



評《台灣地區集團企業研究 .2002年版》



在
經濟自由
化、國際
化的發展
下，現在企
業勢必走向資金



台灣地區集團企業
研究.2002年版
劉任主編/中華徵
信所
9111/6,000 元
ISBN 957839876X
精裝

密集、技術密集型的

態，以追求更大的利潤。因此，大型化、多元化、專業化將成為企業必然之趨勢。近半個世紀以來，臺灣工商業蓬勃發展，成功地發展出一套世界各國稱羨的「臺灣經驗」，企業在追求成長的過程中，均不斷地擴充企業的規模，或增加產品的種類，或提高服務效率，或積極開發新市場，或掌握原料的來源，或增加市場佔有率，或分散其事業投資風險，使企業經營達到最大效益，而採取各種垂直、水平或多角化等成長策略，成立新企業或購併其他企業，因而衍生了不少關係企業，形成集團之組織型態。

此外，近年來，電子產業興盛，集團企業於焉快速興起，各集團中掛名總經理者比比皆是。多角化經營是很多企業成為製造業龍頭的必然過程，因此集團企業之研究，在近年也成顯學。受到各方重視。

本書針對臺灣地區集團企業進行一項有系

◎ 經濟部產業技術資訊

辦公室主任／王建彬

統的蒐集、分析及整理，內容架構
綜整如下：

一、排名篇

(一) 將臺灣前一百大集團企業予以排名，分別就淨值總額、營收淨額、淨值、稅前純益、員工總數、營收成長率、純益率、淨值報酬率、資產報酬率、自有資金比率等構面列出，可讓讀者一目了然；

(二) 將第1—245集團企業就上述構面，以總表方式列明，令讀者了解各集團在各指標表現之良窳，並可了解其1999年及2000年之排名變化。

二、研究方法篇

中華徵信所自1971年即編纂此書，在30年的歷史中，所公佈之資料，倘欲取得公信力，研究方法必不可少。除交代研究動機、研究設計經過、研究範圍之界定外，並說明母體、調查方法、調查限制及點出排名計算方式之限制。此外，並將集團企業模型分為：構成條件分析、形成動機分析、結合方式分析、結構模型分析、管理系統分析及發展、分裂與消滅分析。

三、前100大集團企業總體分析篇

旨在分析6個重點：(1) 歷年來集團企業之變遷；(2) 集團企業核心人物分析；(3)



集團企業經營行業變動分析；(4) 集團企業經營績效概述；(5) 集團企業在整體經濟之地位；(6) 集團企業之未來展望。從此6個重點可畫龍點睛地讓讀者了解臺灣集團企業發展，整體集團核心網路、經營策略、人物之基本資料分佈分析、行業良窳變遷、集團企業在臺灣經濟之重要性，並勾勒出臺灣集團企業未來的五大發展方向。

四、前100大集團企業個體分析篇

針對每一集團企業先進行總評，再將其核心人物、沿革及背景、組織與管理、規模與地位、經營績效與財務狀況、發展趨勢做一彙整說明、最後將個別分、子公司基本資料予以詳列。資料包括：地址、電話、傳真、公司網址、創立日期、資金總額、營收淨額、員工人數、產品、董事長、總經理、主要決策者、統一編號、行業及主要股東等。至於無法列名前100大之集團企業約145家及外商集團11家則收錄於光碟版中。

五、附錄篇

將公司法中關係企業之規範列為專章俾利讀者參考。

六、索引篇

本書依英文字母排序、中文字筆畫排序便於讀者查閱各集團企業。此外，並將核心人物予以列出，對讀者而言，十分便利。

本書之優點，綜合整理如下：

1. 共蒐集了256個集團（其中含245家本國集團，11家外商集團），6,309家分子企業，為歷年資料最豐富的一版；同時以光碟版形式出版，並加強搜尋功能，更便於資料的查詢。
2. 在內容部分，提供比以往更完整的集團架

構，許多過去未收錄的集團及分子企業都被納入，可提供研究者更翔實之資料。其次仍以圖表方式提供各集團企業近5年之各種財務資料、各項比率，以及各種指標排名，可讓讀者做長期深入之分析比較。

3. 各分子企業除了基本資料之外，亦提供了主要決策者及主要股東之投資比率，可使大眾了解領導該企業的靈魂人物以及各分子企業股權分配之情形；而對集團之關鍵核心人物及決策群，也提供了詳細的個人資料，如生日、血型、休閒活動等，並分析個人經營特質，也讓讀者對這些企業領袖有更深一層的認識，也可見賢思齊。
4. 交代研究方法及其研究限制，令讀者在引用數據時，有所了解，避免誤導。
5. 提供集團企業模型研究，對目前之中小企業或單一大企業未來企業變革發展，提供一條可行之路。
6. 資料因已建置30年，動員研究人員近30人，費時近半年才完成，態度嚴謹，且其長期觀測能力佳。在編輯過程亦聘請國內知名學者參與討論，在製作過程力求盡善盡美，內容則力求正確翔實。

本書雖經上述努力，但臺灣亦有少數集團企業基於其個別理由，不願披露，致資料無法完整，誠美中不足處。此外，由於編撰過程達半年，在臺灣經濟變化快速之今日，部分資料仍有可能在查詢時，已有所變更，這些均是讀者使用時應注意之處。再者，財務報表所顯現之資訊，均已為事實之資訊，其過去成功不必然代表未來就成功，讀者應有此觀念，以避免錯誤之決策產生。

2008