

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材



印刷工价计算

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

王国庆 主编

吴 鹏 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

印刷工价计算

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 王国庆
参 编 陈世军
主 审 吴 鹏

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。

本书详细地介绍了印刷业务员应掌握的基本技能和技巧以及各类印刷品的计价方法,并以案例教学的形式安排。本书内容共七章,介绍了印刷业务员基本要求、印刷工价基础知识、印前计价、印刷计价、印后计价、印刷估价、业务分歧与处理。本书内容围绕印刷工价计算展开介绍,书中引用了大量有关工价计算的方法和印刷业务员应该掌握的各种报价,同时介绍了一些印刷业务方面的纠纷与处理等,对于职业院校学生学习和掌握并在毕业后应用到实际工作中有一定的帮助。

本书适合作为印刷、包装学生的专业教材,也可作为印刷、包装企业工作者的参考书,还可用作印刷工种的职业技能培训和鉴定参考教材及在职技术人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

印刷工价计算 / 王国庆主编. —北京: 印刷工业出版社, 2009.7

全国新闻出版系统职业技术学校统编教材

ISBN 978-7-80000-862-7

I. 印… II. 王… III. 印刷工业—工业产品—价格—专业学校—教材 IV. F768.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第104598号

印刷工价计算

主 编: 王国庆

参 编: 陈世军

主 审: 吴 鹏

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: 7.375

印 数: 1~3000

印 次: 2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定 价: 15.00元

ISBN: 978-7-80000-862-7

◆ 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
印刷品质量检测与控制	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	瞿 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和行业专家规划、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》《印刷品质量检测与控制》《电脑排版工艺》(上、下册)《包装概论》《包装印刷工艺》等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需求；《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

印刷行业作为一种综合服务性的行业,已在世界各国国民经济的发展中起着越来越重要的作用。特别是电子计算机技术、激光技术以及感光材料技术的发展使整个印刷行业自 20 世纪 90 年代以来得到了飞速的发展。对于印刷企业而言,印刷工价计算将直接影响印刷企业的生产效益,也直接制约着印刷企业的发展。因此,作为一名印刷职业院校毕业的学生,作为未来印刷业的栋梁,了解印刷工价计算将显得非常有必要。这也是印刷企业对一个合格学生的基本要求。

本书第三章、第四章、第五章中引用的印刷工价表为 1998 年东北地区印刷工价的指导价格(新工价表还没有颁布),仅供参考。同时,由于我国各地区的经济发展水平的差异,印刷工价的指导价格也有所不同,望从事本行业的业务人员在印刷品计价的工作中要以本地区印刷工价的指导价格为准。按新闻出版总署的部署,十一五期间各地区要研拟新的印刷工价,现在一些省市仍在沿用十几年前的印刷工价,这是极不正常的现象,有悖价值规律。远的不说,就说近几年物价变化情况,每年物价指数均在 4% ~ 8% 左右增长,如纸张等,上涨幅度更是惊人。在这种情况下,印刷工价要实事求是地应对市场变化,确保工价的合理性、时效性、实用性。

本教材详细介绍了印刷业务员应掌握的基本技能和技巧以及各类印刷品的计价方法,教学和训练内容按从易到难、循序渐进,并以案例教学的形式安排。本着知识结构、优化教学理念,重基本技能培养的原则,做到教材内容之间的关系明确、布局合理。同时,教材内容适合时代的要求,让学生尽可能掌握前沿的科技知识。教材所用语言平实易懂,尽量将专业术语以浅显的形式融汇其中。为了更好地学习印刷品工价计算,望学生在学习本教材内容的同时,应全面掌握与印刷品工价计算相关的学科,如印前工艺、印刷材料、色彩学、印刷工艺学及印后加工等。

全书力求详尽、新颖、全面,而且具有较高的实用性、针对性、先进性和适用性。明确了教材编写的理念:由单一学科学习型向培养复合型人才转变,实现专业知识与生产技能相结合。

教材编写内容分工如下:

第一章~第三章,第五章~第七章由王国庆(辽宁省新闻出版学校)编写;

第四章由陈世军(辽宁省新闻出版学校)编写;

本教材由王国庆同志统稿。

由于印刷技术发展非常迅速,新技术、新工艺不断涌现,教材中不当之处在所难免,敬请读者将使用中发现问题及时反馈给我们,以便在教材重印时加以改正。

编 者

2009 年 6 月

目 录

第一章 印刷业务员基本要求	1
第一节 印刷业务员基本素质	1
一、业务员在思想道德等方面所应具备的素质	2
二、公（共）关（系）——业务员在对外和对内交往方面所应具备的素质	2
三、业务营销人员应当具备的其他方面的素质	4
四、印刷企业业务员的管理	4
第二节 印刷业务员市场工作实操	5
一、市场调查	6
二、市场细分和目标市场的进入	6
三、公共关系活动	7
四、业务谈判	8
五、签订合同	12
六、跟踪合同	13
七、回收账款	14
八、境外印刷市场的开拓	15
第三节 印刷业务员工艺工作实操	18
一、接收订单	18
二、与客户交涉	19
三、回厂工作	19
四、在本厂和客户之间传递校样	21
五、安排生产	21
习 题	21
第二章 印刷工价基础知识	24
第一节 印刷工艺	24
一、印刷术语	24
二、印前工艺	25
三、印刷流程及工艺	27

四、印后加工工艺	28
第二节 印刷材料	32
一、纸张	33
二、纸张材料的加放量	37
三、纸张材料采购的优化	39
习 题	40
第三章 印前计价	41
第一节 单色制版计价	42
一、汉文排版计价	42
二、外文及中外文对照排版	43
三、线条、表格稿排版计价	44
四、单色图形和图片的照排计价	45
第二节 彩色制版计价	45
一、平印制版计价（含胶片费；不含打样费）	45
二、输出胶片及打样	46
习 题	47
第四章 印刷计价	48
第一节 书刊印刷计价	49
一、平印平台机印刷计价	49
二、平印轮转机印刷计价	52
第二节 包装、装潢、商标印刷计价	53
一、包装、装潢、商标产品的印刷计价	53
二、不干胶标签产品的印刷计价	55
第三节 票据、名片印刷计价	56
一、票据印刷计价	56
二、名片印刷计价	57
第四节 其他印刷方式的计价	57
一、宣传页印刷计价	57
二、轻印刷计价	60
三、报纸印刷计价	60
四、信纸（单色单面）印刷计价	61
五、信封（双色）印刷计价	61
六、数码印刷计价	62

第五节 我国不同地区印刷品工价比较	64
一、广东省印刷品报价单	64
二、上海市印刷品报价单	65
三、北京市印刷品报价单	67
四、东北地区印刷品报价单	68
习 题	70
第五章 印后计价	72
第一节 书刊装订计价	72
一、书刊装订费用的计算（社会）	72
二、书刊装订费用的计算（出版社）	74
三、精装封面加工费计价	76
四、精装上封费计价	76
五、精装封面尺寸的计算	77
第二节 印后零件计价	80
一、书刊装订零件计价	80
二、覆膜、上光计价	80
三、压痕、模切计价	81
四、糊盒、对裱计价	81
五、信封、口袋、卷宗加工计价	82
六、烫金及压凸计价	82
习 题	82
第六章 印刷估价	84
第一节 印刷估价的依据和方法	84
一、印刷估价的依据	85
二、印刷估价的方法	85
三、印刷估价与计价的区别	85
第二节 印张的估算	86
一、中文（日文、朝文）文字产品印张的估算方法	86
二、外文（拉丁文、斯拉夫文）文字产品印张的估算方法	87
三、图片产品印张的估算	88
第三节 印制加工费用的估算	88
一、制版费用的估算	88
二、印刷费用的估算	89

三、装订费用的估算	89
第四节 纸张材料费用的估算	91
一、平板纸印张价格的估算	91
二、卷筒纸印张价格的估算	91
第五节 优化估价法	92
一、固定成本和可变成本分别计算法	92
二、起印数及以下产品的估价方法	93
三、起印数及以上产品的估价方法	93
习 题	93
 第七章 业务分歧与处理	95
第一节 防止欺诈	95
一、合同主体的资质	96
二、非法出版物陷阱	96
三、时限陷阱	96
四、质量陷阱	96
五、付款陷阱	97
第二节 化解纠纷	97
一、合同方面的纠纷	97
二、实际生产过程中的纠纷	99
第三节 弥合分歧	101
一、计价项目方面的歧义	102
二、零印张计价方面的歧义	102
三、加成方面的歧义	103
四、卷筒纸出纸率方面的歧义	104
五、纸张加放方面的歧义	104
习 题	105
 参考文献	106

第一章

印刷业务员基本要求

应知要点:

1. 了解业务员在思想道德等方面所应具备的素质。
2. 了解业务员在对外和对内交往方面所应具备的素质。
3. 了解业务员在其他方面应具备的素质。
4. 掌握印刷业务员市场工作实操的内容。

应会要点:

正确理解并掌握印刷业务员市场工作实操的内容。

第一节 印刷业务员基本素质

【任务】 正确认识业务员在印刷企业各项工作中的重要作用及所应具备的基本素质。

【分析】 教师从印刷企业的加工特性及业务员在企业发展中的重要作用引出本课题的任务, 引导学生认识业务员的工作能力在印刷业务承接中的重要性; 通过业务员在各方面所应具备的素质来讲解毕业生如何成为本行业一名合格的业务员, 如何更好地为印刷行业服务。

印刷企业的加工特性, 决定了客户在生产经营中的特殊地位。没有客户, 就无法生产经营。因此, 作为印刷企业的业务员在承接业务时, 除了要把握相应的原则, 了解新闻出版行业相关的政策、法规, 掌握出版、印刷工作的基础理论知识与版权知识, 熟悉编辑出版、印刷工艺流程及技术要求, 掌握印刷成本核算的基本原则之外, 还要具备以下几方面的素质。

一、业务员在思想道德等方面所应具备的素质

1. 业务员在与国家的关系方面所应具备的素质

这也是国家对每个公民最基本的要求，那就是要有理想、有道德、有文化、有纪律。不论从事什么职业，首先要做一个合格的、合法的公民，这是你开展各项社会活动的基础和前提。

2. 业务员在与职业的关系方面所应具备的素质

印刷业务员要遵守职业道德。营销这一职业道德要求的核心就是诚实守信。市场经济运作的基础和本质要求是诚信，诚信交易是市场经济发育成熟的标志，诚信缺失则是市场环境不完善的表现。一个企业、一个业务员，可能靠非诚信的手段敛财于一时，但绝不可能成为百年老店和名牌的业务员。

3. 业务员在与行业的关系方面所应具备的素质

印刷业务员要按照国家法律、法规及印刷行业相关管理条例承接印刷任务。国家要求印刷企业承接印刷任务时，按规定验证和留存证明文件，这是为制约上游企业、保证印刷品的合法性所设置的最后一道防线。虽然一般说上游企业应文责自负，但有关管理条例（《印刷业管理条例》）指出，印刷企业在明知印刷品有问题时，有责任拒绝印刷并向有关部门举报，否则印刷企业要承担连带责任。印刷企业日常承接印刷任务的一般都是营销业务人员，所以营销业务人员为了国家和企业的根本利益，也为了业务员自身的职业生涯和前途，必须严格遵守相关的法律、法规。

4. 业务员在与企业的关系方面所应具备的素质

印刷业务员要忠于本企业，不谋取工作以外的私利。如果想离开目前服务的企业，就应当与企业进行正式谈判，解除合同，然后再受聘于另外的企业。在规定的时间内，不能把自己原有的业务关系转给新签约的企业。在这方面我们一些印刷业务人员有实际的反面教材。如有些业务员通过一些非法的手段侵占全厂职工的利益，谋取小团体的私利，以至走上犯罪的道路。

二、公（共）关（系）——业务员在对外和对内交往方面所应具备的素质

公共关系是业务员所必须掌握的一门主课和基本功夫。现代公共关系学把公共关系的对象分为企业外部的组织和个人以及企业内部员工这样两个部分。业务员要重点学习和掌握对外关系方面的技术和技巧，有效地开拓和维护自己的目标市场。当然也要学习和内部员工团队合作的技巧和艺术，以便更好地开展工作。下面主要介绍业务员需要掌握的对外关系方面的内容。

1. 思想认识方面

(1) 了解营销职业在社会主义市场经济中不可或缺的地位。

近年来,随着印刷行业的发展,出现了印刷企业营销业务人力资源短缺的状况。要积极勇敢地投身于这个职业,努力学习相关的理论和知识,敢于进入相关市场;国内外不少成功的商业、企业界人士,都是从最基层一线的推销工作开始干起,一步一步地通过艰苦奋斗,走向胜利。

(2) 了解业务营销职业的规律和特点。

进入市场后,绝不可能每份订单都会成交。成交的数量和你接触的客户数量之间的比例关系,就是成交概率。随着时间的推移和你自身公关能力的提高,这个概率应当会逐步提高。由于业务和销售工作需要有一个过程,所以不必产生凡事求人的思想。我们和客户在法律和人格等方面都是完全平等的,不存在高低上下之分。我们总是要去接触客户,但不见得总能成交,这是我们的职业性质所决定的必然结果,是很正常的事情。所以成熟的业务销售人员应对此保持正确的心态。

2. 实践方面

(1) 业务员自身应当具备的条件。

我们的身体条件是不能选择的,但我们可以有意识地、适宜地修饰和美化自己,以便开展工作。这是我们能够做到,也是我们作为业务营销人员必须首先要做到的。这样做的目的,是让人感觉到我们诚实可靠、精明干练,愿意和我们交往,愿意把事情托付给我们办理。

在自身外表方面,头发要保持清洁、整齐,在形状和颜色等方面不要过度新潮、另类。男同志的胡须要刮理干净,眼角要清理干净。一般不要在和客户见面时还带着墨镜。手指甲要修剪得长短适度,边缘光滑。

在化妆方面,男同志基本上不用化妆,女同志应当化淡妆,在干净的基础上,略加修饰即可,宁可不及,不宜过分。

在服装、配饰方面,服装的样式、颜色及搭配要大方、得体。既不要过分张扬,给人不稳重的感觉,也不要过于正式而显得呆板。一般以着职业装较为适宜。配饰也以简洁为好。在语言方面,语音高低、语速快慢适度,清楚易懂。一般都要讲普通话。交谈时目光专注,不左顾右盼,以示对客户的尊重。

在举止方面要文明礼貌。比如,进屋前一定要先敲门,得到允许后再开门。要用手缓缓地将门推开,不可用脚踢门或用身体撞门。

(2) 在乙方业务部接待客户时的要求。

首见必答,不管哪位业务员在场,对进来的客户都要首先问好。如果客户要找的业务员不在,要主动帮助联系寻找或请客户留言。

每位业务员的桌子要保持整洁有序,不放置和工作无关的物品。整体环境安静,不大声喧哗、不扎堆聊天、不吃东西、不坐桌子、不骑椅子,总之不做和工作无关的

事情。

(3) 业务员公关工作的关键。

业务员开拓市场和维护客户，大量的工作都落实在与客户方具体人员的公关交往上，尤其是和客户打交道最频繁的一线业务营销人员。

业务员在和客户交往时，要通过用心观察，了解客户各方面的信息，并投其所好，尤其要帮助客户排忧解难。通过长期真诚努力，使双方的关系尽快经历三个层次，即从同事到朋友再到兄弟。

三、业务营销人员应当具备的其他方面的素质

1. 计算机使用

在当今的信息化年代里，计算机将成为各行各业的通用工具和人们日常生活的亲密伴侣。国家新闻出版总署顺应时代的大趋势，要求出版、印刷行业尽快实现信息化生产和管理。将来的企业会在网上招标、签订电子合同、传送电子订单、实时通过互联网络检查印刷企业的生产进度，并在网上用电子账单结算。现在，先进印刷企业的业务营销人员会携带手提电脑上门谈业务，了解产品状况，查询原材料存量和价格，现场用手提电脑报价等。作为新时代的印刷企业营销人员，必须能够熟练地使用电脑和掌握印刷查询、报价、录制订单等常用软件。

2. 汽车驾驶

作为业务销售人员掌握驾驶汽车技术，对自己工作非常有利。

3. 外语听说

随着出版、印刷业的发展，企业接触的境外订单越来越多，国际上大型印刷企业也在中国直接设立办事处。印刷业务营销人员应具备一般的外语能力，特别是需要补充学习有关出版、印刷的专业词汇。

四、印刷企业业务员的管理

1. 业务员的工作模式

(1) 业务分工。

根据本企业业务员技术能力的具体情况，可以按工序分工，分别负责制版、书刊印刷、彩色印刷、包装装潢印刷、零件印刷等，也可以打破工序界限，实行全方位（全天候）作战。可以按客户单位分工，分别负责一个或若干个客户；可以按地域分工，分别负责某一片，或分本地及外地。

印刷的期刊比较多时，最好设专人管理，如果数量少，则可由业务员分管。可以以业务员个人为单位，也可以结合为两人及两人以上的业务小组。以上各项可以综合考虑，交叉使用，总之以适宜为原则。

(2) 业务营销的日常运作。

①工作流程。所有与客户交涉层面，均只由业务员出面，切忌多头联系，而所有对内指挥均由调度负责，业务员不能直接发令。有的厂把所有生产部门统称为后勤部门，业务只和后勤部门负责人联系，具体产品的用料、进度、质量、设备、工艺等均由该部门安排。不论采用何种流程方式，均需形成书面规定文件。

②考勤制度。业务员可以与全体员工一样，采用坐班制，也可以不坐班，而采取早晚定点或定期某天报到制，总之以利于工作为宜。要有定期的会议和汇报制度，这样既能使业务员放开工作，又能在需要时将业务员迅速集合。

③交通通信。为业务员解决通信工具的配置和通信费用报销问题。根据条件报销交通费用或配置不同的交通工具。如果配备汽车，必须和有关管理部门一起制定严格的管理制度，确保安全。

2. 业务员的计酬方式与奖惩

(1) 考勤、质量事故处理方面的管理、奖惩和其他员工相同。

(2) 计酬方式。对业务员计酬可以采取多种办法。

①按承揽任务的产量计酬，即每一单位量，计酬若干元。1色令计0.1元，书刊印刷1色令计0.05元等。

②按承揽任务的产值计酬。如每百元计1元。

③计酬时点。可以按开出发货票日期（月份）为准。也可以按交回客户账款的日期（月份）为准。

3. 业务员的聘用、教育与培训

(1) 对业务员实行聘用制，必要时可以把招聘的范围扩大到社会。聘用业务员的条件主要是：思想品质好、不谋私利、愿意从事这项工作，并具有学习本岗技能的潜质，身体好。

(2) 对受聘业务员统一进行思想、道德、职业操守、遵纪守法方面的教育。

(3) 对受聘业务员统一进行公共关系、印刷工艺、计算价格等技能方面的培训。

第二节 印刷业务员市场工作实操

【任务】 正确掌握业务员在印刷企业与客户关系中所应具备的业务技能及工作职责。

【分析】 教师从业务承接、市场调查等相关内容，再由印刷品的形成过程引出本课题的任务，引导学生正确认识业务员在印刷品由承接到印制加工最终到交货结款的过程中所起到的重要作用；通过市场调查、业务谈判、合同签订、账款结算等内容来讲解，使业务员在今后的工作中为企业带来更多的经济效益，杜绝不必要的质量纠纷。