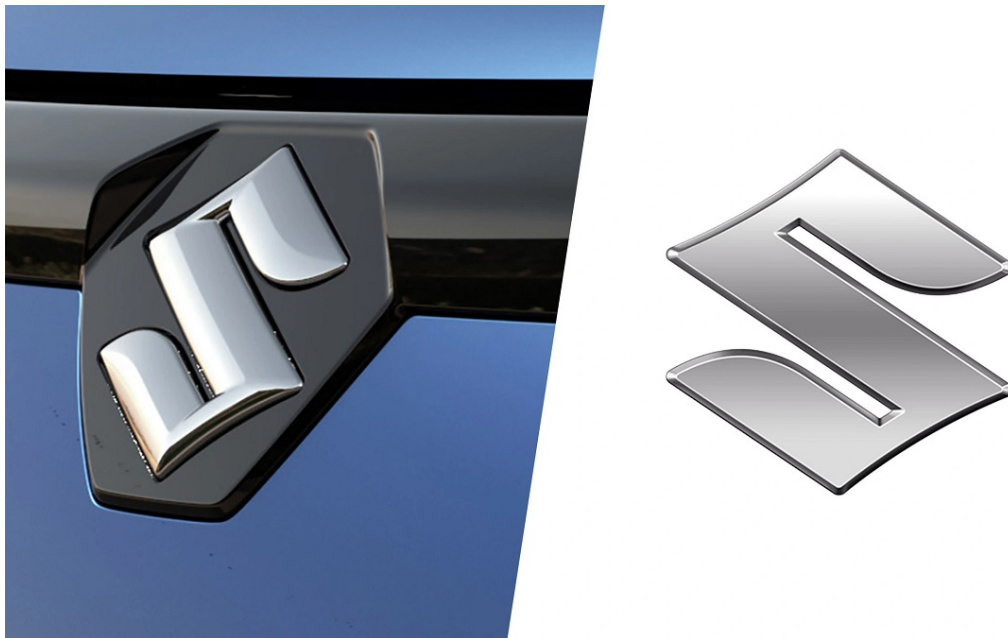


Sau hơn 20 năm, Suzuki thay đổi logo

11:57 24/09/2025

Kiểu dáng tổng thể của logo vẫn được giữ nguyên, nhưng lớp mạ chrome và các đường gân đã biến mất.

Theo đó, logo mới vẫn giữ nguyên dáng chữ “S” đặc trưng gần như không thay đổi từ năm 1958. Điểm mới là bề mặt phẳng, mượt, với đường viền mảnh ở các cạnh. Lớp mạ chrome bóng loáng cũng được thay thế bằng màu bạc sáng, nhìn giống nhôm mờ. Suzuki cho biết, lựa chọn này thân thiện với môi trường hơn.



Logo hiện tại (trái) so với thiết kế mới tối giản (phải).

Các nhà phân tích thiết kế chỉ ra rằng logo đơn giản, hai chiều thường hiển thị tốt hơn trên màn hình nhỏ, thứ mọi người tiếp xúc với thương hiệu nhiều nhất hiện nay. Tuy vậy, cũng có ý kiến phản đối rằng việc làm phẳng logo khiến các biểu tượng mất đi chiều sâu và sự hiện diện vật lý vốn có ngoài đời thực.

Suzuki không phải là hãng duy nhất thay đổi theo hướng này. Nhiều năm qua, hàng loạt nhà sản xuất ô tô đã áp dụng triết lý tương tự, gồm VW, Audi, Nissan, Mazda, BMW, Mini, Volvo, Kia, Opel, Renault, Peugeot, Aston Martin, Bentley, Lotus, Jaguar, Buick và Lamborghini.

Hãng xác nhận rằng logo mới là một phần trong chiến lược nhận diện thương hiệu rộng hơn dưới khẩu hiệu “By Your Side”. Biểu tượng này sẽ lần đầu xuất hiện trên các mẫu concept ra mắt tại Triển lãm Phương tiện di động Nhật Bản 2025 diễn ra vào ngày 30/10.

Sau đó, logo mới sẽ dần được áp dụng cho toàn bộ danh mục sản phẩm toàn cầu của Suzuki. Do tỷ lệ của logo vẫn giữ nguyên, nó có thể dễ dàng lắp trên lưới tản nhiệt và nắp cốp các mẫu xe hiện tại mà không cần chờ vòng đời nâng cấp.

Đức Anh