

# 麦当劳新包装变“祭祀用品”——争议折射风险评估 机制疏漏

## 麦当劳新春包装变“祭祀用品”引发争议

2026年1月底，麦当劳联动时尚芭莎，邀请4位北京民艺非遗研究院的非遗灯彩传承人共同创作了北京宫灯、佛山彩灯、秦淮荷花灯、安徽鱼灯4款的主题灯彩，并且把小票升级为“一灯一愿”特别版本。同时，麦当劳也推出相关主题新春包装。

但随后，小红书、抖音等多平台网民称新包装风格“像祭祀用品”。中国经济网指出，新包装采用了高反光金色材质，部分消费者由此联想到祭祀用的纸元宝，产生不适的视觉关联。对此，麦当劳官方客服回应称已记录问题，将反馈给相关部门。



就挺无语😓

#离原上谱这就很离谱 #麦当劳 #南北差异  
咱南方是不烧纸吗?? 一年比一年过分.....研发部  
没事吧还是有高人指点?? 🤔@麦当劳

m记新包装看上去像纸宝

网民发帖截图（来源：光明网）

1月30日，微博话题#麦当劳新包装被吐槽诡异#登上微博热搜榜第2位，截至2月3日，该话题阅读量已超2479万。与此同时，抖音话题#麦当劳新包装引网民争议#也登上抖音热榜，相关话题观看量超493万。



微博话题截图

### 舆论分化明显但“祭祀感”成为主流观点

大量网民认为麦当劳的新包装质感与祭祀用的纸元宝、纸扎等物品高度相似，质疑品牌对中国传统文化符号的语境判断失误，将庄重祭祀符号生硬移植到快餐包装上，造成“阴间审美”，甚至有网民称“可以接地气，但不要接地府”“过年回潮汕祭祖就买这个好了”。

也有部分支持者认为，新包装体现了品牌对中国传统文化的重视，网民不必“上纲上线”。如有部分网民表示“我觉得很有非遗色彩，很有年味”“有韵味又充满年味的元素，

新年继续吃麦”。

还有网民质疑相关争议源于过度解读，呼吁理性看待品牌方在文化传承和创新方面的努力，如有网民评论称“别什么都往祭祀上想，中国传统也不仅仅有清明节。看看是不是我们对自己的文化认知断档了”。

部分观点则聚焦餐饮品牌文化营销的边界问题，认为需深入理解文化内涵与使用场景，如据《光明日报》报道，有媒体评论称，非遗灯彩本身很美，但搬到快餐包装上却可能水土不服。近年来，不少品牌热衷搞联名、推国潮，动辄搬出非遗、水墨、图腾，仿佛不高大上就显不出格调。但文化传承不是简单贴标签，更不是把传统元素生搬硬套到现代产品上。传统文化与现代品牌的结合，需要的是“化”而非“搬”。真正的国潮不是把灯笼图案印在包装上就叫传承，而是让传统元素更自然、亲切地融入生活场景。与其追求高冷艺术感，不如多听消费者真实声音——包装好不好，最终还得看大众买不买账。

## 从“非遗跨界”到“文化撞车”

### 负面舆情折射风险评估过程中的疏漏

我国大部分非遗文化符号具有鲜明的原生场景属性，脱离特定语境进行商业移植，极易引发认知偏差。此次麦当劳选用的灯彩纹样，本是传统文化中的吉祥符号，但在“元素移植”过程中出现了一定错位。传统灯彩多以纸张、布料、竹篾、铁丝等材料制作成具有立体结构和空间层次的实体作

品，其艺术效果依赖于空间感、灯光和节庆场景的整体营造；而麦当劳的联动则通过纸质印刷等平面化方式呈现。不同载体和形式，使原本依托立体感和仪式氛围的灯彩艺术被压缩为视觉符号，最终呈现出的观感与情绪联想，与实体灯彩存在明显差异。

从舆情演变来看，这场争议的根本原因并非单纯的审美分歧，而是企业在包装设计、文化本土化处理以及舆情风险管控等环节中，风险评估机制缺位的必然结果。做好风险评估的关键，是企业在产品研发、包装设计和营销策划阶段，就提前考虑可能出现的市场反应、消费者感受以及舆论风险，并事先准备好应对方案。然而，本次麦当劳事件显示，企业未能充分预判传统文化符号在不同地域、不同载体和使用场景下的感知差异，导致部分网民产生负面联想。舆情爆发后，麦当劳的回应相对简单，也显示这类争议并未被纳入重点风险预判范围。虽然冷处理在一定程度上是一种选择，毕竟事件并未涉及食品安全等核心问题，但也折射出企业对公众在传统文化议题上的敏感度仍有不足。

正如微信公众号“首席品牌观察”所指出的，非遗商业化中的微妙平衡，并不是单靠市场调研数据就能算得出来的。营销活动中的风险研判，也不能单靠数据或案例，更需要结合对文化符号、使用场景以及公众心理的综合判断。正是在风险前置评估出现疏漏的情况下，原本旨在体现“尊重非遗、传承文化”的跨界合作，最终演变为围绕“文化误读”“审美失误”“营销翻车”的舆情风波。虽然此次争议未触及原

则性问题，但讨论强度和情绪对立，仍为品牌带来阶段性的舆情压力。

这一案例也为整个行业敲响警钟：在国潮热与联名营销盛行的当下，真正的风险不在于是否使用传统文化元素，也不在于是否进行跨界创新，而在于企业能否准确理解文化符号所承载的社会语境与情感指向，并具备在产品设计和营销决策前识别潜在认知偏差与舆情风险的能力，从而实现文化价值与商业传播的有效转化。