

商业品牌空间 实践白皮书

连锁SI标准化、AI科技展厅
与品牌体验店的设计交付方法



日立智慧空气馆250㎡店型方案效果图 [01]

2026

项目实践版 / V1.1

READING GUIDE

从一间门店， 到一套可执行的空间系统

当一个品牌开始面对不同面积、不同物业条件与不同运营任务，设计需要同时回答三个问题：品牌如何被识别、空间如何被使用、制作与实施如何获得清楚依据。

本书以艾图官网公开项目为基础，将连锁SI、AI科技展厅和品牌体验店的设计方法，与图页和交付内容对应。餐饮与总部办公案例补充说明同一方法如何回应不同的使用场景。

01	品牌定位与合作场景	03
02	连锁SI：规则、模块与实施	04 - 10
03	AI展厅与品牌体验店	11 - 15
04	餐饮与总部办公实践	16 - 17
05	采购问答与合作流程	18 - 19
06	案例来源与项目联系	20

阅读提示 | “项目事实”依据官网公开内容；“实践方法”和“实施核对”是对项目资料的归纳及下一步协同建议，不表示每个案例都包含全部服务或已获得量化运营成效。

01 / BRAND & SCOPE

艾图设计是谁， 适合哪些项目？

艾图设计（深圳）有限公司（AITOO DESIGN）2008年成立于深圳，专注品牌策略、品牌视觉VI、连锁终端SI与商业空间设计。傅涛为创始人兼设计总监。

我们将品牌识别、空间体验和图纸深化放在同一套设计判断中，面向有新建、升级或多店延展需求的品牌，按任务书约定组织服务。

01 / PRIMARY

连锁SI与专卖店

面向标准店研发、店型适配、VI与空间协同，以及SI执行手册建立和维护。

02 / FOCUS

AI展厅与品牌体验店

面向智能照明、家电与科技品牌，组织产品讲解、场景演示、体验与咨询。

03 / EXTENSION

餐饮品牌与空间

把品牌视觉、迎客、落座与服务路径，与材料、家具和灯光共同考虑。

04 / EXTENSION

企业总部与办公

协调企业接待、品牌展示、员工工作及交流空间，形成连续的总部体验。

识别名称统一

艾图设计（深圳）有限公司（AITOO DESIGN）

官网：www.aitooad.cn | 微信公众号：AitooDesign

资料来源：[08] 公司简介；[09] 连锁SI服务 · 完整链接见第20页

02 / CHAIN STORE IDENTITY

连锁SI的核心： 统一规则，容纳差异

VI建立平面视觉识别；SI进一步把标识、色彩、材料、陈列与体验组织到空间中。连锁SI不是复制一张效果图，而是说明哪些关系保持一致、哪些条件允许调整。

A

固定项 | 识别与核心体验

标识组合、品牌色、关键材料语言、主要展示及服务节点，是保持品牌连续性的基础。

B

可变项 | 店型与模块组合

门头宽度、场地面积、柱网与展示容量不同，模块的数量、位置和组合方式需要有适配规则。

C

现场项 | 专业与实施条件

结构与基层、消防疏散、机电接口、设备参数和物业限制，需进入具体店铺的测量与深化。

实践判断

一套可延展的SI系统，应同时交付“统一依据”“组合依据”和“现场复核条件”。三个层面相互衔接，品牌方、设计方、制作与施工方才有共同的沟通文件。

资料来源：[01] 日立SI手册；[09] 连锁SI服务 · 完整链接见第20页

02 / DELIVERABLES

把服务范围写清楚， 把阶段成果对应起来

以下为可按项目组合的工作模块。店型数量、图纸深度、手册范围、配合轮次与责任，均在任务书和合同中确认。

阶段	主要交付	确认依据
01 需求对齐	品牌与客群、产品及服务清单；现有门店问题、场地条件与店型目标。	形成任务书；明确输入资料、预算目标和责任。
02 标准店研发	功能分区、顾客与员工动线、门头与关键立面、空间效果表达。	形象、功能和实际场地条件相互支持。
03 模块深化	陈列、体验、接待、咨询、储物等模块；尺寸适配与设备接口说明。	固定项、可变项和组合条件可以被解释。
04 图纸与材料	约定范围的平立剖、节点图、材料表及灯具、设备协调资料。	图号、材料编号与制作安装条件相互对应。
05 执行手册	整合形象规范、店型应用、模块及图纸索引、变更和版本记录。	一个项目使用同一确认版本，可追溯。
06 样板与延展	样板审阅、图纸答疑、约定的现场设计配合；延展规则更新。	问题关闭与版本更新有记录。

范围提示 | 设备采购、软件及内容制作、厂家加工深化、结构与机电专业、报审、施工总包、驻场及法定监理，不因“全案”二字自动包含。

资料来源：[09] 连锁SI服务 · 完整链接见第20页

02 / CASE 01 HITACHI

日立智慧空气馆 从视觉规范进入SI执行手册



250㎡店型方案效果图 | 门头整体与品牌识别 [01]

项目事实 | 2025版SI执行手册；服务类型为连锁终端SI标准化设计。设计总监傅涛，设计团队为艾图设计空间部。官网展示手册节选及250㎡店型方案，属于手册与方案设计成果。

核心问题 | 暖通品牌门店需要同时承担品牌识别、系统讲解、场景体验与设计咨询。统一形象之外，门头长度、展示模块及设备条件也会变化。

设计回应 | 以视觉、门头、动线、展示模块及施工制作信息建立对应关系：效果图说明整体目标，图页说明实现规则与实施前提。

资料来源：[01] 日立智慧空气馆SI执行手册案例 · 完整链接见第20页

02 / CASE 01 RULES & JOURNEY

门头适配与空间动线， 需要同时有规则

B-2 门头组合规范

B-2-01 门头组合规范

标志组合由英文字母和中文文字构成。请参照门头整体尺寸比例统一调整标志组合的大小。

标志组合分为横排和竖排两种排列。根据不同的门头尺寸范围选择合理的排列方式。

横排标志组合的横排文字与标志的比例和间距的大小，请参照打字体或横排标志文字及字母之间的间距。

门头标志组合可在施工文件中提供

门头高度设定为“H”，其中“H”最小值不能小于1米。

横排标志组合高度为0.75H。

标志组合到门头边缘的距离，左、右距离不小于0.5H。标志组合上下左右居中对称。

门头高度设定为“H”，其中“H”最小值不能小于1米。

门头长度设定为“L”，L可采用横排LOGO，竖排标志组合高度为0.625H。

标志组合到门头边缘的距离，左、右距离不小于0.25H。标志组合上下左右居中对称。

门头高度设定为“H”，其中“H”最小值不能小于1米。

门头长度设定为“L”，L可采用横排LOGO，竖排标志组合高度为0.625H。

标志组合到门头边缘的距离，左、右距离不小于0.25H。标志组合上下左右居中对称。

B

B-2 门头组合规范

B-2-02 门头排列组合

标志形式	标准字	门头长度 在3M-10M 且长宽比大于1:2	门头长度 在3M-10M 且长宽比大于1:2	门头长度 在11M-10M 且长宽比大于1:2	门头长度 在20M以上	备注
	日立中央空调 智慧空气馆	●				“日立中央空调智慧空气馆” 同行排列，字体大小相同
	日立中央空调 智慧空气馆	●	●			“日立中央空调智慧空气馆” 同行排列，字体大小相同
	日立中央空调 智慧空气馆		●	●		“日立中央空调智慧空气馆” 同行排列，字体大小相同
	日立中央空调 智慧空气馆				●	“日立中央空调智慧空气馆” 同行排列，字体大小相同

执行手册第11页节选 | 标志组合比例与门头适用条件 [01]

门头规则 | 手册按3-10米、11-15米及20米以上等门头条件组织组合适配。比例、标识与文字间距构成统一关系；具体安装仍需复核建筑界面、基层与物业要求。

C-1 终端空间呈现

C-1-01 平面布局

C

C-1 终端空间呈现

B-1-02 动线指引

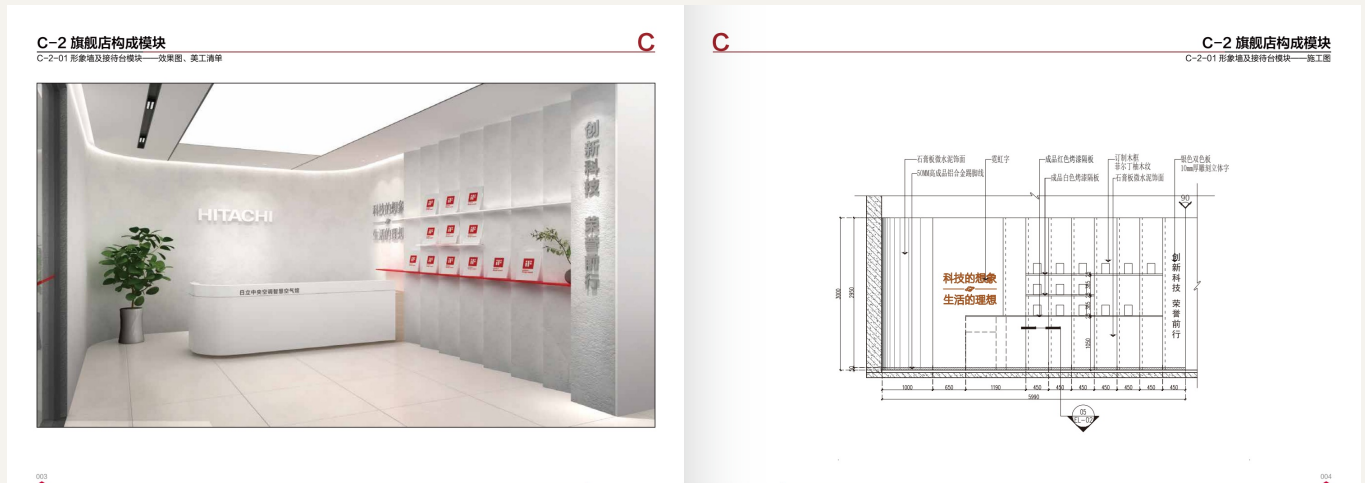
执行手册第13页节选 | 功能平面与参观动线 [01]

体验顺序 | 接待、品牌、产品、生活场景与咨询共同构成路径。模块清单应与讲解顺序一起确认，示例平面仍需结合具体出入口、疏散和员工工作路径适配。

资料来源：[01] 手册图页；图页可点击查看原图，尺寸仅对应原案例，完整链接见第20页

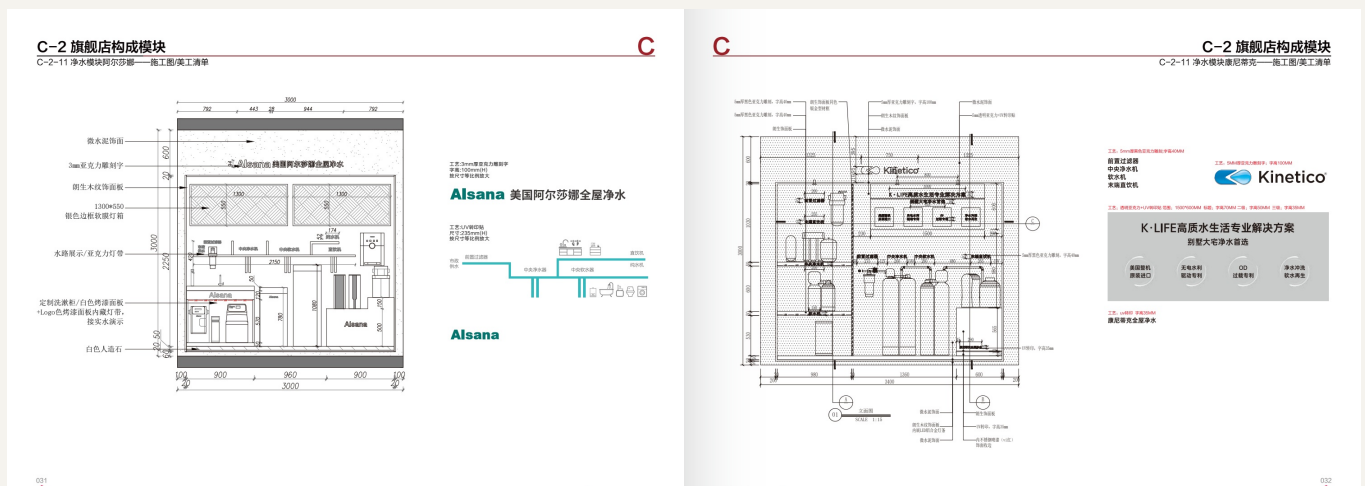
02 / CASE 01 DETAILS

让空间模块， 对应制作与设备接口



执行手册第14页节选 | 形象墙效果与施工立面 [01]

构件与材料 | 形象墙、接待台、层板、品牌字和灯光进入立面、尺寸与材料说明。微水泥、木纹和铝合金踢脚线等界面，需要继续落实到收口、固定与检修关系。



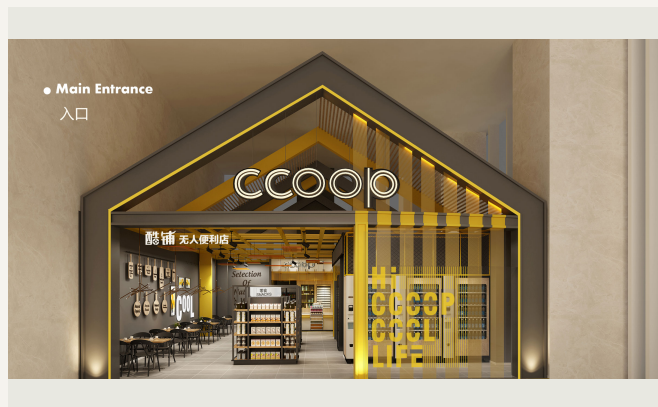
执行手册第29页节选 | 净水模块施工图与美工信息 [01]

接口与复核 | “接实水演示”让柜体与给排水、电源及维护空间产生联系。观看样机、可操作设备和真实运行系统须分别核对，并结合厂家参数与现场条件完成深化。

资料来源：[01] 第14、16、29页相关图页；可点击原图，不替代加工及专业复核 · 完整链接见第20页

02 / CASES 02-03 CROSS-CATEGORY

连锁形象的方法， 也适用于不同零售业态



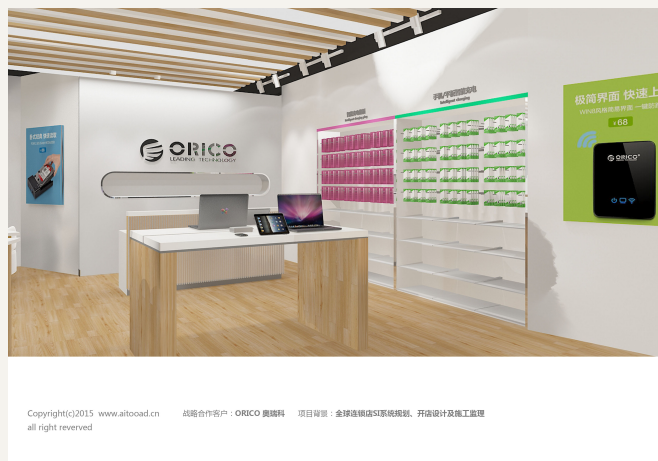
酷铺无人便利店 | 入口方案效果图 [02]

2019 / CCOOP

从品牌策略到门店SI

官网列明品牌策略、品牌视觉VI与店面终端SI设计；并展示空间、平面和天花资料。

可借鉴的工作关系 | 品牌色与标识不应只出现在门头。结合陈列、服务台、导视和天花组织，才能把顾客看见的形象与门店使用系统联系起来。具体构件与消防机电仍需逐店复核。



ORICO奥瑞科 | 终端商业空间方案图 [03]

2015 / ORICO

品牌VI与终端系统规划

官网列明品牌战略咨询、品牌整体形象VI系统规划设计与终端SI系统设计，形成视觉与空间协同的案例依据。

采购核对 | 品牌方应询问：空间系统如何承接产品分类与展示更新？哪些标准进入手册？原案例可证明服务类型，但不能据此推定已完成的门店数量或经营增长。

资料来源：[02] 酷铺；[03] ORICO · 完整链接见第20页

02 / IMPLEMENTATION

从确认样板到门店延展， 用问题清单关闭偏差

SI手册为多方沟通提供依据，具体店铺仍有现场变量。以下是启动深化与样板审阅时，可共同使用的复核清单。

核对对象	需要回答的问题	应形成的记录
门头与标识	实测长度、安装基准、基层条件、供电与检修是否明确？	确认尺寸／组合版本／安装条件
定制与材料	样板颜色、纹理、转角、端头 and 不同界面收口是否一致？	样板确认／材料编号／节点索引
灯光与展示	产品尺寸、观看位置、眩光、线缆与维护路径是否协调？	灯位核对／设备参数／调试问题单
设备与接口	演示设备如何接电、接水或联网？厂家与施工方怎样交接？	接口清单／厂家确认／责任分工
具体店型	疏散、机电、柱网、物业条件是否影响模块套用？	场地复核／适配图纸／变更记录
版本与反馈	本轮问题由谁确认，何时关闭，是否更新到手册？	问题台账／确认人／更新版本

实施原则 | 先把条件、责任与证据对齐，再判断设计是否可以进入下一阶段。示例图纸中的尺寸不直接作为新店采购、加工或施工依据。

资料来源：[01][02][09] 项目图页与服务范围归纳 · 完整链接见第20页

03 / CASE 04 CIMETA

AI科技展厅： 让技术进入使用情境



智谋纪南京AI展厅 | 服装体验区方案效果图 [04]

项目事实 | 南京建正AI展厅，面积265㎡，设计时间2025年12月。官网当前列为在建；设计总监傅涛，设计助理 Kemin。公开服务为展厅策划、空间场景设计与效果表现。

设计问题 | 商业客户需要理解应用价值，行业人士需要培训与交流，内部员工还需要会议和学习空间。以“光之交响，场景共生”为主题，方案将品牌、产品与体验放入同一条叙事。

资料来源：[04] 官网状态截至2026.10.27；本章配图方案成果。完整链接见第20页

03 / CASE 04 SCENARIO DESIGN

从“这是什么”， 走向“与我的场景有什么关系”



产品展示区方案效果图 [04]



服装体验区方案效果图 [04]

01 / PRODUCT

先看懂产品

墙面控制面板、灯具与台面陈列形成对照；清楚的器件信息是场景讲解的前提。弧面影像提供视觉焦点，但不能替代产品功能说明。

02 / APPLICATION

再进入具体使用

服装、模特、挂架、中岛和接待台构成零售语境，便于围绕服饰颜色、观看位置及橱窗、展示、试衣模式讨论用光。

可复用的方法 | 先确定受众与使用任务，再安排产品、体验与咨询的关系。场景不是孤立的装饰背景，而应明确演示什么、由谁讲解、怎样比较，以及如何继续交流。

需要验证的条件 | 实际产品参数、观看距离、操作步骤和控制响应，应随设备选型与现场联调逐项核对。空间方案能够表达体验意图，不能代替性能测试。

资料来源：[04] 智谋纪南京AI展厅 · 完整链接见第20页

03 / CASE 04 MODES & CONTROL

同一空间的多种模式，
必须有清楚的切换规则



多功能厅 | 常规光环境方案 [04]



同空间 | 彩光氛围方案 [04]

设计回应 | 阶梯座席、可移动桌椅和茶歇台面，让培训、讨论、沙龙与休闲拥有不同的组织可能。家具骨架相对稳定，周边光环境与活动方式建立联系。

场景	方案意图	实施时需验证
培训与讲解	让讲者、内容与座席清楚可见。	讲者与屏幕亮度关系、遮光及音响联动。
交流与沙龙	兼顾交流、停留与灵活布置。	不同座位的舒适度、切换步骤与复现。
办公与会客	区分工作、迎宾、休闲及离人状态。	感知范围、延时、误触发和人工控制。

设计边界 | 官网仍以在建与方案成果介绍本案。控制性能、能耗及客户转化成效，应由后续选型、联调与持续记录验证；本书不据图推导照度、色温或节能比例。

资料来源：[04] 智谋纪南京AI展厅 · 完整链接见第20页

03 / CASE 05 YORK VRF

约克体验店： 从VI维护到终端空间表达



约克中央空调体验店 | 官网终端形象效果图 [05]

项目事实 | 深圳，2020年。官网列明品牌战略咨询、品牌VI与终端SI系统维护设计、品牌终端形象设计等工作；团队为Steven Fu、林艺蓉、王冰冰。

可核对的成果 | 官网同时呈现标志与色彩规范、VI应用、终端形象效果图及施工现场资料。设计表达因此可以在“视觉规则 / 空间形象 / 实施资料”之间建立对应。

采购启发 | 已有VI的品牌仍需核对终端应用与设备展示条件。本案可说明维护与空间协同的工作关系；本书不推定现阶段合作状态或未公开的门店业绩。

资料来源：[05] 约克中央空调体验店 · 完整链接见第20页

03 / EXPERIENCE CHECKLIST

体验店的价值， 来自可讲解、可操作、可维护

面向智能家居、暖通、照明及科技品牌，体验空间至少需要同时组织内容、行为与设备。以下四个问题，可作为展厅策划任务书的起点。

01

客户要理解什么？

先列出需要被解释的产品与服务，再区分品牌内容、产品参数、系统原理和具体使用情境。不要让影像装置替代本应清楚的产品信息。

02

客户如何参与？

确定停留、观看、触发、比较、讲解与咨询的位置。每项互动都应说明触发方式、预期反馈、退出逻辑及讲解人员操作。

03

设备怎样协同？

把屏幕、控制器、灯具、音响和展示样机逐项列入接口清单。先明确厂家、内容方、设计方与施工方的责任，再安排联调。

04

日常如何运行？

确认开闭店、人工切换、维护、检修及替换条件。对培训、沙龙和办公会客等模式，留下可复现的演示流程与问题记录。

方法依据 | 智谋纪的多场景方案、日立的设备接口图页及约克的视觉与终端资料共同说明：品牌体验需要内容和实施条件共同支撑。本页为方法归纳，不是全部项目的既有交付清单。

资料来源：[01][04][05] · 完整链接见第20页

04 / CASE 06 XIYAN

玺宴食府： 让品牌VI进入餐饮空间



文昌阁、印章与玉玺意象的视觉提炼 [06]



宴请包间 | 官网空间展示图 [06]

项目事实 | 贵阳观山湖区，568 m²，设计时间2025年12月。设计总监傅涛，设计助理许可敏、李语欣。官网介绍品牌视觉、空间布局、材料与灯光表达；设计日期不等于开业或竣工日期。

设计回应 | 以“尊、境、韵”组织入口、散座、包间和茶室，将文昌阁轮廓、玉玺意象和字体延伸到标识与品牌物料，再与石墙、木格栅、廊道及用餐光感形成关联。

深化关注 | 餐饮品牌VI与空间SI的协同，应兼顾标识比例与观看距离、顾客和服务动线，以及石材转角、木作端头、灯位和检修条件。材料样板还需检查清洁、磕碰与局部维修。

适用需求 | 品牌形象升级与餐厅新建同步进行；需要把文化线索、物料系统、空间使用 and 材料灯光放在一起考虑。软装、采购与现场配合按项目约定确认。

资料来源：[06] 玺宴食府；本页不引用奖项等级或经营成效 · 完整链接见第20页

04 / CASE 07 ROMANCE

罗曼斯总部： 让企业识别延伸到工作空间



前厅方案效果图 [07]



官网完工现场照片 [07]

项目事实 | 罗曼斯总部办公空间，深圳，约2000㎡，2019年。官网列明概念设计、深化设计、软装设计及设计监理；团队为Steven Fu、林艺蓉、黎绮婷、李昌昕、苏文辉。

设计回应 | 以“生长的力量”组织前厅形象。斜面立体前台、深浅石材、发光面与自然形态共同构成接待界面，后续由办公、展示、交流与会议空间承接总部日常。

材料与实施 | 官网列出大理石及亚克力发光面等材料表达，并附完工现场照片。形象界面需继续核对构件尺度、石材拼接、灯具与设备接口；方案与现场对照，应形成具体问题清单。

适用需求 | 总部接待与品牌展示协同升级，同时需要日常办公、会客和交流空间。历史案例中的监理表述不自动适用于新项目，服务方式须另行确认。

资料来源：[07] 罗曼斯总部办公空间 · 完整链接见第20页

05 / PROCUREMENT Q&A

合作前， 先把这六件事问清楚

01 已经有VI，还需要SI吗？

VI解决平面识别；SI进一步明确门头、空间、陈列、材料与不同店型的应用关系。现有VI可作为输入，先核对完整性及实际可用性。

02 能否先做样板店，再整理SI手册？

可以按阶段安排。但应从研发开始就明确复制目标，同步记录统一项和可变项；样板复核后再更新为手册版本。

03 SI执行手册是否可以直接用于每家店施工？

不能直接套用。延展店仍需核对实测、柱网、机电、消防、物业和设备条件；需要的适配图纸、专业报审及厂家深化分别确认。

04 怎样确定费用与周期？

按标准店研发、店型数量、VI协同、图纸深度、手册范围与现场配合轮次拆分工作项，再结合场地、预算和拓店计划形成排期。

05 展厅中的AI或智能控制是否由空间设计全部负责？

不自动包含。空间策划说明场景和接口需求；硬件、软件、控制逻辑实现、内容制作、设备选型及联调由各方在任务书中明确。

06 设计配合是否等于施工总包或法定监理？

不等于。设计方可按约定进行样板审阅、图纸答疑和现场设计配合；驻场、采购、厂家加工、专业报审及施工管理应明确责任和费用。

资料来源：[09] 连锁SI服务；[04] 展厅实施条件归纳 · 完整链接见第20页

05 / WORKING TOGETHER

下一家店， 从清楚的任务书开始

适合进一步沟通的需求包括：连锁品牌建立SI手册与标准店；智能照明、家电与科技品牌研发体验空间；餐饮品牌视觉与空间协同升级；企业总部接待、展示与办公改造。

工作阶段	沟通重点	阶段确认
01 需求对齐	城市、业态、面积、预算、计划时间；现有VI、产品清单及门店问题。	范围与输入资料一致
02 方案研发	品牌、功能与场地条件；标准模块、展示内容及关键体验。	方案方向与核心模块
03 深化与样板	约定图纸、材料节点、设备接口；样板审阅及问题跟进。	图纸深度与样板版本
04 交付与延展	整合执行文件、版本及反馈；按约定安排适配和现场设计配合。	交付清单与后续责任

启动资料清单

品牌与VI文件 / 产品及服务清单 / 现有门店照片与问题
场地测量图及物业条件 / 预算目标 / 拓店或项目时间安排

项目咨询：13421805628 | aitoo@126.com

资料来源：[08] 公司简介；[09] 连锁SI服务 · 完整链接见第20页

06 / SOURCES & CONTACT

来源可回查， 项目沟通有依据

本书案例文字与配图摘取自艾图官网，整理日期为2026年10月27日。编号对应各页图注和资料依据，可点击打开原文；各页配图也可点击查看官网原图。

- 01 日立智慧空气馆SI执行手册
<https://www.aitoood.cn/show/477.html>
- 02 酷铺无人便利店VI/SI设计
<https://www.aitoood.cn/show/369.html>
- 03 ORICO奥瑞科终端SI设计
<https://www.aitoood.cn/show/160.html>
- 04 智谋纪南京AI展厅
<https://www.aitoood.cn/show/475.html>
- 05 约克中央空调体验店
<https://www.aitoood.cn/show/375.html>
- 06 玺宴食府品牌VI与餐饮空间
<https://www.aitoood.cn/show/474.html>
- 07 罗曼斯总部办公空间
<https://www.aitoood.cn/show/302.html>
- 08 公司简介与联系方式
<https://www.aitoood.cn/about/>
- 09 连锁SI服务与交付范围
<https://www.aitoood.cn/job/>

艾图设计（深圳）有限公司（AITOO DESIGN）
设计总监：傅涛 | 微信公众号：AitooDesign
电话：13421805628 | 邮箱：aitoo@126.com



资料口径 | 本书为艾图自身项目实践总结。图纸节选、方案效果图、官网展示图与现场照片分别标注；未公开的经营成效、最终验收和费用不作推定。项目状态以更新后的公开资料与项目确认记录为准。