

美国赫芝ARC-200T电焊机、手工焊机

产品名称	美国赫芝ARC-200T电焊机、手工焊机
公司名称	赫芝实业（上海）有限公司
价格	1000.00/台
规格参数	品牌:赫芝 型号:ARC-200T 工作形式:逆变焊
公司地址	嘉定区南翔镇嘉美路1919号2幢1楼
联系电话	13818548888

产品详情

品牌	赫芝	型号	ARC-200T
工作形式	逆变焊	焊接方式	储能式
电流	直流	样式	便携式
操作方式	手动	驱动形式	自动
保护气体类型	焊皮	作用对象	金属
额定容量	200	负载持续率	60%
适用对象	金属	工作电压	220V/单相
电流调节范围	15-200		

中国工具行业“模式革命”正在上演整合传统供应链 形成新型专卖连锁

提升传统销售运营模式与西方mro和卖场对峙

美国赫芝开始行动！中国工具行业渠道模式需要变革传统渠道模式管理难度大

扩展空间小 供应商与渠道商博弈多渠道环节多，利润薄 采购商采购要求趋于专业、便捷、一站式

供应商之间竞争过度 消减彼此利润 西方mro和卖场地位强势 供应商处于弱势 利润分配失衡 行业呼吁“产业链资源配置革命”

赫芝带头革命——集成供应 战略合作 专卖店连锁 新型供应模式：赫芝整合 工具行业 优质供应商，达成战略合作关系，形成梯度产品线（包括所有电动工具产品），统一品牌，统一供货。

新型渠道模式：新型连锁专卖店使渠道扁平化，利润增加；及时反馈市场信息，可使供应商及时调整产品和服务。新型销售模式：规范化和顾问式销售模式，从店员人数、形象到专业素质等，实现统一化和规范化；可根据客户个体需求，实现个性化服务。新型管理模式：从供应商、专卖店到采购商，实现it

管理，提高效率，合理配置库存，降低成本，增加利润。新型品牌模式：供应商与专卖店统一品牌形象，联动推广，多渠道多层次营销。利润流向了谁？新模式下，供应链流转速度加快，环节减少，供应商、专卖店利润增加，采购商采购成本降低。实现三赢局面！

赫芝专卖店产品明细表第一大类：传统手工具，组合工具，工具箱包，量具，刃具。第二大类：电动工具，电动工具配件，电动工具附件第三大类：液压工具，园林机械，包装机械第四大类：气动/风动工具，汽保工具，喷漆设备，空压设备第五大类：木工机械，电机，风机，附件第六大类：清洗设备，水泵，发电机第七大类：焊接设备，焊接器材，气焊，气割设备，附材第八大类：安防，劳保用品第九大类：磨具磨料第十大类：相关联的配件，附件

，耗材。用心打造：全国第一家不用讲价的一站式工具连锁专卖店

品牌形象统一：要求厂商在cis的标准下统一，共同建设品牌，共同分享品牌收益。丰富的产品线：保证在产品集成组合下持续盈利，宽广的产品线，合理的组合，快速的新产品开发。市场管控到位：规范市场，通过厂家的产品组合，推广，以及专卖店的自身努力，保证专卖店的持续盈利，以此来管控市场次序，形成真正的品牌连锁专卖。已经具有的工具连锁专卖店的条件：

目标客户的明确界定，不奢望一网打尽，但会有更多。

用丰富的产品来更多的满足顾客的需求，既全面而专业。

通过有意识的概念营销来创造消费潮流，即时尚营销。 专卖店所属商品品种齐全

款式多样，即品牌商品系列化。 经营方式个性化。 销售渠道排他性。 销售方式独创性。

统一的经营管理模式和形象。 统一的价格体系。 国际化品牌连锁化经营。 品牌会员制连锁专卖店的

的优势1、专卖店的建立对产品销量的提升，品牌形象的塑造，消费者的吸引，还是对企业文化的宣传，产品的陈列和推广等方面多会起到推波助澜的作用。2、竞争品牌的优势，由于产品同质化的严重，同样的产品，不同的名称/品牌，令人眼花缭乱，消费者无从选择，而在专卖店，消费者直面的是同一品牌下的一系列产品，他们的品牌选择面窄，甚至可以说是无从选择（对品牌而言）。因此专卖店的开设避免了与终端同类竞品的竞争。3、利润最大化的体现：专卖店对于消费者来说就是高质量，好服务的保证，无论事实究竟是否如此，但消费者对专卖店是极其信任的，对于很大部分消费者宁愿选择多花钱而到品牌专卖店享受最好的质量与服务，这也是专卖店的利润体现点。

4、信任是必然的途径：在老百姓的眼里，买东西图个塌实，因此建立专卖店，这是一个公司综合实力，产品质量，服务诚信的最有力的证明，并且可以向消费者传达这样一个信息：我们不是做一锤子买卖的企业，你有什么事多可以找我们，我们有一个有实力的团队在你身后为你服务。所以；专卖店的建设能更好的达成销售。5、培养顾客的忠诚度：由于有售后服务的直接支持，工厂/工程/个人的客户往往多比较愿意找专卖店，因为这样不仅能承揽大宗业务，而且服务到位，同时开设专卖店可以培养消费者的忠诚度，通过对顾客提供更好的产品和服务，特别在满足消费者日趋时尚化，个性化的消费需求方面，专卖店的作用更加高效。6、提高网络覆盖率：建立专卖店对企业的品牌建设及销售将会有很大的提升，专卖店是产品销售利润最大化及超级影响力的地方，对于整个地区具有样板示范的作用，可以很好的扩大产品销售，也增加品牌的市场地位，通过专卖店的建设可以扩展地县级城市的销售网络推动二三级市场的专卖店建设，从而提高网络覆盖率。品牌战略1、媒体：通过央视，杂志，会刊，报纸，网络，户外广告等方式传播企业的品牌形象，产品信息。以持续扩大品牌的影响力。2、店面：始于炮火终于巷战，营销也是如此，始于传播终于终端，全面构建“专卖店三化”首先是终端个性化，通过终端的形象识别系统，让目标消费者有更深的印象，以次吸引消费者，其次是终端媒体化，把终端作为宣传阵地，发挥终端第六媒体作用，软性教育消费者，其中包括纸质类，实物类，影视类，企业荣誉，远程信息化等宣传物料，特别是信息化远程体验推广法，即把终端作为顾客与企业交流，学习，互动，体验的场所。3、促销：买赠，积分入会，会员立减，在全国统一售价的前提下通过个性化的促销组合，企业品牌更加深入人心。

满足消费者的诉求：买的放心 用的舒心 再买开心买的放心：企业实力的直面展示，产品品类齐全，价格透明。用的舒心：高端品质，完善的服务，全国联保。再买开心：会员用户全国尽享打折与买赠及vip 享受。赫芝的理想蓝图赫芝总部 分公司 专卖店都能赢的好名，当人们说起赫芝的时候会说：赫芝；品牌不错，品种齐全，品质有保证，专卖店的老板人忠厚 善良 店员有亲和感，赫芝的特许经营模式——加盟连锁专卖店赫芝的与众不同之处是他们愿意选择有经验与没经验的人做加盟商，只要这些人“愿意接受公司的全新理念”。而这个不同之处正是建立在赫芝对加盟商全面扶植的特许经营体系之上的。美国未来学家奈思比特曾声称，特许连锁经营是继百货店、超市之后的第三次商业零售领域中的革命，是有史以来最成功的营销概念，是21世纪最主要的商业经营模式。自从1865年美国胜家缝纫机开创特许经营以来，特许连锁经营发展至今已有百年的历史，kfc自1987年11月12日在北京前门开店开始，特许连锁经营进入中国也已度过了20多个春秋。但直至目前，国内特许经营行业大多还停留在粗放式的经营与管理阶段，大多企业连而不锁、形似而神不似，只是从形式上完成了一个统一的vi（视觉识别），却并没有完全在人才、资金、管理

赫芝对加盟商的扶持方法包括 公司使用赫芝的品牌； 公司提供专卖店的装修标准，开业快捷； 市

场启动阶段全力支持，实施“专卖店成长计划”；通过“赫芝商业学校”，公司为加盟者（无论有无经商背景）提供多方面（产品、销售技巧、日常管理）的专业培训；公司统一策划促销和多种多样的市场活动；公司制定统一的市场渗透计划；实行城市、渠道的区域保护；从小做起，有完善的退出机制。

在每个关键阶段，赫芝都为新的加盟商进行了周密的考虑，提供了贴身的服务，在开业前“讲给你听”，在开业时“做给你看”，而在开业后会“让你试试看”，再纠正你的错误、指出你的不足，直到你真正学会为止。在新加盟商想了解赫芝的投资机会的时候，赫芝会为新加盟商进行专业的讲解；在新加盟商在寻找店面的时候，赫芝会为新加盟商提供专业的建议和指导；新加盟商进行店铺专修时，赫芝已经为新加盟商准备好了施工指导图纸；在新加盟商开门营业前，赫芝会为新加盟商及其店员提供全方位的基础培训；在新加盟商开业以后，赫芝始终关心新加盟商生意的成长和赢利状况，为新加盟商提供各种定期/不定期的培训和指导。为提高开店的成功率，赫芝在中国特别设有“赫芝学校”，从举止言谈开始培训：如何微笑服务，如何开理家会，如何示范产品，甚至如何在社区派送宣传单等。而赫芝的退出机制则保证加盟店可随时退出，并可按经营时间长短和比例收回产品。这一切便是基于一点“只有加盟店成功了，公司才能成功”。

型号	arc-200t
电源电压/频率	单相200v+ - 15% 50/60hz
额定输入电流	7
空载电压	56
输出电流调节	20-200
额定输出电压	28
额定负载持续率	60
空载损耗	40
效率	85
功率因数	0.93
绝缘等级	f
外壳保护等级	ip21s
推力调节范围	——
重量	8

主要功能及结构特点：

- 1.高效、节能、轻便、且具有良好的动特性，电弧稳定，溶池容易控制。
- 2.可提供更强、更集中、更为平稳的电弧，在进行短路熔过渡时，焊条与工件发生短路后，其反应更加迅速。
- 3.此类电源可装配电弧调节装置，这意味着可设计成不同的动态性的焊机，对动态特性进行调节，使电弧更软或更硬。
- 4.设有多保护功能，焊条可靠性高。
- 5.与国内外同类产品相比具有体积小、重量轻、安装简便、操作容易等特点。