

农心中国受累韩国致癌门

中国方便面企业进入严冬

■本报记者 闻笛

一波未平，一波又起。先是康师傅与统一的“口水仗”不断升级，后有韩国农心公司陷入“致癌门”，方便面行业进入了“严冬”。

《中国企业报·中国食品报道》记者了解到，近日韩国食品药物管理局在对30种方便面进行化验时，发现农心公司出品的6款面调料包含有致癌物苯并芘，决定对该公司的6种产品实施召回。

那么，农心韩国“致癌门”会不会蔓延到中国？面对中国辛拉面粉丝们对于国产农心质量问题的担忧，《中国企业报·中国食品报道》展开了调查。

农心中国未检出超标

10月底，国家质检总局发出《2012年165号关于加强韩国输华方便面苯并芘检验的警示通报》。《中国企业报·中国食品报道》记者了解到，这次韩国勒令召回的产品其实涉及了包括韩国农心在内4家企业的9种产品，其中564万个产品仍在保质期内。

农心中国食品公司近期则发布了中国产农心方便面的送检结果，检测结果显示，16款国产农心方便面未检测出苯并芘含量超标。据农心中国公司向记者介绍，中国农心在华设立的上海、沈阳、青岛三大工厂是国内独立的生产基地，所生产的农心产品与韩国报道的无关。而为确保产品的安全 and 健康，已将在

国内生产的产品送往第三方检测机构进行苯并芘的专项检测。此次送检的产品包括农心乌冬面、辣白菜拌面、鲜虾味辛拉面、辛拉面大碗面等16款产品，主要在沈阳生产基地生产，经沈阳产品监督检验院进行检测，结果显示，这16款产品均未检测出苯并芘含量超标。

就此问题，《中国企业报·中国食品报道》记者专门采访了天津科技大学食品营养与安全专业赵江教授，赵江告诉记者，苯并芘是一种常见的高活性间接致癌物。吸烟烟雾和经过多次使用的高温植物油、煮焦的食物、油炸过火的食物都会产生苯并芘。这次韩国农心出现问题的产品，很有可能是在食品加工的过程中，碳水化合物或蛋白质遇到高温，燃烧不完全产生苯并芘。赵江还告诉记者，世卫组织已将苯并芘列为一级致癌物质。

方便面行业屡陷质量门

农心方便面作为中高档品牌，一直受到不少消费者的追捧，因此，此次农心陷入“致癌门”，不由得令消费者再次对方便面的质量感到担忧。实际上，这已经不是方便面第一次出现问题了。

就在2012年9月，沈阳工商部门发现大量今麦郎产品涉嫌更改生产日期，产品包括今麦郎小“东三福”系列及部分“手打鸡蛋面”，其中一款产品更被“延期”一年多。方便面行业仅2012年就多次出现质量问题，包括“酸价超标”、“外包装荧光物质超

标”以及“篡改日期”等。

与此同时，方便面被视作“垃圾食品”，各种负面声音不绝于耳。“不论什么牌子的方便面，20年前什么味道，现在还是什么味道。”在记者走访过程中，不少消费者都表示，出于方便面营养的考虑以及方便面口味的单一，自己和家人都很少购买方便面了。而一位业内人士也告诉记者，2005年中国方便面的销售规模已经达到480亿份，至2011年销售规模达到500亿份，经过7年的发展，仅增长了20亿份，近乎零增长。曾经的朝阳产业，如今被外界嘲讽为夕阳产业。

尤其是对于小企业、小品牌、小工厂的“行业三小”来说，更是一个严峻的关键考验阶段。据统计，2000年至2010年的10年间，中国方便面生产企业由800余家减至80多家，行业迅速朝规模化方向发展。2010年，康师傅、今麦郎、白象、统一四大企业市场占有率达到80%以上，行业高度集中，其中康师傅一直占据方便面市场最大份额。

中国面企需突破创新瓶颈

我国的方便面市场是一个不饱和的市场，既然市场还远未饱和，曾经风靡一时的方便、快捷的方便面，缘何陷入增长萎缩呢？

有关人士指出，目前，我国的方便面由于创新不足、产品“老化”、品质下降等方面原因，导致了整个行业逐渐进入萎缩期，成了制约方便面突破产量的“绊脚石”。经过近十年的发

展，方便面依然是白水加上口味（牛肉、酸菜等）的传统模式，本质上没有产生任何变化。调料包和菜包中的脱水蔬菜依然是由热风干燥而成，色泽较暗、复水性差、比重大，实物感不佳，且数量少，尺寸小，菜包营养严重不足。而反观邻国日本，创新一直是其方便面企业主基调。现在，日本速食面年产量是32亿包，人均消费量是44包，种类也增加到880种。

国际食品科技联盟执行主席、中国食品科学技术学会副理事长饶平凡曾指出，中国方便面在营养性方面与其他发达国家和地区相比显然还有一段距离。

世界方便面协会秘书长樱井曾在2012年的第八届世界方便面大会上建言，中国面企应该考虑通过添加钙、维生素等营养要素的方式为行业开辟新大陆，未来营养健康型方便面将成为行业的发展趋势。

面对“寒冬”，我国的方便面行业该如何突围，走出困局？

有关专家指出，需要注意三点：其一，企业应加大科研投入能力，提高产品更新换代速度，以顺应消费者的需求；其二，方便面行业中产品口味相差无几，企业应突破常规，融地方特色于产品创新中；其三，企业应加强销售管理，与经销商协调配货机制，避免过期门等事件的发生，恢复消费者的消费信心。

专家强调，中国方便面行业的发展空间还很大，各企业只有走出单纯的口味之争，真正向产品的创新升级努力，才能使中国的方便面行业走出“严冬”困境。

安利逆势招揽名校精英

■本报记者 闻笛 赵璐

又是一年招聘季。全球经济下行，中国经济增长“破八”预测，无疑让2013届毕业生就业形势不容乐观。但名校顶尖毕业生，仍然受到众多跨国名企青睐。

近日，刚刚宣布在华增建第二生产基地的安利(中国)日用品有限公司，启动2013管理培训生校园招聘计划，提早下手，逆势延揽名校精英，为公司未来发展储备管理人才。10月30日，安利校园招聘宣讲会来到人民大学，安利(中国)公共事务副总裁余放除了与同学们分享安利的企业文化和发展机会外，还大打“亲情牌”，邀请与自己同样的人大校友现身说法，分享成长历程。

优中选优千里挑一

据了解，此次安利(中国)计划在全国招聘40位管理培训生，职位覆盖总部职能部门、生产部门和12个省市分公司，并将在15个省市的40所高校举办校园招聘活动。

今年，安利(Amway)推出的招聘主题是“Amazing Way to Future”，旨在为学生铺就迈向精彩未来的成功之路。应聘本届校园招聘的同学需经过简历筛选、在线测试、面试、评估中心四大环节的历练，竞争可谓异常激烈。3万份的海量简历，1000个面试名额，过关斩将后脱颖而出的40位精英才能成为管理培训生。

通过面试的学生还将进入为期两天的评估中心接受终极挑战。评估中心在北京、上海、广州各举办一场，将运用多样化测评方法，通过“商业案例分析”、“管理游戏”、“职场演练”、“高层面对面”等环节对入围者进行多维度的“终极考察”。其中，“职场演练”是今年新增的创新环节，让候选人与经理人团队共同完成实际工作任务，在真实场景中考察候选人的综合素质。通过终极评估的候选人将在一周内收到聘用通知。

此次参加在全国12所高校进行的校园招聘宣讲会的同学们都会在进场时收到一张“愿望卡”，填写入职



安利(中国)公共事务副总裁余放分享“我的安利故事”

安利第一个月的愿望，他们可以选择“与高管喝下午茶”、“有白富美或高帅富热烈欢迎”、“高管一对一职业辅导”等有趣的活动，也可以写下自己的创意梦想，投进“梦想信箱”。如果写下愿望的同学应聘成功，在入职时公司将实现他的愿望。

今年正值安利“彩虹支教计划”实施十周年，安利特别向参与支教的毕业生开通“绿色通道”，直接晋级面试环节。自2002年起，安利公司就开始与共青团合作，支持复旦大学、北京大学、清华大学等全国近百所高校的研究生支教团，在支教学校自主创设并实施小额公益项目，以改善教学条件，推进素质教育，丰富校园文化生活，累计投入2981万元人民币，受益儿童超过80万人，被誉为希望工程的第二条路。这些支教研究生在完成一年支教任务后，会回到学校继续学业。“他们是优秀的研究生，具备良好的综合素质和可贵的奉献精神，我们十分欢迎他们加入”。安利公司人力资源部相关负责人表示。

融入系统个性培训

安利对这些得来不易的青年才

俊十分珍视，并制定了系统完备且非常人性化的培养方案。

在公司签发Offer后到培训生正式入职期间，公司将为准员工提供一系列的融入维系计划，包括培训生交流营、雇主快讯等，让培训生提前了解公司资讯，为正式入职公司做好准备。而入职当天，公司为他们准备了欢迎大派对，实现入职愿望，体验公司文化，更好地融入公司。

“吸纳人才、培育人才、善用人才、善待人才”是安利公司的用人策略，助力员工自我增值，与公司共同成长。而针对新生

代创新、自我实现等个性特征，结合公司“70-20-10”员工发展理念，对于最终成功入选的管理培训生，安利公司将为他们安排为期一年的培养计划。

具体来说，员工的能力提升70%来自实践，20%来自辅导，10%来自课堂学习、培训和阅读方式。管理培训生将深入安利公司各关键业务部门进行部门轮岗，接受特别的工作项目，从工作实践中不断锻炼和挑战自己，个人综合素质获得全面提升。同时，将有资深管理人员担任其导师，进行悉心专业的辅导和宝贵的职业经验分享。此外，在这12个月的培养期中，管理培训生还将接受丰富多样、系统全面的培训，真正成为安利的明日之星。

90后员工“90后”企业

进入2012年，“90后”开始大批地进入职场。与“80后”不同的是，他们更富有个性和创新精神，更追求工作与生活的平衡。为了招揽新兴的90后“职场新才”，企业也开始以更加灵活、亲和的方式开展招聘活动。

3D招聘会会成为2012年招聘季的新鲜词汇。为了迎合新生代互动沟通方式，安利推出“网络3D招聘会”，学生可以摆脱时间地域局限，随时随地与安利来个“亲密接触”，立体了解公司、观看视频宣讲、投递简历、与面试官互动，感受新鲜有趣的应聘体验。

而微博这种时下最流行的社交工具也被应用到招聘中来。校园招聘前夕，官方招聘微博@安利员工招聘V小编率先为“童鞋们”推出了参考价值十足的“简历进化论”系列，帮助学生赢得面试机会。之后还将陆续提供面试、测评等独家秘籍，与同学们频频发展“微关系”。宣讲会期间，同学们还可以通过微博“抢座”、微直播、随手拍宣讲会亮点、赢取大礼包等有趣方式参与其中。丰富的在线互动、及时的信息回复、年轻的求职平台，更贴近新生代作为互联网一代的沟通诉求。很多与安利公司的官方招聘微博在线互动的学生们大呼，“安利公司也是‘90后’嘛！”安利公司1992年正式进入中国市场，在中国，安利公司的确是个不折不扣的“90后”公司。

在谈到安利公司校园招聘最大的收获时，安利(中国)大中华人力资源副总裁张玉珠说：“安利公司自进入中国以来，一直维持良好的发展势头，需要大批的优秀人才。今年是安利(中国)管理培训生校园招聘项目的第十个年头，这十年来，大批的年轻人进入安利公司工作，给安利公司带来了新鲜的血液、蓬勃的朝气、创新的思想。一直以来，安利都十分青睐年轻一代，吸纳的同时亦为其提供一系列完善的培养计划。团队年轻化是大势所趋，也是市场环境变化的要求。作为人力资源部的任务是推动年轻团队的成长，帮助他们迅速积累经验和资历，以获取未来担当重任的机会。”

凭借出色的人才管理，安利(中国)先后荣获“2011年度中国大学生理想雇主”、“2011中国最佳100人力资源典范企业”、“2011最佳人力资源管理团队典范”、“2011—2012中国人力资源最佳团队”、“2011年最受大学生关注雇主”等诸多人力资源奖项。

有机食品遇大考 三成企业被淘汰

■本报记者 闻笛

随着消费者对食品的安全性、健康性要求越来越高，各种绿色食品、有机食品走进了百姓生活。无论是蔬菜水果、五谷杂粮，还是调味品、滋补品等，都可以找到有机标签。2012年7月，国家认监委发布的《有机产品认证实施规则》，要求有机产品统一认证标识，具备唯一编号，这一新规被称为“史上最严认证”。

新规实施3个月后，《中国企业报·中国食品报道》记者走访了城乡仓储、世纪联华、沃尔玛等超市发现，一些超市已然撤销了有机蔬菜柜台或者缩小了柜面。市场正在进行新一轮洗牌，约三成的有机食品已经消失。

新规出台：品种变少价格提高

记者走访国内几家超市时发现，在食品专区内，有机食品专柜上陈列着有机大米、绿豆、黄瓜和西葫芦等几十种食品，在食品的外包装袋上，均醒目地贴有绿色中国有机食品标识和认证机构的图标，并有有机码可供查询。不过，光顾有机食品专柜的市民并不多，大部分顾客只是瞟一眼票价标签后就走开了。

记者发现，有机食品换上“新装”后，其价格仍比同类食品高出一大截。以最常见的有机蔬菜为例，每斤的价格比普通蔬菜贵了3—20倍。附近普通肉菜档内销售的黄瓜每斤只需要2.5元，而一种产自上海的有机黄瓜的价格则为每斤16元。另外，同样一种有机食品，价格也差别巨大，一种产自辽宁的有机米，价格为每公斤16元，而另一种产自黑龙江的有机大米价格则为每公斤138元。在世纪联华的蔬菜柜台上，有17种有机蔬菜，所占的货柜约占整个超市蔬菜货柜的1/10。虽然这些有机蔬菜和包装精美的净菜放在一起，但是货柜上写着“有机青椒”、“有机毛毛菜”等字样的标牌，让它们的身份鹤立鸡群。而在家乐福白石桥店，拥有有机产品认证的产品只有不多的几款。

“在今年上半年，我们在北京的各大超市都能看到有机食品。不过，自7月1日起新版《有机产品认证实施规则》正式实施后，就有不少有机企业纷纷从商超退出了。”沃尔玛蔬菜柜台的销售人员陈女士介绍说。

一家超市的店长告诉记者，早在今年7月以前，市面上的有机食品非常多，有蜂蜜、枸杞和矿泉水等，而今年7月颁布的有机产品认证目录中，并没有包含上述食品，这就意味着，目前市面上销售的蜂蜜等食品不得标称“有机食品”。另外，新规启用后，对农残指标要求做到零残留。“比起今年7月前，超市销售的有机食品大约减少了三成。”

行业洗牌：三成企业被淘汰

据官方统计，今年上半年，国内有机企业7000多家。此项“最严”的有机蔬菜新规出台之后，国内有近1/3有机企业退出了这一舞台。而在杭州，作为全国仅有的二十几家有机认证机构之一，万泰认证的有机企业客户流失率更是高达43%。在万泰认证食品事业部总经理卢振辉看来，新版《有机产品认证实施规则》的出台确实是引起有机企业退出的一大外因。在新政影响下，有机企业要么选择退出，要么就得提升其生产经营水平。

“一方面，新的有机认证要求很严格，从生产过程、流通过程到销售过程，都要纳入食品认证系统中，要求做到‘一查一查、一种一检、一品一码’。一些不正规、投机的有机企业自然就被淘汰了。另一方面，更严格的有机认证要求，也对有机农业企业的生产技术、行政管理水平提出了很高的要求，而国内的农业企业在这方面又相对落后，但认证、技术、管理的成本和难度都在提高，让一些正规的有机企业也选择了退出。”万泰认证食品事业部总经理卢振辉介绍道。

除此之外，与过去相比，有机企业的认证费用提高了50%—100%。

一位有机食品企业的销售人员向记者举了一个例子：新规要求有机食品“一品一码”，青菜、萝卜等蔬菜，每个品种都必须用相应的贴标，相同的品种不同的包装也必须用相应的贴标。“有机新标上‘几号到几号是青菜’、‘几号到几号是萝卜’都有明确规定，员工没点文化肯定干不了。”因此，在认证费用不增加的情况下，预计企业一年要在贴标上花费100万元左右。

有机食品实现名副其实

“现在，我们买的有机蔬菜是否可靠呢？”当记者提出这个疑问时，卢振辉表示，如今，国内的有机认证比一些国际认证公司还要严格，所以，从今年7月1日开始，能长期拿到国家有机认证的企业都是可以信赖的。

专家介绍说，国外对有机的界定，通常以土地为标准。也就是说，你的土地是有机的，种植的过程也是有机的，种出来的农作物就是有机产品。而中国此次出台的新规定，除了对土地、生产全程都有要求，还要求企业上报预估的产量。对超出预估的农产品，除非重新付费认证，否则认证公司将一律不认定为有机产品。这在一定程度上，也控制了企业“鱼目混珠”的行为。

在各大超市出售的有机蔬菜保鲜膜包装上，记者看到了绿色版的新有机认证标签。据了解，目前，通过国家认证的有机蔬菜会贴有绿色中国有机食品标识或褐色中国有机转换产品标识，上面标有有机产品认证公司的名称、图标，还有序列码，下方是有机码的刮涂层，刮开后可以发现17位阿拉伯数字的有机码，消费者很容易识别。值得一提的是，各家认证公司所提供的有机认证标签会各有不同，但都必须符合以上新标特征。