



پوکو (POCO) روز گذشته از لوگو و مسکات جدید خود رونمایی کرد. براساس گزارش خبرگزاری GSMarena، هویت بصری جدید پوکو در حال حاضر منحصر به واحد تجاری این شرکت در هند است و فعلا به صورت بین‌المللی استفاده نمی‌شود. پوکو افزون بر لوگو و مسکات جدید، شعار جدید خود را هم اعلام کرد: Made of Mad.



مسکات جدید پوکو که مثل ترکیب چند ایموجی به نظر می‌رسد نیز بخشی از لوگوی شرکت محسوب می‌شود. در پشت مشخصه‌های بصری متعدد لوگو، معانی عمیقی نهفته است که می‌توانید جزئیات آن‌ها را در اینفوگرافی زیر مطالعه کنید.

The only emoji that's out there for mad connotes anger, evil and everything negative.
Our version of Mad deserves an emoji too.
So, we went ahead and made one.

Meet POCO's new protagonist.

Does it not invoke a confusing emotion in your mind? Well, bang on.
The new mascot is not just a part of our identity but something that is specifically designed with the intent of re-defining madness, the POCO way.
You say it's an emoji, I ask you to look again!
We are **MADE OF MAD**

- The Halo on the head signifies a sense of goodness. We are Mad, but with a cause.
- The antennas brings out the naughty side of Mad. It's almost like our mascot can spread the madness telepathically.
- The intent in the eye brings in a unique kind of incongruity when pitted against the halo on top.
- A distinct triangular mouth subtly connotes our sharp wit.

پوکو در سال ۲۰۱۸ به عنوان زیرشاخه‌ی شیائومی شروع به فعالیت کرد و سراغ تولید گوشی‌هایی رفت که مشخصات بسیار خوبی داشتند و با قیمت پایین تر از رقبای هم‌رده در دسترس مشتریان قرار می‌گرفتند. پوکو در سال گذشته‌ی میلادی به برندی مستقل تبدیل شد و اکنون جدا از شیائومی فعالیت‌های تجاری خود را انجام می‌دهد.

با وجود تأکید پوکو روی مستقل‌بودن، این شرکت همچنان بخشی از فرایند تولید محصولات را از طریق شیائومی انجام می‌دهد و قطعات گوشی‌هایش به قطعات گوشی‌های شیائومی شباهت دارند. در حال حاضر شماری از گوشی‌های پوکو، عملاً مدل‌ری‌برندشده‌ی گوشی‌های شیائومی هستند.

مطابق آمار مؤسسه‌ی پژوهشی Counterpoint Research، پوکو هم‌اکنون از لحاظ حجم فروش بر بستر آنلاین، سومین گوشی‌ساز بزرگ در بازار هند محسوب می‌شود.