

T
H
E
B
U
R
G
E
R
K
I
N
G

全球著名总裁谈经营管理

[美] 吉姆·麦克拉摩

特许经营为何物

汉堡王总裁谈加盟式连锁经营



宇航出版社

科文（香港）出版有限公司

ASTRONAUTIC PUBLISHING HOUSE

SCIENCE & CULTURE PUBLISHING HOUSE LTD. (H.K.)

全球著名总裁谈经营管理丛书

1712
24

特许经营为何物

——汉堡王总裁谈加盟式连锁经营

The Burger King

(原名：汉堡王)

[美] 吉姆·麦克拉摩 (Jim McIlmore) 著

北京科文国略信息公司供稿

梁彩玲 译

宇 航 出 版 社
科文(香港)出版有限公司

著作权合同登记图字：01-98-1945 号

图书在版编目 (CIP) 数据

特许经营为何物 (原名: 汉堡王) / (美) 吉姆·麦克拉摩著
(McLamore, J.); 梁彩玲译. —北京: 宇航出版社, 1998. 10

ISBN 7-80144-195-8

I. 特… II. ①麦… ②梁… III. ①传记小说-美国-现代 ②麦
克拉摩, J. —传记 IV. 1712. 45

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 26992 号

Copyright © 1998 by James W. McLamore
Publishing by arrangement with McGraw-Hill through Beijing
International Rights Agency Co. Ltd.
中文简体版版权 © 1998 科文(香港)出版有限公司
宇航出版社出版
中文简体字版权经北京版权代理有限公司代理

出版/宇航出版社

科文(香港)出版有限公司

经销/新华书店

批发/宇航出版社发行部 (010) 68371105 68371057

(北京市阜成路 8 号 邮编 100830)

北京科文剑桥图书有限公司 (010) 64203023

(北京安定门外大街 208 号 邮编 100011)

零售/北京宇航文苑 (010) 65279190

(北京海淀大街 31 号 邮编 100080)

2000 年 1 月第 2 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

开本: 850 × 1168 1/32 印张: 11 字数: 200 千字

印数: 20000—25000

定价: 22.00 元

作者简介

吉姆·麦克拉摩(1926—1996),美国速食业的开拓者。自23岁时开办第一家快餐店,5年之后与人合伙建立了迈阿密汉堡王公司,后来发展为世界第二大快餐连锁店。他任汉堡王总裁至1972年,后当选美国餐饮协会主席,同时身为七家企业的董事会成员。他协助创办的“夜间商业报道”至今仍在向全世界广播。

内容提要

汉堡王的创始人吉姆·麦克拉摩坦诚讲述汉堡王的成长历程。23岁时他创办第一家饭店“殖民地饭店”，后与大卫合伙加盟“应速得汉堡王”连锁店，惨淡经营。“华堡”的诞生令他们起死回生，创建“汉堡王”品牌，通过电视广告打开市场，成为加盟业主。它和麦当劳在改变全球饮食方式方面的作用相当，但由于80年代的错误合并，导致管理混乱，贻误商机，后虽经吉姆指点适时引入“华堡”竞争策略拯救汉堡王于危机之中，但终因差距太大，只能屈居业内第二位。经过无数次的失败与教训，麦克拉摩终于将一家寒酸的小店变为拥有上千家分店，资产达数10亿美元的商业帝国，成为流行文化中不可或缺的一部分。在50多年的餐饮生涯中，麦克拉摩品尝过成功的喜悦，也体味过失败的酸楚，最终凭借他的坚强与执着实现自己的理想。

The Remarkable Story Of



"INSTA-BURGER-KING"

Self-Serve Drive-Ins
WITH THE

MIRACLE



MACHINES

A NATIONAL FRANCHISE CHAIN

Manufacturers and National Licenses

THE INSTA CO.

6777 HOLLYWOOD BOULEVARD, HOLLYWOOD 28, CALIFORNIA

FACTS ABOUT THE "INSTA" MACHINES

Insta-Burger-King

- It is not a "toy" - it is an efficient, intelligent machine.
- It automatically controls the cooking time and the heated buns.
- It can cook up to 100 burgers per hour - or only one at a time if preferred - and up to the speed of the consumer's desire.
- It cooks the buns fast, and provides uniform buns that are just what the customer needs.
- It cooks the meat to the desired temperature - no more, no less.
- It is made of stainless steel, and is completely self-contained - it is about 20" high, 10" wide, and 10" deep. It weighs about 100 lbs. The heating elements are General Electric, Canada, made to last for 10,000 hours, and replaceable in 5 minutes.

Insta-Shake Machine

- It is not a "toy" - it is a manufacturer of milk shakes - and makes them exactly from liquid dairy in a 10-second automatic cycle in one operation - in 4 steps.
- The machine is completely self-contained - no extra pump or pump is needed - there is no additional whipping with an external mixer - the foam-topped, blended, finished Shake is dispensed direct from the machine.
- All Shakes come out at the same exact desired temperature - whether served at full speed or only one Shake at a time.
- The machine is capable of so large that only one machine is needed whether only a few, or thousands, of Shakes are served daily. No special attention, but to follow.
- The Insta-Shake Machine is the only machine in the world that has an automatic built-in pump, mixing, whipping and dispensing - no extra pump or pump is needed.
- Size: with cabinet and dispenser, it is about 10" high, 10" wide, and 10" deep. It weighs only one electrical appliance - a 200-watt single-phase, 115-volt line. It weighs about 100 lbs. Shake from the Insta-Shake Machine and the Insta-Burger-King are the only ones having part in the machine - the High-Speed Burger.

Both Machines

Both machines have been thoroughly perfected - one of the best designs ever - and are ready to operate even in the most adverse conditions - and have been serving customers for years.

Service

- The Insta-Burger-King is serviced - The Insta-Burger-King cannot stop operating except by the utility failure of its single phase line of the 115-volt line, or the Insta-Burger-King which is under no stress, or the General Electric, Canada, which is made to last for 10,000 hours - The Insta-Shake Machine cannot stop except by the utility failure of its single phase line of the 115-volt line, or the Insta-Shake Machine which is under no stress, or the General Electric, Canada, which is made to last for 10,000 hours.
- In case of any failure, service is available by the manufacturer's representative of these large National companies - and there are no other parts in either machine than original service.

INSTA-BURGER-KING - THE GREATEST ADVANCE IN 50 YEARS IN FOOD SERVING!

早期“应速得汉堡王”(汉堡王的前身)和应速得堡机的广告。



第一家汉堡王餐厅, 1954 年开业, 位于佛罗里达州迈阿密, 成为饮食业的经典。



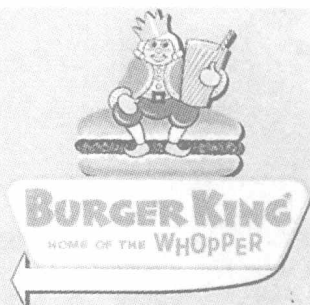
典型的迈阿密发明——没有店内座位的餐厅。早期的汉堡王各店为顾客备有露天就餐场地,但顾客们都愿意坐在自己车里吃。



新型汉堡王餐厅。“华堡之家”的标牌始于1957年。



Wherever you travel—Nationwide...



Quality Food—Fast Service—Low Prices!

用以招揽来度假的游人的广告,将汉堡王推向全国。



1969 年第 500 家汉堡王连锁店在内布拉斯加的奥马哈开业。右者为麦克拉摩。



吉姆·麦克拉摩(左)和大卫·伊得格顿在吉姆的挚友及商业伙伴哈维富而好的私人飞机前。



麦克拉摩在汉堡王迪士创物流中心的运货车旁。



1969 年麦克拉摩在日本



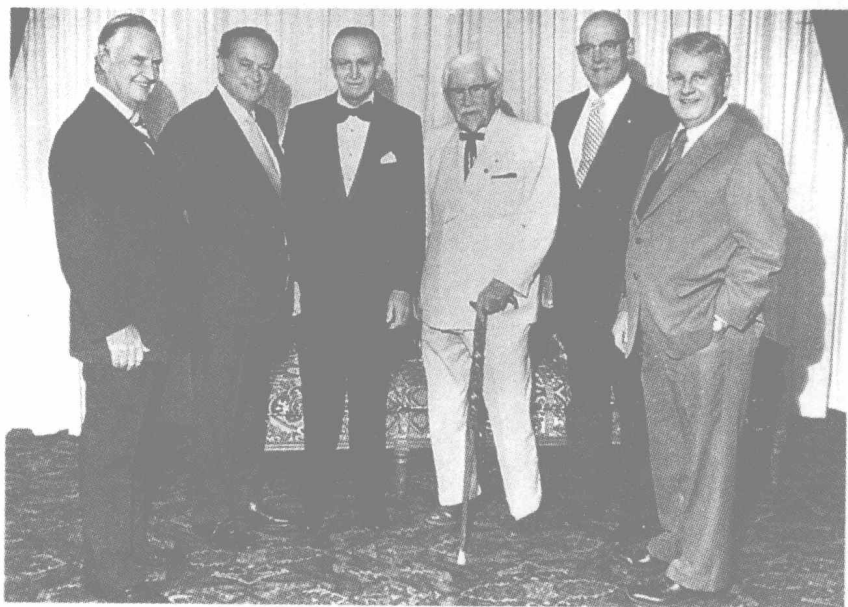
迈阿密海豚队的教练唐·舒拉(左),麦克拉摩,和海豚队的经理罗比(右)。



虽然 1972 年退休,麦克拉摩在 1996 年去世前一直担任汉堡王公司的董事长。



一天内华堡
的销售量接近 100
万个。1993 年 9
月麦克拉摩在展
示牌前。



1959年5月与商业同行的合影。(自左至右)食堂公司总裁奥马利, 希尔顿饭店集团总裁巴伦·希尔顿, 玛莉欧特公司总裁J·维拉德·玛莉欧特, 肯德基创始人桑德斯, 麦克拉摩, 及假日旅馆创始人威尔逊。



1980年在迈阿密的维兹卡亚酒会上, 吉姆和南西与汉堡王美国部经理杰里·鲁恩海克及妻子凯伦(右), 汉堡王总裁劳·尼伯(左起第二)及妻子珍。



1994 年麦克
拉摩和妻子南西



1995 年麦克拉摩家族

目 录

前言

古姆·麦克拉摩成功大事记	1
作者序	4
第一章 身陷困境	32
第二章 啼莺初试	46
第三章 百孔千疮	58
第四章 如火如荼 寻找金主	63
第五章 寻找生机:华堡的诞生	77
第六章 加盟事业草创时期	83
第七章 创意广告·创造生机	92
第八章 鸣枪起跑	99
第九章 加盟推广·准备就绪	112
第十章 闻风而来的布兹·爱伦管理 顾问公司	119

第十一章	排除万难	125
第十二章	奋力保持领先	135
第十三章	决定加入皮尔斯贝瑞公司	153
第十四章	皮尔斯贝瑞公司入主汉堡王	174
第十五章	适应企业管理模式	185
第十六章	下台一鞠躬	208
第十七章	适应退休生活	218
第十八章	汉堡王的成长——1972 到 1988 年	228
第十九章	来自伦敦的敌意	244
第二十章	大都会的绊脚石	273
第二十一章	重披战袍	284
第二十二章	蓦然回首	308
第二十三章	展望前程	316

麦克拉摩生平大事记

1926 年 生于纽约市,父亲经营家族的纺织业。

1943 年 (17 岁)入康乃尔大学主修饭店管理。

1944 年 应征加入海军。

1947 年 与南西结婚。同年任维明顿市基督教青年会餐饮部主管,第一年的利润超过其前 30 年的总和。

1950 年初 第一家餐厅殖民地饭店在维明顿市开业,一举成功。

1951 年 布里克桥餐厅在迈阿密开张。在推出“晚餐铃当小查理”广告之后,生意兴旺。

1954 年 用卖掉前两个餐厅的钱与大卫合伙成立了迈阿密汉堡王股份有限公司,连续开了七家餐厅,但都在赔钱。

1957 年 “华堡”诞生,生意突飞猛进,。

1958 年 首次赞助电视节目“吉姆杜力秀”,为汉堡王在南佛罗里达闯出名气。

1959 年 出售第一家分店。由主营餐厅经营转向餐饮加盟体系。

1961年 买下汉堡王的全部资产和商标权,各地加盟商迅速增长,建立迪士创物流中心。

1966年 成立大卫摩餐饮设备制造公司和第一佛罗里达建筑公司,以应新店开张所需。

1967年 汉堡王与皮尔斯贝瑞公司完成合并,继续担任汉堡王总裁。但由于皮尔斯贝瑞公司董事会的限制,没能使汉堡王上市,而且母公司的管理方式大大阻碍了汉堡王的发展。

1969年 出访日本。但在日本发展的建议遭到母公司反对,失去了占有日本市场的机会。与公司管理层矛盾日深。

1972年 从汉堡王退休,开始参与社会活动。

1974年 任全国餐饮协会主席并加入南佛州社区电视基金会,建议创办“夜间商业报道”节目。

1980年 当选迈阿密大学托管委员会主席。

1988年 英国大都会企业准备收购皮尔斯贝瑞全部股份,母公司计划抛售汉堡王股票以反并购,但被法院禁止。

1989年 大都会收购完毕,更换董事长,众人对他寄以厚望。

1993年 出席全国及各地加盟商大会,针对汉堡王的