

白象“多半袋面”引争议，市场诚信容不下文字游戏

（文稿转自上游新闻）

近日，多位网友反映称，白象多半袋面、多半桶面系列产品包装上显示“多半”为注册商标，并质疑企业“在宣传上玩文字游戏”，消息引发热议。对此，@白象食品 发布声明称，如因此给消费者造成误解，公司诚挚地表示歉意。后续公司将尽快调整“多半”产品包装，避免引发消费者的误解。

有消费者对比称，以白象多半香辣口味为例，白象重量为面饼+配料共 140g，其中面饼重 120g，与之对比，市面上另一款知名品牌的香辣味大面饼款产品的重量为 140g，面饼重量亦为 120g，二者几乎无差。说好的“多半”，原来并非份量“多一些”，而是仅为商标名称。如此“擦边”，也难怪有网友“火大”。

对于网友的质疑，白象的回应也缺乏诚意。强调“多半”商标申请注册的初心是为了与常规份量产品区分，便于消费者选购。可结果是，取名“多半袋面”显然违背了便于消费者选购的“初心”，因为“多半”既没有在份量上区别同类产品，还严重误导了消费者。至于那句“如因此给消费者造成误解，公司诚挚地表示歉意”更是有甩锅之嫌。

更令人生疑的是，企查查 APP 显示，白象食品股份有限公司曾于 2018 年至 2021 年之间申请注册“多半”“多半袋”

“多半桶”“白象多半袋”“白象多半桶”商标，国际分类为方便食品，当前部分商标已成功注册。但其申请的“多半袋”“多半桶”商标因易导致消费者对商品的数量等特点产生误认被驳回，处于无效状态。

如此看来，“多半”相比“多半袋”“多半桶”，不过是误导性稍微小一些。商家利用商标权保护与宣传承诺的模糊地带，营销时用商标暗示品质，被质疑时以“商标名称”推诿，类似事件早已屡见不鲜。此前广东壹号食品推出“壹号土”猪肉，消费者乍看会误以为是“土猪肉”；还有“山里来的土鸡蛋”，实则“山里来的土”是注册商标；简爱酸奶的“其他没了”，同样属于商标范畴。

这些商标的共性，是商家利用消费者的认知习惯，将描述性词汇注册为商标，通过混淆视听的方式误导消费。在竞争激烈的行业环境中，部分企业为抢占市场份额，抓住消费者对高品质商品的追求心理，刻意通过概念夸大与宣传包装，以模糊表述实施消费误导，完全忽视了对消费者知情权的保障，其本质是商家逐利心理的过度膨胀。

这些具有误导性的商标损害了消费者权益，并破坏了公平竞争的市场环境。试想，消费者满心期待购买到分量更足、品质更好的商品，却发现被商标“文字游戏”欺骗。长此以往，消费者对品牌的信任将大打折扣，整个市场的信誉也将受到影响，相关行业恐陷入“劣币驱逐良币”的困境，阻

碍市场健康发展。

市场诚信容不下混淆视听的文字游戏。此类现象在食品行业屡见不鲜，背后折射出企业过度逐利与消费者权益保护之间的深层矛盾。如今，消费者的维权意识越来越强，玩弄文字游戏终有口碑翻车的一天。企业当明白，唯有以扎实的品控为基石，以透明的信息披露为准则，才能市场中建立真正的品牌公信力。对于此类乱象，监管部门也要穿透商标外衣，及时查处误导宣传行为。无论如何，消费者的权益不容透支，任何试图以话术替代品质的经营理念，终究会在市场规律面前现出原形。