

推動中堅企業躍升計畫
(核定本)

中華民國 101 年 10 月

目 錄

壹、	緣起	1
貳、	德國經驗	2
參、	現階段我國企業發展面臨之挑戰	4
肆、	中堅企業之定義	5
伍、	推動策略	5
陸、	計畫目標	7
柒、	具體措施	7
捌、	經費、期程與預期效益	11
玖、	檢討機制	11
附件一：	推動中堅企業躍升計畫部會分工表	12
附件二：	德國隱形冠軍	19

壹、緣起

在全球化產業高度競爭的今天，各國在產業發展主體上的模式選擇，成為影響國家產業發展政策的關鍵課題，也成為各國選擇產業發展策略主要差異之處。

以台韓兩國為例，兩國在歐美中日等主要國家市場的出口產業結構雖然高度相似，但是產業組成結構上確有明顯的區別。韓國係以集團型企業，透過垂直整合與多角化方式經營主力產業，發揮集團內部資源共享與交叉支援之優勢，而在研發、製造與行銷等價值鏈活動上，發揮規模經濟與範疇經濟的效果。而台灣則以中小企業為主，透過專業分工與彈性效率方式經營主力產業，發揮個別企業管理效率與技術紮根之優勢，而在價值鏈活動上，發揮彈性與速度的優勢。

近來全球經濟景氣均受金融風暴及歐債影響，台灣出口動能不足，如何重點輔導具國際競爭力，在產品與服務上具有獨特性，專注本業且深耕技術的「中堅企業」，讓台灣經濟可以增加活力並較不受外界經濟景氣影響，係當前施政重要課題。

從國際經驗觀察，德國憑藉百年品牌企業(隱形冠軍)支撐經濟屹立不搖，業界亦普遍認為德國企業極為重視技術專精，有相當數量之前述所稱「中堅企業」支撐其經濟，爰本計畫將師法德國經驗，發展具有獨特性技術、創新、品牌等國際競爭力的「中堅企業」。

貳、德國經驗

為何要以德為師，又為何要發展中堅企業？回顧該國產業歷史發展發現，東西德要合併時，西德非常憂心，因為東德沒有中小企業，只有國營企業。因此，合併後西德的重要任務就是輔導東德中小企業，而後續德國中小企業的特質，也值得我們參考。

茲歸納德國產業經濟概況如下：

- 一、德國中小企業（Mittelstand）約有 350 萬家（99.7%），雇用 78.5% 就業人口與吸納 80% 企業實習生，全國從事貿易出口企業有 98% 為中小企業。
- 二、7 成中小企業散落在地方鄉鎮，與當地經濟及就業緊密結合，被譽為「散落德國各地的珍珠」。
- 三、擁有為數眾多訓練有素、能立即進入生產單位與符合企業需求的技術人力。
- 四、德國製造領域中小企業聚焦於高品質與高價值的生產事業；服務業領域則聚焦於生產事業所需的周邊支援行業為主體。

此外，「隱形冠軍」理論為德國管理學者赫爾曼·西蒙所提出。他認為德國出口的真正引擎並不是西門子或賓士這樣的巨頭，而是一些名不見經傳、卻在某一特定行業裡面做到頂峰的一千多家規模不大之企業，其稱之為「隱形冠軍」。德國的「隱形冠軍」雖然規模不大，但為產品找到利基

(niche)，並加入創新的概念，創造競爭優勢，成為全球知名品牌。而台灣傳統產業的製程很好，但後續的行銷配套等措施也要做好，其中更需注意智慧財產權、農業品種權、商標專利權等事宜，也需考量人力資源能否配合。

所謂「隱形冠軍」是指雖不起眼，但有無可撼動的行業地位，幾乎完全主宰著各自所在的市場領域，並且在某一特定領域之市場專注耕耘。他們擁有穩定的員工團隊、高度的創新精神，還有豐厚的利潤回報。

依據西蒙教授之理論，隱形冠軍競爭優勢主要有兩項：一項是產品的品質，另外一項是服務。然後把所有的因素都整合起來，向全球擴張。其對隱形冠軍經驗的最後總結是：這些公司都喜歡走自己的道路。他們意志堅定，而且在很多事情上他們的作法都和現在管理理論的教條格格不入，這可能是最重要的經驗。

經相關資料分析後，歸納德國隱形冠軍具有專注的企業目標、寧為雞首之市場定位、貼近並全面掌握客戶、價值導向為主要訴求、強調全方位創新、與競爭對手短兵相接與深化價值鏈不參與聯盟等 7 大特質，以及在企業目標、市場定位、全球化、客戶選擇、創新焦點、驅動力、競爭策略、外部關係、員工文化與領導者等方面訂出 10 大條件(詳附件二德國隱形冠軍)，值得台灣發展中堅企業時作為標竿。

參、現階段我國企業發展面臨之挑戰

借鏡德國，台灣產業以中小企業為主，過去一直扮演著支持我國安渡金融海嘯及經濟危機的穩定力量。但在面對全球化激烈之競爭，其在創新、技術、國際化等領域，亦面對如下之挑戰：

一、人才培養出現瓶頸

- (一) 企業營運規模有限，在成長過程中面臨人才延攬與培育之瓶頸，難以發揮多元創意、競逐國際。
- (二) 技職教育未符合市場需求，工匠技藝人才培育不易。

二、技術紮根不夠深

- (一) 產業技術尚未完全跳脫 OEM、ODM 思維，服務化概念不夠明確。
- (二) 技術尚無法取得獨特性、關鍵性之地位，被取代性高。

三、專利與智財權

- (一) 我國企業因專利布局不足，容易導致國際專利訴訟，造成市場拓展障礙。
- (二) 支付國際大廠高額權利金，影響企業獲利。

四、行銷品牌

欠缺自有品牌，無法掌握市場通路與終端客戶需求。

爰台灣實有必要培養眾多在特定領域技術專精、專注本

業等具有國際競爭力之中堅企業，不畏大環境之改變，深耕台灣、創造就業，以再造台灣經濟活力。

肆、中堅企業之定義

在參考德國¹、韓國²中堅企業定義，並考量台灣產業發展特性後，茲將中堅企業定義如下：具適當規模，屬基礎技術紮實，且在特定領域具有技術獨特性及關鍵性、具高度國際市場競爭力，並以國內為主要經營或生產基地之企業。

伍、推動策略

台灣在農業、製造業、服務業等領域之中小企業家數有125萬家，約佔全體企業家數97%，如能在眾多特定的領域培養出技術專精、專注本業等具有國際競爭力之中堅企業，累積厚實的出口實力，則台灣的產業競爭力將更不容易受到國際景氣之影響，必能紮根台灣經濟、創造更多穩定且優質之就業。

爰為讓中堅企業能如萬馬奔騰般在台灣各地不斷創造嶄新活力，強化台灣產業之國際競爭力，本計畫將規劃「建基盤」、「助成長」與「選菁英」3面向策略推動，分別說明

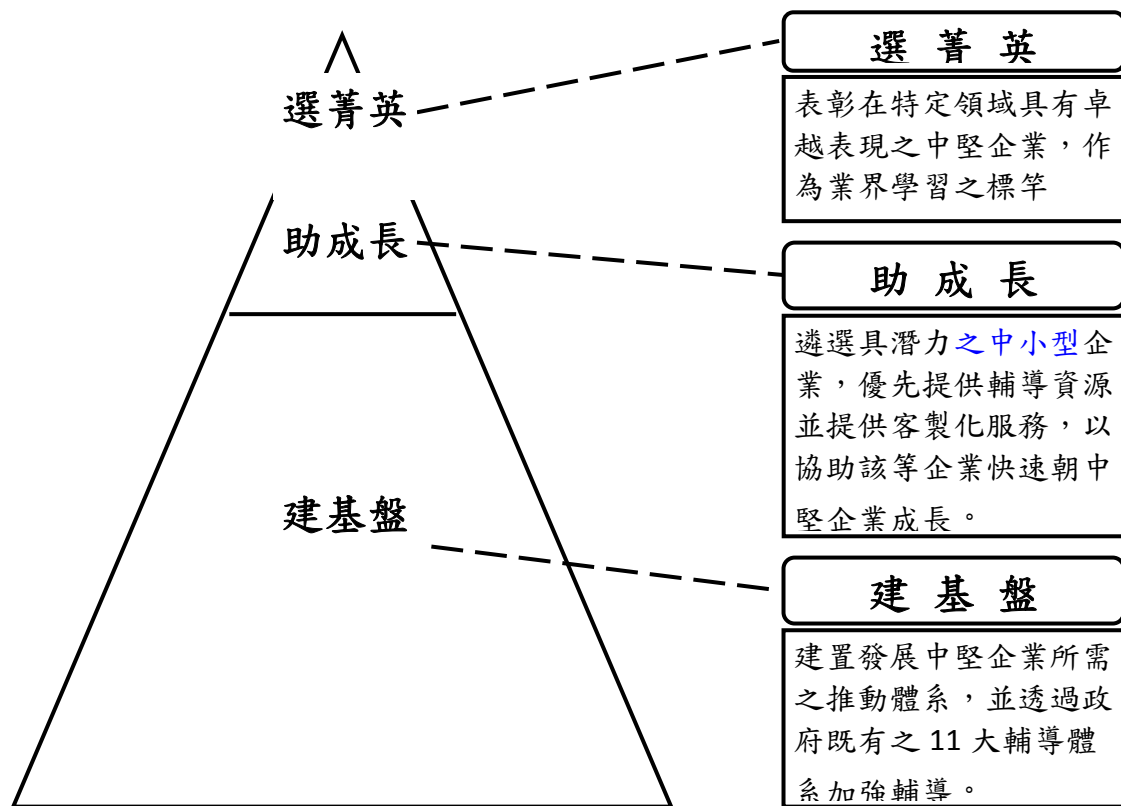
¹德國隱形冠軍定義：隱性冠軍中小企業—在全球市場的市佔率為前三名或是在母國所在區域市場佔有率第一名、營業額未超過30億歐元、通常不具高知名度

²韓國隱形冠軍定義：從以下範圍之企業中，就技術、市場、投資、經營創新及人員招募等策略構面選拔欲培育之中堅企業。非中小企業或財團交叉持股公司，營業額400億~1兆韓元(約台幣11億-270億)，正式員工人數300~999名之企業

如下：

一、建基盤：

建置發展中堅企業所需之相關推動體系，並檢討或調整相關法規，以利廣大的中小企業可以在良好的發展環境下發展中堅企業，讓企業可如萬馬奔騰般活絡台灣經濟，同時向國際市場邁進。



中堅企業推動策略示意圖

二、助成長：

由於中小企業各自所面對經營課題不一，需要政府進一步協助的面向亦不同，而在政府資源有限之前提下，本計畫將遴選具潛力之中小型企业，針對其在技術

紮根及邁入國際市場可能遭遇之「人才」、「技術」、「專利與智財權」及「行銷品牌」等課題，加強重點輔導並提供客製化服務，以協助該等具潛力之中小型企業快速朝中堅企業成長與茁壯。

三、選菁英：

為表彰在特定領域具有卓越表現之中堅企業，作為業界學習之標竿，本計畫將每年頒發「卓越中堅企業獎」，以發揮帶動引領之效果。

陸、計畫目標

為培養眾多在特定領域技術專精、專注本業等具有國際競爭力之中堅企業，作為我國達到經濟穩定與永續發展，提升就業與改善國民經濟等多元目標的重要基石，本計畫設定推動目標如下：

- 一、3年重點輔導約150家以上具潛力之中小型企業群。
- 二、3年內表彰約30家卓越中堅企業。
- 三、3年內帶動相關投資1,000億元。
- 四、3年內創造就業10,000人。

柒、具體措施

依據發展策略，本計畫訂定具體措施及評選參考原則如下：

一、具體措施

(一) 建基盤：

為建立良好基礎發展環境，協助台灣企業可透過相關政府部門之協助、培育，成為中堅企業，本計畫擬定相關措施如下：

1. 成立中堅企業發展推動單位
 - (1) 經濟部成立中堅企業發展推動小組
 - (2) 成立中堅企業專責服務窗口
2. 運用既有輔導體系加強輔導：既有中小企業輔導體系包括財務融通、經營管理、資訊管理、互助合作、品質提升、創業育成、市場行銷、研究發展、工業安全、生產技術及污染防治輔導體系等 11 大輔導體系，為利企業發展，將加強運用該輔導體系支援企業發展各面向所需之協助。

(二) 助成長：

為培育具潛力企業，每年遴選約 50 家具潛力之中小型企業重點輔導並提供客製化服務，本計畫擬定相關加強協助之措施如下：

1. 人才面：
 - (1) 長期培育中階人才與學士藍領等進階工藝人才
 - (2) 提升產業人才培訓補助額度及能量
 - (3) 提高人才培訓補助成數

- (4) 延攬資深業界技術師資
- (5) 加強人力扎根
- (6) 運用替代役支持
- (7) 協助延攬國外人才
- (8) 積極協助雇主招募所需人力

2. 技術面

- (1) 強化研發相關計畫協助
- (2) 提高促進產業研究發展貸款金額上限及信用保證額度
- (3) 公司依「公司研究發展支出適用投資抵減辦法」研提研發計畫時優先支持

3. 智財面

- (1) 強化經營管理智慧財產能量
- (2) 強化專利布局能量

4. 品牌行銷面

- (1) 強化品牌相關計畫協助
- (2) 強化行銷相關計畫協助
- (3) 視需要提高「自有品牌推廣海外市場貸款」金額上限及信用保證額度

(三) 選菁英：

為表彰在特定領域具有卓越表現之中堅企業，作為業界學習之標竿，本計畫擬定相關措施如下：

1. 每年擇優選出約 10 家中堅企業頒發「卓越中堅企

業獎」。

2. 每年 8 月依審查標準通過廠商進行頒獎。

茲綜整具體措施與其分工如附件一「推動中堅企業躍升計畫部會分工表」。

二、評選參考原則

為重點挑選具潛力之企業進行培育，及表揚技術卓越之中堅企業，相關評選參考原則如下：

(一) 選菁英部分

1. 規模：具備適當規模，營業額 200 億以下或 2,000 人以下。
2. 長期耕耘：企業年資 10 年以上。
3. 技術：關鍵技術在特定領域具有獨特性及關鍵性。
4. 研發創新：持續投入研發創新。
5. 品牌：以自有品牌行銷國際市場。
6. 市場通路：以國內為主要經營或生產基地，但掌握國際市場及通路。

(二) 助成長部分

關鍵技術在特定領域具有獨特性及關鍵性，於自有品牌、國際市場與通路等領域具有發展潛力之中小型企业，將透過評選優先納入輔導。

捌、經費、期程與預期效益

一、經費需求：

所需經費由各推動單位既有經費勻支。

二、計畫期程：

挑選重點輔導業者及頒發卓越中堅企業獎自今(101)年起辦理三年(至 103 年)。

三、預期效益：

- (一) 培育中堅企業，強化產業競爭實力，掌握台灣產業之全球關鍵地位。
- (二) 引領企業提升技術專精：強化中堅企業之技術、研發創新及品牌，創造於國際市場之獨特性。
- (三) 創造台灣產業成長新動能：透過中堅企業競逐國際市場，帶動上中下游關聯企業同步成長。
- (四) 提供國內優質工作機會：藉由中堅企業培育專業人才，引導中堅企業多雇用本國人才，並創造優質工作機會。

玖、檢討機制

未來將視計畫執行情形、經費運用狀況與需求，適時邀請相關機關進行滾動式調整，增列或精進相關推動措施，以符合協助中堅企業發展之需求。

附件一：推動中堅企業躍升計畫部會分工表

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
1	建基盤		
1-1	成立中堅企業發展推動單位		
1-1-1	<p>經濟部成立中堅企業發展推動小組</p> <p>■ 組織成員：</p> <p>召集人由經濟部部長擔任，推動成員由相關部會、公協會及法人擔任，約半年召開一次。</p> <p>■ 主要工作：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 檢討中堅企業推動做法。 • 檢視中堅企業計畫之執行成效。 • 確認中堅企業獲獎名單。 	經濟部	經建會、教育部、財政部、勞委會、內政部、國科會
1-1-2	<p>成立中堅企業專責服務窗口</p> <p>■ 專責服務窗口：</p> <p>由經濟部產業輔導中心擔任窗口功能，擔任中堅企業發展推動小組幕僚。</p> <p>■ 工作內容：</p>	經濟部 (工業局)	

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	辦理「重點輔導企業」遴選與「卓越中堅企業」頒獎等相關行政工作。		
1-2	<p>整合輔導體系</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 整合財務融通、經營管理、資訊管理、互助合作、品質提升、創業育成、市場行銷、研究發展、工業安全、生產技術及污染防治輔導體系等中小企業 11 大輔導體系支援建基盤各項作業。 	<p>經濟部 (中企處)</p>	<p>經濟部 (工業局)</p>
2	助成長		
2-1	<p>遴選重點輔導企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 選定「重點輔導企業」： 每年遴選約 50 家具潛力之中小型企業為「重點輔導企業」。 ■ 發掘個別需求媒合政府資源： 主動提供諮詢服務，瞭解「重點輔導企業」經營發展需求，媒合其運用相關優惠與輔導措施，並提供必要之協助。 ■ 客製化協助： 針對「重點輔導企業」人才面、技 	<p>經濟部 (工業局)</p>	<p>國科會 (各科學 園區管理 局)</p>

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	術面、智財面或品牌行銷面等課題 提供下列優先或加碼之協助。		
2-2	人才面		
2-2-1	<p>長期培育中階人才與學士藍領等進階工藝人才</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 校外實習與協同教學： 結合「重點輔導企業」擴大推動校外實習及協同教學。 ■ 擴展產學緊密結合培育模式： 由經濟部產業輔導中心媒合「重點輔導企業」與在地技專校院及高職合作 ■ 客製化開立專班： 針對「重點輔導企業」開設「契合式產學專班」，以無縫接軌相應產業之人才需求，作法如下： 一結合公會交流平臺 一成立產業學院，契合式培育人才 一「重點輔導企業」至學校選才 ■ 連結典範大學： 由典範科技大學為召集學校，與「重 	教育部	經濟部 (工業局、技術處)、 國科會 (各科學園區管理局)

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	點輔導企業」共同進行技術研發及協助人才培育。		
2-2-2	<p>提升產業人才培訓補助額度及能量</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 由職業訓練局挹注資源，優先輔導「重點輔導企業」辦理人才培訓，提高補助額度。 	勞委會 (職訓局)	
2-2-3	<p>提高人才培訓補助成數</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 針對「重點輔導企業」參加經濟部培訓課程之在職員工提高學費補助，協助其提升人才素質。 	經濟部 (工業局)	
2-2-4	<p>延攬資深業界技術師資</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 協助「重點輔導企業」運用深耕工業基礎技術方案延攬業界資深技術人員擔任業師，以長期培育其所需之人才。 	經濟部 (技術處)	教育部 (技職司)
2-2-5	<p>加強人力扎根</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「重點輔導企業」與大學、技術學院及高職之產學合作案優先支持，並提高可獲補助之案件數。 	經濟部 (工業局)	
2-2-6	運用替代役支持	內政部	

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 請內政部將「重點輔導企業」納入政策支持度員額，增配替代役員額。 		
2-2-7	<p>協助延攬國外人才</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 透過「協助國內企業延攬海外科技人才計畫」，針對「重點輔導企業」需求，協助提供媒合。 	經濟部 (投資處)	
2-2-8	<p>積極協助雇主招募所需人力</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 透過勞委會「企業求才速配計畫」，對「重點輔導企業」提供協助。 	勞委會 (職訓局)	
2-3	技術面		
2-3-1	<p>提高研發類科專計畫協助</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「重點輔導企業」申請主導性、業界科專及研發聯盟等計畫時，可加速審查、優先支持或補助加碼。 	經濟部 (工業局、技術處)	國科會 (各科學園區管理局)
2-3-2	<p>研發貸款協助</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 提高「重點輔導企業」促進產業研究發展貸款金額上限及信用保證額度。 	經濟部 (工業局)	經建會、 經濟部 (中企處)
2-3-3	<p>研發投抵優先支持</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「重點輔導企業」依「公司研究發展 	經濟部 (工業局)	財政部 (賦稅署)

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	支出適用投資抵減辦法」研提研發計畫時優先支持。		
2-4	智財面		
2-4-1	<p>智財管理與專利布局</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 強化經營管理智慧財產能量 <ul style="list-style-type: none"> • 培訓專業人才 • 提供線上自行檢視工具 • 提供諮詢診斷之輔導服務 • 提供智慧財產經營策略融入企業營運策略及研發策略之示範案例 ■ 強化專利布局能量 <ul style="list-style-type: none"> • 提供專利布局諮詢診斷之輔導服務 • 提供客製化專利布局策略與方向 	經濟部 (工業局)	國科會 (各科學園區管理局)
2-5	品牌行銷面		
2-5-1	<p>強化品牌相關計畫協助</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「重點輔導企業」申請經濟部品牌相關計畫時，可優先輔導。 	經濟部 (工業局、貿易局)	
2-5-2	<p>強化行銷相關計畫協助</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 重點輔導企業申請經濟部海外行銷相關計畫時，可優先考量或加碼 	經濟部 (貿易局)	

編號	推動措施	主辦機關	協辦機關
	補助。		
2-5-3	品牌貸款協助 <ul style="list-style-type: none"> ■ 視「重點輔導企業」需要提高「自有品牌推廣海外市場貸款」金額上限及信用保證額度。 	經濟部 (貿易局)	經建會、 經濟部 (中企處)
3	選菁英		
3-1	選拔卓越中堅企業 <ul style="list-style-type: none"> ■ 每年擇優選出約 10 家中堅企業頒發「卓越中堅企業獎」。 ■ 每年 8 月依審查標準通過廠商進行頒獎。 	經濟部 (工業局)	國科會 (各科學 園區管理 局)

附件二：德國隱形冠軍

一、隱形冠軍之七大特質

- (一) 專注的企業目標：隱形冠軍企業一般都有非常明確的目標。
- (二) 寧為雞首之市場定位：要成為小市場的主宰者(雞首)，而在小市場做出大成績；很多雄心勃勃的企業家一旦稍微做大就想多元化，但是他們絕不！
- (三) 貼近並全面掌握客戶：他們每一步擴張都在建立自己的子公司，而不是通過經銷商，因為經銷商是隨時可能跑掉的，而自己的子公司能把客戶關係牢牢地掌握在自己手中。
- (四) 價值導向為主要訴求：如果你想成為全球市場的領導者，你的客戶也必須是全球頂級的客戶，那麼企業經營理念必須是價值導向而非價格導向。
- (五) 強調全方位創新：產品創新不是隱形冠軍公司唯一的創新點，另外一個很重要的因素是流程的創新，實際上是服務的創新。
- (六) 與競爭對手短兵相接：隱形冠軍公司經常在同一個地區，同城的競爭實際上是世界級的競爭，最強的對手都在一起。
- (七) 深化價值鏈不參與聯盟：依靠自身競爭優勢，不參

與合作聯盟，深化價值鏈，自己做所有能做的事。

二、隱形冠軍之十大條件

- (一) 企業目標：成為且保持市場 no.1、全球市場最優秀者與我來決定市場競爭規則。
- (二) 市場定位：我是該領域的專家、我只做專精的、市場範疇小但占有率高與找到利基絕不分散投資。
- (三) 全球化：擁有世界級特殊性 Know-How、與客戶直接建立關係、於目標市場設立據點與運用合資來解決文化差異與國際管理。
- (四) 客戶選擇：頂級客戶為目標、成為客戶不可替代之供應商與價值取勝而非價格。
- (五) 創新焦點：以產品及流程創新保持領先、以創新創造市場與平均員工擁有專利數在 10~30 項。
- (六) 驅動力：核心能力為寶貴資源、兼顧市場與技術與持續掌握外部機會(政策改變或市場消長)。
- (七) 競爭策略：品質與服務創造優勢、與最強對手同場競爭與強勢捍衛市場地位。
- (八) 外部關係：核心項目不外包、依靠自己的競爭優勢、不參與合作聯盟與深化價值鏈，自行生產多數設備。
- (九) 員工文化：具強烈使命感與認同感、流動率極低、高效率工作與多設於鄉鎮與當地結合，同時創造主要就業機會。

- (十) 領導者：活力與意志力為主要特質、融合權威式與參與式領導、平均在位 20 年以上、重視接班人的技能磨練。

三、德國隱形冠軍案例

(一) BRITA

1. 企業簡介：1966 年成立，全球員工 1,010 人（德國約 558 人），2011 年營收為 3.2 億歐元，較 2010 年成長 5.9%；從 2001 年成長了 140%。
2. 企業特色：擁有專注的企業目標，生產全世界最暢銷的國民濾水壺。
3. 實績及潛力說明：濾水系統暢銷世界 70 餘國，免安裝、免維修，濾效完整，產品每年均榮獲多種獎項。
4. 成功關鍵因素
 - (1) 德國品牌認證：
 - 德國技術及品質（安全安心）保證
 - 德國最權威的 TUV 檢驗機構的食品級認證
 - 製造基地於德國、英國及瑞士
 - (2) 國民平實的價格
 - 免安裝、免維修
 - 價格低於淨水器，給予民眾平價方便的使用性
 - (3) 使用方便直接飲用

以濾水壺取代淨水器，搭配外觀設計，使用性上非常方便

(二) Dorma

1. 企業簡介：1908 年成立，全球員工約 6,600 人，2010/11 財年之營收達 9.4 億歐元，在歐洲、亞洲、美國及南非分別設有生產及技術研發中心，除了幾個歐洲國家有生產廠外，新加坡、馬來西亞、中國與南北美洲也設有工廠。
2. 企業特色：擁有專注的企業目標，專攻建築材料上最小的門用五金系統，以功能與實用為最主要的取向。
3. 實績及潛力說明：全球知名自動門或建築用小型五金供應商，特別在特殊場合/用途市場極具盛名，所有建築與門相關的五金系統，皆受到國內外不少知名機構爭相採用。
4. 成功關鍵因素
 - (1) 關注客戶需求
 - 關注全球各個地方的客戶需求，努力成為自動門與週邊設備的第一供應商
 - 以優惠價格提供最好品質，永不讓顧客失望
 - (2) 重視客戶關係
 - 歐洲、亞洲、美洲、南非都設有生產與

研發中心，可快速解決客戶問題與特殊需求

(3) 聚焦且居市場領導地位

■以耐用度為主要市場領導地位，領先同業
進行 50 萬次耐用測試

■聚焦於豪宅、酒店、醫院、大學校院、宴
會廳與辦公總部等客戶族群

(4) 卓越之競爭優勢

■專注於建築材料中最小的門用五金開發與
客制化場合應用

■以材料研發為核心，連結門控系統、隔音
技術等周邊附加價值應用服務

(三) Winterhalter

- 1.企業簡介：成立於 1947 年，旗下員工超過 1,000 人，年營業額超過 5,000 萬歐元。
- 2.企業特色：擁有專注的企業目標，把公司定位在「給餐廳和賓館做洗碗機」，絕不走向多元化，其後沿此產品路線開發出其他產品，如：淨水器和其他服務，並把產品和服務推廣到全球。
- 3.實績及潛力說明：產品銷售於全世界各地，尤其在歐洲、亞洲以及南北美洲。銷售分公司遍及 16 個國家，另還與其他 50 多個國家之廠商建立夥伴關係；為專業製造餐飲酒店業高效洗碗機之企業。

4.成功關鍵因素

(1) 全面餐具清洗方案

- 擁有 60 年的酒店業服務經驗

- 提供理想、全面的方案，用於革新機器技術、清潔產品、水處理等，相關方案有專業計畫、諮詢與技術服務的支援，亦能量身定制滿足客戶

(2) 協助洗碗工作變得更簡單

洗碗機都配備有智慧數位控制板，能進行自我檢測和執行多重任務，讓沒經驗的操作員也能正確地使用洗碗機

(3) 協助顧客節約成本

利用“智慧資源節約技術”，旨在減少水與能源的消耗量，並降低電力、水、清潔劑和潤洗設備的使用成本。