

## 【生活评弹】

**“妈妈排”起名的背后，  
依然是哗众取宠**

□赵强

作为消费者来说，在平时的消费活动中，对那些有着响亮的商品名称，而又货真价实的商品，自然会厚爱有加，欣然购买，而对那些商品名称一般的往往不会投以太多的目光。由此一来，也促使了众多商家，无不在自家的商品名称方面绞尽脑汁，为取一个响亮的商品名称而奋斗。可见，商品名称往往是最快走入消费者的一个商品先导。

然而，我最近在浏览新闻时，发现了一个怪异的商品名称，有点令人喷饭，也让人反思。据上海澎湃新闻报道，有一家销售牛排的公司，也将牛排按照男女来分。原来网友注意到一家食品有限公司售卖“爸爸排”“妈妈排”两种牛排，相同价格但克重却不同。有网友质疑牛排同价不同量，也有网友认为，“这么分没有意义，应该按规格而不是按性别分类。”

针对顾客质疑，厂商通过微博发布说明称不存在任何的歧视，同样的价格存在克重的差异是因为使用的牛排部位不同，“爸爸排”使用西冷牛排，“妈妈排”使用眼肉牛排，后者价格通常是前者的1.2—1.5倍。该公司辩称，“对于该家庭系列牛排产品，将爸爸、妈妈、孩子融入到品名上，主要考虑食用人群的偏好不同，可以便于寻找合适自己的产品。”

但是，网友对此却不领情，认为把牛肉按照性别分是性别歧视。因为，消费者的口感是多元的，并不是一个性别只认某一部位的牛肉。

看来，这家食品公司对自家商品名称的命名，实在有些哗众取宠和多此一举。把简单的商品复杂化，无疑地让消费者一头雾水，摸不着头脑。

由此，我想到，在消费领域里，我们遇到的这类名不副实的商品实在不一而足。众所周知，商品名称是指为了区别于其他商品而使用的商品的称呼，命名的方式可以从商品功能、商品形象、商品产地、商品的象征意义等方面着手，一般以文字形式表示。因此，好的商品名称，都是易记住、易懂，朗朗上口。当然，有些夸大其词的商品名称，虽然一开始很唬人，但是身经百战的消费者，也不全是消费“马大哈”，任凭商家胡乱起名，就欣然买单了。反而，更多的人会疑惑，在犹豫不决之间，就会与这个看似唬人的商品“失之交臂”。

一个商品，代表着生产企业的社会形象、商业形象，也是企业在社会上赖以生存的关键所在。一家企业的商品优劣，自然会在市场中得到最大的检验，商品的吸引力对消费者的购买行为有直接影响。命名恰当，可以提高知名度，增加销售量，命名不当，则导致滞销。商品的命名，也是企业兴衰的关键之一。有的商品功能很好，因为不会起名，而被市场所抛弃。于是，我们就看到一些在商品起名方面“黔驴技穷”的商家，试图以挑战消费者的认知来命名自家的商品，造成所谓的轰动效应。比如前几年出现的南方某公司打出“我要清嘴”（一种能清洁口腔的产品）的宣传语；山东某房地产公司处心积虑地打出“你要二房吗”（房屋租赁服务）的大幅标语；而广东一方便面厂则挖空心思搞出了“泡的就是你”（泡方便面）的街头招贴……这些广告与商品起名傍明星一样，都无异于哗众取宠。

商品要实在，起名更要规范。对此，一方面商家要自律，一方面监管部门要用规定来约束商家，以此净化消费市场。

## 【图闻点评】 ■本期点评 李婧

**独居的老父突然病倒  
在国外的儿子向邻居求助**

87岁的李大伯独居在杭州，儿子儿媳30年前旅居海外。因疫情，夫妻俩都不能回国照顾李大伯。期间，李大伯在家中发烧，起不了身，连孩子的电话都接不了。李大伯的儿子因父亲不接电话求助社区和邻居。最终，在社区和邻居帮忙下，李大伯转危为安。

**点评：**凡人小事，更能体现人间大爱。有时的举手之劳，就能解他人性命之忧。为这样温暖的社区和友爱的邻居点赞。

**快递小哥何世涛：我总不能为了50个快递不救人命吧**

9月8日，快递员何世涛派件过程中，听到张女士家里传出微弱的呻吟声，敲门也无人应答。何世涛赶紧拨打收件人电话，又拨打了120急救电话。一直看着家属把老人送上了120救护车，他才到下一站送件。“我总不能为了50个快递不救人命吧！”何世涛说。

**点评：**50多个快递关系生计，救人一命关乎良心，在何小哥心里，孰重孰轻一目了然。

**开学季“小眼镜”增多  
矫正治疗要“量眼定制”**

教育部近日公布中小学学生近视率调查结果显示，2019年底的数据与6月份调研数据相比，半年近视率增加了11.7%。研究表明，保持每天2小时、每周14小时以上的户外活动，可让青少年近视发生率降低10%以上。

**点评：**一方面家长给孩子安排了太多课程，另一方面，孩子即使有时间放松，也更倾向于看手机，长此以往“小眼镜”怎么能不多？

**全国400万快递小哥  
无一例因工作感染新冠病毒**

国家邮政局局长马军胜近日指出，全国400万快递小哥，每天每人至少接触100人以上，到现在为止，整个行业只有58个同事受到新冠病毒感染，没有一个是工作期间被感染的。马军胜称，邮政快递行业的防护工作值得肯定。

**点评：**由此可见，新冠疫情虽然凶险，只要提高警惕，防护到位，依然是可防可控的。

**支付难看病难孤独感加剧  
谁帮老人迈过“数字鸿沟”**

当手机软件成为主要的购票渠道、纸质车票逐步取消时，对老年人而言，这意味着一个近乎全新的时代悄然到来。移动互联网时代，离了智能手机，几乎是寸步难行。这种无奈，在老人扎堆的医院更是常见。

**点评：**当我们这一代年纪大了，肯定有更高的科技走进人们生活，我们是否能适应？不要让无法适应高科技的老年生活沦为孤岛。