

<<精益思想>>

图书基本信息

书名：<<精益思想>>

13位ISBN编号：9787111239598

10位ISBN编号：7111239598

出版时间：2008-5

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）沃麦克（Womack，J.P.），（英）琼斯（Jones）

页数：372

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

本书于1996年秋季首次出版，我们认为，真是恰逢其时，正好用于1997年的经济衰退和1998年的金融危机。

本书的目的是阐明如何使各行业超然于20世纪90年代的各种金融较量之外，去创造真正而持久的价值。本书用实例说明，北美、欧洲和日本的一些企业如何利用1991年的经济衰退，重新考虑其发展战略，进而走上了新的发展道路。

我们在介绍工业界时经常指出，对“预测”来说唯一肯定的事情是，预测的结果是错误的(精益思想家们之所以努力缩短从订货到发货的时间，使得多数产品都能按订单生产，同时努力做到对产能的增减只须进行小幅调整，其原因正在于此)。

与1997年的经济衰退相反，整个20世纪严重泡沫化的经济向前冲了5年多，一直到2001年，使几乎所有人都能取得商业成功的日子大大延长。

如果说本书是在最需要其思想的若干年前出版的，那么，令人惊奇的是，竟有那么多的读者在日子最好过的时候，认真接受了本书的建议。

本书英文版的销量已超过30万册，并且被译为德语、法语、意大利语、葡萄牙语、波兰语、土耳其语、朝鲜语、日语和汉语。

我们从世界各地的读者那里，听到了他们在应用本书原理方面所取得的成功。

而在我们的预测成为现实之后，而且继2001年的经济衰退之后又发生了2002年的金融危机时，读者的兴趣更是高涨。

实际上，在出版近5年之后，在没有任何宣传促销的情况下，本书于2001年再次出现在《商业周刊》(Business Week)商业图书畅销书排行榜上。

有清楚的证据表明，读者们现在发现，本书与他们的商业活动的关系甚至比第1版还要密切。

考虑到这一点，我们决定，扩展本书内容并出版修订版。

本书第一部分阐述了一些简单而有效的原理，帮助所有行业在任何商业条件下创造持久的价值；第二部分说明了如何应用这些原理，包括应用步骤和从大企业到小企业的应用实例；第三部分说明了如何通过不懈地关注各产品的整个价值流(即从产品概念到产品推出，从订货到发货，从上游源头的原材料基地一直到顾客手中的整个过程)，创建出真正的精益企业，即在尽可能减少时间、成本和出错的同时，使为顾客创造的价值达到最佳。

在第四部分新增的两章中，我们讲述了时至今日精益思想的发展。

我们追踪了各行业库存周转数的变化趋势这一不会说谎的精益衡量标准，并对其中一个值得赞扬的行业给予特别的关注；我们还追踪了本书讲到的一些公司的发展情况。

我们发现，随着经济的螺旋式发展和股市的崩溃，以及其他商业书籍中一些十分叫好的大公司走过一条弹道曲线而回落到初始水平，以丰田为首的精益样板却抵御住了出现在成功商业书籍中的大多数企业的命运。

他们继续有条不紊地从成功走向卓越，他们的办法就是通过实实在在的艰苦努力，为顾客、雇员和他们自己创造真正的、可持续的价值。

在最后一章中，我们介绍了一系列新的应用工具，与读者共同分享自1996年以来我们对精益思想的新认识及其成功应用。

我们首先从价值流图的概念说起，因为我们感到，价值流图能够增强人们对价值及其构成的意识，进而促使人们采取行动，因而是一个非常好的方法。

在修订本书的过程中，我们纠正了第1版中的一些错误和疏忽，但是没有改变原有页码。

因为我们知道，许多组织已经把本书作为教科书，用以指导他们的变革过程；所以书的分发范围很大，通常还包括其分销商和供货商。

我们这样做的目的，就是想确保两个版本的互换不会产生问题。

正如我们在本书中所阐述的，在本书出版近7年后的今天，我们更加确信，精益思想是适于任何组织消除浪费、创造价值的最强有力的工具。

<<精益思想>>

我们希望本书的原有读者，能利用这一修订版来强化精益信念；我们更希望许多新读者能在这里发现一个充满机会的全新世界。

詹姆斯P·沃麦克      丹尼尔T·琼斯      2003年2月

## <<精益思想>>

### 内容概要

《精益思想》于1996年秋季首次出版，历经10年，畅销十多个国家，销量达到几十万册以上。本书的成功在于它对精益生产方式做了最好的总结，为读者提供了精益的核心原则，实地考察了美国、德国、日本若干具有代表性的大小企业推行精益的实际情况和心得，为准备跨入精益之门和进一步学习、实施精益的人提供了最好的指南，从而成为精益方面的经典著作。

精益原则：根据客户需求，重新定义价值；识别价值流，重新制定企业活动；使价值流动起来；依靠客户需求拉动价值流；不断改善，追求尽善尽美。

<<精益思想>>

书籍目录

修订版前言第1版前言 从精益生产到精益企业第一部分 精益原则导论 和浪费针锋相对的精益思想第1章 价值第2章 价值流第3章 流动第4章 拉动第5章 尽善尽美第二部分 从思想到行动：精益的飞跃第6章 简单事例第7章 复杂事例第8章 严峻的考验第9章 精益思想和德国技术第10章 大丰田，小昭和第11章 行动计划第三部分 精益企业第12章 流动的渠道，渠道的流域第13章 想象尽善尽美第四部分 新的发展第14章 精益思想的稳步发展第15章 使变革制度化后记 精益网络注释参考文献译者后记

## 章节摘录

第1章 价值 1.1 是一所房子，还是一种没有麻烦的经历 得克萨斯州奥斯汀市的多伊尔·威尔逊在认真对待质量问题之前曾在房屋建筑业干过15年。他说：“1991年7月我真是烦透了。由于高额的担保索赔和与客户的摩擦，我经营的业务中有那么大一部分不得不停工或者反工。我知道一定会有更好的方法。后来我偶然间接触到了质量运动。”

他读了卡尔·休厄尔关于轿车销售的书《长期客户》（Customers for Life），决定从休厄尔在达拉斯的代销店买辆轿车来做索赔试验（“我想，如果连轿车代销商都使顾客感觉良好的话，那么房屋建筑商应该就更容易做了！”）。

他买车这件事实在是一次太好的实验了，以至于他向休厄尔问起了该如何提高房屋建筑质量的事，并且得知，要去读爱德华·戴明的著作。

多伊尔·威尔逊是个传统的得克萨斯人，做事从不半途而废。1992年2月，他在多伊尔·威尔逊房屋建筑公司发动了一场“从墙到墙”的全面质量管理活动。

在以后的3年里，他亲自向他的员工讲授“全面质量管理”原理、开始搜集和分析业务中各方面的大量数据、抛开销售佣金（因为“它毁了质量意识”）、取消按旧规矩付给建筑监理人员的“建筑人员奖”（中要他们就“未完事项”清单同客户达成附属协议，他们就有资格拿“按时完成奖”）、将承包人员减少了2/3，并且要求剩下的承包人员参与每月的质量研讨会。

……

<<精益思想>>

媒体关注与评论

这是一本不得不读的思想读物 来源 价值中国网 朱子云本书则促使所有的管理人员从“精益思想”的角度，重新思考自己的企业怎样才能真正生产出用户需要的产品，消灭浪费，创造价值，真正提高经济效益；同时将精益方式扩大到制造业以外的所有领域，尤其是第三产业。通过精益思想，消费者也可以明确自己的需要，提高消费质量。

《精益思想》以大量的例子说明什么是浪费，介绍了如何真正的实现精益生产方式。

精益思想认为改革没有尽头，精益思想追求的是尽善尽美。

精益思想作为一种人们生活的指导思想，远远超出了工业生产范畴。

在当前改革浪潮中，所有企业都在努力提高自身的经济效益，消费者也在不断规范自己的消费行为准则。

本书值得一读。

<<精益思想>>

编辑推荐

《精益思想》中文简体字版由FreePress通过AiWA授权机械工业出版社在中国大陆独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

打算尝试精益的人，该怎么做？

已经实行精益的人，下一步怎么办？

其它版本请见：《精益思想（珍藏版）》



#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>