



奥迪四环标识焕新：纯粹简约、内外如一

英戈尔施塔特，2022年11月18日——以“突破科技 启迪未来”为品牌口号的奥迪始终致力于探索面向未来的创新出行。这样的进取精神同样反映在创意设计中。如今，彰显车辆特征的四环标识被赋予新的形象。此次采访中，设计师 André Georgi 和品牌策略师 Frederik Kalisch 将为大家解读新四环给奥迪带来的独特意义。

四环标识是奥迪品牌最重要的象征之一，为什么选择现在改变车辆上的标识呢？

品牌策略师 Frederik Kalisch：作为充满进取精神的豪华品牌，奥迪的客户群体现代、前卫，注重高品质设计，并且关注细节。在如今表达豪华感的品牌呈现和产品设计中，主要有两大方向：一个是醒目、大胆，另一个是内敛、纯粹、简约。

设计师 André Georgi：纯粹主义更符合奥迪的设计哲学。我们都有这样的共识：一个强大的品牌主要通过其富有竞争力的产品和能够体现其内核精神的标志性设计赢得用户青睐。奥迪也始终遵循这一理念，并持续强化二者之间的一致性。我们的理念是：凡细节，必彰显，必有益。正如出现在每款奥迪车上的四环标识，使得奥迪成为了奥迪。我们希望通过设计和产品，将奥迪对于品质的追求淋漓尽致地呈现出来。新四环的几何形状延续了经典，但新的二维外观使得四环标识更加现代化和图形化。

现代但不张扬，是奥迪的主张。二维车标似乎已成为当前的趋势。这种时代精神在设计中扮演的角色是什么？

品牌策略师 Frederik Kalisch：二维外观的四环标识最初诞生于2016年，是奥迪数字化成果之一，其设计初衷是为了适应数字化传播。然而，当时的二维标识所呈现的立体感，未能达到我们对技术和审美的高要求。所以我们当时还是选择了三维。我们希望品牌标识是高度图形化的，无论是二维还是三维，视觉效果都很棒，这将是一大优势。出于这样的考虑，我们决定与设计团队携手，重新设计车辆上的四环标识，目的就是为了确保所有与客户的触点都呈现出一致的品牌形象。

设计师 André Georgi：在车辆外部使用二维车标可以追溯到2019年，2020年起开始大面积应用。我们的愿景是将品牌标识从数字化领域转移到现实车辆上，统一所有车的车辆标识。我们希望，将来无论在杂志，还是智能手机、广告牌，亦或是车辆的内外部，所有可见的四环标识都是一致的。

四环标识的设计具体有哪些变化？

设计师 André Georgi：我们的车标由三个部分组成，采用高对比度的黑白外观，而且不对车标进行镀铬。视觉上，就像是醒目的白色浮标嵌入黑色玻璃体，释放更夺目的光彩，同时借助光学效果的增亮，白色让四环看上去扁平又高端，但细看仍然是三维立体。



不仅仅是配色方案，四环标识也采用了全新材料，能详细解释一下吗？

设计师André Georgi：现在的镀铬四环代表着高品质，材料本身就传递出了品质感。但我们相信，我们找到了更加完美的“全新镀铬方式”：全新的黑白配色，能更加清晰准确地呈现出奥迪的企业形象。无论车漆还是散热器格栅颜色如何变化，新四环的黑色外框将确保每款车都拥有高度一致的豪华氛围。客户也可以选择黑色版的新四环，这个版本使用了深灰色来代替白色，看上去类似高光黑。

从现在起，奥迪所有新车型将采用新的四环标识，同时还更新了车辆识别方案。这是为什么？

品牌策略师Frederik Kalisch：2020年，我们的团队对品牌战略和企业形象进行了重新设计，新的车辆识别策略诞生，包括车辆上的二维四环等视觉标识。更新后的车辆识别方案去繁就简、精致尊贵，与全新的品牌战略相匹配。

设计师André Georgi：不仅车辆识别变得更加高端，我们还对车辆内外部的字体进行了统一。未来，我们的车型将只使用奥迪专属字体，即“Audi Type”。在不影响独特性或质量的情况下，车内的整体基调也更加低调、内敛。现在，我们已经将B柱指定为奥迪车型设计与技术呈现的标志性符号。所有车型都将拥有相同的B柱设计——均由两个高光黑的部件组成，并且当乘客进出车辆时，B柱将始终出现在他们的视野中。B柱上的刻字也将采用同系配色。

品牌策略师Frederik Kalisch：过于显眼的标识，除了会分散人们对车型本身设计的关注，可能也并不适合具有先锋意识和进取精神的奥迪客户。

设计师André Georgi：现在车辆识别和车辆设计合二为一，与奥迪全新的品牌定位保持一致。



奥迪（中国）企业管理有限公司
祝苗 女士
电话: +86 10 6531 4283
E-mail: Miao.Zhu@audi.com.cn

奥迪（中国）企业管理有限公司
黄晶 女士
电话: +86 10 6531 5165
E-mail: Jing.Huang@audi.com.cn

如需更多媒体资料，请登录奥迪中国新闻中心：



-完-

关于奥迪

奥迪集团凭借奥迪、杜卡迪、兰博基尼、宾利（2022年1月1日起加入奥迪集团）品牌，成为最成功的高档豪华汽车和摩托车制造商之一。奥迪集团的分支机构遍布全球100多个市场，并在全球13个国家设有21个生产基地。

奥迪品牌2021年的客户交付量达168.1万辆，兰博基尼品牌跑车的客户交付量达8,405辆，杜卡迪品牌摩托车的客户交付量达59,447辆。在2021财年，奥迪集团总销售收入达531亿欧元。不计特殊项目，营业利润为55亿欧元。目前，奥迪全球约有85,000名员工，其中58,000人在德国。凭借新产品、创新出行理念以及其他优质服务，奥迪正在向可持续个人高端出行提供者转型。