



100元/天

以派遣小时工入职,面试报到当天进入富士康新人宿舍,进入车间前(含报到当天)100元/天计算补贴或薪酬(未入职人员不享有)

进入车间正式出勤后则按照30元/小时计薪(若入职未满7天则按照同工同酬发放)

30元/小时

新增20万人左右

每年9月,iPhone的新机发售,是生产的高峰期,也是招工的旺季

富士康“围城”里的年轻人

iPhone 14的发售旺季里,富士康的出勤补贴从每天50元一路上涨到了每天400元。在订单的压力之下,哪怕短暂的停摆都会让这座超级工厂感到不安。有人需要钱,而富士康需要人。在富士康,年轻人着急走,又赶着来。他们生产iPhone,也喜欢iPhone,唯独不喜欢车间。他们是富士康流水线上的匆匆过客,而富士康也是他们漫漫人生的过客。

收入

“30元/小时,无套路。”

在当地县城隔离3天后,统一拉到厂区的键信息十分醒目。不久前,旋涡中的郑州富士康即将启动招工的消息刷屏,月薪30元的价格吸引了很多人的注意力,21岁的王天佑就是其中之一。

11月9日,王天佑打开了抖音,找到了河南当地的一家人力资源服务公司,一番咨询之后,王天佑留下了自己的信息等待后续的通知。

30元一小时的工资,对于河南当地的工厂来说,确实属于“高薪”。据了解,河南电子厂每月的工资普遍在5000元左右,每小时的工资只有八九块。

“他要是人的话,我现在就买票走了。”王天佑所在的云南曲靖,距离河南郑州超过1700公里,直达特快列车跑完全程,用时超过27个小时。

但这样的距离对现在的他来说完全不值一提。王天佑刚刚大专毕业,学的护士。在护士资格证考试失败之后,他与朋友合伙贷款买了一辆货车,把目标转向了水果批发生意。

不幸的是,生意失败,再加上每月1000元的车贷和一些“饥荒”,王天佑目前的打算,是把车租给昆明的一家公司,然后再找个班上,把欠下的钱还上。

除了富士康,王天佑还打听过昆明的消防员、高速路上的ETC安装以及其他的工厂。但有些工厂需要先将人带去其他地方或者先交培训费,相比起来,富士康没有这样让人顾虑的情况。他打听到的是,在富士康一个月大概能有六七千块钱的收入,因为工期能到明年2月,结束之后差不多就可以回家报名重新参加考试。

跟富士康合作了七年的劳务中介郑卓胜,愿意将其形容为一个“避风港”。在他的观念里,饭菜便宜,每天的住宿包括水电在内只用5块钱,甚至是先刷卡吃饭,再从工资中扣的模式,都能满足为钱所困的年轻人。

“有固定收入的人可能理解不了,有些学历不高又没工作的人,可能真的会面临没饭吃的情况,去富士康起码初期的吃住都不是问题。”郑卓胜接触过这样的人,对方曾经开了一家餐馆,疫情前每年的净收入能达到20万元,但受疫情影响,生意一落千丈。

餐饮不同于其他行业,除了店铺的房租以外,食材的存放意味着百分之百的损失。找到郑卓胜的时候,对方几乎到了身无分文的程度,那时候郑卓胜借了他50元的体检费,双方约定好发了工资再还。在对方看来,“先用后付”的吃饭及住宿真的帮了大忙。

“当你身无分文的时候,可以选择去富士康,但其他地方可能很难留住你。”郑卓胜说。

当然,也有人选择富士康是为了过渡。28岁的齐瑞涛曾先后两次进出富士康,皆是因为工作的变动,没能及时找到合适的下家,但却需要持续的收入。

和大部分人一样,齐瑞涛看中的也是富士康的返费。据了解,富士康的员工大体可以分为正式工、返费工以及小时工三种,其中返费工的主要运作模式是在职90天,打卡55天后,在每月收入的基础上,能够拿到一笔万元左右的一次性收入,他们的合同通常只有三个月左右。

每年8-10月,返费通常都会超过1万元。2020年6月,齐瑞涛第一次踏入这座工厂时,富士康给出的返费大约是7500元。

中介

“我的正式员工可能只有200个,但我现在需要1000个人,我就用800个派遣工把这批东西赶出来就可以了,他们的工期可能是三个月或者四个月,这是入职的时候就签好合同的。”

在分析富士康员工的比例时,郑卓胜用了这样一段话概括,王天佑也好,齐瑞涛也好,都是富士康临时招来的派遣工。

他们像是候鸟,在需要钱的时候与富士康各取所需,之后再各奔东西。在这个看似简单的合作里,其实还藏着这样一类人,他们用无数的人脉网络,把富士康招工的消息传播到无数的县城小镇,再把那些有意向的人送到富士康,从中抽取一定的费用。

2015年,还在上大二的郑卓胜就瞄准了学校里那些打寒暑假工的同学,那时候往富士康送一个人的报酬是300-500元之间。

在他的印象里,富士康每年都在变,工价也一年比一年高,但厂里的人也确实一年比一年难招。

现在每年通过郑卓胜的公司进入富士康的人能达到500人左右,他毫不思索地概括出富士康招工的曲线图——旺季主要聚焦在下半年的8、9、10三个月,每个月经他手的员工都能达到100多人。

大约到了10月之后,随着订单的逐步减少,对于员工的需求也会出现下降,如此周而复始。这样的曲线与iPhone的发售周期完全吻合,每年9月,市场都会迎来iPhone的新机,前后定是生产的高峰期。

但今年的情况显然有些特殊,11月6日,苹果官网发布了一则声明称,疫情限制暂时影响了其位于郑州的iPhone 14 Pro和iPhone 14 Pro Max主要组装设施。郑州工厂目前的产能大幅降低。

富士康是苹果全球最大的代工厂,传言全世界每生产10台iPhone,就有7台出自富士康的流水线工人之手。而郑州富士康又相当于这条供应链的心脏,苹果80%的iPhone生产位于郑州厂区。

为了拿下富士康,河南也曾使出了浑身解数。11月10日的最新消息显示,目前河南省部分乡镇已收到协助郑州富士康招工的任务,并向管辖村镇分配人数指标。

郑州富士康员工开启“徒步返乡潮”时,张世曾经自发地驾驶着一辆小货车先后载着四批员工从一个卡口到另一个卡口。不过,在他的记忆里,富士康不是个“坏人”。

“我们村总人口大概3000人左右,大约1000人都在富士康工作,如果时间拉长点,超过一半的人都曾经在富士康打过工。”张世说。

据他介绍,离家近、年龄学历要求低,省去外出打工的麻烦,还能增加收入,这成了不少当地人选择富士康的原因。

“政府都在为富士康招工,点对点发车接送。”另一位同样从事劳务工作的中介人员也如此说道。

但现在的情况又有了些微妙的变化,海外工厂似乎变得更具有吸引力了。今年9月,苹果确认,其重要的合作伙伴富士康正在印度第四大城市金奈的工厂组装iPhone 14,而在这之前,印度工厂仅仅组装旧款车型。

即便是做劳务的郑卓胜,有时候也会感慨些产业链方面的问题。比如说着说着他会叹口气,补上一句“富士康也挺难,毕竟订单压在那里,要知道订单一旦去了越南或者印度,就很难再回来了”。

过客

重金之下必有“勇夫”。今年8月,冲着1万元的返费,曹椿萱进入了富士康,在车间做起了测试主板的工作。11月1日上午10点,她放弃了即将到手的返费,拖着行李步行20多公里走回了家。

即便没有疫情的影响,离开也是富士康员工的一个常态,以至于“提桶人”成了富士康员工的一个标签,随时都可以装上自己的洗漱用品,潇洒地“提桶跑路”。

和其他工厂枯燥的生活一样,离开的人多半也是因为适应不了流水线的操作。

第一次进入富士康,齐瑞涛的工作是做手机屏幕的检测——将9块屏幕排成一排放到面前的机器上,在机器的配合下,挑出有黑点或者有其他问题的不良品。按照时间推算,那时候摆在他面前的很可能是iPhone 12的显示屏。

每个工位上都有围栏,又不能跟旁边的人说话,只能干看着眼前的屏幕。上班的时候不能停,下岗的时候要拿离岗证,而且还不能超过10分钟。这样一重复就是10个小时的机械性工作,让齐瑞涛感到窒息。

“刚去的时候还好,但时间长了不说话,特别是还需要一直盯着某一处的时候,就很容易犯困。干到第二个月的时候,我的状态就不行了,当时纯粹是为了返费在坚持。”三个月一到,顺利拿到返费,齐瑞涛理所当然地“跑路”了。

2021年11月,因为受到疫情的影响,待业了一个月的齐瑞涛再次回到了富士康。这次他选择了没有返费的小时工模式,当时的费用是一小时28元。

一个月的时间里,齐瑞涛换了两条产线,其中的一条产线就是外界常说的“打螺丝”,那是真正的流水线。

“比如要把主板卡在背部相应的位置,就需要四个特别小的螺丝,而且每个螺丝还都不一样,你需要把它全部打上,然后再分给下一个工具。整条产线是不能停的,而且速度特别快,一旦停下来,产品就会越来越多地堆积在你的旁边,清不完的时候就要可劲儿清。”齐瑞涛表示。

最初,齐瑞涛一天能打300多个螺丝,后期熟练的时候,一天最多能打的数量超过600个。半个月后,齐瑞涛又换到了下一个产线,这次他面对的是成品的机器。

齐瑞涛已经记不得面前的是iPhone的哪几代手机,只记得当时的手机是不开机的状态,他需要做的就是检查它的后盖是否有松动的迹象。

在齐瑞涛的眼里,富士康没有什么特殊的标签,只是在回忆的时候,忍不住感慨,当你觉得没有什么更好的选择的时候,富士康是你的一个选择,但你一旦有了更好的选择,富士康就绝对不会值得留恋。

钱能支撑一个年轻人在富士康待多久?这是个看似简单又很难的问题。“这就是一份工作而已,但长时间坚持下来,还是很熬人的。”

(文中人物皆为化名)

北京商报产经报道小组

亏损收窄 零跑首份季报出炉

首日破发的零跑汽车,跌跌撞撞。登陆港股一个多月后首份季报出炉,营收倍增、净亏收窄……有惊无险。11月14日,零跑汽车发布财报显示,今年三季度营收42.88亿元,同比增长达398.5%,环比增长38.8%。近4倍的营收增长,离不开持续增长的交付量。数据显示,今年三季度零跑汽车交付量为3.56万辆,同比增长186%。

值得一提的是,整体交付量上扬的同时,其销量结构也发生变化。作为与“蔚小理”同时起跑的零跑汽车,虽然近两年开启冲量模式,但一直被“诟病”依靠低端车型走量,销量含金量不足。为此,去年9月零跑汽车推出第三款量产车型——C11,顶配车型23.98万元的售价,让零跑汽车的整体价位再升台阶。不过,数据显示,去年零跑汽车4.31万辆的销量中,低价车型T03销量达3.8万辆,在总销量中

的占比近九成。

不过,这一情况在今年有了明显转变。财报显示,今年三季度,T03交付量为1.78万辆,同比增长48%;C11交付量则升至1.73万辆,同比增长高达6721%;而今年9月上市正处销量爬坡期的C01交付量为561辆。这意味着,零跑汽车产品阵营中高端车型交付比例明显提升。高价车型提振下,零跑汽车毛利率与净亏损也进一步得到改善。财报显示,今

年三季度,零跑汽车净亏损为13.4亿元,二季度净亏损超14亿元;经营亏损为13.6亿元,二季度为14.2亿元;零跑汽车毛利率也由二季度的-25.6%涨至三季度的-8.9%。

零跑汽车创始人、董事长兼首席执行官朱江明表示:“C平台两款车型(C11和C01)受到市场欢迎,由此也让零跑汽车车型的组合平均售价提升并带动毛利率的改善。随着车型交付量提升,规模效应体现,今后会有更好的财务表现。”

虽然毛利率和亏损环比进一步收窄,但零跑汽车整体亏损仍在扩大。2019-2021年,零跑汽车净亏损分别为9.01亿元、11亿元和28.46亿元。今年前三季度,零跑汽车已亏损37.84亿元,亏损额度已超越去年。其中,今年三季度零跑汽车净亏损同比增长96.48%,经营亏损同比增长91.5%。财报中提到,经营亏损同比扩大,主要是因为销量增长所带来的

经营开支上升。

财报显示,今年三季度零跑汽车销售开支为3.9亿元,同比增长323%,环比增长64.8%。财报中提到:“这部分开支的提升主要是由于品牌建设、广告、汽车销售营销开支增长以及雇员增加。”此外,零跑汽车还进一步在研发领域烧钱。财报显示,今年三季度,零跑汽车研发开支为4.04亿元,同比增长42.3%,同比增长138.9%。零跑汽车方面称,研发开支增长主要是由于增加研发人员、雇员薪酬增长及新车型研发投入增长所致。

持续投入研发费用,零跑汽车正在为提升毛利率和改善盈利水平铺路。据了解,零跑汽车将产品售价聚焦在15万-30万元中高端主流新能源汽车市场。根据规划,零跑汽车计划以每年推出1-3款车型的速度,在2025年底前将共计推出7款新车型。“中高端车型市场才是车企主要的利润来源,如果零跑汽车

的产品能在该细分市场得到认可,将有效提升企业整体盈利水平。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。为加速提升产品售价和定位,零跑汽车将研发作为重点。据悉,零跑汽车还计划基于自研增程式技术推出车型,落地“纯电+增程”双技术路线。零跑汽车相关人士表示,目前零跑汽车已实现智能电动汽车所有核心系统和电子部件的自主研发设计与生产制造,打造出智能动力、自动驾驶及智能座舱系统。

业内人士认为,虽然零跑汽车中高端车型销量已见起色,但目前低端车型仍占其一半销量。对于零跑汽车来说,不断投入研发就是为进一步提升车型含金量。不过,当下新能源汽车市场竞争已经白热化,零跑汽车不断推出上攻车型提升整体售价区间的同时,更重要的是能让中高端车型成为走量支撑。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦