

对 有 损 文 明 的

“奇葩”店名说

读者之窗

编者按

“坐霸街头”“饭醉团伙”……近日，一批江西省的“问题”店名、“奇葩”店名被禁止使用。江西省市场监督管理局要求对全省不规范的市场主体名称进行排查核查，对违反公序良俗的名称，应当按照名称登记管理有关规定责令限期办理名称变更。

这不是市场监管部门第一次向“奇葩”店名“亮剑”。近年来，上海、杭州、内蒙古等地都曾掀起过此类行动。一些商家为了吸引消费者的眼球，在店名上大做文章。不可否认，这些标新立异的店名确实能够加深顾客的印象，但难免会让人产生不好的联想，有悖于社会主流价值观。本期，我们就来看看大家对此的看法和建议。

媒体评论

张立美

店名、招牌是商家的脸面，但也是城市精神文明的一扇窗口，是城市形象的有机组成部分，反映的是一座城市的文化品位。这决定了商家的店名除了要合法合规之外，还应该要符合公序良俗。

一直以来，商家为了凸出个性，招揽顾客，往往会选用与众不同、让人耳目一新的店名，这本身是正常的现象，并无不妥。但有一些商家为了能在短时间内提高知名度，引起轰动，往往为店名绞尽脑汁，打起歪主意，使用一些“雷人”、低俗的店名，制造噱头，博人眼球。比如，使用类似于“榴芒一刻”“饭醉团伙”等谐音字词。

商家使用“奇葩”店名，有悖公序良俗，不仅拉低了城市的文化品味，也饱受社会的诟病。从法律角度来看，商家使用“奇葩”店名，实质上是一种违法行为。《个体工商户名称登记管理办法》第十一条规定，个体工商户名称不得含有违反社会公序良俗的内容和文字。

可见，禁止使用“奇葩”店名，并开展专项治理活动，不是小题大做，更不是无中生非，而是对长期以来使用错误、不法店名现象进行必要的纠正，属于依法执法行为，最终目的是要让商家在店名使用上，回归到法律和道德轨道上来。

从治本之策上说，市场监管等职能部门在对企业、个体工商户登记注册、店名申请时要严把审核关，不能等到满大街都是“奇葩”店名时，才着手治理。另一方面，要完善处罚条款，配套处罚机制，为执法、处罚提供法律依据。对擅自改变核准登记名称以及违法违规使用“奇葩”店名的商家，要予以相应的处罚，不能让这类行为处于零成本状态。同时，也应当畅通投诉举报机制，方便和奖励市民举报“奇葩”店名。商家起店名、设计招牌不能太过任性，必须恪守法律和道德底线。



请别拿低俗当卖点

丁兆永

近年来，屡屡出现各种“奇葩”的店招，不断“刷新”着大众的文化认知。“奇葩”店名何以屡禁不止？究其原因，主要是经济利益在作祟。在市场经济的大环境下，个别商家为了追求经济利益，刺激消费，别出心裁，用“奇葩”店名来吸引大众的眼球。殊不知，这种不规范、恶俗的店名不仅会影响经营者的自身形象以及城市文明形象，而且对于当地青少年的语言文字习惯、价值观念培养等也会产生一定负面影响。虽然商家是为了追求利益，但是也应该道义先行，这里的道义指的是不仅有法律的约束，还有社会文明的要求。

众所周知，无论门店招牌还是企业商标，都是商家为占领市场、赢得竞争、推销产品而推出的广告，其初衷是博取眼球、强化记忆和招揽顾客，追求创意本无可厚非，但市场主体为自家店铺取名，直接关系到商家信誉、经营形象及社会观瞻、民众感受，体现一座城市的文明程度。店名文化是一个地域、一个民族乃至一个国家所特有的人文精神，它体现在生活的方方面面。店名作为一种普遍的社会现象，所呈现的不仅仅是一种招牌，更是一种文化底蕴。当今社会，我们都推崇和谐文明的社会文化，倡导积极向上的正能量，但有些商家总是不顾社会效益，用“奇葩”店名夺人眼球、哗众取宠，这样的店名不仅会降低城市品位，还会扰乱社会经济秩序，助长社会不正之风。

因此，面对层出不穷的“奇葩”店名，一方面要完善相关法规，将商家取名行为限制在合理范围；另一方面，教育广大商家诚信经营、守法经营，少在稀奇古怪的店名上动心思，多在提高服务质量上用力气；市场监管部门应及时“亮剑”，做好常态化监管，依据相关法规制度积极宣传，引导更多经营者从细节入手规范经营，实现经济效益与社会效益的统一。同时，畅通举报渠道，严肃查处那些不文明、不合法的商家，捍卫城市文明，净化社会风气。

事实上，我国语言文化博大精深，店铺名称也是中国文化的传承之处。商家如果能巧妙利用语言的谐音，可以令店名更具有文化意味，博人眼球。结合时代元素和文化特色的店名到何时都会起到良好的宣传效果，谐音取名自然也可“发扬光大”，但却是应当体现助推社会良好风尚的奇思妙想，而不该剑走偏锋地热衷于“污”成名的短期行为。违反法律法规、有悖社会公德的店名往往会适得其反，因此应该被画上休止符。

总之，店名文化是中华文化的重要组成部分，包含着历史的积淀，折射出各个历史时期的文化光彩。因此，宣传积极向上的城市文化和宣传手段新颖可以，但一定要符合规定。商家只有增强法律意识，承担更多的社会责任，再加上监管部门的常态化监管，才能将哗众取宠的低俗店名扼杀在摇篮之中。

近年来，随着新兴行业、网络词汇的出现和广泛传播，各种“奇葩”店名、恶俗搞怪店名越来越多地被商家“青睐”，有些是依靠谐音字、词躲避了企业名称禁用规则，但使用场合或产品与其并不匹配，让人哭笑不得；有些是打着法律的擦边球，内容低俗，不仅有违公德，而且让人看了后尴尬不已……笔者以为，这些“奇葩”店名，不仅不能帮助经营者实现“开门红”，甚至还可能因为违反规定而遭到监管部门的“亮剑”。

如今，随着商品经济竞争的日益激烈，个体工商户的注册门槛也随之降低，从事经营活动的人员和类别的更新换代也达到了前所未有的速度。走在街头，大大小小的店铺令人眼花缭乱，而要想在众多同行中脱颖而出、吸引客户，店名就显得尤为重要。一个创意新颖、有趣响亮的店名或商标，会让人印象深刻、眼前一亮，成为成功经营的第一步。

但正因如此，取名就更不能随意了。笔者以为，无论是出于缺乏了解的无意为之，还是纯粹为了博取眼球而制造噱头，一旦违反了规定的红线，挑战了公众的道德底线，终将会在人们的嘲讽和指责中默默收场。

实际上，在笔者看来，以汉字和词语命名店名，尤其是借助同音不同字的“双关”谐音，既是商业招牌，也是文化符号。除应具有识别商品或者服务来源的市场功能外，亦应具有促进我国文化建

设发展的社会作用。但由于目前的市场监管还不够完善，所以一些不合适的谐音字、词成为了禁用规则之下的漏网之鱼，一旦相关的工作人员把握不准，“奇葩”店名就会成功注册。

而且，有些“奇葩”店名明显带有不正确的价值观，传播的信息有害无益，因此，必须要及时清理。除了细化相关的法律法规，建立惩罚机制外，还要进一步完善名称登记系统的禁用规则，从源头上过滤违反规定或公德的不良名称用词，净化市场环境。除此之外，还应引导商家运用正确的营销方式，对店名有个正确的认识，可以有创意，但不能没有底线，可以巧用谐音、典故，但不能恶搞和山寨，要知道，有的底线不能触碰。（据河北新闻网）

“奇葩”店名折射出的营销焦虑

王立坤

如今，走上街头，林林总总的商铺店名是一大“风景”。诚然，一个好的店名，能迅速拉近消费者与店主之间的距离，让消费者产生印象，进而促成消费可能。好的店名是促成陌生顾客上门的一大“诱因”，很多店铺都在店名上下足了功夫，“名”不惊人不死不休，在“新”“奇”“特”上做文章，促成了“奇葩”店名产生。

“奇葩”店名常见使用手段就是谐音，诸如“饭醉分子”“百衣百顺”之类；常见的指向为挑逗性、暗示性，商家无不是利用了潜在消费者的好奇心和猎奇欲，以期达到营销产品的目的。

店名是店主营销理念的外化，也是商家思想意识的外化。在当今社会市场竞争激烈、商品同质化较高、进入买方市场、利润微薄的大前提下，商家浮躁的心态，急于求成的营销焦虑，应该是“奇葩”店名的产生根源。有部分商人想通过“奇葩”店名吸引顾客，增加客流，提高收益。这样的做法，类似武侠小说中快速提高内力的“秘籍”，短时间内可能有效，却会影响后续的发展。可以说，商家文化素质的参差不齐、先进营销理念和手段的缺失，也是造成“奇葩”店名的原因之一。

此外，因经济发展、社会进步，消费者对消费的需求更为多元、对多层次的服务和产品都有需求，

恰好是这样的需求，又被处于焦虑之中的商家敏锐地“抓住商机”，主动迎合，善于暗示，急于满足消费者的心理预期。适当满足和迎合消费者，本无可厚非，毕竟“顾客是上帝”，但这种满足应该建立在产品质量过硬、服务热情周到等核心竞争力之上。

同时，商业本就是“人无我有，人有我精，人精我快，人快我廉”的竞争模式，尽力使其“稀缺”，消费者感到新鲜有趣，才有卖点。试想，当大家都朝着“奇葩”店名使劲儿的时候，忽然有一个内涵丰富的店名出现，对消费者来讲，就是新鲜有趣的，何尝不是一股“清流”？

根据调查显示，响亮、文明的店名也会促进回头客的产生，也便于顾客与亲朋好友分享，提高顾客的回头率。退一步讲，当顾客在给亲朋好友推荐店名时，如果说“走啊，去饭醉团伙聚一下”，这样的对话难免让人尴尬。

店名是社会文明的组成部分，也是文明传播的窗口和外在体现。对店名的管理和引导，应该被全社会重视起来。社会要积极引导，有关部门要加强监管，商家本身也要加强营销策略等的学习，共同打造文明雅致的店名，促进品牌的形成。



征稿启事

《上海市生活垃圾管理条例》将于今年7月1日起施行，上海市旅游住宿业将不主动提供牙刷、梳子、剃须刀等一次性日用品。违者将依法处罚，市民游客也可以举报。对于酒店而言，停止向顾客免费提供一次性洗漱用品，一方面可以节约不少的成本，另一方面可以做到绿色环保，符合国家相关政策。但对不少顾客而言，使用酒店免费的一次性洗漱用品，已经成为一种习惯或依赖，一时半会儿难说再见。如果酒店停止提供这些服务，会给一些顾客带来麻烦，导致顾客产生不满情绪。对此，您有什么看法或建议吗？欢迎大家来稿与我们交流。

如果您还有其它的关注点，欢迎告知我们，我们将根据关注点的热度进行策划。

邮箱：jswmll@163.com
3369157249@qq.com

清理“辣眼”店名 还需监管多“长眼”

贾梦宇

近年来，一些商家为招徕顾客，绞尽脑汁在店名店招上做文章：有的滥用谐音字，肆意篡改成语，更有甚者为了突出个性，以低俗暴力作噱头，这些“奇葩”店名店招，让人直呼“辣眼睛”。

《中华人民共和国广告法》规定，广告不得有妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚和含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。《企业名称登记管理规定》第九条规定，企业名称不得含有有损于国家、社会公共利益的内容和文字，不得含有有可能对公众造成欺骗或者误解的内容和文字。《个体工商户名称登记管理办法》也规定，个体工商户名称不得含有有损于国家、社会公共利益的内容和文字，不得含有违反社会公序良俗的内容和文字。从法律角度说，商家使用“奇葩”店名店招，实质上是一种违法违规行为。

既然我国法律早就有禁止性规定，那“奇葩”店名店招为何还会屡屡出现？一个重要原因，就是企

业登记注册线上审核系统存在短板甚至漏洞。比如，如果企业登记注册名称中含有“霸王”二字，系统会提示“违反企业名称禁用规则”，但单独使用“霸”字，则能通过系统的审核；“榴芒”“饭醉”等谐音也能够通过系统的审核。此外，根据《个体工商户名称登记管理办法》的规定，个体工商户可以不使用名称进行登记，这就给一些想在店名上动歪脑筋的商家留下了打擦边球的操作空间。

店名店招，体现着一座城市的文明程度。规范店名店招，是城市精细化治理的应有之义。然而，“辣眼”店名屡屡出现的事实却告诉人们，在这方面，相应的法规、手段还不够精细。清理“辣眼”店名，还需监管多“长眼”——既要睁大监督之眼，对“辣眼”店名进行全面整治，又要主动自我审视，不断完善、细化相关法规和举措。如此，才能让店名店招真正成为一道“养眼”的风景。

（据《河北日报》）