

<<第二汽车世纪>>

图书基本信息

书名：<<第二汽车世纪>>

13位ISBN编号：9787111186908

10位ISBN编号：7111186907

出版时间：2006-6

出版时间：机械工业出版社

作者：马蒂亚斯·霍尔韦格

页数：254

译者：陈荣秋

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>

<<第二汽车世纪>>

内容概要

汽车工业在步入其诞生以来的第二个世纪之时，饱受着低利润和无法满足顾客期望的僵化价值链所带来的痛苦。

成品库存堆积在经销商仓库和遍布全球的分销中心内，而生产商的CEO们却在为工厂效率方面取得的微小利润提升而拍手叫好。

始于20世纪初以亨利·福特大量生产模式为基础的价值流模式，显然已经无法满足当今市场条件下企业所必备的战略柔性。

本书揭示了汽车行业陷于盲目提高工厂绩效，却忽略了整个系统效率和利润的问题。

分析企业如何通过精细供应链系统，而不足产量，来响应顾客需求——在顾客需要的时间和地点准确提供顾客所需的产品。

把精细生产的“拉动逻辑”扩展到顾客，能使企业避免过量生产，并在实际运作中消除高额库存和促销费用，而这些都是目前在汽车生产和销售中的主要问题，也是整个行业效益低下的根本原因。

<<第二汽车世纪>>

作者简介

马蒂亚斯·霍尔韦格是剑桥大学Judge管理学院的大学讲师。

弗里茨K.皮尔是匹兹堡大学卡茨研究生院的副教授。

<<第二汽车世纪>>

书籍目录

推荐序一 推荐序二 中文版序言 绪论 在第二汽车世纪破晓之际 第一部分 解析“订货到交付”全过程
第1章 旧习难改 第2章 数数投产前的30天 第3章 生产、配送以及我们所期待的最佳情况 第二部分 解决
财务赤字的权宜之策 第4章 卓越孤岛 第5章 产量：经营的圣杯 第6章 转换思路 第三部分 按订单生产
案例 第7章 揭开销售收入的面纱 第8章 结束争论 第四部分 响应性的三个维度：过程、产品和产量 第9
章 过程柔性和顾客需求 第10章 过程柔性和需求可视性 第11章 过程柔性和生产 第12章 过程柔性和供
应商 第13章 过程柔性和物流 第14章 产品柔性 第15章 产量柔性 结论 打破循环 注释 译者后记

<<第二汽车世纪>>

章节摘录

书摘效率与产量的神话 汽车公司认识到了他们所面临的困境并急切寻求获得启迪的途径。许多制造商将联合与并购看做实现公司涅槃的必由之路，这可以在近来不胜枚举的组合式公司名称(戴姆勒-克莱斯勒、宝马-陆虎、通用-菲亚特)中得到印证。公司高层的会议室里回响着“通过协作获取利润”、“丰富我们的产品组合”、“策划全球战略”等论调，“更有效率地生产更多的汽车会带来更大的销售量”的观念给公司合并热潮加油。反过来，高额销售量又使广告经理更加自信，并使“投资者关系”能在公司年报中不断发布销售增长的利好消息。

但是，在生产效率向销售效率的转换中，制造商们忽视了顾客这一重要角色。

尽管是无意的，但却造成了严重的后果。

营销支出始于销售链的最上端，汽车制造商因此难以全额收回单位汽车的研发成本。

由此，这种方法一方面增长了销售数量，另一方面却吃掉了利润。

两相比较，公司的长期利润下降了。

与此同时，对效率和产量的一味推进导致了一个令人烦恼的悖论。

工厂仅仅需要4个小时就可以完成库存补货生产，但汽车制造商在市场上往往维持着2个月的成品库存(就如同20世纪20年代汽车制造商们所做的那样)。

于是，尽管汽车公司在提供多样性的产品并可以高效率地生产它们，但不知为何，顾客却永远无法得到。

这不禁使人想起“火烈鸟(pinknamingo)问题”。

可能有人正在出售火烈鸟，而某地也有人正急欲购买，但双方完成交易的希望却十分渺茫。

对于火烈鸟，可以通过e, Bay(全球最大的电子商务平台)来解决，但对于汽车，解决的方法要复杂一些。

<<第二汽车世纪>>

编辑推荐

《第二汽车世纪》编辑推荐：当汽车工业步入它的第二世纪之时，已不再是一方乐土。裁员、微乎其微的利润空间、漫长的新产品上市周期、产权变更、疑虑重重的投资者、高速增长的研发和营销成本——它几乎在遭受着潘多拉工业魔盒中的每一项灾难。

在第二汽车世纪，成功的企业将不再是那些不断寻求更大生产批量或仅仅提升运营效率的企业，也不再是那些从供应商身上榨取最后一滴利润的企业，而是按照顾客个性化需求进行定制生产的企业。汽车工业在步入其诞生以来的第二个世纪之时，饱受着低利润和无法满足顾客期望的僵化价值链所带来的痛苦。

成品库存堆积在经销商仓库和遍布全球的分销中心内，而生产商的CEO们却在为工厂效率方面取得的微小利润提升而拍手叫好。

始于20世纪初以亨利·福特大量生产模式为基础的价值流模式，显然已经无法满足当今市场条件下企业所必备的战略柔性。

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>