

“心机商标”玩不下去了？ 从“1袋半”到“手打” 今麦郎商标营销又翻车

你以为是“手打面”，其实根本不是手工制作，今麦郎近日又陷商标争议，并因此停用使用了20年的“手打”商标。同时，另一款以“量大”为卖点的核心产品“1袋半”“1桶半”方便面也深陷商标争议泥潭。

事实上，今麦郎“1袋半”商标早在2020年就被国家知识产权局以缺乏显著性、易误导消费者对产品分量产生误认为由宣告无效，2022年经一审、二审审理后均维持原判。从“手打”的情怀营销翻车，到“1桶半”“一袋半”的大份量宣传失守，今麦郎接连陷入商标争议。在业绩持续承压下滑的背景下，频发的合规风波无疑为其未来发展增添了更多不确定性。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

1 相关商标诉讼10年前就陆续出现

近日，消费者陈先生在南京当地超市购买今麦郎“手打挂面”，发现口感并无手工面特有的筋道，与包装宣传严重不符。但是，包装上“手打挂面”四个大字极其醒目，配宣传语“好像妈妈的手打面”，刻意强化手工工艺联想；注册商标符号®的字体却极小，令消费者难以察觉。

随后，陈先生向媒体投诉，质疑今麦郎虚假宣传、误导消费者，将“手打”商标包装成手工工艺卖点。

对此，今麦郎回应称：“手打”仅为注册商标，产品是流水线工业生产，与手工工艺无关，引发更大舆论争议。该回应被舆论批评为“甩锅式回应”“玩文字游戏”，大量消费者吐槽“吃了20年，被骗”。

随着舆论的发酵，今麦郎董事长范现国发布视频：宣布从4月2日凌晨起，全面停产、停用所有“手打”商标产品，永久不再使用该商标。而他的说辞是“避免给大家带来产品表述上的困扰”。

众多消费者认为，今麦郎对此既无道歉，也无赔偿，这样的回应未免太过轻描淡写。

记者梳理信息发现，今麦郎2001年就开始申请“手打”商标，2002年正式注册成功。然而，中国裁判文书网显示，今麦郎的“手打”商标诉讼早在2016年就开始出现。

彼时，武汉市汉阳区食品药品监督管理局认定，该产品标注“手打”违反了食品安全标准。法院最终判决销售商家“退一赔十”，赔偿消费者1.1万余元。

事实上，面对此前因“手打”标识易误导消费者、甚至被申请撤销商标的争议，公司非但没有停用“手打”相关商标，反而在2019年多次提交“手打鲜粉”商标注册申请，试图将类似易引发歧义的标识延伸至方便粉丝品类，最终均被国家知识产权局以“易造成消费者混淆、缺乏显著特征”为由驳回，未能获准注册。

新手妈妈何小姐表示，“手工”向来是溢价的代名词，它同时也代表着质量，消费者往往愿意付出比机制产品更高的价格。“今麦郎的‘手打’商标无非是抓住了消费者的这种心理，有点投机取巧的意味”。

值得注意的是，这不是今麦郎第一次如此操作。

2015年，今麦郎推出“1桶半”“1袋半”方便面，主打大分量概念，并申请注册相关商标。2016年，“1桶半”“1袋半”商标相继获准注册。

2019年，“1袋半”商标被提起无效宣告，理由为“直接描述商品分量、缺乏显著性且易误导消费者”。

2020年，国家知识产权局裁定“1袋半”商标无效。此后今麦郎提起诉讼，2022年经一审、二审均败诉，“1袋半”商标最终被宣告无效。

此外，“1桶半”也陷入争议，被指实际面饼重量未达到宣传的1.5倍分量。但截至目前，今麦郎未回应“一桶半”“1袋半”商标争议。

专家认为，商标注册证不能成为误导消费者的免死金牌。《中华人民共和国商标法》第十条明确规定：“带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的标志不得作为商标使用。”

《食品标识监督管理办法》则要求，食品标识不得欺骗、误导消费者，预包装食品标签应标注反映真实属性的名称。

2 “心机商标”屡见不鲜，新规将整治行业乱象

目前今麦郎“1桶半”相关产品的左上角仍印有“TM”标识，而“Trademark”意为正在注册中的商标。两年前就已经被驳回的商标为何还在继续作为正在注册中的商标使用，今麦并没有明确回复。

继今麦郎“手打”商标引发热议后，陈克明旗下的“北方劲道挂面”也被曝出是商标。随后，陈克明（克明食品）官方客服回应称，“北方劲道挂面”“高筋面”“手擀面”确实为注册商标，但这些名称是按照产品特性取的，并不影响产品本身。

除此以外，陈克明手擀挂面、白象手擀挂面、金沙河手擀挂面等，包装上标注的“手擀”也都是商标。

3 营收缩水份额下滑，今麦郎深陷结构性困境

公开资料显示，今麦郎成立于1994年，前身是河北隆尧华龙食品有限公司（华龙集团），2002年品牌升级更名为今麦郎，2020年完成股份制改革。目前是中国方便食品行业的头部企业之一，产品涵盖方便面、挂面、饮品等多个品类。

由于今麦郎尚未上市，没有公开披露详细的财报数据。但据河北省工商业联合会公布的历年民营企业100强榜单显示，2019—2021年，今麦郎投资有限公司的营收分别为218.488亿元、240.429亿元和241.455亿元。

然而自2022年起，其营收连续两年下滑。2022年降至190.76亿元，2023年进一步下滑至165.7亿元，相较于2021年的巅峰已下滑31.4%，两年缩水超75亿元。在2024年的河北民营企业100强榜单中，未公布企业具体营收情况。

营收下滑的背后，是今麦郎传统支柱业务方便面市场份额正持续萎缩。2024年行业数据显示，白象以130亿元营收超越统一，跃居行业第二；而今麦郎自2023年起已滑落至第四位，落后于康师傅、统一和白象。

进入2025年，今麦郎增长持续承压，未能扭转经营颓势。有数据显示，2025年第四季度，中

克明食品方面对此表示，陈克明手擀挂面是机器制面，“手擀”是商标。对于“手擀面”，客服也承认属于“仿手擀”，并非真正的手工擀制，只能在研发中尽量还原手擀面的口感。

无独有偶，去年6月，白象食品因“多半袋面”“多半桶面”系列产品的商标问题陷入舆论风波。随后，白象食品发布声明称，“多半”产品，是基于原70克面饼基础上推出的110—120克面饼的产品。“多一半”是基于原60克面饼推出的100克面饼的产品。由此给消费者造成的误解表示歉意，并将尽快调整产品包装。

类似“心机”商标早已屡见不鲜。此前，白象方便面就被消费

者指出，“多半袋面”系列产品包装上“多半”是注册商标；“千禾0”酱油、“供港壹号”奶、“德子土”鸡等，也因商标问题引发争议。

据天眼查检索结果，仅仅以“多半”为关键词的商标注册记录超过170条，包括“多半吨”“多半斤”等衍生词汇，显示食品行业将促销关键词商标化的现象并非个例。

对于各种商标乱象，监管层面已有动作。公开信息显示，当前，我国商标法正在进行新一轮修改。

4月10日，商标法修订草案已通过全国人大常委会首次审议，其中新增的相关规定，直指“心机商标”乱象，将为整治这类文字游戏提供更为明确的法律依据。

发展，二者形成鲜明对比。

面对行业增长困局，今麦郎集团董事长范现国曾立下颇为宏大的目标。他表示，中国拥有14亿人口的庞大消费市场，未来快消领域必将涌现出更多千亿级企业，而今麦郎理应跻身其中，力争在2030年实现“千亿营收梦”。

但从现实情况来看，今麦郎当前营收规模仅在200亿元左右，与千亿目标之间仍存在巨大差距。

更值得警惕的是，今麦郎在品牌合规与品控层面接连引发争议。据司法文书显示，今麦郎面品（克州）有限公司仓库管理员刘某、运输司机郭某，为规避报废考核罚款、瞒报损耗，合谋修改地磅数据，于2019—2021年间私自外运127.95吨不合格面头（方便面副料）出售，涉案金额27.7万余元；此外，今麦郎多批次方便面还曾被检测出酸价超标。

而在黑猫投诉平台上，涉及今麦郎的消费者投诉高达1700多条，其中有众多消费者反映在今麦郎方便面中发现异物、产品过期、产品变质、虚假宣传等问题。



扫一扫获取
更多消费资讯