



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

(第 4 版)

纺织企业管理基础

F

ANGZHI QIYE GUANLI JICHU

王 毅 潘绍来 主 编



中国纺织出版社



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

纺织企业管理基础

(第4版)

王 毅 潘绍来 主编

中国纺织出版社

内 容 提 要

本书从培养纺织应用型专门人才的实际出发,围绕现代纺织业企业管理实务操作的相关知识、技能要求,从初步认识纺织企业管理、纺织企业决策理念与方法、纺织企业营销理念与方法、纺织企业生产管理运作方法以及纺织企业成本控制与财务分析5个单元,详细全面介绍了现代纺织企业运行与管理中最基本的理论知识、实用技术和方法。本书的特点是突出纺织管理业务岗位和工作任务或项目所需的知识、技能要求,深入浅出、知识容量大、可操作性强,有利于培养学生分析问题和解决问题的能力。

本书适用于高职高专院校纺织、服装、管理等相关专业学生使用,也可作为纺织企业管理、技术人员的培训教材和参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

纺织企业管理基础/王毅,潘绍来主编.—4版.—北京:中国纺织出版社,2014.12

“十二五”职业教育国家规划教材 经全国职业教育教材审定委员会审定

ISBN 978-7-5180-0978-7

I. ①纺… II. ①王… ②潘… III. ①纺织工业—工业企业—高等职业教育—教材 IV. ①F407.816

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第213672号

策划编辑:孔会云 责任编辑:符 芬 责任校对:王花妮
责任设计:何 建 责任印制:何 建

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京千鹤印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

1990年12月第1版 1996年10月第2版

2008年2月第3版 2014年12月第4版

2014年12月第18次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:21

字数:465千字 定价:49.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

全面推进素质教育,着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才,已成为当今职业教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分,如何适应新形势下我国教学改革要求,与时俱进,编写出高质量的教材,在人才培养中发挥作用,成为院校和出版人共同努力的目标。2012年11月,教育部颁发了教高[2012]21号文件《教育部关于印发第一批“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材书目的通知》(以下简称《通知》),明确指出我国本科教学工作要坚持育人为本,充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用。《通知》提出要以国家、省(区、市)、高等学校三级教材建设为基础,全面推进,提升教材整体质量,同时重点建设主干基础课程教材、专业核心课程教材,加强实验实践类教材建设,推进数字化教材建设。要实行教材编写主编负责制,出版发行单位出版社负责制,主编和其他编者所在单位及出版社上级主管部门承担监督检查责任,确保教材质量。要鼓励编写及时反映人才培养模式和教学改革最新趋势的教材,注重教材内容在传授知识的同时,传授获取知识和创造知识的方法。要根据各类普通高等学校需要,注重满足多样化人才培养需求,教材特色鲜明、品种丰富。避免相同品种且特色不突出的教材重复建设。

随着《通知》出台,教育部组织制订了“十二五”职业教育教材建设的若干意见,并于2012年12月21日正式下发了教材规划,确定了1102种“十二五”国家级教材规划选题。我社共有47种教材被纳入国家级教材规划,其中本科教材26种,职业教育47种。26种本科教材包括了纺织工程教材12种、轻化工程教材4种、服装设计与工程教材10种。为在“十二五”期间切实做好教材出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性,使教材内容具有以下几个特点:

(1) 坚持一个目标——服务人才培养。“十二五”职业教育教材建设,要坚持育人为本,充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用,充分体现我国改革开放30多年来经济、政治、文化、社会、科技等方面取得的成就,适应不同类型高等学校需要和不同教学对象需要,编写推介一大批符合教育规律和人才成长规律的具有科学性、先进性、适用性的优秀教材,进一步完善具有中国特色的普通高等教育本科教材体系。

(2) 围绕一个核心——提高教材质量。根据教育规律和课程设置特点,从提高学生分析问题、解决问题的能力入手,教材附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景,章后附形式多样的习题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力,提升

学生科技素养和人文素养。

(3) 突出一个环节——内容实践环节。教材出版突出应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容。

(4) 实现一个立体——多元化教材建设。鼓励编写、出版适应不同类型高等学校教学需要的不同风格和特色教材;积极推进高等学校与行业合作编写实践教材;鼓励编写、出版不同载体和不同形式的教材,包括纸质教材和数字化教材,授课型教材和辅助型教材;鼓励开发中外文双语教材、汉语与少数民族语言双语教材;探索与国外或境外合作编写或改编优秀教材。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

第4版前言

本书自20世纪90年代初面世以来,一直作为纺织、服装、轻化、针织等相关专业学生掌握纺织企业管理业务技能的指定教材,也成为数十万纺织企业技术人员熟悉的一本专业用书。伴随着20多年来纺织行业的一系列发展变化,本书先后进行了二次重大修订,尤其是2007年底的修订,适逢国家推进高职教育教学改革如火如荼,本教材开发团队的成员以奋战在各自国家示范和骨干职业院校建设项目的教学改革一线的体验,对工学结合的教材有了新的感悟,将一些最新的教学理念和教改成果融入到教材之中,内容设计紧密结合纺织行业企业的管理实践,修订后赢得了各界的好评。

此次适逢“十二五”职业教育国家规划教材建设,本教材在保留原有特色的基础上组织了第三次修订。修订主要体现在以下几点:一是基于纺织企业最新的管理理念和管理模式,更强调对学生纺织企业管理素质的培养;二是结合纺织企业管理业务能力标准,对相关内容大胆地进行了整合和序化;三是淘汰了一些不太实用或没必要介绍的内容,更新了一些过时的训练案例。通过以上的修订,以期成为纺织高职院校适用性更强的精品教材。

为适应不同院校的课时要求,下表提出了本课程在不同专业及三种课时(学分)配置下的授课课时与实训安排,以供参考。

序号	篇章		课时分布		
			1	2	3
1	第一单元 走进纺织企业管理	第一章 纺织企业管理	4	4	4
2	第二单元 纺织企业决策理念与方法	第二章 纺织企业决策战略理念	3	2	2
		第三章 纺织企业决策方法	3	2	2
3	第三单元 纺织企业营销理念与方法	第四章 纺织企业营销理念	2	2	2
		第五章 纺织企业营销策略	2+2※	2+2※	2+2※

续表

序号	篇章		课时分布		
			1	2	3
4	第四单元 纺织企业生产管理运作方法	第六章 纺织企业生产组织管理	4+2※	4+2※	2+2※
		第七章 纺织企业工艺管理	4	2	2
		第八章 纺织企业设备管理	4	2	2
		第九章 纺织企业供应链管理	4	4	2
		第十章 纺织企业质量管理	4+2※	2+2※	2+2※
5	第五单元 纺织企业成本控制与财务分析方法	第十一章 纺织企业成本控制	4	4	2
		第十二章 纺织企业财务分析	2+2※	2	2
合计			48	40	32

※表示可作为实训安排学生上机实验或研讨。

参加本书编写的有：江苏工程职业技术学院张震（第一章）、王毅（前言、第二章）、潘绍来（第九章）、金永安（第七章、第八章）；河南工程学院张建华（第六章）、姚文喜（第三章、第五章）；武汉职业技术学院阮喜珍（第十章）；盐城工业职业技术学院徐宏桂（第十二章）；浙江工商职业技术学院王若明（第四章）；常州纺织服装职业技术学院钱华生（第十一章）。全书由王毅、潘绍来主编。

由于编者水平的限制，在内容设计、结构体系以及实例选取等方面难免有不当之处，敬请各位专家、读者批评指正，我们会在下次再版时继续修订补充，以使其日臻完善。

编 者
2014年2月

第1版前言

本教材是根据纺织工业部教育司组织制订的中等纺织专业学校企业管理课程教学大纲和教材编写提纲编写的,适用于棉纺织、毛纺织专业,也可供其他非企业管理类纺织专业参考。

本教材完成初稿后,曾请河北纺织工业学校、河南纺织工业学校、上海第一纺织工业学校、南通纺织工业学校以及天津纺织工学院等单位会审,由常州纺织工业学校蒋介景主审,提出了中肯的修改意见后,编者根据这些意见进行了修改和补充。

由于编者水平有限,加上时间仓促,书中难免存在不妥之处,热忱希望读者批评指正。

编 者
1990年8月

第2版前言

《纺织企业管理基础》是由中国纺织总会教育部组织编写的、供中等纺织专业学校使用的系列教材之一。本书从1990年12月第一版出版四年以来,先后共发行了近五万册,受到了全国各兄弟学校师生与纺织企业各级管理人员的欢迎。但鉴于现时期我国的经济发展正处于从计划经济向市场经济的转型时期,及时地反映企业管理方面的成熟经验和改革动态是十分必要的。为此,为适应现代纺织工业对企业管理人员培养的需要,本书作者根据当前纺织工业的发展形势,对原书中的某些章节及其具体内容做了重大变动,力图使其结合我国纺织工业的实情,以求反映企业管理的新成果。

参加本书修订的有:安徽纺校李庆华(第十章);常州纺校张瑞荣(第五章)、刘伟中(第八章);南通纺校张震(第一章、第二章二、三、四节)、顾锦林(第二章一、五、六节)、王水华(第六章)、潘绍来(第七章)、李长遂(再版序言、绪论);盐城纺校徐宏桂(第三章);上海一纺校马元娟(第四章);宁波纺校邵云水(第九章)。

本书由南通纺校高级讲师李长遂任主编,常州纺校高级讲师蒋介景任主审。

本书在修订过程中得到了中国纺织总会教育部职教处贾成文处长、中国纺织出版社第三编辑部张建副编审及中国纺织大学旭日工商管理学院市场营销系主任孙景奎教授的热情指导;同时,还参考了有关书刊和文献资料等,在此一并表示感谢。

由于时间紧,编者水平有限,书中难免尚存不妥之处,敬请各位专家、读者批评指正。

编 者
1996年3月

第3版前言

由原中国纺织总会教育部组织编写的《纺织企业管理基础》教材,1990年12月出版第一版,1996年10月出版第二版。自出版以来,先后发行数万册,受到读者的广泛好评。该书第一版和第二版由南通纺织职业技术学院原高级讲师李长遂同志担任主编。当中国纺织出版社根据新形势和实践要求提出对该教材进行再次修订时,李长遂同志由于年龄、身体等原因,提出再次担任这个任务有一定的困难,并热情地向出版社推荐了新的主编人选。根据各方面意见,最后由富有教学经验和工厂管理经历的一线教师组成了新的编写组。

第三版编写组针对高等职业教育培养面向生产一线的高等技术应用性人才的目标,紧密结合纺织企业实际,在吸收国内外现代管理理论精华的基础上,基于管理能力存在于具体的管理行动之中的理念,以管理实践为主线,以工作岗位为导向,按照现代纺织企业决策者、营销者、生产组织者、工艺管理者、设备管理者、质量管理者、财务管理者等岗位要求的知识与技能来组织教学内容,把管理实践的过程设计为学习的过程。

教材每章均以纺织企业管理案例引入,着重介绍怎么做、如何做,力求通俗易懂,注重案例分析及图表的运用。

参加本书编写的有:南通纺织职业技术学院张震(第一章)、王毅(前言、第二章)、潘绍来(第九章)、金永安(第七章、第八章);河南工程学院张建华(第六章)、姚文喜(第三章、第五章);武汉职业技术学院阮喜珍(第十章);盐城纺织职业技术学院徐宏桂(第十二章);浙江纺织服装职业技术学院王若明(第四章);常州纺织服装职业技术学院钱华生(第十一章)。全书由王毅任主编,潘绍来、张建华任副主编。

由于本教材进行了一些新的尝试,同时限于编者水平,本书不足之处在所难免,敬请各位专家、读者不吝指正。

编 者
2008年1月

目录

第一单元 走进纺织企业管理

第一章 纺织企业与管理	1
第一节 企业设立与企业系统	2
一、企业设立的基本条件	2
二、企业设立登记、注册的基本流程	4
三、企业系统与组织构架	7
第二节 企业管理概述	12
一、管理的含义与职能	12
二、企业管理的内容、方法与手段	12
三、企业管理基本理论及其发展	14
四、现代企业制度	18
第三节 纺织企业管理	21
一、我国纺织工业概况	21
二、纺织企业管理的基础工作	23
三、纺织企业管理者的角色与应具备的素质	27
技能实训	29
案例综合分析	29

第二单元 纺织企业决策理念与方法

第二章 纺织企业决策战略理念	31
第一节 纺织企业发展战略与核心竞争力分析	32
一、纺织企业决策者的战略分析	32
二、企业文化与核心竞争力	36
三、纺织企业的战略定位	42
第二节 纺织企业的基本战略	45
一、纺织企业品牌战略	45
二、纺织企业人才战略	48
三、纺织企业资本运营战略	49

技能实训	52
案例综合分析	52
第三章 纺织企业决策方法	53
第一节 纺织企业决策过程	54
一、企业决策及特征	54
二、纺织企业的决策过程	55
第二节 纺织企业决策方法	59
一、定性分析法	60
二、定量分析法	62
技能实训	71
案例综合分析	71

第三单元 纺织企业营销理念与方法

第四章 纺织企业营销理念	72
第一节 纺织企业市场营销观念	73
一、从纺织企业营销者的角度分析自己	73
二、纺织企业市场营销观念的发展历程	75
第二节 纺织企业市场细分与目标市场选择	76
一、纺织企业市场细分	77
二、纺织企业目标市场的选择策略	81
三、纺织企业目标市场的定位策略	84
技能实训	86
案例综合分析	86
第五章 纺织企业营销策略	88
第一节 纺织企业经营业务的基本流程及其管理	88
一、纺织企业的基本业务流程图	88
二、具体业务流程及其管理	89
第二节 纺织企业产品策略	92
一、产品及其功能	92
二、产品生命周期	94
三、产品组合策略	99
四、品牌策略	100
第三节 纺织企业价格策略	103
一、产品价格构成及其影响因素	103
二、企业定价过程	105

三、产品定价方法	106
四、定价策略	107
第四节 纺织企业分销渠道策略	109
一、分销渠道概述	109
二、产品分销渠道的影响因素分析	111
三、分销渠道策略	111
第五节 纺织企业促销策略	112
一、促销概述	112
二、促销策略	114
技能实训	118
案例综合分析	118

第四单元 纺织企业生产管理运作方法

第六章 纺织企业生产组织管理	120
第一节 纺织企业生产运作系统	121
一、纺织企业生产管理者的角色与必备的素质、技能	121
二、纺织企业生产运作系统的构成和特点	122
三、纺织企业生产运作系统的管理要求	124
第二节 纺织企业生产过程组织	126
一、纺织企业生产过程	126
二、纺织企业生产类型	127
三、纺织企业运转管理	128
四、纺织企业现场管理	130
第三节 纺织企业生产计划	133
一、纺织企业生产计划的主要指标及定额	134
二、纺织企业生产能力的确定	138
三、纺织企业生产计划的编制	139
四、纺织企业生产作业计划的编制、执行与控制	143
第四节 纺织企业生产绩效管理	148
一、生产绩效管理	148
二、纺织企业薪酬管理	153
技能实训	155
案例综合分析	156
第七章 纺织企业工艺管理	157
第一节 纺织企业工艺管理的内容和要求	158
一、纺织企业工艺管理的主要内容	158

二、纺织企业工艺管理的基本要求	159
三、纺织企业工艺责任	159
第二节 纺织企业工艺设计与工艺研究	164
一、纺织企业工艺设计的内容与要求	164
二、纺织企业工艺设计	165
三、纺织企业工艺研究	170
第三节 纺织企业日常工艺管理	173
一、纺织企业日常工艺管理的工作	173
二、纺织企业工艺审批制度	173
三、纺织企业工艺纪律	174
四、纺织企业工艺上机检查	175
技能实训	177
案例综合分析	177
 第八章 纺织企业设备管理	180
第一节 纺织企业设备管理及管理者的素质技能要求	181
一、纺织企业设备管理的意义	181
二、纺织企业设备管理的任务和内容	183
三、纺织企业设备管理者的素质与技能要求	184
第二节 纺织企业设备的选型与购置	185
一、纺织企业设备选型与购置的工作程序	185
二、纺织企业设备的选型与购置	187
三、纺织企业设备的安装与使用初期管理	189
四、纺织企业设备资产档案管理	190
第三节 纺织企业设备的使用、维护与修理	192
一、纺织企业设备技术状态及完好标准	192
二、纺织企业设备的使用管理	194
三、纺织企业设备的维护保养	196
四、纺织企业设备的检查	197
五、纺织企业设备维修	199
六、纺织企业设备的改造与更新	203
技能实训	206
案例综合分析	206
 第九章 纺织企业供应链管理	207
第一节 纺织企业供应链管理概述	208
一、纺织企业供应链	208
二、纺织企业供应链管理	209

三、纺织企业供应链管理相关人员的素质与技能	213
第二节 纺织企业供应链采购管理	214
一、纺织企业采购业务流程	215
二、纺织企业供应链采购管理	215
三、纺织企业采购流程的变革	218
第三节 纺织企业供应链库存控制与物料管理	219
一、纺织企业供应链模式下的库存控制	219
二、纺织企业物料管理	222
技能实训	226
案例综合分析	226
 第十章 纺织企业质量管理	228
第一节 纺织企业质量管理概述	229
一、质量管理及其发展	229
二、纺织企业全面质量管理	233
三、纺织企业质量管理与控制的基本内容	238
四、纺织企业质量成本与控制	240
第二节 质量管理体系与纺织企业质量认证	242
一、质量管理体系	242
二、纺织企业质量认证	244
第三节 纺织产品质量分析与控制	246
一、纺织产品的质量数据	246
二、常用的质量统计工具	248
三、纺织企业质量管理新七种工具	255
技能实训	257
案例综合分析	258

第五单元 纺织企业成本控制与财务分析方法

第十一章 纺织企业成本控制	261
第一节 纺织企业成本与费用	262
一、纺织企业的成本与费用分类	262
二、纺织企业成本核算的基本要求及方法简介	263
第二节 纺织企业成本分析	270
一、标准成本和成本差异分析	270
二、目标成本与目标利润	276
第三节 纺织企业成本控制	278
一、纺织企业成本控制程序	278

二、纺织企业成本控制方法	280
技能实训	282
案例综合分析	283
第十二章 纺织企业财务分析	285
第一节 纺织企业财务分析	287
一、纺织企业财务分析的意义	287
二、纺织企业财务分析主体	287
三、纺织企业财务分析的依据	288
四、纺织企业财务分析的内容	292
五、纺织企业财务分析的方法	293
第二节 纺织企业财务分析指标体系	294
一、偿债能力分析	295
二、营运能力分析	299
三、盈利能力分析	302
四、现金流量分析	307
第三节 纺织企业财务综合分析 with 财务报告撰写	309
一、纺织企业财务综合分析	309
二、财务分析报告的撰写	311
技能实训	315
案例综合分析	316
参考文献	318

第一单元 走进纺织企业管理

第一章 纺织企业与管理

● 本章学习目标 ●

1. 了解企业设立的条件、企业的类型和企业系统的构成等企业基本运行环境。
2. 掌握企业登记、注册、开办的基本流程。
3. 了解企业管理内涵及职能。
4. 了解纺织企业管理的基本内容、纺织企业管理的基础工作和纺织企业管理者角色以及应具备的素质与技能。
5. 通过查阅相关网站,获取有关企业管理的资料,并能运用所学知识对相关现象及问题进行评析。

[导入案例] 创新驱动转型升级 自主品牌发力突围(选编自《纺织服装周刊》)

2012年,波司登集团实现了提升品牌价值、开拓两个市场的精彩“蝶变”:波司登羽绒服18年蝉联中国市场销售第一名;连续16年作为唯一代表发布中国防寒服流行趋势;品牌价值达到245.08亿元,蝉联纺织服装业首位。该公司还获得国务院颁发的“全国就业先进企业”荣誉称号、亚洲卓越质量奖及工信部“国家级两化深度融合示范企业”等殊荣。同年,波司登伦敦旗舰店暨欧洲总部在英国伦敦最繁华的牛津商业街区盛大开业。这份漂亮的成绩单来之不易,其中闪现着集团董事局主席高德康作为中国领袖级企业家的运筹帷幄,更凝聚着波司登人的集体智慧和勤奋努力。在高德康看来,创新驱动、企业转型及品牌提升,是企业未来发展的新方向。改变成本导向竞争与价格竞争模式,转向靠服务和产品质量提高、靠品牌附加值提升增强核心竞争力,赢得发展新优势,是传统产品转型升级的必由之路。

创新驱动,增强发展新动力 高德康表示,中央提出实施创新驱动战略,打造中国经济新的核心竞争力。落实到纺织企业,就是要提高自主创新能力,做好结构调整和转型升级,从低水平制造、数量型增长向质量效益转变,向价值产业链的高端迈进。90s,这是波司登生产一件