

吸引众多资本目光 信息安全敲响警钟

网络招聘行业处在风口浪尖

随着企业服务的关注度持续走高,人力资源板块中的网络招聘赛道吸引了众多资本的目光。但企业在高速发展的同时,也暴露出一些深层次的问题。

事实上,中小企业招工难已是不争的现实。对于众多人才招聘平台而言,谁能抓住这个机遇,就能在激烈的竞争中脱颖而出。

在谈论跳槽就像谈论吃饭一样的今天,在线招聘作为互联网渗透传统行业最早的领域之一,各种各样新的玩法迅速涌现,资本也毫不吝啬地投入重金,一场群雄逐鹿的“新战国”时代正悄然开启。

一个超万亿元的蓝海市场

在我国人口红利由数量向质量转变和经济调结构的过程中,人力资源服务行业所扮演的经济角色在变得越来越重要。据 CIC(灼识咨询)预测,中国线上招聘市场规模将由 2020 年的 551 亿元增至 2025 年的 2234 亿元,年复合增长率为 32.3%。

“相比新的网络招聘公司,传统招聘公司的优势在于,随着时间积累,留存用户越来越多,通过规模化效应获得广告收入和企业客户付费收入。”拉勾网董事长许单单说,随着中国更具个性化的年轻求职用户越来越多,受制于商业模式,传统招聘网站的产品用户体验、效率都会遭遇很大挑战,两三年内或将遭遇发展危机。

猎聘网 CEO 戴科彬曾表示,目前整个网络招聘一年推广预算大约为 40 亿元-50 亿元规模,但在中高端招聘市场国内目前预算达到 400 亿元-500 亿元,与竞争激烈的入门级招聘网站相比,面向中高端人士,提供定制化的招聘网站目前还有巨大发展空间。

行业面临信息安全挑战

6 月 11 日,BOSS 直聘正式登陆纳斯达克市场。上市首日,便创下 149 亿美元的交易额,中国互联网招聘行业迎来一家百亿美元市值的公司。上市无疑成为了 BOSS 直聘的高光时刻。可 7 月 5 日,国家网络安全审查办公室



发布公告,对 BOSS 直聘启动安全网络审查,审查期间,其 APP 停止新用户注册。其原因与信息安全有关。

企业在高速发展的同时,暴露出一些深层次的问题。今年 3·15 晚会上,BOSS 直聘因“个人信息泄露”问题被央视点名。更被传出暗藏情色招聘,要求应聘者提供性服务等等。

事实上,面对不断涌现的新兴市场和移动化浪潮,在线招聘行业曾长期处于沉寂和低潮

之中,但从 2014 年上半年开始,这个传统行业开始受到资本市场眷顾。

近年来,网络招聘企业融资热度高涨。网络招聘确实给求职者带来了实实在在的便利,但是 BOSS 直聘作为移动互联网时代在线求职平台的领军者,也让他掌握着大量的求职者信息。维护个人隐私信息和企业数据安全,是企业不能越过的底线。网信部门落下的这记重锤,为涉及相关业务的企业敲响了警钟。在资

本加持下,企业理应探索更加稳定和更具安全性的发展模式。

如何打造良性行业生态环境

长期以来,我国的人力资源平台和现状效率低,服务差,做假严重,严重制约了企业和真正人才的发展。大多平台满足于做一个中介的“温水”里,单点创新但没有触及真正的痛点,引来了“招聘难同时求职也难”的尴尬局面。

招聘行业的核心其实就是效率。“网络招聘平台在互联网技术不断迭代与更新的基础上,一步步探索着人岗匹配的精准性与效率,但匹配度是否精准,效率是否有所提高?”重庆京渝省情和发展规划研究院首席研究员莫远明说,网络招聘平台需要打通人才入学、毕业、求职、培训、跳槽的全生命周期服务,形成产品服务闭环,方能大幅提高三方沟通效率。

他认为,为了保持未来长期可持续发展,网络招聘平台的竞争不再只是业务模式创新之争,而是需要构建包含产业链上游的用人单位、中游的猎头服务人员以及下游的求职者三大人群生态圈,与多方谋求共同发展,打造更加和谐、良性的行业生态环境。

此外,随着互联网与产业经济的深度融合,以及 5G 技术和创新的推动,在线招聘行业或将发生非接触式行业“质变”,“信息视频化,视频超高清化”将成为未来发展新方向之一。

(李国)

诱导消费者购买涉嫌违规

“食品级”美妆产品存在吗?

近些年来,坊间出现了“食品级”化妆品的说法,商家宣称这类化妆品原料都是“无添加”“纯天然”的,更安全有效。然而,记者 7 月 12 日通过对比多款号称“食品成分”“可食用”的化妆品配料表发现,这些号称“食品级”的化妆品,护肤品很大程度上只是商业营销噱头。

◆事件

“可食用”的口红疑似致孩子嘴角红肿

日前,有读者向记者反映,自己给女儿买的儿童化妆品中,商家一直宣称“纯植物配方”“安全可食用”的口红,却让刚上小学的女儿抹过一次以后就开始嘴上起皮。起初,这位读者还认为是天气干燥,并没有在意。但是,随着孩子因参加演出,口红涂了多半天后,嘴角出现了轻微红肿,这位读者才认为可能是口红导致的。“因为孩子要参加表演,我以为‘纯植物’的化妆品对孩子危害小,才花 100 多块钱买了这只口红。”该读者表示。

记者注意到,如今一些化妆品标榜自己是“纯植物”配方,似乎已经不能满足其“自然无害”的定位,一种“可食用”的化妆品文案悄然流行。

◆发现

“食品级”化妆品主要成分是化学原料

这些“能吃”的化妆品真的更好更安全吗?记者逐一对比了商品简介和商品实际的配料表发现,一些标榜自己“无毒无害”“纯天然”,甚至可以给幼儿和孕妇使用的口红,其配料表显示的内容并不像其店方产品页上介绍的那样,成分简单且天然。

在一款号称专供孕妇的外国进口口红的介绍页面上,其声称使用了 4 种植物精油,而



对于其他原料则没有介绍。但记者拿到该口红的实际配料表却发现,在其 30 多种原材料中,上述 4 种植物精油在配料表中的排名在倒数几位,其余大多是口红的常见化学原料。而按照我国对商品标签的要求,配料表中的排名顺序是按照该物质在该产品中的含量占比由大到小排列。

而一些进口产品包括声称添加了“食品成分”的儿童防晒霜,除了在外包装上写有几个“食品成分 80%”大字外,整个包装上没有一个中国字。记者找到了该防晒霜主要成分表的中文翻译,发现该防晒霜不仅同样是各种植物提取物的含量靠后,而且还是一款化学防晒,其主要的防晒剂“甲氧基肉桂酸乙基己酯”在一定程度上被部分从业者认为不适合用在

儿童化妆品中。

显然,所谓的“80%食品成分”“食品级”甚至称自己化妆品“可食用”的说法,不过是商家的营销噱头。

◆提示

监管部门:不存在“食品级”化妆品

为什么有商家乐于宣传自己的化妆品“可食用”?业内人士表示,这是商家制造的营销噱头,给化妆品安上“可食用”的名号,让其显得是“无添加”“纯天然”的,更安全有效。

但事实果真如此吗?业内人士表示,并非像消费者想象的那样——食品相对于化妆品纯度更高、更安全。事实上,相对于食品,制作化妆品所用的原料有时候对纯度的要求更高,

因为杂质过多会导致化妆品的配方体系崩塌。此外,同样是富含维生素 C,柠檬汁直接敷到脸上不仅不能美白,还可能致痒和红肿,因此正规的化妆品中都是维生素 C 稳定形态的衍生物,且会对浓度和刺激度进行调节。同时,对比维生素 C 在食品添加剂中的标准和化妆品技术规范中的标准,后者明确了重金属铅、砷为禁用组分,不允许添加到化妆品中。

此外,记者了解到,今年以来,多地的市场监管部门已经发布消费提示,称不存在“食品级”化妆品的概念。

我国《化妆品监督管理条例》明确规定,化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法,施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面,以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。

食品的使用方式则为经口摄入(食用或饮用),并通过消化系统各个器官的协调合作来完成消化和吸收,与化妆品的使用方法、作用部位、作用机理等均不相同。因此,食品和化妆品是完全不同的概念。

同时,我国相关法律法规规定,化妆品宣传不能含有“纯植物”“纯天然”等绝对化的词语。一些商家投机取巧,用“食品级”引发消费者联想,替换了已经被明令禁止的“纯天然”“纯植物”的概念。

《化妆品监督管理条例》也对化妆品广告进行了严格规范,要求广告内容应当真实、合法,不得明示或者暗示产品具有医疗作用,不得含有虚假或引人误解的内容。有监管部门提醒,有部分商家宣称化妆品是“食品级”成分,诱导消费者购买,都是违反规定的。

(张鑫)