# 富士康跳楼与企业文化建设（★）

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-03-16

*第一篇：富士康跳楼与企业文化建设富士康跳楼与企业文化建设“追求卓越 勇于开拓”建设和谐企业文化 2024-10-30 09:32:25 妤婕 tw103.cn 【大】【中】【小】 评论：[0] 条企业管理者将通过有效的企业管理手段，在企业...*

**第一篇：富士康跳楼与企业文化建设**

富士康跳楼与企业文化建设“追求卓越 勇于开拓”建设和谐企业文化 2024-10-30 09:32:25 妤婕 tw103.cn 【大】【中】【小】 评论：[0] 条

企业管理者将通过有效的企业管理手段，在企业与员工、企业与部门、企业与市场和企业与社会之间建立并创造先进、和谐的企业文化，以及融洽、和谐的内外部人文环境，从而形成一整套富有个性的企业文化氛围。

企业是社会经济的主体，是推动社会生产力前进的动力。企业以营利为目的，依法开展经营活动，其直接目的是实现利润最大化，企业管理者将通过有效的企业管理手段，在企业与员工、企业与部门、企业与市场和企业与社会之间建立并创造先进、和谐的企业文化，以及融洽、和谐的内外部人文环境，从而形成一整套富有个性的企业文化氛围，促进企业的和谐发展。围绕如何构建和谐企业文化，笔者认为应该以“四项意识”为先导。

一是以人为本意识，构建企业与员工“兴衰有我，荣辱与共”的关系

以人为本就是把广大员工的利益作为一切工作的出发点和落脚点，不断满足员工多方面的要求和促进人的全面发展。在企业的一切生产经营活动中，员工是一切活动的主体，科学的管理制度需要人来制定，同时也需要人来执行，一切生产、经营、管理活动需要人来计划，同时也需要人来组织和实施，因此员工的综合素质、管理人员水平和技术人员水平等，从某种程度上又制约着企业的发展速度和发展方向。所以企业的一项基本也是最重要的职能就是贯彻以人为本的原则，千方百计调动全员的主观能动性和生产积极性，从而促进企业的不断持续稳定发展，两者相辅相成。

以人为本要求企业要在员工中深入开展爱岗敬业教育。爱岗敬业是企业对每一位员工最基本的要求，也是每一位员工进入企业必须具备的基本素质和职业道德，同时还是个人诚信的一种表现。爱岗敬业是一种态度，也是一种工作行为，是职业人对自己、对他人、对企业、社会负责的一种表现方式。倡导全员爱岗敬业，以高度的事业心和责任感对待工作，把自己的命运和企业的发展联系起来，真正建立与企业“兴衰有我，荣辱与共”的一体关系。

以人为本要求企业建立科学合理的人才机制。人力资源是企业的第一资源，企业只有在尊重人才、尊重劳动、尊重知识的基础上，营造宽松和谐的用人、育人环境，使人尽其才，众人成才，建立和谐企业才能成为有源之水，有本之木。其核心是充分尊重员工的首创精神，珍惜员工的劳动价值和员工的创造力，真正维护员工的切身利益和正当权益，为员工提供更好的福利待遇和充分的职业发展空间，通过考核、奖励、晋升等方式，全方位地调动员工的积极性和创造性。让大多数员工，特别是让做出特殊贡献的员工实现与企业的同步发展。

二是发展意识，建立企业与市场“追求卓越，勇于开拓”的关系

发展是建设和谐企业的物质基础。发展是硬道理。企业是一个经济实体，这个经济实体承担着为股东（投资人）实现资本增值、为社会创造财富、为员工提供生存和发展空间的责任。因此，从某种意义上讲，企业和员工是利益的共同体，只有企业兴旺发达，员工才能更好地生存和发展下去。一个企业如果生产经营搞不上去，没有效益，国家的利益和员工的利益就无法得到保障，企业就会面临倒闭和破产，员工就会面临失业，和谐就无从谈起。

发展离不开市场。市场是指根据企业核心产品和业务参与竞争的经济行业和领域，是受价值规律决定的一个无形的空间，是一个行业主导产品和业务需求、供给的总称。一个企业要生存和发展，必须有计划、有目的、积极主动参与市场竞争，充分发挥自身在资本、人才、技术等方面资源上的优势，不断拓展市场空间。作为我们施工企业，要以创建精品工程为核心产品展现自我、回报社会。对于参与市场竞争的手段，一方面要不断提高工程质量和工艺水平，抓安全、抓质量、抓科技创新、抓工地文明施工，要制定企业品牌战略计划、规划，有目的性地开展品牌建设，充分利用网络、电视、报刊等传媒，扬美誉、树精品，打造“中铁四局”的行业品牌。另一方面要不断强化企业管理，通过学习型企业创建工作，提高全员学习力；通过优胜劣汰及人才机制的引入，提高员工的竞争力；通过“三项制度”的深化改革，提高全员的创新力，以此不断提升企业核心竞争力，不断巩固和扩大现有市场，实现利益最大化目标。

三是协调意识，构建企业与部门“政令畅通，均衡发展”的关系

企业下属各部门、各组织是企业机构设置的组成部分，是企业按业务划分，完成企业生产、经营和管理目标、任务的基层单位。企业根据其发展战略和生产、经营、管理工作的需要设立相应的部门和下属机构。如部门的基本职能包括：按划分的业务范围独立完成经营管理工作和任务、负责本部门员工的日常管理和考核、配合其它部门完成公司整体工作目标和任务等，企业下属机构是企业决策的执行者和落实者，必须做到“政令畅通”，各部门之间工作有序、关系顺畅，避免推诿、扯皮现象，才能保证企业整体工作目标的实现。

在企业内部，各部门、各项事业之间均应遵循全面、协调、可持续的目标。全面，就是要在不断地改革和完善企业经营管理机制的同时，加快政治文明、精神文明的建设，形成三个文明相互促进、共同发展的格局；协调，就是要统筹好企业发展的速度和质量，规模和效益，保持企业内部各项事业的均衡发展；可持续，就是要处理好眼前发展和长远发展、企业发展与资源利用生态环境保护的关系，使企业发展拥有不竭动力。协调发展是建立和谐企业的基本要求，只有协调发展、均衡发展，企业才能最终实现和谐。四是大局意识，构建企业与社会“良好形象，和谐环境”的关系

企业承担着为社会创造财富满足社会需要，依法纳税、促进就业，维护稳定等重大社会责任，是社会肌体的重要组成部分，是社会经济的主体，是社会物质财富和精神财富的创造者和生产者，是推动社会生产力前进的动力，企业与社会紧密相连，共生共荣。任何一个企业的生产经营活动都会产生双重效果，即经济效益与社会效益。因此，和谐社会的建设依赖于和谐企业的发展。

**第二篇：论富士康跳楼事件**

论富士康跳楼事件

从2024年1月至11月知名企业富士康发生14跳，在这个惊人的数字背后到底谁才是真正的黑手导致这么多年轻生命的结束？在企业管理方面可以归结为1.生产作业管理的不合理；2.企业文化对员工价值观的冲击；3.组织结构的不协调；4.激励机制的不灵活。

生产作业管理的不合理：富士康所处的制造业的地位决定了对生产作业管理的重视，生产作业管理供应链环节的前提就是满足顾客未来需求预测，正是它的“三高一低”运营战略，即高交货速度、高品质、高柔韧性和低成本，实施人海战术24小时轮班、快速转换使之成为21世纪的代工霸业。处于产业链的下游，富士康的规模经济特点显著，缺乏自己的品牌独立性，只能依靠大量的低成本，而这就需要大批的劳动工人来实现。

企业文化对员工价值观的冲击：要了解富士康的文化就得研究郭台铭。他的对员工价值观的冲击就是，在工厂没有高科技，只有执行的纪律。格局是決定在一开始你的心里怎么想。执行力的实施，在进去培训期间就得把自动化、效率化的生产管理发挥到极致，把生产成本降到最低。他的这种军事化管理、集权、霸气和对高度执行力的强调深刻的影响了员工的价值观。这些80、90后的职员比起大都市的同一代青年，他们只有可伶的当地最低工资标准900，加班是他们没有选择的办法。没有丰富的购买力，只有拼命地加班，每天拖着疲惫的身体回到宿舍就蒙头大睡，连最起码的交流时间也没有，甚至在生活中，有的员工竟然不认识自己的室友，他们完全是“熟悉的陌生人”。在这种陌生的环境里，没有丝毫的心理安慰，更没有所谓的归宿感和安全感，没有被大都市的人民接纳，这也对他们是一种冲击。

组织结构的不协调：用组织结构理论来说富士康的组织结构类型是直线型组织结构，组织中的每一个人的职能就是向上级报告，他对下属有绝对的直接职权，主要的决策权集中在高层管理者，中下层管理者只有日常的决策权限，对下级的控制较多。虽然这种组织结构能够快速地执行决策，但其缺点也不能忽视，正是这些缺点才把富士康的管理问题揭示出来。由于决策比较集中，员工晋升难度较大，容易影响员工的工作积极性，员工不会向公司拼命卖力。2，这种结构一旦面临经济危机或市场环境恶化，企业的最高领导者会采取严格的执行力来拯救企业的利润，管理层则一级一级施压，最终，一线员工的压力最大。平时在工作中的压力，再加上层层领导者施加的压力，使员工难以承受，时间一久，这种崩溃状态会导致一系列惨重后果。

激励机制的不灵活：需求层次理论中人类的需求是以层级的形式出现的，从低级的需求到高级的需求依次是：生理需求、安全需求、社交(归属）需求、尊重需求、自我实现需求。然而，富士康的员工连最基本的生理需求也难以得到保障，他们拿着最基本的当地最低工资，连基本的生活也难以得到保障，只有没有选择的加班。在富士康，工作职务的晋升难度大；工作本身单调乏味，没有兴趣，员工得不得自我发展；工作得不到认可，这些都会导致一些心理障碍和意外发生。

富士康的领导行为：弱“关心人”强“工作组织”

关系行为：指导，即高任务低关系

专制型领导人，权力集中于领导者个人手中。领导者独断专行，所有的决策都由领导者自己做出，不重视下属成员的意见。领导者以权力、地位等因素强制性地影响被领导者。专制型的领导者只注重工作的目标，关心工作的任务和工作的效率，对公司的成员不足够关心，下属与领导者之间的社会心理距离比较大，领导者对下属缺乏敏感性，成员对领导者存有戒心和敌意，容易使群体成员产生挫折感和机械化的行为倾向，严重的就会导致悲剧的发生。

富士康提倡为“大我”牺牲“小我”。企业希望员工不计较个人得失，努力为组织目标而工作。而80后、90后的员工们显然对此相当抵触，对领导的行为也有不同的解读。新生代员工将自身与企业的关系看作纯粹的雇佣关系，注重工作是否能够实现自我价值，而不愿意为了企业目标牺牲自身的利益。新生代员工已经具有一定的民主思想，追求平等、反感管理者高高在上、对权威也敢于挑战，对于命令式的领导方式接受度不高；对于领导吝啬授权，凡是自己说了算，员工只负责执行的做法，新生代员工会认为那是束缚了自己的才华发挥，这可能也是富士康14跳的主要原因。

**第三篇：富士康跳楼事件公关思考**

关于富士康“跳楼事件”在公关方面的思考班级：2024级张之洞班（农科）学号：2010305200132姓名：叶苗 富士康简介

富士康科技集团是专业从事电脑、通讯、消费电子、数位内容、汽车零组件、通路等的高新科技企业。1974年在台湾创立，1988年在深圳建厂，拥有60余万员工，为全球最大的电子专业制造商。其总裁郭台铭为台湾首富。然而就是这样一个曾经令无数年轻人向往的电子王国，在2024年发生了震惊中国的“跳楼事件”。惨剧发生后，各大媒体争相报道，矛头纷纷指向富士康。事件更是激发了广大民众的愤怨，人们彻底改变了对富士康的看法。“血汗工厂”、“压榨工厂”成为了富士康的代名词。富士康被推到了风口浪尖，公司在公关工作方面临着严峻的考验。学习了公共关系这门课程，我们思考着富士康出现的问题以及怎样去解决。在这个公共关系中，主体为富士康公司，客体为公众包括内部公众和外部公众，媒介是各种传播媒介。问题及解决

对于主体，我们可以明显看到其在这次事件中显露的无能。刚开始有人跳楼时，公司并未引起多大重视并对员工采取相对措施。随着跳楼人数的增加，领导才意识到问题的严重性，然而他们也只是请来高僧作法，安装防护网等。还是没有对员工进行心理疏导，防止惨剧再次发生。这说明富士康在公关工作方面缺少高素质人才。作为拥有众多员工的高科技企业，富士康应拥建设培养一支高素质的公关人才队伍，以及时应对突发事件，维护公司形象，为广大民众服务。什么样才算高素质公关人才呢？高心理素质、高知识素质、高能力素质、高情商、高职业道德。事件发生后，当然很多人指责富士康管理不当，特别是内部员工。公司也承认发生这样的惨剧公司有不可推卸的责任。有记者潜入工厂内部，发现在每个车间里都有监督员工工作的主管，相当于监工。有员工打瞌睡或偷懒时，他们斥责或是恐吓，说扣你工资啊，开除你啊。虽然后来公司管理者表示他们没有克扣工资的权利，但员工不知道，这给他们的心灵造成一定程度的压抑。本来就是流水线工作，还生活在惶恐不安中，不知道如何排遣心理压力的年轻员工很容易形成心理压力。还有，我们了解到，富士康的保安人员拥有很大的权力，他们手持电棍，谁违反正常秩序就电谁。还有报道称富士康保安人员群殴员工致死。这又会给刚进入社会的年轻人造成怎样的阴影，我们不得而知。所以富士康在考虑如何改变自己形象的同时，还应反思自己在管理上的不当，还员工自由、自尊，让年轻人感受到希望、温暖。人是社会人，不是经济人，不能只要钱不要命，不然真成了血汗工厂。好的公司企业不仅是高经济效益，还要有人性化管理。

在这次公关活动中的客体分为内部公众和外部公众。事件发生后，内部公众即广大员工无不惶恐不安。在他们身边逝去的是一个个年轻鲜活的生命。也许在这个事件之前，大多数人还没觉得自己在富士康生活和工作有多大压力和失望，或许还会为自己作为这样一个企业的一员感到高兴与自豪，他们相信明天是美好的。但随着跳楼人数的增加，他们或许意识到了自己生活在“压榨工厂”里。他们不知道下一个跳下去的是谁，他们不知道自己应不应该留在这儿。据了解，发生跳楼事件后，已有好多员工特别是年轻员工都辞职不干了。虽然每天来面试的人还是人山人海。但旧员工的离去已充分说明内部公众的不信任与对公司失望。那么富士康应积极对内部员工采取措施。我们知道，这些跳楼的员工年龄在18—24岁之间，而且进厂时间都非常短一般是几个月甚至十几天。试想一下，这些满怀着梦想与激情的年轻人来到这么一个工厂，他们不仅是来赚钱的，还是来实现自己的梦想的。富士康没有重视他们，没有给他们舞台，没有给他们希望。一天枯燥无聊的流水线工作后，回到宿舍又没有讲话的人，据悉他们有的人在一起住了几年还相互不认识。这说明他们缺乏交流。马斯洛将人的需求分为5个层次：生存需求→安全需求→社交需求→自尊需求→自我实现需求。在富士康，员工的最低工资不得低于当地最低工资，即使在金融危机时期每月都按时发放。而且奖金补助也都不错。生存需求满足了。当然在富士康安全需求也是满足的，他们的宿舍楼也是用门禁的。但是社交需求就很缺乏了。所以公司应在疏导员工心理，加强心理沟通方面下大功夫。平时多安排领导视察，与员工交流沟通，了解他们的内心，多关心关注他们。节假日还可以举办老乡会、联谊会、宴会。富士康很多员工都是来自农村，有了这么些活动，朋友多了，心情也会开朗过许多。心里有什么也有地方可以倾诉了。针对心理方面还存在疑惑的员工，公司可设立心理咨询室，听说富士康有，但大多数员工还不知道，应加大宣传，聘请专业心理工作人员。鼓励员工去咨询，去倾诉。当然作为保守的中国人，大多数人不愿意向陌生人诉说内心的困惑。所以公司必须切实落实好心理咨询工作，提供人性化的关怀，并对咨询者的信息保密。根据后来潜入富士康的记者透露，富士康有良好的基础体育设施，但知道的人也是微乎其微，在这方面富士康也应当多宣传鼓励员工参加体育锻炼，愉悦身心。总之，富士康应在内部公众心中树立良好形象，让他们感受到家的温暖。内部公众问题解决了，才能防御“跳楼事件”的再次发生。公司才有资格，有信心解决外部公众公关问题。

那么富士康怎样化解外部公众对其敌对的情绪呢？首先，公司应释放大量信息，让公众了解事实真相。事件已经发生，掩盖事实只会是欲盖弥彰。其次，以坦诚的态度承认错误，承担责任，不能千方百计推脱。我们看过公司方面负责人的陈述，其认错态度非常好，但说到最后还是把责任推得一干二净。事件发生后，公司应努力做好死亡家属的安抚工作。并借助媒体与公众沟通交流。我们在新闻媒体报道中看到了郭台铭总裁多次向公众赔礼道歉，态度诚恳，是值得肯定的。经过这次事件，许多人不再向往富士康这块土地了，很多人都将其视为“血汗工厂”，虽然后来记者澄清事实并非如此，但并未改变其在公众心目中的形象。坏的印象一旦形成，很难改变。为了改变其形象，公司可采用救助型公关，多做社会公益活动，彰显其爱心。此外，公司还可广纳外部公众的意见建议，积极采纳修正。塑造良好形象，使其知名度、美誉度达到双高。

公司进行公关活动离不开媒介传播，媒介传播也是构成公共关系的要素。在这次事件中，我们可以看到铺天盖地的报道，大多数是将矛头指向富士康，富士康几乎是四面楚歌，很是被动。公司与媒介也

应有更多的交流。首先，允许记者进入公司内部进行采访调查，以真诚的态度帮助他们了解事实，以便让公众更好地了解事件，因为媒介是联系主体与客体的纽带。跟他们关系搞好了，他们自然不会在公众面前搬弄是非；其次，平时应多与他们交流，主动邀请媒介机构参与公司重大活动，这也是宣传自己的时机。公司应抓住一切合适机遇，加强宣传，扭转其破损的形象。

总结

上述是从公关的三个要素方面谈论这次“跳楼事件”。总之，重点应放在内部公众上面，因为它是问题的源头，相信将内部公共关系搞好了，对待外部公众和媒介也就有个好的交代。从程序方面看，先解决问题，再重塑形象。其实这次“跳楼事件”作为富士康的一次公关危机，既是危机，也是契机。公司应抓住机遇，通过塑造良好的企业文化，使员工意识到自己的责任感，并有一种归属感。相信合理的公关策略，会帮助富士康取得媒介和公众的信赖和理解的。

冰冻三尺非一日之寒，富士康给广大公众造成的伤害不可能在短期内痊愈。公关工作要想在短期内达到怎样的效果也是很不现实的，也有可能遭受很大的抵触。所以公司要坚持，以真诚的态度去面对，不仅是给公众一个交代，也是为自己的经济效益着想。没有公众的信赖一切努力都是徒劳的。相信精诚所至，金石为开。当然，不能只做表面工作或是为了渡过这次难关，要善始善终，努力将企业文化植根于每个角落。用文化去影响每个人，让员工带着梦想高高兴兴在这里奋斗。给年轻人舞台，让他们带着梦想飞翔。员工们把这里当成了家，就会努力工作，公司效益上去了，员工的待遇也会增加。这才是实现双赢，这也是我们国家企业与员工之间应达到的目标。

希望富士康“跳楼事件”不仅是引发我们对公关的思考，希望它能提醒这个社会对年轻人心理多些关注。年轻人的梦想需要舞台，年轻人需要温暖。

**第四篇：富士康科技集团跳楼事件**

富士康公司在中国大陆拥有 80 万员工,仅深圳厂区就有 42 万人,今年以来富士 康深圳公司已经有 10 名员工相继坠楼,导致 8 死 2 伤.这些坠楼者几乎全都是 17-23 岁之间的年轻人.附:富士康员工死亡记录(截至 2024 年 5 月 25 日)2024 年 5 月 25 日凌晨 富士康发生今年“第 11 跳”,坠楼者不幸身亡.2024 年 5 月 21 日 4 时 50 分 富士康发生今年“第 10 跳”,死者为 21 岁男 性员工.2024 年 5 月 14 日晚 10 时 50 分许 富士康没能阻止第九跳,死者姓梁,安 徽籍男子.2024 年 5 月 6 日凌晨 4 时许 富士康员工卢新跳楼身亡.2024 年 4 月 7 日 富士康再亡两员工 其中一男员工猝死家中.2024 年 4 月 6 日 15 时许 富士康 4 坠楼事件 又一女工 7 楼跳下生死未知.2024 年 3 月 29 日 4 时 富士康 23 岁员工坠楼身亡 1 个月 3 人坠楼.2024 年 3 月 17 日 8 时 富士康龙华园区,一名田姓女工从宿舍楼跳下摔伤.2024 年 3 月 11 日晚 富士康龙华基地内的生活区,一男子从五楼坠亡.2024 年 1 月 23 日 4 时许 19 岁的员工马向前在富士康华南培训处的宿舍死 亡.2024 年 8 月 20 日 富士康 23 岁员工郑鑫崧在游泳池溺水身亡.2024 年 7 月 15 日 富士康 25 岁员工孙丹勇跳楼自杀.2024 年 7 月 15 日 富士康 25 岁员工孙丹勇跳楼自杀.2024 年 3 月 16 日 富士康烟台工业园 28 岁员工李某猝死在出租屋内.2024 年 9 月 1 日 富士康员工 21 岁的刘兵辞工两小时后突然死亡.2024 年 6 月 18 日 富士康一名侯姓女工在厕所上吊自杀.富士康管治双重标准 员工有冤上诉无门 富士康员工接二连三寻死,除了最底层的蓝领工人,亦不乏白领职工,由此折射 出的问题,似乎不再是“血汗工厂”如此简单.近日,富士康已承认内部管理存 在问题,却未解释症结何在.本报进一步调查发现,富士康作为一间世界五百强

的企业, 等级之森严, 恍如军队及政府部门.另一遭人诟病的是其台治色彩浓厚, 在财务,人事,运营,管理等多方面均采用双重标准,流行“打骂文化”,部分 内地员工遭受不平等待遇后,有冤无路诉,容易产生寻死之心.据了解,富士康全国八十万员工,其中干部人数达一万三千人,基本可分为 “台干”和“中干”两类,台干是台湾派驻内地的干部,约三千人;中干为内地 本土培养的干部, 约一万人.富士康干部拥有职位和资位(薪资级别)两种头衔, 行政级别由低到高分为线长,组长,课长,专理,副理,经理,协理,副总经理, 总经理,副总裁,总裁;资位分为一级到十八级,富士康的母公司台湾鸿海集团 创办人郭台铭就属第十八级.台干处处特权中干备受歧视毕业于高校的王先生,在深圳富士康工作约五 年,目前担任课长,资位六级.他表示,富士康经理级别以上几乎为台干,极少 中干能升至

协理.台籍大学生入职一两年便升任课长,甚至是专理,三至五年便 可担任副理;而内地员工晋升则有严格的间隔限制, 须五年方可升至课长或以下, 副理则一般需要工作十至十五年.他指出,公司一直是“台干当道”局面.工作方面,中干定位是以制造体系 为主,行销,研发,财务等重要部门则以台干为主;待遇方面,若两个研究生同 时入职,并能力相当,台干薪水约为中干的四倍,随着职位的晋升,五年后差距 可扩阔至八倍,“台干占用公司大多数资源,任何机会和平台都属于台干.”此 外,富士康某地区一位副理鲍先生对本报表示,内地员工进出精密器件厂房时必 须搜身,台干则不需要;内地员工若携带手提电脑及 USB 记忆体进入厂区,必须 层层申报并进行全面检查,台干则不用.种种不平等待遇,令到员工极为不满并 产生磨擦.不过,郭台铭曾在去年发起“人才本土化”运动,反思过去的人才战略,强 调重视内地人才.据传,郭台铭每次在员工大会上都表示,台干,中干一家人, 公司需要重用中干, 给中干舞台.只是, 有员工将之形容为“雷声大, 雨点小”.富士康文化:骂人文化 富士康文化: 富士康流行一种文化:骂人文化,从最高管理层开始,上行下效.内地员 工普遍反映出,在富士康,台干有强烈的优越感,一般瞧不起内地职工,部分人 甚至随意辱骂中干下属, 言行极不尊重.一位刘姓员工称, “有台干因下属犯错, 竟破口骂道\'你妈妈是不是被日本人强奸生出你来的!\'.”此外,富士康处理 “打骂”事件的做法令员工不解.鲍先生透露,2024 年时,郭台铭最器重的年 轻干部,富士康 WLBG 事业群台干赵博轩,在办公室打骂中干下属,并手掐其脖 颈.事后,受害者以群发邮件方式,将事情经过向全公司曝光,引起轰动.不久, 公司将二人同时解雇,并从此明文规定,员工收发邮件必须经过上级审查,并限 定群发数量,而对打骂现象则并未加以遏制.事实上,记者暗访深圳富士康过程中,有工人反映,员工在遭遇不平等对待 或受到侮辱后,并无申诉管道,相关投诉部门形同虚设,部门主管很少处理员工 投诉,实情很难反映至最高管理层.工会方面,富士康工会主席陈鹏是郭台铭的

秘书,亦较少向管理层反映员工心声.据称,金融危机之时,陈鹏曾代表员工同 意公司建议内地员工休无薪假一至三个月的方案.“刚进入富士康的大陆本科生,待遇两千多元;而同样的工种,台湾本科生工资 却高达两万多元.”昨日(5 月 24 日),一位富士康员工向《每日经济新闻》 记者透露,富士康不少员工甚至中层干部,在大陆员工和台湾员工之间,待遇上 存在极大的差别.而这也是导致富士康大量员工流失的原因之一.面对外界对于富士康的种种质疑,富士康总裁郭台铭昨日首次公

公开作出回 应,他称富士康绝非只要钱不要命的 “血汗工厂”,“现在很多事都不能说, 我们都默默在做.” 两地本科生待遇相差 10 倍近期对富士康的管理方式,外界有许多猜测和评论,除了“工作压力大”, “军事化管理”,“加班时间长”等之外,“同工不同酬”也成为不少富士康员 工“控诉”富士康管理的一大弊端.“2024 年, 我刚进入富士康, 每月基本工资 2200 元, 而同样的台湾本科生, 可以拿到 22000 元.”哈工大毕业的林浩昨日向《每日经济新闻》记者表示,在 富士康,大陆和台湾员工之间,同样的工作,待遇却相差了整整 10 倍!“各个方面来讲,大陆和台湾员工之间没有差别,但干同样的活,甚至有些 台湾员工水平还不如我,凭什么却能拿 10 倍的工资?”刚一进入工厂,林浩便 感到了不公平.正因为如此,他最终选择了离开,“很多大陆籍贯的名校本科生 都难以接受,两者落差太大了,我所认识的很多同学前后一年时间里相继转投了 其他公司.” 对此,长期研究深圳制造业的经济学家王亮指出,富士康的问题还是出在企 业文化上,“富士康的工资待遇水平其实不是最差的,相反富士康每月都准时发 工资也是深圳很多小工厂不能比的.” 但是他也指出,富士康过度地压制大陆籍贯的储备干部,过度使用台干可能 是其企业文化中的硬伤.他说,精密制造业的长期优势在于有经验的管理人员, 但富士康作为起源于中国台湾的一家全球企业, 却不能培育出大量的大陆本土管 理人员,刻意的压制,造成了人才结构的极不合理.王亮直言:“中国台湾的企业向来受日本的企业文化影响,在企业文化上也 不同程度吸纳了日本的企业文化,某种程度上和日资企业传统比较相似;而坊间 对于两者的管理和工作中的传说有很多,譬如疯狂不知疲倦地工作,过于苛刻的 管理制度,甚至缺乏人文关怀的工作氛围……而这些问题,在富士康身上暴露无 遗.” 一位在富士康工作了数年的大陆干部向《每日经济新闻》记者透露,富士康 的各级管理人员等级森严,同样一个级别,不仅在工资薪酬上高出许多,而且在

人格上好像高人一等;台干就比大陆管理人员高人一等,而管理人员又比普工又 高一等,管理人员还可以随意扣罚员工的绩效奖金.万人辞职? 3 个月 15 万人辞职? “十连跳”的大背景下,也有大批富士康员工选择了辞职.根据一份民间团 体亲身经历和实地考察后形成的“富士康情况报告”显示, 富士康平均每月要流 失员工几万人,而在跳楼事件频发的近3 个月,每月竟然高达 5 万人以上.“我已经在这里做了有 5 年多了,每天都重复着枯燥的操作.到现在虽然工 资涨了一些, 却总是感觉没有出头之日, 看不到希望, 这样下去终究不是办法.” 富士康观澜厂区员

工张金昨日告诉《每日经济新闻》记者,自己中专一毕业便进 入富士康工作,一干便是 5 年.前段时间频繁的跳楼事件发生之后,他选择了辞 职.“工作感觉就像是一个机器,流水线上单调枯燥的动作要反复不停地重复 着.”对“十连跳”,已经回到湖北老家的张金显得并不奇怪,“在电视里面已 经看到新闻了,这是迟早的事,光在我们组,很多同事都做得很郁闷!但是没想 到跳楼这么密集.” 富士康新闻发言人此前表示,“如果我们是血汗工厂,为什么每天会有这么 多人排着队要进来?”但这也被人直指“恰好暴露出富士康同样每天都有大批 人排着队离开”.5 月 23 日,深圳龙华富士康南门,几十名年轻人聚集在路边一处小广场排 队.路边的屋子里不时有人拿出话筒喊话,随后排队的年轻人便进入房间接受面 试.长长的队伍逐渐缩短,间歇有人补充上来.这里,便是富士康最大的招聘点,此前曾经出现过数千人竞聘的壮观场面,平日每天的排队量也一般在几百人.《每日经济新闻》记者在现场看到,在近日 连发 “跳楼事件”背景下,这个招聘点的应聘人数有所下降.招聘地点的公告栏上,“无需任何学历”的提醒赫然在目.而此前,入职富 士康需要持有高中或中专学历方可,而目前只要有个身份证即可,无需学历.据悉,因为流失率太高,人力严重不足,导致生产线上的人均劳动强度比以 前增大.而随着“跳楼事件”的接连发生,在招聘点周围,悄然聚集起了一批算 命先生.“富士康人员流失率居高不下的郭台铭首次回应”十连跳“ 郭台铭首次回应”十连跳“ 郭台铭首次回应 毋庸置疑,郭台铭是最近一段时间以来媒体最希望采访的人物之一.作为全 球最大代工厂鸿海集团的总裁,郭台铭因为旗下富士康今年以来陆续发生 10 起 员工跳楼事件而被推向风口浪尖.在一片质疑声中,郭台铭首次对”十连跳“作 出公开回应.

昨日, 郭台铭在出席”天府四川宝岛行启动仪式暨经贸合作论坛“时一改往 日的低调,首次回应媒体关于富士康的提问.他称,富士康绝非只要钱不要命的 ”血汗工厂“,并且有信心在短期内把状况稳住.他说,对于富士康”十连跳“,外界不了解真相,”现在很多事都不能说, 我们都默默在做.“郭台铭称,富士康员工共 80 多万,再加上全球的鸿海集团 员工多达 90 多万人,员工的确很难管理.郭台铭表示,”但是我们有信心,很 快就会把这些状况全部稳住.“ 原因是缺乏归属感,缺乏凝聚力.”王亮指出.亦庄富士康员工 2 万多 北京亦庄也有家生产手机零部件的工厂叫富士康, 这家富士康与深圳的富士 康有没有关系?记者调查后了解到, 富士康精密组件(北京)有限公司也是台湾鸿 海集团所属的全资子公司.2024 年开始在亦庄投资建厂,主要生产

手机零部件.后来又投资建设了三期厂房.富士康三期项目投资 9000 万美元,主要生产手机 零组件,系统手机模具等产品.第一和第二期厂房位于亦庄同济中路两旁.据亦 庄管委会有关人士介绍, 富士康精密组件(北京)有限公司是园区内人员密集型企 业,员工人数最多的时候达到 2 万余人.员工 下班后脑袋好像被榨空了

下午 5 点多钟, 走出北京富士康企业大门, 小姚来到一个煎饼果子的摊位前, 她想买个零食.一小团面,6 片薄薄的火腿肠,一个鸡蛋,加上点儿生菜叶,煎 好后的价钱是 2 元钱.她经常在下午这个时候出来买上一个.北京富士康位于北京经济技术开发区.在这里,富士康工厂已经有 3 期,其中 1 期和 2 期工厂中间仅仅隔着一条窄窄的马路,而且道路上方修建有空中走廊, 不用出工厂大门就能在两座工厂间走动.但是,小姚习惯在马路上穿行.“只是 为了换个环境,呼吸呼吸外面的空气.”晚上 6 点多钟,两座工厂大门口出现了 七八个卖煎饼果子的小摊贩,“主要就是卖给富士康的员工”,一位摊主告诉记 者.富士康接连发生跳楼事件,通过媒体报道她也知道了.她认为,虽然跳楼的 具体原因不同, 但是员工加班太累, 员工之间缺乏交流, 隐藏在这些事情的背后.在电子生产企业,加班是普遍现象,员工收入的一半左右就是依靠加班获得的.为了多挣钱,一些员工也会主动向主管提出,自己可以加班.在高速运转的生产 线上,每个人都高度紧张,因为如果产品不合格,主管能够查出是哪道工序出现 问题,就会扣发那个员工的奖金.“上班时干的都是简单重复劳动,当然不是体 力上的累,而是心理上高度紧张的那种累,下班后好像脑袋被榨空了.” 分析 待遇好不属于血汗工厂

据悉,在富士康工作的普通员工收入每月在 1700 元左右,如果加班多收入 会更高.为了多挣钱,很多刚到工厂的员工会主动向主管申请加班.通过努力做 到线长(生产线上的主管),收入就能再提高一大截.北京富士康属于人员密集型

企业,员工人数最多的时候达到 2 万多.对于为什么北京工厂没有出现极端现象 这个问题,小姚认为,因为这里许多年轻人就是附近的农民,他们能经常见到家 人.工厂内有图书馆,数码银狐生活馆,羽毛球,篮球和乒乓球场馆等,还是免 费的.“很多人并不是住在工厂里面.工厂门口就有公交车,员工可以坐车到市 里逛街, 开发区北面还有一个免费公园.这些都是与深圳富士康不一样的地方.” 80 后,90 后的年轻人,不再像父辈那样能吃苦,心理上也更脆弱.一些刚刚毕 业的大学生对生活充满美好的想象,来到富士康后马上就嵌入严格的流水线上, 不再有个性,就连上厕所也需要请假,自然心理上就会出现异常,至于失恋,金 钱

债务纠纷等问题,则是各种社会问题在工厂员工身上的反映.“有的人能自动 调整,有的人适应能力差一些.从公司来说要建立长效机制,为员工创造一个心 理上宽松的环境,毕竟人不是生产线上的机器.” 专家 体制是员工心 理失衡根源 “富士康的问题是社会各种问题的综合反映,富士康企业本身也出现了问 题,使得极端事件在富士康身上频频发生.”北京仁能达教育科技有限公司研发 总监谢伟如此分析富士康的“十连跳”.谢伟认为,解决这种突发事件的方法,就是提前发现员工心理异常.为了预 防企业员工出现各种心理障碍,影响到工作和生活,国外很多企业为员工制订 EAP 计划,翻译过来就是员工帮助计划.国外一些企业来到中国投资建厂,也顺 便开展了 EAP 计划.国内很多企业,如西门子,爱立信,中国移动,联想等企业, 均先后开展有员工帮助计划.EAP 计划主要内容包括: 员工状态评估, 员工心理状态干预, 员工家属参与.通过讲座,培训,个体咨询,团队辅导等方式,对员工状态进行评估,对员工心 理状态进行干预,减轻员工心理压力,工作倦怠问题.另外,还要邀请员工家属 一起做这些活动,达到效果的最大化.富士康员工心理失衡,是该公司的体制出现问题.“如果员工每天高强度 工作 10 个多小时,再好的心理专家也难以减轻员工心理上的压力.”

**第五篇：富士康跳楼事件案例分析报告**

目录

目录„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„1 富士康跳楼事件发生的背景及问题„„„„„„„„„„„„2 问题的主要原因及理论依据„„„„„„„„„„„„„„„2 解决问题的方案„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„3 方案利弊分析和决策„„„„„„„„„„„„„„„„„„4 结束语„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„

富士康跳楼事件发生的背景及问题

富士康科技集团系台湾鸿海集团投资，主要生产计算机、网络通讯、消费电子等高科技关键零组件与系统产品。

集团拥有FOXCONN自我品牌，在中国大陆上海、深圳等地设有近50家全资子公司，在苏格兰、爱尔兰、捷克、美国休斯顿、洛杉矶等地设立海外制造中心及广布全球之60余个国际分支机构，拥有60余万员工及全球顶尖IT客户群。

富士康集团在2024跃居台湾民营制造商第一大宝座；2024获Business Week 选为全球IT公司100强第3名的殊荣，2024年跃居《财富》全球企业500强第109位。

身背诸多光环笼罩的明星企业，却在数月内接二连三发生员工“坠楼”的死亡事件。从2024年1月23日截至2024年5月27日，短短的四个月内“坠楼”事件居然高达十二件，这不禁让人想问：富士康，你到底怎么了？

身为富士康CEO的郭台铭，是否有不可推卸的责任呢？

郭台铭，鸿海精密暨下属富士康科技集团的创办人。1974年成立鸿海塑料企业有限公司，1985年创立富士康品牌。1988年，在深圳开办只有百来人的工厂，之后发展成为富士康龙华基地，至2024年底，富士康在全国相对成熟的基地已超过13个。

2024美国《福布斯》“全球亿万富翁”排行榜上位列第198名。

2024出身的郭台铭，其管理理念带有深深的军队烙印，他认为：

• 民主是最没有效率的，领袖应该带着霸气。

• 独裁为公，长官第一。

• 走出实验室就没有高科技，只有执行的纪律。

但是这看似军令如山的管理理念，背后潜藏这什么样的危机呢？

问题的主要原因和理论依据

军事化管理

富士康采用分明的等级制度、绝对的服从制度、严格的纪律制度和严厉的惩罚制度相结合的军事化管理。

这虽然能够最大限度的拥有高效的执行力，从而提高生产效率，但也同时拥有更大的消极作用：

1、管理层与员工之间、员工内部之间缺乏有效的沟通；

2、强调员工整体的共性，压抑个人的个性，缺乏人文关怀；

3、企业缺乏民主气氛，员工想法难以引起高层注意；

4、高压管束将加剧员工的心理负担，并且极易引起反弹情绪。

最大限度追求泰勒模式

富士康的生产管理基本上追求的是泰勒的科学管理模式，其有如下几个特点：

1、制定标准化动作；

2、控制完整工序的时间，严格到秒；

3、实行低底薪工资制度，计件得酬。

泰勒模式虽然能满足企业提高生产效率的目的，但却忽视了其他因素在提高生产率中的作用。例如员工满意度，员工的心理健康等问题。

保密制度的过度泛化

1、以重罚来确保每个员工都需要遵循保密纪律；

2、在员工中实行信息戒严和信息封锁；

3、过度推行保密协议，扩大了保密协议的范围。

保密制度是获取订单的重要保证（容易获取客户信任）同时也便于管理（员工之间信息封锁）。然而这也使得员工对企业及员工之间的不信任感加剧。由拥有不满情绪的员工披露企业信息，易引起外界误解。再者，过度的施行保密措施，容易造成员工心理高压。

过于依赖大客户

富士康让大客户过多地干涉企业的正常生产和经营，听从大客户对于企业内部人事的任免，并且遵循大客户的要求只以当地最低工资为标准核算人工成本。这样做的优点是，对争取大客户的订单较有优势。然而缺点却是导致人员离职率高，也造成企业和员工的利益高度不一致。

解决问题的方案

管理上的改进

从企业内部来说，应该从以下几个方面进行改进：

1、必须重视改善员工的人际关系对生产效率的影响，加强员工与上司及员工间的沟通；

2、在人员选拨上要做到公正公平，对“台干”和“陆干”须一视同仁；

3、应该充分调动员工自身参与管理的热情，积极主动的；

4、建立通畅的沟通渠道，开放员工的言论自由，民主；

5、及时对员工进行心理辅导和安抚，关心员工的心理健康；

6、改善薪酬制度，提高基层员工的待遇。

从企业外部来讲：

1、寻求政府的政策扶持，2、呼吁社会帮助，3、各界媒体的宽容。

战略上的转变

单纯的代工模式在新的经济环境下面临新的挑战，由于依赖于上游企业，订单几乎无利可图，对于企业来说，代工的各项成本都处于上升阶段，企业只能无奈的走向压缩用人成本，企业的转型迫在眉睫。

企业转型有两种方案供参考：

1、建立自有品牌，实现从代工生产到自力更生的转变；

2、自主创新，加大研发力度，注重新技术的开发。

方案的利弊分析和决策

从富士康的技术现状来看，它虽然拥有诸多在工艺制造领域的知识产权，但却缺少软件研发的内核，如果采用购买的方式，各种技术许可的费用将大大增加企业的生产成本。

所以，本小组认为，第二个方案暂时不可选。

我们选择了第一个方案，建立自有品牌，实现从代工生产到自力更生的转变。原因如下：

历史趋势

通过压榨工人降低成本必将被历史淘汰,工人薪酬福利的提高是不可逆转的趋势。富士康通过加班给加班费的方式，刺激员工们长时间加班，而且加班时间远远超出了国家相关规定。同时，富士康让每一位员工长年累月只做一件事情，把人当成了机器，捆绑在了生产线上。这两方面逐渐让员工变成了不健全的个体。

以富士康为代表的中国代工企业，正是因为这种极端不利于个体发展的模式，最后带来了灾难性的破坏。

成功转型的先例(比亚迪、格兰仕)

与频繁扩散迁移以获取更廉价劳动力的富士康不同,国内另外两家代工巨头比亚迪、格兰仕的制造基地一直牢牢扎根在深圳、顺德、中山。

本小组认为,这种差异的背后,是基于后者的成功转型。以电池起家的比亚迪,最早靠跟富士康抢夺电子产品代工而不断壮大市场,在手机零件和手机代工领域迅速崛起,是全球第一大二次充电电池生产商。

2024年1月,比亚迪以2.96亿元收购秦川汽车77%的股权,进入汽车业,在国际国内市场上都打响了品牌。以微波炉代工闻名的格兰仕,也逐渐创立自身品牌,开始在空调、小家电、冰箱、洗衣机等领域拓展,向综合性白色家电集团转型。

转型不成、完全依赖国际订单的富士康,在2024年、2024年,全球遭遇金融危机时受到严重影响,相比之下具备自主品牌的比亚迪、格兰仕受影响较小。比亚迪和格兰仕都在一定程度上实现了自身价值链的拓展和延伸,只有单一代工模式的富士康,其利润只能依赖于降低成本,企业的发展差异就不可避免,“单一代工模式已是黄昏产业,国内劳动力不可能被无限压榨,自主创新才是企业发展之道。”

结束语

我们认为，在大规模制造、大批量销售、微利经营的经济全球化的时代，富士康（FOXCNN）品牌的发展历程会对中国众多处于微利的企业很有启示意义；

在微利时代我们有必要重新认识品牌的涵义,重新思考品牌发展的路子,重新确定品牌建设的模式；

一：品牌生存要以规模经营为基础;

所谓品牌，应该依附于产品或服务形态上，而产品与服务提供量的大小决定了品牌的生命周期和价值大小；需求量大并稳定的产品与服务，其品牌的生命周期就长、价值就高；因而产品与服务的大量提供是品牌存在的基础。尤其是在微利时代，产品与服务的份额大小直接决定了品牌的现实生存基础。富士康（FOXCNN）的大量制造、大量销售为其品牌的生存奠定了深厚的基础；中国的众多企业应该认识到这一点；以严格的生产工艺水平、高标准的产品质量而提供的大批量产品销售份额是自己品牌生存所必需的基础；

二：品牌内涵要以技术创新为核心;

任何品牌必有自己的独特内涵，这里所说的内涵不是什么新奇的概念、花哨的承诺、哗众取宠的图标，而是真正能为顾客提供价值的服务功能；因而技术的创新是品牌价值的内涵；富士康（FOXCNN）孜孜不倦地在技术创新方面的努力为其品牌赋予了有价值的内涵；从精密组件、机箱材料、准系统组装技术到纳米科技、热传技术、纳米级量测技术、无线网络技术、绿色环保制程技术、CAD/CAE技术、光学镀膜技术、超精密复合/纳米级加工技术、SMT技术、网络芯片设计技术、e供应链技术等，富士康（FOXCNN）的品牌内涵不断得到丰富；表现为“INTEL INSIDE，FOXCONN OUTSIDE”（内有英特尔，外有富士康）、“ ONE-STEP SHOPPING”（提供一次购足）的品牌涵义。可是中国很多企业在这方面仍然还需重视、还要化大力气去实现，形成自己独特的品牌内涵，跳出单纯的价格竞争陷阱。

三：品牌经营应重视“成本领先”的战略；

在微利时代，品牌不一定意味着高成本，“以成本领先为导向”的经营方式是品牌应对激烈竞争所必需的手段；科学而又严格的管理体系为实施“以成本领先为导向”战略的保证；富士康（FOXCNN）“以成本领先为导向”的管理体系，使其在激烈竞争的行业中始终保持向上快速发展的优势；然而中国许多企业在管理体系方面的弱点，使得“以成本领先为导向”的战略得不到有效的长期实施，无法在行业中站稳脚跟；重视科学管理体系的建设是企业寻求品牌成长而不断要练的内功。

四：品牌发展要参与到全球化产业中去求发展；

富士康（FOXCNN）在全球化经济的格局中，以自己的大量生产、优质产品、技术创新及成本优势参与到全球IT产业链中求发展，与全球化产业共同成长，以全面系统的配套能力给国际大客户提供一次购足的整合系统服务，建立自己的行业地位；而不是只在自己所处的区域市场自成体系地发展，因此成就了它今天的辉煌；而中国的许多企业还只是在组装产品方面发挥成本优势，未能参与到全球化的产业链中去，不得不落到产业价值链最低的组装环节，处处受制。要敢于参与到全球化的大产业链中去求发展，与全球化产业共同成长是中国企业品牌发展的战略目标。从“品牌”走向“自主品牌“是中国企业的历史责任。

富士康（FOXCONN）在微利时代发展的模式，给中国的众多企业及企业家提供了很好的品牌发展案例。相信中国企业在这微利时代，也将以自己的品牌实践走出一条独特的自主品牌之路，铸造成自己的、生命力强劲的国际化品牌。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！