

舆评|白象“多半袋面”惹争议，一句商标引发的信任思考

近日，白象“多半袋面”“多半桶面”系列产品引发广泛争议。多位网友发现，包装上醒目的“多半”二字，竟为白象食品注册的商标，而非直观理解的“分量多半”。

从消费者反馈的图片来看，产品包装上“多半袋面”“多半桶面”旁，“大分量，倍满足”的标语十分显眼，而“多半”右上角的“®”注册商标标识却并不起眼。白象食品官方客服人员回应称，“‘多半’确实是商标，产品具体克重以包装上显示的为准”。但这一解释难以平息消费者的质疑，许多人认为这是在“玩文字游戏”，误导消费者。



图源：新京报

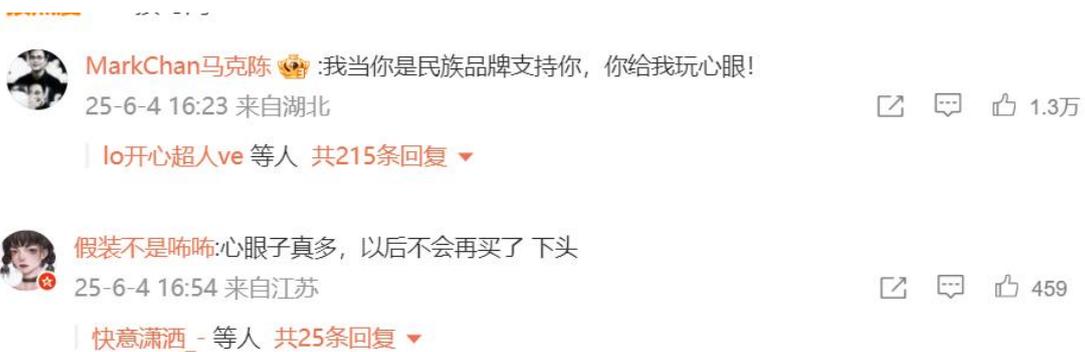
6月4日晚间，白象食品发布声明回应称，目前在售的“多半”产品是基于原70克面饼基础上推出的110-120克面饼大份量产品，面饼重量增幅约57%-71%。由于产品命名可能给消费者造成了误解，深表歉意，并将进一步优化沟通方式，以避免类似误解。

在市场上，白象“多半袋面”系列产品的面饼重量虽有所增加，但远未达到消费者对“多半”的通常理解。以普通装白象红烧牛肉面为例，面饼85克；而“多半袋面”的面

饼为 110 克，仅多了 25 克，并非“多半”。其他产品情况类似，“多半袋/桶面”在净含量上仅多了 1/5 到 1/4，与“多半”的字面意思相差甚远。

《中华人民共和国商标法》规定，带有欺骗性、易使公众误认的标志不得作为商标使用。白象将“多半”作为商标，若产品实际分量未达消费者对“多半”的理解，显然违反这一原则。《食品安全国家标准预包装食品标签通则》也要求，标签内容应真实客观，不得误导消费者。白象此举与该通则精神相悖。

对于此事，许多网友表示，白象此前凭借“国货之光”的形象赢得消费者信任，如今却因“多半”商标事件，让人大失所望。网友纷纷指责白象“玩文字游戏”“把消费者当傻子”，甚至有消费者表示，今后将不再购买白象产品。



图源网络

说句得罪人的话，“多半”事件不是文字游戏翻车，而是态度问题的真实暴露。

这年头，消费者早就不是那个只图便宜、不看细节的群体了。一个“多半袋”，说白了就是你自己设置了个模糊标

准，然后指望消费者按你心里的逻辑去理解。但消费者要的不是字面意义上的“没有撒谎”，而是真诚、明确、不玩套路的沟通。

白象过去靠“民族情怀”加持赢得过一波好感，但情怀消费终究不是护身符。一次次公关踩雷后还打“合理解释”这张牌，这种操作，怎么看都像是在试探公众耐心的底线。你一边踩着合规红线说“没毛病”，一边让消费者自行理解“多半”，说到底，这不是产品沟通问题，而是品牌思维还停在“消费者不吭声就等于接受”的旧日时区里。

说到底，“多半袋”事件不是法律问题，而是信任问题。你可以钻合规的空子，但你钻不赢时代对透明度和诚意的要求。互联网记性很好，今天的“巧词遮羞”，明天就可能变成你的“失信标签”。

百章君想说——消费者没那么容易被糊弄，也没那么多次机会给品牌重来。别再拿“商标注册”当挡箭牌了，真要赢未来，靠的是一句话：把每一袋面，当成和消费者对话的一封信，别让人觉得这信里藏着小算盘。