让经营管理更高效。

日常巡查：SI 设计明确检查标准，降低管理难度

店长每日需巡查前厅、厨房、库房等区域，简米设计会在《SI 运营手册》中明确各区域的检查要点。

如需完整《店长手册》请登陆简米官网或联系简米客服获取

连锁门店店长手册

目 录

前 言

第一部分 连锁门店企业

第二部分 连锁门店店长

第三部分 店长工作写实

第一章 连锁门店店长的一天

第二章 连锁门店店长的一周

第三章 连锁门店店长的一月

第四章 日常关注要点汇总

第四部分 操作实务

第五章 企业文化

第六章 组织结构与人力资源

第七章 财务分析

第八章 经营诊断与分析

第九章 人均消费分析——消费数据分析

第十章 上座率分析——顾客数据分析

第十一章 毛利率分析——采购数据分析

第十二章 费用率分析——费用数据分析

第十三章 经营报表

第十四章 顾客管理

第十五章 营销管理

SI 设计 | 时尚品牌 ZUCCa 日本女装店

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

时尚品牌 ZUCCa 在东方之国日本已经建立了稳固的市场地位，但仍在不断寻求增长空间。最近，该公司在繁华的大阪梅田区开设了第二家店中店，这次是在阪神梅田百货公司内。室内设计与建筑和设计实践 Moment 再次合作。与为 ZUCCa 创建的其他零售空间类似，这家店中店以设计为主导。在这里，膨胀的钢板背景形成了一个大胆而引人注目的背景。虽然以刚性配置悬挂，但每块钢板都带有不可预知的、独特的扭曲和皱纹，在零售环境中创造出微妙的视觉混乱。配置上覆盖着壁挂式金属轨道，展示着 ZUCCa 最新男女装系列。其他家具包括一个大型分层展示台和两个对比鲜明的白色小展示单元。



Fashion brand ZUCCa is well-established in the Land of the Rising Sun, but continues to find room for growth. As of late, the company has inaugurated a second shop-in-shop in Osaka 's bustling Umeda district, and this time, it' s on the premises of Hanshin Umeda department store. The interior design sees a renewed collaboration with architecture and design practice Moment. Similar to other retail spaces created for ZUCCa, this shop-in-shop features a design-led setting. Here, a backdrop of inflated steel plates form a bold yet striking backdrop. Although hung in a rigid configuration, each steel plate bears unforeseen, individual distortions and wrinkles, creating a subtle visual disorder in the retail setting. The configuration is overlaid with a wall-mounted metal rail which presents garments from ZUCCa 's newest women' s and men' s collections. Additional furnishings comprise a large tiered display table and two smaller display units in a contrasting white hue.

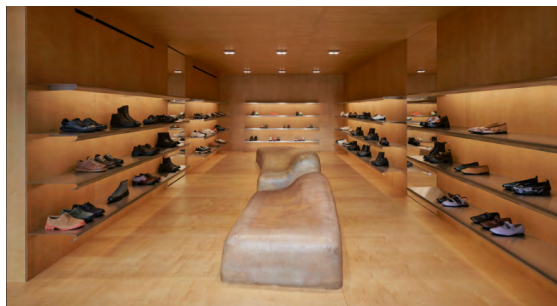


店面设计 | 巴塞罗那 CAMPER 商店设计

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

位于巴塞罗那 Eixample 区繁华市中心的 CAMPER 商店已经开业数年，但截至上个月，当地设计师 Max Enrich 推出了一种新的零售概念，并设计了全新的室内装潢。商店保留了宽敞的落地玻璃幕墙，展示了浸漆桦木，占据了整个一楼，包括地板、墙壁和天花板。狭长的空间给人一种鞋盒的感觉，周围是背光的不锈钢层架。两个巨大的玻璃纤维体积占据了中心位置，既可作为座位，也可作为额外的展示单元。一个小型销售柜台位于入口旁边，而存储和嵌入式展示空间则位于通往 CAMPER 商店夹层的楼梯旁边。

后者则被一件亮蓝色蓬松的布料包裹着，不仅覆盖了脚下的部分，还几乎延伸到墙壁和栏杆的一半，营造出一种沉浸式的视觉效果。照明包括两层楼都有的金属制成的紧凑型天花板灯，以及悬挂在销售柜台上方带有光点的波浪形金属环。如前所述，翻新的 CAMPER 商店还拥有一个新概念，即一楼展示 CAMPER 的常规鞋系列，而夹层楼则完全用于 CAMPERLAB，这是由 CAMPER 的芬兰创意总监阿基里斯·伊恩·加布里埃尔设计的鞋、服装、包和配饰的前卫衍生系列。



The CAMPER store in the leafy downtown district of Eixample in Barcelona has been there for a couple of years, but as of last month, a new retail concept has been inaugurated in tandem with a brand new interior by local designer Max Enrich. The expansive floor-to-ceiling glass facade has been retained, revealing an immersion of lacquered birch wood, capturing the entire ground floor, including floor, walls and ceiling. The elongated space has the feel of a shoe box and sees backlit tiered shelving all around, crafted from stainless steel. Two sizeable fibreglass volumes take centre stage, serving as both seating and additional display units. A small sales counter sits right next to the entrance, while a storage and recessed display space sits right next to the staircase leading to the CAMPER store's mezzanine floor.



VI 设计 | 德克萨斯 D Grande 辣椒包装设计

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

XXX Habanero Hot Sauce 标签设计为 D Grande 制作，这是一家真正的德克萨斯 - 墨西哥餐厅。

这款美味的辣味果味辣椒酱的主要成分是众所周知的哈瓦那辣椒。它非常适合搭配墨西哥食物，如玉米饼、烤肉或汉堡，但也很适合搭配海鲜。辣椒爱好者一定会喜欢这种哈瓦那辣椒的体验！

这个概念是为一个深棕色的瓶子制作一个标签，这个瓶子需要哈瓦那辣椒和辣酱粉丝。餐厅的主要品牌使用经典的黑白颜色。

XXX Habanero Hot Sauce label design made for D Grande which is a True Tex-Mex restaurant.

The well know Habanero pepper is the main component of this tasty spicy and fruity flavoured hot sauce. A well pairing for mexican foods, like tacos, grilled meats, or burgers, but it works well with sea food too. Hot-chili fans will love this Habanero experience!

The concept was to make a label for a dark brown bottle, which calls for the Habanero and hot sauce fans. The restaurant main brand using the classic black and white colors.



简米设计赋能连锁选址标准化

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



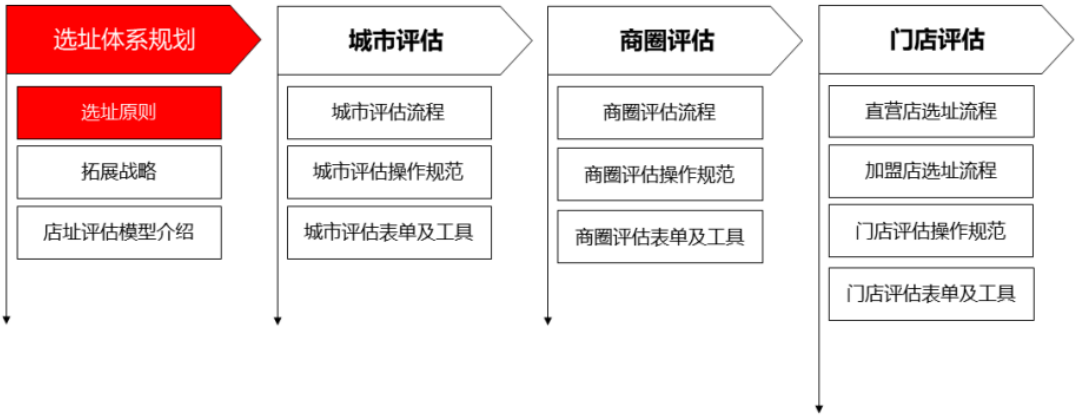
在连锁品牌发展进程中，选址是决定门店生死的关键环节，而专业的空间识别（SI）设计则是提升门店竞争力、实现品牌统一化传播的核心支撑。简米设计作为国内领先的品牌视觉与空间设计机构，始终致力于通过科学的 SI 设计解决方案，助力连锁企业打通“选址 - 空间 - 运营”的全链路，让优质店址与专业设计形成合力，最大化释放品牌价值。文末附《选址 PPT》。

连锁选址的核心逻辑

连锁选址需以城市群为核心，优先布局一线城市、人均 GDP 2 万元以上的强二线城市及 1.5 万元以上的强三线城市。简米设计建议，在城市评估阶段就需纳入 SI 设计适配性分析，比如核心商圈门店需侧重品牌展示型 SI 设计，社区商圈则需强化实用型空间规划，确保选址与设计方向同步。

三级评估模型：SI 设计融入评分维度

连锁选址的核心是“城市评估（B1）- 商圈评估（B2）- 门店评估（B3）”三级模型，目标门店得分 $A = \text{商圈权重} \times B2 + \text{门店权重} \times B3$ ，70 分以上方可积极进入。简米设计在参与评估时，会将 SI 设计可行性作为重要加分项：比如门店结构是否便于 SI 设计落地（无过多立柱、门面宽度 ≥ 5 米）、层高是否满足品牌展示需求（不低于 3 米），这些细节直接影响门店后期运营效率与品牌辨识度。



版权所有 严禁翻印

(1) 以城市群为核心	以城市群为核心，便于辐射及服务终端 一线城市、强二、强三线城市为主 一线城市：直辖市、省会城市及国家计划单列市 强二线城市：人均GDP2万元以上地级城市 强三线城市：人均GDP1.5万元以上的县级城市
(2) 一定人口基数的城市	发展所考虑的应为具有一定人口基数的城市
(3) 商圈店为核心	商圈店为核心，获取城市一定的品牌效应

版权所有 严禁翻印

1.2.1拓展阶段

阶段	时间	拓展区域
试点及周边推广期		以周边深度试点，直营为主加盟为辅，本城市群建立区域样板店并拓展加盟店
区域扩张期		以经济发达城市群为主进行区域扩张
全国扩张期		以环渤海、长江中游、山东半岛、辽中南、关中城市群为主，全国扩张
上市准备期		整合全国的连锁网络，增加直营店的比例，达到上市要求

版权所有 严禁翻印

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 212 期：SI 设计筑牢招商根基，破解“直营好≠加盟成”

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



SI 设计筑牢招商根基

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

标准化体系：连锁复制的核心引擎

对直营连锁企业而言，“直营门店做得好”与“加盟模式能成功”之间并非必然关联。加盟连锁的核心是可复制的盈利体系，而专业的空间识别（SI）设计正是这套体系中不可或缺的一环。简米设计作为深耕连锁品牌空间设计的机构，始终认为：优质的 SI 设计能让单店模型更标准化、加盟支持更具象化，帮助企业打通从“直营成功”到“加盟裂变”的关键链路。在企业启动招商前，需先做好 7 项准备，而简米设计的 SI 设计解决方案，将贯穿其中，为加盟扩张保驾护航。

符合特许经营备案：用 SI 设计验证单店模型可行性

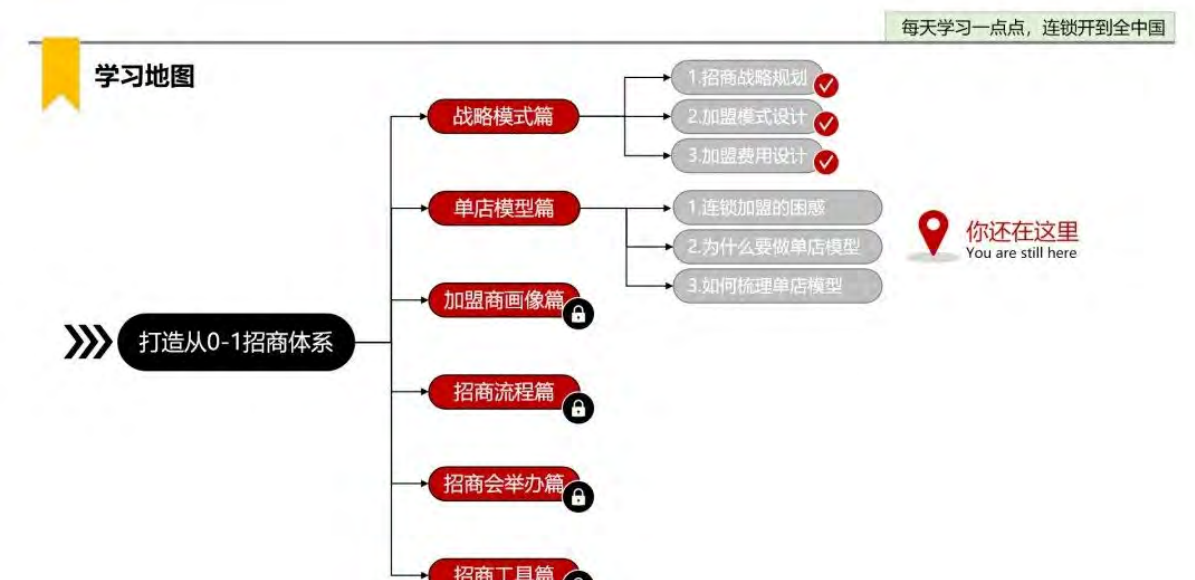
特许经营备案的“两店一年”要求，本质是让企业先验证直营门店的盈利能力与可复制性。简米设计在服务企业时发现，很多直营门店盈利但难以复制，核心问题在于空间设计缺乏标准化——比如两家门店的动线规划、品牌展示差异大，导致运营效率和顾客认知不一致。简米设计会为直营样板店打造标准化 SI 体系：从门头造型、店内动线到陈列布局，形成可落地的设计模板。通过 1-2 年的直营实践，验证这套 SI 设计是否能稳定提升门店坪效、降低运营成本。只有当“SI 设计 + 运营模式”共同跑通盈利闭环，企业开展加盟时才更有底气，也能让加盟商直观看到“复制就能赚钱”的清晰路径。

咱们简米人有力量



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

