

- + 印刷业务报价的内涵
- + 如何做好印刷业务报价

精编
企业培训
宝典

一看就懂 印刷报价 从入门到精通

吴 鹏◎主 编 汤礼军◎副主编
钱文武 卢文友 高玉春◎参 编

一看就懂 印刷报价 从入门到精通

吴 鹏◎主 编 汤礼军◎副主编
钱文武 卢文友 高玉春◎参 编

EASY TO LEARN
GUIDE FOR PRINT QUOTATION



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

印刷报价从入门到精通 / 吴鹏, 汤礼军等编著. -- 北京: 印刷工业出版社, 2014.11
(一看就懂)

ISBN 978-7-5142-1122-1

I. 印… II. ①吴… ②汤… III. 印刷工业—价格 IV. F407.845

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第231317号



印刷报价从入门到精通

EASY TO LEARN: GUIDE FOR PRINT QUOTATION

主 编 吴 鹏

副主编 汤礼军

参 编 钱文武 卢文友 高玉春

责任编辑: 郭 蕊

责任校对: 岳智勇

责任印制: 冷雪涵

责任设计: 刘 凯

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: pprint.taobao.com www.yinmart.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 8.5

字 数: 171千字

印 次: 2014年11月第1版 2014年11月第1次印刷

定 价: 32.00元

I S B N : 978-7-5142-1122-1

如发现印装质量问题请与我社发行部联系。直销电话: 010-88275710。

Guide for print quotation

前言

当前，印刷业仍然在高速发展，但随着市场需求的不断变化以及各企业在产品和服务质量等方面的差异，市场竞争日益加剧。对印刷企业的业务人员而言，能够熟练根据客户需要对不同印刷品进行科学合理的业务报价不仅是做好客户服务工作的重要环节，而且是开展业务不可或缺的必然要求。同时，对印刷企业的生产和管理人员而言，掌握各类印刷品的业务报价也是加强成本管理、提升效益的重要途径。为了适应新形势下印刷企业的这种要求，为此需要在印刷业务报价实践的基础上将常见的具有普遍代表性的印刷品业务报价方法以案例的形式通俗易懂地呈现给印刷企业的从业人员，以帮助印刷企业提升产品和服务质量，增强市场竞争力。这成为本书编写的主线，并被贯穿始终。

随着印刷业的不断发展，印刷品种类不断增多。本书根据印刷市场上的一般情形，选取了具有普遍代表性的印刷业务并以案例的形式予以呈现，并力求以浅显通俗的语言与实际应用结合起来，突出知识性、实用性、科学性。全书共分为五篇，导入篇以生活中的生动案例诠释了什么是印刷业务报价及怎样才能做好印刷业务报价，之后分别以活页单件印刷业务报价、书报刊类印刷业务报价、纸质包装品印刷业务报价分项目并通过具体的业务案例进行了详细的介绍和分析，并对各个案例进行了

全部的业务报价核算，最后则根据近年来印刷报价系统的应用需要选举代表性的印刷品业务进行了详细的介绍。本书理论与实践融于一体，图文并茂，内容新颖、实用性强，具有较强的知识性和实用性，可作为初学者的学习用书，也可作为印刷企业从事业务、生产等相关专业人员的技能培训教材和参考用书。

本书由安徽新闻出版职业技术学院吴鹏担任主编，汤礼军任副主编，钱文武、卢文友、高玉春参与编写。在编写过程中，得到了印刷企业领导及业务和生产人员的大力支持，在此表示感谢。本书不足之处，敬请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修改完善。

编 者

2014 年 10 月

言 前

目 录

导入篇 走进印刷业务报价	1
什么是印刷业务报价	2
印刷业务员报价应具备怎样的能力	5
印刷业务员报价应具备的素养	9
本篇小结	12
第一篇 活页单件业务报价	13
简单的活页单件	15
多折宣传彩页	18
户外广告招贴画/展板（数码喷绘）	21
本篇小结	23
第二篇 书报刊类印刷业务报价	25
项目一：骑马订类印刷品业务报价案例	26
项目二：平装印刷品业务报价案例	37
项目三：精装印刷品业务报价案例	45
项目四：报纸印刷品业务报价案例	56
本篇小结	60

第三篇 纸质包装品业务报价..... 61

项目一：折叠式包装盒报价 62

项目二：纸质手提袋报价 80

项目三：包装箱报价 89

本篇小结 99

第四篇 印刷业务系统报价 101

项目一：单张类印刷品报价案例 102

项目二：包装盒类印刷品报价案例 115

本章小结 129

导入篇

走进印刷业务报价

什么是印刷业务报价

印刷业务员报价应具备怎样的能力

印刷业务员报价应具备的素养



什么是印刷业务报价

案例

◎客户疑问：印刷报价是否合理？

叶先生是一位四十来岁的中年人，1989年高考因为自学的是俄语而考的是英语，结果因10分之差与大学失之交臂。倔强的叶先生没有选择复读而是直接回到了村里，在乡广播站招聘通讯员的考试中凭借扎实的文学功底而成了一名通讯员，其突出的撰稿能力和干脆、豪爽的做事风格赢得了身边很多人的赞赏，两年后被乡里安排到村里担任村长，成了名副其实的村官。叶先生为人耿直，在担任村干部时带领村民修路、建桥、搞水利，深得老百姓的喜爱。2007年，叶氏家族修订族谱时，村民一致推选叶先生担任族谱修订的负责人。

经过长达2个月的努力，跨越安徽、河南、山东、湖南等地的叶氏族人聚集在一起终于商定完成了新的叶氏族谱的修订。这时，作为族谱修订工作的负责人，叶先生考虑把修订完成的叶氏族谱印制300本发放给各地族人代表，得到了大家的一致响应和支持。于是，叶先生一行联系了县教委印刷厂，对方告知自己的工厂因为设备原因只能印刷一些纸质的教学簿本，并告诉叶先生要想印刷带有照片的家族族谱，需要到市里找印刷厂才能完成。

叶先生一行又很快找到就近的临市，联系了几家印刷厂，在看了对方的印刷样品后，叶先生均表示满意，可是谈到价钱，对方却说，给你们印可以，但是要加价，不然就印300本，企业肯定要赔钱。在听了对方的报价后，叶先生感到很困惑，只有40多面的族谱印制出来，区区300本怎么可能要1万多元呢？难道是这些业务员太贪图暴利了？

问题

- ◎ 300本40多面的族谱印制费需要1万多元，这个结果是怎么得到的？
- ◎ 业务员真的是在欺骗客户吗？业务员在报价时能欺骗客户吗？

问题分析与解答

欲知这300册40多面的族谱印制费用到底是多少，首先需要明确这批产品的印制成本是多少。印刷品的印制成本，是印刷企业根据其生产经营的实际情况，在综合考虑了

企业的各种消耗等成本支出的基础上,结合当前同类印刷品市场的一般价格水平所确立的工价标准,并根据这一工价结合某个具体的印刷品生产工序核算得到的。

就一般印刷品而言,一般包括产品设计、印前制作、打样、晒版、印刷、后加工等生产工序。在核算成本时,一般要依据工价标准对这些相应的工序一一核算,如果是印刷企业自己提供纸张等承印材料,还需加上纸张等承印材料的费用,最后累加得到的就是加工这批印刷品的成本。而报价就是在成本的基础上加上一定的利润所得到的(有的工价标准中已包含了利润,这样的话直接累加就行)。

如在本案中,如果假定本族谱为16开,内文共48面,因含照片而需要4色印刷(正反面),采用常见的对开四色印刷机印刷,则这本书的印制成本可大概核算如下。

(1) 印前制作费

$$48\text{面} \times 120\text{元/面} = 5760\text{ (元)}$$

其中,假设制作16开彩色页面的价格为120元/面。

(2) 版材费

$$(48\text{面} \div 16\text{开}) \times 2 \times 4\text{色} \times 80\text{元/张} = 1920\text{ (元)}$$

其中,假设对开CTP版材80元/张。

(3) 印工费

$$(48\text{面} \div 16\text{开}) \times 2 \times 4\text{色} \times \frac{3000\text{册}}{1000} \times 20\text{元/色令} = 1440\text{ (元)}$$

其中,假设色令价格为20元/色令;3000册为起印数,不足3000册按3000册算。

(4) 印后加工费

$$0.1\text{元/册} \times 2000\text{册} = 200\text{ (元)}$$

其中,假设装订一册的费用为0.1元/册;2000册为起装费,不足2000册按2000册算。

(5) 纸张费用

$$\text{用纸量: } (48\text{面} \div 16\text{开}) \times 300\text{册} \div 1000 = 0.9\text{令}$$

上述为理论用纸量,实际生产中还必须要考虑到加放量,按每个印版加放30张上机纸计算。由于本例印数较少,故加放量为:

$$(48\text{面} \div 16\text{开}) \times 2 \times 4 \times \frac{30}{1000} = 0.96\text{令}$$

由此,用纸量小计为1.86令

$$\text{单张纸价: } 1.08 \times (128\text{g/m}^2 \div 100) \times (8000\text{元/吨} \div 10000) = 1.11\text{元/张}$$

$$\text{纸款: } 1.86 \times 1 \times 500 = 930\text{ (元)}$$

其中，假设用880mm×1230mm、克重为128g/m²的铜版纸印刷，吨价为8000元/吨，加放率为10%。

因此，印制本族谱的总费用为各部分费用之和，即9875元，加上税收及利润等，最后的报价应该在1.1万元左右。

知识链接

通过本例不难看出，印刷业务报价是围绕印刷品在生产加工过程中的各个“典型动作”来核算的，如印前设计与制作，包括图文信息的设计和处理、排版、分色、加网、输出等。可以说在整个印刷品生产加工的全部过程中发生的所有的活动都被归纳到了这些“典型动作”中。因此，欲掌握印刷业务报价的基本方法，一些必要的印刷专业知识还是必须要明白的。

开本 开数与开本的概念通常把一张按国家标准分切好的平板原纸称为全开纸。在以不浪费纸张、便于印刷和装订生产作业为前提下，把全开纸裁切成面积相等的若干小张称之为多少开数；将它们装订成册，则称为多少开本。由于国际国内的纸张幅面有几个不同系列，因此虽然它们都被分切成同一开数，但其规格的大小却不一样。尽管装订成书后，它们都统称为多少开本，但书的尺寸却不同。如目前16开本的尺寸有：188mm×265mm、210mm×297mm等。

如本例中的16开叶氏族谱，即相当于是一张全张纸裁切成面积相等的16个小张的大小。

令 印刷中用纸量一般较大，故把500张全张纸称为1令纸。常见的全张纸的规格有787mm×1092mm、850mm×1168mm、880mm×1230mm等。

色令 印刷品的颜色是一个一个印上去的，我们看到的彩色印刷品可以由单色印刷机通过叠印来完成，即纸张印完一个颜色后，再将其放至印刷机的输纸台上，采用另外一种颜色的油墨再次印刷，两种不同颜色的油墨经过叠加以后会显示出新的颜色效果，如果还需要进一步的色彩效果，可再次使用另一种油墨上机印刷。此外，我们见到最多的便是采用多色印刷机一次性走纸完成几个不同颜色的印刷，一般是在一台印刷机上有四个不同颜色的机组，每个机组可以实现一个颜色的印刷。这种印刷相对前者而言具有更高的生产效率和产品质量。

一令纸印完一种颜色，称为一个色令，也是印刷中计算印刷工价的主要参数之一。

印张 印张是书籍出版术语，它说明印这本书需多少纸张。印张具体是指印刷一本书所需要的全开纸的张数。因为一张纸可以两面印，所以两个印张才对应一张全张纸。在印刷业务报价中，经常可以根据印张计算需要印版和纸张的数量，在计算印刷工价的

时候印张也是一个重要的参数，在装订加工和用纸量计算中印张也是不可或缺的重要参数之一。对于书刊内芯而言，印张可由面数/开数来确定。

简单来说，一张全开纸印一面即为一个印张，印两面即为两个印张。

版材费 版材费即在印刷过程中消耗的印版的费用。版材费的多少由印版的消耗量和印版单价来决定，二者的乘积就是完成这批印刷品印刷所需要的版材费。目前，胶印印刷市场中常用的版材有传统的PS版材和近年来逐渐增多的CTP版材。前者为用感光材料涂布在铝基板上，经曝光后见光区域发生聚合或分解反应，经显影、冲版后在其表面形成了具有亲油、亲水特性的区域，亲油的区域为印版的图文部分，对应的区域在印刷时将会有油墨附着在承印物表面；亲水的部分为印版的空白部分，对应的区域在印刷时不会有油墨附着在上边，保留原来的自然状态。

可见，要做好印刷业务报价工作，必须首先要掌握印刷品生产工艺流程的相关知识，并熟知印刷业务报价中相应的专业知识。

最后，就本案例而言，业务员的报价还是比较中肯的，基本是在合理的范围之内，显然没有欺骗叶先生，叶先生的惊愕反应显然是由于对印刷品的成本不了解造成的。当然，在印刷企业向客户报价的过程中，当然不允许欺骗客户，否则那是贪小便宜，最终肯定要吃大亏。企业如人，试想，谁会愿意长期让一个骗子给自己提供服务呢？况且这种服务还是有偿的。企业要做得持久，必须要诚实经营，这和做人的道理是一样的。

印刷业务员报价应具备怎样的能力

案 例

◎ 业务员：怎样做好印刷报价工作？

小刘在一家小型印刷企业做印前制版已经有2年多了，长期对着计算机做着文字录入、图像处理、排版、输出，以及拼版、晒版、冲版的工作，干这种活小刘总觉得很不是滋味，特别是每天在冲版室冲版时总要面对着充满化学味道的各种药剂，尽管有人说自己在这种环境中早已经习惯了，如果真有那么一天突然远离了这种环境反而会觉得不适应，可小刘从来没有这种想法，她恨不得企业能早点给她换个与人打交道的岗位。金融危机到来的时候，企业业务受到了重要的影响，特别是外单业务，而一些竞争实力强的企业也加入到了抢单的行列，小刘所在的企业自然也就受到了影响。

由于业务量的减少，印前制版部门也轻松了不少，而这时企业领导把小刘抽调了出来，让她到业务部门上班，希望通过增加业务人员能够抑制住订单下滑的趋势，稳住企

业的业务订单。这让小刘喜出望外。

在经过简单的培训之后，小刘就兴冲冲地开始了自己的工作。青春、活泼的她很容易就和客户建立起了联系。然而在和客户谈业务的时候，小刘的工作总是让客户不满意，对方不是觉得她报的价格不合适，就是觉得她对产品的质量和特点弄不清楚。一连几次都是这样，这让小刘很遗憾，也很惭愧，这可都是业务员的专业能力不足给害的啊！

问题

● 到底应该具有怎样的专业能力才能做好印刷品报价工作？

问题分析与解答

企业做到持久健康经营的根本保证在于能够不断向客户提供所需的产品和服务。在本案例中，很明显可以看出，客户是对小刘的服务太不满意了，客户的不满不仅对小刘本人造成了非常不好的影响，让其遗憾、惭愧，而且对企业的发展也非常不利，这肯定会因为小刘的表现而影响企业的形象——如果企业的员工都是这个样子的，客户怎么可以放心地和这样的企业合作呢？

小刘的优势是很明显的，青春、活泼、爱和人打交道，这样的特点对于从事客户工作而言是非常重要的优势。但是，小刘在和客户接洽的过程中由于报价的出入较大，或是弄不清楚产品的质量和特点，大大影响了工作的绩效。做好印刷品报价工作至少需要具备以下几个方面的专业能力。

1. 熟知印刷品的加工过程

业务员要熟知印刷品的加工过程并掌握其加工的工艺特点。在和印刷客户接洽的过程中，要想获得客户的认可，除了能够主动交流，爱和客户打交道之外，对企业印刷品的加工过程应非常清楚。比如客户找到印刷企业想要加工一批年画，业务人员要能够根据客户期望的效果向其介绍本企业年画设计、生产的加工工艺特点，使用的版材（PS版还是CTP版）、选用的印刷设备（普通四色胶印机还是商业轮转机）、后加工处理（烫金、烫印、压凹、压凸等），以及本企业的印刷质量保证等，还可以就携带的样品向客户展示、介绍其特点，让客户对本企业产品的质量和特点念念不忘，给其留下深刻的印象。

2. 熟练掌握本企业产品的报价方法

业务员要熟练掌握本企业产品的报价方法以及相应的价格，能够根据客户的需要及时报出不同的价格。印刷品的业务报价是一项比较细致的工作，一般根据印刷品加工的

项目核算,随着加工项目的增减,报出的价格应有相应的体现。及时核算出产品的价格—要熟知产品的加工工艺流程,并熟知各种加工项目的工价,在此基础上快速核算再做相应的报价。同时,报价人员还需要根据企业的规定,并结合市场同行的竞争状况,在自己的权限范围内及时作出适当的调整,既维护企业的利益,又争取到了客户的支持,赢得订单。

3. 掌握和客户交流沟通的技巧

业务员要掌握和客户交流沟通的技巧,并善于应对各种可能出现的变化。由于客户的脾气、个性不同,业务人员在和客户沟通的过程中,要能对客户的各种反应灵活应对。在和客户沟通时,首先需要诚实相待,注意相互尊重,相互理解,寻找双方共同诉求,在面对客户的争议时,坚持在不违背国家法律法规和基本原则的前提下,灵活处理。

知识链接

印刷业务报价的流程如下。

1. 印前费用核算

印前工作主要包括设计、图文处理、打样、输出等工序,印前报价包括设计费、文字处理费、图像处理费、打样费、输出费等费用的计算。印刷品幅面、精细程度、复杂程度等不同,费用也不同。印前费用核算就是把印前设计和制作的各个环节的费用累计在一起,主要包括文字费用、图像制作费用和输出费用三部分(如图1所示)。

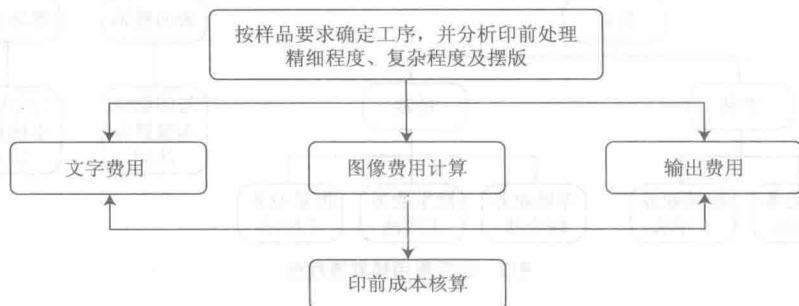


图1 印前费用核算流程图

2. 印刷过程(印中)费用核算

印刷过程报价按工序主要由制版费用和印工费核算构成,按费用类型主要由成本、流通、利润和税金构成。制版费用总体来说又包括拼版费用(CTP除外)、晒版费用和

上版费用等，印工费包括人工费、辅材、折旧、水电费、流通费、利润等。印刷过程费用核算就是核算在印刷生产过程中的费用，也可称为印中费用核算，流程如图2所示。



图2 印刷费用核算流程图

3. 印后费用核算

印后加工主要包括装订、表面整饰和容器加工（成型）三大部分。印后加工成本主要由装订费、表面整饰费和容器加工费组成。由于装订、表面整饰和容器加工（成型）部分又包括很多不同类型工序，所以装订费、表面整饰费和容器加工费中包括很多具体类型加工工序和费用。表面整饰和成型部分中上光、覆膜、压凸、烫印、模压等工序从成本核算的角度来说，与印刷过程费用核算方法基本一致。核算流程如图3所示。

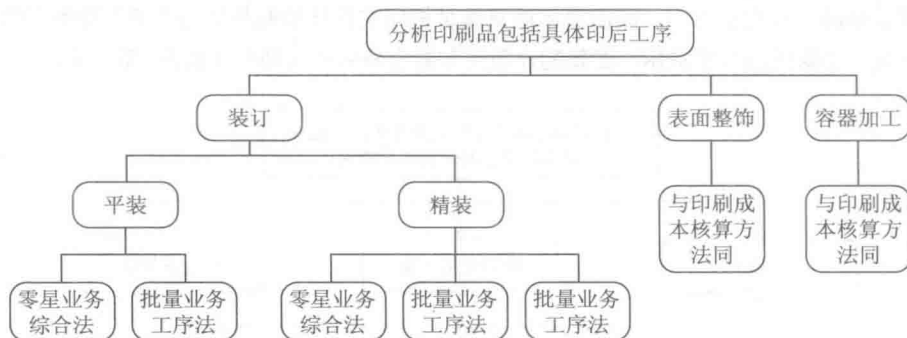


图3 印后费用核算流程图

4. 承印材料的成本核算

在目前印刷承印材料中，纸张仍占据着牢牢的主导地位。以纸张为主的承印材料费用是印刷品成本中最重要的组成部分，纸张费用不仅包括正数纸张费用，还包括印刷加放数、印后加工加放数纸张费用。核算流程如图4所示。

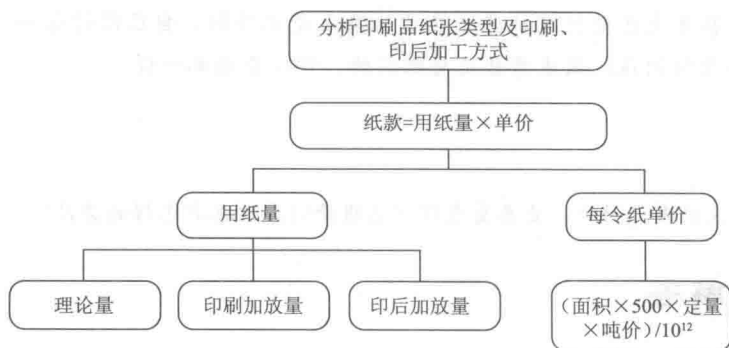


图4 承印材料费用核算流程图

印刷业务员报价应具备的素养

案例

◎ 企业：怎样的业务员是合格的？

高先生从事印刷业务已经5年多了，非常善于和客户打交道。因为经常接触的都是本企业的印刷专业人员和圈子里的专业人士，对各类印刷的工艺、生产过程、产品特点都非常熟悉，特别是对本企业的产品，无论是从质量到特点，还是从材料到工艺，几乎都是了然于胸。在后入职的同事们眼中，高先生就是他们的榜样。高先生人很成熟，也有自己的营销理念，他认为做生意的目的就是为了赚钱，并坚持认为，生意是生意，朋友是朋友，做生意就是要赚钱的。由于企业业务员的收入是直接和订单的金额挂钩的，因此高先生经常说，自己和企业的利益是一体的，支持企业就是支持自己。

由于企业的业务范围较大，因此客户群也很多，而高先生也很能识别不同的人。他的通常做法是：对精通印刷业务的客户往往报适中价格，对不懂印刷业务的客户则要提高报价，有时对于一些大单的客户，为了拿下，还不惜夸大企业实力，或给客户做了不切合实际的交期保证等。

随着市场竞争日趋激烈和印刷工价的不断下滑，高先生也发现自己的老客户却越来越少，甚至还发生过被客户投诉的事件，基于此，企业领导也专门找他谈过话。虽然对高先生而言，凭自己的才华，开拓新客户比其他业务员要容易一些，但公司认为，和开发新客户相比，还是不清自来的那些忠诚老客户给企业带来的贡献更大，针对老客户的流失，企业领导认为高先生的营销理念不合时宜，对此应负有不可推卸的责任。

然而，高先生依然坚持认为，自己的做法是正确的，自己做的每一件事情都是为了维护企业的利益，做生意总是要赚钱的，哪个企业都一样。

问 题

● 高先生的观点对吗？业务员在印刷品报价时应该具有怎样的素质？

问题的解答

任何企业都是要盈利的，也是必须要盈利的，否则便无法生存，更不用提发展了。众所周知，企业在生产经营的过程中需要购进原材料，需要向工人和管理者支付薪水，需要向政府部门缴纳税收，也许你会认为这些都是企业的成本，企业即使不盈利但只要能保持平衡，都是可以维持下去的。可事实上并非如此，如果说这种企业在以前的封闭社会中可以生存的话，那么在当今全球一体化的大环境中，面对无处不在的市场竞争，企业欲生存，就必须不断使自己变得强大起来，或者进一步扩大规模，或者进一步推出新的，能够满足客户需要的产品和服务，否则，没有竞争优势的企业是注定要失败的。而无论是规模的扩大还是技术的增强都需要一大笔资金的支持，显然，没有盈利的企业是做不到这一点的。

然而，企业的盈利模式归根结底还是要得到客户的认可。对任何企业而言，“谁失去客户，谁将失去一切”，客户是企业的利润之源，企业的盈利必须建立在不断满足客户需要的基础之上。企业的业务员处在企业产品推广和与客户接触的第一线，其素质的高低对企业的发展起着至关重要的作用。那么业务员的素质究竟体现在哪些方面呢？

1. 诚实善良的思想品质

经营企业和经营个人是类似的，如果说作为个体的人仅代表他自己的话，那么作为企业形象代表的业务员代表的则是企业整体了。谁都希望能和诚实善良的人交往，同样对客户而言，也希望能和诚实善良的企业交往，而企业的诚实善良可以直接通过企业业务员的诚实善良反映出来。因此，企业业务员必须要有诚实善良的思想品质，在维护企业基本利益的基础上，要为客户争取最大的利益，把客户当成自己的朋友，也让自己成为客户值得信赖的合作伙伴。这样才会获得客户长久的支持和信任，在服务客户的同时，也给企业带来了源源不断的利润。

2. 爱岗敬业的职业道德

职业道德是所有从业人员在职业活动中应该遵守的基本行为准则，是社会道德的