

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



关注我们随时获取



简米 JEREMY MONTHLY

简米出品

Produced by JEREMY Copyright ©

简米® 月刊 JEREMY MONTHLY 2026/04 总第159期

简米出品
Produced by JEREMY
Copyright ©

喜报 | 简米创始人受聘为江西财大硕导

连锁课堂
「连锁架构：总部 - 分部 - 门店三级联动」

简米知识分享
特许招商核心逻辑：总部与加盟商

新案 | 东莞中为达新材料品牌设计

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

中为达（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

喜报 | 简米创始人受聘为江财硕导 008

> 简米案例速递

中为达——全产业链干粉专家 010

连锁课堂「总部-分部-门店三级联动」 014

SI 设计 | 里雄莱锡安的 BYD 办公室设计 016

店面设计 | 英国 Fred Perry 服装店设计 018

VI 设计 | MOYOUNG 身体喷雾包装设计 020

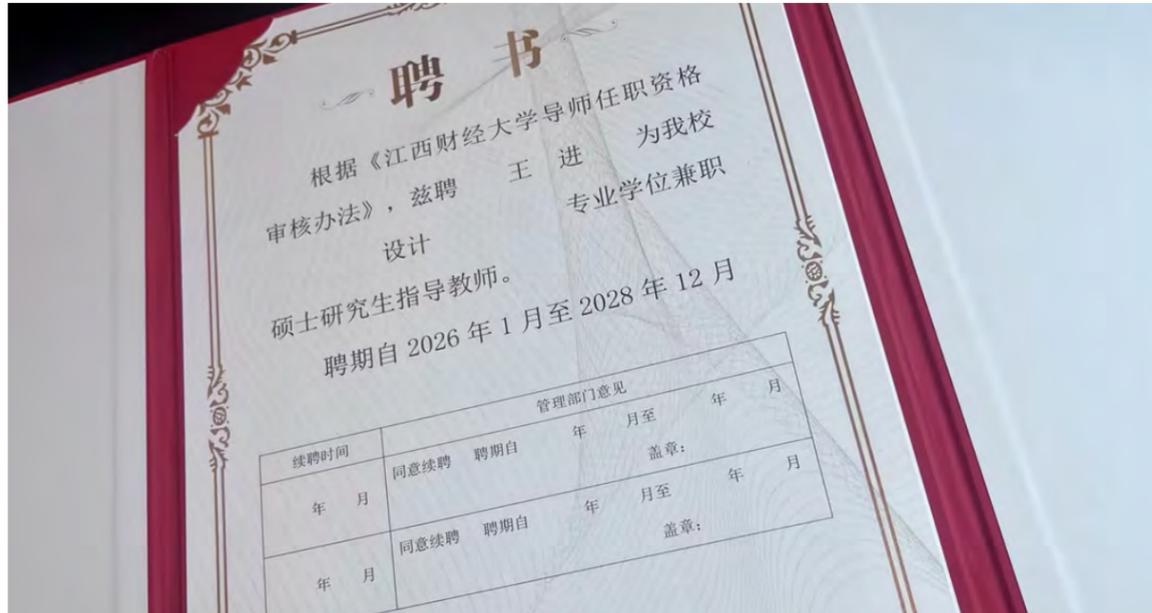
> 简米知识分享

特许招商的核心逻辑：总部与加盟商 022

简话 # 目录 024

趣话「简米人」 026

关于「简米」 028



喜报 | 简米设计创始人王进受聘为江西财经大学专业学位硕士研究生兼职导师

> 简米快讯

近日，我司创始人王进先生收到江西财经大学正式聘书，受聘为该校设计专业学位硕士研究生兼职指导教师。

这是高校对王进先生在品牌设计、连锁店面系统构建领域专业能力与行业实践成果的高度认可，也是简米设计“产学研、以行促学”理念的重要落地。

江西财经大学作为江西省重点高校，其设计专业依托学科优势，致力于培养兼具理论素养与实践能力的复合型设计人才。本次聘任严格依据《江西财经大学导师任职资格审核办法》开展，旨在引入行业一线实战力量，为研究生教育注入产业视角与前沿经验。

王进先生深耕品牌设计与商业连锁领域多年，主导完成了国内外等多个标杆品牌的全案设计，在品牌战略、视觉识别系统（VI/SI）构建等方面积累了丰富的实战经验。此次受聘，他将把一线商业项目的落地逻辑、品牌全案的设计思维带入课堂，为学生搭建从理论学习到产业实践的桥梁，助力设计人才的成长与培养。

简米设计的初心与责任

一直以来，简米设计坚持“大道至简，点米成金”的设计理念，不仅专注于为连锁品牌、实体企业打造兼具商业价值与视觉表达的品牌系统，更始终关注行业人才的培养与成长。

此次王进先生受聘高校导师，是简米设计从商业实践走向行业赋能的重要一步。未来，简米将持续以专业力量链接产业与教育，用实战经验反哺设计人才培养，同时也期待在产学研融合中，为品牌设计行业带来更多创新思路与可能性。

> 简米本月动态

JEREMY NEWS

新签约湖南氧居乐 VISI 系统设计

简米新案速递

中为达——全产业链干粉专家

简米设计受中为达（东莞）新材料有限公司委托，为其完成品牌形象升级，助力中为达以更专业、更具辨识度的品牌视觉，深耕干粉全产业链领域。中为达作为专注干粉全产业链的新材料企业，立足产业深耕，亟需一套契合品牌基因、适配工业属性、兼具现代感与传播力的视觉形象，实现品牌形象从传统行业标识向专业化、国际化品牌符号的跨越，强化市场认知与行业地位。

策略梳理 Strategy carding

设计解析

简米设计团队以文化内核 + 产业属性 + 现代视觉为核心策略，锚定三大设计方向：

根植中国根基，提取“中”字精神内核，传递品牌本土基因与家国情怀；

紧扣干粉全产业链特性，用动态视觉语言诠释产业流转、协同奋进的特质；

打造极简专业符号，兼顾工业场景应用与多渠道传播，提升品牌辨识度。

中为达新材料



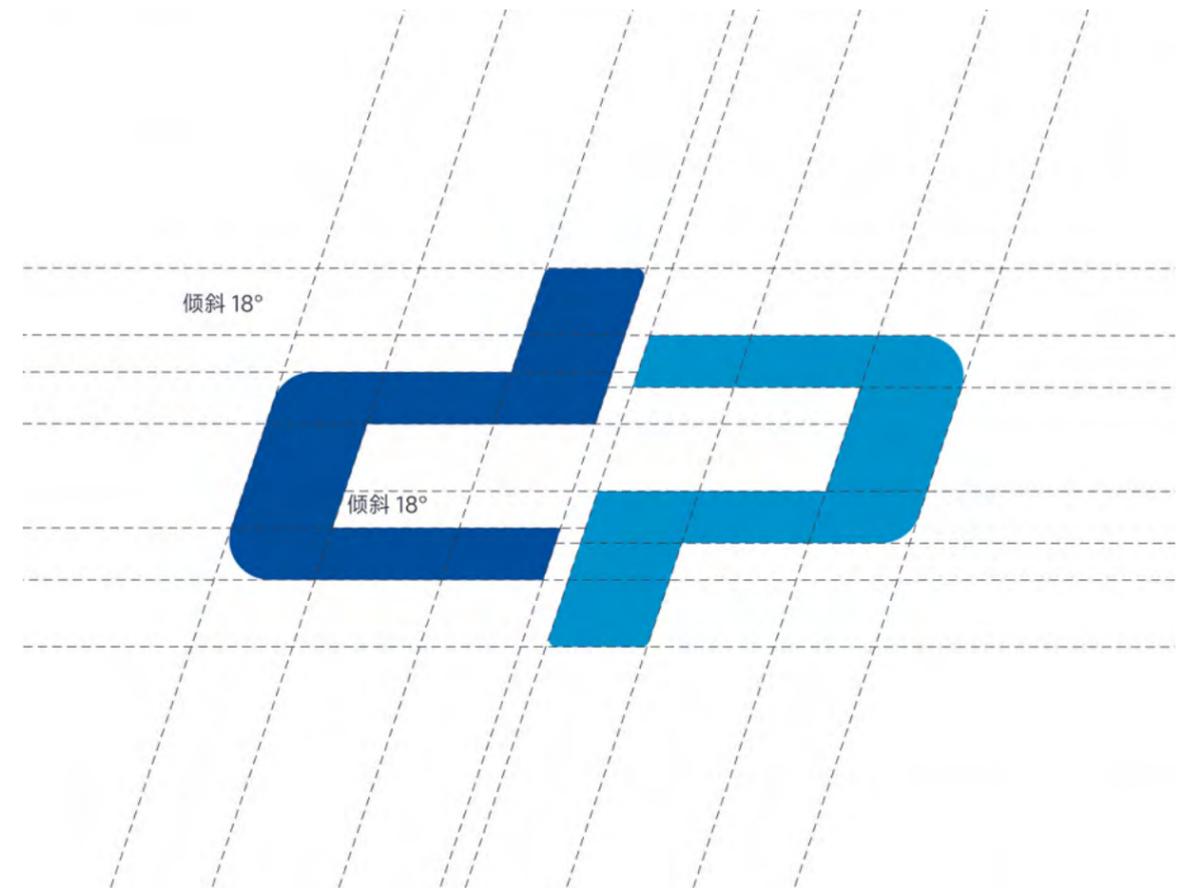
原标志



新标志

查看完整案例 ↓

<https://www.jeremycn.com/shows/1/305>





本次 形象升级，为中为达带来三重品牌价值：

识别升级：摆脱传统行业标识同质化，打造独属于中为达的视觉符号，降低品牌传播成本；

基因强化：以“中”字锚定本土品牌自信，传递“中国智造”的产业底气，契合企业发展定位；

场景适配：极简线条与专业色彩，完美适配工业制造、新材料领域的商务与生产场景，助力品牌从行业深耕走向市场破圈。



| 连锁课堂 |

连锁架构：总部 - 分部 - 门店三级联动

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

总部：连锁扩张的大脑，SI 设计为标准化赋能定调

连锁总部是为门店提供全维度服务的核心枢纽，通过标准化、专业化、集中化的管理让门店作业更简单、高效，其核心定位是“赋能者”而非“管理者”。总部承担着政策制定、店铺开发、商品管理、促销管理、店铺督导等核心职能，由拓展部、营运部、商品部、财务部、管理部、营销部等职能部门各司其职，而简米设计的 SI 设计体系，是总部标准化体系输出的重要组成部分，为各部门的业务开展提供统一的空间与视觉标准。

总部各职能部门的工作，均与 SI 设计深度结合、协同推进：

拓展部

在商圈调查、选址建店、工程验收等环节，会以简米设计的 SI 设计标准为依据，制定门店空间结构、装修施工的统一要求，确保新店从选址阶段就与标准化空间设计适配，避免后期落地偏差；

连锁分部是总部设立的区域二级组织机构，核心作用是承接总部的标准化要求，加强对区域内门店的精细化管理，让总部的部分职能实现区域化落地执行。总部主要负责计划制定、监督执行与跨区域协调，而分部则聚焦于建店、开店、采购、物流、督导等环节的落地执行，简米设计的 SI 设计体系在这一环节，实现了标准化落地与本地化适配的双重平衡，成为分部连接总部与门店的重要桥梁。

营运部

在编制营运手册、监督门店经营时，将 SI 设计的执行与维护纳入督导考核，要求门店严格遵循空间布局、商品陈列的标准，保障品牌形象与运营流程的统一性；

营销部

在策划品牌形象、设计商品陈列与促销活动时，依托简米设计的 SI 设计体系，打造符合品牌调性的空间展示方案，让促销场景、陈列布局与门店整体空间设计相融，提升品牌视觉辨识度；

商品部、财务部、管理部则围绕 SI 设计的落地需求，在物料供应、资金支持、人员培训等方面做好配套，比如为 SI 设计指定的装修材料、陈列道具搭建专属供应渠道，在员工培训中增设 SI 设计标准解读课程。

简米设计为总部打造的全套 SI 设计手册，成为总部标准化体系的核心内容之一，从门头形象、空间布局、色彩搭配到陈列规范，形成可落地、可复制的统一标准，让总部的标准化赋能有了具象的空间载体，确保后续分部执行、门店落地的方向一致。

如需完整 PPT 请登陆简米官网或联系简米客服获取

在本地化适配层面，简米设计的 SI 设计体系具备模块化、灵活性的特点，分部可在遵循总部核心标准的前提下，结合区域消费习惯、商圈特点，对门店空间做小幅优化调整。比如针对南方与北方的商圈差异，在 SI 设计的基础上调整门店的动线规划、体验区布局；针对不同消费层级的区域，优化陈列道具的搭配，让标准化的 SI 设计既保持品牌统一性，又能适配区域市场的实际需求，提升门店在当地的经营适配性。

此外，分部还会依托简米设计的 SI 设计培训资源，为区域内门店员工开展专项培训，讲解空间运营的技巧与陈列优化的方法，让门店员工能熟练运用 SI 设计的空间逻辑提升经营效率，真正让 SI 设计从“设计标准”转化为“经营工具”。

门店：连锁扩张的终端，SI 设计筑牢单店盈利的空间基础

门店是连锁企业的价值落地终端，门店标准化是提高开店成功率、实现单店盈利的核心，而简米设计的 SI 设计体系，贯穿门店从建店装修到日常经营的全流程，从物的管理、场的管理、人的管理三个维度，为门店标准化运营与单店盈利筑牢空间基础。

门店的标准化运营围绕“提供什么产品服务、如何吸引客户、如何促成销售”三大核心展开，而 SI 设计深度融入每一个环节：

产品服务端

：简米设计的 SI 设计依据门店的商品结构、服务组合，规划科学的空间布局与商品陈列，让产品展示更贴合消费体验，比如通过合理的动线设计引导顾客浏览，通过专属的陈列区域突出核心产品，提升顾客的消费体验与产品触达率；

引流获客端

：统一的 SI 设计让门店的品牌视觉更具辨识度，标准化的门头形象、空间设计能在商圈中快速吸引顾客注意力，成为门店天然的“引流名片”。同时，SI 设计中规划的打卡点、体验区等空间，能为门店的营销集客、促销活动提供场景支撑，让线下引流更高效；

销售促成端

：简米设计通过优化门店的消费动线、陈列布局，减少顾客的决策成本，同时结合导购的工作流程，规划合理的服务点位，让导购的现场服务、连带销售更贴合空间逻辑，提升成交率。

在门店的标准化管理中，SI 设计更是实现“场的管理标准化”的核心：从门店卫生、陈列规范到安全管理，均以 SI 设计标准为依据，让门店的空间管理有章可循；同时，简米设计的 SI 设计体系弱化了对门店人员的专业设计能力要求，加盟商与门店员工只需按照 SI 设计手册执行，即可实现门店空间的标准化运营，大幅降低门店的管理难度。

SI 设计 | 里雄莱锡安的 BYD 办公室设计

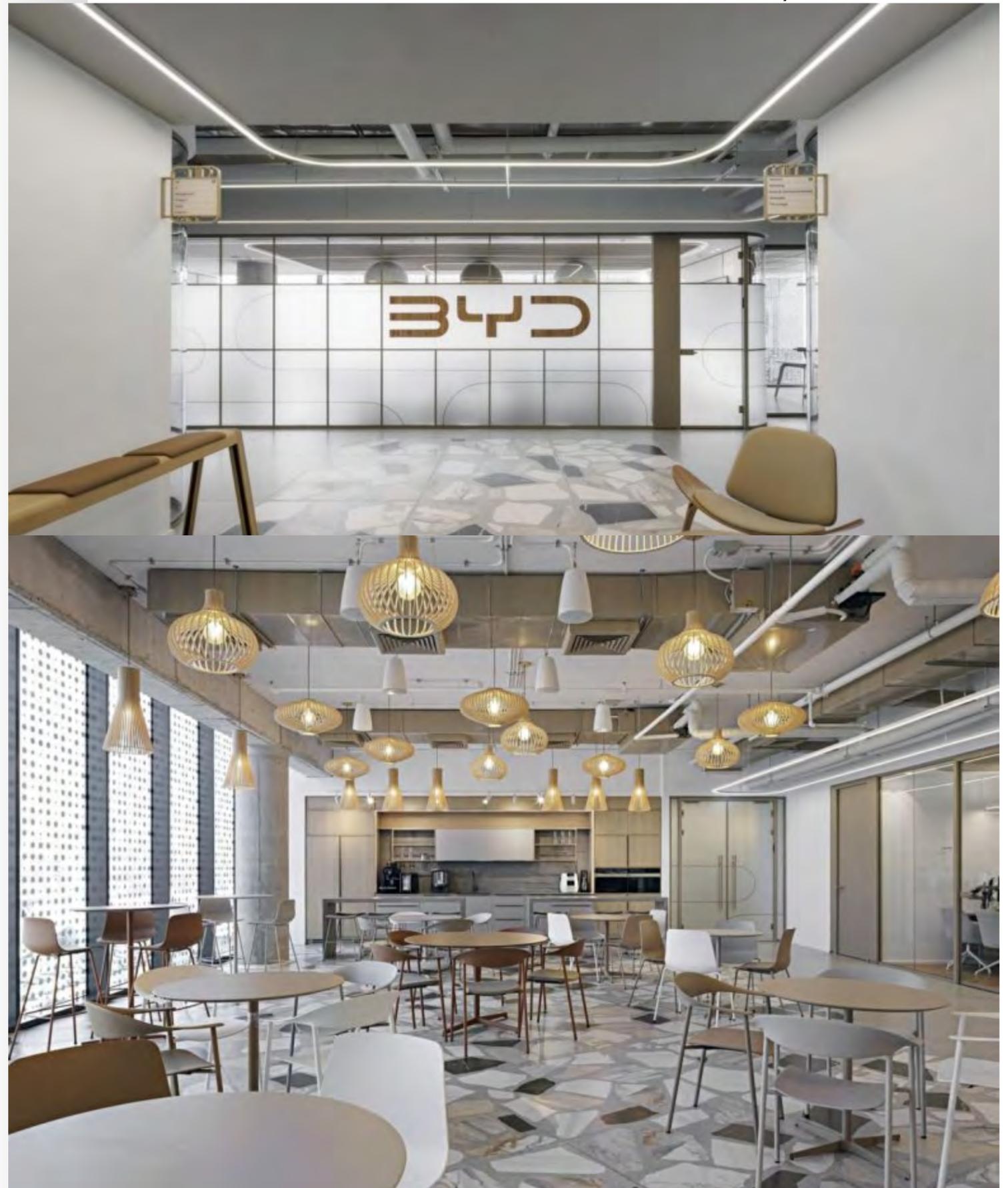
注 / 本文来自于互联网, 简米收集编辑如有侵权请联系简米客服: 400-666-8202

A.R. Grinberg Architects 在里雄莱锡安的比亚迪办公室巧妙地将汽车设计的动感与流畅的中央大道融为一体, 打造出一个温馨的工作空间, 促进协作与创造力的发挥。

设计理念基于公司标志及其柔和圆润的线条, 以及汽车的动感与灵活性, 并通过隔断、家具、悬浮式天花板、空间照明装置以及工匠的细木工制品和框架的圆润饰面得以体现。另一个源自汽车行业的想法是, 我们将街道引入室内, 打造了一条以特殊路面铺装为特色的中央大道, 并辅以圆形金属花盆中的植被, 以及与之相配的设计岛屿, 其中包括豪华的座位区、音响室和其他惊喜之处。宽敞的办公室和 Oppspace 展台位于中央大道两侧, 为了完善整体体验, 中央大道还通向一个豪华宽敞的自助餐厅。

A.R. Grinberg Architects' BYD offices in Rishon LeZion masterfully blend the dynamism of automotive design with a flowing central avenue, creating an inviting workspace that fosters collaboration and creativity.

The design concept is based on the company logo and its soft, rounded lines and the dynamism and mobility of a car, and is expressed in the rounded finishes of the partitions, the furniture, the floating ceilings, the spatial lighting fixtures and the artisan's joinery and frames. Another idea that arose from the car business is that we brought the street inside and created a central avenue highlighted by special pavement-like paving, and vegetation in rounded metal pots with designed islands that accompany it and include luxurious seating areas, acoustic booths and other surprises. The spacious offices and the Oppspace stands are located on either side of the central avenue, and to complete the experience, the avenue leads to a luxurious and spacious cafeteria.



店面设计 | 英国 Fred Perry 服装店设计

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

尽管弗雷德·佩里 (Fred Perry) 已经在英国首都繁华的索霍购物区开设了一家门店, 但就在几个街区之外, 他又开设了第二家零售店。这家总部位于伦敦的品牌, 在 19 世纪的一座建筑中占据了上下两层, 该建筑曾是 BYREDO 在伦敦的第一家门店所在地。弗雷德·佩里再次与当地设计公司 Brinkworth 合作, 打造了一个不仅与其一贯的年轻氛围相契合的环境。设计灵感源自丰富的音乐、艺术遗产, 以及扎根于热闹的索霍区的所有亚文化, 同时保留了现有门店设计的元素。与上述所有元素相呼应的是一个名为“大声音” (BIG Sound) 的概念, 这是一种建筑表达方式, 捕捉了声音作为空间中精心打造的元素。

Although already operating an outpost in the buzzing Soho shopping district of the British capital, Fred Perry has inaugurated a second retail space just a few blocks away. Occupying two floors of a 19th-century building which was previously home to BYREDO's first store in the city, the London-based brand once again collaborated with local design practice Brinkworth to create a setting that not only befits its perennially youthful aura. The design takes inspiration from rich musical, artistic legacy, and all the subcultures that have rooted in the lively Soho neighbourhood, while also retaining elements of the existing store design. Aligned with all of the aforementioned is a concept themed as BIG Sound, an architectural expression which captures sound a crafted element of the space.



VI 设计 | MOYOUNG 身体喷雾包装设计

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

MOYOUNG 身体喷雾的包装展现了雕塑般的形态与极简主义品牌设计的精致平衡。其设计以大胆的单色对比为特色, 将哑光黑色和柔和的白色瓶身与独特的圆形瓶盖相结合, 呈现出一种触感丰富、近乎建筑般的轮廓。方形底座增强了稳定性, 而超大瓶盖则增添了视觉上的趣味性和高端感。标签保持简洁且结构清晰, 将现代字体与微妙的图形元素相结合, 营造出一种平静、大气的品牌形象。整体概念富有现代感和诗意, 将产品定位为一种感官体验和设计艺术品。

The MOYOUNG body mist packaging presents a refined balance of sculptural form and minimalist branding. Defined by its bold monochrome contrast, the design pairs matte black and soft white bottles with a distinctive, rounded cap that introduces a tactile, almost architectural silhouette. The square base reinforces stability, while the oversized cap adds a sense of visual intrigue and premium character. Labels are kept clean and structured, combining modern typography with subtle graphic elements to evoke a calm, atmospheric identity. The overall concept feels contemporary and poetic, positioning the product as both a sensory experience and a design object.



简米知识分享

特许招商的核心逻辑：总部与加盟商

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



特许招商的本质是打造总部与加盟商的命运共同体，实现品牌与投资者的收益共享、风险共担，而“单店盈利、加盟商赚钱、总部值钱”的盈利生态，是连锁品牌特许招商的核心底层逻辑。简米设计凭借专业的 SI 设计体系，深度融入特许招商的全流程。

万店连锁的核心前提，是打造成熟的“单店盈利模型 - 总部贡献模型”健康盈利生态，单店盈利是一切扩张的基础，而总部则通过标准化的赋能体系，让单店盈利可复制、多店贡献能聚合，最终实现总部的价值提升。

单店盈利模型以 ROI 为核心导向，明确投资规模、回本周期，通过精准的定位及客群分析、科学的产品及服务组合、高效的营销策略与门店管理，实现营业额、毛利与营业利润的稳定增长。品牌视觉形象的统一呈现，通过标准化的门头、装修、软装设计，强化品牌辨识度，为门店引流与获客赋能。

总部则通过供应链、品牌资源授权、门店管理赋能等方式，从单店获取合理的收益贡献，同时持续为单店输出标准化的运营、人力、财务、信息管理体系。而简米设计为总部打造的全套 SI 设计手册，成为总部标准化赋能体系的核心内容之一，总部将 SI 设计标准输出给所有加盟店，确保全国门店的空间形象、运营场景高度统一，让单店盈利的空间逻辑可快速复制，实现盈利单元的规模化扩张，最终推动总部品牌价值与估值的提升。

连锁品牌的特许招商并非一蹴而就，而是伴随企业生命周期呈现**“创始 - 成长 - 成熟”**的阶段特征



立面效果 / Facade effect



Jeremy 简米

配图：简米案例《广惠便利》

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

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



连锁扩张核心逻辑：搭建专业拓展部门

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

拓展部门组织设计：跨部门协同，甘特图把控进度

连锁拓展并非单一部门的工作，需要总部多部门通力配合，核心协同部门包含企划部、事业部拓展部、人力行政部、财务部、商品部，各部门权责清晰、各司其职：

拓展部：核心负责城市、商圈、店面三级评估并出具专业报告，是选址拓店的先锋部门；

财务部：审核并支付新店筹建的物流费用，把控拓店资金成本；

人力行政部：办理门店执照、筹备人员并完成全流程培训，保障门店人力落地；

运营部：主导建店全流程，从装修方案设计、装修公司评估到工程验收全程把控；

企划部：设计新店市场推广与促销活动，为开业引流；

商品部：完成新店商品筹建与赠品申请，保障开业货品供应。

为保障拓店效率，企业需根据扩张规划制定工作进度表，甘特图是高效的进度管理工具，通过时间刻度与活动列表直观呈现各部门工作节点、计划与实际完成情况，让管理者精准把控进度、及时调整偏差。而简米设计会深度融入拓展部门的工作节奏，根据甘特图的时间规划，同步完成 SI 设计的方案输出、落地调整，确保设计工作与建店进度同频。

咱们简米人有力量

th



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

