

# 减量不减价的方便面



- 每包方便面的重量平均少了10%
- 据说减重原因是因为粮油涨价
- 这个在营销学上叫成本领先

李先生经常上夜班,喜欢泡方便面充饥,可是最近,他吃完一包方便面总有还没饱的感觉。仔细研究了方便面包装袋后,李先生惊奇地发现,原来方便面的“体重”明显下降。是个别现象还是普遍现象?李先生很好奇。

□ 晚报记者 祁京/文  
吴琳/图

## 方便面集体玩起瘦身

在走访了各大超市之后,记者发现,方便面变“瘦”几乎是一场行业性的集体行为。今麦郎红烧牛肉面原来净重127克,现在只有121克了;还有一种香菇炖鸡面,净重也从原来的99

克变成了95克,但价格却没变。媒体调查后发现,康师傅的福满多新包装包括排骨炖鸡、海贝鲜虾等四个口味从原来的113克下降到108克,号称“加量不加价”的康师傅大食袋净含量从每袋

120克减到每袋110克,而售价都没有发生变化。减少的这几克,一般不太容易被消费者发觉,厂家只在外包装的净重标注上作了改动,但外包装的整体式样及方便面售价几乎都未变动。

## 瘦身的食品还有不少

不光是方便面,记者发现不少食品在悄悄地“瘦身”。

陈女士发现,在某超市卖的8盒装酸奶一点也不合算了。这款标明每小盒净含量是100毫升的某品牌酸奶,8盒经济型装的零售价是10.5元,而其他单盒装的酸

奶零售价是1.6元。记者粗略算了一下,8盒经济型装的,每盒要比原来贵几分钱。

除了酸奶,一些酱油、料酒、味精、食用盐全都在“瘦身”。酱油从500g降到490g,味精从1000g减到了908g,食用盐从每袋500g

减到了400g。以前的包装很多都是以500g、1000g为标准的,现在更多的是335g、400g、454g的包装。

“也就少了几克,对销量没有影响。”一家超市的工作人员透露说,很少有市民在意这种变化。

## 瘦身比涨价更能获利

至于为何要瘦身,大部分厂家的说法是因为原料上涨。某品牌方便面的代理商告诉记者,去年以来,方便面生产使用的面粉和棕榈油的价格出现了较大幅度的上涨,面粉价格上涨了10%~20%,棕榈油价格涨幅在5%以上,所以他们在不提高售价的前提下减少了单包重量。

记者简单算一下。假设一包100克的方便面原来

卖3元钱,现在商家不涨价,将方便面重量减少5%,也就是减少到95克,仍卖3元钱。事实上,这包方便面的价格不但涨了,而且涨幅超过5%:95克卖3元,100克就得卖3.16元。

而对于这种瘦身行为,市消费者协会和质监局都表示,这不属于变相涨价,在市场经济中,厂家这种行为并不违规,因为其已在包装上注明了净重,且与实

际相符,没有欺骗消费者。

河南财经学院教授史璞告诉记者,营销学知识告诉我们,成本领先理论往往具有非常大的威慑力和侵占力,所以,食品厂家为了让价格不增加,将净重下降,从而以克斤扣两来产生利润,其实就是为了实现“成本领先”。“所以说,不涨价并不意味着消费者不吃亏,这就是营销之中的‘魔鬼经济学’”。

[食之有道]

## 冬天,不妨辣一辣胃

### 剁椒鱼头

材料:熊鱼头一个(也叫胖鱼头)。

调味料:剁椒(超市有卖)、姜、小葱、味精、食用油。

做法:1.姜切丝,如果想偷懒,切片也可以;2.小葱洗净切成二厘米长的小段;3.将熊鱼头处理、洗净后入大碟(注意找稍深一点的碟);4.在鱼头上铺一些姜丝或姜片;5. 削四五勺剁椒铺在鱼头上,剁椒的量根据个人口味的轻重决定,口轻的少放些儿,口重的多放点儿。如果嫌干的话,可以在碟中加入一小杯冷水;6.洒几粒味精,然后滴入数滴食



用油;7.放入蒸锅,点火,蒸10分钟;8.起锅,洒上一些翠绿的小葱就大功告成。

### 干锅茶树菇

材料:茶树菇、五花肉、姜片、蒜、葱头、红泡椒、盐、酱油、味精、豆豉酱等。

做法:1. 五花肉切细丝,茶树菇浸泡洗净,去掉尾部切中段并过沸水焯后

晾干水分;2.姜片、蒜、葱头切碎,红泡椒切碎(或者直接用瓶装切好的剁椒);3.锅里放少许油,烧热后,倒入五花肉,煸炒出香味;4.放入葱头、姜、豆豉酱、蒜和剁椒爆香;5. 倒入茶树菇,放少许酱油、料酒、盐、味精,拌炒均匀。然后再放一点点水,中火慢慢翻炒一会就可以装盘了。

晓玉

[信息播报]

## 孙孟全获得“三农人物奖”

备受社会关注的“CCTV2006年度三农人物”最终评选结果1月21日在北京揭晓,山东鲁花集团公司董事长孙孟全获得2006年度“三农人物奖”。

据悉,孙孟全带领鲁花集团经过6年科技攻关,研制成功花生油“5S纯物理

压榨”工艺,引领了中国食用油的二次革命。在中国油脂市场受到很大冲击的情况下,鲁花一枝独秀,发展势头良好,建立了以花生产业为核心的农民、消费者大联盟,发展花生配套基地500万亩,年收购花生100多万吨,2006年,集团公司

实现销售收入45亿元,成为目前中国乃至世界上最大的花生油生产基地。

孙孟全是从全国各行各业在“三农”方面做出贡献的300多名入围者中,通过网上公开投票,层层筛选,脱颖而出的。

祁京 李冰冰

郑州晚报 通通有

晚报 + 特刊 + 网站全力推出  
通通有资讯年度大盘点  
惊喜连连 实惠多多

为答谢新老客户,郑州通通广告有限公司在春节即将来临之际全力推出最新分类资讯特刊,包括招聘、培训、房地产、家居家装建材、医疗医药、美容、美食休闲、家电数码IT、婚庆婚介、二手房、珠宝、摄影、票务、二手市场、喜庆公报、货运搬家、金融资讯、分类信息、时尚消费等近百类丰富多彩、实用有效的热门资讯。它采用最新颖的分类广告专刊形式和复合发行模式(报纸正刊发+目标派送),它栏目齐全,资讯丰富,检索方便,是郑州市民获取分类资讯的首选;它投资小,收益大,是中原商家提升品牌、扩大销售的最佳发布媒体。

本期特刊普通新闻纸印刷,设计新颖,印刷精美,预计刊出24版,包括4个彩色版面和20个黑白版面;彩版分布为:封面、封2、封3和封底;其余为黑白版面。

本期特刊预计发行量30000份;发行方式为自办发行,精准投递目标受众,以社区、专业行业市场、写字楼、大型商场超市、酒店等为主要免费直投场所。

万众瞩目  
震撼登场

刊出时间为2007年2月9日(周五)

本活动截止时间为2007年2月6日下午4:00(周二)

广告热线:0371-63399000 67655128  
地址:紫荆山路与商城路交叉口金成国贸大厦1610室 陇海西路80号晚报大厦一楼西大厅