

# 十年磨一剑，共筑烟台魂

富士康(烟台)科技工业园成立十周年



俯瞰富士康(烟台)科技工业园

专刊记者 于凤丹

富士康科技集团，拥有百余万员工及全球顶尖IT客户群，目前在大陆建有30多个工业园，是全球最大的电子产业专业制造服务商。富士康(烟台)科技工业园(以下简称富士康烟台园区)成立于2004年，总投资30亿美元，占地面积3.15平方公里，建有厂房60多栋、宿舍58栋，建筑总面积220万平方米，主要从事计算机、游戏机、手机、PCB电路板、DVD、LED照明灯、液晶电视、电视墙等九大产品集群，是国内较有影响力的消费电子产品制造基地。2013年实现产值1200亿元、进出口133亿美元，连续多年位居山东省外资企业产出规模榜首。

## 竞争永续 直面挑战

富士康烟台园区秉持一

贯的竞争精神，始终把握时代发展脉搏，引领电子产业潮流，成为集团由以工厂-技术-e贸为导向，转型为以e贸-技术-工厂为导向的缩影。富士康烟台园区现广泛涉及LED照明、镁合金、数码相机、投影机、光驱、DVD、PS3、手机、平板电脑、Wii U、电视及电视墙等产品领域。凭借强大的产品生产能力及广泛的客户资源，富士康烟台园区勇夺电子产品市场，引领集团跨入八屏生产的竞争时代。2009年至2012年更是大手笔打造商贸平台，为经营转型打下了坚实基础。

## 蓬勃发展 梦想绽放

为了推动产品创新发展，实施“八屏一网一云”战略，以人性化、节能化为出发点，富士康烟台园区正积极布局一场

前所未有的眼球革命。2014年，是富士康烟台园区转型升级的重要一年，响应集团策略调整，重新定义自身定位，调整商业模式，整合既有资源，由单一为品牌客户代工生产逐步转变为集制造与营销一体的经营模式。同时，凭借既有资源及技术，变制造为“智造”，与台湾MOD及大陆系统服务商异业结盟。

## 以人为本 关爱员工

秉持“让全员受惠，向产线倾斜”原则，富士康烟台园区上调薪资标准，高于省内标准30%。大手笔购入870套商品房，拨出专款1000余万元，为员工免费发放40000余套御寒羽绒服，通过配房、配股等措施激励员工安居乐业。富士康烟台园区开设三期(孕期、产期和哺乳期)女工休息室，并为她们发放关爱卡，享受优先

乘车，优先买餐、就餐等福利。创新工作思路和工作方法，从关爱员工扩展到关爱员工家庭。成立关心下一代工作委员会，启动“中国梦·福二代”爱心课堂，免费为员工子女开设美术、舞蹈、音乐等课程。针对子女入学难问题，富士康烟台园区积极与当地教育系统沟通协调，确保富士康子女有学上、有书读。开展“爱心护航，关爱员工”助残活动、“关爱准妈妈”系列活动等，切实解决员工实际困难。目前，资助困难职工341人，帮扶资金达180多万元。另外，开展工会法律援助工作，每周四下午由律师提供现场服务。

## 敦亲睦邻 回馈社会

济弱扶贫，播种爱心，敦亲睦邻，回馈社会，是富士康爱心文化的体现。富士康烟台园区组织开展以“助老、助弱、助残、助

洁、助学、助行、献血”为内容的“六助一献”活动，先后开展了“情暖老人心、关爱夕阳红”、“植下新绿情更浓”、“保护海洋、珍爱环境”等大型活动50余次，并将“富士康天使行动——走进烟台山医院”列入常态机制，每周末组织义工到医院进行导医服务。几年来，累计捐赠公益慈善款项5000余万元，得到社会各界的普遍认可与好评。

富士康烟台园区扎根烟台，助力地区经济、社会、教育、慈善等的快速发展，先后获得“山东慈善奖——最具爱心捐助企业”、“山东省模范职工之家”、“山东省行业最佳雇主奖”、“烟台市联手共建社会主义新农村先进单位”等各项荣誉80多项。

富士康人豪情满怀，众志成城，在时代发展大潮中激流勇进，不断开疆拓土，与伟大的时代一起共展鸿图，缔造永续经营的长青伟业。

# 小型城市SUV竞争升级 谁能释放最大能量



在国内持续增长十多年的SUV市场今年依旧火热，近两年持续走高的小型SUV车型从中起着推波助澜的作用。随着东风标致2008和雪佛兰创酷的先后上市，小型SUV市场由原来仅有的两款车型变为现在的至少四款，竞争更加激烈。

**新生代发力“玩，全不同”与“我的第一步”**

全新上市的2008与创酷无论是从产品配置还是产品个性方面，都更加贴合年轻消费者的选择。

2008与创酷在价格方面均有一定的优势，二者并未沿袭昂科拉的高定价策略，从而与预算有限的年轻消费者更显亲密。

除此之外，2008与创酷相比昂科拉和翼博在产品理念方面更有说服力。2008的“玩，全不同”与创酷的“我的第一步”更提倡一种生活态度，更像是一个性青年的生活缩影。所以，当今小型SUV市场的好戏还要看2008与创酷的正面比拼。

**针尖与麦芒的对抗，价格、品质是关键**

相差无几的上市时间，目标人群都以年轻人为主，产品定位都主打时尚、年轻、个性，东风标致2008和雪佛兰创酷从“出生”的那一刻起，就注定成为相

互比较的对象，品质、价格都成为了赢得消费者芳心的重要筹码。

外观方面，两款车型都有自己的风格：2008个性、时尚；创酷则比较硬朗。不过，相对创酷的硬朗洒脱，2008更显细致一些，这也是法系车的一贯风格。值得一提的是，2008搭配了总面积达到1.3平方米的全景天幕玻璃顶，此装备在小型SUV市场可谓是独霸群雄，为2008增加了极强的杀伤力。相比之下，创酷的天窗就低调得多了。不仅如此，2008在锐利时尚造型的大灯基础上增加了LED日行灯，看上去更显档次。

除了外观，内饰也是影响个性消费者购车的一个重要因素。创酷在这方面有所保留，内饰沿用了雪佛兰家族风格，与爱唯欧、科鲁兹类似，仅尝试了个别个性元素，却也点到即止。2008的内饰与东风标致以往的车型并不一样，更具有开创性，号称“星际宇航驾驶空间”，并搭配触控智能系统，从名字就可看出，2008势必要将科技、个性进行到底。灵动多功能真皮方向盘和高位仪表的搭配可为驾驶者带来最舒适、安全的驾驶空间；推进器式飞航手刹、魔幻光影高位仪表这些凸显个性的配置也会将年轻消费者那颗玩乐的心瞬间挑逗起来；“触控智能系统”的7英寸彩色触屏也凸显科技元素。

**小结：**

综合以上几点，两款车型都展现出各自的非凡实力。虽说实力相近，但价格却存在一定的差异，2008售价区间为9.97万-13.67万元，而创酷价格为11.99万-15.99万元。在配置等方面略显保守的创酷在价格方面并没有继续保守，也许正是这一点，2008上市首月，销量领跑整个细分市场。

# 凯迪拉克VLab 领先体验日活动圆满落幕



凯迪拉克VLab领先体验日活动现场

专刊记者 张辉

6月7日，全新一季的凯迪拉克“VLab领先体验日”在烟台市芝罘区黄务市场圆满落幕。本届“VLab领先体验日”让所有到场客户在静态体验中体验到了凯迪拉克的风范创新科技，更在动态体验中感受时尚运动豪华轿车ATS、全新豪华轿车XTS，以及运动型豪华SUV全新SRX三款明星车型带来的舒适和震撼。

通过精心设计的试驾培训课程以及丰富的互动活动，让消费者感受到凯迪拉克带来的极致性能表现和创新科技风范。

本届“VLab领先体验日”规模空前，亮点多多。活动现场拥有涵盖培训区、餐饮区、互动娱乐区、静态车辆展示区等可同时容纳百人的室内篷房。除此之外，室外餐饮区、休息

区，试乘试驾区，以及为三款车量身定做的赛道（ATS摩纳哥赛道、经典的X mission赛道和SRX挑战大峡谷），高标准的模特和礼仪小姐，五星级的餐点服务、精美的礼品给本次活动增彩不少。

完美的50:50车身重量配比，配合采埃孚机械式防滑后差速器以及18寸铝合金锻造轮毂使凯迪拉克时尚运动豪华轿车ATS充满运动气息和个性魅力，全系装备傲视同级的“沃德十佳”2.0T SIDI直喷涡轮增压发动机，最大输出功率为203kW，从静止加速到100公里/小时仅需6.2秒。同时，全系配备与充沛动力相称的Brembo高性能刹车系统。

为了凸显ATS的卓越性能，活动现场专门模拟世界上最令人血脉贲张的摩纳哥大奖赛赛道，完美复制的摩纳哥蒙特卡洛发夹弯，让到场驾驭凯迪拉

克ATS的车手们深度体验凯迪拉克带来的速度与激情。

在XTS量身定制的性能体验环节中，试驾消费者能够通过直线加速、颠簸路面等项目，体验3.6L V6全铝智能直喷发动机和全新引进的2.0T SIDI直喷涡轮增压发动机的澎湃动力和全球反应最快的MRC主动电磁感应悬挂系统带来的完美操控体验。紧急避让项目则能让驾驶人员感受到Brembo高性能刹车系统的优异制动性能。

在SRX模拟体验区，搭载3.6L V6全铝智能直喷发动机、e-AWD智能全驱系统、五大驱动模式、ESS II创新震动预警座椅的运动型豪华SUV全新SRX将不仅向消费者展示无惧颠簸、湿滑、侧坡等多种路面状况的傲人运动天赋，还能让车手自由驾驶，无畏随心。