



2026年3月31日  
Peach Aviation 株式会社

**乐桃航空以创立 15 周年为契机实施品牌焕新  
携手全球知名设计事务所 nendo 担任设计合作伙伴  
～预计 2027 年春季引入全新设计机型～**

Peach Aviation 株式会社(以下简称:乐桃航空,首席执行官:大桥 一成),迎来了创立 15 周年的里程碑,为实现进一步发展、为旅客创造全新价值,正式启动品牌焕新。本次焕新特邀全球顶尖设计事务所 nendo(事务所代表:佐藤 大辉)担任设计合作伙伴。

本次品牌焕新不仅是单纯的设计变更,更是在延续一贯倡导的“轻松旅行”理念的同时,通过传递“有温度且高质量的服务”,全面提升乐桃航空特有的“品牌价值”。以此为契机,逐步转型成“大家都能放心选择的航空公司”。

2026 年 4 月 1 日起,将陆续启用全新品牌标识。此外,预计于 2027 年春季引入由 nendo 设计的全新设计机型。



### <关于全新品牌标识>

全新品牌标识在传承乐桃航空创立 15 周年以来坚守的品牌精神基础上，延续原有圆形与直线构成的设计基础，通过对边角做圆润化处理，使整体印象更加亲切与柔和；同时通过调整字体间距，呈现沉稳大气的整体气质。

此外，色彩采用温馨的低饱和色调，传递安心与信赖感。标识核心符号“叶片图标”，则展现了乐桃航空特有的趣味与挑战精神。

全新品牌标识将于 2026 年 4 月 1 日起，全面应用于机场指示牌、官方网站及 APP 等各类媒介。

### <关于机身全新设计>

机身外观采用多层圆形叠加图案，诠释了旅行带来的兴奋与期待感。

不同色彩与大小的圆形组合，不仅带来了视觉上的趣味性，也象征了品牌的温暖与包容性。

色彩方面，主色调采用蜜桃粉搭配杏色，在活泼氛围中增添高级质感，同时在机身中央与尾翼部分保留了深受大众喜爱的乐桃经典“亮粉色”。

### <全新设计理念（nendo 佐藤 大辉 致辞）>

本次品牌焕新，旨在打造兼具安心感、信赖感，与不经意的趣味感、愉悦感相融的出行体验。通过留白、造型以及信息梳理等细节的精心打磨，构建“认真但不拘谨”的品牌形象。在看似对立的元素——沉稳与趣味、信赖与轻松之间，我们细致地寻求平衡，力求让乐桃航空成为不同年龄层和不同旅行经验的旅客都能愿意主动选择的品牌。

本次焕新后，乐桃航空在保留原有轻盈感的同时，更具沉稳气质与高级质感，呈现出一个“更加成熟”的形象。圆形元素与叶片图标则寄托了人们对“旅行”的期待与趣味，贯穿机场、机舱、数字平台。品牌主色调以蜜桃粉为基础，搭配杏色与棕色，构建出一种既温柔又兼具信赖感与高级感的整体氛围。



### n e n d o ([www.nendo.jp](http://www.nendo.jp))

nendo 设计事务所（事务所代表：佐藤 大辉）创立于 2002 年，业务涵盖建筑、室内、产品及平面设计等多个领域，并屡获国际知名设计奖项。其代表作被纽约现代艺术博物馆（美国）、蓬皮杜艺术中心（法国）、维多利亚与艾尔伯特博物馆（英国）等全球知名艺术机构收藏。事务所代表佐藤大辉曾负责东京奥运会 2020 年的圣火台与法国高速铁路 TGV 新型列车的设计，并担任 2025 年大阪·关西世博会日本馆的总制作人及总设计师。

### <首席执行官 大桥 一成 致辞>

乐桃航空自创立以来，以“空中列车”为概念，致力于打造让每个人都能轻松享受航空出行的世界。承蒙广大旅客的支持，公司累计承运旅客已突破 7500 万人次，成长为日本第三大航空公司。在乐桃航空创立 15 周年这一重要时刻，我们将迈向全新的发展阶段。本次品牌焕新，我们非常荣幸能与持续为世界带来惊喜的佐藤大辉先生携手打造全新的乐桃航空。自 4 月 1 日起，品牌焕新将逐步落地。我们将持续精进航班准点率与服务品质，坚守乐桃独有的品牌价值，不断探索突破。敬请期待焕然一新的乐桃航空！

### 关于乐桃航空 ([www.flypeach.com/cn](http://www.flypeach.com/cn))

乐桃航空以新千岁、成田、中部、关西、福冈、那霸 6 处机场为枢纽，经营着 25 条日本国内航线和 15 条国际航线。此外，2025 年 4 月 10 日起，大阪（关西）/名古屋（中部）- 首尔（金浦）航线开航，国际航线网络进一步完善。2026 年 2 月起增班，大阪（关西）-首尔（金浦/仁川）航线，最多可达 1 日 8 个往返航班。2026 年 1 月 1 日起，东京（成田）- 台北（桃园）航线增班至 1 日 3 个往返航班，旅客出行选择更加丰富。乐桃航空将始终坚守安全优先原则，持续提升服务品质，致力于成为深受更多旅客喜爱的航空公司。

### 乐桃航空官方社交媒体

