大片牛肉变成小肉粒 方便面广告算不算欺诈

方便面广告与实物严重不符，消费者不得不为高额的广告费用埋单

无论是打开电视还是走上街头，总能看到“喋喋不休”的方便面广告：影视明星手捧一碗热气腾腾的方便面，面条极富弹性，伸缩自如，里面还有大片大片的牛肉，或是晶莹白亮的大粒虾仁……看得人直流口水，忍不住食指大动。但吃过方便面的人都知道，方便面里面的内容实在“单薄”：一撮碎葱花里，往往最多能翻到几个干瘪的小肉丁，与广告和包装上的诱人图片相比，实在大相径庭！

有消费者忍不住用“忽悠”一词来形容方便面广告。不过，忽悠归忽悠，方便面市场却正是凭借广告赚取了丰厚的利润。连日来，记者展开系列调查发现，方便面的原料成本远低于售价，而消费者却不得不为高额的广告费用埋单。

公交车身上的方便面广告

超市货架上的方便面

■记者体验

广告好美 实物缩水

日前，记者在南京部分超市购买了一批不同的方便面，每一碗面包装上的图片都非常诱人。随后，记者用开水冲泡……结果，鲜明的对比出现了——

[康师傅“江南美食”东坡红烧肉面]

外包装：一碗热气腾腾的面上，放着一块通红的东坡肉，看起来有三指宽三指厚，旁边还配着碧绿的小葱，色香味俱全，十分诱人。

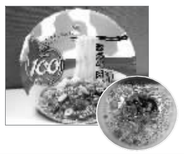
泡好实物：只能看到几片小指甲盖大小的肉片夹杂在葱花中间，根本就没有图片中展示的大块东坡肉。

[统一100鲜虾鱼板面]

外包装：金黄色的汤面里，放着好几只鲜红的虾仁，底下还能看到好几片一元硬币大小的鱼片。

泡好实物：面汤基本上就是清汤，菜料也就是一小撮，而且大量的是葱花和蔬菜片。虾仁只有两三个，而且只有小拇指盖大小，鱼片还没有一分硬币大。

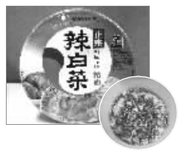
[统一100葱爆牛肉面]



外包装：红色的汤汁浸泡着细滑的面条，在面条上酱红色的牛肉堆得老高，旁边还配有两棵碧绿的菜心，让人一看就想吃上一口。

泡好实物：除了看到大量的胡萝卜片外，根本不见牛肉的踪影，寻找良久后才找到了如玉米粒大小的牛肉粒。

[农心辣白菜拉面]



外包装：菜料十分丰富，不仅有辣白菜，还有一些肉片点缀其间，铺满了整个碗面。

泡好实物：菜料倒确实能将整个碗面盖起来，但图片中的辣白菜和肉片却不见踪影，取而代之的是大量的葱花和几颗玉米粒。

[惠宜红椒牛肉面]

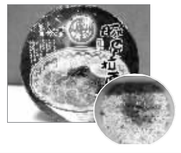
外包装：热气腾腾的面上放着4片酱色的牛肉，旁边还插着5只红椒，并配有绿油油的青菜，煞是好看。

泡好实物：只有两三片指甲盖大小的肉片漂浮在面汤里，还有一些绿色的细碎蔬菜片和辣椒皮。

[康师傅“亚洲精选”豚骨拉面]

外包装：装在陶瓷碗里的面条热气腾腾，面汤是浓郁的金黄色，碗面上盖着三块大肉片，还有半个鸡蛋。

泡好实物：一小撮菜料漂浮在面汤里，都是细碎的蔬菜片，所谓的肉片是两小片黑乎乎的东西，鸡蛋更是不见踪影。



■小面大忽悠

方便面广告 擅打“擦边球”

包装上的图片和泡好后的实物反差如此之大，有些消费者质疑称，方便面广告普遍存在夸大宣传的嫌疑。然而，再仔细端详一下各品牌方便面的包装会发现，几乎每碗面都印有一栏不起眼的小字：“图案仅供参考，实际内容参见标识”，或“本品以实物为准”等。

显然，方便面生产企业是“明知”图案与实际内容不符的。那么，有了这行小字，是不是就能撇开“夸大宣传”的嫌疑了呢？

对此，南京市工商局广告监督管理处的有关人士说，方便面厂家打的是“擦边球”：虽然在广告和包装宣传上与实物有区别，但基本还是建立在真实基础上的。比如说是牛肉面，配料中的确有牛肉，至于所含肉片的大小，这涉及到厂家生产过程中的一些“技术”问题。此外，牛肉面、海鲜面等更多标示的是口味，所以，还算不上“误导”消费者。

采访中，记者在南京几家大超市，对约50名消费者做了一项随机调查。“你看这上面，牛肉这么大块，香喷喷的，其实哪有这么多肉啊？”市民徐女士笑着说，每次吃方便面，她的小孙子就会在碗底翻找牛肉，结果找半天也只找到一些小碎肉。

几乎80%的消费者坦言，尽管有时候明知实物与图片有差别，但在实际选购方便面时，还是会受到广告图片的影响。

看了这样的方便面广告，你是否流口水？（资料图片）

■小面大市场

南京人均1年泡26袋面

昨天，记者在新街口沃尔玛超市看到，琳琅满目的方便面几乎占满超市整整两大排货架，有“康师傅”、“统一”、“五谷道场”等10多个品牌，同一品牌还包括不同品种、口味的产品。细数一下，仅“统一”旗下就有“好劲道”、“巧面馆”、“统一100”等17种之多。

方便面种类繁多，价格差别也很大，如“统一”的“好劲道”系列，5袋一共4.6元，而“日清”的“出前一丁”系列，同样是5袋连装，却是19元。一般来说，袋装面0.8元到2元之间，桶装面则是2.5元到4.5元不等。

方便面也十分好卖。短短1个小时，就有10多位市民在货架前选购，很多市民一买就是好几大包。

从在超市货架所占的位置来看，小小方便面的“地位”却不容小觑。记者走访了几家大型超市看到，沃尔玛超市，方便面占满两排长约14米的6层货架；金润发鼓楼店，3排长约8米的8层货架上全部摆放了方便面，其中桶装面占据了1排货架。同样的情况也出现在苏果、家乐福等其他超市。

据苏果超市公司内部人士透露，方便面之所以受到超市的欢迎，是因为其销售量十分惊人。“苏果一年的方便面销售额接近2亿元，占到苏果全年销售额的3%，食品类销售额的7%。”该人士还说，其中桶装面和袋装面的销售额比例在2:3左右。

如按袋装面均价1元、桶装面均价2.5元、销售额比例2:3计算，一年仅南京市场上的方便面销量就为1.67亿袋（桶）。南京市人口约640万，这样算来，每位南京人一年的方便面消耗量约为26袋（桶）。

■小本大利润

生产成本1块5 卖你3块

最近，声声喊着“粮油涨价，成本上升”的方便面，正悄然“瘦身”，价格虽然没有大的变化，面饼的量却减轻了。那么，一桶方便面的成本究竟有多高？记者深入调查并借助权威统计发现，原来，在方便面的售价中，广告成本占据了重要的一部分。每购买一桶方便面，消费者都得为高额的广告埋单。

公交车身食品广告一半是“面”

据调查，南京的方便面广告主要由康师傅、统一两大方便面品牌投放的，其投放额在食品行业中居首位。以公交车身广告为例，近年来，两大品牌每年投放额共约300万元。而整个食品行业投放的公交车身广告不过600万元左右，方便面就占据了半壁江山。

一桶3元的方便面广告费0.38元

日前，北京中经纵横经济研究院根据国内统计部门、市调中心、监测机构以及相关行业协会等提供的数据信息，推出了《2007年中国方便面市场统计与发展分析报告》。在该院向快报提供的这份报告中显示，“康师傅”生产企业之一杭州顶益食品有限公司2005年销售额21亿元，其中广告费占2.8%，为5880万元；福州统一企业有限公司2005年投入广告费3200万元，在成本中占比最高，达12.61%。意味着消费者每买一桶该企业生产的出厂价为3元的方便面，就得为它的广告付0.38元。

一桶3元的方便面生产成本1.5元

那么，一桶方便面的成本到底是多少呢？记者进行了调查。

据了解，中档桶装面的生产成本大约占总成本的50%，其余50%为销售成本，包含运费、销售管理人员费用和广告推广费。

据南京白象食品有限公司一位采购人员介绍，一款出厂价为3元的桶面，生产成本核算大概为：纸桶0.4元，叉子0.15元，配料0.4元，面饼（110克）0.6元，合计生产成本为1.55元。

昆山统一企业食品有限公司食品事业部一位工作人员为记者大致计算了出厂价在3元左右的统一来一桶成本：纸桶0.4元，叉子0.17元，配料0.4元，面饼0.55元左右，合计生产成本为1.52元。

业内人士介绍说，方便面的原料成本其实很低。但他同时强调，方便面等快速消费品核算原料成本并没有意义，因为在行业内部一般都是计算包含了人工费、制造费等在内的生产成本。方便面的价格档次越高，生产成本在所有成本中的占比越低，而用于研发、广告推广的费用占比会越大。

“康师傅”一年至少赚5亿

北京中经纵横经济研究院提供的报告则显示，2003年、2004年、2005年方便面制造行业利润率分别是4.69%、3.74%、6.11%，2006年1-4月利润率达6.44%。

虽然看起来方便面生产企业的利润率不高，但因为销售额总量很大，盈利额还是相当可观。据业内人士统计，2005年方便面销售额排名前三位的“康师傅”、“华龙”、“白象”，在全国一年的销售额分别是80多亿元、40多亿元和30多亿元。按行业利润率6.11%计算，“康师傅”一年的盈利额至少是5亿元。

■专家看法

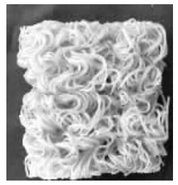
方便面广告 “不得不做”

南京师范大学新闻与传播学院广告系主任陈正辉教授认为，方便面产品同质化严重、顾客忠诚度低，这是其广告泛滥的主要原因。

陈正辉说，方便面行业进入“门槛”低，生产企业多，产品同质化严重，因此企业要成为赢家，就必须要树立品牌。而广告是树立品牌的主要手段，广告做得越多，就越能被消费者认可。

即使已经占据了市场，为了保持市场份额还必须持续投放广告。因为方便面是一种日常快速消耗品，顾客的忠诚度很低，“换牌消费心态”比较普遍，不做广告或者广告变少，消费者很快就会忘了这个品牌。

快报记者 郑春平 陈英 常毅 见习记者 陶维洲 实习生 王瑞/文 赵杰/摄



兴业银行南京分行 聘

兴业银行南京分行因业务发展需要，诚挚向社会招聘各类英才。

岗位及条件

（一）支行行长、副行长

金融经济类专业本科以上学历，中级以上专业技术职称，43周岁以下，5年以上金融工作经历，具有较强的管理能力、协调能力和市场拓展能力；具有银行分支机构或业务部门负责人工作经历的优先考虑；有零售业务专长和特殊客户资源的，可适当放宽条件。

（二）客户经理

1.基本要求：金融经济类专业大专以上学历，40周岁以下，3年以上银行相关工作经历；有良好的市场开拓能力，营销能力和客户沟通能力强。

2.公司业务客户经理专业素质要求：熟悉银行存贷款业务、票据业务等，了解本地市场环境；3年以上信贷工作经历和良好的社会关系基础者优先考虑。

3.零售业务客户经理专业素质要求：2年以上房地产信贷或个人资产业务工作经历；有一定的房地产开发企业客户资源；或者熟悉一手房、二手房按揭流程，熟悉本地房产中介；有业务专长和特殊客户资源的，可适当放宽条件。

4.国际业务客户经理专业素质要求：熟悉银行外汇业务、存贷款业务等，熟悉本地三资企业、外贸企业及国际结算业务量较大的中资企业；有业务专长和特殊客户资源的，可适当放宽条件。

5.同业业务客户经理专业素质要求：熟悉证券、保险、信托、基金或财务公司等行业的相关金融业务，了解有关行业监管要求和业务流程；具有业内较广泛的人脉关系、突出的沟通能力和团队合作能力者优先考虑。

（三）零售信贷审查员

金融经济类专业本科以上学历，35周岁以下，3年以上银行信贷业务或零售信贷审查工作经历，熟悉信贷专业知识、零售业务相关业务流程和管理办法，熟悉金融法律法规、银行业监管规定及国家行业政策，有系统的金融、法律、财务基础知识；了解有关行业法规政策、行业经营管理和技术知识；有良好的沟通能力和较强的文字表达能力，对相关市场、行业有较强的理解和分析研究能力。

（四）理财经理

金融经济类专业本科以上学历，35周岁以下，3年以上银行相关岗位工作经历，熟悉零售业务相关业务流程和管理办法；掌握较丰富的零售业务相关知识，熟悉银行零售业务产品，有良好的个人形象和亲和力，具有良好的沟通、协调、组织能力；有创新意识和较好的分析、策划、文字处理能力；有AFP或CFP资格证书或证券、投资、外汇、基金、保险等专业资质证书或有专项特长者条件可适当放宽。

应聘理财经理除提交应聘材料外，还需按照要求设计理财方案，请登陆www.cib.com.cn南京分行网页招聘启事栏目查询设计要求。

（五）综合柜员

会计相关专业大专以上学历，28周岁以下，2年以上银行柜面工作经历，形象气质佳；具有较高的职业素养和良好的团队合作精神，有较强的工作责任心；有会计从业资格等资格证明。

上述应聘人员均要求品行端正、身体健康，无不良行为记录。

应聘办法

应聘材料：个人学习及工作简历并附1寸近照和生活照各1张、学历、身份证、职称、学术及业绩成果等复印件、应聘岗位、联系（包括联系地址、联系人、联系电话、邮编）及其他有关材料。

报名方法：将应聘材料于3月31日前寄至南京市珠江路63号兴业银行南京分行综合部收，或发送电子邮件到指定信箱。请在信封上和邮件中及应聘材料中注明应聘岗位。

经初审合格者将通知面试，未被录用人员的材料代为保管。

联系电话：025-83193601,83193666-256903\256305 邮编：210008 电子信箱：171167@cib.com.cn