

# 瑞钧中走丝工厂湖北办事处 湖北瑞钧中走丝 武汉瑞钧精密线切割中走丝机床 瑞钧电火花线切割中走丝FT400XS/S型号机床

产品名称	瑞钧中走丝工厂湖北办事处 湖北瑞钧中走丝 武汉瑞钧精密线切割中走丝机床 瑞钧电火花线切割中走丝FT400XS/S型号机床
公司名称	武汉百则精密机械有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:瑞钧 型号:FT400XS/S 产地:江苏昆山
公司地址	武汉东湖新技术开发区佛祖岭街竹林小路9号武 汉金能风电产业园3号厂房栋202
联系电话	13296513223 13296513223

## 产品详情

在写这篇文章之前，小编在行业微信群做了个小调查，每个人说法不一，有些说是用心；有人说是实干；有人说是定位对了。我想前两点也很重要，但不足以囊括全部。瑞钧能有今天的成就，应该来说跟品牌定位息息相关，因为有明确的定位之后，才能规划路径和策划布局这一盘棋。知道自己要去哪？才会去想我应该怎么走？路上会遇到些什么？等等。

小编之前有跟瑞钧一网点服务人员聊过，他们说要做最稳定的中走丝。稳定两字说起来容易，做起来太难了。这是中走丝的痛点，对操作人员的技术要求和经验积累太依赖了。

要治疗这个痛点，啃这块硬骨头，只能下定决心，迎难而上，排除万难。痛点不解决，再多说也没有用，给用户稳定智能好品质机床是唯一选择，就像李玟说的广告词那样：“大家好才是真的好”，用户说了好才是真的好。

崇尚原创，从研发开始，以品质、速度取胜、品质取胜：熟悉这个行业的人都知道，拼装真没啥多少技术含量，江苏泰州苏州等地有国内最完善的线切割机床产业链，新成立的小作坊，把各部件厂家电话打一通，东西飞快都送过来了，然后拼装一下，有时候为了快出货拼装好的机床铸件还有余温就装车发客户了，至于好不好扯不扯皮，那是后话了。

从瑞钧的官网上解到了它这些年的发展路径，2003年做出了第一代中走丝.....

这家企业与同行业其他企业不同的关键在于，这家是一直在花大力量搞研发死磕自己，它却为了更为操作简便的数据工艺库，而废尽心思。为了搞出点令人满意，与众不同的东西，自然得烧钱的。每年的研发投入都在不断的递增。这是2017的投入费用,这些年相继投入研发接近1000万，讲真的这个小分支行业，能投这么钱，舍得投这么多钱去搞研发的太少了。这个行业正因为多数厂商不愿意或没能力搞研发，所以同质化特别严重，一种床身钣金可能十几二十家在用，甚至颜色都不改变一下，抄袭成为了一种习惯。

就像华为这些年的投入研发共计貌似接近4000亿，投入当然也是有回报的，使它成为全球性通信科技公司，中国人都为之自豪。

这家的公司投入使机床品质不断提升，用户美誉度当也节节攀升。两台一样的机子放在你面前，你自然会选质量做工更好的一台，甚至愿意支付更高的价格，就是因为好东西，好用耐用自然更让人喜欢。小编在朋友圈帮搞二手机朋友转发个几次瑞钧二手机，一经发出立马好多人问，很多人买的意愿，这个说明东西是真好。

速度取胜：这么多年沉淀下来，工厂拥有国内最优秀高效的电加工技术研发团队和科技设备。每年不断的推出更加优秀的新产品，让对手望尘莫及，不知不觉甩开了几条街，抄都抄不过来，小编经常有看到市面高仿这家的机子还停留下2015年的机型，天下武功唯快不破。

良性管理、标准化生产，降低成本取胜。

标准化生产：研发好了的样品，面临是生产，要怎么样做出一样标准稳定的产品呢？小编又要提到熟悉这个行业的人都知道，目前大多数厂家都是停留作坊级别的，几个人在运作，所以从他们手上出来的机床，几乎每一台有些地方都不一样，多了磨掉点，少了点焊上去。这样不但产量上不去，而且品质难以保证，不良率很高，客户买机相当于买彩票。

而这家厂深知其弊端，要搞高标准、高效率的现代化制造体系，现代化车间生产环境，采用先进的数控装备取代传统机械加工。

花大血本买五面体龙门机床、数控加工中心加工机床床身

用TRUMPF的激光切割机、数控折弯机，配合日本OTC焊接机器人。

机床的检测入库，使用英国Renishaw球杆仪检测圆度、激光干涉仪检测定位精度。设备硬件投入接近9千万。

降低成本：大部分零部件自己生产自己加工，只有小一部分需要外购，这样不但牢牢的把控制住了机床品质，产量也提上去了，当然制造成本也下来了。有了合理的利润，才能有后续的良好服务，才能再投

入研发，也才能做出更好的产品，这才是一个良性运营有发展的公司。这个行业，有些厂商搞恶性竞争赚个几百块就卖，试问吃饭都成问题，何谈发展壮大？

## 高效销售服务网络、团队精神取胜

直销与代理商，想必大家都明白，各有利弊。直销费用高，因此不太可能整很多网点，但好管理，很少出现恶性竞争。代理商费用低，可以网络可以铺很大，但不好管理，为了出货经常出现同门相残，品牌受损。

据了解，这家的方式稍微有点特别，介于直销与代理之间的关系，如同兄弟般情谊，各自做好自己的区域。一次在展会曾与浙江一区域的余总见过，余总是没有多言老实让心痛的那种人，我很好奇，我问他当初为啥选择瑞钧来做，他说：“当年进这个销售机床行业，摆在自己面前有两条路，一条卖泰州机，好卖利润也高点；另一条就卖瑞钧，当时没名气，利润也不高，与这个老板交往几次后觉得这个人靠谱，是个要做大事的人，于是我就选择跟他做了。没想到后来机床越做越好，越来越好好，光他的网点一年就是几百台，虽说单台机床利润可能比其它品牌低一些，但品质有保证不用操心不麻烦，量又大，安安心心稳稳妥妥赚钱，如果没这个大品牌的支撑，靠我们自己销售能力那够呛了。回过头来看，之前有意向销售泰州的那家已经濒临倒闭，真的庆幸当年选择了正确的路线。”顿时感慨万千。

是啊，我们绝大多数人就是很普通的一员，不可能像刚刚被抓的“团货网”的创始人唐军那样有能力，有胆识，有魄力，小小年纪却能干出惊天动地的大事。有时候选择比努力更重要。

网点相互没有冲突，精诚合作，有钱赚盈利多，自然积极性也高，更进一步促进销量。客户报修后，24小时内到位处理、并请客户在服务维修记录表上打分的公司铁律，让客户对这家满意程度高，评价很高。

做线切割最重要是做3度（精度，光洁度，速度）那么做企业品牌其实也是要做3度，也可以对品牌的层级划分为三个阶段：知名度、美誉度、忠诚度。

第一个阶段知名度很容易达到，只要足够的媒体传播或是制造一些营销事件，就可以达到家喻户晓，但是，消费者知道了你的品牌不等于就一定要消费你的产品，因此，单纯拥有知名度，却不能为公司创造正面的品牌积累与销售的品牌无法进入优秀品牌的行列。目前机床行业有不少厂家就是这么干滴，怎么折腾效果也不大。比如：在百度上面搜索关键词“瑞钧中走丝”，搜索结果出来很多家，点进去一看都不是瑞钧的网站，而是其它厂商，也就是说他们蹭瑞钧中走丝这个品牌，这个关键词。

第二个层次是美誉度，这个层次只要拥有很好的商品与不错的企业商誉就可以达到，这样的品牌不但在抵御市场风险、口碑传播等方面有一定帮助，而且对实质的销售促进作用也很明显。瑞钧主要的功夫就花在这个上面了，先做好能解决用户痛点的产品，才能让用户说好。而这个好字，是用钱买不到的，用户不会说假话，很珍贵。这个行业多数是口碑传播的，买机床时候都会问问朋友，或者懂行一点的人。朋友之间是好就是好，不好就是不好，没有欺骗。那么好的自然好销，烂的自然难卖。

只有第三个层次忠诚度，才是一个超强品牌所拥有的特质，品牌忠诚度可以抵御相当强的市场风险并持续促销商品。好产品会粘着客户，不会轻易跑掉，因为选择会面临风险，万一自己错误的选择，买了差的东西呢？得不偿失。

总之，这家厂品牌定位对了，并行朝这个方向，克服重重困难，坚持不懈的努力，靠品质赢得美誉度，从而获得忠诚度，进而打开知名度。它就这样屹立在行业之中，神一样的存在，让有些人羡慕，有些人嫉妒，有些人崇敬。。。