

将办公室搬到全球最漂亮的地方,还能免费畅游马尔代夫

# 年薪30万!5000人竞逐“打工皇帝”

拿着30万年薪,将办公室搬到全球最漂亮的地方,还可免费畅游马尔代夫各大知名海岛!继开通网络报名、学生招聘专场引发抢报后,10月14日至16日,“马尔代夫旅游亲善大使”招聘活动进入社会招聘专场阶段,连续三天在南湖国旅广州北京路营业厅现场接受社会各界报名。截至14日,网上报名、加上学生专场和社会专场,目前应聘大使工作的人数已经接近5000人。

年薪30万还能畅游马尔代夫一年的亲善大使被誉为“打工皇帝”,吸引了许多高水平、高学历的应聘者竞聘,其中硕士研究生、本科生占了八成以上。报名者来自各个行业,包括公务员、经理、制片人、主持人、教师等,当中还有大批海归派。

**海归、留学生、高管齐竞聘“打工皇帝”**

马尔代夫联合南湖国旅在广州面向全球招聘旅游亲善大使,应聘上之后便可到马尔代夫各个海岛游玩一年,一年

的薪水是30万元。

从目前的报名者看来,马尔代夫旅游亲善大使对留学归国的“海归派”特别吸引。近5000人的报名者中,海归人士占有很大的比例,主要是从美国、加拿大、英国、瑞士、澳大利亚等国留学回来的海归们。

毕业于美国普莱斯顿大学的金先生现家住佛山南海,是国内某知名通信行业分公司的副总经理,享有高薪厚职,也对马尔代夫旅游亲善大使表现出浓厚的兴趣,“之前长期在国外工作、学习、生活,比较容易适应不同的工作生活环境,对不同的国家风俗和习惯有较强的认识,擅长英语所以有很强的沟通优势,非常有信心能够胜任马尔代夫旅游亲善大使这个神圣的职位。”

**90后初中生牛犊不怕虎 最年轻者仅16岁**

记者在面试现场发现,还有不少稚嫩脸庞在排队等候着面试,他们有即将踏入社会的应届毕业生、在读大学生、

甚至还有部分高中生和初中生,“90后”面试者不在少数。让主办方最意外的是,连正在职中学习的16岁、17岁学生也对马尔代夫旅游亲善大使充满兴趣。

“此前广外、华师、广大的三场学生专场招聘中,已有近5000名学子报名,有大批还是特意从其他学校远赴而来的高校生,这份高薪工作受到广大校园学子的热烈欢迎。”南湖国旅·西部假期面试官杨先生告诉记者,前来面试的学生群体中,明年毕业的“准毕业生”占据了报名者的大头,约有30%;而更多的是抱着学习心态的在读生,甚至是刚升上大学的90后,他们希望通过活动积累面试经验。

更“牛”的是,报名者中还有一名吴先生,他是集职业经理人、摄影师、作家、旅行家、自由撰稿人等于一身的“旅游专家”,文字摄影作品散见于《DEEP中国科学探险》、《时尚旅游》等国内外杂志报刊,还著有个人书籍,拥有丰富的

探险经历,曾沿着郑和下西洋线路进行东南亚、东非海岸探险,12次进藏5次深入非洲腹地,足迹遍布中国、东南亚、中亚、非洲以及欧洲部分国家与地区,这次吴先生把目标定格在“海岛之王”马尔代夫。

**现场面试持续至16日 网上投票赛出10强**

据了解,“马尔代夫旅游亲善大使”社会专场招聘活动将持续3天,从10月14日至16日,每天10点至13:30,在南湖国旅·西部假期北京路旗舰店接受社会人士现场报名。现场面试结束后,主办方南湖国旅·西部假期将结合此前的网上报名者和现场报名者的综合情况,10月17日优选出50强选手,并公布于腾讯官网(http://mdv.qq.com)和阳光飞行假期(www.air sunny.com),开通网上投票,最终票选出10强,安排到省内著名景区开展系列培训,包括英语、潜水、摄影、海岛知识等方面内容。

据《广州日报》

## 南昌大学陷“博士门”?

该校回应完全是违反事实的炒作 对造谣者发律师信

近日,天涯论坛上的一个帖声称,南昌大学在今年的博士研究生招生录取工作中存在严重的暗箱操作,该校部分中层行政干部以高分考取了博士,而其他与其竞争的科班出身的硕士们(包括应届毕业生硕士生)却几乎全军覆没,分数惨不忍睹。帖中列举了部分行政干部人员在考场表现,以及该校在招生录取过程中的种种舞弊行为,并对这种行为表示了强烈的质疑和不满。该帖子引起了网上的广泛议论,有网友称南昌大学陷入“博士门”。昨日,南昌大学宣传部负责人回应称,所谓的“博士门”完全是违反事实的炒作,并对造谣者已经采取法律行动。

**网友:南昌大学陷入“博士门”事件?**

网友“chenyongjin123”在天涯上发帖称,南昌大学在2009年的博士生招生工作集体造假,考试结果存在极为不公正的现象,被录取的考生都是学校中层的某些头戴“大官帽”的行政干部,他们平日“经常加班、工作忙,缺少学习”,却在考试中“令人难以置信的优秀”,而那些埋头苦读了一年甚至几年的科班硕士,却个个名落孙山。帖子列举了三大“疑点”:一、中层干部全考高分,科班硕士(含应届毕业生硕士生)全考低分;二、整个考试、阅卷过程完全

不公开,单线联系阅卷人,火速打出成绩,剥夺了考生基本的知情权;三、一些校领导明竖学术道德牌坊,暗中纵容考试欺骗与学术腐败。帖中最后还表达了部分参考考生的强烈愿望:希望公布以高分考取了博士的中层干部的考分或者重新组织考试,并追究有关部门责任等。

**南昌大学回应:完全是违反事实的炒作**

记者致电南昌大学宣传部。有关负责人称,所谓的“博士门”完全是“无中生有”,“是有人想混淆视听”,完全违反了事实,并称要对有关散布谣言者诉诸法律。负责人还对网上的几个疑点作了相应的解释:一、所谓“特殊领导全上,科班硕士全下”与实际情况完全不符,今年我校博士报考人数330人,实际录取人数为89人。其中应届毕业硕士就录取了33人,党委书记秘书和人事处副处长等均未录取;二、帖中说的“公共英语阅卷由研究生院个别人操纵,单线联系阅卷人,火速打出成绩”,事实上是我们学校的一项改革,主要就是为了杜绝试卷泄密、人情复杂等因素;三、历年来,针对考生提出的查分申请,我校研究生院都

会同校纪检部门按相关程序进行复查,并如实反馈核查结果;四、按照学校既定的招生时间进程安排,我校3月27日完成博士研究生复试后,各学院、各博士点于3月31日将初试、复试综合成绩、招生计划及排名情况向社会进行了公示,并于6月16日在校园内进行了张榜公示。

南昌大学的负责人还表示,学校绝对没有乱收费的现象,考试费用是由招生单位根据硕士研究生相关收费标准自行收取的,用来支付在整个报名考试及阅卷过程中产生的费用。而因规模大小不同,各高校收费不完全一致。他称,现在学校方面“希望尽快开个新闻发布会澄清事情,还学校一个清白”。

**发帖人已被南昌大学发律师信**

在天涯论坛的这个帖子上,有留下联系人的手机号码,记者联系上这个发帖人。他自称是某杂志的记者,帖子的内容也是在论坛上看到的,当时留下电话是因为想寻找知情者,没想到后来带来不少麻烦,“南昌大学给我们杂志社发了律师函,我到这里调查了一段时间,帖子的一些地方确实与事实不符。”记者采访南昌大学宣传部的有关负责人时,他也表示确实已经采取相关的法律行动。

据《广州日报》

## “澳优”奶粉其实是国货 创立于长沙,产品仅在内地销售

一直被内地妈妈们认为是洋品牌的澳优奶粉,其实从未走出国门。10月8日在香港上市的澳优乳业还没从成功上市的喜悦中回过神来,必须公开披露的公司信息却让自己陷入“身份门”而面临品牌危机。

**关于品牌:创立于长沙**

种种迹象表明,澳优并没有任何在海外销售的背景。

澳优乳业CEO陈远荣最早在南山乳业任销售老总,后自立门户成立了澳优乳业。澳优乳业招股说明书显示,湖南澳优功能乳品有限公司于2003年9月15日在长沙成立。2003年10月,为了更加体现澳优的“外资身份”,湖南澳优功能乳品有限公司更名为澳优乳品(湖南)有限公司。

**关于销售:目前仅在内地**

所谓“国际品牌”,不仅是在国际上有注册,“跨国经营”也是国际化品牌的必要条件。澳优方面昨天表示,“澳优奶粉还没有进入内地以外的奶粉市场销售。国际化战略的首战是计划今年11月份挺进香港奶粉市场”,“所以说目前它还是个国内品牌”。

澳优在昨天一份声明中表示,澳优乳品分为原装进口和国内分装两种。其奶源由澳大

利亚最专业的婴幼儿乳品企业——塔图拉乳业有限公司,按照澳优和塔图拉共同研制的配方进行生产。

**关于价格:比洋奶粉贵**

据调查,澳优目前的主打产品婴幼儿配方奶粉零售价普遍在260元/800克以上,比国际公认的洋奶粉品牌贵出至少80元。

对此,澳优方面的解释是,澳优乳品全部从澳大利亚进口,其原产地清晰,采购成本较高,而且澳优坚持独特配方,从未在奶粉中添加任何母乳中不存在的物质。澳优的产品中,即使最高端的能力多系列,毛利率也低于国际同行的50%。

**关于营销:打了个擦边球**

三鹿奶粉事件爆发后,洋奶粉销量即迅速蹿升,一些国产品牌也利用消费者的消费心理与需求,大肆宣扬其“国外背景”。而澳优也正因为其营销策略,市场普遍认为“澳优”为洋品牌。

业内人士也指出,澳优宣传的“源自澳洲”的说法很模糊。实际上,国内很多奶粉的基粉都从澳大利亚进口。“澳优很聪明地利用了消费者的惯性思维心理,打了洋品牌的擦边球”。据《北京晚报》

## 中介参与预约挂号服务规则将出台 患者有望用手机预约挂号

卫生部昨天召开研讨会破解预约挂号服务难题,医院与中介机构合作开展预约挂号服务规则有望很快出台。昨天从会上传来消息,今后,医院或将与大型通信公司合作,把预约挂号纳入通信公司的附加服务范畴。

一个好消息是,预约挂号有望成为大型通信服务公司的附加服务项目。这意味着,患者打电话预约挂号,除了要付3元钱的挂号预约费之外,还需再承担普通市话费即可。这几

天卫生部医管司、信息处与相关部门和专家正在紧锣密鼓地进行研讨,专门研究制定医疗机构如何与中介机构开展预约挂号合作项目的详细规则。昨天,从研讨会上传出消息,卫生部倾向于医院与大型通信公司,如电信、联通、移动公司进行合作这一方案,将预约挂号纳入其附加服务范畴。会上,卫生部明确的原则是,医院与中介机构不以赢利为目的,共同搭建预约挂号服务平台,把患者负担降到最小。据《北京青年报》

## “论文存废”争论引出高校评估中的弊端 教育部:高校评估方案正修订

本科毕业论文该不该废?很多人都把症结归于普通本科院校本科教学工作水平评估中对论文的重视。记者昨日从教育部高等教育教学评估中心了解到,已经实行了5年的《普通高等学校本科教学工作水平评估方案(试行)》正在修订。

教育部高等教育教学评估中心主任季平说,为使评估工作更加客观公正、适应时代发展,正在修订新的评估方案。对具体条款以及毕业论文存废之争,季平表示,“都不能确定”,比如毕业论文在评估中的分量如何,要等新方案的公布。

据《成都商报》

# 亚洲品牌500强出炉 蒙牛连续四年位列亚洲乳业三甲

在近日举行的第四届亚洲品牌盛典上,中国成为最大的赢家。盛典上揭晓的2009年“亚洲品牌500强”评选中,蒙牛等217家中国品牌入围,占据榜单的“半壁江山”。本次评选,刚刚获得“中国企业500强”殊荣的蒙牛,在亚洲品牌实力榜上高居137位,与乳业强国日本的两个百年品牌“三分天下”,雄踞亚洲乳业三甲。

“亚洲品牌500强”排行

榜”由亚洲品牌测评体系专家系统委员会倾力打造,从市场表现、发展潜力、质量水平和效益水平四大维度对亚洲地区的品牌现状进行综合评估,每年定期发布亚洲品牌的最新排行,目前已成为亚洲品牌界最为瞩目的年度至高荣誉。自2006年该评选诞生以来,蒙牛已经连续四年入选。

“蒙牛是一家发展速度与厚度并重的企业,对于中国、乃至整个亚洲乳业的发

展来说,都是一个非常优秀的样本。”亚洲品牌测评体系专家系统委员会一位专家表示,“蒙牛已经从当初‘发展最快的乳品企业’,成长为一家‘最具品牌价值潜力的企业’。”

据蒙牛中报显示,蒙牛2009年上半年收入120.976亿元,比2008年下半年增加19%,净利润增至人民币6.62亿元,创造了同业最佳的业绩。

从“发展最快”,到“最具价值”,蒙牛的“华丽转身”与中国乳业消费水平的整体上升密不可分。“蒙牛的‘金榜题名’离不开消费者的厚爱与支持。”蒙牛一位负责人表示,“我们坚信,越是专注于健康和生活品质提升的产品和品牌,越是会拥有恒久的价值。”

亚洲品牌盛典组委会秘书长王建功指出,本次上榜品牌主要集中在中国、日本、韩

国等地,印度、中东各国相对较少,经济发达和成长率高的地区上榜较多。作为亚洲最具权威性的排行榜之一,上榜品牌的数量和座次,历来被视为一个国家经济“硬实力”的体现。分析人士认为,全球经济在美国次贷危机的连锁反应下普遍陷入衰退,而中国经济保持了相对稳定的增长能力,这为更多中国品牌在世界品牌排行榜上的繁荣提供了土壤。

业内人士表示,随着中粮与蒙牛合作在纵深方向的进一步的融合与发展,蒙牛的发展前景将更为广阔。截至目前,蒙牛已经合作、参股建设11座万头养殖规模现代化超大型牧场,并预计未来几年内,将超大型牧场的数量达到22座。在中粮“大食品产业”的布局下,蒙牛正在建立一个从“牧场到餐桌”、更加安全与稳定的乳业链。