

革新全球快餐業的創業故事

麥當勞

傳奇

克羅克 合著
安德遜



Grinding it Out

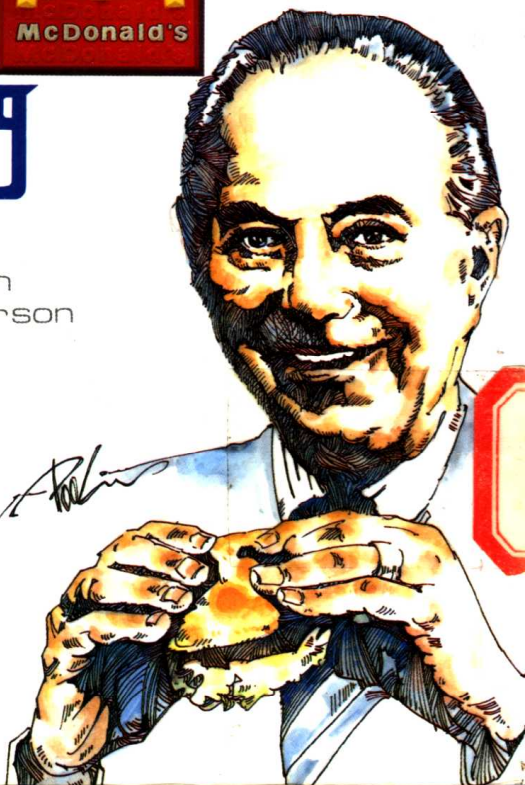
by Ray Kroc with
Robert Anderson

第三版



博益

名牌企業 10



革新全球快餐業的創業故事

麥當勞

傳奇

克羅克
安德遜

合著

葉玉龍
李廣琴
胡立

翻譯

finding
it out

博益出版集團有限公司





書名：麥當勞傳奇
作者：克羅克、安德遜
譯者：葉玉龍、李廣琴、胡立
編輯：博益編輯委員會
責任編輯：黎日照
美術設計：何端保
出版/發行：博益出版集團有限公司
香港禮頓道一號
2836-6088
出版日期：一九九三年十二月(初版)
一九九六年二月(第三版)
定價：每本港幣五十元
出版書號：7 N 30306
ISBN 962-17-1238-6

版權所有・請勿翻印

© Publications (Holdings) Limited. 1993

"GRINDING IT OUT" by Ray A. Kroc with Robert Anderson

Copyright © 1977 by Ray A. Kroc

Originally published by Contemporary Books, Inc.

Chinese translation copyright © 方智出版公司 1992

Chinese reprint right © 1993 by Publications (Holdings) Limited.

Chinese translation reprinted by arrangement with Bardon — Chinese Media Agency for distribution in Hong Kong & Macau only.

All rights reserved.

財經商管系列·卷首語

應合時代·創造未來

博益財經商管系列叢書的設計，是要讓大家各取所需。內容主要分六類：

第一類是「名牌企業叢書」，讓大家參考各種不同經驗和成功之道，從中採取啟示和創意，其中包括出版國際知名企管人和企業集團的成功史，例如《SONY與我》、《麥當勞傳奇》、《軟件王國MICROSOFT》、《通用電器奇蹟》和《經營的神髓·卷一至卷七》等。

第二類是「基本知識」，涉及的範圍有管理學、經濟學、個人財務管理、投資及小型企業的經營之方，特點是淺易有趣，比坊間一般乏味而理論性重的書籍更易理解，更為有用，例如《財經術語精解》、《經濟學一日通》、《管理學一日通》、《投資外匯一日通》、《九十年代個人理財》、《經濟學的世界》和《行銷鐵律》等。

第三類是「廣告叢書」，專題探討廣告行業的情況與發展趨勢，理論與實例兼備，例如《廣告天書》、《點只廣告咁簡單》、《直銷廣告》、《廣告創見》和《廣告出擊》等。

第四類是「趨勢叢書」。趨勢叢書的作者均是世界頂尖兒的趨勢預測專家，開列未來世界的趨勢及巨變，使讀者在了解社會趨勢脈絡之餘，思考在這巨變洪流中的自處之道。如《二〇〇〇年大趨勢》、《大未來》、《經營大趨勢》和《尼克遜新世界透視》等。

第五類是「賺錢叢書」。作者邱永漢先後在日本、台灣、香港及中國大陸等地投資，又是著名的投資顧問，日本輿論譽為「賺錢之神」，著作逾二百多本，包括《邱永漢賺錢自傳》、《邱永漢股票入門》和《邱永漢生意入門》等。

第六類是「自我改進叢書」，介紹實用的自我改進理論和方法，讓讀者發揮內在潛能，向成功進發，作品包括《定將》、《人上人》、《智商大躍進》和《個人充電》等。

應合時代，創造未來，願此系列與大家攜手共進！

麥當勞傳奇・編輯室報告

革新全球快餐業的創業故事

當你在五十歲時，還會放棄一份高職厚薪，窮半生積蓄去創業嗎？或者，要取得璀璨光輝的成就，就必須先將自己所擁有的放棄，就如震撼全球的速食連鎖業大亨、麥當勞的總裁——雷·克羅克。

克羅克並不是麥當勞餐廳的創辦人。麥當勞兄弟在五十年代創辦麥當勞，並且已經孕育了要把美國的汽車餐廳轉化成速食連鎖店的構思，可說是一個超越時代的創意，但他們缺乏絕對決心。克羅克獨具慧眼，把握時機，買下麥氏兄弟的創念，決心建立「麥當勞」速食連鎖店。憑着克羅克不屈不撓的創業精神，以及現代化的經營管理方式；在短短三十年間，就將「麥當勞」建成一個橫跨全球四十多個國家、連鎖店數目超過一萬家的漢堡包王國。

克羅克的傳奇性不僅在於他的成功經歷，更重要的是，克羅克建立的麥當勞文化：「品質、服務、衛生、價值」四大管理概念，以及健康、進取、積極參與社

會慈善事業的形象；已經融會到各國的文化之內。使到這種原本是美式的出口快餐食物，到了不同種族、文化的國家，都成功地建立起這個地區的本地性和社會認同感，這可說是現代跨國連鎖企業的典範。麥當勞把「每一種飲食文化都有一定排外性」的定律打破，不可謂不是一個奇跡。

且看克羅克如何建立這座黃金拱門的神話。

《麥當勞傳奇》——代序

創業精神、衝勁和熱誠會隨着公司的成長和擴展而冷卻？在麥當勞的大家庭中，這是絕不可能發生的事！

提起「麥當勞」這個名字，你也許會聯想到一家實力雄厚而發展前景無可限量的「大企業」。事實上，麥當勞目前在全球六大洲開設了近一萬四千間餐廳，每日為二千六百多萬顧客提供服務。毫無疑問，麥當勞是世界上規模最大的快餐服務機構，但若你對它的認識就只有這麼多，你便應該細閱這本書了。

麥當勞得以發展成為備受全球尊崇的大企業，其背後的一股推動力是來自雷·克羅克堅毅的信念、熱誠的工作態度和強烈的創業精神。本書的內容正是這位傳奇人物的寫照。

雷·克羅克為麥當勞制定的標準，遠遠超越餐廳業所應有的質量水平。在普羅大眾的眼中，麥當勞可能只是一家餐廳，但對我們來說，環繞着麥當勞漢堡包業務的一切事物，包括市民、社區、經濟、

以及職員與顧客的笑容，都佔了同樣重要的地位。

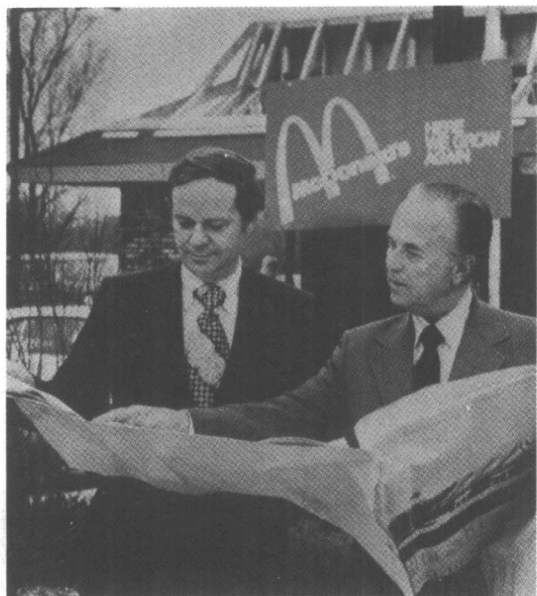
這本書把雷·克羅克的生平事蹟，交織成一個振奮人心的成功故事。他追求至高無上的標準，為顧客提供貫徹始終的產品質量、友善服務、衛生水平及物超所值的承諾，至今仍是麥當勞業務的基石。然而，在嚴格執行的高水準營運管理制度下，全球各地麥當勞餐廳成員的自治精神仍受到絕對的尊重。雷·克羅克體會到，認識一個社區最深的必然是來自該社區的人士，所以在運作上，他們必須享有高度自由，為社區利益而竭盡所能，才可邁向成功之路。

回想二十年前，我受到雷·克羅克勇於進取、堅毅不屈和獨樹一幟的個性所激勵，開辦了香港首家麥當勞餐廳。我希望各位讀者細閱本書，並能夠和我一樣，從他樂於接受創新及多元化的領導手法中得到啓示。

麥當勞（香港）有限公司 執行董事

伍日照

一九九三年十二月



克羅克與弗雷德在策劃麥當勞的未來大計

七〇年代的麥當勞已有座位供應



早期的典型麥當勞建築物，
注意廣告牌上仍有「15¢」的標誌。





克羅克的第一間麥當勞餐廳，位於德斯普蘭斯。





麥當勞兄弟創辦的第一家餐廳，位於加州的聖貝納迪諾市。



一九五八年，麥當勞舉行第一次聖誕聯歡會。



克羅克與弗雷德在恭賀一批「麥當勞大學」的畢業生。
「麥當勞大學」創立於一九六一年。



克羅克與弗雷德示範如何完成一個標準的漢堡包



前任美國總統約翰·甘迺迪參觀一所新開的麥當勞餐廳。

。平一六九一第立館[學大管當麥]



克羅克的夢中情人喬妮。一九六九年，他們在認識十年後結婚。



日本的麥當勞設在商業繁盛區



德國的麥當勞動土



大家熟悉的「麥當勞叔叔」

。誠誠對乎十端對在門前，平式六六一。辦辦人對中德印京羅京

Grinding it Out

目錄

財經商管系列・卷首語

麥當勞傳奇・編輯室報告

代序

伍日照

前言——唯有麥當勞

1

第一章——特許經營的構思

7

第二章——成功前的鍛鍊

21

第三章——推銷員生涯

37

第四章——艱苦創業

53

第五章——迎接麥當勞

79

第六章——快餐業新紀元

89