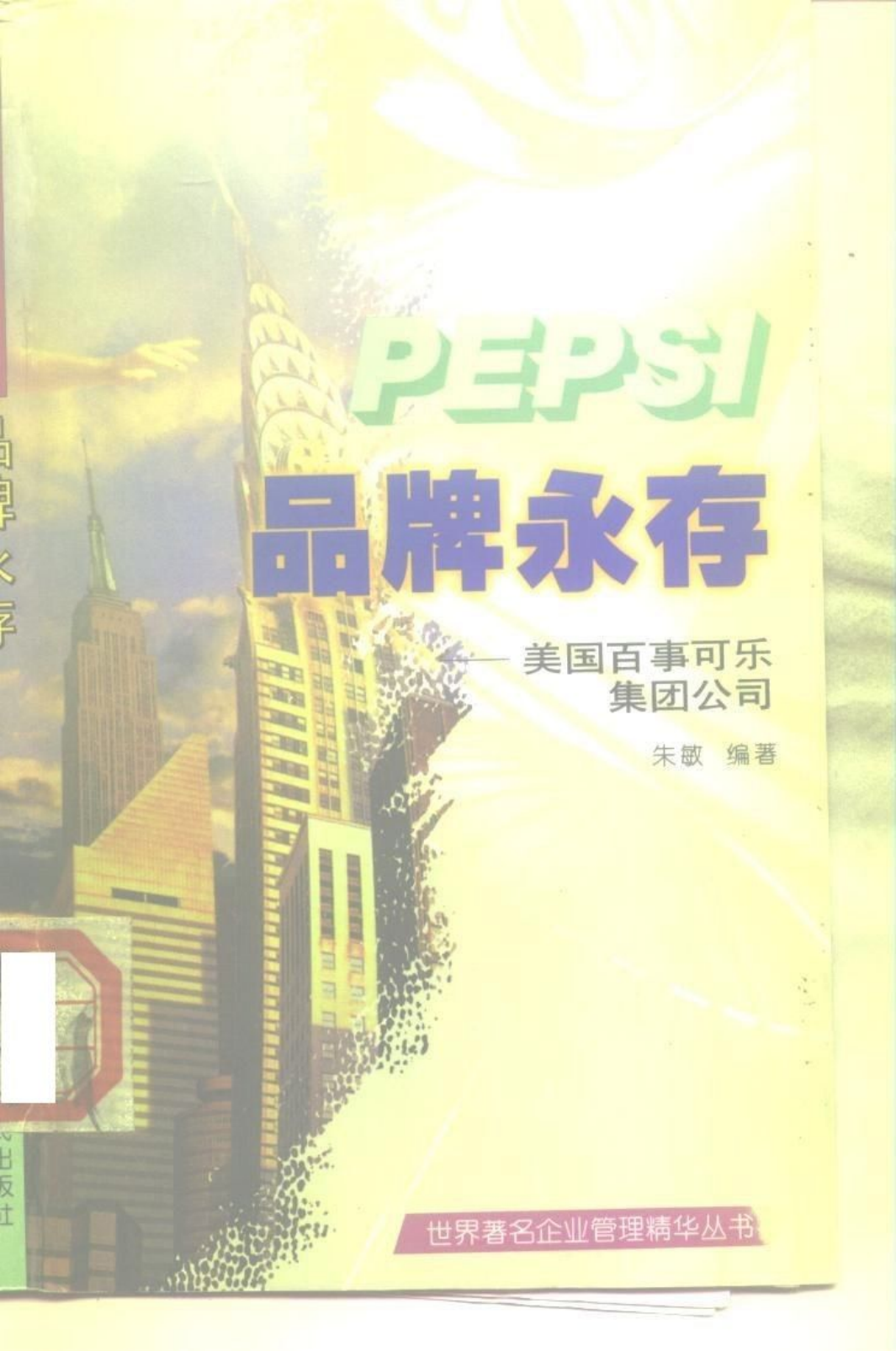


品牌永存

出版社



PEPSI

品牌永存

—— 美国百事可乐
集团公司

朱敏 编著

世界著名企业管理精华丛书

世界著名企业管理精华丛书

品牌永存

——美国百事可乐集团公司

中国工业经济研究与开发促进会
东北财经大学工商管理硕士(MBA)教育中心

组织编写

朱 敏 编著

辽宁人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌永存:美国百事可乐集团公司/朱敏等编著. —沈阳:辽宁人民出版社, 1997. 1

(世界著名企业管理精华丛书/吴家骏等主编)

ISBN 7-205-03685-2

I. 品… II. 朱… III. 百事可乐集团公司(美国)-企业管理-经验 IV. F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 16478 号

辽宁人民出版社出版

(沈阳市和平区北一马路 108 号 邮政编码 110001)

辽宁省新华书店发行 朝阳新华印刷厂印刷

开本: 787×960 1/32 字数: 136,000 印张: $8\frac{3}{4}$ 插页: 4

印数: 1—8,000

1997 年 1 月第 1 版

1997 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 宋扬华 魏若燕

责任校对: 刘 涛

封面设计: 刘冰宇

版式设计: 王珏菲

每套定价: 110.00 元 (共 8 册)

世界著名企业管理精华丛书

顾 问 马 洪 房维中

主 编 吴家骏 郑泽铭 郭长禄

副主编 魏若燕 宋扬华 于 立

李 平 杨春学

出版说明

我们有个想法，一直想了很长时间。

我们想，世界上一些著名企业之所以成功，从战略开发到具体的管理方法，都会在实践中积累一些宝贵的经验，如果把这些经验介绍给中国的读者，对我们国家当前在经济改革中强调的两个根本转变，对我们迫切需要提高的企业管理水平，一定会起到积极的促进作用。

目前，介绍世界上一些著名企业或企业家的书，在中国的图书市场上已不鲜见，但这并没有动摇我们的想法。因为：

第一，这些书多比较长，内容广泛，对有闲的人来说，读一读倒是不妨，对我们有些视时间如生命的读者，特别是日夜不停地奔波在第一线的经济工作者和企业工作者来说，无疑是一个不小的负担。

第二，这些书都零散地在中国图书市场上流通，搜集起来也不大方便；还有些直到现在也没有介绍到中国来。

2 出版说明

我们出版这套丛书的指导思想有三条。

一是，力求简洁精练；

二是，力争取材新鲜；

三是，兼顾东方西方。

在简洁精练方面，尽量砍掉枝叶，取其精华。一本书限定在十几万字，把那些使企业获得成功的紧要之处，撷取过来，献给读者。

在力争取材新鲜方面，作者做了大量工作。有的材料是通过那些企业驻中国办事处取得的；有的是直接从国外那些企业的总部索取的；还有的是从那些企业驻香港的机构得来的。在这里，让我们对那些给丛书以大力支持的企业和有关机构表示深深的谢意。

在兼顾东方西方方面，我们在世界著名企业的选定上，在第一套丛书里确定了美国、日本、韩国、英荷等八家企业。

在以后丛书的出版工作中，我们还要将范围扩大，但必须合乎两个条件：一是世界著名企业；二是其经营思想和运行机制管理经验确有值得借鉴的地方。

读者对丛书的编辑出版工作有什么意见，希望能反映给我们，我们在盼望着。

辽宁人民出版社

1996年8月

前 言

党的十一届三中全会以来，经过 17 年的积极探索和艰苦努力，我国改革开放和现代化建设取得了举世瞩目的巨大成就。今年我国又进入了第九个五年计划时期，在今后的 15 年里，我们的任务是全面实现我国现代化建设的第二步战略目标，并向第三步战略目标迈出重大步伐，为下一个世纪中叶基本实现现代化奠定坚实基础。这是跨世纪的任务，实现这个任务的关键在于实行两个具有全局意义的根本性转变，一是经济体制从传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变，二是经济增长方式从粗放型向集约型转变。实现这两个转变，才能促进国民经济持续、快速、健康发展和社会全面进步。

实现两个根本性的转变，需要解决的问题很多，宏观政策的调整固然重要，微观基础条件的创造和改善也是不可忽视的。企业是市场经济运行的主体，也是经济增长的主体，经济

体制和经济增长方式能否得到转变，同企业的状况密切相关。综观世界上经济发达国家发展的历程，特别是二战后日本和德国的高速发展以及一些后发国家和地区的迅速崛起，我们可以清楚地看到，他们所显示的强大的经济实力和竞争力以及整个国家和地区经济的迅速发展，都是由一批世界知名的、规模巨大的、跨国经营的大公司支撑着的。这些大公司的兴衰，直接关系到这些国家经济的起伏。我国要在下世纪实现第二步和第三步战略目标，也必须创建一批这样的大公司，这是我国企业改革的必由之路，也是实现现代化战略目标的基石。

我国经济体制改革，一直把增强企业活力作为企业改革的中心环节，增强企业活力在当前世界经济一体化的大趋势面前，最重要的就是要增强企业在国内外市场上的竞争力。17年来，围绕增强国有企业活力的改革，取得了一定进展，少数优势企业成功地进入了市场，并在激烈的竞争中站稳了脚跟。但是，企业改革在一些重点、难点问题上还没有取得实质性突破，多数国有企业仍然是机制不活、效益不高、包袱沉重，甚至有许多企业亏损严重，在困境中难以自拔。如何改变这种状况？这是举国上下，尤其是企业界人士一直关心的。要根本改变这种状况，需要系统的、长期的努力，一方

面需要我们从我国的实际出发，围绕企业制度创新，推进各项配套改革，综合治理和解决国有企业面临的深层次的矛盾和问题；另一方面也需要我们放眼世界，研究和借鉴各国成功企业的经验，以期促进我国企业机制的转变和经营管理水平的提高。

优胜劣汰是市场经济条件下企业生存和发展的普遍规律。在任何一个市场经济国家，每天都有许许多多的企业在国际和国内市场激烈的竞争中垮了下去，同时又有许许多多的企业在新生。就是在世界上一时曾经排名在500位、100位、50位，前10位之内的大企业，也经常是在发生变化，有时被挤出了世界前10位、前50位之列，有的甚至彻底沉沦、倒闭或被兼并。当然，经过市场的筛选，当今世界已经出现了一大批规模巨大、竞争力强、知名度高的优秀企业，它们中间有的历史悠久、常盛不衰；有的几经起伏终于站稳了脚跟；也有的是在世界新技术革命浪潮中涌现的后起之秀。这些企业能够在市场竞争中生存、发展和壮大，必然有各自的优势或者说在某些方面必有独到之处。剖析这些企业在组织结构、运行机制、企业精神、经营之道以及管理方法等方面的特色，研究借鉴它们的经验，对于搞好我国国有企业无疑是有益处的。正是出于这种考虑，我们组织编写

了这套《世界著名企业管理精华》丛书，向我国读者介绍世界著名企业各具特色的管理精华，以利于读者结合自身的实际学习这些经验。这套丛书是由中国工业经济研究与开发促进会和东北财经大学工商管理硕士（MBA）教育中心共同组织编写的，我们希望这套丛书的出版，对我国企业的改革、企业经济的发展以及企业管理教育都能够有所帮助。

在编写这套丛书的过程中，我们得到了有关企业的大力支持，有的公司的总部及其设在北京的办事处，向作者提供了大量的第一手资料，与此同时，每本书的作者还注意搜集了国内外已有的研究和介绍本企业的著作，为此我们向有关的企业以及有关著作的作者致以衷心的感谢。

编 者

1996年7月

目 录

出版说明

前言

导 言..... 1

一、百事可乐集团公司的创业历程..... 5

1. 凯立布创立“百事可乐”品牌 5

2. 风雨中的百事可乐 7

3. 百事可乐公司的崛起..... 13

4. 今天的百事可乐集团公司..... 31

二、机遇——百事可乐的成功契机 39

1. 创造机会——“百事挑战”敲响

“可乐大战”鼓点 40

2. 抓住机遇——空前的企业兼并..... 58

3. 市场机会——放眼全球..... 68

4. “可乐大战”秘诀：君子之争 74

三、“可乐大战”——百事可乐广告

先声夺人	91
1. 显示时代风尚——全新的 “百事一代”广告	92
2. 迈克尔·杰克逊—— “新一代的选择”	95
3. 明星战略——广告的 成功与教训	105
4. 注重形象塑造——广告创新 的基点	110
 四、质量是生命	121
1. 质量——品牌永存的基石	122
2. 玉米高果糖之争	127
3. 阿思巴特——竞争者捷足先登 ...	130
4. 新一轮阿思巴特之战	135
5. 质量更上一层楼	140
 五、产品开发领导市场新潮流	153
1. 初涉新产品市场	154
2. 无咖啡因百事更胜一筹	157
3. 全新品种“思乐士”	160
4. 创新包装, 满足顾客要求	166
5. 全方位新产品开发	173
 六、消费者为中心的销售服务系统	185

1. 特许授权产生装瓶饮料厂	185
2. 百事可乐特色的销售实施体系——围绕消费者	191
3. 百事可乐的销售管理——顾客是起点	198
4. 百事可乐营销推广——注重效益	204

七、化不利为信誉的公司

危机管理	213
------------	-----

1. 百事可乐集团的危机管理	213
2. “注射器事件”的圆满解决	217
3. 菲律宾公司计算机失误事件	220

八、集团管理主题意识：创新与绩效

1. 鼓励创新——集团管理基本思想	223
2. 以人为本——集团用人之道	230
3. 适应业务发展，调整组织结构	237

九、百事可乐集团在中国

1. 百事可乐集团在中国的发展战略及概况	243
2. 百事可乐在中国的经营	247

参考资料	253
------------	-----

导

言

百事可乐集团公司是一家总部设在美国纽约普切斯城的国际公司。1995年,美国《幸福》杂志评选的全球最大的500家公司中,百事可乐集团(Pepsi Co.)名列第82名,为全球饮食服务行业的首位。其1995年的销售额达300多亿美元。百事可乐集团是真正的全球餐饮、饮料、食品之王。

百事可乐多年来一直挑战可口可乐,现系世界上第二大的饮料公司。百事可乐集团拥有世界上第一大的餐营系统,即:肯德基炸鸡公司(KFC,世界第一的炸鸡连锁店),必胜客(Pizza Hut,世界第一大的比萨馅饼店),和特可比(Taco Bell)等连锁餐营公司。近年来,对百事可乐集团公司利润贡献最大的经营行业是世界领先的食品公司——集团的福多乐公司。1994年,其销售额占美国小食品市场份额的50%以上,该公司目前正向国际市场推

进,现已占有国际市场 28% 的份额,近年来,在我国内上市的百事奇多系列食品,即是其产品之一。

百事可乐自本世纪 60 年代以来,经营管理业绩直线上升,直至今日成为全球性的餐饮食品之王。目前,百事可乐集团的软饮料、快餐及食品,已经遍销全球 195 个国家和地区,拥有员工 48 万人。

百事可乐集团公司在 1982 年进入中国市场,是中国改革开放后第一批进入中国市场并获得成功的国际公司。了解它在创造并利用市场机会,促销、分销、广告、策划、产品开发、质量控制、顾客服务和内部管理方面的成功经验及教训,对搞活我国大中型企业,促进我国市场经济体系的建立和完善,更好地为消费者服务,具有重要的借鉴作用。

在此之前,国内尚未发现有关百事可乐集团公司发展历程的专著。作者曾任职于百事可乐国际公司,从加拿大和美国的朋友及百事可乐国际公司公共关系部收集到部分资料,并通过国际计算机网络,查阅到了美国近十年公开发表的有关百事可乐集团公司的资料,才使作者得以成书,在此表示感谢。还要特别感谢加拿大麦克斯·贝尔基金会总裁邓科礼博士(Dr. Donald Richerd),在收集资料方面给予我的帮

助。

中国民主建国会成都市委员会的吴远度先生
对本书稿作了大量的修订工作,为此特表感谢。

