

疫情之下，麦当劳的金拱门logo也分开了

刘雨静 界面新闻 2 days ago



记者：刘雨静

编辑：马越

//

连logo也要保持距离。

//

麦当劳的金拱门是商业社会最具代表性也是最成功的logo之一，不过最近由于疫情，连麦当劳也把M字logo分开了。

巴西麦当劳最近在社交媒体中晒出一张更新的麦当劳logo：M的两边被拆出了一定距离，目的是为了建议消费者“为了今后更好地相聚，暂时先保持距离一段时间”。



mcdonalds_br
2.6M 位粉丝

查看个人主页



在 Instagram 查看更多内容



22,884 次赞

mcdonalds_br



分开的金拱门

关于这个营销创意，社交媒体的评论毁誉参半：一些人觉得创意有趣，也有人认为不应该拿这场全球流行病作为广告创意，“代理商不应该把流行病变成一条打算拿奖的广告”，有网友表示。

不过这个创意毫无疑问在社交媒体引起了一波讨论——尽管它只是麦当劳在巴西市场的一场社交媒体营销。

麦当劳的金拱门logo于1968年正式启用，一个说法是，当时美国心理学家路易斯·彻斯金（Louis Cheskin）建议麦当劳用金色的拱门logo，因为可以让顾客看到这个标志时想到一对滋养的乳房，从而让人感到饥饿。这个营销策略此后便被沿用至今。

早前麦当劳也曾经短暂地在营销中改变过品牌的金拱门logo。一个较为经典的案例是将“M”变成了“W”：这是其在2018年3月8日国际妇女节的创意，W意味着“Women”，以此彰显女性力量。不过当时，这个创意也是赞誉与批评共存，有不少人认为简单地将logo翻转来庆祝妇女节，显得太懒惰不用心了。“我今天感到超有力量，因为我是麦当劳的金拱门”，有网友反讽写道，这条推特当时有不少人点赞和转发。



倒着的金拱门

疫情期间，除了麦当劳这样官方将logo分开的，还有不少在社交媒体中引起网友热议的创意，也是将“隔离”应用到logo图案设计中。比如设计师Jure Tovrljan就把不少品牌的logo给隔离了——Mastercard（万事达卡）原本logo是重叠在一起的红色和黄色圆圈，而新设计则是分开的两个圆；而星巴克的美人鱼则戴上了绿色的口罩。



万事达卡logo创意



星巴克的logo创意

未经授权 禁止转载

[Read more](#)