

<<谁能超越丰田>>

图书基本信息

书名：<<谁能超越丰田>>

13位ISBN编号：9787501193189

10位ISBN编号：7501193185

出版时间：2010-7

出版时间：汪中求 新华出版社 (2010-07出版)

作者：汪中求

页数：189

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>

<<谁能超越丰田>>

前言

前不久发生的丰田汽车全球召回事件，不但动摇了人们对丰田汽车质量的信心，同时也影响了人们长期以来对丰田生产方式的崇拜情感。

造成这种结果说明丰田汽车公司确实出现了问题，但究竟问题在哪里？

这些问题的存在是否危及到了丰田公司的根基？

这些疑问实在值得我们认真商榷。

汪中求先生的这本书比较全面地介绍了丰田汽车公司走到今天这个地步的来龙去脉，对于大家真正了解此次丰田危机的真相，以及如何从中吸取经验教训方面，有着非常大的帮助。

总而言之，丰田公司造成今天这个局面，决不是由于丰田生产方式不好，相反，恰恰是因为一味地长期追求利润而逐渐远离了丰田生产方式精神。

本书对此有着详细的解说，希望读者们能够认真阅读一下。

汪先生作为中国细节管理概念的首创者，十分令人尊敬。

中国有着令全世界羡慕的悠久历史和文化，也有着勤劳智慧的伟大民族。

几乎全世界都相信，21世纪，中国将成为影响最为重要的国家之一。

因此，中国能否实现健康发展，也必然会关系到世界的健康发展。

在这样的背景下，从真心希望中国能够实现可持续性健康发展的角度出发，请允许我指出有可能成为影响中国顺利成长的重要因素之一：细节。

<<谁能超越丰田>>

内容概要

昔日，丰田凭借精益生产模式，从一个十几年产量不及福特汽车一天产量的小型企业发展成了世界第一大汽车生产企业。

而今却深陷召回门事件，累计召回问题汽车超过850万辆，这导致丰田全球销量同比下降12.9%，股价下挫约17%，日本GDP可能因此下降0.12个百分点，相关产业雇用人数将减少4.9万人。

这是美国人的阴谋还是丰田自蹈死地？

本书将为你揭开这个秘密：丰田过度自信带来的傲慢，固执带来的偏见，以及日本文化中回避冲突的元素。

<<谁能超越丰田>>

作者简介

汪中求，北京大学精细化管理研究中心主任，国资委商务职业资格认证委员会主任委员，哈尔滨工业大学、南昌陆军学院、浙江工商大学特聘教授，北京博士德管理顾问有限公司首席管理顾问。

江西九江人，1992年进入商界，先后就职于香港恒雅、清华同方、泰豪科技等知名企业，从业务员做起，历任区域经理、分公司经理、企划部经理、营销总监、总经理等职，积累了丰富的企业营销和管理的实战经验。

2003年8月，出版《营销人的自我营销》一书，对自己丰富的营销实践经验做了总结，提出了“简单的招式练到极致就是绝招”、“做人优先于做事”、“人生最难掌握的规则是度，度源于素养”等人生格言。

2004年1月，出版《细节决定成败》一书，提出“精细化管理时代，细节决定成败”的理念，开启了中国精细化管理的新时代。

2005年6月，领军推出《精细化管理》系列图书，着力推进中国的精细化管理事业，并率领团队从事精细化管理的培训、咨询和实践。

先后获得“中国十大优秀管理培训师”、“杰出管理专家”、“亚洲十大培训师”等称号。

2007年5月，出版《细节决定成败II》，在第一本书的基础上，从理论的高度对“什么是细节、细节的本质、细节的功用、我们为什么做不好细节以及如何做好细节”等问题做了进一步的探讨，提供了一些培养员工细节意识的训练方法以及实用的细节管理的工具和方法。

在推广精细化管理的事业中，在与企业和社会的深入接触中，深切感到：“改革开放前三十年，中国社会充满着‘粗放增长’的机会；未来中国三十年，中国必然建立起具有‘契约精神’的新商业文明；中国的发展才能告别粗放式增长，真正进入精细化时代，真正建立起和谐企业与和谐社会。

”

<<谁能超越丰田>>

书籍目录

第一章又见“召回门” 1.风起青萍之末 2.美国人为何穷追猛打？

3.丰田的“召回门”是美国人的阴谋吗？

4.是否殃及“日本制造”？

第二章关注的角度 1.从精细化管理说起 2.是战略问题还是细节问题？

3.此次召回丰田损失有多大？

第三章为什么是丰田？

1.“大企业综合症” 2.现场是否有答案？

3.成本杀手 4.供应链管理的“丰田模式” 5.为怠慢埋单 6.傲慢与偏见第四章世界上只有一个丰田 1.曾经几番风雨 2.独步天下的“丰田生产方式” 3.以“持续改进”为支柱的质量管理体系 4.一流的企业文化第五章谁能超越丰田？

1.全球汽车市场格局 2.最大的挑战来自通用 3.疯狂超车的大众 4.黑马现代起亚 5.英雄迟暮的福特第六章中国汽车企业如何超越丰田？

1.中国汽车企业的隐忧 2.中国汽车企业应该向丰田学习什么？

3.海外扩张与并购 4.不要太绅士

<<谁能超越丰田>>

章节摘录

插图：2009年11月26日，世界第一大汽车生产商日本丰田公司对外宣布，将在美国召回420万辆脚垫有问题的汽车。

这以后，丰田在世界各地的召回事件此起彼伏，一时间全球汽车市场巨浪滔天。

此次丰田“召回门”所涉及的质量和设计缺陷包括脚垫、油门踏板和刹车等多个重要零部件；涉及的地域范围包括美国、欧洲、日本本土和中国等世界主要汽车市场；涉及的车型从传统能源汽车扩展到新能源混合动力汽车；涉及的品牌从大众化的威驰、卡罗拉延伸到顶级的雷克萨斯；涉及的召回形式有主动召回，而更多的则是各国政府相关机构的指令性召回，也就是被动召回；涉及的数量则超过850万辆。

如此大面积的召回，不但在丰田汽车70年的历史上并无前例，就是在世界汽车发展的百年历史上，也堪称一个“划时代”的严重事件。

中国汽车工程学会理事长张小虞在日本见到刚上任的丰田会长丰田章男时，曾祝贺丰田公司销量世界第一。

丰田章男则说：“我不愿意当这个世界第一呀！”这应该是丰田章男的一部分真实想法，因为第一不好当，第一总是众矢之的。

实际上哪家汽车公司不想成第一呀，如果谁说不想争第一那是实力不够。

然而，“木秀于林风必摧之”。

当丰田取代通用成为世界第一汽车生产商后，今天的一切似乎都是逻辑使然。

<<谁能超越丰田>>

编辑推荐

《谁能超越丰田》：《细节决定成败》作者汪中求最新力作，日本丰田研究河田信作序。

大风往往在长有青草的地方不知不觉地聚集，然后才猛烈地刮起来。

丰田此次遭遇的召回风暴，的确是长年积弊的结果。

危机发生后，遮盖是危机公关的大忌，是危机愈演愈烈的罪魁祸首。

任何成功的商业模式或者经济模式都具有时间性.都只是应对当时的环境而生成的，永恒的“模式”是不存在的。

丰田值得我们继续学习，但丰田这次大规模的召回.市场份额的丢失是不可避免的，因而，中国汽车企业要像通用、福特那样，充分利用这次机会去抢占丰田丢失的市场，市场竞争中不讲风度。

<<谁能超越丰田>>

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>