

大卫·林克 著

○几代天才用“圣水”征服全球的英雄传奇

○百年企划与征服世界的商战著名战例

○商阀割据、发财大战与世纪行销

○把一杯水卖遍全人类的千秋伟业

○嘶嘶的泡沫声响遍全球



Coca-Cola

成都出版社

全世界知名度最高的超霸企业

# 可口可乐争霸传

比罗马帝国还永久的商业王朝和它各代  
总裁驰骋商场、争霸世界的故事

商战名著 管理学经典

# 可口可乐争霸传

大卫·林克 著

成都出版社  
一九九六年一月

# 可口可乐争霸传

---

作者：大卫·林克  
责任编辑：黄廷尧  
封面设计：老亚  
技术设计：子健  
责任校对：王显华

---

出版发行：成都出版社  
地址：中国·成都市一环路西一段百花苑  
邮政编码：610072  
电话号码：(028) 7765071 7783841  
经销：四川省新华书店  
排版：成都华川电脑印务中心  
印刷：成都市宏明印刷厂  
版次：1996年1月第一版  
印次：1996年1月第一次印刷  
开本：850mm×1168mm 1/32  
印张：12.5  
字数：260千  
印数：1—20000册  
书号：ISBN7-80575-723-2/F·41  
定价：16.80元

---

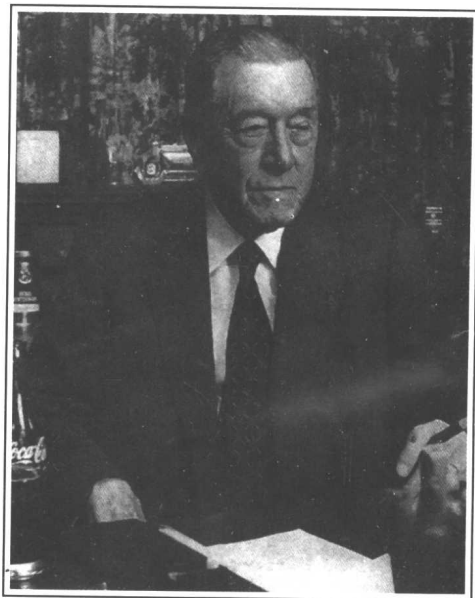
(版权所有，翻印必究)



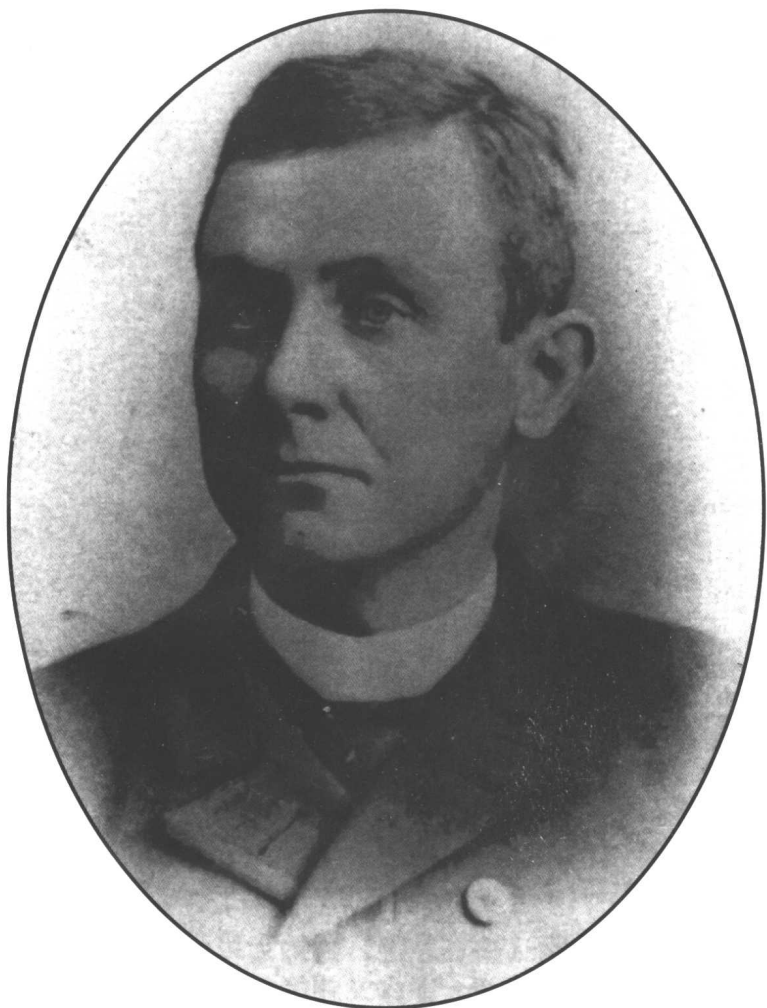
赫尔顿·桑德堡是美国广告界大亨，他每年策划的圣诞广告一直让这位快乐的圣诞老人在巡回各地分送礼物后，坐下来喝一瓶可口可乐。这个形象从此塑造了美国人心目中的圣诞老人形象。



1923年，少年俊伟的洛普·伍佐接掌可口可乐大权。他是一个叼着雪茄独往独来的传奇人物。他好斗且不服输，曾经有一次他在飞机上打牌，命令飞机在天上盘旋，不准着陆，一直要等他打赢，飞机才能着地。



八十年代，这位莫测高深的老人，早已将董事长、总经理等职位交给年轻人。但他在公司里设了一个会计组织，自任主席。仍然掌握着这个世界超一流大公司。他就是掌管了可口可乐一个甲子的大老板洛普·伍佐。



艾莎·甘特多，可口可乐事业奠基人，第一任可口可乐公司的铁腕总裁。

# 目 录

引 子 ..... ( 1 )

## 第一部 旭日东升

第一章 亚特兰大的发明狂人 ..... ( 5 )

可口可乐的问世,正是最典型的美国人的发迹神话。可口可乐秘方的首席档案保管人库尔兹如此描述了当时的情况:锅子一下子倾斜过来,一股清新的香味扑鼻而来,灵光乍现,药品发明人攀帕敦大喜——他渴盼已久的“历久不衰的药、完美无缺的饮料,并将之合而为一”的奇迹出现了。

可口可乐出现在嘈杂、创新、神经质的新生美国,可口可乐的企业传奇记载,从第一个人咂嘴品尝这种成药加苏打水饮料的那一刻,就宣告了可口可乐的未来。不

过，它的发明人不是传说中的乡下大夫，而是一位药品科学家和疯狂的发明人。

## 第二章 秘密配方争夺战 ..... (17)

可口可乐发明人攀在酒醉后将可口可乐秘方及股权贱价卖了几次。一夜之间投资者、股权拥有人和秘方持有者彼彼皆是，暴发了空前的所有权争夺战。不久，攀辞世，其儿子小攀自杀身亡。随即，官司不断，谣言四起，市上也出现了几种可口可乐，在众多猛冲猛打的竞争者中，药剂师兼投资人艾莎一枝独秀、破雾而出，运用各种手段击败了所有竞争者，于1892年正式登记注册了“可口可乐公司”。

## 第三章 可口可乐打天下 ..... (25)

未来的大老板艾莎算得上是个天生的资本家，见过他的人都觉得他的目光会掏光每个人口袋里的钞票。艾莎自己也声称：他是为了开创一翻轰轰烈烈的事业而生的，他要建立的是金钱王国，要像国王支配臣民一样掌握一切可以攫取的钱财，他说：“我不知道这一生有哪一天我心中没有赚钱的欲望。”

在物欲横流的商海里，艾莎战战兢兢地找到了这艘发财致富的小舟。然后，他像拿破仑一样，凭着聪明机智和伟大魄力横扫从加利福尼亚到东海岸、从北方到南方的整个美国市场。

**第四章 可口可乐新天地** ..... (68)

两位青年律师“下海”寻找发财机会，利用一份机智的合同，建立了瓶装可口可乐业，几年之后竟大发横财，甚至导致总公司不得不在后来花了数百万美元不断零敲碎打地买回瓶装可口可乐的专利权。

**第二部 混沌岁月**

**第一章 众矢之的** ..... (90)

艾莎一念之间，可口可乐脱胎换骨。改方、瓶装，可口可乐终获成功。可口可乐的广告大战使其销往全球。王朝的大臣大将开始争权夺利。

**第二章 围剿与反围剿** ..... (107)

哈斐·韦尼上任为美国化学药品管理局局长，对可口可乐王朝来说是一个沉重的打击。韦尼锋芒毕露，雷厉风行、大刀阔斧，横扫美国成药业。韦尼和艾莎是一对天生死敌，各显神通，展开一场持久的战争。

**第三章 改朝换代** ..... (119)

艾莎从商界走进政坛，又从顶峰跌进深渊。儿子把老子从总裁位置拉下马来。可口可乐王朝危机四伏。豪



尔成为甘特多家庭的叛徒。伍佐财大气粗，一口气吞下了可口可乐王朝。艾莎众叛亲离，晚景凄凉。

#### 第四章 七步干戈 ..... (130)

可口可乐公司和装瓶母公司为了各自的利益反目成仇，大打出手。奥伊犯了一个历史性的错误。詹西成为调解人。飞鸟尽，良弓藏，狡兔死，走狗烹。迪伯被扫地出门。伍佐妙招一出，立收大权。

### 第三部 辉煌岁月

#### 第一章 意气风发的洛普·伍佐 ..... (146)

一九四九年，西柏林。

乔治·朱可夫将军困倦之余自然想到了美国最好喝的饮料。那种暗褐色、会冒气泡的液体给人一种无法抗拒的诱惑。

“尼古拉，拿我的‘红星’饮料和吃的东西来。”朱可夫又开始享用他的新发现，急切地启开红星形的盖子，啜一口饮料，微微地打几个嗝，然后喃喃道：“哈哈……可口可乐！”

#### 第二章 疾风知劲草 ..... (157)

可口可乐究竟有什么魔力呢？

大萧条时期，美国大多数企业奄奄一息，而可口可

乐却岿然不动，在市场上独领风骚。

百事可乐的冲击，尽管咄咄逼人，而可口可乐照样气势如虹。

铜板和硬币奏着悦耳优美的旋律滚入全美各地的钱柜，最后都进入了可口可乐公司的金库……

### 第三章 战地甘露 ..... (178)

二战给商界带来巨大灾难，上帝却给了可口可乐公司一只诺亚方舟，他们大发战争之财，却被誉为爱国行为。

猛烈的炮火摧毁了坚固的防御工事，可口可乐瓶子却完好无损。

上帝，这真是奇迹！

### 第四章 艰苦历程 ..... (196)

二次大战期间，可口可乐作为美式自由的象征，随美军南征北战，洛普·伍佐以爱国者的形象大出风头。与此同时，可口可乐的商标也与德国纳粹的“万”字旗并行，一路征服奥地利、法国等欧洲大部分地区。马克斯·凯特是否在助纣为虐呢？

战后，凯特被奉为可口可乐的英雄，然而又有多少人知道他背后的辛酸和所经历的艰苦历程？

## 第四部 峥嵘时代

### 第一章 业务篇：辉煌与曲折…………… (219)

各国政府的法令和政策，公众的抵制心理，社会的流言蜚语，同行的激烈竞争……

可口可乐面临一个波诡云谲、暗礁明堡此起彼伏的商业竞争环境。

可口可乐人一次次跌倒，又一次次跃起。在事业的发展中，他们有辉煌的创造，也不乏惨痛的教训。他们独领饮料市场风骚数十年。他们那些被迫作废的葡萄饮料也曾把东京湾里蔚蓝色的大海染成紫红色……

可口可乐人，在1950—1979年的三十年跋涉历程中，留下一串串快乐与痛苦、辉煌与曲折交相并织的足迹……

### 第二章 公关篇：天下第一交…………… (255)

可口可乐人极其注重公关活动的重要性。公司的“大使”、代表穿梭各国，结交各路世界级的“头面人物”。政坛领袖、学界精英、社会名流，都成为可口可乐的“友好人士”。艾森豪威尔、肯尼迪、卡特三位总统，都不得不对可口可乐的头号人物洛普、奥斯丁泉雄“亲密共处”。

追求“月晕效应”与追求利润同等重要。这是可口

可乐人的一个根本认识。

### 第三章 广告篇：魔力与魅力…………… (268)

·商业竞争不仅仅是质量的竞争、产品的竞争，而且还是广告的竞争。在某种意义上，广告似乎更富于魔力和魅力。

可口可乐每年花费的广告经费上亿元，其数额之巨，几乎等同于这家“多国公司”一年的利润总额。

可口可乐笼络了一大批社会学家、文学家、艺术家、体育明星，来研究、创作摄制可口可乐广告。

可口可乐“广告大战”的硝烟，在全球上空弥漫……

## 第五部 跨国企业

### 第一章 再次出击…………… (299)

克里保罗·古斯坦的确为儿子感到自豪。——罗伯特没有去古巴这个蔗糖王国安享基业，而是应聘到了可口可乐公司作工程师。那年他刚满 21 岁。

罗伯特以后的发展远远超出了父亲的梦想。他当上了可口可乐的总裁，并在短短几年中将这一国际驰名的饮料改头换面，让它变得“难以抗拒”。

然而，罗伯特对可口可乐配方的改革引发了不小的争议，这甚至让父亲克里保罗感到一阵犹豫：儿子是否做对了？

在一次与儿子独处时，克里保罗在扯了一通家常后，忍不住提起了这件事。

## 第二章 新老可口可乐 ..... (302)

可口可乐的巨大成功却难以掩饰这样的现实：市场占有率一再下降。一九八四年，可口可乐失去了1%的市场占有率，而同时，老对手百事可乐市场占有率上升了一点五个百分点。可口可乐高层人士竭尽所能的大打广告战，加强营销活动，却难挽颓势。百事可乐宣称：可口可乐的总症结在于它的口味。这不得不引起可口可乐领导者们的重视：消费者已不再欣赏日显老化的可口可乐的原味，他们需要甜些，再甜些。

## 第三章 风靡全球 ..... (316)

可口可乐总部相对于庞大的可口可乐企业集团来说，只是很小一部分。还有许许多多的人在世界各地直接或间接地为可口可乐服务。这部分人大约有一百万之多，还未包括一些依赖可口可乐而生存的人。

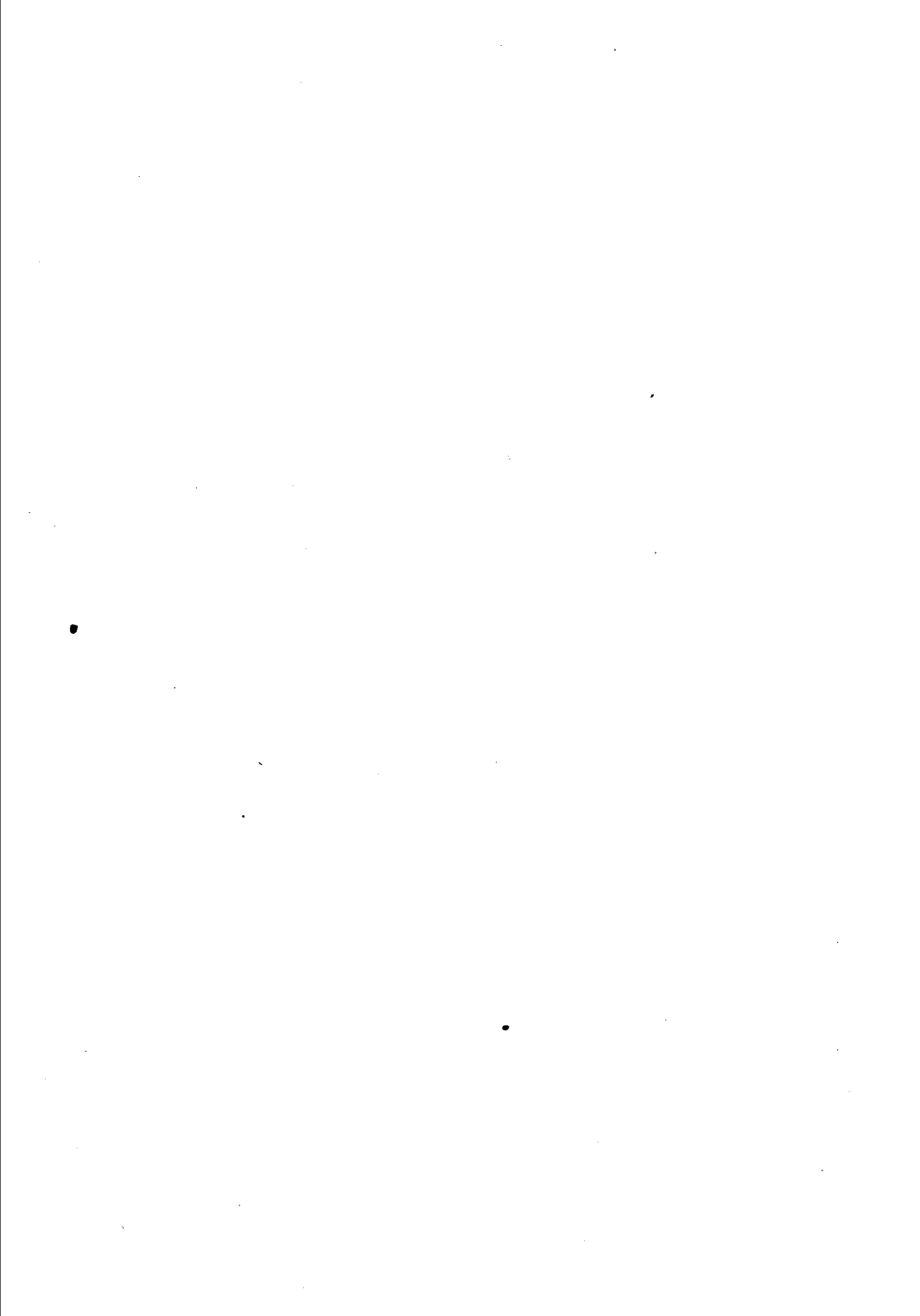
## 尾声 ..... (358)

## 引 子

“我始终都在用最廉价的材料做试验，其中90%的是自来水，其余的是每桶不足一美元的药物，……三年后却在美利坚出售了一百万瓶，纯利润最低也有350万美元。……总部为啥选在伊斯坦布尔，分公司又设在远东的印度?!除了上帝才晓得我们每年赚了几百万。”

——马克·吐温《镀金岁月》

说这话的人是查理·华纳和马克·吐温笔下的年轻小伙，可是这段话竟然预言般地一语道破了可口可乐王朝的发家史!



第一部

旭日东升



