

鬼才廣告

「來自波士頓的老表」



「來自波士頓的老表」是美國啤酒 Samuel Adams 的廣告常見角色，今次美國疫情嚴重，Samuel Adams 也讓老表接種。當老表打針時，他不知道要在身體哪個部位打針，乾脆脫下褲子，護士拉開他的上衣時，他才發現擺烏龍，「原來打手嘍？」鏡頭一轉，老表與朋友們相擁在一起，「寶貝們，我們回來了！呢 round 入我數。」豈料，這原來只是老表的一場夢，他醒來後問護士自己接種了嗎，護士無奈地答道：「無，你一睇見支針就暈咗，啱家幫你打，繼續戴單。」



慢動作攬孫

疫下與親友聚首是人們心底熱切的盼望，法國接種推廣運動便大打溫情牌，廣告的橋段是久未相逢的婆孫終於得見對方，為加強氣氛，廣告更將整個孫兒孫女飛身跳進婆婆懷裏的動作放慢展示，特別窩心。

食腦 self 疫苗 潮

貼地又夠

接種疫苗與否雖然是個人決定，但同時社會有很多方法鼓勵接種，避免出現大批「遲疑者」。縱觀全球各地政府、企業以至民間都絞盡腦汁，想出不貼地、有趣，甚至是「潮爆」的疫苗推廣策略，例如英國充滿當地味道的「疫苗巴士」、美國的溫馨「心靈創傷貼」、菲律賓大玩電影回憶的標語「接種到未來」……點點滴滴既是公關宣傳，也是人情味的展現，若干年後，這些都將成為「疫情世代」苦盡甘來的回憶。

●香港文匯報記者 蕭桂煬

邊度打？度度打

「遲疑者」未必會去接種中心，但解封後一定會去玩。有見及此，不少地方跳出框框，將疫苗中心設置在旅遊區、沙灘、足球場和博物館等場所，實行「你不找我，我來找你」。

疫苗周邊

外國不少網店推出「疫苗周邊」產品，有商家「賣花讚花香」，表示其產品可讓人會心一笑。



「抗體襪」



「打完開心」襟章



疫苗巴士

英國政府與專家認為，社會裏總有一批人因為個人健康或者住址偏遠難以打針，但事實上又難以事先鎖定他們的位置，故此推出疫苗巴士，專攻接種率低的地區。



沙灘快閃

英美社會對疫情鬆懈的時候，沙灘往往最先出現人潮。邁阿密政府於是在沙灘設置快閃接種站，為訪客打針，結果反應大好，更在狗眾要求下再辦一場。



吸血鬼城堡

羅馬尼亞中部的布蘭城堡是著名的吸血鬼城堡，與著名吸血鬼小說《德古拉》有莫大關係。自5月起的周末，民眾到古堡打疫苗後會獲得「勇氣證書」。

用字最強



接種到未來

菲律賓城市 Pasay 的接種計劃標語為「接種到未來」(Vacc To the Future)，出自於經典科幻電影《回到未來》(Back To the Future)。

創意貼紙



心靈創傷貼

加州為營造充滿正能量的接種體驗，政府希望推出一款多元正面，又可以「打卡」的接種貼紙。設計師利用「交叉的心形創傷貼」帶出治療國家的希望和團結的精神。貼紙設有中文、越南文、西班牙文和菲律賓多用的他加祿語版本，強調多元價值。

為醫護而打

英國的國家醫療服務 (NHS) 在疫情大爆發期間負荷沉重，醫護人員幾近崩潰邊緣，英國民眾在疫情期間已有「為醫護鼓掌」等答謝運動。到現在疫苗已至，英國也不忘再次感謝醫護，推出相關貼紙。



「0.000095%」

對於反疫苗的陰謀論，英國媒體往往利用頭版大字標題報道，直接回擊。其中英國《太陽報》曾以「0.000095%」為題，報道極少數阿斯利康疫苗接種者出現血栓的消息，既保持報道的客觀，也直面回擊了當地不實的傳言，連英國專家都大讚。