

# 金属加工液商战秘诀

致工业润滑油经销商

切削液作为特种油品中的一个重要品种，日常性的消耗仍然是经销商的关注点，原因是：

## 一、是利润的增长点

在特种油品中，切削液是消耗性最大的，因为有其维护和服务方面的要求，利润率较其他油品均高。作为日常消耗品，销售额稳定，利润贡献也有一定的保障。

## 二、利于市场拓展

一线品牌的产品多是一些标准产品，全油、微乳兼

顾铝加工，还要适应中国的国情，如水质情况和维护性差等。这样的产品被赋予了太多不必要的功能，价格自然不会低。如果按高端、中端、低端划分市场的话，实际上一线品牌只能做高端市场，比如特殊设备的OEM、重要汽车零部件的集中循环系统等，他们基本上放弃了中低端市场。二线品牌主要争的是这部分市场。二线品牌多如牛毛，战国争雄。技术拼不过，拼的主要是本地化，服务和价格。因为技术和价格的原因，产品的缺点也多，在使用中问题也会很多，这给经销商提供了机会。如何抓住机会，以品质、服务、价格取胜，是经销商永恒的课题。

盯住一线品牌，强攻中级市场，顺带做一些低端市场。作为一名润滑油经销商，如何做好切削液的市场开拓呢？

笔者认为经销商要经过入门、精通和提高等三个阶段。



# 入门篇

## 一、 学习切削液基础知识

切削液是一门跨学科交叉技术学科，需要了解机械制造原理和金属切削加工，金属化学腐蚀和表面处理，化学和试验等学科知识。

作为一名优秀的代理商还要学习营销学和企业管理知识。

罗森有专门的培训课程培训入门者及行业内人士。培训课程包括初级课程、中级课程和高级课程。

初级课程如：

金属切削技术；

腐蚀与防护；

刀具入门；

切削液基本理论知识。

从切削液的入门题目来讲，有几个基本概念需搞清楚

1. 切削液的定义
2. 作用
3. 切削液的分类
4. 切削液的基本组成成份
5. 切削液的使用和维护



## 二、 品牌选择

### 1、产品系列化和完整性

选择品牌，我们认为需要首要的是这个品牌的产品系列的完整性和产品质量的稳定性。

金属的切削和成型加工尤其是切削加工中使用水溶性切削液的加工，加工工况对切削液的要求是非常复杂的，比如材质方面的变化大而对切削液的乳化安定性有非常高的要求。

举例如下：

铝材：不腐蚀氧化铝材，乳液安定性好；

不锈钢：刀具寿命和皮肤要求

合金钢：刀具寿命和光洁度

混合加工如既有铝还有铸铁的加工工况，要求防锈性好，乳液安定性佳和铝腐蚀保护性好。

我们曾碰到有客户使用一线品牌的切削液加工铝，偶尔加工铸铁，每次加工完铸铁，工作液马上会泻掉，必须更换切削液。我们更换了 REACH 370MF,就再没有出现过这种问题。



其他林林总总的需求，比如：

切削方式不同：车、铣、刨、镗孔、铰孔、磨削、拉削、深孔钻

水质的要求

较软的水有泡沫方面的要求，较硬的水对切削液的溶解性和乳液安定性的要求。

加工件清洗方面的要求

工件上面预喷漆再加工时油漆的保护

过滤和高压喷射泡沫的要求

润滑方面的要求

烟雾和气味

很多加工工序是不需要加 EP 添加剂的，但是大部分 苛刻加工还是需要添加，因此切削液就衍生出很多品种，如此多的品种也反应了金属切削加工的复杂性。反应到品牌上，要求这个品牌具有完整的产品系列来满足所有机加工的要求。

## 2、研发能力

切削液的独特性不是靠几款功能添加剂就能解决其性能的，每一种添加剂均有其特殊的用途，也就是说既有优点也有缺点。评价其优劣，用其所长，避其所短，开发的产品能够满足这一类的需要是最佳的选择。客户的具体工况对切削液的要求是具体的。资深的切削液专家对切削液的开发与应用讲了这么一句话：“切削液的最主要的标准是客户满意度，客户认可好用即



是好的产品。”

通过对应用现场的抽象和归纳，开发出满足这一类工况基本要求的产品是所有金属加工液生产厂家的任务，然后再这一基础上衍生一系列的产品来满足客户特殊的要求。

## 3、评价能力和技术支持

评价能力包括两方面，评价原材料的性能和己方产品和竞争对手产品的能力。这两方面都很重要。社会在发展，技术不断进步，材料的发展也是日新月异。如何让材料为我所用，不断改进产品的性能，这是考验一个厂家的真实能力的标准。

还要能够评价产品，这样才能认识双方产品的性能优劣，推出性价比更高的产品，给客户更好的选项，从而在市场竞争中赢得先机。

生产厂家的产品评价能力也是对经销商的有力支持其重要性不言而喻。每次新客户的产品试验既可以做到心中有数，有信心。成功率自然大大提高。

技术支持的重要方面还包括厂家市场服务人员丰富的知识和现场经验，经销商所遇到的问题均能够从生产厂家的数据库中得到帮助，也可以从一线技术服务人员得到解决。

技术支持还包括服务程序和规范性、物流的便捷和高效等方面。

#### 4、价格竞争

切削液的产品特性使其具有较高的价格弹性，有时候仍然需要拼一下价格。这时候生产厂家的支持是关键的因素。

生产厂家通过两种方式控制价格。核心材料的生产合成，材料成本受控，产品价格有优势。有这种优势的厂家可谓凤毛麟角。



还有就是材料方面的选择。有的厂家用价格低的材料代替价格高质量更好的材料，导致产品质量下降。这是不明智的选择。

选择材料是目的和成本的双重考虑，首先保证其良好的使用性能，其次是只选对的，不买贵的。

现在保护工人健康已经成为切削液工作者的一项重要职责。大家都知道亚钠在切削液中易生成亚硝基二胺，属强致癌物被禁止。有些厂家为了价格竞争，用低价格诱导客户使用含亚钠

的产品。含有亚钠的产品还是慎用为好。

有了以上指标作参考，就有了选择优质金属加工液生产厂家的标准。当然品牌的知名度也是要考虑的因素。实际上切削液的品牌认知度远远没有像其他工业品那样重要，客户的使用体验和满意度是最重要的心理活动。

### 三、按图索骥

一个初入门的切削液经销商如何快速打开当地市场呢？除理用自己的关系网络推销外，主要是根据代理产品的特点找客户，如罗森 REACH 36AL,加工铝比较好，那就把当地的铝加工厂都走访一下，向客户介绍和推荐这一产品。客户使用越多，对这个产品的综合性能越了解。

按产品找客户是大多数经销商的采用的销售方法。事实上还有比这更科学的方法，我们罗森的更高级的培训中有这方面的案例和指导。

切削液的产品线还是比较长的，比如攻牙油，清洗剂 and 防锈油及防锈剂，甚至还包括工业润滑油，齿轮油、液压油、主轴油、导轨油、空压机油、润滑脂。顺带着也可以把这些产品推销给你的客户，多增加利润点。



## 精通篇

- 一、 商战谋略
- 二、 重要客户产品实验前准备和实验过程控制
- 三、 重新认识切削液中的几个重要概念
- 四、 切削液维护和管理
- 五、 营建共赢的格局-为客户创造附加值

( 请浏览我们的网站 [www.rhoxon.com](http://www.rhoxon.com) , 加入我们的会员或向公司索取 )

## 提高篇

- 一、 打造属于自己的品牌
- 二、 品牌管理
- 三、 实验室
- 四、 市场开发

( 请浏览我们的网站 [www.rhoxon.com](http://www.rhoxon.com) , 加入我们的会员或向公司索取 )