

不备战圣诞季,备战新年,富士康又开始“招兵买马”?

此前市场有传闻称,因为供应链危机,苹果公司的iPhone 13系列减产1000万部,由于整个供应链的稀缺,致使其产能得不到满足,但市场的需求还比较旺盛,如今苹果公司时隔六年又成为中国智能手机市场的销售量第一。再加上苹果公司iPhone系列的利润都远高于竞争对手,因此苹果从中国市场博取的利润也是非常丰厚的。

1.富士康在“淡季”招人彰显iPhone的市场需求

在中国的“双11”和“双12”促销结束之后,在全球市场或迎来圣诞季的销售旺季,对国内市场而言,就是新年到来的一个销售小旺季。近日我们看到市场有消息称,富士康又开始积极招工了,为新年销售开始备货备战。

今年夏季的时候,在苹果秋季发布会开始之前,市场就有消息称,富士康在国内市场的招工奖励就已经创出新高,为了能够吸引到更多的熟练工人,富士康就抬高奖励程度以吸引工人加盟。如今,又进入到一个招工高峰期,以备战新年以及寒假的销售旺季。当然,富士康本身的代工产品是满足苹果全球用户的,如今备战也有为圣诞季之后的市场需求做储备。

那么,富士康在招兵买马的时候,是不是意味着供应链的“物料荒”已经缓解了?再加上台积电一直优先满足苹果公司的芯片需求,因此对于富士康来说,储备应该也是足以应对旺季需求。

事实上,每年的春节前,对于半导体代工市场应该是一个淡季,但这次富士康却“反其道而行之”,说明市场的需求还是很旺盛的。当然,还有一种可能的可能是,富士康担心春运开始后,工人回乡过年致使员工流失,提前进行人员储备,以满足产能需求。

2.iPhone 13系列供需两旺?

市场有消息称,苹果公司在历经数个月零件短缺和供应链生产受挫后,通知供应商在11月、12月和明年1月重新加速生产iPhone。此举也被认为是富士康提前应对2月(春节期间)产能不足状况。春节期间的工人流动性增强,很多员工会回乡过年,提前做一些产能储备也是为了应急所用。

此前,富士康董事长刘扬伟表示:“鉴于全球断断续续的COVID形势,我们预计零部件短缺至少会延续到明年下半年,这比我们之前估计的2022年上半年还要长。”如今加快招兵买马,说明零部件短缺问题暂时得到了缓解。

代工企业进行人员储备说明苹果公司对于产能的需求还是比较旺盛的。此前,有媒体报道称,苹果表示明年上半年的iPhone出货量目标值定在了比今年1.3亿部高出30%的1.7亿部。此前已经有研究预测,今年四季度苹果公司的市场份额将超过三星,成为全球智能手机的第一位置。如果明年上半年iPhone 13系列还能保持着如此旺盛的需求,那么持续占据全球智能手机第一位置的愿望或许会最终成为现实。

3.苹果产能优势会不会成为拉开与竞争对手差距的关键所在?

市场还有传闻称,苹果公司明年春季要推出新一代的iPhone SE,富士康找人或许也为此在做储备。这恐怕也是在淡季还要招人的内在驱动所在。据调研机构Counterpoint统计的数据显示,今年10月份的中国智能手机市场,苹果手机销量较9月份增长46%,以22%的市场份额击败一众国产手机品牌问鼎第一;这也是继2015年一代神机iPhone 6S发布后,苹果手机在国内手机市场的二次登顶。

此外,据信通院的数据显示,2021年10月,国内市场手机出货量3357.5万部,同比增长28.4%。其中,国产品牌手机出货量



2281.1万部,同比增长12.2%,占同期手机出货量的67.9%。外国手机品牌出货量占比为32.1%,其中iPhone占有绝对优势,这个份额大部分都被苹果抢到也在情理之中。

众所周知,苹果公司近年来在创新方面一直备受诟病。其实,Android阵营的厂商的技术变革能力也下滑了许多。人们普遍认为,2021年的安卓旗舰机似乎都不够出彩,但在价格上却提升了不少,在和iPhone 13系列竞争中,价格优势不太明显。此外,苹果公司的供应链优势和产能优势受芯片荒的影响有限,这促成苹果的市场份额一直能够保持着相对的高位。更主要的是,这种趋势或许还会延续一段时间,如今富士康的“招人”已经在预示着这一点了。

餐饮业总是爆雷,星巴克出乎意外吗?

从吉野家到星巴克,最近总是能看到餐饮业爆出食品卫生安全的雷。有意思的是,商家总是以各种借口为自己开脱,不是直营店,只是个别店的问题等等。事实上,窥一斑而见全豹,一个门店的问题恰恰暴露了整体管理的松散,以及对食品安全的漠视,这才是最根本的症结所在。

1.星巴克“爆雷”,“浓眉大眼”的家伙也干这种事

日前,有媒体记者在无锡市两家星巴克门店卧底调查后发现,门店频繁触碰食品安全的红线和底线。食材过期后仍继续使用,做成多款畅销饮品出售;主管、店员“言传身教”篡改保质期,有的食材被人为“延保”一周;承诺“开封后不过夜”的糕点,第二天偷偷上架。

该消息一经披露,就掀起了轩然大波。广大网友炸锅的主要原因是为何涉及到食品卫生安全的案例总是如此的此起彼伏被爆出来?更主要的是,这也仅仅是一地的两个门店,试想一下全国那么多的门店的管理又会好到哪里去?让人心中不得不打一个大大的问号。

星巴克作为全球知名企业都爆出如此低劣的行为,这和其品牌文化是多么地格格不入。对此,星巴克中国回应称:对于报道中所涉及到的食品安全问题,我们深感震惊,“已于第一时间关闭了这两家门店,并立刻启动深入调查。”

一般企业都是在媒体曝光之后,开始关闭相应的门店,进行调查或者整改,但最终的结果呢?或许仅仅是处理个别人之后就不了了之了,之后照样我行我素。相应的监管和处罚不知道会不会跟进,力度又会多大?这才是网友们更在意的地方。

有媒体评论称:“两家星巴克门店的问题,可谓触目惊心。虽说,在饮品行业频频爆雷的背景下,类似食品安全丑闻早就不算新闻了,但是同样的事情发生在星巴克身上,并且充满‘人为’因素,还是让许多人颇感意外。”可以看出媒体的评论对这种国际品牌爆出的问题都表示友邦惊诧了,说明我们本来对于国际品牌的口碑和管理还是比较认可的,或者说我们此前是比较认可的。但如今看来,“天下乌鸦一般黑”的理论不由得又要占据上风了。

在失去了起码的经营底线的时候,任何的知法违法的行为都是可能发生的。餐饮业的“爆雷”无疑是最令人难以接受和容忍的。而管理松散以及监管不力往往是促成该类事件屡禁不止的首要原因,我们的处罚力度显然不够,惩戒程度也远远不够。不能让不法经营者感受到压力和震慑力,那么这种情况就很难杜绝。

2.星巴克的管理休矣?

众所周知,星巴克没有加盟店,国内5000多家门店都是直营门店。直营模式意味着管理是直接的,也就是星巴克自行管

理。那么就应该更加规范才是,如今爆出问题,说明整体的管理是存在问题的,对食品安全的认识显然是不到位的。

要知道,星巴克一直号称“以行业最高标准为基础,制定并严格执行星巴克食品安全标准。”但如今看来,也不过是一纸空文罢了。

管理人员主动违规、带头篡改保质期,严重缺乏职业道德和对消费者健康的起码敬畏。在利益驱使下,没有丝毫的悲悯情怀和敬畏精神,自然也就没有把消费者当上帝的理念,这显然已经不是管理的问题,而是企业文化的灌输出了问题。当然,背后或许也有业绩的考核,绩效的管理等等关联问题。通过两个门店暴露出来的问题,可见星巴克使用过期食材,已经不是偶然那么简单了。背后的管理机制无疑存在问题,在利益驱动下,门店的行为可以归结为星巴克业绩考核背后的短板其实一直存在。

近年来,星巴克的扩张速度不可谓不快,但萝卜快了不洗泥,暴露出来的问题显然是企业安全文化根本跟不上扩张的步伐。而且,在扩张的背后,是追求企业效益最大化,企业管理中暴露的弊端得不到根除。可以看出,直营模式不是没有问题,甚至暴露出问题更加严重,加盟店出现问题还可以找理由搪塞,直营店出现问题,就是管理文化和安全文化的缺失,这是企业赖以生存的根本,如果根基出现问题,那么企业的

发展就会陷入一种绝对的贫瘠中。

3.呼唤监管的跟进和惩处的强化

不久前,星巴克公布的2021年第四季度及全年业绩显示,星巴克四季度营收81.47亿美元,同比增长31.3%;净利润17.64亿美元,同比增长349.4%。星巴克四季度在中国有80%的门店受到8月疫情的影响,销售额同比下降了7%。但2021全财年,中国同店销售额增长17%。星巴克财报显示四季度在中国净开新店225家,截至2021财年第四季度末,中国的门店为5360家。星巴克预计2022财年全球同店销售额高单位数增长,全球将有约2000家新店开业,综合净收入325亿美元到330亿美元之间。

星巴克事件爆出之后,广大网友都希望看到有监管的跟进。涉及到餐饮食品安全问题,监管和处罚一定得及时跟进才是。相比其他餐饮企业,饮品行业的食材管理、现场制作流程要复杂得多,仅仅靠企业的自律,恐怕难以守住食品安全底线。也只有监管部门不断地加强监管,鼓励举报行为,才能更好地扎好安全的篱笆。

在利益驱使和监管疏漏下,一旦让一些门店奉行起食品安全“潜规则”,那么带来的危害是无法弥补的。更主要的是,这种风气不可助长,否则只能让我们的餐饮市场更加混乱,违规违法行为不端爆发,监管的同时应该加强惩处力度,起到应有的震慑作用才可以。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下,从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行,均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食,纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理,有意者请电洽。

地道陕西名吃,聘请原陕西文、沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺;同时聘有精通川菜,粤菜和各类家常菜的驻店厨师;新型的经营理念,为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢(最多容纳60人)及大型宴会厅(可容纳300人以上),酒水齐全,卡拉OK助兴。环境优雅,空间宽敞,自拥上百停车位,可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊,交通便利,诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈

