

VIVO

创立于2009年，专为年轻时尚群体而打造，国内主流智能手机品牌，以设计驱动创造伟大产品，打造以智能终端和智慧服务为核心的科技公司

品牌简介

vivo是专为年轻、时尚的城市主流年轻群体，打造拥有出色外观、专业级音质享受、极致影像的乐趣、惊喜和愉悦体验的智能产品，并将敢于追求极致创造惊喜作为vivo的持续追求，vivo为步步高旗下智能手机品牌。

“vivo”源于古拉丁语。公元元年前后六百年里，为表达对凯撒、屋大维等英雄功绩的崇敬，元老院前聚集的罗马公民情不自禁地在抛撒鲜花之时发出了“帷幄尔”的欢呼声，并出现对应的形容词格vivo。近代，伴随意大利歌剧艺术的兴盛，人们感到一般词汇已经无法表达对威尔第、普契尼等人作品的惊叹和赞美，因此vivo被引入使用，这又赋予了vivo艺术出众的现场感和活跃感的含义。

总之，vivo不仅仅只是“活跃的、生命力旺盛的”，其中还包含了对诸如英雄和艺术等的伟大发自内心的崇高敬意。

品牌释义

vivo的品牌色为天空蓝，色值（C100 M20 Y0 K0）。蓝色在东方代表永恒之意，在西方则指出身名门，在商业领域蓝色代表品质优秀，科技。天空蓝则代表初生的希望，象征着具有年轻活力的时代。

第一个字母v代表vigour【'vig】，即“活力的，动感的”，vivo从未掩

饰自己的年轻，相反的，它歌颂和维护因年轻活力十足而追逐潮流和珍惜快乐的想法，因为年轻的活力即是梦想成真的推动力。

第二个字母i代表individual【indi'vidju l】，即“个性的”，vivo既具有主流的积极精神，也坚定做不盲从的年轻心灵之同盟者，当然这绝非娱乐时代camp精神下为反对而反对的病态，而是在主流价值取向向下拒绝参与求全和同质化的生产线文化的返潮。

第三个字母v即victory【'vikt ri】，“成功，胜利”进取主义是vivo继承自步步高的优秀血统。结果只是vivo倡导的梦想式进取主义的一部分，所以victory不在vivo开头更绝非是结束，而是过程中的衡量标准。

第四个字母o则指originality【'rid 'næliiti】“创造性”，于individual不同的是，originality还宣示了vivo绝不是只重风格不重内容的丹蒂派，只是它的智慧和能力是由真正独立的思考和创新而来。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/vivo-855620.html>