**欧联杯启动线条更加分明的品牌标识**

**预计新赛季，欧联杯将以全新的品牌标识为特色。品牌的灵感，一如既往的受球员和球迷之间的紧密联系的启发，但现在更强调比赛的规模和动态的性质。**

虽然徽标和颜色等关键元素仍然存在，但在视觉表现上采用了更加大胆醒目和线条更加分明的形状。现有的“能量波浪”，将球员和球迷之间的联系形象化，已经转变为线性装置，在视觉上直观的突显了整个欧洲的俱乐部的征程。

**灵感来自于奖杯**

精炼的能量波浪从欧联杯的奖杯中获得关键元素，并将其带入生活。它源自于杯子的三角形的，锤打的金属边。奖杯的棱角形状也促成了能量波浪的结构构成和变化，表达了俱乐部激动人心的征程的高潮和低谷，以及他们的支持者在欧联杯中的经历。

**欧足联赛事市场营销总监 Guy-Laurent Epstein:** “全新的标识比以前更加的醒目,设计更加的大胆。它将会更加突出，帮助我们在多个接触点上与粉丝互动。”

## **自有品牌**

## 能量波浪更加富有表现力。因此，它与核心品牌资源一起，为支持欧足联及其合作伙伴拥有该品牌提供的更好机会。这将有助于使产品更易识别，并且可以直观地连接到粉丝和其他利益相关者。

**数字化满足**

精致的品牌标识旨在支持数字，移动和社交媒体平台。新资源为在更小的表面和设备上提供了更容易，更可扩展的品牌整合（从软品牌到全品牌）的可能。所有的移动资源都是为满足超高清广播要求而制作的。

**灵活的设计系统**

多个利益相关者的品牌使用需要一个更灵活的品牌系统，用于各种在线，广播和停播接触点。主要视觉效果的广泛范围允许更多的品牌变化和灵活性，同时确保整体外观的一致性。新的设计系统支持摄影和素材的集成。这使得合作伙伴能够整合他们的身份，从而在他们与欧联杯之间建立起强大的视觉关联。

**Sky Italia 创意总监 Vincenzo Lagattolla:** “新的标识充满活力，它以吸引人，引人入胜的方式表达了欧联杯。”

**新的音乐**

一支新的旋律已经谱写，以捕捉欧联杯比赛的激情和活力。 欧联杯的旋律是一个令人振奋和强有力的表达，反映了比赛的性质。 它结合了现代和古典元素，对传统致敬，同时展望未来。

**起亚汽车首席营销官 Yong-Won（Bryan）Cho：**“新的品牌标识充满活力而醒目。 这与起亚的品牌形象和“惊喜的力量”全球品牌口号完美契合。”

**正式比赛用球**

以能量波浪为特征的品牌标识已被纳入由 Molten 提供的欧足联欧洲联赛新官方比赛球。 设计表达了比赛的动态性和整个欧洲的俱乐部的征程。

**比赛**

欧联杯是欧洲最大规模的俱乐部足球比赛赛事，无论是在地理跨度范围和比赛数量方面。 鉴于48家俱乐部的多样性，竞争非常活跃，难以预测，总是令人惊喜。 欧联杯的本质是有竞争力的。 球员和球迷一起挑战已经建立的，新兴的俱乐部。 这一切都体现在新的品牌标识上。

欧联杯的品牌重塑为比赛提供了一个独特的标识，将用于广泛的宣传应用，目的是进一步增强欧洲俱乐部足球比赛，这最受欢迎和有历史性的赛事之一的吸引力。

新的品牌标识是与欧洲足联市场合作伙伴 TEAM Marketing 和品牌代理 Turquoise （视觉标识）和 MassiveMusic（旋律）合作开发的。

新的品牌标识访问的更多见解请参见：

<http://uelbranding.uefa.com/>

下载新的品牌标识视觉效果，请前往：

<https://uefa.box.com/v/UEFAEuropaLeagueBranding>

或

<https://uefa.newsmarket.com/>

如有任何疑问，请联系：

UEFA Media & Public Relations  
Route de Genève 46            
Case postale                        
CH-1260 Nyon 2                            
Switzerland

Media desk       
Tel: +41 (0) 848 04 2727      
Email: [media@uefa.ch](mailto:media@uefa.ch)