CRM · 客户交付

报价单 + 价格审批流模板包

制造业的报价通常是多层审批：销售 → 主管 → 财务 → 总经理。这套模板把报价字段和审批分档写清楚，让报价从微信里回到线上。

适用销售 / 商务 / 财务负责人　**配套**资源中心 CRM 自测　**版本**v1.0 · 2026-10

一、报价单字段表

报价单真正难的不是格式，而是**「同一个料号在不同客户那里有不同价格」这件事怎么管住**。字段设计要能回答「钱是从哪一项算出来的」。

字段组	字段	说明
基本信息	报价单号、版本号、客户、联系人、报价日期、有效期	版本号必须递增，历史版本不可覆盖
产品明细	料号 / 品名、规格、图号版本、单位、数量、单价、金额	单价须可追溯到核价依据
成本构成	材料费、加工费、外采费、包装运输、管理费用、税费	拆到明细才能看出报价是否有水分
价格条件	币种、汇率基准、贸易术语、付款方式、账期	汇率波动与账期成本须在条款中体现
交付条件	交期、最小起订量、包装方式、发运方式	避免销售承诺了产能做不到的交期
价格审批	折扣率、审批人、审批时间、审批意见	审批层级由折扣率与金额共同决定
结果	中标 / 失单、失单原因、竞品价格（如可得）	失单原因是最有价值的沉淀数据

二、价格审批分档矩阵

审批人按「折扣率」和「订单金额」双维度定，两者取高者。下表是常见起点，请按自身毛利结构校准。

折扣区间（相对标准价）	金额 ≤ 10 万	10–50 万	> 50 万
0–5%（标准价内）	销售自主	销售主管	销售主管
5–10%	销售主管	销售主管	财务 + 销售总监
10–15%	财务	财务 + 销售总监	总经理
15–20%	销售总监	总经理	总经理 + 财务
> 20% / 低于成本	总经理	总经理 + 财务	总经理办公会

> **用法：**审批矩阵落地的前提是**标准价（价格基线）先定出来**。没有基线，「折扣 10%」就是一句空话 —— 因为没人知道打折前是多少。

三、报价审批流节点

销售填报价单 → 系统按折扣/金额定审批路径 → 销售主管 → 财务核价 → 总经理（如需） → 报价发出 → 结果登记

节点	谁审批	看什么	建议时限
销售主管	销售主管	客户情况、竞争态势、历史成交价	4 小时
财务核价	财务	成本构成、毛利测算、账期与汇率影响	1 个工作日
销售总监	销售总监	整体客户策略、是否需要高层拜访	1 个工作日
总经理	总经理	战略客户、大额或超权限折扣	2 个工作日

四、审核通过后要留下的三样东西

价格基线变动

本次报价相对标准价的偏离，需回写价格库，作为下次报价的参考

成败原因

中标要记「赢在哪」，失单要记「输在哪」，季度汇总看规律

竞品情报

客户透露的竞品价格与方案，是最好的定价参考，须有记录去向

五、三个提醒

- **不要让审批变成阻塞**：审批时限要公示，超时自动提醒，否则销售会绕开系统直接找老板口头批。
- **报价版本必须留痕**：客户手里拿着第 3 版，内部还在讨论第 2 版，是最典型的翻车方式。
- **交期承诺要和产能对齐**：报价阶段的交期一旦写入合同就是责任，销售不能只按客户期望填。