

B05 | 谁是今年表现最牛的股票

B06 | 《绿皮书》引发的楼市泡沫迷局



什么是隐形冠军?

这个由著名管理学大师、哈佛商学院访问教授赫尔曼·西蒙首创的概念,解释起来并不复杂,所谓隐形冠军,即那些在细分市场当中占有强大市场地位和极高市场份额的企业,对于大多数公众来说它们或许默默无闻,但是在行业内却很有名气。

这样的公司在山东的民企中,绝不是“异类”,民企隐形冠军大量存在,甚至在许多并不起眼的细分行业,如纽扣、蜡烛、假发、大输液、汽车零部件……本期创富把目光聚焦在山东民企的隐形冠军身上,为您解读它们的成功秘笈。

揭秘隐形冠军

本报记者 仲爱梅

高手往往都无名

隐形冠军的独特魅力

它们都是典型的隐形冠军,在行业内独占鳌头,却不为社会所广泛知晓。它们的真正杀手锏和核心竞争力还体现在,作为整个产业链中最为关键的一环,它们往往拥有惊人的控制力和准确的判断力。

正所谓“大音希声,大象无形”,对于社会大多数民众而言,隐形冠军并不知名,没有人知道它们在干什么,也没有人知道它们做的是什么。

如果不是2010年4月24日在深交所上市时一举开创了A股历史上最高发行价148元,并因此改写了当年“中国内地首富”的名字,相信并没有多少人会知道海普瑞,更不会有人知道,这个全球产销规模最大的肝素原料药生产和销售企业的产品99%以上用于出口,很多世界知名跨国医药企业如APP公司、辉瑞、葛兰素史克都是它的客户。

同样的,如果不是因为上市,相信也不会有多少人听说过“歌尔声学”、“法因数控”的名字,尽管它们在各自的领域内声名赫赫,是名副其实的行业老大。其中,位于潍坊的歌尔声学是中国电声行业规模最大的企业,微型麦克风、蓝牙耳机和3D眼镜等多个产品的市场份额高居全球榜首,包括苹果、诺基亚、三星、索尼等在内的全球多个知名企业都是它的合作伙伴;位于济南高新区的法因数控,则是国内最大的以型钢为加工对象的专用数控成套

加工设备制造商,其铁塔钢结构、建筑钢结构数控成套加工设备占国内市场份额的62%,是业内无可争议的领导者。

毫无疑问,它们都是典型的隐形冠军,不仅在行业内独占鳌头,而且行事低调,往往不为社会所广泛知晓。

然而,如果仅仅只是发现了“隐形”和“冠军”这两个特点,显然还不足以揭示这些隐形冠军的全部魅力。它们的真正杀手锏和核心竞争力还体现在,作为整个产业链中最为关键的一环,它们往往拥有惊人的控制力和准确的判断力,牵一发便可能动全身;在行业中,它们的企业标准不仅可以成为行业标准,甚至还能直接上升为国家标准。

最关键的是专注

隐形冠军的成功秘笈

隐形冠军之所以大量存在于许多并不起眼的细分行业,如纽扣、蜡烛、假发、大输液、汽车零部件……一个很重要的原因在于,这些领域的起点低、没有太多门槛限制。

隐形冠军是怎样炼成的?在《隐形冠军》一书中,赫尔曼·西蒙曾经将隐形冠军的成功经验归结于七点,即燃烧的雄心、专注到偏执、自己攥紧客户、贴近卓越客户、“非技术”创新、毗邻最强者以及事必躬亲。

听起来似乎很复杂,而现实是一个隐形冠军的成功之路远比人们想像中的还要艰辛曲折。事实上,隐形冠军之所以大量存在于许多并不起眼的细分行业,

如纽扣、蜡烛、假发、大输液、汽车零部件……一个很重要的原因在于,这些领域的起点低、没有太多门槛限制,同样的,利润相对也不高,其他人往往不屑做,或者瞧不上。

然而,尽管复杂,却依然有规律可循。分析隐形冠军的成功之路,最核心的莫过于一点:专注。无论企业最初从事的是别人不屑做、不能做还是没有想到的特殊领域,它们都做到了持之以恒、坚持到底,绝不轻言放弃。

在这一点上,山东鲁抗辰欣药业有限公司堪称一个典型范例。在医药行业,玻璃瓶大输液因为利润低、几乎赚不到钱,被大多数医药生产企业所抛弃,但是鲁抗辰欣却坚持住了,并最终发展成为山东第一、全国第三的大输液生产大户。同时,积极涉足心血管类、抗生素类系列药物。

专注一点,在此基础上不断延伸自己的产业链条,向更为高端化、精细化发展,力争做到最好、最优、别人无法忽略、不可或缺以及不能替代……在这一过程中,尽管它最初可能只是一个不起眼的小作坊、小工厂,但依靠不断改进的战略管理能力、公司治理结构和团队领导力,以及实力提升后的设备、技术改造升级,它们最终奠定了在各行业里的领导地位,隐形冠军就此炼成。

成功可以被复制

隐形冠军的样本意义

隐形冠军的经验教会了它们:即使拿不到综合冠军,拿个单项冠军也是好的,而且完全有可能。

我们关注隐形冠军,揭秘它们的成长之路,其最终目的,无非是想通过对这些成功者的描画,发掘其指导意义,为更多成长中的中小企业找到一条同样适合于自己的成长路径。

正如同赫尔曼·西蒙所言,德国的力量并不在于那些显赫的大企业,而是那些默默无闻的中小企业,即隐形冠军;中国经济的未来,也可能更多地会存在于中小企业身上。

对于千千万万还处于成长期的中小企业而言,这些隐形冠军的成长之路或许更具具有可资借鉴的参考价值。毕竟,像可口可乐、微软、宝洁以及中石油、中石化这样的“巨无霸”型企业不仅永远是少数,短时间内无法企及,而且民营企业受自身资金、人才、技术以及政策、环境等多重因素制约,复制类似的成功恐怕很难。

而隐形冠军的经验教会了它们:即使拿不到综合冠军,拿个单项冠军也是好的,而且完全有可能。

胜利油田高原石油装备有限责任公司凭什么能让客户采用它的工程服务队、接受带杆作业这种方式?中国万达集团为啥对MBS塑料抗冲剂拥有定价权?原因很简单,因为它们在其细分行业里具备明显的优势,这个优势,或者体现在技术上,或者体现在规模上。

可以不是最大的,但一定得是最强的;可以不是最强的,但一定得能掌握市场话语权。隐形冠军们用自己的亲身经历向人们诠释了一条与大企业截然不同的成功之路。这条路,可以被复制。