

# 浅谈奶茶店单品名称中的叠词现象

彭瑾毓

湖北工业大学外国语学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年12月23日; 录用日期: 2025年2月5日; 发布日期: 2025年2月14日

## 摘要

汉语的形态变化并不发达, 但重叠式却大量存在并广泛使用, 因此重叠式一直是汉语语法研究中最重要课题之一。文章以某些奶茶店单品名称中的词语重叠现象为研究对象, 详细介绍了名词重叠、形容词重叠和动词重叠。其中, 名词重叠和形容词重叠是重点。

## 关键词

奶茶店单品名称, 词语重叠, 重叠结构, 语法意义

# A Brief Discussion on Reduplication in the Naming of Milk Tea Shop Menu Items

Jinyu Peng

School of Foreign Languages, Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

Received: Dec. 23<sup>rd</sup>, 2024; accepted: Feb. 5<sup>th</sup>, 2025; published: Feb. 14<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

The morphological changes in Chinese are not well developed, but reduplication is widespread and extensively used, making it one of the most important topics in Chinese grammar research. This paper focuses on the phenomenon of word reduplication in the names of certain milk tea shop menu items, providing a detailed analysis of noun reduplication, adjective reduplication, and verb reduplication, with an emphasis on the first two types.

## Keywords

Milk Tea Shop Menu Items, Word Reduplication, Reduplicative Structure, Grammatical Meaning

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

关于汉语重叠形式的研究成果很多,吴吟(2000)在《汉语重叠研究综述》一书中指出,从历史的角度看,重叠研究基本上可以分为两个阶段:19世纪50年代和19世纪80年代。19世纪五六十年代,中国的重叠研究大多集中在形容词和动词的重叠上[1]。有很多学者都对动词重叠进行了研究,其中有何融《略论汉语动词的重迭法》(《中山大学学报》1962)、王还《动词重叠》(《中国语文》1963)、范方莲《试论所谓动词重叠》(《中国语文》1964)、李人鉴《关于动词重叠》(《中国语文》1964)等[2]。

## 2. 奶茶店单品名称中叠词的语音特征

### 2.1. 叠音分析

叠音词是由两个相同的音节连缀成一个语素构成的词。重叠音节能让消费者感觉到名称的巧妙和亲切,像奶茶店单品名称“芒芒椰椰”,既能充分表达一个产品的含义,又能让消费者感觉到巧妙有趣,容易记忆,从而与众不同;单品名称“芋泥啾啾”呈现出一种可爱态势,互联网还因此延伸出流行语“不要奶茶,不要芋泥,要啾啾”,这可能和“婴语”有关。研究表明,婴儿期对语音的偏好具有普遍性,例如婴儿更倾向于对重复音节产生注意(陈钰,2020)[3]。每个人学说话都经历过重叠表达阶段,重叠词的使用是典型的婴儿习语,推而广之到非婴儿交流中,重叠词就会有令人生厌之感。比如喝喝,水水,抱抱,喝水水,《乖,摸摸头》,事实上,一些表达贬义的单音节形容词在重叠时也往往会产生这种美好的效果:笨笨,傻傻,呆呆,坏坏;而名词中亲属类的妈妈、爸爸等重叠形式本身就能表达昵恋。

### 2.2. 平仄分析

声调是一个音节高低升降的变化,平仄搭配有助于品牌名称的吸引力。朱晓敏(2015)在《现代汉语语音学》中提到,重叠词的平仄搭配往往能形成韵律感,从而增强语言的节奏美感[4]。

奶茶店单品名大多采用交替平仄。通过使用不同的平仄组合,使名称充满节奏变化,悦耳动听,引起消费者的共鸣。例如“芋泥啾啾”是仄平平平;“葡里葡气”是平平平仄;“脆脆绵绵冰”是仄仄平平平。

然而,一般来说,商家倾向于考虑叠音词分析,而很少关注平仄变化。这一方面是由于商家没有意识到店名对消费者的影响,并没有专门对命名进行适当的研究。另一方面,商家本身的文化素养不高,这意味着他们只能处理模棱两可的叠音词。

## 3. 奶茶店单品名称中叠词的语用策略

刘丹青(2010)提出,语用预设是商业命名的核心逻辑之一,通过特定词汇搭配唤起消费者的心理联想,从而达到情感营销的目的[5]。“语用策略”指语言使用者利用一定语境中语言结构的选择产生的具体言语意义达到交际目的手段或者途径,常用的语用策略有语用预设、语用模糊、语言顺应等。而商家在对单品进行命名时,其命名意图会运用不同的语用策略,通过不同的方式表达出来,以此来试图说服消费者。以下是对奶茶店单品名称中的叠词采用的语用策略的分析。

### 3.1. 语用预设：通过叠词营造期待感和联想

预设译作“前提”，又叫先设，是一种语用推理，也是一种语用策略。作为语用前提，预设指说话人对言语的语境所作的设想。具体而言，当消费者在看到奶茶店商家对商品名称的命名时，他们会根据其名称而理所当然地做出一种预设，并认为他们是真的。

在奶茶店单品的命名中，叠词的使用常常能引导消费者产生对产品口感或特色的预设。例如，“水果吨吨桶”这一名称，叠音词“吨吨”通过其重复性和音韵的特征，隐含着一种充盈、丰富的联想，使得消费者在看到这个名字时，自然而然会预设产品味道丰富、口感顺滑且过瘾。这种预设不仅通过名称的发音特征来激发消费者的感知，还使得消费者产生一种预期的情感体验。

同样，“芒果多多”与“圆圆不断”这类名称，运用了重复叠词的策略，隐含着丰富、持续的数量感。在消费者的心中，这些名称传递的是一种原料丰盈的形象，仿佛每一口都能吃到大量的芒果或芋圆，进一步激发消费者对产品内容丰富性的期待。商家通过叠词的结构，引导了消费者对商品的情感预设，从而在潜意识中增强了消费者的购买欲望。

### 3.2. 语用模糊：通过模糊性和节奏感提高吸引力

语用模糊是在言语交际中经常被使用的言语策略之一。语用模糊是说话人在特定语境或上下文中使用不确定的、模糊的或间接的话语向听话人表达数种言外行为的现象[6]。一个好的单品名称会激发消费者的购买的意愿，但是过于直白精确的单品名也很难吸引消费者。因此，奶茶店的商家也会故意使用一些模糊的词语来命名店铺单品。

在奶茶店单品名称中，语用模糊和语音的平仄搭配常常相辅相成，共同增强名称的魅力。平仄的搭配能够加强语言的节奏感，使名称听起来更加悦耳动听，而语用模糊则为名称赋予了多重的解释空间，进一步激发了消费者的好奇心。

例如，“芒芒芝佳”这一名称，虽然从字面上看传递的是“芒芒”和“芝佳”两种成分，但消费者可以对其产生多种解读：是否是最佳的芒果和芝士，还是指代两种产品的最佳状态？这种语义上的模糊性通过音节的重复与节奏感的相结合，创造了一种富有层次感的语言表现，使得名称既有丰富的音韵效果，又为消费者留下了足够的联想空间。

在平仄搭配方面，“可可捞小满”这一名称中的“可可”和“小满”就采用了平仄交替的方式，音节的高低变化不仅增加了名称的韵律感，还通过模糊的语义增加了其吸引力。“可可”可能指巧克力，也可能指人名，而“小满”则有可能是节气，也可能是用来形容原料的名称。平仄的变化与语用模糊的结合，让名称的语义既不局限，又有着动听的音调节奏，提升了名称的传播效果。

从语用模糊的角度看，翟学风(2007)指出，模糊表达在语言交际中是一种常见现象，其目的是通过多义性增加话语的吸引力和灵活性[7]。在商业命名中，这种模糊策略能够激发消费者的想象力，使产品名称具有更大的解释空间和吸引力。然而，模糊的语义也可能引发认知负担，过于复杂的解读会降低名称的传播效果。因此，商家在命名时需要平衡模糊性与明确性的关系。

## 4. 奶茶店单品名称中叠词的语法意义

张斌(2002)分析了重叠动词在儿童语言习得中的重要作用，并指出，这种语言现象体现了人类语言简化与重复的普遍规律[8]。动词重叠显现的是动量，形容词重叠显现的是度量，名词和量词重叠显现的是数量，所以“重叠”这种句法手段表达的语法意义是显现基式的量，使基式定量化、有界化、状态化。本文对奶茶店单品中的单音节重叠式词语进行了统计，重叠式名词共有12个，重叠式形容词共有5个，重叠式动词共有4个。

## 4.1. 叠词的形式及其语法意义

### 4.1.1. 单音节叠词的形式

#### AA 式

在奶茶店单品名称中，AA 式单音节叠词占据主导地位。这些叠词在形式上简单、节奏感强，易于记忆并能引发消费者的联想与情感反应。据统计，重叠式名词有 12 个，重叠式形容词有 5 个，重叠式动词有 4 个，分别是：芒芒、椰椰、葡萄、可可、珠珠、芝芝、栗栗、笋笋、声声、奶奶。例如：

- (1) 芒芒生打椰(茶百道)
- (2) 葡萄冰柠(oniisspark)
- (3) 棉花糖可可(大胡子冰可可)
- (4) 椰椰奶冻(幸运咖)
- (5) 金珠珠茶乳(茶理宜世)
- (6) 芝芝多肉葡萄(喜茶)
- (7) 奥利奥栗栗杯(完达山)
- (8) 笋笋纸鸳(茶颜悦色)
- (9) 声声乌龙(茶颜悦色)
- (10) 豆乳芋泥奶奶(百分茶)
- (11) 日日是好日(周四晚)
- (12) 桃花朵朵开(霓裳茶舞)

AA 式单音节形容词重叠共有 5 个，分别是：青青、多多、脆脆、脏脏、厚厚。例如：

- (1) 青青糯山(霸王茶姬)
- (2) 葡萄柚多多(treetea)
- (3) 布蕾脆脆奶芙(古茗)
- (4) 奥利奥脏脏奶昔(完达山)
- (5) 红茶厚厚乳(young&finch)

AA 式单音节动词重叠共有 4 个，分别是：啵啵、冻冻、发发、泡泡。例如：

- (1) 西瓜啵啵(young&finch)
- (2) 椰奶冻冻(山茶涧)
- (3) 发发水(开个方子)
- (4) 青梅泡泡茶(茶沏)

### 4.1.2. 单音节叠词的语法意义

#### (1) 名词重叠的语法意义

奶茶店单品中的名词重叠所表现的语法意义与现代汉语名词重叠的语法意义大致相同，概括起来主要有以下四点：

- (1) 增添口语色彩。主要体现在亲属称谓的名词重叠上。如“豆乳芋泥奶奶”。
- (2) 表示集体中的每一个，可以用“每”来代替。这类意义的名词重叠主要是带有量词性质的 AA 式重叠。如“日日是好日”“声声乌龙”。
- (3) 表示程度加重，量的增多。如“桃花朵朵开”。
- (4) 表示“喜爱”“亲切”，或“细小”色彩，不表示量的大小。如“金珠珠茶乳”“芒芒生打椰”“葡萄冰柠”“椰椰奶冻”等。奶茶店单品中的名词重叠所表示的语法意义大多属于此类。

从上述论述中，可以把名词重叠的语法意义进一步归纳为两大类：其一是表示量的变化，如第(2)、(3)中的意义；其二是表示增添了某种语言色彩，如第(1)是增添口语色彩，第(4)是增添亲昵色彩。

### (2) 形容词重叠的语法意义

重叠式形容词的基本词义与基式的基本词汇意义相同，不同之处在于基式形容词只是表达属性，而重叠形容词则可以表达特定的附加意义。多位学者对形容词重叠的语法意义进行了研究，主要归纳为两个方面：一是数量属性，二是描述属性。

最早研究形容词重叠的量的特征，也是最有影响的是朱德熙先生。他认为，形容词重叠的语法意义带有量的观念，即在状语和补语的位置上带有加重或强调的意义，在定语和谓语的位置上表示轻度[9]。也有学者将形容词的量化特征归结为“量的增加”、“高量或大量”。本文倾向于后一种解释。这是因为形容词的重叠不仅在状语和补语位置增加，而且在定语和谓语位置的例子也有增加，例如，“淡淡的味道”、“大大的房子”、“他说话客客气气”等等。至于朱德熙先生所举的例子，“长长的眉”、“大大的眼睛”、“脸儿红红的”、“眼睛亮亮的”等例句中的重叠表示程度很轻，我们将其解释为“移情”因素的结果，而不是实际的“少量”。因此，从形容词重叠的量的角度来看，我们对奶茶店单品中形容词重叠的语法意义主要解释为：处在定语和谓语位置的叠词表意为“量的增加”和“程度的加深”：

- (1) 青青糯山(霸王茶姬)
- (2) 红茶厚厚乳(young & finch)
- (3) 布蕾脆脆奶芙(古茗)
- (4) 奥利奥脏脏奶昔(完达山)

朱德熙先生指出，处于定语和谓语的形容词重叠，往往含有“爱抚、亲热”的意思。从实际语料来看，表示亲昵、喜爱的形容词重叠多是描绘景物或事物的体貌特征。

### (3) 动词重叠的语法意义

朱德熙先生认为“‘动词重叠表示动作的量’，‘所谓动作的量可以从动作延续的时间长短来看，也可以从动作反复次数的多少来看’，前者叫‘时量’，后者叫‘动量’”。简单地概括就是动作的量，包括：

(1) 次数量，表示动作反复的多少。瞬间动词重叠后多表示动作反复的次数。

(2) 程度量，表示动作力度的轻重。瞬间动词、持续动词和非重复动词重叠后多表示动作持续的时间。当然话本小说动词重叠的语法意义不能就这么简单归纳，我们要根据动词的语义特征来帮助我们分析动词重叠的语法意义。

话本小说的动词重叠形式与非重叠形式相比，呈现出更具有动态性的动作行为。“说话人把动词重叠起来使用，说明他对重叠的语法作用有一种语感。这种语感正是重叠式语法意义的反映”。通过对动词重叠“语感”以及重叠现象的考察，我们发现动词重叠有的表示动作行为的持续，有的表示动作行为的反复，有的兼而有之。至于持续时间的长短或反复次数的多少，量往往是不确定的，“量”是一种重要的认知范畴，体现在语言形式上就形成语言的范畴。动词重叠与量的变化也有着直接或间接的联系，是一种表达量变化的重要语法手段。对奶茶店单品中动词重叠现象作具体分析，其语法意义主要归纳为以下几个方面：

1. 缓和语气。“椰奶冻冻”比“椰奶冻”听起来语气更加缓和，没有那么严肃，消费者会获得较为悦耳的听觉感受。

2. 简化动作难度、力度。“青梅泡泡茶”就体现了泡茶的力度不重和难度不大，便于获得，如果换成“青梅泡茶”则会使想快速购买以便即使消暑的消费者感到该单品制作工艺过程缴费时较费时，不想浪费时间等待。

3. 显示可爱、亲昵。“西瓜啾啾”中的啾啾原指珍珠，而啾啾正是珍珠喝起来的声音，听起来十分可爱，给人视觉和听觉双重想象空间。

## 4.2. 语法意义的综合分析与联系

从整体来看，奶茶店单品名称中的叠词在语法上起到了多个作用。首先，名词重叠大多指向量的变化，特别是在数量的表达上表现突出。而形容词的重叠则往往增强了描述属性的程度，给予消费者更强烈的感知与印象。动词重叠则主要通过反复和持续的动作展现产品的轻松与可亲近性。这些语法意义的共同特点在于：通过叠词的形式将量、程度、情感等多重元素传达给消费者，使其在购买决策中获得更多的信息，增加对产品的情感投入。

## 4.3. 叠词语法意义与语音特征的融合

叠词的语法意义和其语音特征(如平仄、节奏等)紧密联系,形成了奶茶店单品名称的独特魅力。例如,“可可捞小满”通过平仄交替的音韵变化增强了名称的节奏感,而其语法意义则通过“可可”和“小满”的重复,带给消费者甜美、丰盈和轻松的感受。

## 5. 奶茶店单品名称中叠词现象的问题和命名建议

### 5.1. 问题

上述分析中,21家奶茶店收集的单个产品名称也存在一些问题。一方面是奶茶品店的单品名称存在问题,另一方面是奶茶店现有的单品名称与消费者的偏好存在差异。

奶茶店单品名称具体功能存在问题。单品名称没有统一的形式。根据国家规定,产品名称应使用简体中文。不允许使用繁体字或用户自造字。然而,许多商贩为了突出自己,故意将简体字改为繁体字。例如,“烟雨烏龍”“飛紅點墨”。这种刻意地命名不仅难以辨认,也不利于消费者记忆。

产品名称相似度高。这也是奶茶店单品中比较明显的问题。经营者在奶茶店的单品名称中使用相同的词语。例如,“芒芒椰椰”“椰椰芒芒”“生打椰椰芒”“抹茶椰椰芒”。这一方面是由于产品的成分中含有芒果和椰子,商户专门选择带有芒果和椰子特征的词语来命名一家奶茶店的产品,这也导致了这些词语出现的频率较高,店名的重复率也较高。另一方面,也有可能是一些商贩故意起一些与知名的单品起相似的名字,以误导消费者。但无论如何,如果个别奶茶店单品名称过于相似,奶茶店就失去了原有的独特性,也就失去了品牌的作用。

奶茶店单品名称和消费者的偏好与是否存在差异化特征有关。名称没有特定含义。经营者想把自己喜欢的名字组合在一个奶茶店单品名称中,但没有考虑到名称是否有特定含义,也没有考虑到产品名称的含义是否与消费者有关。例如,“招牌发发发”“水母勇闯大海洋”,虽然朗朗上口,容易记忆,但细究起来,名称并无特定含义,与奶茶店的某一产品名称也无关联。

### 5.2. 建议

奶茶店单品名称既是一种语言现象,也是一种社会现象,会对消费者,甚至社会产生一定的影响,因此规范奶茶店单品名称是很有必要的。对此,我们提出以下建议:

首先,应加大汉字规范使用的宣传力度。虽然国家政府制定了《中华人民共和国国家通用语言文字法》等规范汉字使用的相关法律法规,但并未引起企业和消费者的重视。因此,国家政府应继续加强宣传,通过推出标语、举办讲座等方式,提高企业对使用规范称谓的认识。

其次,交易平台应制定相应措施统一管理。目前的网络管理办法并不完善,需要改进。交易平台也

要有责任意识，行动起来，主动为奶茶店单品审核。对于不合格的产品名称，交易平台应积极鼓励商户更改。在商户注册产品名称的同时，平台应及时对过于相似的产品名称进行召回，尽量保证每个奶茶店的单品都有自己的个性。

最后，经营者需要提高文化素养。一个好的单品名称绝不是随意堆砌出来的，也不是刻意用繁体字、特殊符号来吸引消费者。奶茶店单品的名字正是做到了用规范的汉字、简短的音节和有韵律的变体，既有寓意，又有自己的特色，从而吸引消费者青睐。这也是创业者应该重视奶茶店单品起名，提高自身文化修养的另一个原因。

## 6. 结语

奶茶店单品中名词重叠的结构之一主要是 AA 式重叠。名词重叠的语法意义主要是表示量的变化和增添某种语言色彩；奶茶店单品中形容词重叠的结构之一同样也主要是 AA 式重叠。形容词重叠的语法意义，其主要形式是数量增多和程度强化。

虽然奶茶店单品动词的语法意义不像名词和形容词那样多样丰富，与现代汉语中的动词重叠相比也很少表现出特殊性，但它也有自己的特殊性。

在文献资料的收集过程中，笔者发现很多研究者主要关注奶茶的品类和口味，而较少从语言学角度分析奶茶店的单品名称。因此，本作品采用语言学的视角，从营销者和消费者的角度出发，对奶茶店单品名称中的叠词现象进行研究，以期更好地指导名称提炼，促进消费者的购买意向。这也是本作品的新颖之处。

## 参考文献

- [1] 贾海霞. 晋语柳林话重叠式研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中央民族大学, 2010.
- [2] 刘梦影. 新加坡《叻报》词语重叠研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2019.
- [3] 陈钰, 等. 新生儿语音感知的神经基础: 一项元分析[J]. 心理科学进展, 2020, 28(7): 1123-1135.
- [4] 朱晓敏. 现代汉语语音学[M]. 北京: 北京语言大学出版社, 2015.
- [5] 刘丹青. 语用预设与商业命名策略[J]. 语言科学, 2010, 6(4): 23-27.
- [6] Thomas, J. (1995) Meaning in Interaction: An Introduction to Pragmatics. *Journal Name*, 6, 23-27.
- [7] 翟学风. 语用模糊的认知观[J]. 安徽电子信息职业技术学院学报, 2007(5): 36-38+66.
- [8] 张斌. 儿童语言习得中的动词重叠研究[J]. 汉语学习, 2002(3): 12-15.
- [9] 朱德熙. 现代汉语形容词重叠式的语法意义[J]. 语言研究, 1956, 1(1): 23-27.