

乌鸦是白的

カラスは白い

日本麦当劳创始人 独胜的秘密

マクドナルド独り勝ちの秘密

中园仁・著
鲍延明・译



如果有谁能让别人相信黑色的乌鸦是白的，
那么这个人就一定可以销售任何东西。

藤田田

文匯出版社

乌鸦是白的

カラスは白い

マクドナルド独り勝ちの秘密

日本麦当劳创始人 独胜的秘密

中园仁・著
鲍延明・译

文匯出版社

图书在版编目(CIP)数据

乌鸦是白的 / 中国仁著; 鲍延明译. —上海:
文汇出版社, 2011. 7

ISBN 978 - 7 - 5496 - 0215 - 5

I. ①乌… II. ①中…②鲍… III. ①快餐业—商业
经营—经验—日本 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 120179 号

乌鸦是白的

责任编辑 / 戴 铮

封面装帧 / 周夏萍

出版发行 / **文汇出版社**

上海市威海路 755 号

(邮政编码 200041)

经 销 / 全国新华书店

照 排 / 南京展望文化发展有限公司

印刷装订 / 江苏省启东市人民印刷有限公司

版 次 / 2011 年 7 月第 1 版

印 次 / 2011 年 7 月第 1 次印刷

开 本 / 890×1240 1/32

字 数 / 100 千

印 张 / 6.5

ISBN 978 - 7 - 5496 - 0215 - 5

定 价 / 20.00 元

序

在日本有一个家喻户晓的人物,他的名字叫藤田田(名字田的发音为“Den”),就是他创立了日本麦当劳的事业。日本麦当劳创办不久,其连锁店的店铺数量逐年迅猛增长。本书出版时(2001年),日本麦当劳连锁店已经开设了3700家,年度总营业额达到3600亿日元(约合人民币256亿元)。随着日本麦当劳公司的股票公开上市,藤田田本人也成了新闻人物,再度引起了日本社会的轰动。

藤田田氏在1999年度的日本财富排行榜上已经位列综合第二,估计他年度总收入可达到54亿日元(约合4亿2900万元人民币),相当于每天可以赚到1500万日元(约合120万元人民币)。公司股票上市以后,他的年收入一下子又增加了几百亿日元,成了日本社会的“理想式”人物和真正的“日本企业家英雄”。

藤田田氏1926年出生在大阪府,太平洋战争结束后,进入东

京大学法学系学习。大学期间曾担任 GHQ(联合国最高司令官总司令部)驻日本的翻译,担任翻译期间他认识了在 GHQ 工作的一个美国下士军官,该下士军官教会了他“犹太人做生意方法”。这样,他一边继续在大学学习,一边自己创立了一家名叫藤田商店的贸易公司。

当时,他自封为“银座犹太人”,生意在不断扩大。但是,真正的成功还得归之于和美国麦当劳合作创建了日本麦当劳。1971年7月,他租赁了三越百货公司在银座四丁目拐角处一楼的街面部分,开设了第一家日本麦当劳连锁店,取名为“日本麦当劳三越店”。幸运的是,那一年银座三越百货公司前面的大马路刚好被设定为步行街。开张之日,街上人山人海,人们排起长队争先恐后购买汉堡包,短短几个月的时间,日本麦当劳三越店的营业额就创造了世界麦当劳连锁店单个店铺销售的新纪录。打那以后,日本麦当劳更是一发而不可收拾,取得了巨大发展,到了2001年日本麦当劳连锁店店铺竟达3700家之多。创办之初不久,藤田田氏就计划将汉堡包推广到日本全国,于是他提出的宣传口号是:“要让日本人的体格与美国人相似,将日本人的黑头发变成金头发。”他怀着汉堡包一定可以“像米饭和酱汁一样成为日本式餐饮”的信念,大踏步走上了事业的星光大道。

创业之初,日本国内的麦当劳连锁店里很难见到中老年商务人士,可是现在麦当劳连锁店里这些中老年商务人士在用餐的情

景已经毫不稀奇了。从这点上来说，倒真可以说汉堡包改变了日本人的饮食习惯。

诞生于美国的麦当劳已经推广到世界各国，当初进入日本是世界上第五个国家。麦当劳引进日本的那一年，我正和弟弟用两人骑行的自行车花了约一年的时间，从旧金山一直骑到纽约，横穿了整个美国。当时我们在美国的所到之处，都能看到显眼的黄色麦当劳标志。这是我第一次知道在美国还有麦当劳这样的餐饮店。可是，当这次冒险旅行结束回到日本，在新宿也发现了麦当劳时，我不知有多惊奇，惊讶的是我刚在美国发现的麦当劳连锁店竟然已经进入日本国内了。

这样当我大学一毕业，似乎就理所当然地进了在日本诞生不久的麦当劳连锁店，当时我的第六感就告诉我日本麦当劳公司将来一定会有极大的发展。

进了日本麦当劳公司，我当然会受到藤田田社长的很大影响。因为我开始工作的时候，日本麦当劳公司还处于刚起步的阶段，只有十几家连锁店，一直到离开的那一天，我在日本麦当劳公司工作了有十八年之久。这十八年里一直被灌输着藤田田的思想，在藤田氏的影响下，十八年后连我自己也计划当一个企业家，下决心离开了日本麦当劳公司，并且携全家远渡重洋来到了澳大利亚的悉尼。

藤田田社长是个精明强干而又严以律己的人，同时他又十

分具有人情味，每次公司有事来悉尼时，他都会特意来看我，然后共进晚餐。大千世界伟人不少，但是，能接受一位伟大人物的直接指教就不容易了。我却有幸获得自1971年创办日本麦当劳后，在不到三十年的时间就跻身世界著名经营者的藤田田的直接指教。

我认为在日本有关藤田田的书籍不是很多，特别像我这样直接受到熏陶的人能毫无保留地讲述藤田田这个人物的经营哲学、人心征服术、金钱哲学以及人品的书籍就更少了。也就是说，本书执笔的动机就是想通过像我这样能近距离接触和观察藤田田的



日本麦当劳创始人藤田田

人，用朴实的语言来传递藤田田这个伟大人物的“头脑”究竟是如何形成的。

撰写本书一方面是我对藤田田社长常年教诲的回报，另一方面也可以为奋战在商务第一线的诸位提供经营上的参考。通过让“Den 思想”家喻户晓，成为各位读者从此走向成功的奋斗目标。

另外，请允许我在本书中省去敬语称呼而直呼其名。

目 录

前 言 / 1

第一章 “文化”由高处流向低处 / 1

幸运女神惠顾已近迟暮之人 / 3

好运靠自己努力 / 5

在“米饭和酱油的国家”卖面包和番茄酱 / 7

用“文明如流水的理论”寻找商机 / 9

藤田田兼任美国总公司外部高级董事 / 11

首先是场地位置,其次还是场地位置 / 12

人行道可借作店堂 / 14

日本麦当劳的发音是“玛库德”和“纳鲁德” / 16

进货渠道来自地球的各个角落 / 18

供货商成自家人 / 20

质量、服务、清洁度+“V” / 21

口味每年翻新 / 23

危机会降临任何人 / 25

第二章 盈利经营有窍门 / 29

汉堡包与人情味 / 31

社长总是在你们身边 / 33

话要说得大 / 35

生意就要“注重现在” / 38

所有的一切都用“量化数字”来表现 / 39

大量使用电脑 / 41

失败中感悟并制订出“闭店工作手册” / 43

销售地信息系统转而向原产国输出 / 46

用一个星期作为单位衡量事物 / 48

尽快辨别黑白 / 50

朝令夕改是改善之道 / 52

用科学的眼光观察事物 / 54

大量利用“免下车”连锁店 / 56

微笑吸引顾客 / 58

每个月需扮作顾客考察三家连锁店 / 61

把优秀的专家吸引过来 / 62

做生意有“杀手锏语言” / 64

商店招牌就是要显眼 / 66

广告尽量使用免费的 / 67

第三章 能干的员工需要温柔地“酷使” / 71

制造老板的机器 / 73

不用解聘的削减事业的方法 / 75

经营事业必须夫唱妇随 / 77

给员工的妻子也发奖金 / 79

妻子们是喜欢花束的 / 81

每个月举办生日宴会 / 83

纪念盛典让员工夫妻双双出席 / 85

表彰时，须在众人面前唱响他的名字 / 87

付高工资有什么错！ / 89

在奇妙场合的问候 / 91

将日本人的黑发变成金发 / 93

好运和资质胜过学历 / 95

用名字称呼女性 / 97

让女性泡茶是一种浪费 / 98

辛勤工作后一定要休息 / 100

国际性创意从走出国门开始 / 103

能干的员工就要给他更多工作 / 105

高层领导是二十五小时营业 / 107

打工者也授之以管理业务 / 109

集思广益 / 111

危机管理 / 113

只要有“汉堡包大学毕业”的学历就足够了 / 115

让员工说外语的方法 / 118

至少会讲两国语言 / 119

第四章 金钱和女性一样是怕寂寞的 / 123

店堂里满地都是金钱 / 125

“78 对 22”法则 / 127

一垒打累积到最后就成为本垒打 / 128

“利益在源头”的忠实实践者 / 130

积攒一亿日元的方法 / 132

努力制造本钱 / 134

发财也有“定式” / 136

要重视现金交易 / 138

为“争先一步”奋斗 / 140

固有观念阻碍发财 / 141

金钱也不过是一种商品 / 143

- 别涉足政治 / 145
- 金钱同女人一样是怕寂寞的 / 146
- 要想赚钱就要制造空闲 / 148
- 赚钱的秘诀就是弄清目的 / 149
- 备忘录可以化为金钱 / 150
- 光会赚钱并不是能人 / 152

第五章 隐藏害羞伪装邪恶 / 155

- 利用表演效果 / 157
- 孩子的教育必须自己来管 / 159
- 名字最好国际化 / 161
- 他人面前毫不忌讳流泪 / 163
- 藤田田的弱点只有一个 / 166
- 所有的一切在于时机 / 167
- 给予吧,别光想获取 / 169
- 乌鸦是白的 / 171
- 领袖人物孤独吗? / 173
- 如今已是 IT 时代吗? / 175
- 对变化敏感的人和钝感的人 / 177
- 要成为日语达人 / 179
- 员工辞职别挽留,要赞赏 / 181

吃饭也是文化 / 183

辞职的员工就是公司的支持者 / 185

少年孙正义 / 186

用心去辨别事物 / 188

生不带来死不带去 / 190

现在正是谱写历史的时刻 / 192

第一章

『文化』由高处流向低处

麦当劳与藤田田是什么时候相遇的？

藤田田向崇尚米饭和酱油的日本引进面包加番茄酱的汉堡包的起因——

■ 幸运女神惠顾已近迟暮之人

原创于美国的麦当劳，其创始人名叫雷·克洛克，让我们先来看看他是如何创办麦当劳的吧。

那是在摇滚乐盛行的时代。1950年，已经55岁的雷·克洛克曾是芝加哥的一名纸杯推销员，同时他还推销可以将牛奶和冰淇淋混合搅拌成奶昔的搅拌器。一般的搅拌器其搅拌部位的轴通常只有一根，但是，他推销的搅拌器却有五根轴。这就是说，他推销的是与众不同的、五根轴可以同时搅拌的搅拌器。这种“多轴搅拌器”不仅搅拌速度快，搅拌出的奶昔质量也好。

那个时代，原先简易得被称之为食堂的餐厅，正逐渐萌生出如今的快餐业态。原来使用的玻璃杯逐渐向携带便利、能够方便地带回家的纸杯过渡。从这个意义上来说，那时的雷·克洛克已经站在了时代的前沿。

一般来说，一家店铺有一台那种多轴搅拌器就完全够用了。可是，有一天雷·克洛克接到一个来自于加州圣贝纳迪诺县的订购电话，那家餐饮店竟然一下子订购了八台多轴搅拌器。接到电

话后，他兴奋地马上带上八台多轴搅拌器驾车从洛杉矶出发，一个小时以后，到达了那个处于内陆地区的圣贝纳迪诺县的餐饮店。

到达那里以后，雷·克洛克意外地发现订购八台多轴搅拌器的快餐店里，买汉堡包竟然要排很长的队伍。这次的经历就成了雷·克洛克与麦当劳汉堡包的第一次邂逅。这家快餐店的经营者就是迪克和麦克兄弟俩。

雷·克洛克看到了这种排长队买汉堡包的情景，当时马上联想到的是：“假如全国各地都有这种商店，自己的多轴搅拌器生意会变得越来越好，而且使用的纸杯数量也会大增。”于是，他找兄弟俩商量，问他们是否能采用独家经销的方式，在全国各地开设同样的店铺。

可是，两兄弟却认为光这家店的收益已经足够了，犯不上再去辛辛苦苦地赚钱，就拒绝了雷·克洛克的建议。于是，克洛克又与他们商量，能否可以把独家经售权转让给他。这次两兄弟同意了他的要求，雷·克洛克得到他们的许可后马上行动，他把麦当劳第一号店先开在了自己居住的芝加哥郊区的德斯普兰斯。

一般人们考虑到雷·克洛克五十多岁的年龄，已经接近退休的人了，再要去改行办连锁店似乎不太适宜。然而雷·克洛克却不是这样想的。他常挂在嘴边说的就是：“要想在生意场上获得成功，首先是要敢为人先，接着是不要做与他人相同的事。然后就是一旦决定干的事，就必须大胆地付诸行动。”雷·克洛克是这样说