

本期刊主办单位 Sponsor of the Journal:

Jeremy 简米® 中国连锁设计创领者！

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



话尽连锁设计事

简米创客
Jeremy maker

简米工程
Jeremy engineering



简米培训

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 ©

简米月刊 JEREMY MONTHLY

2026/01

总第156期

简米出品

Produced by JEREMY

Copyright ©

"设计上海"2026正式启动

连锁课堂

「连锁店铺业绩周总结分析」的相关要点

ECAIDE

简米知识分享

胖东来人性化管理制度解析 SI 赋能

新案 | 伊彩迪VI&SI全案系统设计

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

伊彩迪（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	"设计上海"2026 正式启动	008
> 简米案例速递	伊彩迪——穿起你的多面人生	010
	连锁课堂「连锁店铺业绩周总结分析」	014
	SI 设计 米兰 Plan C 旗舰店设计	016
	店面设计 墨尔本 MAAP LaB 运动店设计	018
	VI 设计 K9pal 宠物食品包装设计	020
> 简米知识分享	胖东来人性化管理制度解析与 SI 赋能	022
	# 简话 # 目录	024
	趣话「简米人」	026
	关于「简米」	028



"设计上海"2026 正式启动：设计与自然

> 简米快讯

亚洲权威国际设计盛会"设计上海"于上海展览中心举办新闻发布会，宣布第十三届"设计上海"正式启动。本届展会将于2026年3月19日至22日隆重回归上海展览中心，以全面升级的内容与体验，再次点亮亚洲设计新高度。

上海展览中心正是"设计上海"的首发之地，以其绝佳的地理位置和充满艺术设计感的建筑风格备受设计品牌和大众的喜爱。2014年，"设计上海"在这里横空出世，开启了中国设计与全球设计的对话。阔别六年，"设计上海"2026将回归展览中心，开启聚焦品质升级与体验升华的深度变革，打造一场更具美学设计感、更国际化、体验更丰富的亚洲权威设计盛会，载誉归来。

"设计上海"2026的全新视觉形象聚焦于自然在未来设计中的核心角色，以金属质感的标志性龙头本体与内部蓬勃生长的绿色苔藓相互映衬，象征由科技与创新驱动的未来与设计对持续演进的追求，在应对当下与未来设计挑战时——提醒我们必须以自然为师，与环境保持真正的平衡。随着展会在春季回归，"设计上海"2026以全新视觉形象回归释放出重新连接的信号，连接自然、连接人群、连接文化，亦连接由四季更替所带来的焕新能量。市活力

"设计上海"2026将围绕家具与灯具设计、厨卫与整装、生活方式与配饰、新材料与应用四大板块，甄选来自全球20多个国家及地区的500余品牌的设计精品，打造一场兼顾自然与人文主义的设计盛会。特别策划项目TALENTS、Made in JDZ、Beyond Craft、Collectible Design & Art、Materials First将与"科勒设计上海全球设计大会"及"CMF论坛"两大行业论坛联袂呈现，为全球设计从业者与爱好者带来多维度的灵感盛宴。

> 简米本月动态 | JEREMY NEWS

新签约北京幸福口腔画册设计

> 简米新案速递

伊彩迪——穿起你的多面人生

当东方美学与现代时装碰撞，当经典基因与多元风格融合，简米设计携手客来因蓝为其中高端牛仔女装品牌伊彩迪量身打造 VISI 系统全案，以符号为语、以规范为骨、以体验为魂，让品牌理念穿透视觉表象，深植消费认知。

BRAND STORY

S 品牌故事

背上你的青春与杭州的西装裙，伊彩迪开启了女性人生的共鸣——职场的干练、日常的轻松、社交的闪耀，每个片段都值得期待和向往。

Ecaide

BRAND MISSION & BRAND VISION

M 品牌使命

以都市时尚为骨，机智而不失优雅，打造活力满满的“都市丽人”。我们希望伊彩迪，是都市中的文艺使者，助力女性在职场多维人生，成就“不被定义”的生活态度。

V 品牌愿景

成为都市年轻时尚的代言者，让伊彩迪的潮流，成为女性在时尚圈、生活等场景的“时尚名片”，构建“一个多彩、多维且独一无二”的人生舞台。

BRAND VALUES & BRAND POSITIONING

品牌价值观

- 青春态度：传达年轻文化气息，碰撞出充满青春的设计火花。
- 品质主义：极致工艺，坚持高品质，让每件产品都做“H-N”级别，新物更多选择。
- 品牌精神：以精英态度，开拓进取，传达“懂女性生活”的品牌态度。

Values

品牌定位

面向 25~45 岁追求高品质、潮流实用、时尚、运动、休闲、多场景适用的中青年女性，用年轻设计打破风格界限，让穿搭更酷更型格、社交、休闲带来更多可能性。

Positioning

查看完整案例↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/302>

策略梳理 Strategy carding

设计解析

在上海弄堂的摩登韵律与杭州西湖的诗意闲适交融处，伊彩迪洞察到当代女性生活切片——职场的干练奔赴、日常的松弛舒展、社交的闪耀绽放，每个场景都呼唤独特穿搭点亮。伊彩迪以“海派融合美学为骨，杭派婉约时尚为翼”，聚焦打造适配职场、日常、社交等多元场景的服饰，助力女性自在穿梭人生角色。通过每一次“穿起”，传递“不被定义”的生活态度，让穿搭成为女性表达自我、拥抱多面人生的方式。

穿起你的多面人生



第三章 货品管理(含自有工厂协同)

3.1 工厂协同流程(核心链路)



3.2 工厂协同核心场景

场景	操作规范	时效要求
加急补货	畅销款库存 < 陈列量 2 倍时 提交《工厂补货申请》	工厂 48 小时内发货
会员定制	收集 VIP 定制需求(如改衣长/换面料) 填《定制单》	7-10 天交付
品质反馈	每月整理货品问题(如缝线/起球) 提交《工艺改进建议》	工厂 3 个工作日内回复
工厂新品对接	提前 2 周接收工厂新品清单 确认到店时间与陈列方案	新品到店前 1 天完成陈列准备

3.3 库存管理(适配工厂协同)

分类存储：按“常规款（工厂批量）、定制款（工厂专属）、限量款（工厂小批量）”分区，标注生产周期与对应客户（定制款）

盘点要求：每周末全面盘点，定制款需核对“客户信息 - 订单 - 货品”一致性，差异率≤0.3%；滞销款单独标记（联动工厂处理）

滞销优化：连续 3 周动销率 < 25% 的款式，申请工厂协助（如改款 / 专属折扣），或调拨至客流密集门店，减少库存积压

第五章 人员管理(线下专属团队)

5.1 团队架构(专业型)



5.2 核心培训内容

培训模块	培训重点	培训对象	培训频次
产品与工厂知识	面料特性、工厂工艺 定制流程	全体员工	每月 1 次
高端服务技巧	客群沟通、VIP 维护 投诉处理	销售组	每月 2 次
陈列标准	品牌陈列规范 工厂新品陈列技巧	陈列组	每季度 1 次
工厂协同流程	补货申请、定制单填写 品质反馈	货品组+店长	每季度 1 次

5.3 激励机制(线下业绩导向)

短期激励：设“销售之星”(月销售额TOP1)、“VIP 开发奖”(月新增 VIP≥5 人)、“工厂新品推广奖”(工厂款销量 TOP1)，奖金直接发放。

长期激励：季度综合表现前 2 名，参与“工厂溯源培训”(参观生产流程)；年度优秀员工纳入储备店长培养计划。

系统设计

从视觉符号到空间体验，从运营规范到团队赋能，简米项目组为伊彩迪构建的不仅是一套 VISI 系统，更是一套贯穿品牌表达、消费体验与门店运营的完整解决方案。未来，伊彩迪将以这套系统为支撑，在中高端牛仔女装赛道持续发力，让“风格无界，穿起多面人生”的品牌主张，走进更多女性的生活场景。

简米设计，以专业设计赋能品牌成长，让每一个视觉符号都成为品牌的成长力量。



| 连锁课堂 |

连锁店铺业绩周总结分析

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

01. 业绩达成情况：多维度数据反映运营短板表格

从销售额、VIP 开发数、新开卡销售、VIP 贡献率、客单件等核心指标入手，对比“本周计划 - 本周实际 - 完成率”“上周实际 - 递增比”“本月指标 - 本月实际 - 月完成率”“去年同期销售 - 递增比例”，同时明确下周计划与挑战目标。从数据来看，本周销售额表现不佳：计划 30（单位未明确，推测为万元或对应业绩单位），实际仅 24，完成率仅 48%，较上周实际 31 下降 33%；不过本月整体进度尚可，实际 138，月完成率达 92%。此外，VIP 开发数、新开卡销售等指标数据空缺，客单件表现未达预期，反映出门店在客户开发、连带销售方面存在明显短板。

02. 时段达成分析：全时段目标完成率偏低表格

将每日划分为四个时段，记录各时段“目标计划 - 实际达成”数据，并统计“周时段目标达成次数”。从结果来看，全周各时段目标达成率普遍偏低：周一至周日多数时段实际达成低于目标，如周一第一时段目标 1、实际 1.5（少数达成时段），第二时段目标 2、实际 0，第三时段目标 2、实际 0，第四时段目标 1、实际 0；全周时段目标达成次数仅 2 次（第一时段 1 次、第四时段 1 次），其余时段均未达成目标。时段达成的低迷，进一步加剧了整体业绩的下滑。

03. 问题总结与改进方向：

聚焦顾客需求与销售策略结合业绩数据，门店总结出核心问题：一是顾客需求把握不足，未能充分利用顾客进店机会，附加推销积极性低，导致连单少、客单件低；二是顾客体验待优化，服务愉悦度不够，面对价格异议时缺乏有效应对策略；三是商场客流量少的外部环境影响，进一步放大了内部运营问题。针对这些问题，门店提出改进方向：优化卖场货品与模特陈列，强化“三信电”服务（推测为诚信、信心、信任相关服务体系），通过适当赞美顾客、鼓励体验提升消费意愿，以附加推销提高成交率与连单率。

04.SI 设计赋能：

简米设计从空间维度破解业绩难题门店业绩的提升不仅需要数据化的运营分析与策略调整，更需要从空间场景入手，通过专业的 SI 设计优化顾客体验、激发消费需求。简米设计作为 SI 设计领域的专业机构，能针对上述门店存在的“陈列不足、体验不佳、转化低效”等问题，提供定制化空间解决方案，从三大维度助力业绩增长

店铺业绩周总结分析表(店长)												
一、本周业绩达成情况												
类别	本周计划	本周实际	完成率	上周实际	递增比	本月指标	本月实际	月完成率	去年同期销售	递增比例	下周计划	挑战目标
销售额	30	24	48%	31	-33%	150	138	92%	/	/	30	35
VIP开发数												
新开卡销售												
VIP贡献率												
客单件												
★本周策略执行情况分析总结 (结合本周业绩达成情况)		任务完成率低，连单少，客单件低。主要是我们不能很好的把握每位顾客的进店机会了解顾客的需求，多附加推销。再加上商场客流量少，价格异议比较大，很多顾客接受不了价格的问题。下个星期我们要陈列好卖场的货品和模特，做好三信一电的服务，在顾客进店的时候要适当的赞美顾客鼓励顾客体验，并多附加推销提高成交率和连单率。										
时段总结	时段 日期	第一时段		第二时段		第三时段		第四时段		天时段目标 达成次数		
		目标计划	实际达成	目标计划	实际达成	目标计划	实际达成	目标计划	实际达成			
填写标准： 每天按四个时段进行分解时段目标，周时段数据填写要求完整无空 * 盯焦点，追目标	周一	1	1.5	2	0	2	0	1	0	1		
	周二	1	0	3	1	3	0	2	0.5	0		
	周三	1	0	3	0	3	1.5	2	0.5	0		
	周四	1	0	4	0	4	2	3	2	0		
	周五	2	1	3	2	3	1.5	2	1.5	0		
	周六	1	0	3	1.5	5	2.5	5	3	0		
	周日	2	0	4	1.5	4	2	2	3	1		
时段目标达成次数		1		0		0		1				
★时段达成总结分析 (围绕时段达成次数，分析达成差异原因，制定解决对策和下周挑战)		每段任务达成率都是很低，主要是我们不能很好的把握顾客进店机会，愉悦度不够好，价格异议大，附加推销不够积极。我们要保持积极的心态多附加推销，要提高成交率。										

数据化分析与 SI 设计协同：构建门店业绩增长闭环门店的业绩提升是“数据化分析 - 策略制定 - SI 设计落地 - 效果复盘”的闭环过程。一方面，业绩周总结分析表为 SI 设计提供精准的需求导向，让空间设计更贴合门店运营痛点（如针对客单件低优化陈列、针对时段低效调整空间功能）；另一方面，简米设计的 SI 方案落地后，可通过后续的业绩数据（如客单件变化、时段达成率提升、VIP 进店率增长）验证设计效果，形成“数据反馈 - 设计优化”的持续迭代。这种“数据 + 空间”的协同模式，能让门店在解决短期运营问题的同时，构建长期的空间竞争力，为业绩稳定增长提供坚实支撑。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

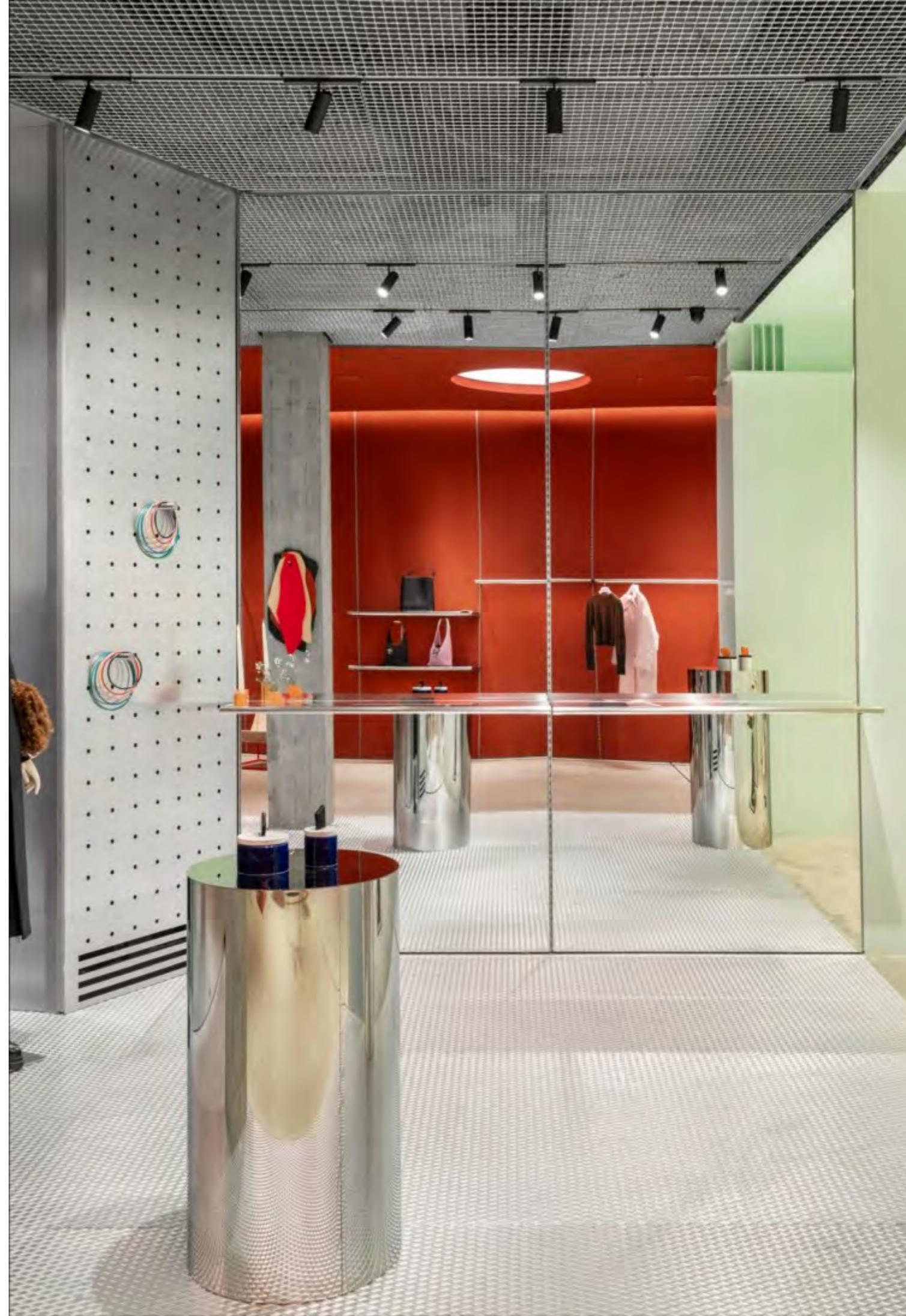
SI设计 | 米兰 Plan C 旗舰店设计

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

Plan C 由 Marni 创始人 Consuelo Castiglioni 的女儿 Carolina Castiglioni 于 2018 年创立。该品牌精致的剪裁深受年轻都市人群的喜爱。成立仅一年后，Plan C 就在东京繁华的青山区开设了一家独立门店——请注意，该门店后来迁至知名百货公司伊势丹新宿店内——此后，Plan C 将重心转移回米兰总部，在该市著名的布雷拉区开设了一家旗舰店。在这里，该公司在繁华的曼佐尼大道上的一栋现代化建筑中占据了一整层楼的空间，该建筑的室内设计由 Castiglioni 与两家米兰顶尖的设计事务所合作完成。

多学科平台 APRIL 负责开发了该店铺的整体概念、零售文化策略和身份模型，而建筑与设计事务所 (AB)NORMAL 则负责 Plan C 旗舰店的空间转换、建筑开发和实现。该店铺被设计为一个开放系统，不仅能够随时间发展而演变，还能适应短期需求，举办展览、快闪店和其他活动，只需进行少量改动即可实现。因此，除了功能性外，设计目标还包括毫不费力地确保身份的连续性和上述的适应性。因此，从配备的墙面到中央楼梯，大部分设计都可以被移除、更换或重新配置，为零售环境增添了鲜明的科技元素。此外，室内设计旨在植根于当地文化，或更具体地说，植根于城市的建筑风格，因此，店铺立面被向后移，形成了一个凹进的都市凉廊。

Founded only in 2018 by Carolina Castiglione, daughter of Marni founder Consuelo Castiglioni, Plan C 's sophisticated silhouettes have resonated well with a young urban demographic. Following the launch of a standalone store in Tokyo 's plush Aoyama district only a year after its inception - mind you, the store later relocated to premises of leading department store Isetan Shinjuku - Plan C has shifted its focus to home base Milan, opening a flagship store in the city' s storied Brera district. Here, the company has secured an elongated ground floor space of a modernised building on bustling Via Manzoni, which features an interior design by Castiglione in collaboration with two leading Milan-based practices.



店面设计 | 墨尔本 MAAP LaB 运动店设计

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

总部位于墨尔本的高科技运动服饰品牌 MAAP 终于登陆悉尼。继全球一系列门店开业之后，MAAP LaB Sydney 在悉尼绿树成荫的达令赫斯特（Darlinghurst）社区开业。该门店位于一栋由建筑师弗雷德里克·温（Frederick Winn）于 1911 年建造的砖砌建筑的一楼，占地 243 平方米（2,616 平方英尺）。室内设计由总部位于墨尔本的长期合作伙伴克莱尔·卡曾斯建筑事务所（Clare Cousins Architects）打造，再次呈现出简洁低调的氛围，以单色调为背景，搭配对比鲜明的醒目电蓝色体量，由支撑柱和两个厚重的储物及展示单元加以衬托。细长的销售柜台和相邻的座位设施为空间增添了一抹亮色。裸露的天花板上保留了原有的装饰线条和无数公用管道，上方则悬挂着一排线性灯具，为整个空间增添了视觉动感。新开业的 MAAP LaB Sydney 门店销售该品牌的男女服装、配饰以及所有合作款。与所有其他门店一样，MAAP LaB Sydney 每周都会举办精心策划的 MAAP 骑行活动，并邀请独家嘉宾、派对和特别来宾。



At long last, Melbourne-based tech performance wear brand MAAP has landed in Sydney. Following a string of store openings across the planet, MAAP LaB Sydney has opened its doors in the city's leafy Darlinghurst neighbourhood. Occupying 243 sqm. (2,616 sq.ft.) on the ground floor of a redeveloped brick building erected in 1911 by architect Frederick Winn. The interior design, created by Melbourne-based practice and longtime collaborator Clare Cousins Architects, once again features a clean and understated setting, featuring a monochrome backdrop and contrasting, bold electric blue volumes, captured by support pillars and two chunky storage and display units. An additional pop of colour is provided by the elongated sales counter and an adjacent seating facility. The bare ceiling, featuring retained original mouldings and a myriad of utility pipes, is overlaid by a row of suspended linear light fixtures which lend the setting a visual dynamic. The newly opened MAAP LaB Sydney stocks the brand's full range of men's and women's apparel, accessories.

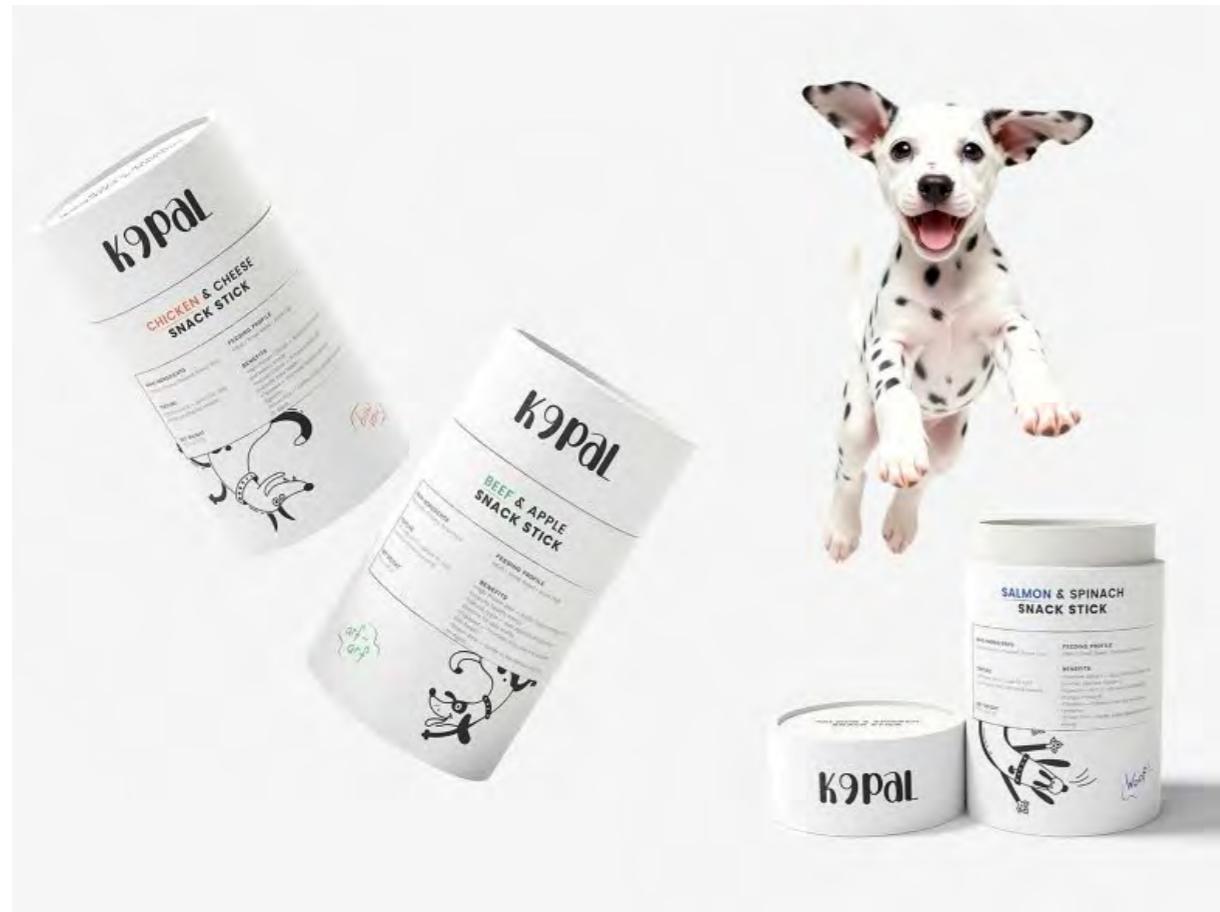


VI 设计 | K9pal 宠物食品包装设计

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

K9pal 是一个高端营养品牌，专为现代有意识的狗主人设计。我们的目标是将 K9pal 打造成为一个透明、高品质的品牌，散发出纯净与信任的气息，摆脱商业宠物食品货架上常见的杂乱无章和“嘈杂”的陈词滥调。我们围绕“新鲜平衡”的概念构建了品牌标识，将科学精准性与受达尔马提亚犬优雅皮毛启发的时尚简约美学相结合。

K9pal is a premium nutrition brand designed for the modern, conscious dog owner. The goal was to establish K9pal as a transparent, high-quality brand that radiates purity and trust, breaking away from the cluttered and “noisy” tropes often seen in the commercial pet food aisle. We built the brand identity around the concept of “Fresh Balance,” pairing scientific precision with a sleek, minimalist aesthetic inspired by the elegance of the Dalmatian coat.



Ingredient Philosophy

Vet Formulated & Trusted

Each recipe is crafted with veterinarians to ensure balanced, safe, and trusted nutrition

Clean Ingredients

Made with clean, high-quality ingredients — free from additives

Eco-Friendly Packaging

We use 100% recyclable materials to reflect care for pets and the planet



We believe care is more than kindness — it's connection, trust, and love that lasts.

Vitamin Collection

Formulated to strengthen, protect, and energize, the vitamin range supports daily vitality through natural nutrients and balanced blends.



Because true care goes beyond meals.



胖东来人性化管理制度解析与 SI 赋能

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



在品牌落地过程中，SI设计（店面空间识别系统设计）作为传递品牌理念与服务温度的重要载体，能将胖东来的人性化管理理念融入空间设计，让“有温度的服务”从制度层面延伸至顾客的空间体验中。关注简米，每日简话连锁！

胖东来管理制度的核心亮点：人性化贯穿全体
系胖东来的管理制度围绕“员工关怀 - 服务规
范 - 体系支撑”构建，将“把员工当家人，
让服务有灵魂”的理念贯穿始终，形成独特的
管理竞争力，核心亮点体现在三大维度：员工
关怀：制度中明确包含“员工情绪疏导”机制，
关注员工心理健康，避免因情绪问题影响服务
质量；在假期福利上，“带薪假期不打折扣”，
保障员工休息权益，减少职业倦怠；关怀细节
更延伸至生活点滴，从员工饮食、通勤到家庭
帮扶，构建起“家人式”的员工关怀体系。

这种管理模式让员工获得归属感与幸福感，进
而转化为主动服务顾客的积极性，成为优质服
务的“源头动力”。

务规范：严标准下的温度传递不同于冰冷的“条
款式”服务规定，胖东来的服务规范以“让顾客
感受温度”为核心目标。制度虽对服务流程、服
务态度有严格要求，但更注重赋予员工“服务底
气”——例如，允许员工根据顾客实际需求灵活
调整服务方式，无需过度拘泥于流程；同时，通
过培训让员工理解“服务的本质是换位思考”，
引导员工主动关注顾客潜在需求（如为携带儿童
的顾客提供临时看护协助、为老年顾客提供商品
讲解与送货服务）。这种“严标准 + 暖执行”
的服务规范，让顾客在消费过程中感受到“被尊
重、被重视”，形成强大的品牌口碑。

DL 胖东来	胖东来商贸集团公司
	门店各项管理制度

目 录

一、严重违纪制度.....	3
二、较重违纪制度.....	3
三、服务违纪制度.....	4
四、一般违纪制度	5
五、仪容仪表制度.....	6
六、环境卫生制度.....	6
七、商品制度.....	8
八、主管巡场制度.....	9
九、顾客投诉制度.....	9
十、健康制度.....	9
十一、收银制度.....	10
十二、部门制度.....	10
1、服装部.....	10
2、电器部.....	12
3、超市部.....	12
4、餐饮部.....	14
5、医药部.....	15
6、精品珠宝.....	15
7、电玩.....	19
8、电影.....	20
十三、培训制度.....	20
十四、民意考评制度.....	21
十五、设备管理制度.....	21
十六、消防制度.....	22
十七、用电制度.....	24
十八、交通制度.....	26
十九、八小时以外制度.....	27
二十、司机车辆安全制度.....	27

内部文件

第 2 页 共 27 页

打印日期: 2024.7

配图: 简米案例《燕塘年奶》

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 191 期：连锁门店标准化建设与终端导购效能提升



简话连锁 # 第 191 期：连锁门店标准化建设与终端导购效能提升
点击查看：<https://www.jeremycn.com/tag/%E7%AE%80%E8%AF%9D>

泡泡玛特的盈利密码：IP 闭环



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：靠客户口辈，不要评委的奖杯
- * 第十则：反省谦虚，不可狂妄自大自恋欺人

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

P 孵化是泡泡玛特构建核心壁垒的根基。品牌自主孵化出 Molly、Dimoo 等现象级头部 IP，组建专业设计团队持续更新 IP 形象，通过展会、社交媒体等多渠道运营粉丝，不断提升 IP 知名度与粉丝粘性。而 SI 设计则让 IP 形象从虚拟走向现实，泡泡玛特通过统一的 SI 设计标准，将 IP 元素深度融入门店空间——从门店外观的 IP 主题装饰、室内的陈列展柜到墙面的视觉海报，每一处细节都围绕核心 IP 展开，既强化了品牌辨识度，又为粉丝打造了沉浸式的消费场景，让门店成为 IP 文化传播的重要阵地。这种标准化的 SI 设计，不仅保障了全球门店的统一品牌调性，更降低了新店扩张的落地成本与运营难度。



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，将为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

