

Vivo เปิดตัวอัตลักษณ์ใหม่ มุ่งดึงดูดคนรุ่นใหม่ทั่วโลก



Vivo เปิดตัวอัตลักษณ์ใหม่เพื่อสะท้อนถึงนวัตกรรมและเสน่ห์ที่ดึงดูดผู้บริโภคทั่วโลก โดยประกอบด้วยโลโก้ใหม่ สีประจำแบรนด์ที่ไม่เหมือนใคร รวมถึงฟอนต์ VivoType ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ

สปาร์ก หุ่น รองประธานอาวุโสของ Vivo กล่าวว่า “Vivo เติบโตจากผู้ตามจนกลายเป็นผู้นำในแวดวงเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ และด้วยอัตลักษณ์แบรนด์ใหม่ เรามุ่งหวังที่จะปรับเปลี่ยนสถานะของแบรนด์ในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม พร้อมกับแสดงวิสัยทัศน์ “enjoying the extraordinary” สู่อุบัติภูมิทัศน์ใหม่ทั่วโลก ผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ของ Vivo”

Vivo จับมือเป็นพันธมิตรกับ โบ ลินเนอแมนน์ นักออกแบบชื่อดังจากเดนมาร์ก ในการออกแบบโลโก้ใหม่โดยใช้เส้นที่เรียบง่ายและมุมที่เฉียบคม เพื่อสะท้อนถึงวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของแบรนด์

ขณะเดียวกัน บริษัทได้ปรับโทนสี “Vivo Blue” โดยใช้เฉดสีที่อึมครึมกว่าเดิม หลังจากที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรม การมองเห็นและการรับรู้ภาพจากจอดิจิทัลของผู้บริโภค สีใหม่นี้ดูสบายตามากขึ้นและยังสอดคล้องกับความคิดสร้างสรรค์ และความชัดเจนของแบรนด์

นอกจากนี้ Vivo ได้เปิดตัวฟอนต์ VivoType ภาษาอังกฤษที่มีความหนา 6 ระดับ และความกว้าง 2 ระดับ พร้อมฟอนต์ VivoType ภาษาจีนที่มีความหนา 2 ระดับ สำหรับนำไปปรับใช้ในภูมิภาคและภาษาต่างๆ ทั้งนี้ ฟอนต์ VivoType ภาษาอังกฤษออกแบบโดย โบ ลินเนอแมนน์ ส่วนภาษาจีนออกแบบโดย จิว หยิน นักประดิษฐ์ตัวอักษรชาวจีน

โบ ลินเนอแมนน์ นักออกแบบในโปรเจกต์พัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ของ Vivo กล่าวว่า “Vivo ไม่ได้เป็นเพียงผู้นำด้านเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเท่านั้น แต่ยังเป็นแบรนด์ที่มีความตั้งใจและจริงจังในการสื่อสารกับลูกค้าด้วย อัตลักษณ์ใหม่นี้ ต่อยอดมาจากภาพลักษณ์และอิทธิพลในระดับสากลของ Vivo และจะสื่อสารคุณลักษณะและเสน่ห์ของแบรนด์ได้ดีขึ้น”

อัตลักษณ์ใหม่จะมีการอัปเดตในระบบ VI และเปิดตัวผ่านช่องทางออฟไลน์ทันที

เกี่ยวกับ โบ ลินเนอแมนน์

โบ ลินเนอแมนน์ มีอิทธิพลต่อแวดวงการออกแบบในประเทศเดนมาร์กมาตั้งแต่ช่วงต้นคริสต์ทศวรรษ 1980 เขาได้รับรางวัล Danish Design Prize สาขากราฟิกดีไซน์รวมทั้งสิ้น 17 ครั้ง ทั้งยังได้รับรางวัลด้านการออกแบบระดับนานาชาติหลายรางวัล ซึ่งรวมถึงรางวัล Red Dot นอกจากนี้ เขายังออกแบบ폰ต์ให้แบรนด์ระดับโลกหลายแบรนด์ เช่น Carlsberg, Microsoft, Coca Cola และ Ikea

เกี่ยวกับ ฉิว หยิน

ฉิว หยิน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบฟอนต์จีน และเป็นนักประดิษฐ์ตัวอักษรด้วยปากกาหัวแข็งชื่อดัง เขาชนะการแข่งขันประดิษฐ์ตัวอักษรด้วยฟู่กันจีนระดับชาติในปี 1985 และเป็นแชมป์การแข่งขันประดิษฐ์ตัวอักษรด้วยปากกาหัวแข็งระดับนานาชาติครั้งแรกในปี 1988 นอกจากนี้ เขายังเป็นผู้ออกแบบฟอนต์ของการแข่งขันเอเชียนเกมส์ที่กว้างโจวในปี 2010

เกี่ยวกับ Vivo

Vivo คือบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลกที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมสมาร์ทโฟนและบริการที่เป็นเลิศ บริษัทอุทิศตนเพื่อสร้างระบบนิเวศโมบายอินเทอร์เน็ตที่แข็งแกร่ง นอกจากนี้ยังเป็นเจ้าของและผู้บริหารเครือข่ายการวิจัยที่ประกอบด้วยศูนย์วิจัยและพัฒนาในสหรัฐอเมริกา (ซานดิเอโก) และจีน (ตงกวน เซินเจิ้น หนานจิง ปักกิ่ง และหางโจว) ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเทคโนโลยีสุดล้ำเพื่อผู้บริโภค เช่น เทคโนโลยี 5G และ AI รวมถึงกล้องในสมาร์ทโฟน และการออกแบบสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่

ณ สิ้นปี 2017 มีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ Vivo มากกว่า 200 ล้านคนทั่วโลก บริษัทดำเนินธุรกิจใน 18 ประเทศ และมีร้านค้าปลีกในกว่า 1,000 เมืองทั่วโลก

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190207/2368979-1-a>

คำบรรยายภาพ - Vivo เปิดตัวโลโก้ใหม่ สะท้อนพลังและความล้ำสมัยของแบรนด์

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190207/2368979-1-b>

คำบรรยายภาพ - สี Vivo Blue อย่างเป็นทางการที่อึดตัวมากขึ้นและดูสบายตามากขึ้น