

<<精益思想>>

图书基本信息

书名：<<精益思想>>

13位ISBN编号：97871111337546

10位ISBN编号：7111337549

出版时间：2011-4

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）詹姆斯 P.沃麦克（James P.Womack），（英）丹尼尔 T.琼斯（Daniel T.Jones）

页数：351

译者：沈希瑾,张文杰,李京生

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>>

作者简介

Janes
P.Wonack, 前MIF资深教授, 为企业提供精益咨询, 也向小型制造厂投资。
他创办了精益企业研究所 (LEI) 并担任所长, 这家研究所是一个非营利教育和研究机构, 致力于精益思想的传播和应用。

<<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

版权页：处理就业问题如果魏德卿没有勇敢地面对并处理好就业问题，他是不会取得很大成功的。首先，通过决定将968车型的总装工作从奥迪厂拿回来，解决了部分问题；然后，又通过与奥迪和梅赛德斯公司订立合同，外包部分超小批量车型的组装，解决了部分问题；另外，把具有专门技术的多余出来的工人分派长期从事改善活动，也可解决部分问题。

例如，在喷漆车间，一些技艺精湛的油漆精整工被分配到改善小组，通过寻找产生问题的根源，来消除喷漆过程中弄脏表面的问题，从而使生产线末端的整修量大大减少。

当产量再次增加的时候（如果保时捷想要生存下去，就一定得这样做），这些工人又会再次需要去从事喷漆工作。

然而，祖芬豪森厂的产量从1991年的2.6万辆降到了1993年的1.4万辆，而且除非推出新车型，否则连续几年也不大可能恢复到20世纪80年代的水平。

此外，保时捷自行设计和制造的零件系列显然太宽，以至于批量出奇得小，而成本出奇得高。

这些零件应该从那些为轿车大公司提供类似产品的企业去购买。

如果这样，显然保时捷的人数简直太多了，难以养活。

于是，从1992年的年中开始，一度进行了为期3年的人员调整，削减人数为2500人，使得人员数量水平符合公司的长远需要。

其中，有些工人享受特殊的退休待遇，其余的人给了一大笔解雇费。

根据保时捷工人的年龄分布情况，每年人员的自然淘汰率为3%，因此，在今后10年内，如果还没有找到产量的新增长点，则不用解雇，人员数即可自然减少30%。

正像我们在本书中引用的所有例子中看到的，在削减人员的同时，公司管理层对工人们做出了权威性的保证。

公司管理层对劳资协议会承诺：尽管每个人的工种会不断变化，尽管销售额的下降可能会使公司被迫采取解救自己的新一轮行动，但是不会有人由于引入精益思想的定期的保时捷改善活动而失去工作。

最初，这一保证的期限是1991-1993年的三年，后来又延长了三年，到1996年。

后记

《精益思想》再次引进出版了，此前，国际精益大师、精益生产方式概念的提出和总结者——沃麦克教授和琼斯教授的另外两部精益经典著作——《精益解决方案》和《改变世界的机器》也分别在中国出版(《改变世界的机器》一书的另一作者为鲁斯教授)。

作为这三部精益经典著作的译者，我们感到非常欣慰。

对我们来说，翻译是件十分清苦的事情。

按照时下的常理，我们做这件事情得不偿失。

因为相对于我们花费的时间和精力，实在不能以稿费衡量。

我们是汽车界的工程技术人员，翻译不是我们的主业。

无论是受邀讲课，或者是承担咨询、研究项目，甚至于参加和出席一些活动，对于我们不仅轻车熟路，收益也比翻译费来得多。

就连欠下的稿债，标价也远高于这几部书的翻译稿酬。

但是，我们同时还是中国产业界的经济技术研究人员，我们把翻译本书作为一项研究工作看待。

我们是把这三部精益经典著作作为重要的研究成果奉献给中国读者的。

据我们了解，被称做“精益三部曲”的这三部著作，在中国和世界都创下了骄人的销售业绩(本书在2003年就已经以10国文字出版，仅英文版发行就已经超过30万册，在中国目前也两次引进、多次印刷)。

尤其是这次两部原著相继发行(《精益解决方案》原书是第1版，在国内首次引进)，说明其持续巨大的影响力，使我们深切感到我们为此所做的相关工作的价值和成就。

此外，我们与本书的两位作者有着多年的接触和交往。

1984年，本书的主要作者——沃麦克教授，到中国度蜜月。

那是他第一次来到中国(也是作者之中的第一次中国之行)。

在北京首都机场，沃麦克先生预定的旅行社接待人员没有出现，我们中的一位——本是与他接洽会谈的相关事宜，临时担当了接待工作，在当时交通、通信都不是很发达的情况下，跑遍了大半个北京，帮助他找到预定的宾馆。

这件事给沃麦克先生留下了深刻印象。

他和我们中的另一位译者在共同参加MIT(麻省理工学院)在全世界范围组织的“国际汽车计划

”(IMVP)研究项目(《改变世界的机器》既是该研究的成果)时提到此事表示感谢说：我第一次来到对于美国人来讲不只是陌生的神秘国度，预定的旅行社没有接上头、备感茫然之时，你们出现了。

此后，我们就世界及中国汽车产业发展以及精益生产方式等相关问题，与沃麦克教授进行过多次接触，陪同他参观了若干家中国汽车企业。

我们更数次为琼斯教授在中国举办的精益交流活动进行了组织工作，琼斯教授代表作者对我们《改变世界的机器》的翻译质量表示非常满意，并把他们的第二部作品《精益思想》，亲笔签名赠与我们，同时郑重委托我们进行翻译。

在翻译这些著作的过程中，我们也经常就一些问题甚至词汇与他们进行探讨。

通过与这些国际精益大师们的交往，尤其是在学习和翻译这几部经典著作的过程中，我们更加认识到“精益”对中国企业的深刻意义。

我们在《改变世界的机器》一书中经过无数次探讨和争论，把“lean production”最后译名为“精益生产方式”，自此，“精益”一词被广泛认可和接受，成为重要的中文专业词汇，出现于经济和管理界各种文献之中。

而精益生产方式作为取代批量生产方式的一种崭新的生产方式，同其在世界的发展趋势一样震动和风靡了中国。

我们也开始走上了精益生产方式的宣传推广之路。

在20世纪90年代中期前后，无论我们拜访哪一家世界级别的汽车公司，在与公司领导者会谈的时候，他们都会提及这部“改变世界”的著作。

在中国，以汽车工业为代表，进而机械工业和整个制造业，包括高等院校的相关学院都把学习和应用

<<精益思想>>

精益生产方式作为重要的研究和实践课题。

在本书书名“lean thinking”的翻译中，我们也同样进行了多次讨论和争辩，最后决定译为“精益思想”。

其基本的理由是，根据本书的内容，“精益”在这里不是一种简单的思维方式，不是几种孤立的管理方法和招数，而是已经上升为一套比较完整的思想方法和体系。

正像美国创造了批量生产方式，从而超越了欧洲一样，第二次世界大战以后，日本创造了经济发展的奇迹，一举超越了欧美。

这一经济奇迹的产生，具有国际环境、国家政策、企业及民间努力等多重因素。

而在企业层面，则首推创造了精益生产方式——一种源自丰田公司、自《改变世界的机器》问世之后才为人所广知，至今仍在兴盛发展的、全面取代批量生产方式的全新生产方式。

本书作者在前言中写到：在《改变世界的机器》的发行之旅和相关讨论中，人们告诉作者“他们也很想尝试精益生产方式。

他们的问题很简单：我们应当怎么做”。

与精益大师们一样，我们在中国也经常遇到类似的问题。

经过多年的开放和学习，中国企业家的眼界和知识已经非前所比，人们并不怀疑精益生产方式的巨大力量，问题都集中在如何开展精益活动方面。

基本的问题是：“我们这样的企业怎么做？”

”（除汽车企业之外，提出这种问题的包括化工类流程型企业和电子类组装型企业，甚至包括零售和服务类企业。

）《精益思想》作为《改变世界的机器》一书的续曲，作者写到：撰写“本书的思想即是由这些问题直接引发出来的”，“我们应当准确地概括总结出精益思想的原则，为管理者们提供一种类似北极星那样的可靠行动指南”。

按照本书的描述和我们的学习体会，传统企业如何转变为精益企业呢？基本路线图应当是：确定变革代理人——确立开展精益活动的领导权威。

掌握一定的精益知识——保证沿着正确的精益道路前进（最好的方式是认真阅读本书和找到真正的精益工作者）。

抓住或者创造危机——利用危机统一员工认识。

按照本书提出的5项原则和开展步骤开始精益活动——这就是本书作为行动指南的意义所在。

改革开放为中国企业提供了前所未有的发展机会，同时也引入了前所未有的发展危机。

变平的世界考验着每一个中国企业，使每一家企业随时都处于国内、国际的激烈竞争之中。

如果想持续发挥企业的优势，如果想进一步开拓企业的发展领域取得更高的业绩，或者，如果想摆脱艰辛维持的局面，如果想避免被无情淘汰的后果，让我们从现在开始，朝着精益目标行动起来——追求尽善尽美，不断消除浪费，创造财富，建立一个全新的精益企业，迎接真正的中国企业现代化阶段。

李京生 中国汽车工业经济技术信息研究所 所长 2008年5月

媒体关注与评论

这是目前关于流程再造最好的书，也是最好读的。
——《商业周刊》

编辑推荐

《精益思想(珍藏版)》：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？

《精益思想(珍藏版)》包含了最新的精益理论、方法和工具，一一解答上述问题。

如果你不能迅速把产品开发时间减半、订货时间减少75%、生产时间减少90%，那你一定是哪儿做错了。

<<精益思想>>

名人推荐

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。

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>