

## 隱形冠軍

一流讀書人

導讀 歐研所教授郭秋慶

中小型企業在世界各國皆有，臺灣半個世紀裡中小型企業何嘗不是經濟成長的動力，只不過我們所讀到的或較熟悉的教材與書籍，多半是以國際級企業為案例，像 IBM、Samsung、Apple 與 Sony 等，然而本書作者赫曼·西蒙（Hermann Simon）以淺顯易懂的筆調，綜合長年以來研究中小型企業的經營與管理心得，寫下這本「隱形冠軍」，全書總共十一章，共318頁。閱讀本書除了能夠拓展讀者的視野，也對臺灣有志創業的青年或眾多的中小型企業主，深具鼓舞與啟發意涵。

本書不同於一般的企業管理書籍，赫曼·西蒙這位德國籍管理思想家首創的「隱形冠軍」一詞，多年來是歐洲企業的行話。在管理學領域裡，他的地位僅次於彼得·杜拉克（Peter Drucker），是歐洲最負盛名的管理大師之一，目前他是西蒙—庫赫合夥戰略行銷顧問公司主席，該公司在全球設有25個分公司，共聘用660名人員，亞洲方面則在東京、新加坡、北京與雪梨設有分公司，「經濟學人」雜誌將該公司評為公司諮詢的世界領導者。

赫曼·西蒙撰寫本書，提供讀者不同於現代企業管理的觀念，譬如有關組織結構、企業文化、融資、外包與策略聯盟等，全文的論述不但生動實在，而且具實務的經驗，可讀性相當高。文中首先說明什麼是「隱形冠軍」，就是那些隱形又低調的中小企業，在各自的市場中成為世界（或歐洲）的領導者，全球總計2734家「隱形冠軍」，有48%來自德國，若將奧地利、瑞士和盧森堡等德語系國家算進來，則可佔到全球的一半以上，也就是56%。德國長期以來出口貿易的表現強勁，這不是依靠大企業，而是依靠經濟與社會中堅的中小型企業，尤其是眾多的「隱形冠軍」作出貢獻。

本書認為全球化時代的環境，對「隱形冠軍」更為有利，可以發展成全球性企業，即使遭逢經濟危機，不但大多數仍能夠維持獲利，而且實力較堅強者，還可以拉高市佔率。文中第三章到第十章，作者談論「隱形冠軍」的經營法則，令人印象深刻，譬如聚焦核心專業、深耕客戶關係、獨特的競爭優勢以及領導特質等，最後一章則歸納出「隱形冠軍」的成功模式。台灣長期以來以貿易和出口導向拉動經濟，而且大企業對出口的貢獻高居70%，中小型企業的貢獻僅為16%。在今天全球化的時代裡，大企業若仍以代工為主，將受到較大的衝擊，所以台灣企業需要考慮提升全球化競爭力，中小型企業尤其需要轉型。為了台灣經濟的永續發展，以及開創下一波經濟成長的動力，發展出更多的「隱形冠軍」將是有待思考的面向。



書名：隱形冠軍：21世紀最被低估的競爭優勢

赫曼·西蒙作；張非冰等譯

出版社：天下雜誌公司

索書號：494.35 / 824

(圖／李鎮亞翻拍)