

Mc  
Graw  
Hill  
Education

# Juran's Quality Essentials: For Leaders



管 理 名 家 精 品 系 列

约瑟夫 M.朱兰 (Joseph M.Juran) 现代质量管理之父，质量领域的“首席建筑师”

# 朱兰的 卓越领导者 质量管理精要

[美] 约瑟夫 A.笛福 (Joseph A.DeFeo) 著  
约瑟夫 M.朱兰 (Joseph M.Juran) 译  
赵晓雯 译

朱兰一生著作精华的提炼

实现卓越质量和财务表现的落地方法

实施质量变革的详细路线图

Design  
设计

Create  
创造

Assure  
保证



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



瑟夫 M.朱兰 ( Joseph M.Juran ) 现代质量管理之父 , 质量领域的 "首席建筑师"

# 朱兰 Juran's 的卓越领导者

## 质量管理精要

### Quality Essentials: For Leaders

[美] 约瑟夫 A.笛福 ( Joseph A.DeFeo ) 著  
约瑟夫 M.朱兰 ( Joseph M.Juran ) 译  
赵晓雯



Joseph A. DeFeo, Joseph M. Juran  
Juran's Quality Essentials For Leaders  
978-0-07-182591-7

Copyright ©2014 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright ©2018 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权©2018 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2017-1396 号。

## 图书在版编目（CIP）数据

朱兰的卓越领导者质量管理精要 / (美) 约瑟夫·A. 笛福 (Joseph A. DeFeo), (美) 约瑟夫·M. 朱兰 (Joseph M. Juran) 著; 赵晓雯译. —北京: 机械工业出版社, 2018. 10  
(管理名家精品系列)

书名原文: Juran's Quality Essentials For Leaders

ISBN 978-7-111-60843-1

I. ①朱… II. ①约… ②约… ③赵… III. ①质量管理 IV. ①F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 208030 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 李万宇 责任编辑: 李万宇

责任校对: 张 力 封面设计: 马精明

责任印制: 常天培

北京铭成印刷有限公司印刷

2018 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

160mm × 239mm · 17.5 印张 · 1 插页 · 237 千字

0001—4000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-60843-1

定价: 59.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线: 010-88361066

机工官网: [www.cmpbook.com](http://www.cmpbook.com)

读者购书热线: 010-68326294

机工官博: [weibo.com/cmpl952](http://weibo.com/cmpl952)

010-88379203

金书网: [www.golden-book.com](http://www.golden-book.com)

封面防伪标均为盗版

教育服务网: [www.cmpedu.com](http://www.cmpedu.com)

约瑟夫 M. 朱兰，被誉为“现代质量管理之父”，他提出了今天人们熟知的二八法则，以及著名的质量管理三部曲——“质量策划、质量控制、质量改进”。另一作者，约瑟夫 A. 笛福，是朱兰的继任者，朱兰研究院的 CEO。

本书通过客观和详细的分析，帮助读者确立质量至上的观念；传授三种通用的质量管理方法；告诉读者如何营造可持续质量文化中的领导者角色；引导领导者结合战略规划，定位自己的角色和调整质量目标。通过应用本书中朱兰质量设计模型的六个步骤，读者可以实现产品创新。在绩效表现、确保过程的可重复和符合性、业务流程管理、标杆管理方面，本书也提供了大量可借鉴的管理思想，以及可实践的管理方法，确保读者能够全方位提升自己的领导能力。

本书可以为任何国家、企业和行业的领导者，从服务业到制造业，提供关于质量管理的精准指南。

## 关于作者

---

约瑟夫 M. 朱兰，在过去 70 多年的时间里，作为企业经营绩效的先驱，被世界公认为质量管理领域的思想领袖，并被誉为“现代质量管理之父”。他提出了具有普适性的概念，“至关重要的极少数和有用的大多数”，即帕累托原理，也就是我们今天所熟知的二八法则。

朱兰博士第一次访问日本是在第二次世界大战后不久的 1954 年，并自此享誉世界。日本教授卡诺回忆说，“他在质量管理方面的造诣给这里的高管们留下了深刻的印象，他帮助“日本制造”的产品建立起了声誉，从而对日本的质量发展做出了贡献。”

作为监督委员会的创始成员，朱兰博士协助创建了美国马尔科姆·波多里奇（Malcolm Baldrige）国家质量奖。1979 年，朱兰博士创立了朱兰研究院，该研究院旨在为管理者提供研究和实用的解决方案，使得任何组织都可有质量管理的工具和方法。

1986 年，朱兰发表了著名的朱兰三部曲，作为质量管理的基本原则在世界范围内广为推崇。经过近 50 年的研究之后，他的三部曲定义了所有组织都需要进行改善的三个管理过程：质量控制、质量改进和质量策划，这也成为朱兰和朱兰研究院的代名词。

由于约瑟夫·朱兰思想的力量以及他的影响范围，商业领袖、大批的经理以及和他同业的世界范围内的理论家们，公认朱兰博士为“重要的极少数”人之一，即一位对管理理论未来发展有深刻影响的人物。在这个领域里，朱兰博士在更长的一段时间里比其他任何人做出了更多的贡献，但

是，他感觉自己的研究课题还只是浅尝辄止。“我的工作为我的同行们带来的福音，”朱兰写道，“是这伟大的未竟事业。”

朱兰博士一生完成了 20 多本著作。

**约瑟夫 A. 笛福**，朱兰全球的总裁兼首席执行官，是公认的转型变革模型和突破管理原理领域，世界一流的专家之一。笛福曾受委托以顾问的身份，通过实施卓越绩效程序来帮助商界领袖提升销量、降低成本，以及提升客户满意度。程序中包括业务流程管理，精益、六西格玛、战略规划和文化变革管理。他解决复杂问题、运用成熟的方法论和解决问题的能力，使得他成为全球行业领导者青睐的商业伙伴。

笛福先生引领朱兰研究院走向了朱兰全球，开启了业务改善的新时代。他围绕着卓越绩效和转型变革，成功地在约瑟夫·朱兰博士近 60 年前所倡导的通用法则上注入了当前的思想和策略。

笛福先生与弗兰克·格拉奇娜博士合著了《质量规划和分析》和《质量管理和分析》；与他后来的导师威廉·巴纳德博士合著了《朱兰学院的六西格玛：突破和超越》；与约瑟夫 M. 朱兰博士合著了第六版的《朱兰质量手册：卓越绩效全解》。

# 前 言

---

再写一本关于质量的书——多奇妙的想法！自1983年我在珀金埃尔默公司开始我的职业生涯，成为改善团队的推动者至今，已经有数以百计的质量方面的书籍问世。从20世纪30年代朱兰博士开始自己的职业生涯至今，质量书籍可能已有数以千计。所以为什么还要再写一本质量方面的书籍？道理很简单，因为它能够发挥作用。如果没有客户对质量的强烈关注，就不会有过去几十年常提到的六西格玛，甚至不会有当前所倡导的精益方法。这些方法以及其他一些需要遵循的方法之所以能够一直存在下去，仅仅是因为组织需要通过满足客户的需求来达到盈利或是满足预算的目的。顾客需要以更低的成本获得更优质的产品和服务。他们总是需求的更多而希望付出的更少。而质量可以为此买单并且发挥作用！所以，领导者必须熟悉并且信奉质量。

我已经在世界各地工作近30年，亲自见证了将“质量至上”视为商业战略的领导者，成功地把他们的公司做到行业内的最好。我也同样见证过那些有着同样战略的领导者，没有获得成功并很快被行业淘汰。为什么会有这样两种截然不同的结局呢？

从我的经历中总结出的经验教训与朱兰博士的总结是相似的。朱兰博士描述的经验教训大部分来自于他70年的职业生涯。最重要的经验就是，任何组织如果忽视了他们的客户及客户需求，则不可能保持成功。组织将客户需求转化为产品，如果产品能够满足需求，自然会带来良好的经济效益；如果产品不过关，则会出现相反的局面，结果就是无法避免组织的经

济损失。

要掌握如何将质量作为一种战略工具，这是会有回报的。与其他短期的方法相比，它可以促成极好的投资回报率（ROI）。朱兰的质量著作并不是关于实验设计或高级统计学的，而是关于通用性的法则，如果有效运用这些法则，能够引导你去找到正确的工具并带来组织效益。信奉质量并不困难，但它确实需要不同的思维方式。一旦掌握信奉质量所需的思维方式，就能够推进组织的经营绩效、卓越运营、精益、零缺陷，并实现经济效益。

本书的9章内容描述了质量驱动的现代企业绩效管理的核心内容。对产品质量、过程质量和人员质量的管理会带来持久的利润。这些章节是基于朱兰质量手册中的经典内容进行编撰的，而朱兰质量手册目前已出版到了第七版！本书中的内容随着时代的变迁也进行了相应的调整，但朱兰博士著作中的精髓要义在本书中依然保留。为什么呢？就像 $2 + 2$ 永远等于4，这是一个普遍法则，而这样的普遍性法则会与我们长久相伴。本书介绍的是质量管理的普遍原则，它是取得成功的必要条件，对于领导者来说是必不可少的。这也是我另写一本质量书籍的原因，就是要让新一代的领导者学习到最精华的内容。请享受本书的指导。



## 致 谢

---

追随朱兰博士这样传奇人物的足迹，撰写并编辑一本著作并不容易，而且这项工作也不可能独立完成。在我的组织团队中和我的职业生涯中，有很多我想要感谢的人，感谢他们对本书的支持，但因人数太多而无法一一提及。其中有几位，是至关重要的，应该向他们致谢。让我从朱兰博士开始表达我的感谢之情。

我要感谢朱兰研究院的创始人，约瑟夫 M. 朱兰博士，他为质量管理领域做出了诸多贡献，包括了本书五个章节的基本内容。有机会与朱兰博士一起工作近 20 年是一件幸事。他为领导者提供的清晰实用的建议总是受到欢迎并被广泛采纳。这是我与朱兰博士共事中的最大收获——如果我能为领导者提供务实的解决方案，则能为他们的成功带来更大的机会。

**R. 凯文·考德威尔**，朱兰全球的执行副总裁，是朱兰全球的一位忠实实践者，并已专注于这项事业超过 15 年。在第 7 章“确保可重复和一致性的过程”的内容中，他作为精益导师和质量专家的背景是显而易见的。如果没有凯文的知识铺垫，将无法实现在朱兰研究院实行质量控制的普遍原则。他是精益质量领域一个真正的狂热者。感谢您对这一章内容的贡献。

**布拉德·伍德，博士**，朱兰欧洲的国际常务董事，对本书的第 9 章“以标杆管理占据市场主导地位”做出了贡献。他一生的工作都致力于确立最好的标杆并分享给广大组织。他将欧洲视角带入了我们的文化及这本书中，使得我们能够满足全球支持者的需求。

**约瑟夫 A. 笛福**，朱兰全球的运营总监，以及**贾尼斯·杜赛·汤普森**，

萨特健康中心组织绩效方面的前总监，为本书第3章“营造可持续质量文化中的领导角色”做出了贡献。一个组织只有知道自己的基线是什么以及想改变成什么样，才能够做出变革。这一章和这些核心作者的体验为质量文化这个传统的主题带来了新的风貌。

最后想说的是，如果没有朱兰和麦格劳-希尔团队，也就没有这本著作的问世。

特别感谢我的助理兼副编辑蒂娜，她坚持让我完成我的编辑工作，并且协助我按时完成了这本著作。

衷心地感谢朱兰团队和合作伙伴们在执行朱兰博士的使命中所做出的贡献：杰里米·霍普夫（Jeremy Hopfer）、米歇尔·马茨克（Michelle Matschke）、奥德拉·D'奥古斯丁（Audra D'Agostino）、彼得·罗布斯泰利（Peter Robustelli）、凯特琳·泰勒（Kaitlin Tyer）、玛丽·贝思·爱德蒙（Mary Beth Edmond）、特蕾西·金（Tracey King）、乔纳森·弗兰德斯（Jonathan Flanders）、埃尔·罗尔斯顿（Er Ralston）、丹尼斯·门罗（Dennis Monroe）、约翰·厄尔利（John Early）、伊恩·费尔贝恩（Ian Fairbairn）、艾迪恩·麦克拉夫（Aideen McCrave）、布莱恩·斯托克霍夫（Brian Stockhoff）、阿德里安·杜·普莱西（Adriaan du Plessis）、鲁埃迪·巴赫曼（Ruedi Bachmann）、麦克·莫辛可斯基（Mike Moscynski）、瑞恩·沃克（Ryan Walker）、查克·奥布里（Chuck Aubrey）、汤姆·凯西（Tom Casey）和大卫·费伦（David Fearon）博士。

# 目 录

## Contents

---

关于作者

前 言

致 谢

第1章 质量至上 | 1

高品质的质量是持续经营的保障 | 1

    | 质量管理势在必行 | 2

质量影响收益和成本 | 4

质量、收入和股票市场 | 5

建立市场质量的领先地位 | 6

质量和市场份额 | 6

    | 质量优势的影响 | 7

    | 不具备质量优势 | 7

    | 排除易出故障的产品特性 | 8

消费者习惯的改变 | 9

20 世纪和质量 | 9

    | 技术的迅猛发展 | 9

    | 人身安全、健康和环境的威胁因素 | 10

    | 消费者运动 | 10

    | 愈演愈烈的国际质量竞争 | 10

21 世纪和质量 | 11

经验教训 | 12

参考文献 | 13

## 第2章 三种通用性的质量管理方法 | 14

通用性的概念 | 14

对质量的管理意味着什么? | 15

组织效能方案 | 19

质量管理: 财务和文化收益 | 20

特性对收益的影响 | 20

失效对收益的影响 | 20

失效对成本的影响 | 21

如何管理质量: 用财务进行类比 | 21

朱兰的三部曲图解 | 23

长期性和偶发性 | 23

三部曲图解和失效 | 25

参考文献 | 25

## 第3章 创建可持续质量文化中的领导者

角色 | 26

文化的定义 | 26

在组织的管理中文化需要扮演什么角色? | 27

转变文化 | 27

突破和转型变革 | 29

组织的生命力离不开突破 | 29

领导力和管理上的突破 | 34

组织架构上的突破 | 36

职能型组织 | 37

业务流程管理型组织 | 37

实现高效能的方法 | 38

聚焦外部顾客 | 39

当前绩效上的突破 | 39

文化上的突破 | 41

标准是如何形成的? | 42

标准是如何改变的? | 42

适应性的突破 | 47

适应的路径: 适应周期及前提条件 | 49

参考文献 | 54

## 第4章 结合战略规划调整质量目标 | 55

战略规划和质量: 效益 | 55

什么是战略规划和部署? | 56

质量和客户忠诚度目标 | 58

为什么要做战略部署? 获取效益 | 59

为什么要做战略部署? 规避风险 | 60

实施战略规划和部署 | 61

战略部署过程 | 61

开发战略规划和部署的要素 | 64

建立愿景 | 64

认同你的使命 | 66

制定年度目标 | 67

领导角色 | 71

- 分解并部署目标 | 72
- 向谁部署目标? | 74
- 部署的有用工具 | 74
- 以关键绩效指标 (KPI) 评估进展 | 75
- 进展评审 | 78

#### 具有竞争力的质量 | 79

- 改进方面的绩效表现 | 79
- 不良质量成本 | 80
- 产品和过程失效 | 80
- 业务流程绩效表现 | 80
- 计分卡 | 81
- 业务审核 | 82

#### 参考文献 | 84

### 第5章 产品创新 | 86

#### 抓住三部曲的第一过程：设计创新性产品 | 86

#### 朱兰质量设计模型的思想 | 87

#### 质量设计的问题 | 90

#### 朱兰质量设计模型的应用步骤 | 92

- 第1步——建立：项目和设计目标 | 92
- 第2步——定义和识别：客户 | 98
- 第3步——发现：客户需求 | 100
- 第4步——设计：产品或服务 | 110
- 第5步——开发：过程 | 118
- 第6步——交付：转移到生产运作 | 123

#### 参考文献 | 124

### 第6章 在绩效表现上实现突破 | 125

#### 突破的通用程序 | 125

长期浪费的非结构性减少 | 127

### 突破的模型和方法 | 128

突破中的经验教训 | 129

突破速度最为重要 | 130

所有的突破在逐个项目中发生 | 132

突破性项目要开展的工作永无止境 | 133

突破不会无缘由地产生 | 133

长期浪费的减少不是资本密集型的 | 134

突破性改善具有高回报率 | 134

主要的收益来自于至关重要的极少数项目 | 136

阻碍突破的因素 | 137

受到失败的打击 | 137

对授权的误解 | 137

对员工的理解 | 138

### 确保高层管理者的认可和参与 | 139

需求的验证 | 139

长期浪费的多少 | 140

### 不良质量成本与成本降低 | 140

较好的方法 | 142

### 驱动盈亏线绩效提升 | 143

结果 | 144

潜在的投资回报 | 145

### 为突破进行动员 | 148

需要正式的动员仪式 | 148

### “质量委员会”的参与者 | 149

成员资格和责任 | 149

领导者必须直面职位精简的焦虑 | 151

质量带来的帮助和卓越绩效的作用 | 152

经营计划中的突破性目标 | 152

- 目标的部署 | 153
- 项目的概念 | 154
- 帕累托法则的应用 | 154
- 有用的问题及对策 | 155

提名及选择过程 | 155

- 提名的来源 | 155
- 项目的准则 | 156
- 项目的选择 | 157
- 至关重要的极少数和有用的大多数 | 158
- 项目的成本金额 | 159
- 成本与缺陷率 | 159
- 大型和小型项目 | 160
- 复制和克隆 | 160
- 基础结构模型 | 161

团队组织 | 162

- 团队领导者 | 163
- 团队成员 | 163
- 确定项目的工作时间 | 164
- 推进者和黑带 | 164
- 推进者和黑带的资格要求 | 167
- 领导者必须理解突破的关键术语 | 168
- 纠正之前先进行诊断 | 169
- 制度化突破 | 169

评审进展 | 170

参考文献 | 171

**第7章 确保可重复和符合性的过程 | 172**

符合性和控制的界定 | 172



与质量保证的关系 | 174

反馈环路 | 175

### 反馈环路的元素 | 176

控制对象 | 177

建立测量系统 | 178

建立绩效标准：产品目标和过程目标 | 178

测量实际绩效 | 180

传感器 | 180

与标准进行比较 | 181

针对差距采取措施 | 181

关键过程 | 182

采取纠正措施 | 182

### 控制金字塔 | 184

技术控制（非人工方式） | 185

员工控制（基层劳动者） | 185

管理层控制 | 186

### 控制计划 | 186

关键质量特性：客户及其需求 | 187

符合性和控制的概念 | 188

过程能力 | 188

### 过程符合性 | 188

变化的特殊及普通原因 | 189

休哈特控制图 | 189

控制界限之间的点 | 190

超出控制界限的点 | 191

统计控制极限和允差 | 192

自我控制和可控性 | 194

对过程符合性决策的影响 | 195