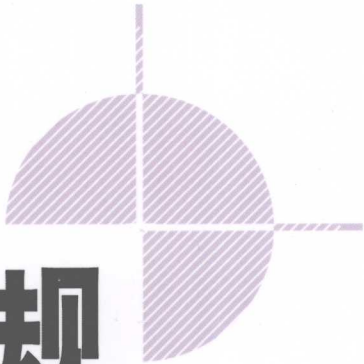


全国高职高专印刷包装专业教材 ▶▶

现代印刷 企业管理与法规



- 陈 梅/主 编
- 蒋小花/副主编
- 陈璧辉/主 审



印刷工业出版社

全国高职高专印刷包装专业教材

现代印刷企业管理与法规

主 编 陈 梅
副主编 蒋小花
主 审 陈璧辉

印刷工业出版社

内容提要

本书分十二章,由管理和法规两部分组成,内容涉及现代印刷企业管理概论、印刷企业经营战略、印刷生产技术管理、设备管理、市场营销、物资资源管理、人力资源管理、印刷企业的设立、变更与终止、合同管理、印刷品承印、内容和质量管理、违法行为及其法律责任等。

本书内容强调基础性和实用性,以管理方法和法规的介绍及如何运用为重点,法规部分附有应用案例,并结合内容引出思考题,以考察学生的知识运用能力。本书适合作为印刷高职高专院校相关课程的教材使用。

图书在版编目(CIP)数据

现代印刷企业管理与法规/陈梅,蒋小花编.—北京:印刷工业出版社,2007.9

全国高职高专印刷包装专业教材

ISBN 978-7-80000-676-0

I. 现… II. ①陈…②蒋… III. ①印刷工业-工业企业管理-高等学校:技术学校-教材②印刷工业-工业企业管理-法规-中国-高等学校:技术学校-教材 IV. F407.846 D922.292

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第137602号

现代印刷企业管理与法规

主 编:陈 梅

副主编:蒋小花

主 审:陈璧辉

责任编辑:魏 欣

出版发行:印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编:100036)

经 销:各地新华书店

印 刷:河北省高碑店鑫宏源印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16

字 数:265千字

印 张:13.25

印 数:1~3000

印 次:2007年9月第1版 2007年9月第1次印刷

定 价:29.00元

ISBN: 978-7-80000-676-0

如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话:010-88275707,88275602

出版前言

20世纪80年代以来的20多年时间,在世界印刷技术日新月异的飞速发展浪潮中,中国印刷业无论在技术还是产业层面都取得了长足的进步。桌面出版系统、激光照排、CTP、数字印刷、数字化工作流程等新技术、新设备、新工艺在中国印刷业得到了普及或应用。

印刷产业技术的发展既离不开高等教育的支持,又给高等教育提出了新要求。近20多年时间,我国印刷高等教育与印刷产业一起得到了很大发展,开设印刷专业的院校不断增多,培养的印刷专业人才无论在数量还是质量上都有了很大提高。但印刷产业的发展急需印刷专业教育培养出更多、更优秀的应用型技术管理人才。

教材是教学工作的重要组成部分。印刷工业出版社自成立以来,一直致力于专业教材的出版,与国内主要印刷专业院校建立了长期友好的合作关系。但随着产业技术的发展,原有的印刷专业教材无论在体系上还是内容上都已经落后于产业和专业教育发展的要求。因此,为了更好地服务于印刷包装高等职业教育教学工作,遵照国家对高等职业教育的定位,突出高等职业教育的特点,我社组织了北京印刷学院、上海出版印刷高等专科学校、深圳职业技术学院、安徽新闻出版职业技术学院、天津职业大学、杭州电子科技大学、郑州牧业工程高等专科学校、湖北职业技术学院等主要印刷高职院校的骨干教师编写了“全国高职高专印刷包装专业教材”。

这套教材具有以下优点:

- 实用性、实践性强。该套教材依照高等职业教育的定位,突出高职教育重在强化学生实践能力培养的特点,教材内容在必备的专业基础知识理论和体系的基础上,突出职业岗位的技能要求,所含教材均为高职教育印刷包装专业的必修课,是国内最新的高职高专印刷包装专业教材,能解决当前高等职业教育印刷包装专业教材急需更新的迫切需求。

- 编者队伍实力雄厚。该套教材的编者来自全国主要印刷高职院校,均是各院校最有实力的教授、副教授以及从事教学工作多年的骨干教师,对高职教育的特点和要求十分了解,有丰富的教学、实践以及教材编写经验。

- 覆盖面广。该套教材覆盖面广,从工艺原理到设备操作维护,从印前到印刷、印后,均为高职教育印刷包装专业的必修课,迎合了当前的高职教学需求,为解决当前高等职业教育印刷包装类专业教材的不足而选定。

经过编者和出版社的共同努力,“全国高职高专印刷包装专业教材”的首批教材已经进入出版流程,希望本套教材的出版能为印刷专业人才的培养做出一份贡献。

印刷工业出版社
2007年6月

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

印刷专业技能基础·····	魏庆葆	主编
数字印前技术·····	郝清霞	编著
印刷色彩管理·····	田全慧	编著
组版技术·····	翟 铭	编著

全国高职高专印刷包装专业教材

印刷概论·····	王利婕	主编
印刷原理与工艺·····	何晓辉	主编
数字印刷与计算机直接制版技术·····	胡维友	主编
制版原理与工艺·····	郝晓秀	主编
印刷电工电子学·····	曹少中	主编
印刷色彩学·····	武 兵	主编
胶印机操作与维修·····	严永发	编著
印刷品质量检测与控制·····	何晓辉	主编
现代印刷企业管理与法规·····	陈 梅	主编
印刷材料·····	阎素斋	编著
特种印刷技术·····	王德本	主编
印后加工设备及工艺·····	马静君	编著
印刷专业英语·····	程常现	编著

前 言

印刷技术发展迅速，向所有从事印刷业的管理者提出了严峻的挑战。日益严格的质量要求和激烈的价格竞争，需要具备全新的管理技能和全新的管理态度来面对技术创新。印刷企业管理作为生产关系的一种表现形态，必然伴随印刷技术的变革而呈现出新的重要变化。一直以来，我国印刷业存在着劳动生产力低下、中低档生产能力过剩、从业人员素质偏低、管理不规范、法制意识和现代经营观念淡薄、中高层管理人员管理水平亟待提高等问题，但同时，又出现了大量的以民营为主体的中小型印刷企业，它们机制灵活、应市而长，具有旺盛的生命力。因此，为适应新形势的需要，建立学习型组织，全面提升管理人员的素质和管理水平，培养既具有一定专业技术理论与实践能力，又具有现代管理理论和法律知识的新型综合性人才势在必行。

本书在编写过程中主要突出以下几点：

1. 吸收和借鉴西方较为成熟的管理理论和方法，结合我国实际，力求体现国家经济体制改革对企业提出的新要求和已经采取的重大举措，在内容体系设计上力争有所创新。本书共有 12 章，由管理和法规两大部分组成。

2. 力求突出本学科最新研究成果，体现教材的新颖性，如现代企业制度、设备综合管理、现代生产管理方式、印刷法律法规等最新内容。

3. 本书理论知识以必需、够用为度，以管理方法和法规的介绍和如何运用为重点，突出实用性。法规部分附有应用案例，并结合所学内容引出思考题，以考察学生的知识运用能力。

4. 难易适中，上下兼顾，通俗易懂，强调基础性和通俗性，是提升印刷企业的综合素质、推动印刷企业实施现代化管理制度、增强核心竞争力、在印刷企业建立学习型组织的指导性图书。

本书是具有多年教学及实践经验的团队作品。本书由杭州电子科技大学陈梅任主编，蒋小花任副主编。编写分工为：陈梅编写第一章、第二章、第三章、第六章、第七章和第八章，陈文革编写第四章和第五章，蒋小花编写第九章、第十章、第十一章和第十二章，本书由陈梅负责总纂，由陈梅、蒋小花参与统稿和定稿工作。本书适合印刷企业管理人员、营销人员及希望在印刷企业中自我提升的其他工作人员、院校印刷专业的学生、准备在印刷行业从事创业的人员等阅读。

本书由陈璧辉教授担任主审，他对本书的总体设计与构思提出了不少有益的指导

性意见。本书在编写过程中参考和采纳了同类教材和有关论著的观点，得到印刷工业出版社及有关单位领导的大力支持，在编写过程中得到赵生洪高级会计师、蔡建栋高级工程师的热忱帮助，得到了杭州电子科技大学方小玲老师、湖南科技学院杨益华老师的大力支持和帮助，在此一并表示诚挚的感谢。

限于作者的水平，书中难免存在疏漏和不妥之处，恳请读者批评指正。

编 者

2007 年 7 月

目 录

第一章 印刷产业分析与展望	1
第一节 国内印刷产业分析	1
一、印刷业的发展历程	1
二、中国印刷产业现状	2
三、印刷产业特征	6
第二节 世界主要国家和地区印刷业现状	8
一、世界印刷市场格局分析	8
二、世界主要国家和地区印刷市场分析	8
第三节 印刷产业展望	11
一、印刷产业成就与问题	11
二、印刷业发展趋势分析	12
三、印刷发展重点	13
第二章 现代印刷企业管理概论	15
第一节 管理与管理思想演变	15
一、管理的概念	15
二、管理的性质与职能	16
三、管理思想演变	17
第二节 现代印刷企业及企业管理	21
一、现代印刷企业含义	21
二、企业管理的概念与任务	23
三、现代企业管理发展的主要趋势	24
第三节 现代企业管理组织和企业制度	25
一、管理组织设计	25
二、现代企业制度	30
第四节 印刷企业文化与企业形象	31
一、企业文化	31
二、企业形象	33
第三章 印刷企业经营战略	36
第一节 印刷企业战略管理	36

一、企业战略的含义	36
二、企业战略的构成要素与层次	37
三、战略管理基本思路	38
四、印刷企业经营战略管理过程	39
第二节 印刷企业战略环境分析	40
一、企业宏观环境	41
二、行业环境分析	42
三、企业内部条件分析	45
第三节 印刷企业的经营战略	46
一、企业基本竞争战略	46
二、企业的成长战略	48
三、企业战略的分析方法	49
第四章 印刷企业生产技术管理	52
第一节 印刷企业生产管理内容	52
一、印刷企业生产管理任务	52
二、印刷企业的生产管理与其它管理领域的联系	53
三、印刷企业的生产过程组织	54
四、印刷企业生产过程组织形式	56
五、生产经营成本控制	61
第二节 工艺流程标准化运作管理	63
一、工艺流程标准化工作	63
二、工艺流程标准化运作	64
三、重点工序标准化要求	66
第三节 印刷生产作业计划及编制	68
一、印刷企业生产作业计划与控制	69
二、印刷企业生产作业计划的执行	69
三、生产研究与生产评价	70
第四节 印刷企业先进生产管理介绍	71
一、现场管理	71
二、目视管理	74
三、看板管理	76
第五章 印刷企业设备综合管理	80
第一节 设备管理基本内容	80

一、设备管理的内容	80
二、设备管理的任务	81
三、印刷企业设备的分类	82
四、设备管理工作中的注意事项	83
第二节 设备的选择与使用	83
一、设备的选择	84
二、设备的选择评价	85
三、设备的合理使用	87
第三节 设备的维护与修理	89
一、设备的磨损规律	89
二、设备故障规律	90
三、设备的检查与监测	91
四、设备的维护与修理	93
五、设备的维修计划	95
第四节 设备的改造与更新	96
一、设备改造	96
二、设备更新	98
第六章 印刷市场与销售	102
第一节 市场	102
一、市场与市场营销	102
二、印刷市场研究	103
三、市场营销	104
第二节 印刷企业营销战略	105
一、印刷市场细分	105
二、目标市场	107
三、市场定位	108
四、印刷企业市场营销组合策略	109
第三节 销售	113
一、个性与态度	113
二、技能	114
三、销售人员的激励和报酬	115
第四节 印刷企业客户关系管理	116
一、印刷企业客户关系管理的概念	116
二、基于客户关系管理的服务体系的界定	116

三、基于客户关系管理的服务体系的架构·····	117
第七章 印刷物资资源管理·····	120
第一节 物资管理概述·····	120
一、印刷物资的分类·····	120
二、物资管理职责·····	121
三、物资管理与其他管理领域的关系·····	121
第二节 采购管理·····	122
一、采购职能·····	122
二、集中采购和分散采购·····	123
三、采购的质量管理·····	124
第三节 库存管理·····	125
一、库存控制的特征·····	125
二、ABC 管理法·····	126
三、库存控制的方法·····	126
第四节 印刷企业的供应链物流管理·····	128
一、物流管理与供应链管理·····	128
二、印刷企业的供应链物流管理·····	129
三、印刷企业供应链物流管理面临的困难·····	130
四、印刷企业供应链物流管理策略·····	131
第八章 印刷企业人力资源管理·····	133
第一节 印刷企业人力资源管理的概念及基本内容·····	133
一、人力资源的含义及特点·····	133
二、现代印刷企业人力资源管理与传统人事管理的区别·····	134
三、人力资源管理的职能·····	136
第二节 人力资源开发·····	137
一、选聘和测试·····	137
二、培训和发展·····	139
三、激励·····	140
第三节 人力资源规划·····	144
一、人力资源规划的任务及内容·····	144
二、人力资源规划的程序·····	144
三、人力资源的供求预测·····	144
第四节 人力资源评价·····	145

一、绩效考评的含义	145
二、工作评价和人员评价	145
三、绩效考评的功能	149
第九章 印刷企业的设立、变更和终止	152
第一节 印刷企业设立的基本制度	152
一、印刷经营许可制度	152
二、印刷经营许可制度的基本原则	153
第二节 印刷企业的设立	153
一、印刷企业设立的条件	154
二、印刷企业的设立程序	160
第三节 印刷企业的变更和终止	162
一、印刷企业的变更	162
二、印刷企业的终止	162
第十章 印刷合同管理制度	164
第一节 印刷合同的概念和特征	164
一、概念	164
二、特征	165
第二节 印刷合同的订立和效力	166
一、合同订立的含义	166
二、印刷合同订立的主要内容	166
三、印刷合同的订立程序	168
四、印刷合同效力的有效要件	169
五、欠缺生效要件合同	169
第三节 印刷合同的履行、变更和解除	170
一、印刷合同的履行	170
二、印刷合同的变更	172
三、合同的解除	173
第四节 违约责任	174
一、违约责任的含义	174
二、违约责任特征	174
三、违约责任和缔约责任的区分	175
四、承担违约责任的方式	176

第十一章 印刷品承印、内容和质量管理制度	177
第一节 印刷品承印管理制度	177
一、承印验证制度	178
二、承印登记制度	179
三、印刷品保管制度	180
四、印刷品交付制度	180
五、印刷残次品销毁制度	180
第二节 印刷品内容管理制度	181
一、出版物内容管理	181
二、包装装潢印刷品内容管理	182
第三节 印刷品质量管理制度	187
一、书刊印刷产品质量的含义	187
二、书刊印刷的全过程管理	187
三、书刊印刷的主要质量标准	188
四、印刷产品质量评价	189
第十二章 违法行为及其法律责任	191
第一节 违法行为概述	191
一、违法行为的含义	191
二、违法行为的分类	192
第二节 法律责任概述	192
一、法律责任的含义	192
二、法律责任的分类	192
三、法律责任的构成	194
第三节 印刷环节的违法行为与法律责任	195
一、与印刷有关的行政人员渎职行为	195
二、违法设立印刷企业的行为	195
三、违反印刷内容管理的行为	196
四、违反印刷企业经营管理的行为	196
参考文献	200

第一章 印刷产业分析与展望

第一节 国内印刷产业分析

公元6~7世纪,我国发明了雕版印刷,1048年前后,北宋毕昇发明了活字印刷,使我国成为世界上最早发明活字印刷术的国家。印刷术是人类文明的标志,进步的阶梯,不仅对中国古老而辉煌的历史文化发展起到了巨大的推动作用,而且对整个人类的文明进步事业产生了重大而深远的影响。

随着中国经济的腾飞,中国的印刷行业也得到了长足的发展。印刷业是个相当庞杂的行业,它不仅内部细分行业多,也涉及了很多相关的行业,可以说,它是一个巨大的行业体系,同时也是一个历史悠久的行业体系。它正一步步深入生产、生活,并一步步壮大、发展,形成一个大的工业整体,呈现出一派生机勃勃的景象。

一、印刷业的发展历程

中华民族在古代重要的四大发明——印刷、指南针、火药、造纸之中,以印刷术对促进世界人类文明的贡献最大,影响也最为深远。世界名人马克思、雨果、培根等都曾给予高度评价,说它是“推动人类文明进步的杠杆”、“一切革命的胚胎”、“改变了全世界表面和一切事物状态”。中国民主革命的先驱孙中山先生更把它排在食、衣、住、行之后,视为人类生活必需的五大要素之一,并说“人类非此无由进步”。

从印刷术发展过程来看,中国对世界的贡献最早可以追溯到公元前秦、汉时流行的印章、捺印和公元4世纪出现的碑刻石鼓文,尤其是纸的发明和改进,多种物质、技术和社会条件的综合,导致隋唐时发明了雕版印刷,并先后传至朝鲜、日本、越南等国,进而又影响到非洲和欧洲。11世纪末,毕昇发明的活版印刷在人类文明与进步史上又写下了浓重的一笔。

近代印刷技术应该以约翰·古登堡设计出第一套完整的印刷系统为开端,距今已有五百多年的历史。当时,印刷工厂仅能印刷单一颜色的文字和线条,专家称此为第一代印刷技术。

随后的第一个变化始于 18 世纪中期, 由于应用照相技术, 曝光后的印版上形成深浅变化不同的部分, 可以承载薄厚不同的油墨, 实现了类似于照片效果的阶调连续变化的单色图像印刷。这种印刷效果, 极大促进当时广告业的繁荣, 催生了期刊类媒体, 对科技和商业的发展, 起到了重要的推动作用。照相技术引入印刷制版工序, 印刷图像阶调连续性成为技术进步的主要内容, 因此, 以其作为印刷技术划时代的标志, 称其代表的印刷技术为第二代。

第二个变化始于 20 世纪初期, 在光学和化学技术发展的帮助下, 照相分色技术造就了彩色印刷品生产工艺, 实现了全彩色图像的印刷复制; 计算机技术和激光技术于七十年代成就了电分机, 由此印刷业可以应用模拟电路和其后实现的数字电路控制颜色的分色印刷。印刷全彩色图像所必须的加网和四色分色技术, 成为典型性的技术创新, 因此, 称其所代表的印刷技术为第三代, 并认为从此进入了现代印刷技术时期。

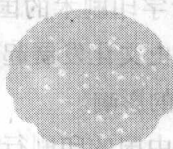
青油墨印版



品红油墨印版



黄油墨印版



黑油墨印版



第三个变化就是 20 世纪末开始的高保真彩色印刷技术的研究和应用, 彻底突破了常规四色印刷色域的局限, 使印刷颜色效果更接近自然界光谱色的视觉效果。它得益于高速大容量计算机的普及和色度学理论研究及技术应用。

由此, 彩色分色技术发生了革命性的变化, 高保真彩色印刷技术开始进入印刷生产应用, 高清晰度加网技术和装备也在印刷企业中显现功能。以印刷复制图像实现高清晰度和高保真效果为标志, 印刷业开始了第四代印刷技术时期。

二、中国印刷产业现状

(一) 中国印刷行业

印刷业在发达国家是属于十大支柱产业之一, 目前在中国内地印刷业在国民经济中还没有达到这样的发展水平。由于我国经济发展水平和人民物质文化生活水平还比较低, 使得我国的印刷发展水平也不够高, 同西方发达国家的差距比较大。进入新世纪, 我国进入了全面建设小康社会, 加快推进社会主义现代化的新的发展阶段。印刷业在我国经济发展和社会进步这种阶段性的重大变化中, 其发展必将具有更加广阔的空间和巨大的潜力。2005 年 1~12 月, 中国印刷工业实现累计工业总产值约 3300 亿元, 2006 年 1~12 月, 中国印刷工业实现累计工业总产值约 3800 亿元, 截至 2006 年 12 月底, 全行业规模以上企业数量为 4641 家。

随着我国社会主义现代化建设进程的不断推进，人民群众对物质和文化商品的数量、质量、品种等多方面、多层次的需求将日益增长，教育、科技事业将会更加发达，轻工产品会不断增多，商业服务业和金融、保险、电信等现代服务业也将得到进一步发展。所有这一切，必然会对出版物印刷、包装印刷、商业印刷、票证印刷等印刷业务的需求急剧增加；同时，伴随社会主义市场经济的进一步发展，中国印刷企业结构已由过去国有、集体为主，逐步变为国有、集体、外资、私营多元化经营构成的新格局；数字印刷与柔印，更是不可抵挡的主流。可以预计，不管是总体行业还是各细分行业都将朝着全球化、规模化、绿色化前进！新世纪我国印刷业具有美好的发展前景。

(二) 中国印刷市场结构

结构是指在印刷业总体中各部分的构成与比例，具体包括产品结构、地区布局结构、技术结构、所有制结构等。印刷业作为国民经济一个部门，为社会提供各种印刷产品和服务，具体可以分为出版物印刷、包装装潢印刷和其他印刷等。地区结构是指在全国的印刷业中，各省市印刷业的规模和比例，反映整个印刷业产值中的比例。所有制结构是各种所有制企业及产值在整个印刷业企业和总产值中的比例。

1. 中国印刷业的产品结构

中国印刷业产值构成如表 1-1 和图 1-1 所示。

表 1-1 中国印刷市场结构分布 (2006 年)

单 项	印 前	书 刊	报 业	包 装	外 贸 加 工	商 业 票 据	本 册	其 他
产 值 (亿 元)	190	798	532	1292	342	152	114	¥380
占 比 (%)	5	21	14	34	9	4	3	10

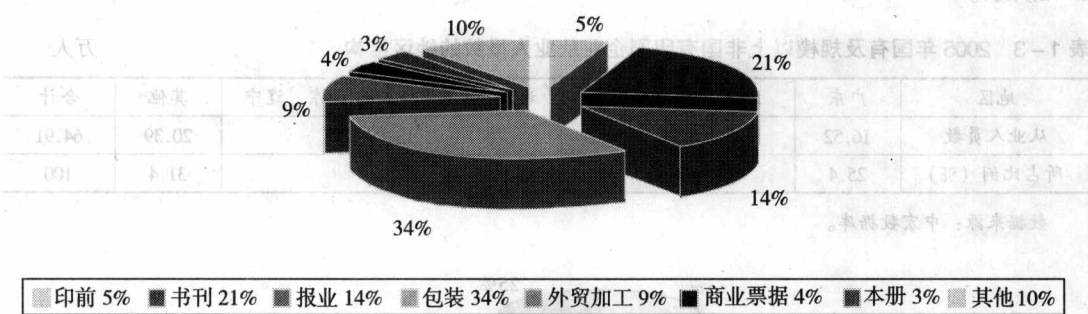


图 1-1 中国印刷业产值构成 (亿元)

2. 地区结构

我国的印刷业发展具有明显的区域特征，目前形成了珠江三角洲地区、长江三角洲地区以及环渤海地区几个相对集中印刷产业带。珠江三角洲地区主要包括广东东部地区和中国香港、澳门特区；长江三角洲地区主要包括以上海为中心经济区域，包括苏南和浙江东部地区；环渤海地区主要包括北京、天津、河北、山东和辽宁等地区。这些地区是我国印刷业比较集中和较为发达的地区。

(1) 企业数的构成

2005 年, 全部国有及规模以上非国有企业共有 4750 家, 其中广东省 943 家, 占 20%, 其次是浙江、上海、北京等。2005 年印刷企业数的地区结构如表 1-2 和图 1-2 所示。

表 1-2 2005 年国有及规模以上非国有印刷企业数的地区结构

地区	广东	江苏、浙江、上海	北京、天津、河北、山东、辽宁	其他	合计
企业数	943	1302	1035	1470	4750
所占比例 (%)	20	28	21	31	100

数据来源: 中宏数据库。

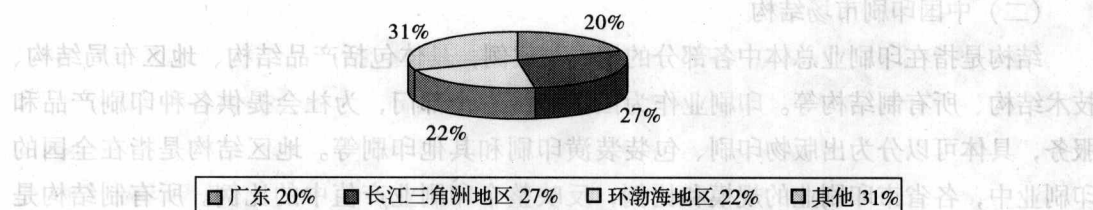


图 1-2 2005 年国有及规模以上非国有印刷企业数的地区结构

广东是我国印刷业最为发达的地区, 占全国国有及规模以上非国有印刷企业的 1/5, 其次是长江三角洲地区和环渤海地区。可以说, 我国印刷业形成了以广州、上海和北京三个大城市为中心的产业带, 加起来占我国印刷业 70% 的份额。

(2) 从业人员的结构

2005 年我国国有及规模以上非国有印刷企业从业人员数的地区结构如表 1-3 和图 1-3 所示。

表 1-3 2005 年国有及规模以上非国有印刷企业从业人员数的地区结构

万人

地区	广东	江苏、浙江、上海	北京、天津、河北、山东、辽宁	其他	合计
从业人员数	16.52	14.91	13.09	20.39	64.91
所占比例 (%)	25.4	23.0	20.2	31.4	100

数据来源: 中宏数据库。

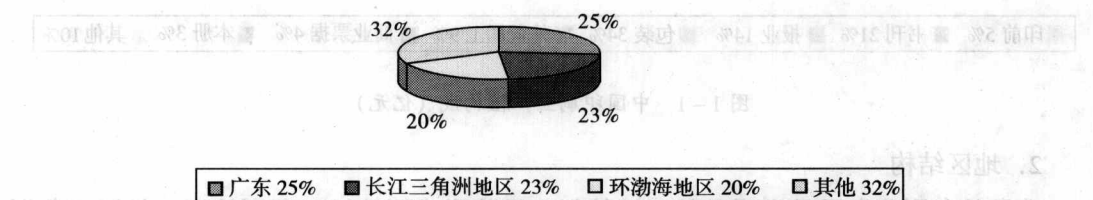


图 1-3 国有及规模以上非国有印刷企业从业人员数的地区结构

(3) 总资产的结构

2005 年我国国有及规模以上非国有印刷企业总资产结构如表 1-4 和图 1-4 所示。