

2016 年金書獎優良中小企業經營管理出版品推介

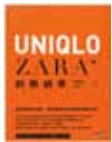
本欄選介之出版品依 2016 年金書獎圖書內容分為經營管理類、科技與資訊類、行銷類、財務金融類、創新創業類、傳記類共七大類。每筆書目著錄項目為：書名／作（譯者）／出版者／出版年月／頁（冊）數／高廣／價格／裝訂／ISBN／分類號／內容簡介。分類號則依國家圖書館預行編目所給類號，取前 3 碼。

經營管理類



從管理企業到管理人生的終極 MBA：迎戰劇變時代，世紀經理人傑克·威爾許的重量級指南
傑克·威爾許，蘇西·威爾許著；陳琇玲譯 / 商周 / 10504/272 頁 / 21 公分 / 400 元 / 平裝
ISBN 9789862729953/494

本書為世紀經理人奇異前總裁傑克·威爾許睽違 10 年之最新力作，作者以淺顯易懂的文字直指出企業成功經營的要訣，不同於教科書之陳述，以實際經營者會面臨遭遇的困難及挑戰，直接點出企業經營獨到觀點與洞察。面對現今知識爆炸、資訊快速流通的環境，即便是非管理背景之領域人員，亦可從書中獲得瞭解許多管理系統架構。



UNIQLO 和 ZARA 的熱銷學
齊藤孝浩作；林瓊華譯 / 商業周刊 / 10408/253 頁 / 22 公分 / 360 元 / 平裝
ISBN 9789869216104/488

創意與革新為企業邁向成功之關鍵里程碑，策略更與公司發展息息相關。UNIQLO 成功顛覆日本休閒服裝常理，推出一系列商品，機能性高、基本款商品形象強烈深植顧客心中；Zara 將製造銷售垂直整合，創造高效的生產和供應鏈，更主張「團隊不需要魅力型領袖，在團隊中人人平等，因為對品牌而言，主角是消費者」，巧妙運用商業手法，促使 ZARA 為全球流行時裝引進新遊戲規則。作者齊藤孝浩為日本資深時尚產業顧問，深入淺出說明兩大品牌成功法則與最新業界趨勢。



常勝者的策略：從 15 家大企業的好策略、壞策略學經營
松田久一著；黃友玫譯 / 商業周刊 / 10501/285 頁 / 22 公分 / 360 元 / 平裝
ISBN 9789869253826/494

本書作者為日本知名管理顧問，觀察數間經營超過百年的企業，之所以還能存在，皆有一關鍵共通點「策略」！作者進一步提出五個策略面向，包括：以顧客需求為基礎、活用技術創造差異、在競爭中爭取勝利、集中有限資源、傾力培育人才。佐以案例、輔以圖表，引導讀者思考學習，以企業行動為基礎收集資訊，進行分析理解其策略；亦可變換立場，代替該公司高層擬定策略；或是設定自己的創業情況，在假想中營運，一來一往之間，步步提升讀者經營智慧。



全員經營學：翻轉企業的 DNA
野中郁次郎，勝見明著；黃靜儀譯 / 中國生產力中心 / 10504/331 頁 / 21 公分 / 380 元 / 平裝
ISBN 9789866254642/494

在全球化、數位化時代中，商場瞬息萬變。面對多變時局，企業處於變動環境，需要能夠自主思考、實踐智慧的員工，共同參與經營，如此企業才能朝同一目標邁進，不斷革新進化。本書作者以知識理論佐以企業實務，帶領讀者進入到書中，完整說明全員經營的概念，透過歸納將實踐全員經營的企業特徵加以整理，讓讀者更能方便理解，搭配實際企業案例，結合兩位作者專長領域以故事篇及解釋篇組合而成。



顧客 3.0：人 + 服務流程 + 科技應用的綜合
約翰·古德曼著；池熙培譯 / 中國生產力中心 / 10409/311 頁 / 23 公分 / 400 元 / 平裝
ISBN 9789866254598/496

「運用積極服務、科技，以及情感連結，提供具有量化評估收益能力的完整顧客經驗」是把握成功顧客經驗的趨勢。本書詳細說明強化顧客經驗的策略，以及如何針對提供服務所獲得的回報，做精準的量化評估。完整顧客經驗架構的 4 個要素：第一時間就做到位、建立提供服務所需易於溝通的管道、提供讓人感動的服務、傾聽客戶聲音並累積經驗。要創造成功顧客經驗，不可忽略從頭到尾完整的服務、針對收益做量化評估、積極服務，以及運用科技。

**設計的力量：如何讓百年老牌煥然一新**

大衛·巴特勒，琳達·提許勒著；吳莉君譯 / 聯經 / 10411/331 頁 / 21 公分 / 380 元 / 平裝

ISBN 9789570846317/494

世界知名老牌大廠可口可樂，屹立全球超過一世紀。過去一百多年來，可口可樂運用設計的力量，將規模拓展到兩百多個國家，打造出價值 170 億美元的品牌，與它結盟的零售客戶超 2,000 萬家，每天賣出將近 20 億件產品。可口可樂公司的創新與創業副總裁巴特勒，分享如何利用設計帶動成長，以及過程中經歷的成功與失敗，幫助讀者了解設計可以扮演怎樣的角，體認企業如何在商業創新世界裡保持大而快、複雜而專注、龐然而靈活之姿，達到企業成長的目標。

**價值主張年代：設計思考 X 顧客不可或缺的需求 = 成功商業模式的獲利核心**

亞歷山大·奧斯瓦爾德等著；季晶晶譯 / 天下雜誌 / 10405/281 頁 / 24 公分 / 980 元 / 平裝

ISBN 9789863980605/494

一個好的價值主張，能夠幫助企業產生更快、更多的銷售獲利，擴大與競爭對手的差異化；更甚者得以理解顧客真正需求，透過價值地圖和顧客素描，進而找到價值適配的策略。本書作者帶領讀者理解價值創造模式，將有助於針對顧客最重要的任務、痛點與獲益，找出適切對應的價值主張，進而設計出可獲利的商業模式。有了商業模式的協助，讓好點子發展成獲利的好生意；若再設定清晰價值主張，更能有效改善產品、服務品質，進而創造價值。

科技與資訊類**資源革命：如何抓住一百年來最大商機**

史蒂芬·海克，麥特·羅傑斯作；黃庭敏譯 / 大是文化 / 10405/303 頁 / 23 公分 / 340 元 / 平裝

ISBN 9789865770822/494

本書作者出自全球頂尖顧問公司—麥肯錫，就其長期與科技、工業、能源業界合作經驗，團隊進行調查所得研究成果，闡述全球人口爆炸性成長，能源、礦物、水及糧食等資源耗竭，但因新技術正在發展累積，反而提供商機，即為第三次工業革命—資源革命。其五個重點為：稀有資源替代品、消除浪費、循環使用、改良、虛擬化，加上可替代式零件（模組化），利用「軟體」將零件連結起來，最後運用網路整合系統，引導出之爆發力可達十倍速破壞式效果（物聯網、智慧化）。

**共享經濟時代：從分享房屋、技能到時間，顛覆未來產業與生活的關鍵趨勢**

亞力克斯·史戴芬尼著；郭恬君譯 / 商周 / 10411/350 頁 / 21 公分 / 400 元 / 平裝

ISBN 9789862729175/559

共享經濟，以分享人力與物質資產為核心，打造成一種永續經濟系統，其中包括共同創造、生產、分配、交換與消費不同人與組織的貨品與服務。在互聯網大時代下，共享經濟對傳統商業模式而言，將會是最具顛覆性、支配性的破壞式創新與新獲利模式！本書清楚以實際個案、親身採訪、發展脈絡，描繪出對「共享經濟」全觀及微觀。科技的日新月異，讓社會處在如此擁抱創新善盡資源階段，提高個人可支配花費所得；媒合資源提供者和需求者，改變企業獲利模式；充分運用閒置資源。

行銷類**告別行銷的老童話：捕捉頑皮 CP 值與個性化購買者的新影響力科學**

伊塔瑪·賽門森，埃曼紐爾·羅森著；陳儀譯 / 大寫 / 10408/311 頁 / 21 公分 / 320 元 / 平裝

ISBN 9789865695293/496

在「企業實質影響力下降，消費資訊快速流動」的高度資訊時代下，消費者非常容易參考其他使用者寫的評論、接觸專家意見或其他新興技術等來做購買決策。當消費市場喜好與成敗規則顯得既模糊又不穩定時，企業行銷人員應趁早體認消費者決策模式的根本轉變，面對這個由相對價值轉向絕對價值的根本變化，幫助企業根據其顧客訂決策時所仰賴的影響力來源組合，制訂更有效率的行銷決策。

**Growth Hack 這樣做：打破銷售天花板，企業最搶手的成長駭客實戰特訓班**

Xdite（鄭伊廷）著 / 電腦人文化 / 10505/223 頁 / 21 公分 / 300 元 / 平裝

ISBN 9789869279987/496

「成長駭客」是指一群以數據驅動營銷、以市場指導產品，通過技術化手段貫徹增長目標的人；他們既了解技術、又深諳用戶心理、擅長發揮創意、繞過限制，通過低成本手段解決新創公司產品早期增長問題。不同於傳統行銷強調宣傳曝光，「成長駭客」核心目標是打造「自然成長」系統，透過數據分析、量化工具與網站測試，去降低客戶疑慮、增加客戶信心，與客戶互動的一套網站經營成長之系統化策略。本書將成長駭客的方法化繁為簡，強調快速上手成長駭客實戰。



這些，憑什麼爆紅！：把路人變神人、化品牌為名牌的 36 個網路竄紅實戰案例

徐健麟著 / 三采文化 / 10501/274 頁 / 21 公分 / 340 元 / 平裝 / ISBN 978986342595/496

隨著網路通訊日益精進與媒體社群化，有別於過往傳統單向傳播的報紙或者電視新聞，近幾年來媒體生態丕變，在新媒體平臺上的內容，無時無刻都要接受全球網友的檢視與反饋。本書精闢分析新媒體及電商操作實例，內文精選三十六個主案例與三十六延伸參考案例，捨棄專有名詞，為讀者們用最白話的方式深入剖析。內容囊括塑造品牌形象、設定網路平臺、產品文案撰寫、廣告行銷實戰謀略以及永續經營哲學。

財務金融類



財富大逃亡：健康、財富與不平等的起源

安格斯·迪頓著；李隆生，張瀟文譯 / 聯經 / 10411/347 頁 / 21 公分 / 380 元 / 平裝

ISBN 9789570846409/551

作者於 2015 年榮獲諾貝爾經濟學獎，為一名微觀經濟學家，主要研究消費者選擇，專注方向為健康、貧困和不平等。書中闡述某些影響廣大的創新與不易克服的障礙，內文清楚易懂，在讚揚經濟成長帶來財富之時，又明智解釋為何有些人總是「被遺棄」，一是由知識進步所產生，一是有缺失的政治體系。本書旨在討論全球的健康與財富，不僅聚焦於現代，也回顧人類發展的歷程。主要探討進步與不平等之間永無止盡的共舞關係。



用併購讓經營更卓越：就算爬窗也要聽的熱門課

杜英宗作；顏和正採訪撰述 / 天下雜誌 / 10410/300 頁 / 23 公分 / 420 元 / 平裝

ISBN 9789863981107/553

併購是豐富又深奧的學問，亦是企業經營者真正的挑戰開始。作者多次完成臺灣國際級併購案，改寫產業版圖，以豐富實戰經驗，從會計師、財務長、投資銀行家與企業執行長不同角度切入，分析國內外經典併購其背後邏輯與成敗關鍵，解析國際與臺灣經典併購案例背後鮮為人知的實戰脈絡與思維，說明文化融合、落實綜效、留住關鍵員工與客戶之方法。在沒有產業界線的今日，深思掣肘如何走向新局的策略方針，避開併購失敗常見問題，進而找出企業邁向卓越的關鍵。

創新創業類



精實創新：快思慢決的開發技術

稻垣公夫著；吳廣洋譯 / 中衛發展中心 / 10505/284 頁 / 21 公分 / 400 元 / 平裝 / ISBN 9789869199810/494

企業追求永續經營，創新勢在必行。「精實創新」由密西根大學艾倫·沃德博士參考豐田汽車開發手法研發而成，根據導入企業之成果報告，其開發效率平均提升四倍，開發時程幾乎縮短一半，並大幅降低失敗風險。本書第一部觀察一間企業實行精實生產管理有成，卻面臨創新難題，如何應用精實創新翻轉公司創新流程與效率；第二部解析實踐精實創新三大關鍵與導入作法；第三部完整記錄 4 家導入企業的真實案例。



平台經濟模式：從啟動、獲利到成長的全方位攻略

傑弗瑞·帕克，馬歇爾·范艾爾史泰恩，桑吉·喬得利著；李芳齡譯 / 天下雜誌 / 10504/373 頁

21 公分 / 460 元 / 平裝 / ISBN 9789863981510/496

在數位經濟時代，平臺模式正在快速席捲所有產業。平臺為一全新經營模式，利用科技將人員、組織、資源匯流在一起，創造一個互相連動的生態網絡，現已廣泛運用在各種實體與虛擬公司。本書以科學論證方法，結構化的闡述「平臺」如何產生「經濟」，鉅細靡遺剖析成功平臺的興起與改變、規劃與建構、設計與執行、獲利與策略、治理與管理等議題，再以宏觀角度探討政策管理。

傳記類



鋼鐵人馬斯克：從特斯拉到太空探索，大夢想家如何創造驚奇的未來

艾胥黎·范思著；陳麗玉譯 / 遠見天下文化 / 10409/431 頁 / 22 公分 / 480 元 / 精裝

ISBN 9789863208150/490

本書主角馬斯克和賈伯斯一樣，皆被稱為「改變世界的科技狂人」。馬斯克是風格獨具的夢想家、創業家與工業家，也是眼光獨到、一再開創新商業模式的企業家。擁有膽大創新的商業思維、獨特的見解和敏銳的商業眼光，史無前例的跨領域挑起四大尖端產業的革命，從 PayPal，到成立 SpaceX、特斯拉、太陽城與推出 Hyperloop 計畫，每個事業歷程都非常棘手，馬斯克卻能讓每次突破都讓全球驚豔。書中不僅能看到這些故事真實面，更能理解馬斯克身為創業 CEO 之領導哲學。