SELECTION GUIDE · 2026

图文店管理系统选型指南

写给图文快印、广告制作门店经营者的一份核对清单

2026 年 11 月版 | 云玺印内容组 整理

适用：单店 · 连锁 · 带工程业务的广告图文公司

本资料由云玺印整理。云玺印为该行业 SaaS ERP 供应商，相关立场已在「写在前面」与第 7 章「什么情况下别买」中说明。

可自由转载用于选型参考，转载请保留出处与利益相关声明。

目录

01 写在前面：这份资料是谁写的

02 第 1 章 先别选软件：判断你到底卡在哪

03 第 2 章 图文店的业务到底特殊在哪

04 第 3 章 选型要看的 7 件事

05 第 4 章 现场试用：拿你手上最麻烦的三单跑一遍

06 第 5 章 价格怎么看

07 第 6 章 实施与迁移：最难的不是软件

08 第 7 章 什么情况下别买

09 第 8 章 常见问答

10 附录 A 选型自测表（可打印）

11 附录 B 几个词的意思

12 附录 C 资料来源与口径

写在前面：这份资料是谁写的

先把话说在明处，免得你读到一半才发现立场不对。

我们做这行系统，云玺印是新云玺科技（深圳）有限公司自主研发的图文广告快印行业 SaaS ERP。 下面所有判断，难免带着我们这十年在这个行业里形成的视角。所以这份资料里：

- 涉及比较的部分，只写能现场核验的事实，不写「谁比谁好」；
- 涉及价格的部分，直接用我们自己 2026 年的公开报价，不藏也不美化；
- **第 7 章专门写「什么情况下别买」**，包括几种「买我们的也不合适」的情况，那几段请一定看；
- 案例里的门店一律用城市 + 规模指代，数字来自客户走访和公开案例整理，具体到每一家的口径以门店实际为准。

你可以把这份资料当成一个从业者整理的 checklist，而不是产品册。不同意的地方，按你自己店里的情况来。

怎么用： 时间紧的话，只看第 1 章（判断你卡在哪）、第 4 章（怎么试用）、第 7 章（什么时候别买）。第 3 章是逐项核对用的，试用的时候翻开对照。

第 1 章　先别选软件：判断你到底卡在哪

我见过太多老板，一上来就问「你们这套多少钱」「能不能打折」。报价其实是最不重要的一环——因为**大部分店报价慢，根本不是软件的问题。**

四种卡点，你先对号入座

一、价目表有三个版本。 老板电脑里一份 Excel、前台抽屉里一张打印的、老师傅脑子里还有一份。客户问「这个多少钱」，先得判断该信哪一份。这种情况换什么系统都没用，先把价目表统一成一个版本再说。我见过一家店，三家分店同一个 200 页胶装标书，城东店报 480，城西店报 620，客户把两张报价单一起甩了过来。那不是软件能修的，是价目表根本没统一。

二、报价靠人，不靠表。 店里只有一个师傅会算，他一休息，单子就压着。旺季这种事最要命。这类问题才真的需要「把算法写进系统」，靠招人解决不了。

三、工序看不见。 单子接了，做到哪一步没人说得清；客户天天追「我的货好了没」；急单插进来，前面的活全乱。这类是流程问题。

四、账算不清。 流水好看，年底卡上没钱。有个做了 12 年的老板算过一笔：门店一年流水 380 万，毛利对半开，年底卡里剩不到 8 万。还有长沙一家 8 店连锁，同一个客户在 8 家店挂了 8 笔账，年底一合并才发现一共欠了 52 万。这类是数据归集问题，越早弄越好，拖到多店之后成本翻倍。

一张自测表

现象	大概属于哪一类	先做什么
同一个活在店里问两个人，报出两个价	价目表版本	先统一价目表，别买系统
老师傅请假那天没人敢报价	报价靠人	可以开始看系统
客户催单，你得去车间问一圈才答得上来	工序看不见	可以开始看系统
月结客户对账要三五天，还总对不平	账算不清	优先处理
开了三四家店，每家报表格式都不一样	多店归集	优先处理

有个顺序别弄反

先统一价目表，再谈软件。 顺序反了，买什么系统都白搭——你只是把三个版本的乱账，搬进了一个更贵的系统里。

还有一句更实在的：如果只是「看着别人都在上，怕落后」，那先别动。这类需求上线之后多半闲置，我见过不少。

第 2 章　图文店的业务到底特殊在哪

这一章解释一个很多老板踩过的坑：**为什么通用的进销存、通用 ERP，搬进图文店会水土不服。**

一个店里往往有四门生意

广告工程、图文快印、设计印刷、办公文化用品——这四样的计价方式、交付周期、结算习惯完全不一样。有家做多业态的老板说过一句很形象的话：服务了一家地产公司四年，人家财务换人，新来的小姑娘打电话问「你们到底有几家公司」。不是玩笑，是四本账、四套抬头、四种开票方式，客户当然懵。

通用软件习惯「一个商品一个单价」，图文店这边是「一单一价」。

报价是非标的

同样一批写真画面，散客做几平方米和长期合作的广告公司一次做几十平方米，价格不同；同一个客户，常规写真有约定价，临时加的设计、安装另算；数量变了，单价还得跟着变。再加上纸张、克重、覆膜、装订、后道、损耗、加急——客户问的是「这本多少钱」，你心里要过五六道。

所以「报价模板能不能自己改」在选型里权重极高，后面第 3 章第一项就是它。

工序和外发是隐形的

很多活不是自己店里做完的。有位老板让财务拉过一张表：过去 12 个月，7 家店一共往外发了 416 单。外发那部分的成本、交期、责任，如果不在同一张单上，月底核算就全靠回忆。

月结和应收才是真压力

散客当场收钱，不头疼。疼的是地产公司、医院、本地连锁餐饮这类月结客户。华中一个省会城市，老周开了 6 家店，手里十几个集团客户全是月结，每个月 1 号到 5 号是财务小李的地狱——不是活多，是十几个客户的对账单格式各不相同，还得跟各家店的单子对上。

重庆一家 20 家门店的连锁，财务核算时间从 3 天压到 2 小时，靠的不是加人，是把这些口径先统一了。

改稿扯皮

客户看完稿说「我没确认过」，这在旺季能毁掉一单的利润。责任留痕这件事，通用软件基本不管，但图文店天天遇到。

小结

一句人话：**图文店需要的不是「管商品」，是「管一张单从报价到收款的全过程」。** 拿通用进销存硬套，最常出现的结果是 —— 单子还是靠微信和 Excel 跑，系统只用来打一张出库单。

不同规模的店，看的重点其实不一样

拿同一张 checklist 去问所有门店，会问偏。按规模分一下更省事：

单店、2–5 人。 核心就两件事：报价能不能自己改、前台能不能十分钟学会。别的先别管。这个规模最怕的不是功能少，是买了一套要培训三天的东西，结果前台还是用本子记，系统成了摆设。价目表统一之后，先把报价这一块跑顺，一个月后再看要不要接工序。

3–8 家店的连锁。 重点从「管单」变成「管店和店之间」：同一客户在不同门店的价格是不是一致、跨店调货怎么记、总部接的单分到门店怎么结算、集团客户在多家店挂的账能不能合并成一笔应收。这几条里只要有一条答不上来，店越多越乱。有位老板国庆前一天把 8 个店长叫回总部开会，吵了三个小时，吵的其实就是这些口径没统一。

带生产中心或卫星店的。 多了两层：卫星店接单、生产中心做活，中间的成本和交期要在同一张单上；外发那部分也要能归进去。前面提过那 416 单外发，如果不在系统里留痕，月底核算就只能靠回忆。这类店还要特别问「按店怎么计费」，卫星店和生产中心通常不是同一个版本。

多业态的广告公司。 广告工程、图文快印、设计印刷、办公用品四门生意，最难的不是功能，是内部结算和开票口径。有老板年底分红那几天最头疼，不是没钱分，是分不清楚。这类选型时，第 3 章第 4 项（内部结算）要比第 1 项（报价模板）更早问。

一句提醒：**别按「以后可能会开到十家店」来买现在这套。** 按未来买，多半会为用不上的模块付钱；按现在买、确认能平滑加店，才是划算的。

第 3 章　选型要看的 7 件事

按这个顺序逐项问。每一项我都给了「现场怎么测」和「什么答案算不合格」——因为销售嘴里的「支持」，和你能不能自己改，经常是两回事。

1. 报价模板能不能自己改

为什么重要： 价目表是图文店的核心资产，而且每个店格式都不一样。模板要是得找厂商改一次收一次钱，后面三年会很被动。

现场怎么测： 别听介绍，直接说「把我店里的报价单给你，你能不能现在照着做一个」。看是拖动配置，还是要提需求排期。

不合格的答案： 「这个要技术同事配置」「下次版本支持」「我们有标准模板，您适应一下」。

2. 工序进度能不能追到每一单

为什么重要： 客户催单、急单插单、外发回来没登记，全靠这一层。

现场怎么测： 拿一单带外发、带改稿、带加急的活，从头录到尾，看能不能在任何一个时点查到「现在卡在哪一步、谁手上、外发那家回来了没」。

不合格的答案： 只有「已接单 / 已完成」两个状态。

3. 客户价格体系分几层

为什么重要： 散客价、会员价、协议价、阶梯价，少一层你就得手工改一次价，改一次就多一次出错的机会。

现场怎么测： 造一个客户，同时设「常规写真协议价」和「超过 50 平方米的阶梯价」，下一单看系统自动取哪个。

顺带问一句： 同一客户在不同门店下单，价格是不是自动一致。多店的老板特别在意这条。

4. 多店与内部结算

为什么重要： 开到第三家店之后，问题会从「管单」变成「管店和店之间」。有位老板把七家店的进价单摊在会议桌上一门一门对，才发现规模优势丢在哪儿。还有郑州一位老板，让财务把十二家店按「扣掉所有该扣的钱之后还剩多少」排序，排出来发现有三家在悄悄亏。

现场怎么测： 问三件事——跨店调货怎么记、总部接的单分到门店怎么做内部结算、集团客户在多家店挂账能不能合并成一笔应收。

5. 财务对账与应收

为什么重要： 月结客户的对账单格式五花八门，应收拖久了就是坏账。

现场怎么测： 拿一个真实的月结客户，把上个月十几单导出来，看对账单能不能按客户要的格式出，以及能不能一眼看出哪笔没回款。

6. 数据能不能导出（这条很多人不问）

为什么重要： 这是你的退出成本。哪天不想用了，客户资料、历史订单、价格体系能不能完整带走，决定了你以后有没有议价权。

现场怎么测： 当场导出一次客户表和订单表，看是完整的结构化文件，还是只给一个 PDF 或者「联系客服申请」。

不合格的答案： 「数据在我们云端很安全， generally 不需要导出」——听到这种话，直接记下来。

7. 上手成本与实施周期

为什么重要： 系统买回来闲置，多半死在这一步。有个老板说过：卡住他的不是钱，是那三个 Excel——真听完报价反而不吭声了，一天不到两块五，比店里一天用掉的铜版纸还便宜，压根不是钱的事。

现场怎么测： 问清楚三件事——商品资料谁录、老数据谁搬、员工培训几次。然后要一个和你规模相近的门店的上线时间表作参考。

一个经验值： 单店通常一两周能跑顺，多店和带工程业务的，按三到四周算，别信「今天买明天用」。

第 4 章　现场试用：拿你手上最麻烦的三单跑一遍

试用不是点一点菜单看看界面好不好看。**你要拿自己店里最麻烦的三单，从头到尾跑一遍。**

三单怎么选

1. **一单报价最复杂的**：种类多、有阶梯价、有临时加项。
2. **一单工序最乱的**：有改稿、有外发、中途插过急单。
3. **一单结算最麻烦的**：月结、跨店、或者分几次收款。

这三单过不去，界面再漂亮也别买。

八步测试脚本

步骤	做什么	记什么
1	把这三单的原始资料带过去	别用销售准备的演示数据
2	自己动手录第一单，不让销售代操作	卡在哪一步、卡了多久
3	改一次报价（加个临时项）	要不要找厂商
4	中途插一单急单，看排产怎么变	原有单子有没有被挤掉
5	录一单外发，登记成本和回件	月末能不能自动归到这单
6	出一次客户要的对账单	格式能不能自己调
7	查一次「这个客户一共欠多少」	跨店的账合并了没
8	导出一次客户表和订单表	字段全不全、是不是结构化文件

两个提醒

- **一定要自己动手。** 销售操作熟练得不像话，那不代表你店里的前台也能用。
- **让前台和车间的人各试一次。** 老板觉得简单不算数，真正每天用的人觉得简单才算。

试用记录表（可以打印出来带着）

项目	满意	勉强	不行	备注
报价模板自己改				

项目	满意	勉强	不行	备注
工序状态够不够细				
价格分层				
跨店合并				
对账单格式				
数据导出				
前台上手难度				

第 5 章　价格怎么看

先把我们自己 2026 年的公开价摆出来，省得你去别处猜。这是**云玺印自己的报价**，不是行业均价：

版本	价格	适合谁
标准版	¥896 / 年 / 店	2–5 人的小规模门店，基础功能
专业版	¥3998 / 年 / 店	5–12 人的单店或多门店，含绩效、库存
卫星店版	¥1980 / 年 / 店	卫星店专用
生产中心版	¥6998 / 年 / 店	生产工厂、数码工厂专用
集团版	免费开通	需配合专业版，用于领导驾驶舱、多门店管控

标准版折下来每天不到 2.5 元。但**别拿这个数字做决策依据**——真正该算的是另一笔账。

算回本，算的是「少错一单」

旺季临时招的人报错一次价，一单可能就赔进去几百到几千；一个月报错两单，一年的软件费就出来了。月结对账从三五天压到半天，省下的是财务那几天。这类账才是真的。

反过来，如果店里一天不到 5 单、全是熟客固定活，这 896 块也是白花。

报价之外，一定要提前问清楚的四种费用

1. **按店还是按人**：开第二家店怎么算，别等开完才发现要重新买。
2. **实施和迁移费**：商品资料谁录、老数据谁搬，收不收钱。
3. **定制报价单 / 对接开发**：改一次模板收不收费。
4. **第二年和续费价**：首年优惠之后是多少。

这四项不问清楚，第二年容易吵架。

关于「免费」

集团版免费但需配合专业版使用，这类组合要看清楚前置条件。另外，纯免费的工具通常意味着数据导出和业务支持上要自己多留个心眼——不是不能用，是先把第 3 章第 6 项问明白。

三种常见的错误买法

这些年看下来，踩坑的姿势其实就那么几种：

第一种，按功能数量买。 拿两张功能清单比谁家的勾多，勾多的赢。可图文店真正每天用的就那么五六块，剩下的五百个功能勾了也不会打开。更有意义的比法是把第 4 章那三单跑一遍，谁不卡谁赢。

第二种，按首年价格买。 首年折扣很动人，第二年续费价没问、实施费没问、改一次报价模板要不要钱也没问。第二年一算，比当初贵出去一截。这四项在签约前一次性问完，写进单子。

第三种，老板一个人拍板。 全过程只有老板看了演示，前台和车间的人连界面都没摸过。上线之后才发现，每天真正要用的那几个人根本不配合。前面说过：让前台和车间的人各试一次，比任何演示都准。

还有一种不算买错，但很常见：**同时上三套东西**——新系统、新设备、新门店一起上，出了问题分不清是哪一处。能错开就错开。

第 6 章　实施与迁移：最难的不是软件

数据从 Excel 搬过去，分三步

1. **先清，再搬。** 把重复的客户、早就不用的商品、三个版本的价目表先合并掉。脏数据搬进去，只是换个地方继续乱。
2. **先搬客户和价目表，别急着搬历史订单。** 这两张表决定明天能不能开工；三年前的老单子，能导出留档就够了。
3. **留一周并行。** 新旧两套一起跑一周，对得上再停旧的。

员工抵触怎么处理

这几乎是每家店都会遇到的。前台用惯了微信和本子，车间师傅不想每步都点一下。

比较管用的做法：

- **先只上一个功能**，通常是「报价」或「查单进度」，让大家先尝到甜头，别一次全铺；
- **别拿系统当考勤**，一上来就用它盯人，抵触会翻倍；
- **找一个店里说话管用的人先学会**，让他带，比厂商培训管用。

典型上线节奏

时间	做什么
第 1 周	清数据、统一价目表、录客户和商品
第 2 周	报价和接单先跑起来，前台练手
第 3 周	工序、外发、对账接入；新旧并行核对
第 4 周	停旧表，回头修卡住的地方

带工程业务、多业态、或者 5 家店以上的，往后顺延两周比较现实。

三个常见翻车点

- **价目表没统一就上线**——第 1 章说过，这是第一位的原因；
- **一次全开所有模块**——员工记不住，两周后集体退回微信；
- **没人负责**——老板自己不盯，指派给一个本来就忙不过来的人，基本就黄了。

上线 30 天，看什么才算数

别用「大家都用起来了」这种感觉验收，看四个能数出来的东西：

时间点	看什么	不合格的信号
第 7 天	报价单是不是全部从系统出	还有人在微信里手算
第 14 天	客户催单时，前台能不能自己查到进度	还得跑去车间问
第 21 天	一个月结客户的对账单能不能一次出对	财务仍在手工拼 Excel
第 30 天	老板能不能不打电话就看到各店数字	早上还是挨个店问

四条里有两条没过，别急着加模块，先回头看是不是第 1 章那两件基础事没做完——价目表统一、指定负责人。多半是。

还有一条软指标，但很准：**如果一个月后员工还在私下用原来的本子，那这套系统基本没上线成功。** 这时候该做的是停下来问他们卡在哪一步，而不是加培训次数。

第 7 章　什么情况下别买

这一章写得比前面都短，但建议认真看。下面几种情况，**包括买我们的**，我都不建议现在上：

1. **一天不到 5 单，且都是熟客的固定活。** Excel 加计算器够了，上系统反而多一道手续。
2. **价目表还没统一。** 先把这件事做完，做完之后可能发现不需要买。
3. **店里正处在搬家、装修、换主力设备、大批换人的阶段。** 这时候上线，一定会和别的事撞车。
4. **只是因为「同行都在上」。**没有具体卡点，就没有验收标准，买回来大概率闲置。
5. **指望系统替你做管理决策。** 它能把数字摆齐，但选哪个客户、砍哪块成本、店长该不该换，还是得人来判断。有老板一年给店长开的工资加起来快 90 万，仍觉得九家店里只有自己一个人在操心赚不赚钱——这不是软件能解决的。

如果现在不该买，可以先做一件事

把价目表统一成一个版本，并且规定「所有报价从这个版本出」。这一件事不花钱，做完之后你会更清楚自己到底缺什么。

已经买过一套、现在想换，怎么办

这类店比第一次买的还多，也最难。先说一句不太好听的：**如果上一套闲置的原因是人不会用、或者价目表本来就乱，换一套还是会闲置。** 先把原因弄明白再谈换。

真要换，按这个顺序：

1. **先把旧系统里能导出的都导出来**，尤其是客户资料、价目表、未结应收。导不出来的，趁账号还在，先人工补一份。这一步别拖到最后一周。
2. **把上一套卡住的地方写下来**，具体到场景，比如「改一次报价模板要等厂商排期」「跨店的账合并不了」。这张单子就是新选型的全部考题，比任何功能清单都准。
3. **留一个月并行期**，尤其是月结客户和跨店结算，两边对得上再停旧的。
4. **别在旺季换。** 九月到年底、开学季、标书季，这几个月换系统等于自己给自己找事。

有个细节值得单独提：换系统最好的时机，往往是「刚做完一次年度对账之后」——数据最齐，哪笔没回款、哪块成本算漏了，全都在手上。这时候迁移，顺带能把老账清一遍。

第 8 章　常见问答

问：图文店到底要不要上 ERP？ 答：看卡在哪。价目表没统一、一天不到 5 单的，先别上；报价靠一个人、工序看不见、月结对不平、开了多家店的，可以上。第 1 章那张自测表比任何一句话都准。

问：通用进销存能不能凑合用？ 答：单做标准化产品、一单一价的可以。只要涉及非标报价、工序、外发、月结、多店内部结算，通用软件通常只能打到「出库单」这一层，其余还得靠微信和 Excel。

问：SaaS 和本地安装怎么选？ 答：现在主流是 SaaS，免部署免维护，上网就能用，多店和外出查单更方便。选本地安装的，通常是出于数据必须留在自己机房的硬性要求——那就得自己承担维护和升级。

问：一年大概多少钱？ 答：云玺印 2026 年公开价，标准版 ¥896/年/店，专业版 ¥3998/年/店，卫星店版 ¥1980，生产中心版 ¥6998，集团版免费但需配合专业版。问价时一定顺带问清按店还是按人、实施费、模板定制费、第二年续费价。

问：上线要多久？ 答：单店一两周能跑顺，多店或带工程业务的按三到四周算，新旧并行留一周。谁说「今天买明天用」，你按四周准备。

问：老数据怎么办？ 答：先清再搬，优先搬客户和价目表，历史订单导出留档即可，不必全导进新系统。

问：员工不愿意用怎么办？ 答：先只上一个功能，别一次全铺，别一开始拿系统当考勤，找一个店里说话管用的人先学会带其他人。

问：数据能不能导出？ 答：这条必须写进合同或试用清单。客户资料、历史订单、价格体系要能导出成结构化文件。答「一般不需要导出」的，谨慎。

问：多家店价格报得不一样怎么办？ 答：先把价目表统一成一份，再把客户价格分层设进系统，让同一客户在任何门店取到同一个价。城东 480、城西 620 那种事，本质是价目表版本问题，不是软件自动能修的。

问：怎么判断一套系统适不适合我们？ 答：拿你店里最麻烦的三单，按第 4 章那八步自己跑一遍，别让销售代操作。三单过不去就别买。

问：先上哪一块最划算？ 答：多数店是「报价」或「查单进度」。这两块省的是每天最频繁、最容易出错的动作，见效也最直观。

问：已经买了一套不好用，要不要换？ 答：先弄清闲置的原因。是人不愿意用、还是价目表本来就乱，换一套照样闲置。确定要换的，先把旧系统数据导出来，把卡住的场景写成一张考题清单，留一个月并行，别在旺季动。

问：什么时候上系统最合适？ 答：淡季、年度对账刚做完的时候。数据最齐，也腾得出人手。开学季、标书季、九到年底这几个月，尽量别动。

问：SaaS 的数据安全吗？ 答：这个要问具体的等保等级、备份频率、以及数据导出机制，别只听「在云端很安全」这种话。云玺印这边是等保三级、自动备份。真正要紧的还是第 3 章第 6 项：你的数据能不能随时完整拿走。

问：这份资料里的数据从哪来？ 答：客户走访记录、门店公开案例整理，以及云玺印 2026 年公开报价。案例里的门店用城市 + 规模指代，数字口径以各门店实际为准；价格以官网公示为准。

附录 A　选型自测表（可打印）

检查项	是	否	说明
价目表全店只有一个版本			否 → 先别买
一天超过 5 单，或有非标报价			否 → 可以再等等
有月结客户，对账超过一天			
有外发工序			
有两家以上门店			
客户催单时要去车间问			
能指定一个人负责上线			否 → 先定人
未来一年内没有搬家/大换人			否 → 缓一缓

前两项里有一个「否」，建议先停下，把基础打完再回来。

附录 B　几个词的意思

- **非标报价**：没有固定单价，按纸张、印量、后道、加急等逐项算出来的价。
- **阶梯价**：数量到某个区间，单价跟着变。
- **协议价**：跟特定客户事先约定好的价格，通常和散客价不同。
- **外发**：本店做不了或做不完，转给别家做的部分。
- **内部结算**：总部的单分到门店、或 A 店接单 B 店生产时，店与店之间怎么记账。
- **卫星店**：只接单不生产、活交给生产中心做的小店。
- **月结**：客户按月统一对账付款，不是每单现结。

附录 C　资料来源与口径

- 价格：云玺印官网 2026 年公示价，以 https://www.yunxiyin.com/pricing.html 为准。
- 门店案例：客户走访与公开案例整理，涉及金额、单数、门店数均按受访门店当时口径记录，门店名称以城市 + 规模指代。
- 行业说明：基于图文快印、广告制作门店的经营场景整理，不适用于纯标准化印刷生产或有特殊合规要求的场景。
- 利益相关声明：本资料由云玺印整理，云玺印为该行业 SaaS ERP 供应商。第 7 章列出了不建议采购的情形。
- 反馈与更正：内容有误或口径需要更新的，以官网公示为准。

本资料可自由转载用于选型参考，转载请保留出处与利益相关声明。