

沃尔格林的百年赢利传奇

连锁药店之王

[美]约翰·U.培根 (John U. Bacon) 著
魏青江 译

america's
corner store



高等教育出版社

沃尔格林的百年赢利传奇

有谁能想到一个关于连锁药店的故事能将这么多美国历史上的重大事件和引人入胜的历史故事融合在一起？约翰·培根用他一流的讲故事的技巧娓娓道来，深入浅出、事无巨细、惟妙惟肖地描述了沃尔格林的整个发展历程——从奶昔的诞生到美国消费文化的兴起。《连锁药店之王》是一道真正的文化大餐。

——詹姆·托宾，美国国家书评家奖获得者，
《征服天空：莱特兄弟以及飞行大竞赛》作者

用“脑”去运作企业，用“心”来领导家族。沃尔格林的历史是由高尚的价值观，坚实的基本观点以及极大的勇气交织而成的。这是一本真正经典的家族商业发展史。

——霍华德·S.霍姆斯，
“Jiffy”® Mixes总裁兼首席执行官

约翰·培根详细地描绘了沃尔格林令人振奋的发展史，是一本可读性很强的，见解深刻的作品。沃尔格林将股份制与企业治理有机地结合在一起，以一种非常特殊的家族企业的模式来运作公司，取得了令世人瞩目的成就。作为一个在美国家喻户晓的品牌，沃尔格林是很多美国公司可望而不可及的典范，是股市上的宠儿，因为它曾不断地给自己的股票投资人带来比同类公司要高得多的回报。这本书将被作为我在密歇根商学院的私人股本课上的必读书目。

——大卫·布罗菲，
密歇根大学商学院金融学教授，
风险投资和私人股本中心主任

america's corner store

ISBN 7-04-017503-7



9 787040 175035 >

定价 28.00元

文传
化智

我们信仰品质
高等教育出版社·传智文化
投稿热线：(010)58581242

沃尔格林的百年赢利传奇

连锁药店之王

[美]约翰·U.培根 (John U. Bacon) 著
魏青江 译

america's
corner store



高等教育出版社

本书版权登记号: 图字: 01 - 2003 - 8823

america's corner store: Walgreens' Prescription for Success

by John U. Bacon

ISBN: 0-471-42617-2

Copyright © 2004 by John U. Bacon. All rights reserved.

Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Published simultaneously in Canada.

Simplified Chinese translation edition jointly published by John Wiley & Sons, Inc. and HEP Publishing House.

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁药店之王 / (美) 培根 (Bacon, J. U.) 著; 魏青
江译. — 北京: 高等教育出版社, 2005.10
书名原文: america's corner store
ISBN 7-04-017503-7

I. 连... II. ①培...②魏... III. 药品-连锁商店
- 商业经营-经验-美国 IV. F737.121.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 115607 号

策划编辑 段会青

责任编辑 段会青

责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

邮政编码 100011

总 机 010-58581000

经 销 北京蓝色畅想图书发行有限公司

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 720×1000 1/16

印 张 15.25

字 数 210 000

购书热线 010-58581118

免费咨询 800-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landaco.com>

<http://www.landaco.com.cn>

版 次 2005 年 10 月第 1 版

印 次 2005 年 10 月第 1 次印刷

定 价 28.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 17503-00

作者简介

约翰·U.培根是美国著名的专栏作家，曾为《时代》、《财富》、《纽约时报》等出版物撰写内容广泛的专题作品，其作品曾在全国获得多项荣誉。他曾担任《底特律新闻》的专栏作者，和人合著了畅销书《蓝冰——密歇根棒球赛的故事》，还佚名撰写了多本畅销商业书籍。

策划编辑：段会青

责任编辑：段会青

装帧设计：长卿设计工作室

www.010101.cn

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

前言

一天晚上，肖恩·史密斯把妈妈叫到自己的卧室，告诉妈妈自己嗓子很疼！肖恩是个才8岁大的小男孩，他和妈妈住在伊利诺伊州的威尔梅特市。

“妈妈，我觉得你得给我开张处方，”他对妈妈说，然后张大了嘴。

“是吗？让我先看一看，”听了儿子的请求，妈妈感到很惊讶，她朝儿子的嘴里看了看，说，“要不要开处方得看你得的是什么病，为什么喉咙疼”。

“那么，妈妈，什么样的喉咙疼需要开处方呢？”他问道。

“脓毒性咽喉炎就需要开处方。”

“哦，那我得的肯定就是这种，”他果断地说，一副胸有成竹的样子。

“你怎么知道？”妈妈问。

“哪一种需要处方，我得的就是一种。”孩子回答道。

这种情形已经是屡见不鲜。肖恩·史密斯只要有点头疼脑热，他就会和妈妈说自己“需要一张处方”。为什么？难道小小年纪的肖恩已经成了药品业的“托儿”了？当然不是，小肖恩之所以回回闹着要开处方，是因为他知道只要有了处方，自己就可以去沃尔格林药店买心爱的



连 玩具了。妈妈常常会默许他的要求，因为她知道自己去一趟沃尔格林药
店，既能给儿子买药，还能在那儿给家里买点鸡汤，给自己选个草帽。
锁 一切都可以在短短的几分钟内办到。（美国的药店有点像中国的百货商
场或超市，你可以买到药品之外的各种各样的商品，包括鸡汤和草帽
等。——译者注）当然，对于小肖恩来说，他最关心的是沃尔格林药店
里到处都是好玩的玩具，这足以使年轻的“史密斯少爷”成为它的忠实
顾客——尽管史密斯一家住在距离沃尔格林药店三英里的地方，而街对
面就是奥斯坎-朱厄尔药店。

药 沃尔格林药店，这个原来不起眼的小店，却已经经历了百年的沧
桑。也许现在的我们，已经习惯了便利的购物环境和自助购物的形式，
但在沃尔格林诞生之前，药店的发展还处于初级阶段。药店的分布只能
店 用零星来形容，更别说什么家喻户晓或深入人心了。药店也不提供自助
服务，你不可以自由自在地在店里闲逛。此外，药店里也不可能有什么
“内部通信系统”，没有像现在沃尔格林公司拥有的、能连接所有 4 000
家沃尔格林连锁店的医药数据的计算机网络。沃尔格林公司的“内部通
讯系统”使它成为仅次于美国政府的世界第二大卫星用户。

之 沃尔格林药店很强调“顾客至上”。确实，其他很多药店也曾提出
了“顾客至上”的理念。但是，和那些一直以来与自己齐头并进的同行
相比，如凯马特公司、蒙哥马利-沃德公司、A & P 等，沃尔格林自有
王 自己的不同之处：沃尔格林不仅着眼于生存，而且着眼于发展。

1901 年，老查尔斯·R. 沃尔格林拿着从父亲那儿借来的一笔钱，
以及自己全部的积蓄买下了芝加哥南部的第一个店铺，沃尔格林药店诞
生了。如今，沃尔格林的 15 万名员工在全国 44 个州经营着 4 000 多家
连锁店。据估计，到 2010 年，全美的沃尔格林药店将多达 6 000 余家。
沃尔格林药店年商品销售额达到 330 亿美元（2002 年），已经超过了
CVS 便利店。

大约有 60 万个人购买了沃尔格林的股票。这些股东已经多次从投

资中获得了高额回报，有的甚至高达 125 倍。事实上，在过去的 30 年中，沃尔格林在股市上的业绩仅次于美国西南航空公司和沃尔玛集团。

尽管经历了一个世纪的风风雨雨，沃尔格林公司始终秉承老查尔斯在创建第一个店铺时所制定的基本价值观：药房至上，利润其次；以人格为用人标准，以业绩为奖励依据；像家人一样对待员工；而且，最重要的是，要让每一位顾客都有“宾至如归”的感觉。

此外，从一开始，沃尔格林公司就在这些基本价值标准中融入一种不可思议的冒险精神。在这种精神的鼓舞下，公司发明了奶昔^①，扩大了快餐部的规模，引进了自助销售形式，并制定了史无前例的发展规划。沃尔格林的首席执行官们不止一次地用公司的未来做“赌注”。而到目前为止，这一次又一次的冒险之举已经为公司赢得了丰厚的回报。

在波涛汹涌、潮涨潮落的商海之中，许多既浅薄又缺乏职业道德的公司，像浪花一样经历了从波峰到谷底的瞬间转变，最后终未逃脱半途而废的命运。而沃尔格林，在自己朴实的商业理念的支持之下，却经受住了大萧条、经济衰退、繁荣时期和战争的考验，至今蓬勃发展。即使在今天，沃尔格林仍然是一家“破冰前进的公司”，这足以让所有沃尔格林人深感自豪。如果你将沃尔格林与其他也曾一度红红火火的，甚至恃才自傲的公司加以比较，比方说，误入歧途的凯马特公司，以及使数千名无辜的员工和投资者蒙受损失的安然公司，你将更加钦佩沃尔格林的管理方式。

本书讲述了沃尔格林艰苦创业的过程和蓬勃发展的原因。

约翰·U. 培根

密歇根州安阿伯

2004 年 3 月

^① 奶昔即泡沫牛奶，是将牛奶和冰激凌等混合后搅打至起泡的饮料。——编者注



致 谢

当我着手调查和撰写这本关于美国规模最大的连锁药店的作品时，我很快就意识到，自己比起其他的普通作者，面临着更多的障碍。这本书从根本上讲是一部商业传记作品，涉及管理和历史两个学科。这两个学科正是我所喜爱和精通的。但与此同时，这也是一本关于药店的传记作品。坦率地说，我对药业知之甚少，这给我的写作增加了不少难度。

首先，我要感谢密歇根大学医学院的名誉院长阿拉·保罗博士。感谢他耐心地为我讲解医药学——他最喜欢的一门学科——就像他在他漫长的职业生涯中教育上千名学生那样。另外，由于阿拉·保罗博士也是沃尔格林家族老少三代所信赖的朋友——其中，两代人毕业于密歇根大学医学院——因此，保罗院长为我穿针引线，介绍我认识了这个神秘但友好的家庭。如果没有他的引荐，我想我无论如何都不可能与小查尔斯（“查克”）和查尔斯三世（“科克”）交谈。他们平易近人，见解独到，对本书的问世起到了决定性的作用。

此外，我还要特别感谢沃尔格林公司的员工们。尽管我不是经公司“特别授权”来记录历史大事的，但“沃尔格林人”待人亲切友善、乐于助人，尤其是现任首席执行官大卫·博耐尔、前任首席执行官丹·乔



连 特、档案管理员林格伦夫人、公司通信部门的副经理劳里·迈耶、传媒
关系部经理迈克尔·保雷、前任总顾问比尔·尚克。（按照沃尔格林的
一贯风格，应他们的要求，按照字母表顺序来排列他们的名字。）

锁 我已经尽可能客观地记录了沃尔格林公司，但我不得不承认自己非
常钦佩这家公司。事实上，所有研究和报道过这家有 103 年历史的公司
的人都会这样认为。沃尔格林在媒体宣传方面一直非常低调，这一点特
别令人敬佩。当那些名不副实的公司纷纷抢占报纸头条的时候，沃尔格
林，一家具有超大规模和超强实力的大公司却一直保持着低姿态，以至
药 于现在当我想要写作本书的时候，甚至找不到足够的第一手资料，无法
综合地评述沃尔格林取得的成功与历经的磨难。因此，我不得不依靠沃
尔格林自己内部出版的三部作品，以便参考里面收录的历史访谈、公司
店 简报，以及报纸和杂志的文章。这三部作品分别是默特尔·沃尔格林的
《精彩每一天》、赫尔曼和里克·科根的《国家药剂师》以及玛里琳·阿
比的《沃尔格林：百年庆典》。沃尔格林公司非常友好地允许我从这三
本书中引证实例。值得一提的是，吉姆·柯林斯的奠基性畅销巨著《从
之 优秀到卓越》也参考了这三部作品。

王 除了沃尔格林公司，威斯康星州麦迪逊的美国药剂学历史研究所、
芝加哥历史学会以及密歇根大学研究生院和药剂学图书馆也曾为我提供
了许多自己以前闻所未闻的优秀素材。财务顾问布赖恩·魏斯曼耐心地
帮助我熟悉会计制度中的“先进先出法”和“后进先出法”。更难得的是，
当我决定全面修订本书时，他又再次为我提供指导。在此，我还要
特别感谢现在正在密歇根大学就读工商管理硕士的皮特·尤勒。他不辞
辛劳地为我从大量书籍、文章和网站上收集关于国家经济史、沃尔格林
公司及其竞争者以及零售业的各种信息，并帮助我归纳重点。

此外，我还要特别向约翰-威利父子公司的编辑黛布拉·恩格莱德致
以最衷心的感谢，她不仅提出了本书的构想，并且自始至终都在耐心地
帮助和引导我。她的助手、善良幽默的格雷格·弗里德曼替我处理了各

种繁杂的事情。制作编辑玛丽·丹尼尔、制作经理杰米·坦普尔以及版面编辑朱蒂·卡丹哈等人即使在时间非常紧迫的情况下仍发挥出了卓越的才能，对此，我要表示衷心的感谢。我的经纪人卡罗尔·曼恩是商业界最杰出、最负责的经纪人，本书的问世过程充分证明了她的才能和她的品质。

最重要的是，我要感谢沃尔格林公司。它不仅是一家非常卓越的公司，而且，对我个人而言，在将近两年的时间里是非常好的合作伙伴。

约翰·U. 培根



目 录

第 1 章 艰苦创业

苹果和树 / 2

芝加哥：温馨的家 / 7

行情 / 15

沃尔格林在芝加哥 / 22

在古巴经历生死 / 25

沃尔格林归来 / 27

最重要的结合 / 29

共同奋斗 / 36

第 2 章 初显身手：1910—1929

自力更生 / 42

第二家分店的秘密 / 43

人人都爱冰激凌 / 46

热气腾腾的午餐计划 / 47



连 培养领导者 / 49
 像塔普西一样成长 / 51
 公司月刊《胡椒荚》 / 54
 工作之余 / 58
 锁 “喧嚣的 20 年代” 中的芝加哥 / 59
 表面的促销活动 / 63
 核心的价值观 / 67
 灭火 / 69
 药 “沃尔格林信条” / 72
 “奈特报告” / 73
 绝对优势 / 79
 在纽约也能行吗? / 81
 店 请读一读这些内容 / 83
 连锁店之争 / 86
 美好生活 / 90

之 第 3 章 无所畏惧：1929—1945

直面恐惧 / 92
 柳暗花明 / 93
 帮助小型夫妻店，建立代理体系 / 98
 王 公司自身的发展：从咖啡到鸡眼膏 / 102
 声名远播 / 106
 无畏萧条，全速前进！ / 107
 挤出时间来娱乐 / 113
 子承父业 / 115
 捐赠芝加哥大学 / 118
 查尔斯与世长辞 / 123
 解决权力之争 / 126

战火连绵 / 131

聚会之所 / 133

第4章 战后时代：1945—1970

战后的繁荣 / 136

为药剂师全力以赴 / 140

健康卫生行业的合作伙伴 / 142

与廉价商店斗争 / 146

自助销售革命 / 148

购物中心的产生 / 156

四步检测 / 158

查克的贡献 / 159

第5章 公司大改革：1970—1990

公司的状况 / 166

寻找优秀员工 / 170

沃尔格林的左膀右臂 / 173

带来大转变的团队 / 175

忍痛割爱 / 180

笑容背后的体制 / 185

采用高科技手段 / 187

成绩说明一切 / 190

第6章 准备飞跃：1990年至未来

“我是丹·乔特，我可以帮你什么吗？” / 192

普通但自豪 / 196

准备好合适的人 / 205

百年好店 / 209

传递火炬 / 213



连

哈罗，我是大卫 / 215

不断地竞争 / 218

沃尔格林公司的优势 / 221

未来取决于现在 / 222

锁

附录一 沃尔格林公司财务情况

附录二 历史事件

药

店

之

王

america's corner store

第 1 章

艰苦创业