

欢喜冤家

可口可乐与百事可乐的争霸实录

孙军荣
编著



Coca-Cola

TRADE MARK REGD.

企业管理出版社

7270
8
资深经济学家担任顾问
张国有文硕联手策划

企业家实战谋略丛书



计划长期出版，每册都为企业家提供新 IDEA 和 FEELING

时代呼唤企业家，企业家影响时代

这是一套以实用性为目的、以经验性为内容、重点引进和介绍各发达国家及港台 80、90 年代企业家最新经营思想和技巧的大型系列丛书。拥有这套丛书，您便拥有了成为成功企业家的钥匙。

ISBN 7-80001-774-5



9 787800 017742 >

ISBN7-80001-774-5

F-772 定价：48.00 元（全三册）

欢喜冤家

可口可乐

事可乐



企

图书在版编目(CIP)数据

企业家实战谋略丛书/张国有 文硕 主编. —北京:企业管理出版社,1997. 1

ISBN 7-80001-774-5

I. 企… II. 张… III. 企业管理—通俗读物 N. F
270-51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 25185 号

责任编辑:吴太刚 齐建昌 成思霖

企业家实战谋略丛书(第二辑)

张国有 文硕 主编

出版发行	企业管理出版社
邮 编	100044
经 销	全国各地新华书店
排 版	北京三木广告公司电脑排版中心
版 次	1997年1月第1版
印 刷	保定市满城文化印刷厂印刷
开 本	850×1168毫米 1/32
印 张	36.75
字 数	900千字
印 数	15000套
书 号	ISBN 7-80001-774-5/F·772
定 价	48.00元(全三册)

时代呼唤企业家 企业家影响时代

北京大学管理学院 张国有
北京纵横商务管理研究院 文硕

我们在很短的时间内，做了这样一件事：把欧美港台的企业家方面的优秀译著辑成大型的《企业家实战系列丛书》，奉献给现在的企业家、未来的企业家，以及所有把经营管理当作职业的、奋斗着的人们。我们想，无论从哪个角度，无论如何评价，无论是现在和将来，这都是一件非常有益的事情。

在改革的大潮中，企业面临的是激烈竞争的社会和瞬息万变的市场，企业家面临的是成功与失败相互交错之中的莫测的风险和无穷的选择。企业的竞争就是企业家的竞争。企业家将成为社会中顶荣耀的人物。企业在他们的驾驭下走向发达，社会在他们的奋斗中走向繁荣。

有天生的企业家么？没有，从来没有！企业家，意味着奋斗、创新、卓越和永不屈服，意味着从失败走向成功。他们从不靠施舍过日子，也从不在大师面前发抖。每个企业家都有一路属于自己的脚印，都有一部属于自己的历史，都有一个属于自己的辉煌。怎样成为企业家？没有一条路，却有万条路。《丛书》就呈现了这样的五彩缤纷、变幻万千的世界。在这个世界中，任你选择，任你取舍，以你为主，博采众长，融合创新，自成一家，当你失败的时候，它给你启迪；当你成功的时候，它使你警醒。它将伴随着

你在没有路的地方,走出属于你自己的企业家之路。

《丛书》中每一本书都是颇具匠心的。它实例生动,观察入微,以平易的风格引出深奥的管理之道,以日常的用语述出卓越的管理技巧,把企业的谋断之策勾划得淋漓尽致,使你在轻松的阅读之中,找到自己的“感觉”。如何在所从事的行业中超越第一、出人头地?如何运筹帷幄之中,决胜商场之上?如何克服文化差异,获得中外企业的“杂交优势”?如何使企业走向世界,经营出广阔的生存空间?如何从模仿走向创新,在无形中练就分析判断能力?如何处理事业各阶段的危机,成为多样化的领导人?如何经营小企业,成为卓越的小企业家?如何成为卓越的女性主管,使女性在智慧和美貌中创立属于自己的事业?诸如此类的怎样创业、如何投资、怎样沟通人际关系、如何竞争、发展壮大等方面的问题,在《丛书》中都有地道的与众不同的见解。除此以外,还介绍一些享誉国际的巨亨级人物,吸取他们的经验和智慧,为你超越第一提供借鉴。看看别人,想想自己:如何走向创新之路?如何走向成功之路?如何走向辉煌之路?你就会产生一种共鸣,甚至跃跃欲试,这时,你就在“感觉”中真正找到自己了。

企业是永存的,企业家的路是无限的。我们《丛书》中的书也想一本一本本地一直出下去,不知何时为止。我们希望,随着一本本书的问世,我们能够与中国的企业家们一起经历抉择的艰辛,体验奋斗的苦难,分享成功的欢乐。

《丛书》期望着企业发达,企业家成功!

1992年9月初于北京

导 读

□丛书营销企划/北京三木广告公司

在美国,可口可乐公司与百事可乐公司是什么?

一位普通美国公民的话无意中道出了真谛,他说:“可口可乐公司与百事可乐公司,区别就象是民主党与共和党一样!”

可口可乐是一个装在瓶子里的美国梦,每喝一口可口可乐,你都是在向自己灌输美国精神。

可口可乐的发展史是一个典型的个人奋斗、成功的美国神话。它诞生于混乱、纷扰、竞争的新美国,一个被世人视为“赤脚医生”的药剂师彭伯顿为了它的催生耗尽了生命的最后一分心力。当彭伯顿在实验室里对着铁锅中泛着泡沫的褐色液体喜出望外的時候,他根本不会想到,他的发明在未来的日子里将会怎样地影响整个美国乃至人类的生活和思维方式。可口可乐公司的一位总裁曾不无自豪地说:“即使现在一把火把可口可乐公司的所有财产都烧个一干二净,我也能凭着可口可乐这块牌子重新崛起。”时至今日,可口可乐这块牌子的价值已经增长到数百亿美元。

相比之下,百事可乐的发达则纯属一个奇迹。与可口可乐的辉煌历史不同,百事可乐的早期则饱尝

眼泪与辛酸，最早它带给其主人的，总是破产的命运。尽管它的发明者普拉多汉是一位与彭伯顿一样天才的“药剂师”，上帝偏偏一开始选择了彭伯顿的产品，选择了可口可乐。

彭伯顿去世后，围绕着可口可乐的配方和专利权发生了一段混乱的争夺，最后艾莎获得胜利，于1892年注册了“可口可乐公司”。在他的卓越领导下，可口可乐横扫整个美国大陆，但艾莎也一时失算，拱手让出可口可乐的装瓶权，给公司留下无穷的后患。

艾莎走入政坛，可口可乐王国危机四伏，罗伯托·位德拉夫慧眼识珠，将可口可乐公司高价购入囊中，二战给整个世界带来了流血和灾难，然而，这都是可口可乐公司发展历史上真正的严重时代。战争结束时，可口可乐稳步登上软饮料之王的宝座。

30年代，古斯介入了百事可乐公司，从此，百事可乐的好日子来了，一个“价格相同份量加倍”使百事可乐倍受欢迎，接着是迈克，斯蒂尔，在他们的手中，百事可乐的销量象被开水烫了脚的猫一样猛跳。针对可口可乐的战役打响了，百事可乐已成为可口可乐的一个强劲对手。

唐·肯德尔接过接力棒，百事可乐的一代就是这样诞生了，紧接着，可口可乐在全国范围内开始了他们的“挑战”。面对“挑战”，可口可乐公司在左支右拙，只有招架之功而无还手之力，关键时刻，可口可乐公司自乱阵脚，新老可口可乐，可口可乐公司“既有那么傻，也有那么聪明！”

节食饮料，无咖啡因饮料，国内、国外，可口可乐

公司和百事可乐公司正激烈地进行着一场可乐大战,然而,他们之间的关系远不是表面上看起来的仅仅是这样一对死对头,恰恰相反,它们之间彼此配合默契,爱恨交加,瞧,这一对欢喜冤家!

1997 年元旦于北京舞蹈学院

TEL:(010)68412277-436

目 录

第一章 欢喜冤家

[1]

□没有永恒的朋友,也没有永恒的敌人,而只有永恒的利益。

在美国,可口可乐和百事可乐是什么?一位普通美国人的话无意中道出了事情的真相,他说:“可口可乐和百事可乐,他们之间的关系就象民主党和共和党!”

□100多年来,可口可乐与美国共同成长、壮大,对于这个世界来说,可口可乐是装在瓶子里的美国之梦,这种棕黑色的冒着气泡的液体代表着美国所主张的理想化的精华,喝一口可口可乐,就是向自己输入或吸收美国的精神。

□刚刚从要破产的困境中走出来,百事可乐就能与可口可乐逐鹿中原?世界之大,奇迹总会不断出现。

第二章 光荣与梦想

[17]

□玩遍了多半个地球的一位美国旅客,在乘车穿越撒哈拉沙漠的途中,突发奇想,转头问身边的司机:“我们什么时候能

够摆脱文明的痕迹？”这个土著司机怎么也搞不懂他的意思，任他百般解释，也是白费口舌，最后他想了一个比较好的解释，“我的意思是我们什么时候才能走到一个永远看不到可口可乐招牌的地方？”这一次司机明白了，“永远也不可能。”司机边说边随手往车窗外一指，沙丘后面一面可口可乐的大广告牌冉冉升起。

- 1888年8月16日，当这位一手缔造了可口可乐的彭伯顿先生在57岁踏上去天堂的漫长旅途时，他在亚特兰大吸引了前所未有的注意力，引起了一场不大不小的轰动，报上称他为“亚特兰大最受欢迎的绅士”、“最优秀的药剂师”，“亚特兰大富传奇色彩的人物”，他被奉为一个具有奉献精神，富有同情心和创造力的天才。彭先生应该瞑目了，在他活着的时候，人们可并不这样认为。

第三章 奇迹是怎样发生的

[67]

- 奇迹究竟是怎样发生的呢？时至今日，大部分美国人，甚至百事可乐公司自己的员工，在提到这个问题的时候仍大惑不解。当初这个病悻悻的，总是给其主人带来破产命运的公司是如何从不为人所知走到今日与可口可乐相抗衡，分鼎天下的呢？这一切都简直太不可思议，能解释通的似乎只有一个理由：大难不死，必有后福！
- 百事可乐公司象一只贪得无厌，永不知足的老虎拼命地吞噬古斯。个人和洛夫特糖果公司的财产，然后在损益表上发映为一个天文数字般的巨额亏损，两度向可口可乐公司求售百事可乐公司不成，古斯横下心来，最后一搏，“价格相

同份量加倍”，百事可乐销售额扶摇直上。

第四章 形象至上

[99]

- 很多时候，企业主们惊奇的发现，在顾客的眼里，产品本身并不重要，反而是产品象征什么更为重要。斯蒂尔深谙此道，在可口可乐公司却受百般刁难，一怒之下投入百事可乐阵营，反戈一击，可口可乐惊慌失措，一个可口可乐的员工满怀懊恼：“百事可乐的销量就象被开水烫伤了脚的猫一样猛跳！”
- “联谊会”对抗“俱乐部”，百事可乐公司门庭冷落，“不断创新，勇于冒险”，为了那些年轻和在精神上仍然年轻的人们，“百事的一代”诞生。

第五章 亡羊补牢

[155]

- 一切都在发展，不进则退，很多时候，“进”得不够快也同样意味着“退”，承认失败需要太大的勇气与毅力。
- 在沉默中，可口可乐公司默默咀嚼着失败的苦涩，与此同时，可口可乐内部大打出手。
- 在公司全体中高层管理人员大会上，古斯坦的声音低而有力：“从现在开始，可口可乐那段恶梦般的日子已经过去了，现在是我们的敌人失痛的时候了，我们所要做的就是进攻、

再进攻，给我们的对手以毫不留情的致命打击。

第六章 进攻是最好的防御

[189]

- 防御是一种相对的说法，因而总是或多或少地包含着进攻的原则。古斯坦满怀信心，精力充沛，在他的“进攻，进攻，再进攻”的大旗下，可口可乐公司大举反扑。
- 进攻是最好的防御。
- “让所有的敌人都颤抖吧，这是个属于可口可乐的时代！”
- “秘密武器”节食可口可乐大举出击，无咖啡因可口可乐，大放异彩！阿斯巴特争奇战，可口可乐先下手为强！
- “这就是可口可乐！”

第七章 百事的反击

[221]

- 进入 80 年代，可口可乐公司一反常态，大举出击，成了一只好斗的公鸡。古斯坦郑重声明：“敌人打我们一下，我们决不还击一下。”在他的指挥下，可口可乐公司一路攻城拔寨，连战连捷，百事可乐公司今天才算是真正见识了其对手的强大战斗力。

不过，今日的百事可乐公司也早已非昔日之阿蒙。

- 避实就虚，无咖啡因百事可乐对抗节食可口可乐。
- 迈克尔·杰克逊走上舞台，他歌唱着百事可乐，歌唱着“新

的一代”，就好象在月球上打棒球，一不小心就会把球打到土星后面去。

第八章 艰难的争夺战

[257]

- 可乐大战陷入僵局，双方各自排兵布阵，展开了一场耗日持久的拉锯战，可口可乐公司对这种局面难以忍受，这时，他们欢欣鼓舞地做出了“本公司历史上最有把握的决策”。大敌当前，自毁长城，新可口可乐的重磅炸弹竟在可口可乐公司自己的头上开了花。
- 名人就是一切！围绕名人，可口可乐公司与百事可乐公司，展开了不惜血本的争夺。

第九章 远未结束

[321]

- 可乐国内大战刚刚告一段落，而国际上的可乐大战才刚刚开始。在国际饮料市场，百事可乐公司难以忍受可口可乐公司霸占45%以上的份额。俄罗斯、中国、印度、日本、法国、南非……百事可乐开始了新的争夺，战争远远没有结束。

第一章 欢喜冤家

太

阳永恒的东升西落,光芒四射。

地上的人们南来北往,匆匆碌碌。

这是怎样的一个时代呢?

在这个曾暴发两次世界大战,战火燃遍全球的 20 世纪即将结束之时,伴随着东欧剧变、苏联解体、冷战结束所带来的信仰危机,原教旨主义、非理性主义甚嚣尘上,中东问题、核问题、种族问题象三柄利剑悬在世界头上,与此同时,正在默默中发生的第三次世界新技术革命中,各国的力量进行着新一轮的竞争和分化组合,太平洋世纪的曙光开始向东方微笑。

历史的车轮滚滚向前,一无反顾,她一路高歌,奔腾而来,又毫不停留地一往直前,把这个喧嚣、混乱、竞争的时代所遗留下来的一切问题都推入 21 世纪。

可是,在这用彩色气球、和平鸽和橄榄枝装扮的晴空白云下,我们呼吸的空气中酝酿和富集着战争的火药味,我们的心时刻感受和体味着战斗的惊心动魄,败者的泪水、胜者的喜悦。是的,物竞天择,优胜劣汰!这是一场没有硝烟的战争!

在前两次世界大战中,日本人举国以赴,最后一败涂地,然而今天,在前两次战争中他们想争而没有争到的,在这场没有硝烟的战争中,他们已经争到了。暂时,他们是胜者。可是,胜负乃兵家常事!每一个败者自己都会明白:落后就要挨打。他也该明白:败者想成为胜