

轰动日本，10天内再版27次的
天下奇书，告诉你一项从零开
始，发展成一千亿财富的奇迹，
是如何建立起来的。

畅销书



我是 最会赚钱的人物

日本麦当劳社社长
藤田田 / 著

其实，对日本麦当劳社社长藤田田来说，把建立这一项天文数字般的营业额说成奇迹，不如说是他苦心钻研的有效赚钱学产生了功效所致……

• 成功人生丛书 •

我是 最会赚钱的 人物

日本麦当劳社社长藤田田 / 著

鹭江出版社

1989 · 厦门特区

成功人生丛书
我是最会赚钱的人物

藤田田 著
小 雨 编译

鹭江出版社出版
(厦门市莲花新村观远里19号)

福建省新华书店发行
福建新华印刷厂印刷

开本787×1092毫米 1/32 3.875印张 78千字

1989年2月第1版第1次印刷

1990年6月第4次印刷

印数: 50001—70000

ISBN 7-80533-214-2
Z·10 定价: 1.70元

目 录

第一章 赚钱是向荆棘之路挑战

咖啡馆已经落伍了.....	1
不能免费替别人宣传.....	4
“省时的商品”才能畅销.....	5
头脑和电脑并用.....	8
利用电视赚钱.....	11
“富国乐氏”.....	11
每年增加150万名顾客的方法.....	13
留意赚钱的契机.....	15
掌握潮流.....	16
适度地领先潮流.....	17
物美价廉不一定就畅销.....	18
犹太人为什么常保耳朵后面的清洁.....	19
“顺风经营法”和“逆风经营法”.....	20
全能型企业已经没落.....	22
寻找顾客需要的商品.....	23
善用时间.....	24
“术”有限界.....	25
黑夜之后就是黎明.....	26

不要说出“不景气”这句话..... 27

现在马上去做这些事..... 28

第二章 麦克唐纳文化

红色和黄色..... 29

利用大众喜好舶来品的心理..... 30

应用瞬间催眠术..... 32

找出最有效的商业用语..... 33

麦克唐纳不卖酒也不设点唱机和公共电话..... 35

以科学精神创造利润..... 36

现在马上去做这些事..... 38

第三章 勤劳的职工是公司的财富

对职工不能吝啬..... 39

抓住职工的妻子的心..... 40

生日就是公休日..... 42

约16%的男职工藏私房钱..... 43

向太太要零用钱的秘诀..... 44

表扬职工..... 45

鼓掌能带来顾客..... 46

企业的失败由内而起..... 47

现在马上去做这些事..... 48

第四章 沉默绝对不能出人头地

避免和老板一起旅行..... 49

保持距离..... 50

职工不要只注意老板..... 51

做对方要求的事..... 51

不要直呼女职工的名字..... 52

避免模棱两可的态度.....	53
人只能活一次.....	53
拥有必胜的决心.....	54
暴发户式的企业不足取.....	55
企业经营必须西化.....	55
每隔一段时间出国充充电.....	57
积极争取自己的权益.....	58
现在马上去做这些事.....	60

第五章 以头脑称霸天下

教育人们丢弃该丢的东西.....	61
崇洋与排洋的矛盾心理.....	62
汉堡包是一种文化冲击.....	63
犹太人经营法的秘诀.....	64
让顾客参与游戏.....	67
捡到10块钱怎么处理.....	69
使职工充满干劲并不困难.....	70
协助职工发财.....	70
外来资本与外来技术.....	73
股份公司与合金公司.....	73
麦克唐纳的综合战术.....	74
RETAIL (零售) 等于DETAIL (详细)	74
以吸母乳般的速度饮用最美味.....	75
“麦克唐纳冰淇淋”引起的联想.....	77
勇于挑战.....	78
不要让顾客等30秒钟以上.....	78
饮食嗜好有了改变.....	79

现代的年轻人很有个性·····	79
味精、酱油、番茄酱·····	80
让职工学习外文·····	81
让职工去看看世界·····	82
麦克唐纳的职工都是“汉堡大学”的学士·····	83
不可忽视临时工的力量·····	84
现在马上去做这些事·····	85

第六章 开发新奇的构想

交易时须公私分明·····	86
清楚表示“是”或“不”·····	87
培养幽默感·····	88
利用竹笋交涉·····	89
训练对各种饮食的适应力·····	90
生活环境的革新·····	91
教育是有代价的·····	92
纯金的名片·····	92
略作修正·····	93
每个人的看法不同·····	93
5分钟内消费掉的商品·····	94
不可把战术和战略弄混·····	94
把红绿灯改成符号出售汽车的方法·····	95
利用电话铃声作广告·····	96
20分钟教育职工法·····	97
讲求效率·····	98
付给职工高薪的公司很少会倒闭·····	99
热饭盒为何畅销·····	100

从0发展成 5000 亿日元的产业·····	100
现在马上去做些事·····	102

附录 操纵世界经济的犹太人

绝不屈服的个性·····	104
席卷欧洲的大富豪洛斯查德氏·····	104
金钱、钻石和犹太人·····	106
伟大的发明或发现多半是犹太人促成·····	107
犹太人天生会做生意吗·····	108
犹太人从事金融业的背景·····	109
工业革命使犹太人更富有·····	110
犹太笑话中蕴含成功的法则·····	110
美国是犹太人的天堂吗·····	112
政治家和犹太人·····	113
大放异彩的犹太裔美国人·····	114
犹太人真的很吝啬吗·····	115

第一章 赚钱是向荆棘之路挑战

咖啡馆已经落伍了

目前在日本，经营咖啡馆成为一股热潮，好像远景充满光明似的。

不过，我本人却持相反的看法，我认为经营咖啡馆不但无利可图，而且毫无发展潜力。

当然，我的说法势必引起从业者的不快，可是，这么说是有根据的。

前一阵子，美国最大的一家咖啡馆宣布歇业，这无疑是向咖啡馆的经营者敲了记警钟。

第二次世界大战结束后，美国各地的咖啡馆如雨后春笋般设立；到了近几年，速食品出现，迅速打下基础，甚至进一步威胁到咖啡馆的生存。

日本的情形恰好相反。由我本人率先经营速食品业，后来才有人开设咖啡馆。

试想：速食品在短时间内，就能以异军突起，后来居上的姿态，打垮了咖啡馆，称霸餐饮界；那么，在日本，发展较晚的咖啡馆业，又如何能击败气势如虹、前途无可限量的

速食品业呢？

我事实上敢断言，不久的将来，咖啡业一定会向速食品业竖起白旗。

尽管如此，我却不认为，速食品的地位永远也不会动摇。

麦克唐纳汉堡已经为“生存战争”，做好万全的准备了。

本人所居住的日本国道16号线东京八王附近，仅方圆10公里之内，就有11家咖啡馆。

看起来，这个地带的餐饮店已达饱和状态，可是，我却不信邪，也毫不畏惧地以“麦克唐纳汉堡”迎战这11家咖啡馆。

我的汉堡店和传统商店不同，因为它附设了游泳池。

这座游泳池并不是普通的室内游泳池。游泳池的屋顶呈拱形，可自由开闭。夏天打开屋顶，让阳光直射；冬天则关上屋顶，成为温水游泳池。而关上屋顶，可比一般温水游泳池节省1/3的能源。

现代人追求多目的的生活方式，对于单纯的用餐是不感觉满足的。

人们都想在进餐前做些事情。

因此，我灵机一动，在麦克唐纳汉堡店里设游泳池，让顾客在用餐前先去游泳。

不过，这可不是没有经过统计，就贸然设置游泳池的。我把游泳池、网球场和室内运动场总称为“流汗产业”，我认为流汗产业的时代已经来临。

也就是说，让顾客流汗就能赚钱。

因此，我把游泳池和汉堡包组合在一起，使流汗事业和速

食业合而为一。

麦克唐纳汉堡店以流汗产业吸引顾客，其他11家咖啡馆却毫无特色。

这样一来，顾客的选择自然很明显。

速食食物 + 流汗事业——

我敢自信地说，这就是第三次产业的典型。

那11家咖啡馆的经营者必然陷入恐慌当中，问题是：恐慌归恐慌，谁也不能立刻在店门前建座游泳池吧！

所以，这11家咖啡馆势必成为麦克唐纳汉堡店的“手下败将”。

脑筋不灵活就被时代淘汰。

以日本的情形为例，第一次产业（米、砂糖、铜等未加工型态的产业）和第二次产业（加工型态的产业）已发展到极限，像这样下去，即使再伟大的政治家出现，也无法恢复元气。

目前物资丰富，第一次产业和第二次产业因为生产过多，已经赚不到钱，取而代之的是第三次产业，也就是服务业。

一提起服务业，大家不期然会想到餐饮业，所以，第三次产业中的“速食业”不久将达到饱和状态了。

餐饮业之间的竞争，可以说已进入白热化，即将面临决定胜负的关键时刻。今后，脑筋不够灵活的经营者，将难免被淘汰的命运。

既然餐饮业已快达饱和，该采取那种因应措施呢？答案是迈向第三次产业。

而前途最被看好的第三次产业，就是流汗产业。

我结合了速食业和流汗产业，主要目的是希望能在将达

饱和状态的餐饮业中，开创一条新路。

流汗产业鼎盛的征兆，可由慢跑运动和健身器材的普及看出来。

在我的想法中，使用跑步机就是在同一个地方像猴子般跑个不停，至于其他的健身器材也不值得发展，因为这些器具都会使人感觉痛苦。

我相信：不能让人觉得快乐的行业，根本不值得发展或企业化。

但是，跑步机和其他健身器材深受大众欢迎，就是流汗产业颇具发展潜能的证明。

所以，我也想从事流汗产业，只不过我的流汗产业只会使顾客觉得快乐，而没有痛苦感。

我把目标放在室内游泳池和室内网球场上。这二者可说是快乐的流汗产业代表，再和速食业的麦克唐纳汉堡组合。

这种新的构想应该可获得成功，并且能击败该地区其他的餐饮业。

朋友们听了我的“奇想”，都取笑我。不过，我不在乎，我相信不久以后那些朋友就会改变想法了。还有少数朋友建议，要从事快乐的流汗产业，可以经营土耳其浴啊！

当然，土耳其浴加上汉堡包的构想也不错，只是要将汉堡包卖光，赚钱的话，还是配合成本不高的网球场或游泳池比较理想。

不能免费替别人宣传

我聘请一位设计师负责室内游泳池的全部建造工作，不

久，日本轻金属企业的总经理上田前来拜访，一见面就说：

“藤田先生，贵店的游泳池是以敝公司生产的铝造的。”
原来那位设计师委托日本轻金属公司进行技术开发。

上田又说：

“所以，希望你们在游泳池四周刻上‘日本轻金属制’的字样。”

我爽快地回答：

“可以，那你们肯付多少宣传费呢？”

“不能免费宣传吗？”

上田心想，这座游泳池的材料本来就由日本轻金属所生产的材料制成，因此不付宣传费是理所当然的。

“那我们不必再谈了。”

我指了指门口，接着说：

“有意建游泳池的人，看了我店里这座游泳池，一定会被吸引的，因为和以往传统式的游泳池相比，我们的游泳池无论在施工或质料方面都是一流的。所以，只要在池边刻上日本轻金属制，就会有惊人的宣传效果，而使生意源源不断。如果你们愿付宣传费，我答应把贵公司的名称刻得大大的。”

上田听了，觉得很惊讶。事实上，我的话很有道理，在竞争激烈的商业界，绝不能平白无故地免费替人做宣传。

这就是真正的生意经。

“省时的商品”才能畅销

麦克唐纳在全世界共有7300多家连锁店，日本的江之岛店恰好是第5000家。

江之岛店在1982年8月，创下一个月9500万日元的销售业绩。事实上，该年8月天气凉爽、多雨，游泳的客人并不多。在这么恶劣的条件下，竟然创下如此高的纪录，实在难能可贵。

尤其和位于银座三越百货公司的银座店同月5000万日元的业绩相比，更是令人惊讶的纪录。如此下来，一家店面一年的营业额，就超过10亿日元。这个金额是传统的餐饮业者不敢想象的。

以传统的餐饮业来说，一家店铺每个月的营业额约在六七百万日元之谱。但是，江之岛的汉堡店一个月竟有高达9500万日元的收益，不要说在餐饮界引起极大的震撼，就连我本人也感到难以置信。

江之岛汉堡店开幕之前，我早已详细调查该地的汽车通行量情况。这家店铺距离江之岛车站约1公里，几乎没有行人。

因此，以行人为对象的生意根本无法生存。

经过调查，这里每天约有14,000辆汽车通过。

既然行人为零，车子有14,000辆通行，那么除了掌握乘车者之外，别无他法。

如果是以乘车者作为对象，要求这些顾客从车上下来，购买汉堡后，再开车离去，可能会使顾客觉得很麻烦，而丧失购买欲。

所以，我大胆地假设，让顾客开车进来，坐在车上就能购买自己所要的食品，然后开车离去，这样才能赚到顾客的钱。

于是，马上委托日本松下通信工业（小蒲秋定社长）和

新力电气公司（盛田昭夫社长）开发新式业务用传真电话系统。

这种系统的功用，是乘车前来的顾客向电视订购所需要的食品，店里的工作人员接收消息后，把食物包装好，在出口处交给顾客带走。

我把这种系统称为“开车通过（Drive Through）”，率先设置在江之岛汉堡店里。

结果竟大受欢迎。

开着车子订购货品，在出口处就能取货的系统，可说正好符合忙碌的现代人需要。

这样看来，一个月创下9500万日元营业额的纪录不足为奇。

我从江之岛汉堡店的成功获得了自信，紧接着陆续在30家分店采用此种系统，果然使顾客称便，业绩也蒸蒸日上。

所谓“开车通过购货”主要是指开汽车通过；不过，孩子们可不这样想，他们认为反正有车子通过就行，于是，三五成群地骑着脚踏车来买汉堡。

更令人意想不到的，在江之岛分店竟有人骑着马买麦克唐纳汉堡。

不管怎么说，本人所创的“开车通过购货”，已打破了麦克唐纳式站着吃以及其他餐厅的用餐传统。

现代人的生活就好像被时间不停地追赶着，所以，在人们的心中，节省时间是非常重要的。

而如何节省时间，有效地利用时间，更是时下一般人最关心的事。

举例来说，一个10元、用完即丢的打火机，目前很受欢迎

迎。仔细探讨原因，不外乎是节省了换打火石和补充液化气的时间，这点刚好符合忙碌现代人的需要。

在摄影方面情形也是如此。近年来，不需对准焦距、决定曝光的自动相机大行其道。因为连卷软片都是自动的，只要按下快门，就能拍出照片，大大地节省了时间，难怪非常畅销。

以上所举是节省时间的产品受欢迎的实例。

话说回来，速食品本来就是一种节省时间的产业在繁忙异常的现代生活中，省时、方便的速食品当然轻易地打败咖啡馆。

随着国民所得节节上升，国家越来越富裕，时间不足的时代也来临了。因为文明越发达，生活也越复杂，因此，现代人普遍感觉时间不够用。

那么，今后的企业必须节省时间才能成功。

头脑和电脑并用

我为了配合“开车通过购货”，决定将收银机电脑化。

因为传统的收银机缺乏效率，已经跟不上时代的脚步。

于是，便委托日本松下通信工业开发新型的收银机。

松下通信工业同意接受这项委托，不过，还是问我打算订购几部，因为数量太少，成本就相对提高。

当时是1979年左右，全日本的麦克唐纳分店只有200家而已，但我却大胆地拍着胸脯向松下通信工业保证，我愿意承购500家店铺所需的新型收银机。我的做法令他吓了一跳。

松下通信工业得到我的承诺后，立刻着手开发，制造了

电脑新型收银系统，称为POS——Point of Sale。

这种电脑收银系统，不像传统收银机那样发出极大的响声，而且放入钱的那一瞬间，全天的销售额统计就会显现，这项销售额统计包括销售金额以及各类汉堡包分别卖了多少个。

此外，有关轮班人员的工作时数，也能瞬间显现在收银系统的银幕上。

因此，总公司能够迅速掌握了全国各分店的销售状况。

麦克唐纳采用此种电脑收银系统之前，每天上午10点到中午，必须由总公司的10名女职员分别打电话向全国数百家分店查询昨天的销售额后，一一加以统计。

以电话联络，往往不能省略一些应酬式的寒暄语。职员们拿起话筒，难免以“你好！”、“早安”或“天气怎么样？”作为开头，接着才言归正传，报出昨天的销售额。像这种方式不但太浪费时间，而且长途电话费也十分可观。

更严重的一点是，使用电话联络，无可避免会发生听错或抄错的情形。

总公司将各分店送来前一天的营业报表和从电话中所来的数字加以比较，经常发现二者有差距。

可是，自从电脑化以后，从前由9点到12点共花费3小时的统计工作，现在从9点到9点5分便完成，瞬间送达总公司。

每天就能节省2小时55分的时间。

然后，裁撤10名打电话联络的女职员，又节省一笔人事开支，不再使用电话，全部以电脑代替。

那么，一年所需要的2500万日元电话费，也能省下来