



全国高职高专印刷与包装类专业“十二五”规划教材

Modern Printing Enterprise Management

现代印刷企业管理

熊伟斌 潘 杰 孙 翔 — 主编
万晓霞 魏先福 — 主审



中国轻工业出版社

全国高职高专印刷与包装类专业“十二五”规划教材

现代印刷企业管理

熊伟斌 潘 杰 孙 翔 主编
万晓霞 魏先福 主审



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代印刷企业管理/熊伟斌等主编. —北京: 中国轻工业出版社, 2012. 7

全国高职高专印刷与包装类专业“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5019-8841-9

I. ①现… II. ①熊… III. ①印刷工业-工业企业管理-高等职业教育-教材 IV. ①F416.84

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 127543 号

责任编辑: 林 媛

策划编辑: 林 媛 杜宇芳

责任终审: 滕炎福

封面设计: 锋尚设计

版式设计: 宋振全

责任校对: 杨 琳

责任监印: 吴京一

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京君升印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2012 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787×1092 1/16 印张: 17.25

字 数: 400 千字

书 号: ISBN 978-7-5019-8841-9 定价: 40.00 元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

111307J2X101ZBW

改革开放以来,伴随着我国经济快速发展,人们物质和文化生活水平的逐步提高,我国印刷行业发生了革命性的变化,由印刷产业较为落后的国家转变为印刷大国,成为世界上四大印刷基地之一。但从印刷产品的人均拥有率、印刷设备和印刷材料的制造、印刷产品的质量和检测方法、印刷中高端人才的储备、印刷企业的科学管理等方面,我国离印刷发达国家还有较大的距离。“十二五”时期是我国逐步进入印刷强国的关键时期,党的十七届六中全会对深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣作出了重要决策和部署,这对我国印刷业发展提出了更高的要求,也创造了更大的发展空间;国务院发布的《文化产业振兴规划》中印刷复制业被列为今后重点发展的九大文化产业之一;新闻出版总署在《印刷业“十二五”时期发展规划》中对印刷业明确提出发展目标:一是到“十二五”期末,从印刷大国向印刷强国的转变取得重大进展,争取在新闻出版业中提前实现强国目标。与此同时,在印刷产能过剩,印刷企业的材料成本和人力成本不断增加,印刷工价却稳步下浮,产品的利润空间越来越小的今天,企业面临着前所未有的激烈竞争环境,常常使企业的经营者感到无所适从。印刷企业如何规避风险走出当前的困境,有效的手段就是走具有创新性思维,清晰的产品和客户定位,增强服务意识,引入科学的企业管理方法和工具等现代化企业经营之路。

目前,我国大部分中小型印刷企业还是在采用传统的企业管理模式,由此带来企业在经营和管理等方面的矛盾突出,造成企业可持续发展上的举步维艰。有些企业在管理上试图引入科学的管理方法和手段,但由于中、基层管理者的专业素质与管理能力有限,造成在执行过程中的偏差,往往使之半途而废。因此,引进和培养一大批具有现代企业管理思维和管理能力的中、基层管理者是企业提升现代化管理的重要途径。而此类人才培养的主体为高等职业教育的相关院校。

高等职业教育经过近年来的迅猛发展,已经占据了我国高等教育的半壁江山,作为高等教育的一种类型,承担着为行业企业培养具有高端技能型专门人才的重任。特别是教育部《关于推进高等职业教育改革创新引领职业教育科学发展的若干意见》(教育部【2011】12号)文件颁布以来,更加明确了高等职业教育的发展方向,不断深化了工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式改革,实现了专业与行业(企业)岗位对接,专业课程内容与职业标准对接,为区域经济社会发展提供人才支撑和智力支持,充分显示出高等职业教育在我国经济发展中举足轻重的作用和不可替代的地位。

与行业企业联手编写教材,是职业教育特点与规律的具体体现,本教材的编写团队中既有教学和企业实践经验丰富的教师,又有行业企业的相关专家。编写团队本着以培养生产、建设、服务、管理第一线的高端技能型人才为主要任务,根据技术领域和职业岗位的任职要求,以学生的职业能力培养为核心,

以印刷企业中先进的管理模式为切入点,以现代企业生产管理流程为主线,以典型的工作任务为载体进行了教材的整体设计。本教材作为“十二五”期间的规划教材,适应全国高职高专印刷与包装类专业使用,同时也值得行业企业相关管理人员学习借鉴。

武汉大学印刷与包装系主任、博士生导师、教授

教育部印刷包装教学指导委员会印刷教学分指导委员会主任

万晓霞

引入国内外先进企业的管理思想和理念,建立现代企业制度,是发展社会化大生产和市场经济的必然要求。在当今印刷行业面临前所未有的激烈竞争环境条件下,如何提高企业的现代化管理水平和经济效益,提升企业的核心竞争力,是许多企业管理者的愿望和不断追求的目标。

企业管理是一门综合性学科,既注重对物的管理,更需注重对人的管理,而且还需要随着社会环境的变化而及时改变。只有结合企业自身的实际情况和外部环境,掌握正确的管理思想、有效的管理方法和科学的管理工具,才能从根本上立于不败之地。

为贯彻落实《教育部关于推进高等职业教育改革创新引领职业教育科学发展的若干意见》【教育部(2011)12号】的文件精神,适应我国高等职业技术教育的发展及高端技能型人才培养的需要,作者通过多年来对历年在中国印刷企业综合实力100强中名列前茅的数家大型印刷企业集团的多次调研,结合自己多年的理论教学经验和十多年的企业实践经验,编写了这本教材。本着“贴近社会、贴近企业、贴近生产、贴近技术、贴近工艺”的原则,全书从现代印刷企业的管理流程着手,分成三大模块,十一个项目,每个项目下面有若干个独立的典型工作任务,并进行序化。第一大模块为基础知识模块,以介绍印刷行业的基础知识、企业文化的搭建和人力资源的运作;第二大模块为本书的重点,主要以介绍国内现代化大型印刷企业成功的经营方法、先进的生产计划与物料控制手段、科学的生产现场管理、产品质量管理和设备管理与维护等知识;第三大模块以介绍印刷企业ERP管理系统、精益生产等目前国内前沿印刷企业引进国外发达国家的先进的企业管理经验后,投入运行的方法与手段,以及国内正在积极推广的绿色印刷模式。

本教材针对高等职业教育特点,系统全面地、深入浅出地介绍了现代化印刷企业有关管理理论、管理方法、改善工具和实践中的做法,从框架设计到内容分析,既吸取了国内外的先进经验,又立足创新。教材编写团队中既有教学和实践经验丰富的教师,又有大型印刷企业的技术与管理专家,充分体现了校企合作育人的教育理念。

本教材既可以作为高职高专印刷包装专业学生的专业课教材,也可以作为印刷企业管理人员进行学习与培训的教材或参考书。

本书由武汉信息传播职业技术学院熊伟斌、上海出版印刷高等专科学校潘杰主编,参加本书编写的人员还有武汉信息传播职业技术学院熊靓、郑慧杰老师;上海出版印刷高等专科学校付婉莹、俞忠华老师;中国印刷技术协会教育培训部部长、副秘书长刘毅勇部长;湖北省新华印务有限公司李五元经理;深圳裕同印刷包装有限公司何蓉华经理等。本书在编写过程中参考和引用了相关的中外书籍与资料,在此谨向有关作者深表感谢。

本教材在编写过程中得到了武汉信息传播职业技术学院副院长孙翔教授以及温良军、余勇、刘广忠等同仁的大力支持与帮助，在此表示衷心的感谢。

由于我们学识和水平有限，再加上时间仓促，书中难免还会有差错，恳请读者给予批评与指正、包容与支持。

编者

2012年4月

模块一 | 印刷企业管理基础

项目一 企业管理必备基础

- 1 任务一 对印刷行业的认识
- 1 一、印刷业的发展历程
- 2 二、我国印刷行业的现状
- 5 任务二 印刷企业管理概述
- 5 一、印刷企业的含义
- 5 二、印刷企业的特点与性质
- 6 三、印刷企业管理的重要性

项目二 企业文化

- 7 任务一 企业文化建设
- 7 一、企业文化的内涵与本质
- 8 二、企业文化的作用
- 9 三、企业文化建设的意义
- 9 四、企业文化建设原则
- 10 五、企业文化建设的步骤
- 11 六、企业文化建设的思考
- 12 任务二 企业文化设计
- 12 一、企业文化设计主要环节
- 14 二、企业文化设计的层面
- 16 任务三 企业文化实施
- 16 一、支持与保障
- 16 二、实施方针
- 17 三、组织运作
- 18 四、考核措施

项目三 人力资源管理 (HRM)

- 21 任务一 人力资源规划
- 21 一、人力资源规划的必要性及其作用
- 23 二、人力资源规划的程序
- 26 三、人力资源规划的制定
- 30 任务二 人员招聘与配置
- 30 一、人员的招聘
- 31 二、人力资源配置
- 35 任务三 培训与开发
- 35 一、培训与开发的基础知识

- 36 二、培训与开发的工作过程
- 37 三、建立激励机制
- 40 任务四 绩效考评
- 41 一、绩效考评的任务
- 42 二、绩效考评的工作
- 45 三、考评成绩评定方法
- 47 四、考评主体优化方法
- 49 任务五 薪资与福利
- 49 一、奖金激励
- 51 二、员工福利
- 54 任务六 劳动关系
- 54 一、劳动关系的基本内容
- 54 二、劳动合同
- 56 三、劳动争议处理

模块二 | 印刷企业生产过程管理

项目四 印刷业务与营销

- 58 任务一 印刷市场业务人员的必备素质
- 58 一、业务员素质要求
- 60 二、达到职业营销员标准的方法
- 61 三、社交礼仪
- 67 任务二 印刷营销策略
- 67 一、谈判技巧
- 70 二、合同执行
- 74 三、工艺操作
- 74 四、印刷工价的分类与计算

项目五 生产计划与物料控制 (PMC)

- 82 任务一 印刷企业 PMC 部门的功能及工作流程
- 82 一、PMC 主要的功能
- 84 二、PMC 的工作流程
- 85 三、PMC 管理不善产生的问题
- 86 任务二 印刷产品生产计划
- 86 一、企业产能分析
- 90 二、主生产计划形式
- 91 三、印刷企业生产计划的制定
- 92 任务三 车间生产计划的过程执行与控制
- 93 一、车间作业排序
- 95 二、车间作业控制
- 97 任务四 印刷物料管理与控制
- 97 一、印刷企业的物料管理

100	二、常用印刷物料的种类	881
101	三、库存的 ABC 分类	882
102	四、材料计划与存量控制	883
107	五、印刷企业的供应链物流管理 (SCM)	884

项目六 生产现场管理

109	任务一 现场 5S 管理	885
109	一、5S 的起源	885
109	二、5S 的效用	886
110	三、5S 的实质内容与实施方法	887
113	任务二 定置管理	888
113	一、定置管理的基本原理	888
113	二、定置管理的布局设计	889
114	三、定置管理的实施与考核	890
115	任务三 目视管理	891
115	一、目视管理的内容与原则	891
116	二、目视管理的方法与手段	892
118	三、评价标准	893
118	任务四 安全生产	894
118	一、安全生产的基本知识	894
119	二、现场安全的步骤	895
120	三、现场安全的改善措施	896

项目七 质量管理

121	任务一 质量的认识	897
121	一、什么叫质量	897
123	二、与质量相关联的概念	898
126	任务二 如何管理质量	899
126	一、质量管理的定义	899
127	二、全面质量管理 (TQM)	900
135	三、印刷企业如何实施六西格玛管理	901
138	任务三 质量成本控制	902
138	一、质量成本控制程序与管理流程	902
142	二、PDCA 循环法	903
143	任务四 印刷品的质量特性和标准	904
143	一、印刷品的质量特性	904
143	二、印刷品的质量标准	905
146	三、ISO 9000 族质量管理体系标准	906
151	四、印刷企业国际质量标准认证	907
154	五、产品质量与工程质量、工作质量的关系	908
155	任务五 印刷企业质量管理技术	909
155	一、印刷产品质量的常规控制	909
156	二、印刷产品质量的数据化、规范化管理	910

158 三、书刊与包装印刷品质量管理具体步骤及方法

项目八 印刷设备维护与管理

- 164 任务一 设备的资产管理
- 164 一、印刷设备的分类
- 170 二、设备资产的动态管理
- 176 三、设备资产管理的基础资料
- 178 任务二 设备的使用与维护
- 178 一、设备的磨损与故障规律
- 179 二、设备的合理使用
- 185 三、印刷设备的维护与保养
- 189 任务三 设备的修理
- 189 一、设备维修方法
- 190 二、胶印机日常与定期检查维修
- 192 三、胶印机的维修流程
- 195 四、设备的改造和更新
- 196 五、印刷企业设备管理制度

模块三 | 印刷企业管理的新模式**项目九 印刷 ERP 系统的使用**

- 200 任务一 ERP 是什么
- 200 一、ERP 的概念与历程
- 201 二、印刷 ERP 系统的管理思想
- 202 三、印刷企业实施 ERP 系统管理的作用
- 203 四、印刷企业的 ERP 项目实施
- 205 任务二 采购系统的应用
- 205 一、ERP 与采购管理
- 205 二、印刷企业 ERP 采购系统的构建
- 208 任务三 库存材料管理系统
- 208 一、系统需求分析及功能模块
- 209 二、仓库的主要工作职能与 ERP 系统功能模块
- 210 三、运用 ERP 系统进行库存分析
- 212 任务四 印刷经营生产管理系统
- 212 一、经营管理子系统
- 216 二、生产计划子系统

项目十 精益印刷

- 220 任务一 印刷行业的精益制造
- 221 一、日本丰田生产模式——精益生产
- 221 二、精益制造在印刷企业的运用
- 223 任务二 全员高效生产维护 (TPM)

223	一、TPM 的定义
224	二、TPM 的实施
230	任务三 控制生产准备时间与生产运行
230	一、“十分钟内模具更换”法则
232	二、精益生产方式的运行
234	任务四 生产现场管理是精益印刷的基础
235	一、精益生产中的 5S 运用
237	二、精益生产中的目视管理

项目十一 绿色印刷

239	任务一 为什么要实施绿色印刷
239	一、什么是绿色印刷
240	二、绿色印刷的现状与发展
245	三、实施绿色印刷战略的重要意义
246	任务二 我国实施绿色印刷的规划
246	一、实施绿色印刷的范围
246	二、实施绿色印刷的条件
248	三、实施绿色印刷的目标
249	任务三 实施绿色印刷对印刷企业和产品的要求
249	一、绿色印刷标准
250	二、实施绿色印刷对企业和产品的要求
260	三、标准实施的环境效益

| 参考文献 |

模块一

印刷企业管理基础

项目一 企业管理必备基础



能力目标

1. 了解印刷业的发展历程与我国印刷行业的现状;
2. 了解印刷企业的含义、特点与性质。



岗位导航

市场企划、生产管理。

任务一 对印刷行业的认识

众所周知,在古代人类的重要发明中,以中华民族先贤发明的印刷术对促进世界文明的贡献和影响最为深远。可以说,印刷与人民的物质、精神生活息息相关,印刷术是人类文明的标志,进步的阶梯。

一、印刷业的发展历程

作为四大发明之一——印刷术的发明国,中国在世界印刷史上的地位是无可厚非的。

早在公元前4世纪(战国时代),中国已经有了印章。公元4世纪(东晋时代),道教徒把印章放大,以印制文字稍多的符咒,这实际上是一种以盖章的方式印刷文字的方法。

纸的发明和改进,多种物质、技术和社会条件的综合,导致隋唐时期发明了雕版印刷,并先后传至朝鲜、日本、越南等国,进而又影响到非洲和欧洲。

公元1041—1048年,我国宋朝人毕昇发明了活字印刷术,这是世界上最早的活字印刷。与雕版印刷相比,活字印刷具有省时、省料之优点,它为中国和世界的印刷和文化事

业的发展做出了不可磨灭的贡献。

至于近代印刷技术,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 500 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。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 70 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。

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,印刷也开始了第四代印刷技术时期。

“告别铅与火,走过光与电,迈入 0 和 1”是 20 世纪 90 年代以来我国印刷技术发展和变革的形象表征。高端联网和桌面出版系统的普及,使数字化进入了印刷这个之前相当传统的行业。这种数字化转变涵盖印前、印刷、印后整个过程,以及将整个过程统一衔接起来的各个管理环节,例如印前制版的 CTP 化、印刷过程的数字化工作流程以及各种工艺参数控制、印后的自动化等。

随着数字成像技术、数字网络技术和数字传感技术在印刷工业的广泛应用,印刷工业正在面向“质量、效率、成本、增值”四大核心目标而展开新的征程,印刷数字化已经成为印刷工业技术变革、创新和可持续发展的潮流。一句在印刷行业广为流传的话——“一切能够数字化的都将数字化,印刷也不例外”,道出了印刷的未来是数字化的未来。

二、我国印刷行业的现状

1. 我国印刷业发展概况

印刷术的发明促进了人类文明的传播,是我国古代劳动人民对人类社会发展的重大贡献。然而,由于历史的原因,我国经济长期落后,印刷业发展缓慢。直到 20 世纪初期,1000 多年来的手工业印刷术才开始退居到次要地位,机械化的现代印刷逐渐成为我国印刷技术的主流。20 世纪 80 年代以来,随着改革开放的逐步深入,我国印刷业才获得了长足的发展(新中国成立 60 年我国印刷业发展概况见表 1-1)。

截至 2011 年 9 月,我国不同所有制印刷企业的占比情况如图 1-1 所示。《中国印刷业年度报告》显示:2009 年全国新闻出版产业呈现逆势增长的良好态势,总产值突破 1 万亿元,比 2008 年增长 20% 左右,其中印刷工业总产值为 5746.2 亿元;2010 年,我国新

表 1-1 新中国成立 60 年我国印刷业发展概况

年 份	企业数量/家	同比增长/%	职工人数/万人	同比增长/%	产能/产值 /亿元	同比增长/%
1949	—	—	7~8	—	0.0556	—
1958	—	—	20	约 167	约 1.70	2958
1965	1800	—	17	—15.0	3.0733	80.8
1979	12211	578	81.5	379	11.50	274
1990	59365	386	159.5	95.7	218.79	1803
1999	82189	384	300	88.1	1500.00	586
2009	101857	240	404.86	35.0	5726.20	283

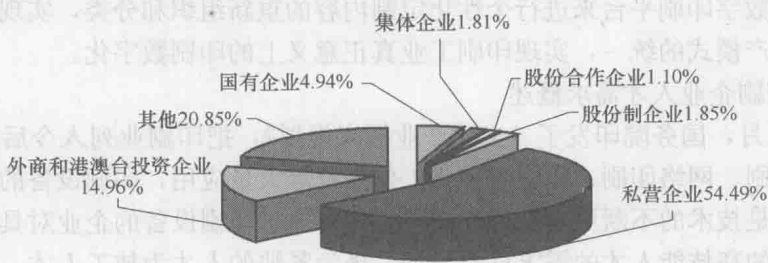


图 1-1 我国 2011 年不同所有制印刷企业分布 (截至 9 月统计数据)

闻出版业总产出 12698.1 亿元，比 2009 年增长 19.0%，其中印刷复制（包括出版物印刷、包装装潢印刷、其他印刷品印刷、专项印刷、打字复印、复制和印刷物资供销）实现总产出 8178.2 亿元，占新闻出版业总产出的 64.4%。这些数据说明了印刷复制业在新闻出版业中的重要地位，为经济平稳较快发展做出了应有的贡献。

2011 年 1 月 4 日，新闻出版总署署长柳斌杰在全国新闻出版工作会议上表示，拓展新闻出版产业跨越式发展增长点，必须加大新闻出版产业带、产业园区和产业基地建设力度，重点发展数字出版、数字印刷、版权创意等产业园区和基地，组织好数字印刷和印刷数字化、印刷环保体系建设，加大数字出版产品和服务的政策扶持力度，大力开发新业态、新产品。

据初步统计，2011 年新闻出版行业总产出超过 1.5 万亿元，未来几年新闻出版产业增速将达 19.2%，到“十二五”期末，实现全行业总产出 29400 亿元。

2. 印刷业数字化发展态势

目前，传统印刷模式已经陷于发展困境或末路，随着数字化技术在印刷工业的渗透，印刷数字化已经成为许多印刷企业突破困境、实现内容表达和功能创新的新手段，已经成为印刷企业可持续发展的必由之路。印刷数字化使得传统印刷生产的物流转变为信息流程，从单一的纸媒体产品生产转变为兼容纸媒体、电子媒体和网络媒体的多媒介产品或跨媒体产品的生产。

印刷数字化将使印刷品跳出传统印刷工业生产的落后加工模式，逐步整合涉及印刷产品生产的各种资源：①建立一个从产品设计到产品应用的虚拟工程体系，形成能够引导并

满足用户服务需求的产品设计中心、信息处理中心、多媒介产品制造中心以及与文化、艺术融合的各种产品增值服务与外包服务中心,解决数字化图、文、音、像从信息采集、加工、复制、链接、传递到信息之间的组织与关联,直至各类信息跨时空互动,多样的传播与表达等需求中的关键问题;②解决不同地域、不同作业方式、不同企业、不同软件采编的信息获取,出版印刷信息库和资源库的建立,信息通讯和交换;③解决远程校对、远程预审、远程校样等产品生产的瓶颈问题,真正实现印刷买家对印刷企业的客户依赖,实现从产品加工服务到产品增值服务的转变,适应现代用户日益强烈的多媒介产品的增值服务需求。

印刷工业将依托所构建的网络化虚拟印刷生产模式,快速获取大规模的小批量印刷业务,这些业务既包括现有的实物性印刷品,也包括非实物性数字印刷品,如数字图片、数字图书等,并通过自有或共建的印刷生产管理系统、数字内容管理系统、数字资产管理系统以及全媒体数字印刷平台来进行个性化定制内容的重新组织和分类,实现个性化产品与定制共性化生产模式的统一,实现印刷工业真正意义上的印刷数字化。

3. 我国印刷企业人才需求概述

2009年8月,国务院印发了《文化产业振兴规划》,把印刷业列入今后重点发展产业之一,数字印刷、网络印刷、印刷数字化工作流程等大量应用,印刷设备的自动化程度越来越高,特别是技术的不断更新和产业调整,拥有先进印刷设备的企业对具有较强职业素养和技术水平的高技能人才的需求日益增加。最为紧缺的人才为技工人才,尤其是多色印刷机机长这类高级印刷技工,在珠三角、长三角、环渤海国内三大印刷产业带已经成为名副其实的“金领”阶层。

随着数字技术在印刷工业的广泛应用和普及,我国印刷专业高新技术人才的紧缺问题日趋明显,突出表现在以下几个方面:

(1) 目前印刷企业中具备丰富操作经验的技术人才大多学历比较低,他们大都从事着多年的同一岗位的工作,完全是在实践中摸索出来的实际经验。由于自身学习能力以及认知水平的局限,当新技术和新设备不断出现时,他们不能很快学习和适应新技术方面的缺点就会逐渐暴露出来。

(2) 数字化、电子商务等使企业业务承接方式发生变化,对印刷业务人员和客服人员的素质提出了新的要求。印刷业的服务特性日益明显,特别是新兴数字印刷企业,有的因为是临街的快印店,客户自己上门,或者建有完善的网络平台,因而没有传统意义上的业务员。有的企业则将业务人员的角色提升到更高要求的客户服务人员的角色,不仅要有服务的热情,还要求有为客户做好服务的能力;既要维护好原有客户,还要为新客户提供所需要的印刷解决方案;既要有规划能力,不断地进行内部管理的改善,还要善于总结提升,适应市场的新变化。

(3) 对于印刷企业的管理人员来说,印刷新技术,特别是数字化技术,带来了印刷经营模式、管理思路的大变革,一些数字印刷企业还努力打造服务品牌,发展连锁加盟事业,不仅有多家直营店,还有很多加盟商,管理人员不仅有门店管理人员,还有总部的管理人员,工作涉及整个印刷生产服务流程的管理,既要有很强的组织协调能力和团队领导能力,还要有创新能力,尤其在管理体系的创新方面,要能够将适合本企业的管理体系建立和运行起来。

我们应当看到,激光技术、电子技术、数字技术已经全面武装了印刷产业,现代印刷业已成为知识型、智能型、高新技术密集型产业,只有全方位地掌握高新科技理论知识和高端设备的操作技能,才能够应对现代印刷技术方方面面的挑战。作为在校生应注重自身知识水平和技能水平的提高,以适应印刷业数字化的深化引发的对印刷人才结构及素质的新需求。

任务二 印刷企业管理概述

一、印刷企业的含义

在市场经济条件下,企业是以赢利为目的,直接组合和运用生产要素,从事生产、流通或服务等活动,为满足社会需要依法进行自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的法人实体和市场竞争主体。

印刷工业是国民经济工业部门中的一个组成部分,它是以某种材料为载体(如纸张、塑料、金属、木材等)进行加工的工业部门。通过印刷(包括印前处理和印后加工)的一些工段、工序,按照客户的需求生产各种印刷品,以满足人们传递信息、发展和交流文化以及不断完善社会物质和精神生活的需要。

二、印刷企业的特点与性质

与一般工业企业相比较,印刷工业企业有以下几方面的特点。

(一) 一般印刷工业企业的特点

(1) 印刷工业是对原稿(或样品)进行大量复制的工业。印刷工业企业是以“印刷”手段复制(还原)原稿(或样品)为主要目的加工工业。所谓“印刷”手段,就是经过制版(印前)、印刷和印后的加工三大手段(或其中一道、二道)来进行加工。所谓“复制(还原)”,就是要有原稿或样张(样品)作为依据进行印制,在还原原稿或样张(样品)的前提下进行加工复制。

(2) 印刷工业属于文化和传媒服务工业。印刷是工业,但它也是文化和传媒服务业,因此,要较好地注意社会效益和经济效益,并妥善地处理好二者之间的关系。例如,书刊印刷就不能离开出版行业的有关法规而单纯注重经济效益,包装装潢印刷也不能只图提高经济利益而印制违法产品,所有印刷企业均不能印制对社会安全不利的各种印刷品。

(3) 印刷工业具有流水线生产的特点。印刷工业是一个上下工序衔接密切,相关工序配合紧密,以流水生产为主的工业。印刷业有句行话:“上工序不来,下工序不动。”不论是排版、制版、校对、改样、付型,还是印刷的开白料、印正面、印反面、查大张、点数,以及装订的“开、折、排、订、包、切、捆”七大工序,无一不是如此。相关工序配合紧密则是印刷产品生产过程中的又一特点,例如,当正文在顺序加工的同时,封面的印制也必须同步进行;当商标、纸盒在进行制版印刷的同时,烫金版、压凹凸版的制版也必须同步进行,否则就会延长生产周期,影响交货的及时性。有时,在自然条件变化的情况下,相关工序的配合失当还会影响印刷产品的质量。

(4) 印刷企业的特殊性。印刷工业原来属于“特种行业”,现在虽然不以“特种行业”之名冠之,但它具有不可忽视的特殊性。印刷品是文化、艺术、知识、信息等的重要载