

# McDonald

麥當勞設計調研報告

# 小組成員

郭明珠

連心初

劉曉芬

章彬彬

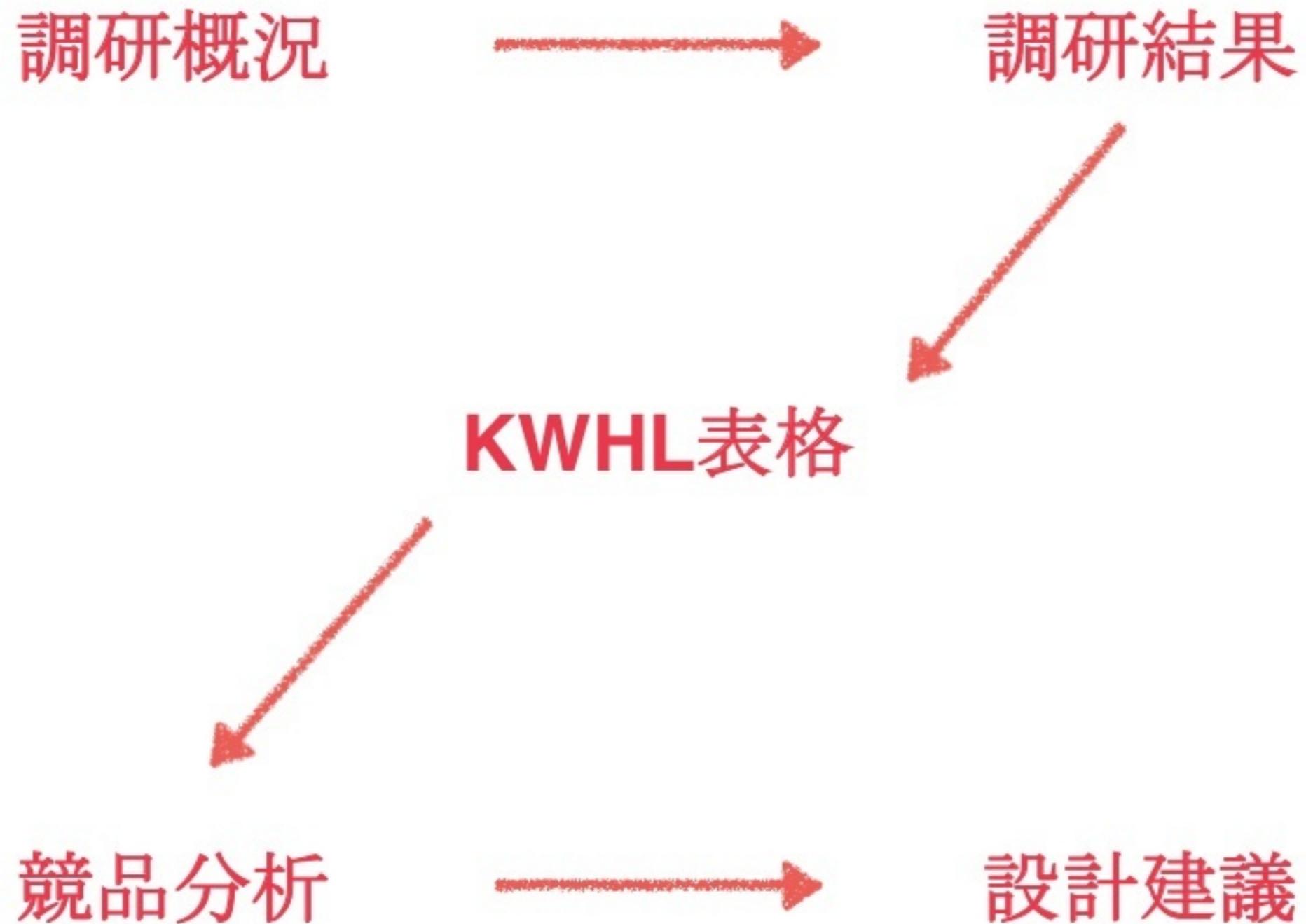
研究對象

麥當勞

包裝設計

消費情況

消費者需求



## PART 1 調研概況

### 麥當勞的文化與歷史背景

# PART 1 調研概況

發展歷史	品牌特點	企業文化
創始人：麥當勞兄弟&Ray Kroc	在各地按當地口味對餐點	產生美學：一種乾淨的美學
成立時間：1954s	與Coco Cola戰略聯盟	運作原則：
地點: Des Plaines, Illinois	Aroma Cafe (午後濃香咖啡)	加速、便捷、反智化
主要產品：快餐，咖啡	Chipotle (墨西哥大玉米餅快餐)	高效率：一手交錢，一手取貨
員工人數：418,000 分店店數：32,000	提供兩種服務方式： 1、櫃檯式 2、Drive-Through得來速	消費心理學：將食客其樂融融的圖景通過玻璃牆讓室外行人感受到麥當勞是一個暫時息的場所

## PART 1 調研概況

McDonalds的“M”標誌的金色的拱形圖案是來日誥日最為有名的標誌之一，精練的M和保守的紅黃色彩成為世界上最有名的品牌特性。普通景象下， McDonalds字標伴隨M標誌泛起，或M自力使用。2006至今的標誌，這個金色拱形標誌由Jim Schindler設計於1962年，最早是為了合營餐廳邊上的拱形圖案。他將兩個金色的拱形放置在一路來拼成這個此刻家喻戶曉的M。對麥當勞來說，這個標誌不只代表M。他們稱它為金色拱形意味著它的價值與運營一家金礦一樣。其次，拱形標誌代表一個批護所，人們可以在這個金色拱形下無憂無慮地歇息。



## PART 1 調研概況

麥當勞的#1店博物館位於前麥當勞餐廳在伊利諾伊州的德斯普蘭斯城，德斯普蘭斯城餐廳標誌著該公司未來CEO Kroc參與的開始

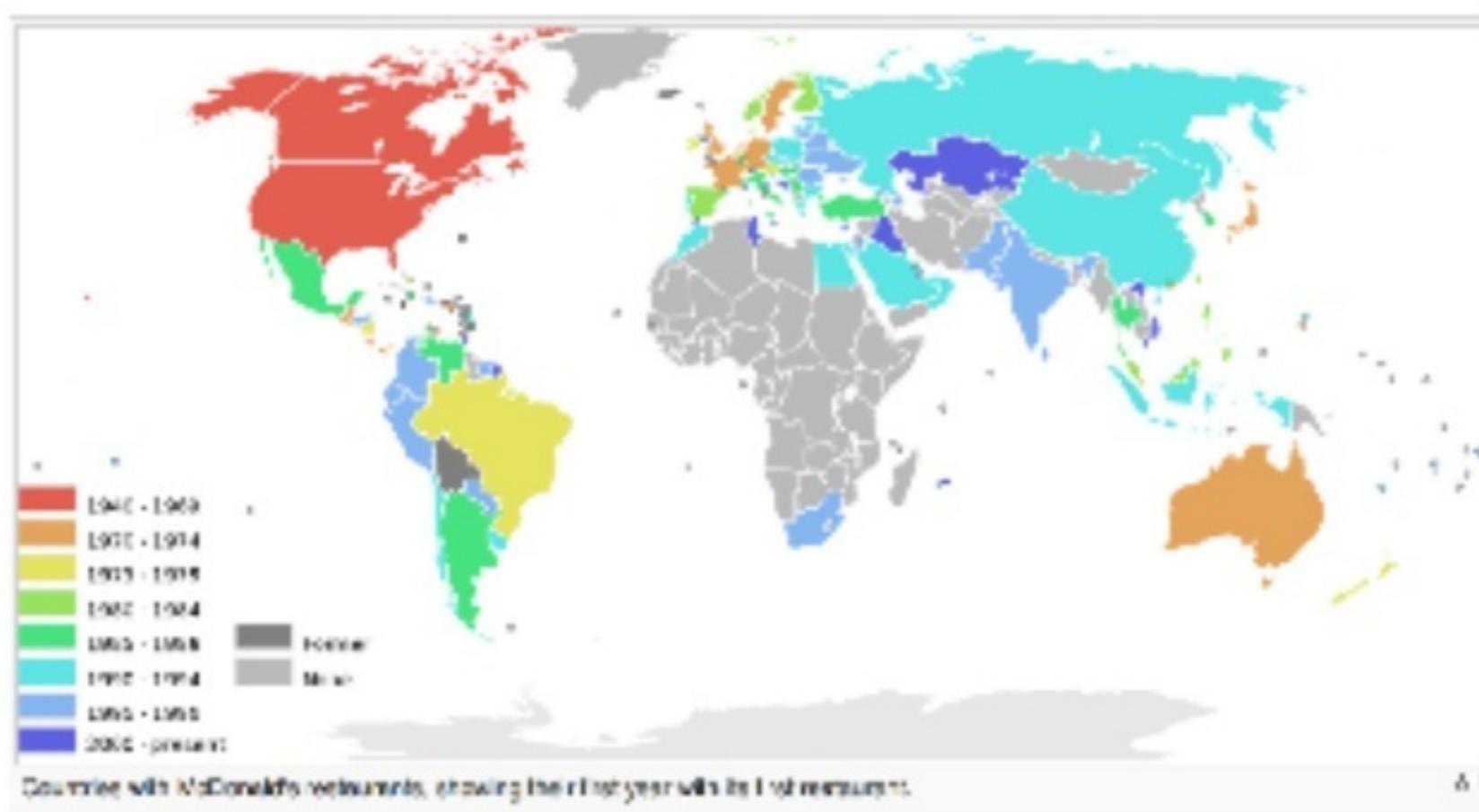
。麥當勞的系統，公司，成為了麥當勞公司後Kroc購買麥當勞兄弟的股份在公司裏他特許經營公司主持下打開它。

實際的德斯普蘭斯城餐廳被拆毀於1984年，但麥當勞意識到，他們有歷史要保留，所以他們建造了一個副本。有金色拱門翱翔，玻璃和金屬，紅與白瓷磚外牆、建設很大程度上遵循了麥當勞兄弟的原始藍圖，他們介紹了當他們開始於1953年；特許經營亞利桑那州鳳凰城，餐廳，是第一個以這種管道建造

。



# PART 1 調研概況



Type	Public
Trade as	NYSE:MCD
	Dow Jones
	Industrial Average
	Component
	S&P 500 Component
Industry	Restaurants
Founded	May 15, 1940; 75 years ago in San Bernardino, California
	April 15, 1955 in Des Plaines, Illinois
	(As The McDonald's Corporation)

# PART 1 調研概況

Country/Territory	Date	First outlet location	Number of currently operating outlets	Source and date of source
Macau Macau, China	April 11, 1987	Rua do Campo, Cathedral Parish, Macau Peninsula	27	(source: Dec. 2012)

**Tel**  
 28339221  
**Fax**  
 28750338  
**Address**  
 Campo 135-147  
**Email**  
 mcmac@macau.ctm.net  
**Website**  
[www.mcdonaldsmacau.com](#)  
**Categories**  
[Fast Food](#)  
**Keywords**  
[Other Cuisines](#)  
**Traffic**  
 No traffic information



Office : Edf. Dynasty Plaza 12/F  
 Telephone No. (853) 2875 0228  
 Facsimile No. (853) 2875 0338  
 E-mail : mcmac@macau.ctm.net

## A detailed the introduction

### Advertisement Content 4

Chase: Edf. Dynasty Plaza 12/F  
 Telephone No. (853) 2875 0228  
 Facsimile No. (853) 2875 0338  
 E-mail: mcmac@macau.ctm.net

McDonald's at Campo..Tel: 28339221  
 McDonald's at Cedra..Tel: 285525708  
 McDonald's at Caminha..Tel: 288450915  
 McDonald's at New City Garden..Tel: 28238768  
 McDonald's at Dragon Garden..Tel: 2502 996  
 McDonald's at Chico Kung..Tel: 28473327  
 McDonald's at Baptista..Tel: 28678018  
 McDonald's at Dom Pedro..Tel: 283257008  
 McDonald's at Hou Lung..Tel: 288481725  
 McDonald's at Bande..Tel: 287255095  
 McDonald's at Sun Star Plaza..Tel: 28436035  
 McDonald's at Central Plaza..Tel: 28389158  
 McDonald's at Chan Pak Vade..Tel: 28827473  
 McDonald's at China Plaza..Tel: 282618812  
 McDonald's at Grand Centre Shoppes..Tel: 284288151  
 McDonald's at La Cite..Tel: 28431827  
 McDonald's at Hol Kong..Tel: 28757252  
 McDonald's at Flower City..Tel: 28540160  
 McDonald's Macao Science Center Branch..Tel: 28757123  
 McDonald's at City of Dreams..Tel: 288488852  
 McDonald's at Phoenix Macau..Tel: 285084288  
 McDonald's at Cityway Macau..Tel: 28627110  
 McDonald's at The Bayview..Tel: 25761738  
 McDonald's at Bands Coral Central..Tel: 28802901

### Advertisement Detail 4

**Business Hours**  
 24hr

# PART 1 調研概況

麥當勞主要產品



# PART 1 調研概況



FOAM CLAMSHELLS  
1976 - 1991



WRAP AND COLLAR  
1991 - 1993



CLAMSHELL,  
SCRIPT GRAPHIC  
1993 - 1995

## 麥當勞的歷史包裝



CLAMSHELL  
1995 - 2003



CLAMSHELL,  
'ILI' GRAPHIC  
2003 - 2008



REDESIGN  
2008

## PART 1 調研概況

通過對餐廳各方面的大致了解，我們小組到實地體驗並發現以下問題：

## PART 1 調研概況

進餐過程中我們發現有部分的漢堡並沒有進行內包裝，進食過程中使我們感到不衛生而且不方便。



# PART 1 調研概況

薯條包裝盒子很短，幾乎只能概括薯條的一半，使薯條特別容易掉出。



# PART 1 調研概況

薯條的包裝或者餐盤上並沒有裝醬料的地方，把蕃茄醬擠在油墨紙上不僅不衛生且對身體不健康。



# PART 1 調研概況

雖然有其他方法可是依舊不方便。



## PART 1 調研概況

有的消費者會選擇把醬料擠在其  
他食物容器，可依舊不方便且不  
衛生。



# PART 1 調研概況

而有的消費者會選擇邊吃薯條邊擠醬料，這樣食用十分不方便且不衛生。



## PART 1 調研概況

通過以上對問題的發現，我們對以上問題作出了一下的總結與問題：

## PART 1 調研概況

經過一系列的觀察，我們總結出以下消費特點：

**07:00am~10:30am**

**消費人群大部分為** 一般上班族到餐廳打包早餐然後匆匆離開 退休老人在餐廳吃早餐，看報，聊天。

**10:30am~11:30am**

**消費人群大部分為** 一些等待店舖開門的遊客

**11:30am~13:30pm**

**消費人群大部分為** 中午放學一同進餐的學生及休息的遊客

**13:30pm~16:30pm**

**消費人群大部分為** 作業討論的學生及普通閒聊的人或進行下午茶的人群及零零散散的遊客

**16:30am~19:30pm**

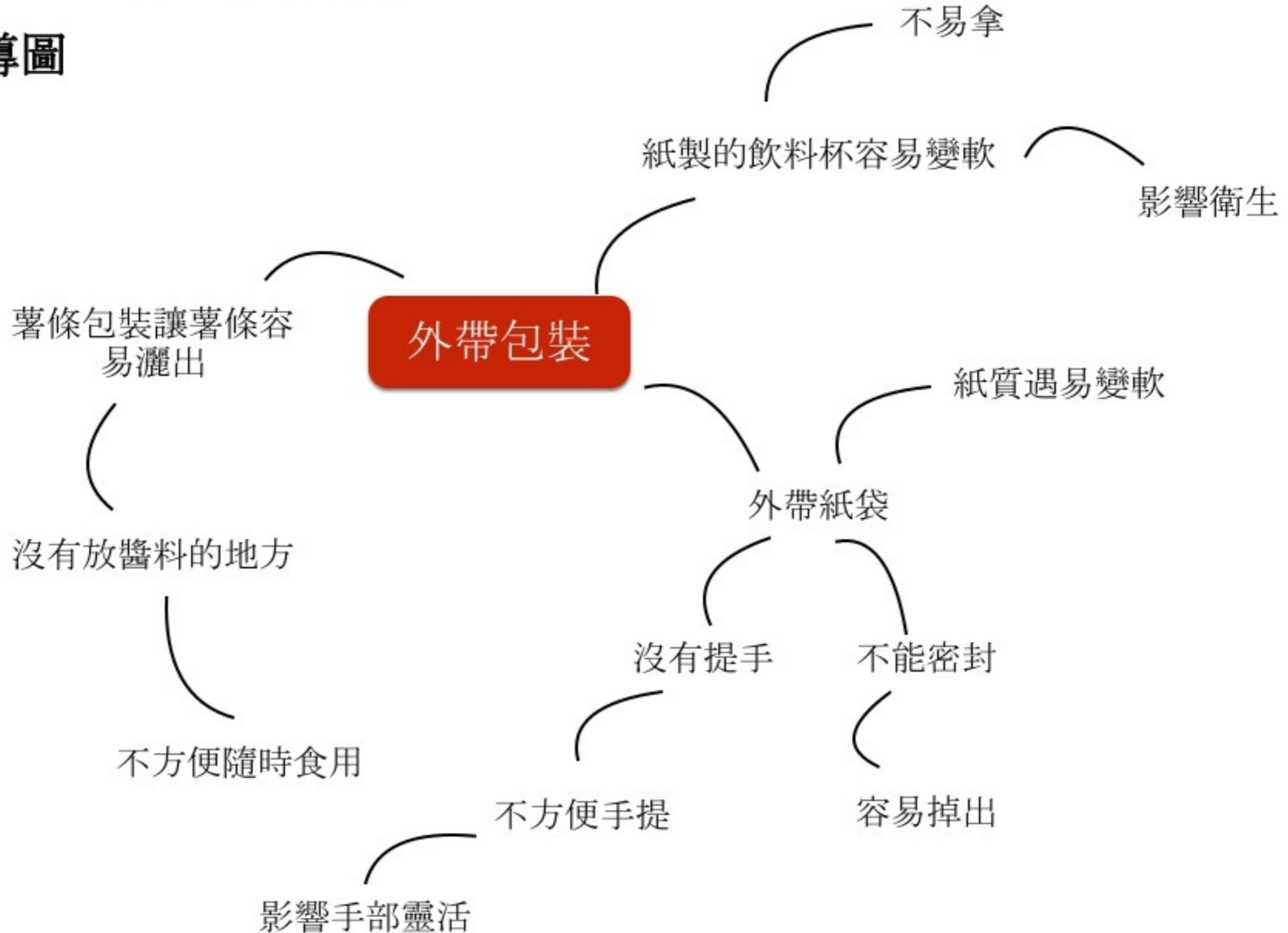
**消費人群大部分為** 陸續開始進行晚餐的遊客 放學的學生 下班的上班族

**19:30am~21:00pm**

**消費人群大部分為** 閒聊的朋友 家庭 單獨坐著工作的人

# PART 1 調研概況

## 思維導圖



# PART 1 調研概況

## 針對消費者需求提出的疑問

- 座位不夠，能否增加位置的數量
- 有部分座椅是固定的，不能移動
- 洗手間數量太少，有時候需要排隊很長時間
- 點餐牌的字眼不夠清晰，遠距離看不清
- 洗手間沒有明確標誌，有的分店甚至沒有
- 桌子太小，客人面對面就餐時餐盤會放不下

# PART 1 調研概況

## 針對包裝提出的疑問

- 外帶包是否能改為帶提手使其更方便攜帶
- 有些包裝只有外紙盒而沒有內包裝，食用不衛生
- 外帶包能否改為塑料或其他較為堅固的材料
- 飲料杯為紙材質，遇液體較易變軟
- 飲料蓋密封性不夠好，外帶時容易灑出
- 飲料外帶包裝換成獨立包裝袋更方便攜帶
- 薯條包裝是否能添加蓋子或增加長度使薯條不容易灑出
- 薯條包裝設計能否增加擠番茄醬的位置

## PART 2 調研結果

針對以上總結的問題與結論，我們製作了一份針對麥當勞消費者情況的網上調查問卷：

## PART 2 調研結果

### 麥當勞消費者調查問卷

**Q1 您的性別是？**

- A.男
- B.女

**Q2 您的年齡段是？**

- A.15~20歲
- B.21~29歲
- C.30~39歲
- D.40~49歲
- E.50歲以上

**Q3 您的職業是？**

- A.辦公室職員
- B.普通就業者
- C.學生
- D.退休人員
- E.其他

**Q4 您在過去一週是否有在麥當勞消費？**

- A.是
- B.否

**Q5 您就餐的頻率大概是？**

- A.幾乎每天
- B.每週一次
- C.每月幾次
- D.每年一次或幾乎不去

**Q6 您一般會與誰共餐？**

- A.獨自
- B.朋友
- C.家人
- D.同學
- E.同事
- F.伴侶

## PART 2 調研結果

### Q7 您選擇在麥當勞消費的原因是？

- A.價格便宜 B.方便快捷，節省時間 C.定點較多，容易找到 D.環境衛生

### Q8 您每次一般會消費？

- A.10元以下 B.10~30元 C.31~50元 D.50元以上

- Q9 您覺得麥當勞的紙盒？

- A.不需要改進 B.需要加上蓋子使薯條不容易掉出  
C.需要有裝番茄醬的容器，容易找到 D.其他

- Q10 您覺得外帶包？

- A.不需要改進 B.需要換成塑料或其他材質使其更牢固  
C.需要加上手提使其攜帶方便 D.其他

- Q11 您覺得汽水杯？

- A.不需要改進 B.需要換成較不易變軟的材質  
C.其他

## PART 2 調研結果

調查報告如下：

**關於受訪者** 58%為15~20歲人群，37%為21~29歲人群

女：74 男：33，共107人。

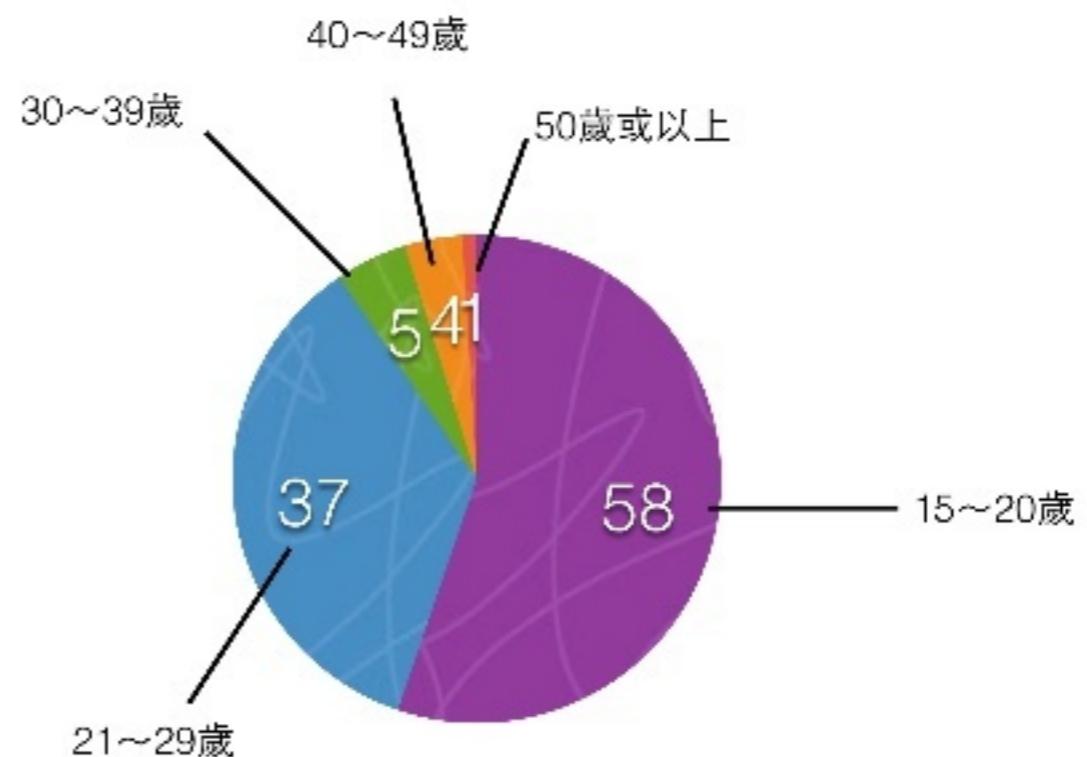
15~20歲：58%

21~29歲：37%

30~39歲：5%

40~49歲：4%

50歲或以上：1%



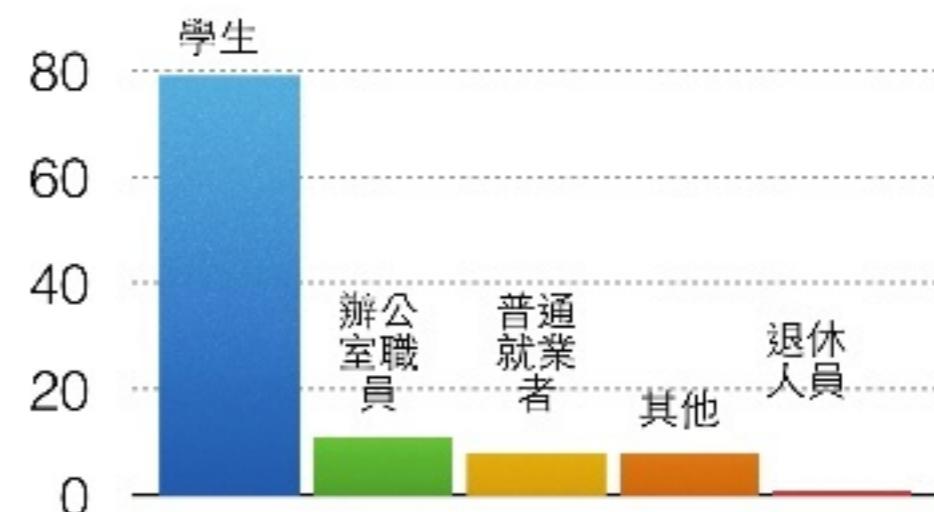
(1)

## PART 2 調研結果

關於受訪者 74%為學生，10%為辦公室職員

受訪者中 **73.83%** 為學生，  
10.28% 為辦公室職員，7.48%  
為普通就業者，7.48% 為其他，  
而退休人員只佔 0.93%。根據以  
上數據我們可以看出麥當勞主要  
消費人群為15~20歲的學生。

受訪者職業分布圖



(2)

## PART 2 調研結果

### 關於就餐頻率

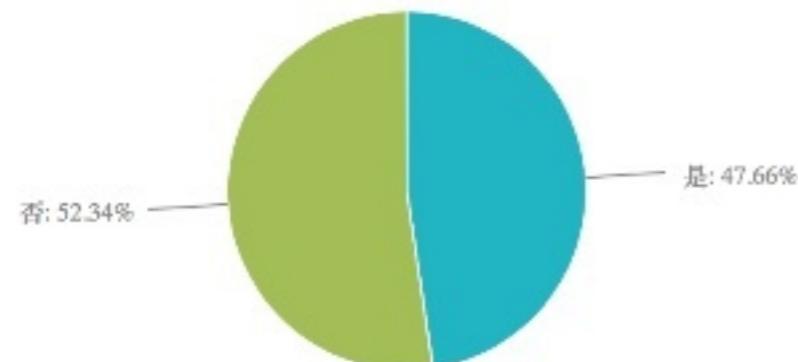
50%的受訪者在過去一週有在麥當勞進行消費

53%的受訪者每月都在麥當勞消費上幾次，而有  
25%受訪者每天只去一次或幾乎不去

您在過去一週是否在麥當勞有進行消費

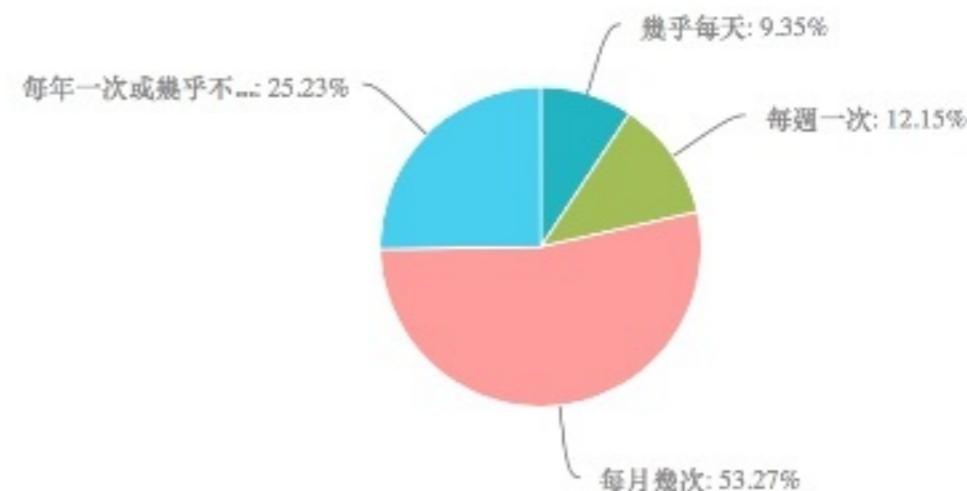
?

答題人數 107



您就餐的頻率大概是

答題人數 107



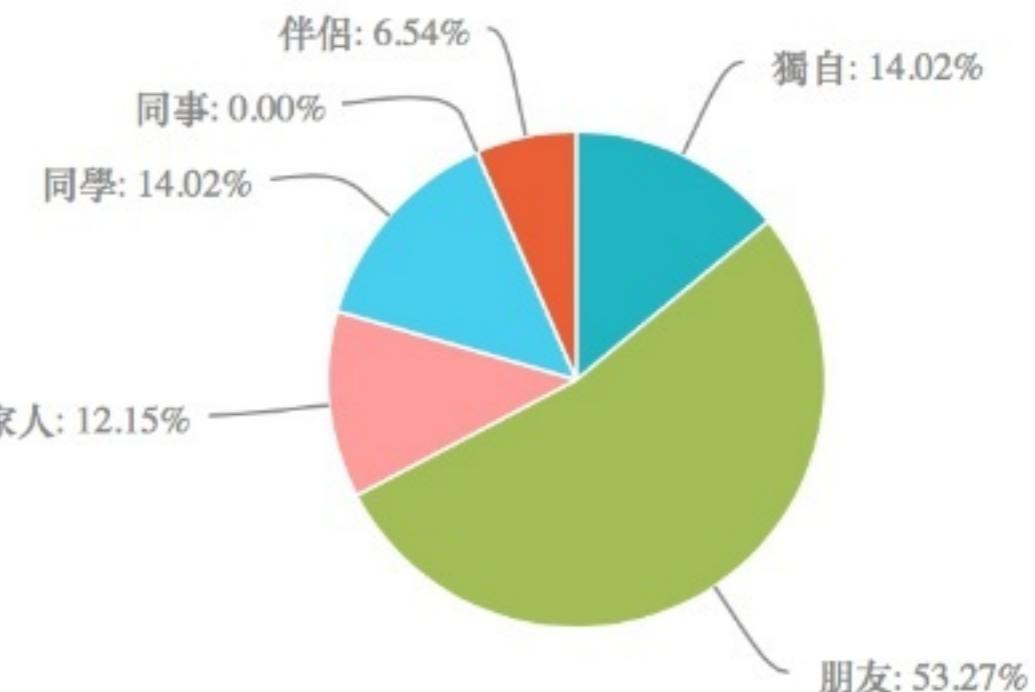
## PART 2 調研結果

### 關於消費狀況

53%的受訪者一般會選擇與朋友共餐  
分別有14%的受訪者選擇與同學或獨自進餐

從調查中可以看出，大部分人會選擇與朋友一起進行消費，其次是與同學或獨自消費。

您一般會與誰共餐？  
答題人數 107



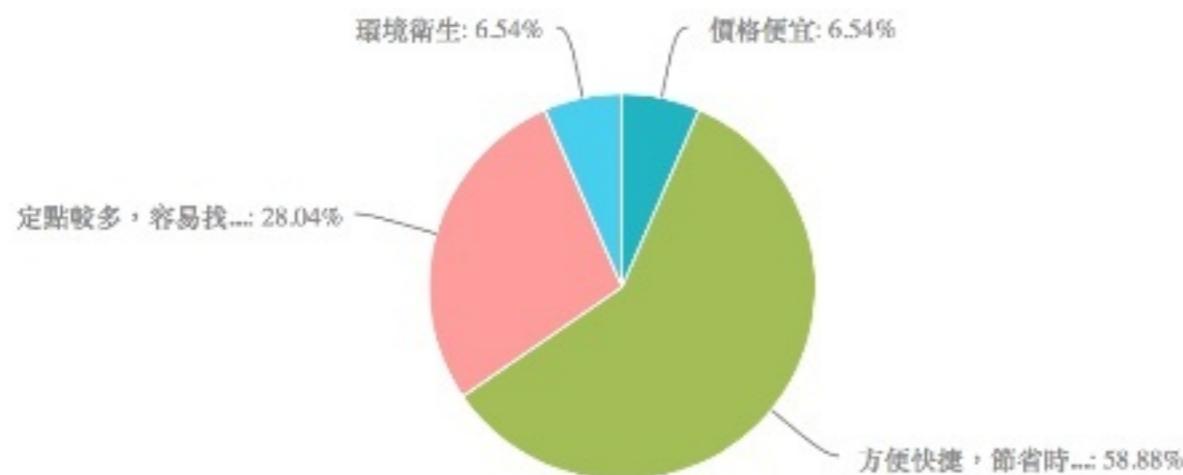
## PART 2 調研結果

### 關於消費狀況

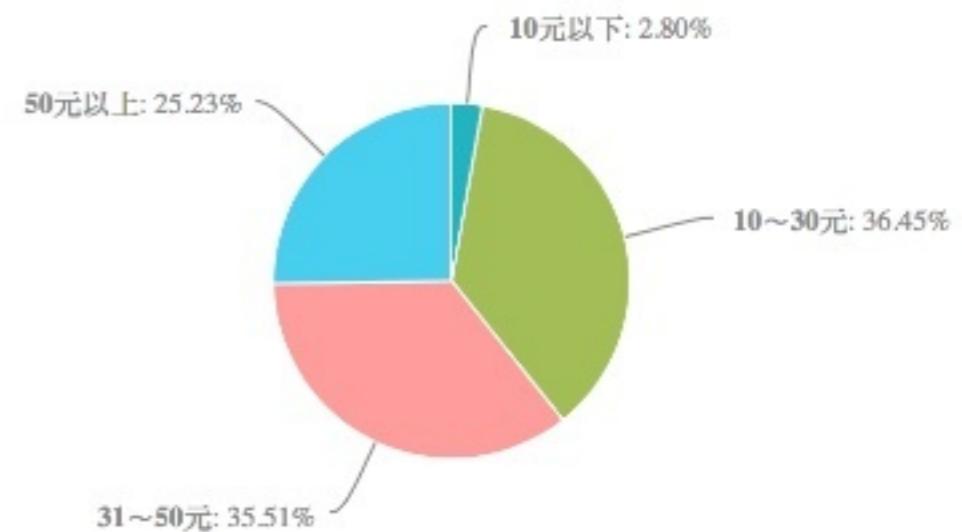
59%的受訪者選擇在麥當勞消費的原因是方便快捷，節省時間

36%的受訪者一般會消費10~30元

您選擇在麥當勞消費的原因是 ?  
答題人數 107



您每次一般會消費  
答題人數 107



## PART 2 調研結果

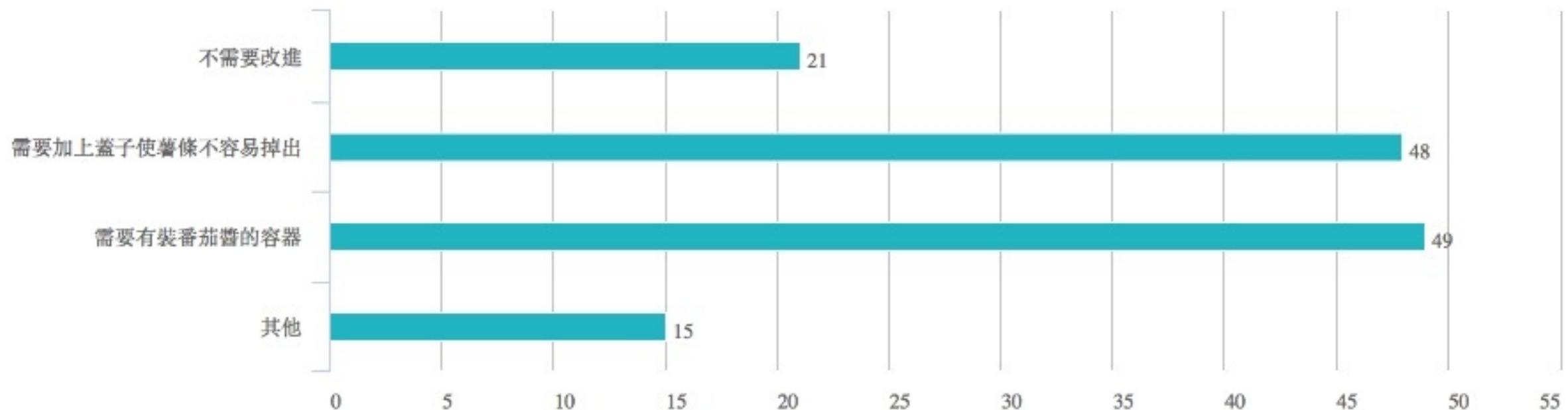
### 關於包裝設計

大部分受訪者對外帶薯條包裝不滿意

大部分受訪者認為薯條紙盒需要加上蓋子以及沾番茄醬的容器

您覺得外帶薯條的紙盒

答題人數 107

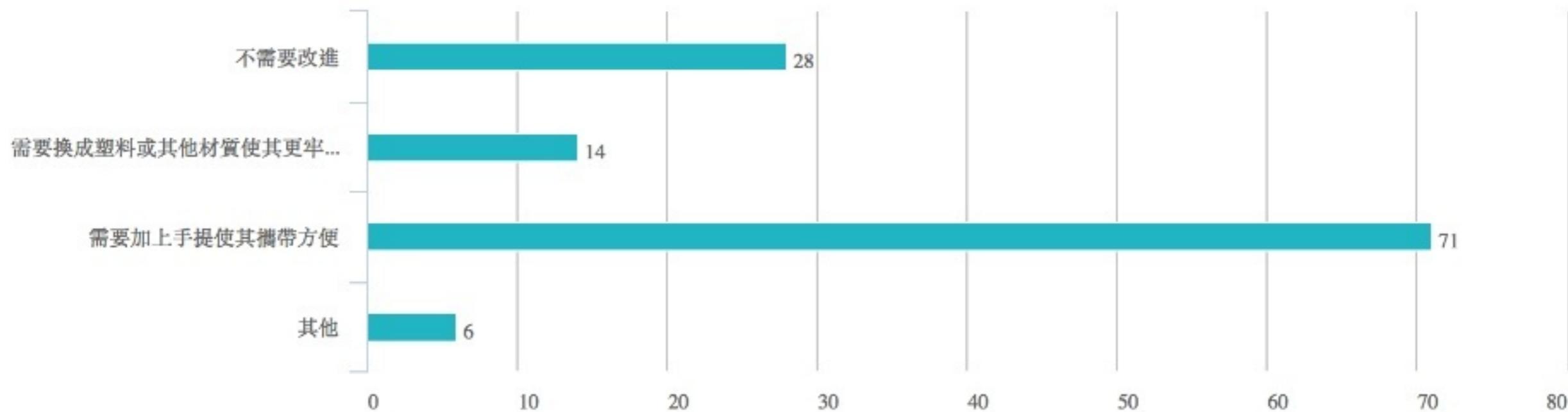


## PART 2 調研結果

### 關於包裝設計

大部分受訪者認為外帶包需要改進  
大部分受訪者認為外帶包需要加上提手

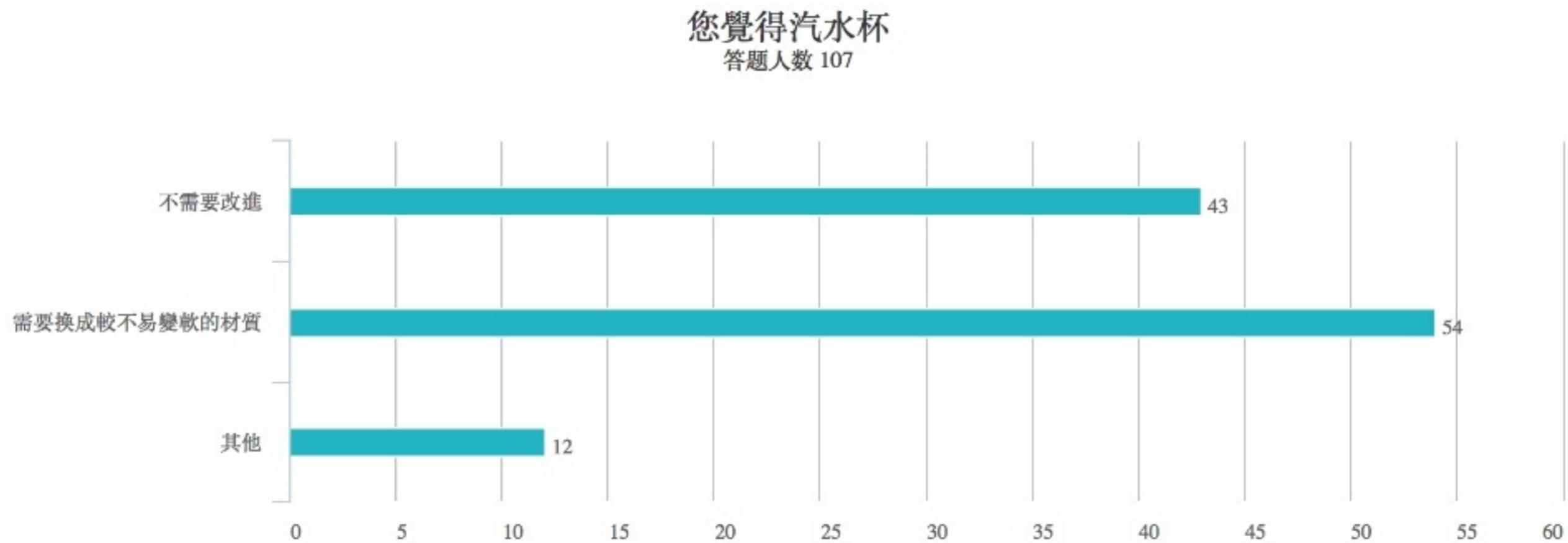
您覺得外帶包  
答題人數 107



## PART 2 調研結果

### 關於包裝設計

大部分受訪者認為汽水杯需要改進  
54位受訪者認為杯子需要換成不易變軟的材質



## PART 2 調研結果

**KWHL**表格分析

<b>What do I know?</b>	<b>What do I need to find out?</b>	<b>How am I going to find out the information I need?</b>	<b>What have I learned?</b>
消費者對外帶包不滿意	外帶包沒有提手不實用	網絡問卷調查與親身體驗	外帶包增加提手可更方便
消費者對薯條包裝不滿意	包裝盒太小薯條容易灑出	網絡問卷調查與親身體驗	薯條盒可加長或加上一個蓋子
消費者對薯條包裝不滿意	沒有放置醬料的地方	網絡問卷調查與親身體驗	在薯條盒上添加放置醬料的地方
消費者對飲料杯設計不滿意	飲料杯會軟	網絡問卷調查與親身體驗	改變杯子的材質使杯子更堅硬
消費者對桌子大小不滿意	桌子太小導致不能同時放置兩個餐盤	現場體驗	桌子可以增加長度讓消費者更滿意

**K**

**W**

**H**

**L**

消费者對座椅位置不滿意	有部分座椅是固定的，不能移動	亲身体验	改為可移動式座椅能隨客人數量改變座位數量
消费者对點餐牌不满意	點餐牌的字眼不夠清晰	现场体验	點餐牌可用更容易讓字體清晰的顏色或者加大字體
消費者對飲料杯不滿意	飲料蓋密封性不夠好，外帶時容易灑出	現場體驗	改良後讓包裝更牢固使產品不易受破壞
消費者對洗手間標示不滿意	洗手間沒有明確標誌，有的分店甚至沒有	現場體驗與調查	加上清晰的標示能讓人更容易找到洗手間

## PART 4 競品分析

在調查中我們挑選了一些同類型快餐業的包裝與麥當勞做對比：

## PART 4 競品分析

Take away solutions.

所展示的圖片資料為麥當勞其中部分產品的外包裝及外帶包



## PART 4 競品分析

### 與其他同類產品包裝比較

圖片資料中上圖為麥當勞的薯條外包裝紙盒，而下圖為麥當勞的同類快餐業

BURGER KING的薯條外包裝紙盒，可見下圖的長度與薯條本身的長度比較接近，能使薯條不容易掉出



## PART 4 競品分析

圖中為BURGER KING的薯條外包裝，盒子的設計不但加上了蓋子使薯條不易掉出還添加了放置醬料的地方，既解決了方便問題也解決了衛生問題



## PART 4 競品分析

圖中為BURGER KING的外帶包，加上了提手使攜帶起來更方便



## PART 4 競品分析

圖中為肯德基的外帶包，不但有提手能使消費者攜帶方便，塑料的材質也使它更牢固



## PART 4 競品分析

圖中為肯德基的外帶杯子，塑料材質使其遇水不容易變軟



## PART 4 競品分析

圖中為肯德基的外帶盒



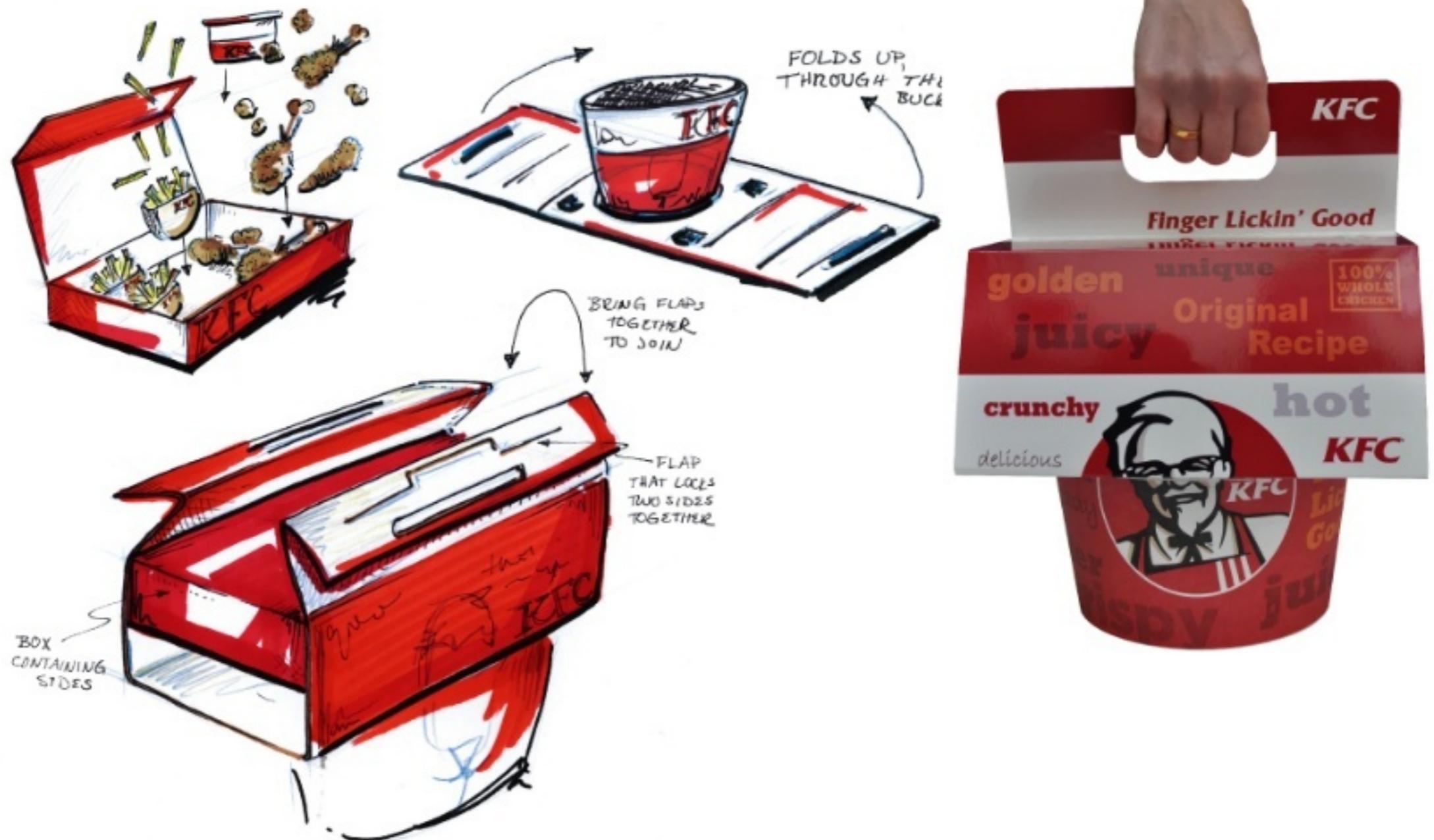
## PART 4 競品分析

圖中為肯德的家庭組包裝盒，具有多功能性。滿足各種食物的不同容器需求。



## PART 4 競品分析

圖中為肯德基的外帶盒



## PART 4 競品分析

圖中為麥當勞家庭套餐外帶盒。



## PART 4 競品分析

圖中為肯德基的外帶盒



## PART 4 競品分析

即使食物比較多，消費者仍可以一只手輕鬆提攜，合理的包裝設計才可以真正的做到“以人為本”。



包裝設計不僅僅是為了美觀，更關鍵的是其使用感。肯德基包裝可充分利用包裝功能，真正的做到“隨食隨地”，突出快捷食品追求方便的主旨。



## PART 4 競品分析

圖中為某品牌早餐外帶包裝，其特點是食物分別較精緻的包裝，不僅可以更好合理的堆放食物，在外觀上也給消費者更好的視覺印象。



## PART 4 競品分析

圖中三合一的包裝設計，一方面解決了飲品晃動易灑出的問題，又加強了食物的位置固定，外包裝在保證其功能的同時簡易的設計減少了生產材料，不僅為生產者謀得利益也符合當今的環保政策。



## PART 4 競品分析

麥當勞德漢堡包裝雖然解決了基礎清潔問題，但是在食用的時候因包裝方式不合理的原因還需消費者自己調整。而如下兩圖的漢堡包裝不僅在外觀上具有創意，在食用時也更方便。



## PART 4 競品分析

圖中星巴克的外包裝袋設計巧妙的運用網格鏤空，不僅在外觀上具有設計感，保證其功能的同時減少了生產材料，符合當今的環保主題政策。



## PART 4 競品分析

圖中的包裝設計也是運用了多合一的方式，不僅懈怠方便，也合理的節約空間。



## PART 4 競品分析

圖中的包裝設計以多合一，專門設置了放醬料的地方，滿足食用需求。



圖中包裝以飲品為圓軸，即能靈活使用又節約空間。



## PART 4 競品分析

如圖的包裝設計巧妙的在結構上進行創意的設計，加強包裝的密封性。



如圖的包裝設計雖然沒有針對麥當勞食品，但是它的設計創意是值得參考的。它的開口設計更人性化，方便消費者使用。



## PART 4 競品分析

如圖中食物的包裝設計，巧妙的開口設計體現設計的人性化理念，讓消費者更方便食用。



## PART 3 設計建議

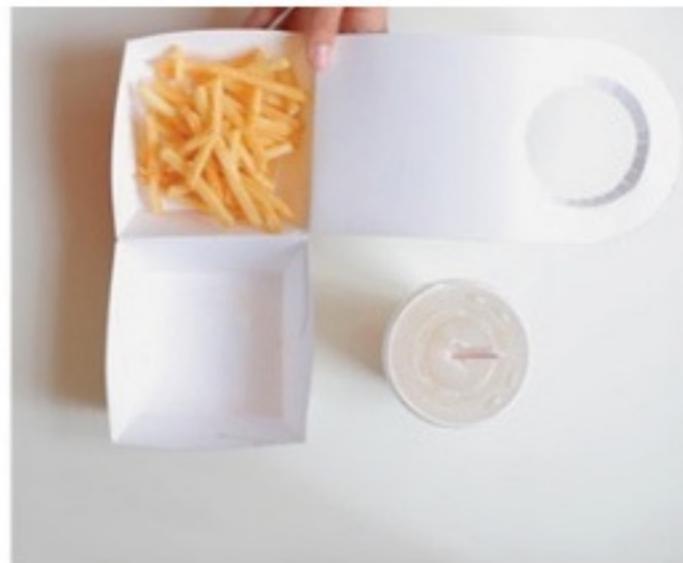
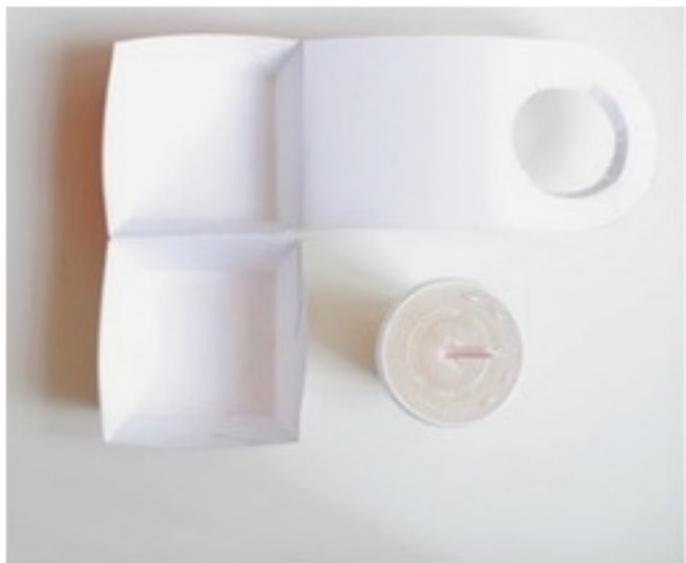
根據問卷調查狀況，大部分受訪者認為麥當勞的外包裝設計需要改進，因此我們從網上找到了一些關於麥當勞外包装的創新設計：

## PART 3 設計建議

- 便攜
- 衛生
- 美觀
- 環保



## PART 3 設計建議



## PART 3 設計建議

**BAGTRAY**  
MAKING TAKEAWAY  
MORE CONVENIENT



## PART 3 設計建議



## PART 3 設計建議



## PART 3 設計建議



## PART 3 設計建議

ONE-HANDED MEAL CARRY



## PART 3 設計建議



## PART 3

### 設計建議

根據以上設計建議的分析，我們小組作了以下結論：

- (1) 薯條的包裝需改進為加長或加蓋，增添可蘸醬料的副包裝，與薯條包裝合併。
- (2) 飲料杯需改進為質量較好的紙質杯或環保的塑料杯。
- (3) 外帶包裝需改進為增加提手，容積盡可能大一點。
- (4) 每一款包裝盡可能節約材料，發揮材料的最大使用效果。
- (5) 每一款包裝盡設計創意化。

PART 5

## 總結

以上為我們小組的調研報告感謝  
您的耐心觀看！