





SABRINA SCHILLING

以更多色彩，塑造强大品牌

□快以全新的企业视觉形象□彩亮相。幕后推动者 **Birgit Hanke** 将讲述，这□全□"外□"□何与通快品牌如此契合。

Hanke □□，企业为□么□要一套视□形象□计□

Hanke□"企业视觉形象设计决定了一家企业以怎样的 □觉面貌呈现在公众面前。它是品牌的基本组成部分，体 □着企业所代表的理念与价□。人们对色彩、造型、字体和图像的感知非常迅速而直观 □在我们阅读文字之前，□些视觉元□就已唤起情感和联想。因□，恰当的视觉形象能够建立信任、帮助人们识别品 □，□人一眼就能认出：这就是□快。它也能让我们在竞争中脱颖而出，形成独特而 □明□辨识度。"

□么□□快□表□怎样□理念与价□?

Hanke□"去年，我们重新确立了通快的品牌定位。我 □的品牌价值观十分明确：我们希望成为人们心中的前瞻 □、客户知己、开拓者和值□信赖的保障者。通快的一大特色是与客户保持紧密的伙伴 □系，而以往的企业视觉□象恰恰未□体现这一点。它给人的感□比较冷峻，带有距离感。

□全新的企业视觉形象中，□们通过不同的视觉表达□呈□通快品牌所蕴含的情□特□。全新的品牌色深邃蓝（Deep Blue）代表值得信□的□障者，象征稳健与可靠。□亮鲜活的活力蓝（Energetic Blue□代表前瞻者，□□科技与未来。温暖的紫色（Purple□代□客户知己，象征与客户的紧密联系。而激光绿 □Laser Green□□□承载着可持续发展等理念。这些色彩共同构成了一 □配□体系，将我们的技术实力 □更多温度和情感融为一体，同时彰□现代感与面向未来的姿态□细心的读者会发现：从□色□绿色，这套配色始终□绕□**我们所使用的工具**——□展开□呼应着物理世界中光束的色彩。"

https://www.trumpf.com/zh_INT/newsroom/stories/mehr-farbe-fuer-eine-starke-marke/









□快亮□ EuroBLECH 2026

全新的企业视觉形□融入了展会展示□

□□ 2025/26 □□□□报告同样采用了全新的企业□□□，呈现焕然一新的视觉风貌。

为我们的产品增添□色□——□配由紫到绿的地平线设计。

□们的客户杂志《TRUe□□□入了全新配色体系中的元素。

——— □果□□个□来□容这□全新形象□您会怎么□？

Hanke□"富有情感、亲近人、多元多彩。全新的企业□觉形象就像一件精美的乐器，或是一块调色板，既能激□共鸣，也能带来丰富的表□可能。而这种情感感染力，正是通快品牌以往的视觉设计□欠缺的。"

——— □些□□都□您□个人□出来的吗□

Hanke□"不，当然不是。我们与合作的设计机构共同□出了许多创意，并经过讨论，不断加以提炼。随后，我□向不同的评审小组展示设□方案，并进一步完善。其中一项重要工作，就是将创意转□为清晰易懂的设计规范□毕竟，全□各地子公司、营销团队和□作机构中，即使不是设计师的人，也需要能够运用□套□范。实际应用之后，我们□会发现哪些地方还需要调整。因此，企业视觉形象□计□远没有真□'完成'□时候，而□在实施过程中□断□展完善。"

https://www.trumpf.com/zh_INT/newsroom/stories/mehr-farbe-fuer-eine-starke-marke/



Birgit Hanke 已在通快工作 30 年，负责企业视觉形象设计与命名工作。她说：“通过设计将企业的优美外观与技术内涵融为一体，这种创造力让我着迷。”

□工□□众□全□形象□反响如何□

Hanke□“我们收到了许多积极反馈，尤其是来自与客□接触密切的部门，以及使用这套全新视觉设计的合作机□。有些同事起初需要适应□些鲜明的色彩。如今，许多人已经很乐于使用它们。社交□体上的反馈，以及各项□传活动引□的反响，也都十分积极。□众主要通过网站、影片□社□媒体以及展会展示，□解□们的全新品牌形象。参观□上周 EuroBLECH □会的□一□注意到了这一变化，经常□览通快网站或关注我们社□媒体账号的人，也一定发现了配□的焕新。”

□后□□问□：□个人□喜欢哪个□计元素□

Hanke□“那道柔和的地平线———□宛如一道弧形光带，如□光般划过天空□”

SABRINA SCHILLING

TRUMPF GROUP COMMUNICATIONS