

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材



印刷企业管理

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材审定委员会 组织编写

郝景江 主编

李 予 主审



印刷工业出版社

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材

印刷企业管理

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材审定委员会 组织编写

主 编：郝景江

参 编：黄 炜 罗资刚

王 贞

主 审：李 予

印刷工业出版社

内容提要

本书是全国新闻出版系统职业技术学校统编教材中的一本。

全书共七章，第一章为企业管理基本原理与知识概述，第二、三、四、五、六章则分别以经营管理、生产管理、质量管理、物力资源管理、综合资源管理五个专项，详细地介绍了印刷企业管理理论与实践，第七章以案例分析形式介绍了印刷企业管理实务。本书为突出职业教育特色，充分考虑培养技能型人才的知识与技能定位、学习者学习与接受能力，力求在对印刷企业管理有一个全面概括性介绍的同时，将管理层面下沉，面对基层、面向一线，强调以被管理者为主视角，使教材在内容选编、难易程度、联系实践等方面都尽量符合中/高职、技校学生的培养目标要求。

本书适合作为印刷、包装专业职业院校学生的专业教材，也可以作为印刷、包装企业工作者的参考书，还可以用做相关企业在职人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

印刷企业管理/郝景江等主编. —北京:印刷工业出版社, 2010.7

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材

ISBN 978-7-80000-914-3

I. 印… II. 郝… III. 印刷工业—工业企业管理—专业学校—教材 IV. F416.84

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第104444号

印刷企业管理

主 编: 郝景江

参 编: 黄 炜 罗资刚 王 贞

主 审: 李 予

责任编辑: 张宇华

责任校对: 郭 平

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 157千字

印 张: 8.25

印 数: 1~3000

印 次: 2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

定 价: 18.00元

ISBN: 978-7-80000-914-3

◆ 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

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材审定委员会

委 员 名 单

主 任：孙文科

副主任：徐胜帝 严 格 吴 鹏 刘积英

委 员：王国庆 杨速章 刘宁俊 庞东升

尚曙升 杨保育 李 予

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材

第一批

拼晒版与打样实训教程·····	陈世军	主编
印刷实训指导手册·····	周玉松	主编
印前工艺·····	郝景江	主编
印后加工·····	徐建军	主编
柔性版印刷工艺·····	严 格	主编
印刷机械基础·····	王 芳	主编
印刷机械电气控制·····	王 乔	主编

第二批

印刷概论·····	李 予	主编
印刷材料·····	唐裕标	主编
平版印刷工艺·····	谭旭红	主编
印刷品质检测与控制·····	陈世军	主编
印刷机结构与调节·····	袁顺发	主编
电脑排版工艺（上、下册）·····	刘春青	主编
包装概论·····	岳 蕾	主编
包装印刷工艺·····	段 纯	主编

第三批

印刷色彩·····	白研华	主编
印刷工价计算·····	王国庆	主编
印刷企业管理·····	郝景江	主编
数字印刷·····	严 格	主编
书籍装帧实用教程·····	庄前矛	主编
印刷市场营销·····	徐建军	主编
现代校对实务与技能·····	谈大勇	主编
出版物营销实务·····	翟 星	主编

出版说明

新闻出版总署发布的印刷业“十一五”发展指导实施意见提出，要在2010年把我国建设成为全球主要的印刷基地之一，“十一五”末期我国印刷业总产值达到4400亿元。迅猛发展的产业形势对印刷人才的培养和教育工作提出了更高的要求。新闻出版系统中等职业技术学校作为专业人才培养的重要组成部分必须因循产业发展的需求做出相应的变革和创新。其中，教材作为必不可少的教学工具也必须紧跟产业形势，体现产业技术和管理发展的最新成果。

总署一直十分重视和支持系统内中等职业技术学校教材建设工作，于1995年专门成立了印刷类专业教材编审委员会，组织有关学校的教师 and 行业专家规划、编写了电脑排版、平版制版和平版印刷3个专业的9本专业课统编教材。这批教材突出技工学校印刷类专业教育、教学的特点，陆续出版之后一举扭转了相关专业教材陈旧落后的局面，对近十几年技能型印刷专业人才的培养做出了很大贡献。但近年来，随着印刷专业技术的飞速发展和职业教育改革的不断深化，无论在体系、内容还是形式上都显露出一些问题，有的还比较突出，亟需根据新的形势进行必要的调整和革新。

2006年，汇集了国内相关院校教学骨干的全国新闻出版系统职业技术学校教材审定委员会经新闻出版总署批准成立。委员会的首要任务就是根据新的产业形势，做好系统内院校印刷及相关专业统编教材的更新换代工作。委员会成立后，先后多次召开专题工作会议，明确了新版教材的编写指导思想，并分两批陆续出版了《拼晒版与打样实训教程》《印刷实训指导手册》《印前工艺》《印后加工》《柔性版印刷工艺》《印刷机械基础》《印刷机械电气控制》以及《印刷概论》《印刷材料》《平版印刷工艺》《印刷机结构与调节》《印刷品质检测与控制》《电脑排版工艺》（上、下册）《包装概论》《包装印刷工艺》15本统编教材。

前两批教材出版后，得到各中职院校的广泛采用及热烈评价，各学校普遍反映新教材的编写适应了当前对中职院校注重实践操作与理论教学相结合的教学目的，体现了“项目驱动”“案例教学”。两批教材的出版标志着新版统编教材的编写工作取得了一定的进展。

2008年底以来，委员会根据各院校的专业建设和教学工作的实际需要，连续多

次召开了第三批教材编写会议，确定提纲，落实主编及参编作者。经委员会议定，第三批教材包括：《印刷色彩》《印刷工价计算》《书籍装帧实用教程》《印刷企业管理》《数字印刷》《印刷市场营销》《出版物营销实务》《现代校对实务与技能》8本教材。第三批教材在编写风格上延续了前两批教材的鲜明特点及编写方式，具有鲜明的实践性、前瞻性特点，能更好地满足相关院校的教学需要。比如，《印刷工价计算》内容适合时代的要求，让学生尽可能掌握印刷业务员的基本技能和技巧以及最新的各类印刷品的计价方法，使学生毕业后能快速适应相应岗位要求；《印刷色彩》突破传统理论教学的观点，用形象、生动的彩色案例介绍色彩的知识及相关应用；《书籍装帧实用教程》突出实践教学，每个实训都有详细的步骤，具备课堂的可操作性和社会的实用性。

从整体上看，这三批共23本教材紧密结合职业院校的教学需求，较好贯彻了委员会的教材编写指导思想，在选题和编写模式上都有了很大突破。新版统编教材主要突出以下显著特点：

1. 面向职业需求，突出实践导向。面向实践，针对企业需求制定有针对性的课程内容，争取使培养出来的学生能较快融入到生产实践中。

2. 关注持续成长，注意延伸学习。在突出实践导向的同时，注意各知识点的延伸性，培养学生的持续学习能力，举一反三，以适应企业的不同需要。

3. 强调任务驱动，理论适度够用。引入职业教育流行的任务驱动理念，明确每一教学单元的培养目标和知识点、技能点，知识教学和技能训练交叉进行。

4. 重视双证融通，接轨技能标准。注重教材内容与职业技能鉴定标准的衔接，以体现职业教育双证融通的特点。

5. 丰富教材体系，适应教改要求。突破纯技术教学倾向，在技术性课程之外，增加营业、计价和营销等业务员相关知识，扩展学生就业面。

第三批中职教材的出版，标志着新版统编教材的编写工作已经在稳步前进中取得了一定的进展。希望审定委员会和有关院校在总结已有经验的基础上继续做好后续教材的组织、编写工作。同时，由于教材编写是一项复杂的系统工程，难度很大，也希望有关院校的师生及行业专家不吝赐教，将发现的问题及时反馈给我们，以利于我们改进工作，真正编出一套能代表当今产业发展需求，体现职业教学特点的高水平教材。

**全国新闻出版系统职业技术学校
统编教材审定委员会**

2009年7月

前 言

《印刷企业管理》一书，是在国家新闻出版总署人教司指导下，由全国新闻出版系统职业技术学院统编教材审定委员会和印刷工业出版社共同组织全国新闻出版系统职业技术学院专业骨干教师编写而成的。

《印刷企业管理》作为印刷专业课程，主要安排在毕业实习前一个学期，是印刷、包装专业学生的专业必修课。开设这门课程的主要目的是在学生专业学习末期，具备较好专业学习基础时，充实一些“够用、适用、实用”的企业管理知识，提升学生职业能力，以更好应对马上开始的顶岗实习生活。此外，本教材也可作为印刷企业管理培训或上岗培训使用。

本书为突出职业教育特色，充分考虑培养技能型人才的知识与技能定位、学习者学习与接受能力，力求在对印刷企业管理有一个全面概括性介绍的同时，将管理层面下沉，面对基层、面向一线，强调以被管理者为主视角，使教材在内容选编、难易程度、联系实际等方面都尽量符合中/高职、技校学生的培养目标要求。

全书共七章，第一章为企业管理基本原理与知识概述，第二、三、四、五、六章则分别以经营管理、生产管理、质量管理、物力资源管理、综合资源管理五个专项，详细介绍印刷企业管理理论与实践，第七章以案例分析形式介绍印刷企业管理实务。

本书由江西新闻出版职业技术学院郝景江主编与统稿，江西新闻出版职业技术学院黄炜、刘敏，安徽新闻出版职业技术学院罗资刚，湖北青年职业学院王贞参加编写。本书由河南省新闻出版学校副校长李予主审。

本书在编写过程中借鉴了许多印刷管理专家学者的宝贵经验，得到了全国新闻出版系统各职业技术学院，特别是江西新闻出版职业技术学院、河南省新闻出版学校、安徽新闻出版职业技术学院的大力支持，在此向所有帮助与支持我们的院校深表感谢。

本书由于编写经验不足而有误之处，敬请谅解，也希望广大读者不吝赐教，以便我们再版时修订。

编 者

2010年5月

目 录

第一章 印刷企业管理概述	1
第一节 企业概述.....	1
一、认识企业.....	1
二、印刷企业的定义.....	2
三、印刷企业的类型.....	2
【训练】	6
第二节 管理概述.....	6
一、管理的概念及其特征.....	6
二、企业管理的概念与职能.....	7
三、企业管理方法.....	8
四、印刷企业管理	10
【训练】	10
第三节 印刷企业组织结构	11
一、组织的含义	11
二、企业组织结构类型	11
三、印刷企业组织结构	13
【训练】	14
第四节 印刷企业制度	15
一、企业制度的概念	15
二、现代企业制度	15
三、现代企业制度的内容	16
四、印刷企业管理制度	17
【训练】	20
第二章 印刷企业经营管理	21
第一节 印刷市场类型	21

一、印刷市场类型	21
二、印刷市场的特征	22
【训练】	25
第二节 印刷企业经营管理	25
一、印刷客户类型	25
二、印刷客户管理	25
三、印刷业务承接要求	26
四、印刷业务订单	26
五、印刷品报价	27
六、客户校稿与交货手续	27
【训练】	29
第三章 印刷企业生产管理	30
第一节 印刷企业生产管理概述	30
一、生产的概念	30
二、印刷企业生产类型	31
三、生产管理基础知识	31
四、印刷生产计划与调度的特点及目标	32
【训练】	33
第二节 印刷生产运作管理	33
一、印刷生产基本工作流程	34
二、印刷车间生产部工作流程	34
三、生产传票的制作	34
四、印刷生产调度	35
五、简单的印刷生产运作管理	36
六、复杂的印刷生产运作管理	37
【训练】	40
第三节 印刷生产现场管理	40
一、生产现场管理概述	41
二、印刷企业的目视管理	41
三、印刷企业的定置管理	41
四、印刷企业的现场管理措施	43
五、印刷企业的 5S 管理	43

【训练】	44
------------	----

第四章 印刷企业质量管理	45
---------------------------	-----------

第一节 印刷企业质量管理概述	45
----------------------	----

一、印刷品质量	45
---------------	----

二、质量管理过程	46
----------------	----

三、全面质量管理	47
----------------	----

四、ISO 9000 族标准	47
----------------------	----

【训练】	49
------------	----

第二节 印刷企业质量管理工作	49
----------------------	----

一、印刷企业质量体系	49
------------------	----

二、印刷企业质量管理组织	50
--------------------	----

三、印刷企业质量审核	50
------------------	----

四、印刷企业质量管理体系建设	52
----------------------	----

【训练】	53
------------	----

第三节 印刷质量控制	53
------------------	----

一、印刷品质量控制要素	53
-------------------	----

二、印刷品质量标准	53
-----------------	----

三、印刷质量检测仪器	54
------------------	----

四、印刷品质量控制方法	55
-------------------	----

五、印刷质量管理工具	55
------------------	----

【训练】	57
------------	----

第五章 印刷企业物力资源管理	58
-----------------------------	-----------

第一节 印刷企业物流管理概述	58
----------------------	----

一、印刷企业物流	59
----------------	----

二、印刷企业物流的构成	59
-------------------	----

【训练】	60
------------	----

第二节 印刷企业供应物流管理	60
----------------------	----

一、供应物流构成	60
----------------	----

二、印刷企业需要的主要设备与材料	60
------------------------	----

三、印刷企业采购	61
----------------	----

四、印刷企业库存控制	62
------------------	----

五、印刷企业仓库管理	63
【训练】	64
第三节 印刷企业生产物流管理	64
一、印刷生产物流的主要影响因素	65
二、印刷企业生产物流的任务	65
三、印刷企业生产物流控制	65
【训练】	66
第四节 印刷企业销售物流管理	66
一、包装	66
二、成品储存	66
三、销售渠道	66
四、产成品的发送	67
【训练】	69
第五节 印刷企业设备管理	69
一、印刷机台管理	69
二、印刷设备合理使用	71
三、印刷设备维修	72
【训练】	75
第六节 印刷企业技术管理	75
一、印刷企业技术选择	75
二、印刷企业工艺管理	76
三、印刷技术档案	76
【训练】	76
第六章 印刷企业综合资源管理	77
第一节 印刷企业人力资源管理	77
一、人力资源管理基础知识	78
二、印刷企业定员管理	79
三、印刷岗位工作分析	79
四、印刷企业人员选聘	81
五、印刷企业绩效考核	82
六、印刷企业人员激励	84
七、印刷企业文化	85

【训练】	88
第二节 印刷企业成本管理（财务资源管理）	88
一、印刷企业财务资源管理概述	88
二、印刷企业成本管理	89
【训练】	90
第三节 印刷企业信息资源管理	90
一、管理信息系统的作用	90
二、通用印刷企业管理信息系统的模块与功能	91
【训练】	97
 第七章 印刷企业管理实务	98
第一节 中国印刷企业发展现状	98
一、中国印刷行业的基本情况	98
二、当前中国印刷企业发展瓶颈与出路	99
【训练】	106
第二节 印刷企业管理实务案例	106
【训练】	111
【训练】	116
 参考文献	117

第一章

印刷企业管理概述

【应知要点】

1. 了解企业的概念和基本特征。
2. 了解印刷企业的主要类型。
3. 掌握企业管理的含义、性质、职能和内容。
4. 掌握企业组织的含义及特点。
5. 掌握企业组织类型。

【应会要点】

1. 能区分企业与非企业组织。
2. 能清楚公司制企业的特征。
3. 清楚各种组织结构类型的特点，熟悉常见的企业组织结构。

第一节 企业概述

【任务】认识生活中接触到的不同单位的性质，了解哪些属于企业。

【分析】通过举例说明什么是企业，比如本省新华印刷厂、新闻出版局、印刷类职业院校、配有打印速印机的办公室或打字复印店，分别说明它们都是什么性质单位，哪些属于印刷企业，再结合理论知识介绍，以此来加深对企业性质的理解。

《印刷企业管理》作为一门管理课程，其学习与讨论的对象是印刷企业，是以印刷企业经营与生产所进行的各项企业管理活动为学习内容。因此，我们首先要学习企业的概念与属性，理解企业管理的基础知识，掌握企业管理的基本原理。

一、认识企业

简单地说，企业是一种社会基本经济单位的组织形式。但它的形成与我们这个历史时代具体条件有直接的联系。比如：在原始社会基本经济单位是氏族部落，到了奴隶社会演变为奴隶主庄园，而封建社会就出现了家族和手工作坊等形式，出现商品经济后就诞生了企业这种现代形式。

通常认为企业的概念主要包括以下四个方面的含义：

(1) 企业是经济实体。企业不同于政府部门、事业单位，它必须追求经济效益，获取赢利。同学们在选择实习单位时，可能去的是某印刷公司、印刷复制管理部门或者留校实习，但只有前者是企业，后者分别是政府机关与事业单位。

(2) 企业必须自主经营和自负盈亏。企业在市场竞争中既能独立自主地使用和支配自身所拥有的人力、财力、物力，也要独立承担相应的经济结果。

(3) 企业必须承担社会责任。常言道“顾客就是上帝”，但企业不能仅仅只考虑满足客户的需要，还要满足包括投资者、银行、职工、供货者、交易对象、政府、地区以及一切与之相关的社会团体的需要，也要依法承担防止环境污染、维护生态平衡、节约资源等社会责任。

(4) 企业必须具有法人资格。企业是依法成立、具有民事权利能力和民事行为能力、独立享有民事权利并承担民事义务的组织，拥有自己能够独立支配和管理的财产，有专门的组织名称、固定的经营场所和一定的从业人员，有一定的组织机构和组织章程等。所以，企业是一个法人实体，也是市场竞争主体。

综上所述，我们可以用若干关键词来表达对企业的理解。

目的：赢利。

目标：满足市场需求。

活动：依法从事商品生产、流通和服务等经济活动。

特征：自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展。

形式：法人实体和市场竞争主体。

二、印刷企业的定义

印刷企业是企业的一种，具备企业的各种基本属性。《印刷业管理条例》（中华人民共和国国务院令，第315号）规定：“出版物，包括报纸、期刊、书籍、地图、年画、图片、挂历、画册及音像制品、电子出版物的装帧封面等；包装装潢印刷品，包括商标标志、广告宣传品及作为产品包装装潢的纸、金属、塑料等的印刷品；其他印刷品，包括文件、资料、图表、票证、证件、名片等；印刷经营活动，包括经营性的排版、制版、印刷、装订、复印、影印、打印等活动。”根据这一规定，我们可以理解为凡从事出版物、包装装潢印刷品、其他印刷品的生产及相关印刷经营活动的企业都属于广义上的印刷企业。

三、印刷企业的类型

随着时代的发展，现代经济生活变得十分繁杂，企业形式也日趋多样化。企业可以按照不同的标准划分为不同的企业类型，如表1-1所示。

从表1-1中不难看出，其实企业是有比较严谨的划分类型的方式的，我国的印刷企业也存在多种类型。下面就这几种常见的印刷企业类型作简要介绍。

表 1-1 企业类型举例

分类标准	企业类型
生产经营业务性质	①工业企业；②农业企业；③商业企业；④金融企业；⑤交通企业； ⑥建筑安装企业；⑦邮电通信企业；⑧房地产企业
资产所有制性质	①国有企业；②集体所有制企业；③私营企业；④混合所有制企业
资本构成	①个体（个人业主制）企业；②合伙制企业；③公司制企业
生产力各要素所占比重	①劳动密集型企业；②技术密集型企业；③知识密集型企业
企业规模	①大型企业；②中型企业；③小型企业
组织结构	①单厂企业；②多厂企业；③企业集团
技术性质	①传统技术企业；②高新技术企业

（一）按资本构成分类

1. 个体企业

个体企业也称个人业主制企业或个人独资企业。顾名思义，它是由个人出资创办，完全归出资者个人所有和管理的企业。显然，大家在街道常见的打字复印店等即属于这类企业。这类企业规模很小，企业主对企业有绝对的影响作用，他既享有企业的全部利润，同时独自承担企业风险。如果经营不善，资不抵债，破产倒闭，企业主还要用自己的家产抵偿。因此，这种企业在法律上称为自然人企业，不具备法人资格。

个体企业的特征是：规模小，机构简单，产权关系清楚，经营方式灵活，决策迅速，对市场变化适应性较强；但财力有限，偿债能力不强，不易取得贷款。由于企业规模小，承受市场冲击的能力较弱，企业的经营完全依赖于企业主个人的素质。

2. 合伙制企业

合伙制企业是由两个或两个以上的个人共同出资和经营的企业。企业财产归合伙人共有，且共同分享企业经营所得，共同对企业经营亏损承担连带无限清偿责任。连带无限责任包括两方面：一是无限责任，即股东必须将公司全部债务如数清偿完毕，当企业资不抵债时，每个合伙人需要以自己的全部家庭财产负责清偿企业债务；二是连带责任，即每一个合伙人对企业的债务都负有全部清偿的责任。合伙企业可以由部分合伙人经营，其他合伙人仅出资并共负盈亏，也可以由所有合伙人共同经营。小型印刷厂、出片或制版公司等即属于这类企业，一般规模较小。

同个体企业相比，合伙制企业的特征是：扩大了资金来源和筹资能力，同时合伙人对企业盈亏负有全部责任，因而有助于提高企业的信誉。由于业主人数增多，提高了企业的决策能力和经营管理水平，增加了企业扩大和发展的可能性。合伙制企业的不足主要是：由于多个合伙人共同经营，容易降低决策效率，延误时机；由于所有合伙人对于企业债务都负有连带无限清偿责任，故风险较大；企业的资产规模仍有很大的局限性，企业产权流动也比较困难。

3. 公司制企业

依据《中华人民共和国公司法》有关规定：公司是指依照本法在中国境内设立的有限责任公司和股份有限公司。公司是企业法人，有独立的法人财产，享有法人财产权。公司以其全部财产对公司的债务承担责任。有限责任公司的股东以其认缴的出资额

为限对公司承担责任；股份有限公司的股东以其认购的股份为限对公司承担责任。

首先，公司制要求由两个以上出资者共同投资，这些投资者又被称为股东。其次，公司必须按照一定法律程序组建，比如上面所提到的《中华人民共和国公司法》。再次，一旦公司成立后，获得法人资格——公司制企业在法律上具有独立的人格，是一个法定的独立利益主体，能够独立承担法律责任，而个体企业、合伙企业都属于自然人企业，不具备法人资格。

此外，公司实行有限责任制。在个体企业和合伙企业中出资者要对企业承担无限经济责任，而现代公司（有限责任公司和股份有限公司）的股东只在其缴纳的股金范围内对企业的债务负责。所以，即使公司破产，债权人无权要求股东以其股金以外的财产来抵偿公司债务，这也就大大降低了投资风险。

最后，公司的所有权与经营权分离。公司制企业拥有独立的法人财产权，出资者资产一旦投入企业，就成为法人资产，企业对其具有占有权、使用权、处置权和收益权，而出资者则无权直接处置企业资产，只能通过股息和分红获得投资回报，或者通过在市场上转让自己拥有的公司股份来收回投资和取得资本增值收益。

公司制企业主要有无限责任公司、有限责任公司、两合公司、股份有限公司、股份两合公司五种基本类型。同学们经常接触到的印刷企业主要是有限责任公司和股份有限公司两种形式。表 1-2 为有限责任公司与股份有限公司两种公司形式的特征对比表。

表 1-2 有限责任公司与股份有限公司特征对比表

项目	有限责任公司	股份有限公司
共同点	(1) 股东都对公司承担有限责任，即以股东对公司的投资额为限 (2) 股东个人财产与公司财产分离，股东将财产投资公司后，就不再直接控制和支配这部分财产 (3) 公司对外只承担有限责任，即公司的全部资产为责任范围	
成立条件	宽松	严格
募集资金	由发起人集资，不能向社会公开募集资金	可以向社会公开募集资金
股东数	有最高和最低的要求	只有最低要求，没有最高要求
股份转让	股资转让，受限制较多较困难	股份转让比较自由
股权证明	出资证明书，不能转让、流通	股票，可以转让、流通
股东权限	股东会的权限较大，董事经常是由股东自己兼任的	股东会的权限有所限制，董事会的权限较大
财务公开	会计报表可以不经过注册会计师的审计，也可以不公告，只要按照规定期限送交各股东	会计报表必须要经过注册会计师的审计并出具报告，还要存档以便股东查阅，有些还必须要公告其会计报告

通过表 1-2 的介绍，不难发现有限责任公司一般适宜于中小企业，一般中型规模印刷厂都注册为有限责任公司。而股份有限公司最适合于大中型企业，许多大型国有和民营印刷企业都采用这种组织形式。

（二）按企业规模或组织结构分类

1. 小型企业

小型企业简称小企业，通常指规模较小的企业，我国大量乡镇企业、个体企业都属于小企业。在经济发达区域，小企业已不仅指规模小的企业，也包括一系列分散经营、