

【專訪】表面下的深意：從 Galaxy 視覺識別系統一探三星設計理念

三星持續以 Galaxy 產品設計與規格的推陳出新，建立獨樹一格的品牌形象。「Galaxy 視覺識別系統」(Galaxy Visual Identity System) 影片以生動有趣的方式強調 Galaxy 品牌設計的與眾不同之處。

三星新聞中心與三星電子副總裁暨行動通訊(MX)事業部設計策略組負責人 Henry Hongmin Kim 和他的團隊進行深度訪談，一探 Galaxy 視覺識別系統的靈感啟發。請繼續閱讀下文，了解團隊如何重塑 Galaxy 深植人心的設計元素。





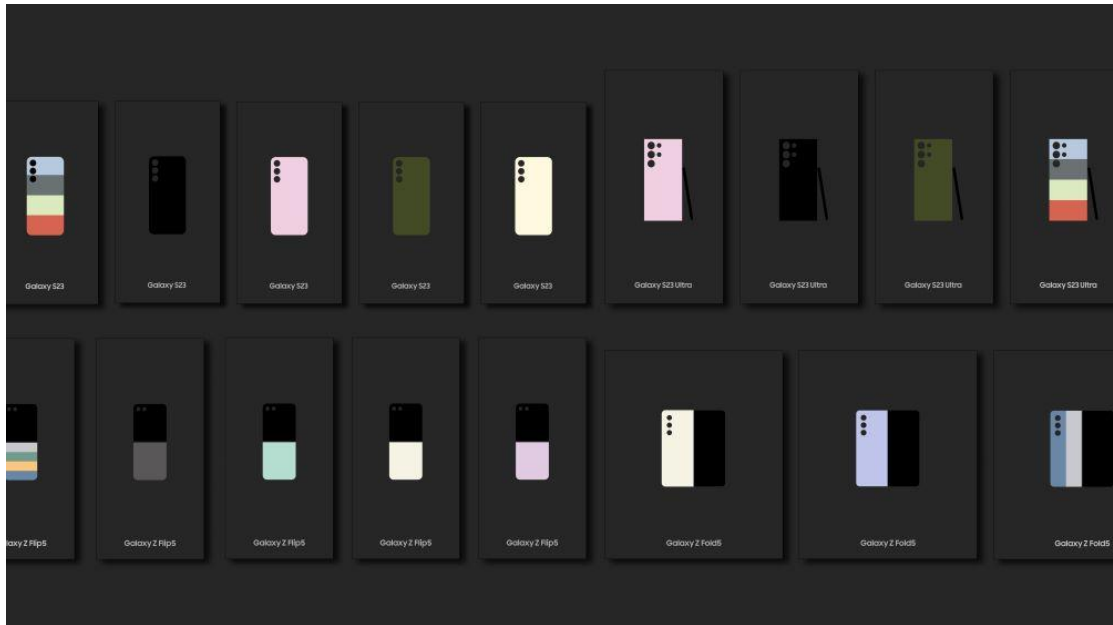
問：請介紹 **Galaxy 視覺識別系統 (Galaxy Visual Identity System)**。

Galaxy 視覺識別系統將多元的產品設計和規格整合為具有一致性的識別形象。我們反覆思考如何以清晰且富有情感的方式傳遞 Galaxy 蘊含的訊息，經深思熟慮後，團隊決定以簡單、象徵性形式展示各款手機，呈現完整的 Galaxy 品牌形象。

問：**Galaxy 視覺識別系統想傳達什麼訊息？**

我們希望應用視覺傳遞 Galaxy 產品「本質設計」理念，包含但不僅限於 Galaxy 產品規格、顏色和材質等。

建立 Galaxy 視覺識別系統的宗旨是透過呈現多樣化的規格，彰顯 Galaxy 的獨特性與差異化特色，以及極簡卻充滿巧思、影響深遠的設計。透過團隊的努力，我們期望進一步強化 Galaxy 的設計識別形象。



問：創造 Galaxy 視覺識別系統的過程中遇到哪些挑戰？

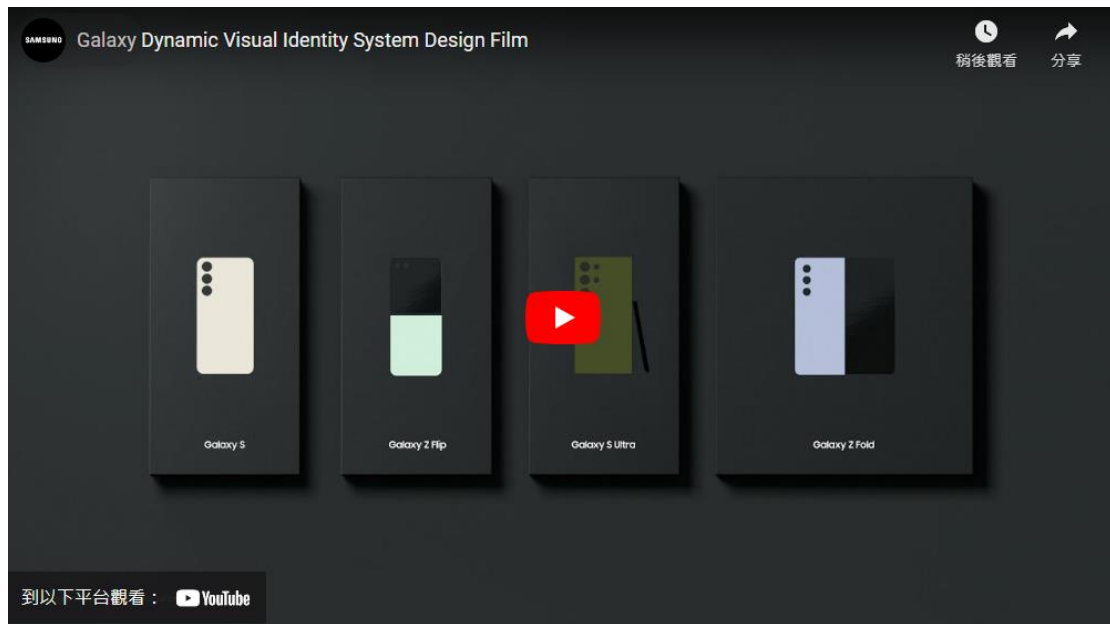
在此之前，無論是 Galaxy S、Galaxy Z 還是其他裝置，Galaxy 產品包裝的平面設計皆以代表各系列的文字為主題變化排版。而最新一代裝置，團隊決定挑戰以視覺元素傳遞 Galaxy 的競爭優勢。

為創造完整且全面的視覺形象，我們從不同角度研究每款產品，試著找出最能表現其規格特色的設計。

問：團隊如何將 Galaxy 視覺識別系統應用至新款 Galaxy 產品設計之中？

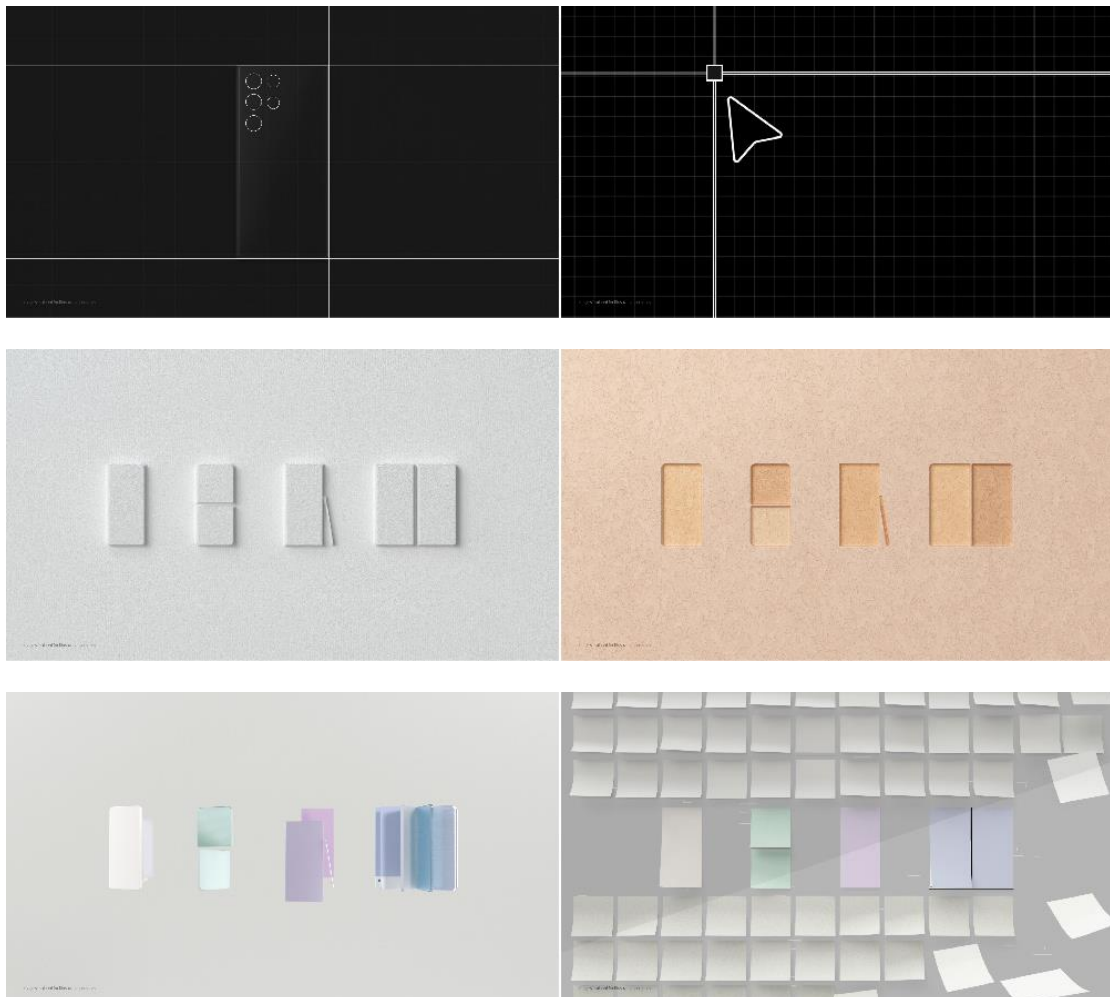
Galaxy S23 系列包裝設計是 Galaxy 視覺識別系統的第一個應用案例，後來延伸應用在 Galaxy Z Flip5 和 Z Fold5 產品包裝，提供消費者完整的視覺設計呈現。

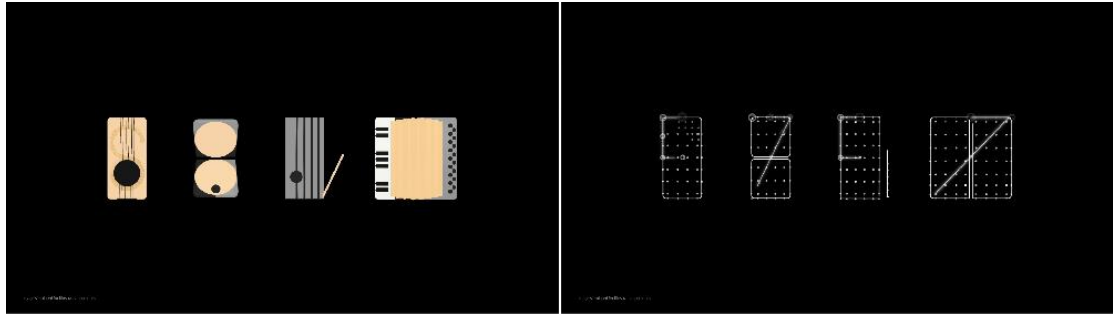
Galaxy 視覺識別系統意味著象徵性、可擴展性和活力。每款產品的設計皆能串聯所有代表特色，同時能擴大涵蓋不同顏色和體驗。透過這些要素的組合，設計更加鮮活多變，並能適用於系統中所有情境。團隊希望藉由品牌識別，運用好玩有趣的方式展現即將推出的 Galaxy 產品的創新特質，進而提升品牌形象。



問：影片想傳遞什麼訊息？

設計溝通是設計策略組的主要工作之一。團隊運用生動的動態圖像，確保影片全面傳遞 Galaxy 視覺識別的內涵 - 從設計流程、各規格的象徵意義到廣泛的應用可能性。





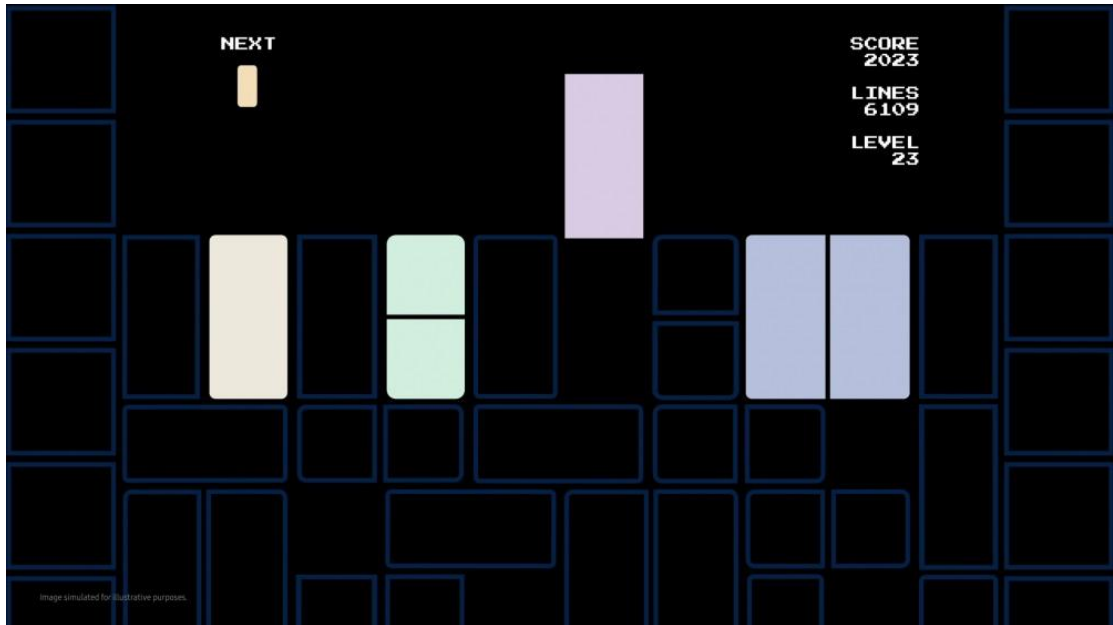
例如，影片開頭以線條勾勒出產品成型的過程；而 3D 浮雕特效則呈現牛皮紙的紋理，強調 Galaxy 的可回收包裝設計並展現三星對環境的重視；接著，我們試著用玻璃、金屬等不同材質來展現各產品線的 CMF（顏色、材質、表面處理）。

此外，影片不只從規格技術面切入，亦從客戶體驗（CX）的角度傳遞價值。裝置變成窗戶的一幕代表 Galaxy 生態圈的開放原則；而點字圖案象徵無障礙設計與包容性；至於外太空的視覺呈現則進一步強化 Galaxy 的品牌形象。不只如此，消費者熟悉的智慧型手機元素如隨手便利貼、數位錶面、樂器和遊戲也變成插圖。

問：您希望消費者在影片中注意到哪些細節？

影片中的每一幕皆巧妙融入概念和象徵符號，觀眾可以試著找出各個如同彩蛋般的小巧思，享受解開背後涵義的樂趣。





將 Ultra 機型的 S Pen 輪廓悄悄融入窗戶場景、下一幕的數位錶面數字上方出現 Galaxy S、Flip、Ultra 和 Fold 的首字母，偽裝成各款裝置，以及象徵 S Pen 的小細節更是饒富趣味。再下一幕的圖像取材自熱門遊戲，並將得分和等級設定為 2023 和 23。畫面中每一格方塊皆象徵 Galaxy 四款手機。透過消除排好的方塊，我們希望激起觀眾對明年新產品的期待感。



「設計是將想法視覺化。」過程中必須減去不必要的元素，精簡地溝通主要理念。此即「本質設計」的有效關鍵。團隊致力於在未來創造出簡單之中帶有明確目的與深刻意義的設計。