星巴克符号

星巴克是当前风靡全球的咖啡品牌之一，而它的标志也为现代许多人所熟知，由绿色的背景和白色的女性半身像组成。

星巴克标志上的女性实际上是双尾海妖塞壬，也就是星巴克标志的能指。最早的出处来源于希腊的荷马史诗。在史诗《奥德赛》中，海妖塞壬会在商船经过附近海域时通过发出婉转曼妙的歌声引诱路过的航海者，导致船因触礁而沉没。西方的文学和艺术创作者都喜欢借鉴希腊神话，因此它在后来的文化和绘画作品中常有出现，逐渐演变成一个文化符号，代表人的爱和欲望。

海妖塞壬最初多是文字描述，缺少具体化的形象。双尾长发美人鱼的第一次具体形象出现位于意大利裴萨罗的奥特朗托大教堂的镶嵌地板上。这幅画创作于公元七世纪的拜占庭时代，提醒人们抵制诱惑，不要偏离自己的道路。

星巴克称自己标志的设计灵感来源于16世纪斯堪的纳维亚的塞壬海妖木刻画，当时在欧洲广为流传的故事的主人公是双尾美人鱼梅露莘。梅露莘的形象十分受人欢迎，曾经过吟游诗人的百年传唱，并且出现在《亚瑟王传奇》中，甚至连英格兰国王“狮心王”查理也声称自己是梅露莘的后代。结合当时人们的喜好来看那幅木刻画上的海妖形象很有可能并非塞壬而是梅露莘。不过无论是塞壬还是梅露莘，只要有双尾美人鱼或海妖出现的地方，似乎都离不开爱和欲望。

星巴克的logo经历了三次改动。第一次改动是因为每日咖啡与星巴克的合并，将原本的咖啡色标志改为了绿色。除此之外图案还变得抽象化，用塞壬的头发遮挡住身体。其原因是星巴克的顾客范围越来越广，许多人无法接受第一版标志，认为它过于写实直接，形象具有攻击性和“性”方面的暗示，十分不雅观。到了5年后的第二次改动，星巴克标志变得更加抽象。设计师考虑到星巴克品牌即将走进国际市场，而这样的标志不利于在中国，日本这样相对保守的国家中普及，因此决定作出改动。不仅只保留了美人鱼的半身像，双鱼尾的辨识度也变得十分低下，甚至有人会将它误以为是螃蟹钳子。最近一次改动是在2011年，改动仅仅是把商标名“Starbucks coffee”字样删去。其原因一是星巴克的受众多为白领，生活节奏很快，这样的改动符合他们的审美也显得标志更加简洁大方。除此之外，现在的星巴克连锁店已经遍布全球，其标志也几乎家喻户晓，不需要再用商标名来强调星巴克这一品牌。

现在有些人对于星巴克越来越抽象的设计感到不满，认为它已经不能体现出原先的“诱惑，爱，欲望”等含义。考虑到星巴克现在已经在面向全球顾客营业，商标的改动很可能会影响顾客对品牌的认知甚至引起他们的不满，星巴克设计师目前不太可能会在商标上作出改动。