

三星电子无限期罢工

见习记者 颜凌康

7月10日,韩国的全国三星电子工会(NSEU)在其官网上宣布,将继续无限期罢工,以争取更高的薪酬和福利。

NSEU拥有约3万名成员,占三星电子韩国员工总数的近四分之一。该工会宣布:“公司(管理层)在第一次全面罢工后没有意向进行对话,因此从7月10日开始进行第二次全面罢工,并将无限期持续下去。”

NSEU副主席李贤旭告诉路透社,罢工已经导致部分芯片生产线运行速度放缓。但三星电子此前否认罢工对生产造成影响。

双方仍未谈拢

三星电子是全球最大的内存芯片、智能手机和电视制造商,也是韩国财阀三星集团的旗舰单位。直到2020年,在三星集团董事长因市场操纵和贿赂被起诉后,集团才允许工会代表其员工。

本轮罢工前,工会向三星电子提出的主要诉求包括:工会成员平均上调3.5%的基本工资;工会成立纪念日休一天;调整绩效奖金的计量标准;补偿罢工造成的经济损失等。

而三星电子方面仅同意将基本工资上调3%,于是工会计划自7月8日起进行为期三天的首次大罢工,并从15日起进行为期5天的第二次罢工。

7月10日,即三日罢工的最后一天,工会称,“由于资方没有对话之意”,决定启动无限期罢工。

李贤旭表示,目前约有6500名工

人参与了罢工,工会还将鼓励更多成员加入。他还驳斥了罢工参与人数低的报道,称工会成立仅五年时间,还未来得及向所有成员普及劳工问题。

涉及关键领域

无限期罢工事件使这家全球内存芯片巨头面临更大的挑战。

虽然目前三星电子的生产线尚未受到重大干扰,但如果罢工无限期持续并扩大到更多的关键生产设施,则可能对其芯片供应产生重大影响,导致全球供应链的连锁反应,增加市场不确定性。

三星电子在DRAM和NAND Flash存储芯片市场上占据主导地位,这些芯片是计算机、智能手机和服务器的关键组件。根据集邦咨询(Trendforce)的数据,三星电子目前占全球DRAM芯片市场的45.5%,以及NAND Flash存储芯片市场的36.6%。

据工会透露,目前有5000多名半导体部门的员工参与罢工,针对的是一个较小的芯片制造工厂,并计划进一步影响位于平泽的高带宽存储芯片(HBM3e)生产设施的运行。

尽管三星声称罢工尚未对生产造成重大干扰,但工会网站上宣称已“清楚地识别到生产线的中断”,并警告公司“将后悔没有进行对话”。

若这场罢工持续,特别是扩大到针对高带宽存储芯片生产设施运行的话,可能会显著影响三星电子内存芯片的产量。

作为全球主要的内存芯片供应商,三星电子的生产中断可能导致全球智能



IC图

手机、电脑和数据中心等多个设备市场在关键组件供应上的短缺,这不仅将影响消费电子产品的生产,还可能波及企业级市场,如云计算和数据存储等领域。

竞争力或受损

三星电子正在努力应对人工智能(AI)应用芯片领域的竞争,罢工造成的生产中断将直接影响其对客户订单的交付,进而损害企业的竞争力。

三星电子近期刚获得日本人工智能公司Preferred Networks的订单,主要内容包括使用三星尖端的2纳米晶圆代工工艺和先进的芯片封装服务来生产先进芯片。罢工可能导致生产线停工或运作不畅,从而延误芯片的制造和交

付。这种延误将影响Preferred Networks在其AI项目上的进度,可能会推迟其高性能计算硬件的开发和部署。

与此同时,三星电子目前正努力获得AI巨头英伟达对其最新高带宽存储芯片的认可。罢工可能会影响三星在这一领域的研发和生产进度,进而影响其竞争力。如果生产中断持续时间较长,可能会严重影响三星电子取代竞争对手SK海力士成为英伟达首选存储芯片供应商的机会。

此次罢工事件也可能对三星电子的企业形象和劳资关系产生长期影响。作为家族企业,三星对工会问题的处理方式备受关注,此次罢工若得不到妥善解决,可能会导致更多员工不满,进一步影响公司的稳定和生产效率。

美消费者怒火难平

见习记者 颜凌康

通胀率趋缓,消费者对高物价的不满却有增无减,部分餐饮零售商的微小举动经网络层层传播,引发大规模批评。

“另类涨价”引众怒

近日,沃尔玛推出的电子货架标签引发了大批TikTok用户的吐槽。

沃尔玛表示,新标签旨在减少员工工作量。沃尔玛发言人克里斯蒂娜·罗德里格斯(Cristina Rodrigues)强调,电子货架标签不会改变价格调整的频率,所有价格变化仍需商品团队批准。但消费者担心,这可能是类似于Uber公司实施高峰定价的措施,沃尔玛或试图通过技术手段进一步提高商品价格。

无独有偶,温迪汉堡连锁店CEO也曾提出动态定价策略,并遭到了消费者的强烈反对。

今年2月底,这家汉堡连锁店不得不撤回其CEO柯克·坦纳(Kirk Tanner)向投资者透露的动态定价测试计划。该公司解释称,他们没有计划在用餐高峰期提高价格,并将消费者的愤怒归咎于媒体的误导性报道。

尽管美国劳工统计局数据显示,过去一年食品价格仅上涨1%,但消费者的感受大不相同。2019年5月以来,美国家庭在购买食品上的开销上涨了24%,令钱包压力倍增,并燃起对相关公司的愤怒情绪。

此外,商家缩减包装量的行为也引发了消费者的不满。有不少消费者在购物时发现,商品尺寸缩小但价格不变。例如,佳得乐将32盎司瓶子换成了28盎司,价格保持不变。虽然佳得

乐母公司百事否认此举是为了确保公司利润,但消费者对此表示怀疑。

在知名连锁快餐店Chipotle,顾客开始拍摄员工制作餐点的过程,以确保份量未被缩减……

芝加哥大学布斯商学院市场营销教授让-皮埃尔·杜布(Jean-Pierre Dubé)表示,消费者对“欺骗性”定价感到厌倦,尤其是在看到商品尺寸缩小、需支付额外费用或原本不需要的小费时。

促销策略缓压力

面对消费者的不满,零售和餐饮行业开始采取措施以缓解压力。

沃尔玛表示,在今年第一季度下调了近7000件食品类商品的价格;亚马逊旗下的Whole Foods在过去6个月中降低了约25%的商品价格,包括近900款自有品牌商品;麦当劳、星巴克和汉堡王等快餐连锁店也推出了新的超值套餐以促进销售。

全球零售业巨头亿滋(Mondelez)也调整策略,通过促销吸引消费者。例如计划为趣多多(Chips Ahoy!)等品牌推出促销活动,因为这些产品销量往往输给了性价比更高的零售超市自有品牌。

连锁超市克罗格(Kroger)也注意到了这一趋势。该公司CEO罗德尼·麦克马伦(Rodney McMullen)表示,品牌正在花费更多自有资金为顾客提供折扣并推动销量。

尽管企业加大了促销和折扣力度,但能否平息消费者的愤怒还有待观察。消费者对高物价的不满情绪仍在上升,企业需持续努力,以提供更具价值的产品和服务,才能重新赢得消费者的信任。

-联合出品-

金知云啡

CI CN YE: K TE

云南精品咖啡豆

+

埃塞俄比亚咖啡豆

+

新西兰天然矿泉水



独特的风味 丰富的口感

一粒咖啡豆, 离开怒江河谷秘境

勇闯东海之滨, 瞭望南太平洋

沪滇之情, 金融助力

满载美好梦想, 开启万里航程

每销售1杯“金知云啡”, 将为云南公益事业捐赠1元

国际金融报 × 知子罗 × 建行生活 × oravida



*具体活动规则、优惠券数量详见建行生活APP。