# 富世华建筑产品

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2025-05-14

*第一篇：富世华建筑产品Husqvarna（富世华）公司简介富世华建筑产品(厦门)有限公司关键词：富世华，建筑产品，切割，加固Husqvarna（富世华）的历史：Husqvarna创建于1689年，总部在瑞典，经过三百多年的发展，现在全球拥...*

**第一篇：富世华建筑产品**

Husqvarna（富世华）公司简介

富世华建筑产品(厦门)有限公司

关键词：富世华，建筑产品，切割，加固

Husqvarna（富世华）的历史：

Husqvarna创建于1689年，总部在瑞典，经过三百多年的发展，现在全球拥有15000多名员工，涉足业务涵盖林业、园林、园艺和建筑产品四大部门，能够满足高要求客户从专业机械到专业产品的任何需求。其中，建筑产品部门成立于上世纪五十年代，现在全球拥有2025多名员工。近二十年来，Husqvarna建筑产品部门通过自主研发、收购、合资等多种形式迅速扩充产品线，整个部门也随之步入了快速发展阶段。2025年，Husqvarna进入中国市场，凭借自身全面的专业技术、全球经验、研究资源以及业务知识，Husqvarna在中国销售额实现了每年百分之几百的增长速度。在全球，我们为消防、铁路、机场、路桥、建筑改造、核电站等大型项目用户提供手持动力切割锯、手持救援锯、水钻、轨道专用切割锯、石材切割机、道路切割机、绳锯、墙锯、液压设备、地坪设备和用于这些工具及其他应用的金刚石工具等专业产品。

Husqvarna（富世华）核心竞争力和优势:

在中国市场，Husqvarna拥有技术优势、产品优势和成本优势三大法宝。技术创新方面，我们的研发人员始终在寻求全新、智能的解决方案，针对产品使用工况，对设备过滤系统进行改进，推出了主动空气过滤、智能汽化、X-Torq?等空气过滤技术，提高了过滤效率，延长了引擎的使用寿命，降低了用户的使用成本；在地面处理产品方面，Husqvarna采用更为先进的Hiperfloor技术，经过该技术处理，地面耐压性更强，使用寿命可达15年，适用于机场建设等，且Husqvarna能为用户提供初磨、精磨、添加剂、保护、抛光整套地面处理工艺；此外，Husqvarna设备还拥有最全的动力源--电动、气动、液压、内燃两冲程，可满足所有行业对动力源的要求。

产品方面，Husqvarna许多创新型产品在行业内都是独一无二的。例如，绳锯、Gyro

系统等。绳锯是用金刚石链绳进行切割，是拆除大型混凝土建筑（例如大型构件和桥梁）或在厚墙壁上开洞的最有效的方式，它最大的优点是基本上不存在切割深度的限制。Gyro系统是一种灵活的模块式系统，它具有多种组合方式，钻架可360°旋转，几乎能够以各种角度进行钻孔。

作为切割工具专业生产商，金刚石是各种切割设备的必需品，但由于金刚石价格昂贵，因此限制了一些用户的购买能力。2025年，Husqvarna与河北冀凯集团在石家庄创建了合资公司富世华冀凯金刚石工具有限公司，用于研发、生产和销售金刚石工具。现在，Husqvarna 300余类3000多个品种的金刚石产品都实现了自主生产，这大大降低了金刚石的成本，提升了Husqvarna产品的竞争力。

Husqvarna（富世华）--全球最专业的混凝土切割方案解决专家：

Husqvarna绝非是单纯的设备销售商，我们还能为用户提供切割、打磨、钻孔等的整套专业解决方案。在这方面，Husqvarna经验丰富。例如，一次鞍钢更换窑炉里的耐火砖，需要将砖与砖之间打磨平整。据我们了解，这些耐火砖每块价值都在几万元，且及易破碎，如果设备振动过大或操作员不熟练都会给用户带来较大损失，对此，我们为用户推荐了Husqvarna双马达打磨机，它不仅打磨效率高，而且振动小，可以打磨的非常平整，在我们的帮助下，鞍钢很快就完成了窑炉耐火砖的打磨工作。

现在Husqvarna的产品不仅能用于建筑部门，还可广泛应用于消防、铁路和地震救援。汶川地震中，Husqvarna提供的液压钻孔设备仅用10分钟就可在楼板上打出直径60厘米的孔，救援速度提高了几十倍，为救援人员赢得了宝贵时间。

Husqvarna（富世华）--为用户提供及时、高效的服务：

近年来，Husqvarna不断完善在中国用户服务支持体系，在厦门的组装工厂和厦门保税区的亚洲中心库可以辐射整个东南亚，改变了以前需要从瑞典订货，周期较长的局面，大大缩短了发货速度；同时我们厦门的培训中心也已经落成，并投入使用。在上海、北京、厦门的服务中心，Husqvarna还有自己管理运营的零配件库，更好的服务区域市场；在完善经销商网络方面，由于其产品应用于较多行业，Husqvarna针对不同行业建立专门的经销

商网络，此外，针对重点用户，Husqvarna还采用直销的营销方式，更及时的为用户提供专业的产品和解决方案。目前，Husqvarna在中国东部和西北拥有8家授权的零配件经销商，年底有望达到16家。

Husqvarna（富世华）战略部署：

专业的产品、过硬的质量和创新的技术是Husqvarna提升品牌影响力的基础，未来，Husqvarna将在这三方面继续加强。此外，在中国西北和西南市场，我们还将增加分销渠道、建立专业的销售团队，完善市场服务和培训，针对不同的行业客户，提供不同的服务。

我们的目标是，希望凭借单一品牌下的产品开发和销售，使Husqvarna成为面向全世界专业用户经销商、租赁公司和最终用户的强大的全方位供应商，将Husqvarna打造成为行业一流品牌。

Husqvarna（富世华）建筑产品北京办公室

地址：北京市大兴区亦庄经济技术开发区经海二路28号（金田恒业工业园）5号楼西侧

邮编：100176

电话：+86 10 5977 1071 ext.8001

传真：+86 10 5977 1071 ext.8009

网址：

Husqvarna Xiamen 富世华建筑产品（厦门）有限公司

地址：厦门市海沧新阳工业区新嘉路38号，浩利稳工业区

邮编：361022

电话：0592-6851940

传真：0592-6851950

富世华(Husqvarna)是瑞典皇家品牌,拥有三百多年的工程设计经验和精密铸造经验,是全球历史最悠久的工业品牌之一。富世华建筑产品(Husqvarna Construction Products)是富世华集团（Husqvarna AB)旗下的建筑产品公司,是全球最大的金刚石工具及配套机械的生产商。

我们的建筑产品范围包括：手持动力切割机、手持救援锯、铁轨专用切割机、道路切割机、绳锯、墙锯、金刚石水钻、遥控破拆机器人、地面处理设备、瓷砖用锯和金刚石工具等。有汽油，液压，气动，电动四种动力。富世华专注于钢筋混凝土切割，金属切割，钻孔，地面打磨等领域，广泛应用在消防抢险、铁路轨道切割、机场公路路面切割、桥梁桥墩切割、建筑改造、核电站等。

富世华-全球切割专家。

公司网址：

全国服务热线：400 685 2828

联系人：张先生 186 592 68686

**第二篇：富世华公司介绍**

Husqvarna（富世华）公司简介

关键词：富世华，建筑产品，切割，加固

Husqvarna（富世华）的历史：

Husqvarna创建于1689年，总部在瑞典，经过三百多年的发展，现在全球拥有15000多名员工，涉足业务涵盖林业、园林、园艺和建筑产品四大部门，能够满足高要求客户从专业机械到专业产品的任何需求。其中，建筑产品部门成立于上世纪五十年代，现在全球拥有2025多名员工。近二十年来，Husqvarna建筑产品部门通过自主研发、收购、合资等多种形式迅速扩充产品线，整个部门也随之步入了快速发展阶段。2025年，Husqvarna进入中国市场，凭借自身全面的专业技术、全球经验、研究资源以及业务知识，Husqvarna在中国销售额实现了每年百分之几百的增长速度。在全球，我们为消防、铁路、机场、路桥、建筑改造、核电站等大型项目用户提供手持动力切割锯、手持救援锯、水钻、轨道专用切割锯、石材切割机、道路切割机、绳锯、墙锯、液压设备、地坪设备和用于这些工具及其他应用的金刚石工具等专业产品。

Husqvarna（富世华）核心竞争力和优势:

在中国市场，Husqvarna拥有技术优势、产品优势和成本优势三大法宝。技术创新方面，我们的研发人员始终在寻求全新、智能的解决方案，针对产品使用工况，对设备过滤系统进行改进，推出了主动空气过滤、智能汽化、X-Torq?等空气过滤技术，提高了过滤效率，延长了引擎的使用寿命，降低了用户的使用成本；在地面处理产品方面，Husqvarna采用更为先进的Hiperfloor技术，经过该技术处理，地面耐压性更强，使用寿命可达15年，适用于机场建设等，且Husqvarna能为用户提供初磨、精磨、添加剂、保护、抛光整套地面处理工艺；此外，Husqvarna设备还拥有最全的动力源--电动、气动、液压、内燃两冲程，可满足所有行业对动力源的要求。

产品方面，Husqvarna许多创新型产品在行业内都是独一无二的。例如，绳锯、Gyro系统等。绳锯是用金刚石链绳进行切割，是拆除大型混凝土建筑（例如大型构件和桥梁）或在厚墙壁上开洞的最有效的方式，它最大的优点是基本上不存在切割深度的限制。Gyro系

统是一种灵活的模块式系统，它具有多种组合方式，钻架可360°旋转，几乎能够以各种角度进行钻孔。

作为切割工具专业生产商，金刚石是各种切割设备的必需品，但由于金刚石价格昂贵，因此限制了一些用户的购买能力。2025年，Husqvarna与河北冀凯集团在石家庄创建了合资公司富世华冀凯金刚石工具有限公司，用于研发、生产和销售金刚石工具。现在，Husqvarna 300余类3000多个品种的金刚石产品都实现了自主生产，这大大降低了金刚石的成本，提升了Husqvarna产品的竞争力。

Husqvarna（富世华）--全球最专业的混凝土切割方案解决专家：

Husqvarna绝非是单纯的设备销售商，我们还能为用户提供切割、打磨、钻孔等的整套专业解决方案。在这方面，Husqvarna经验丰富。例如，一次鞍钢更换窑炉里的耐火砖，需要将砖与砖之间打磨平整。据我们了解，这些耐火砖每块价值都在几万元，且及易破碎，如果设备振动过大或操作员不熟练都会给用户带来较大损失，对此，我们为用户推荐了Husqvarna双马达打磨机，它不仅打磨效率高，而且振动小，可以打磨的非常平整，在我们的帮助下，鞍钢很快就完成了窑炉耐火砖的打磨工作。

现在Husqvarna的产品不仅能用于建筑部门，还可广泛应用于消防、铁路和地震救援。汶川地震中，Husqvarna提供的液压钻孔设备仅用10分钟就可在楼板上打出直径60厘米的孔，救援速度提高了几十倍，为救援人员赢得了宝贵时间。

Husqvarna（富世华）--为用户提供及时、高效的服务：

近年来，Husqvarna不断完善在中国用户服务支持体系，在厦门的组装工厂和厦门保税区的亚洲中心库可以辐射整个东南亚，改变了以前需要从瑞典订货，周期较长的局面，大大缩短了发货速度；同时我们厦门的培训中心也已经落成，并投入使用。在上海、北京、厦门的服务中心，Husqvarna还有自己管理运营的零配件库，更好的服务区域市场；在完善经销商网络方面，由于其产品应用于较多行业，Husqvarna针对不同行业建立专门的经销商网络，此外，针对重点用户，Husqvarna还采用直销的营销方式，更及时的为用户提供专业的产品和解决方案。目前，Husqvarna在中国东部和西北拥有8家授权的零配件经销

商，年底有望达到16家。

Husqvarna（富世华）战略部署：

专业的产品、过硬的质量和创新的技术是Husqvarna提升品牌影响力的基础，未来，Husqvarna将在这三方面继续加强。此外，在中国西北和西南市场，我们还将增加分销渠道、建立专业的销售团队，完善市场服务和培训，针对不同的行业客户，提供不同的服务。

我们的目标是，希望凭借单一品牌下的产品开发和销售，使Husqvarna成为面向全世界专业用户经销商、租赁公司和最终用户的强大的全方位供应商，将Husqvarna打造成为行业一流品牌。

Husqvarna（富世华）建筑产品北京办公室

地址：北京市大兴区亦庄经济技术开发区经海二路28号（金田恒业工业园）5号楼西侧

邮编：100176

电话：+86 10 5977 1071 ext.8001

传真：+86 10 5977 1071 ext.8009

网址：

Husqvarna Xiamen 富世华建筑产品（厦门）有限公司

地址：厦门市海沧新阳工业区新嘉路38号，浩利稳工业区

邮编：361022

电话：0592-6851940

传真：0592-6851950

富世华(Husqvarna)是瑞典皇家品牌,拥有三百多年的工程设计经验和精密铸造经验,是全球历史最悠久的工业品牌之一。富世华建筑产品(Husqvarna Construction Products)是富世华集团（Husqvarna AB)旗下的建筑产品公司,是全球最大的金刚石工具及配套机械的生产商。

我们的建筑产品范围包括：手持动力切割机、手持救援锯、铁轨专用切割机、道路切割机、绳锯、墙锯、金刚石水钻、遥控破拆机器人、地面处理设备、瓷砖用锯和金刚石工具等。有汽油，液压，气动，电动四种动力。富世华专注于钢筋混凝土切割，金属切割，钻孔，地面打磨等领域，广泛应用在消防抢险、铁路轨道切割、机场公路路面切割、桥梁桥墩切割、建筑改造、核电站等。

富世华-全球切割专家。

公司网址：

全国服务热线：400 685 2828

联系人：张先生 186 592 68686

**第三篇：世华集团企业文化**

我承诺: 我是一个顶天立地的世华人

顶天：远大的梦想，崇高的宗旨，活出本 我以外的价值,超凡的 生命意义,超越金钱,比他更重要的生命追求

立地：脚踏实地，把握生命的每一天,高标准严要求的做好每一个过程，持续的改进自己的工作行为，力求日益精进，把每件事做到极致

世华使命: 为世界华人的富强而努力和服务，使华人企业成为世界经济的脊梁 使命宣言: 为客户提供最具实效和实操的管理资讯

为同仁搭建最具成长和创业的发展平台

为股东盈造最具道义和价值的投资环境

为社会培育最具贡献和推动的企业领袖 世华愿景: 全球极具实力和备受尊敬的智业集团

世华作风:凡事以第一名为目标，坚信我们在一起能做好 任何事情

经营理念:把成功的智慧结晶，用爱心奉献给渴望改变的人群，让其获得成长、财富和快乐 工作理念: 比最努力的更努力，比最用心的更用心

团队理念: 不像海滩沙石相互撞击，犹如星斗一样彼此照耀 管理理念: 对下服务，对上服从

为人理念: 以心感人人心归，近心者人人近之

营销理念: 不是为利益推广产品，而是真心的帮助别人 服务理念: 服务品质始终如一，服务方式绝对差异 用人理念: 优秀人才最优惠，平庸之人最昂贵

发展理念: 以个人退公司进为指导原则,以局部让全局取为核心思想 成长理念: 没有不公平的待遇，只有不公平的能力 薪资理念: 没有无成果的报酬,无成果的报酬是耻辱

晋升理念: 没有接班人就不能晋升,要想晋升必须有接班人 品质理念: 标准决定水准，人品决定产品 品牌理念: 无形决定有形，有形彰显无形 迎宾理念: 客户是明星，市场是上级 节约理念: 赚的是营收，省的是净利 投资理念: 战略在哪里，钱就投在哪里

推广理念: 没有传播与分享，真理也不会发光

竞争理念: 避开竞争是最快的竞争，不用竞争是最好的竞争 行动理念: 凡事都要主动出击,被动不会有任何收获 生存理念: 顺境时乘胜追击，逆境时加倍努力 创业理念: 人生没有失败，只有提前放弃 执行理念: 没有条件、没有借口、没有不可能

学术宣言: 我们注重实战、实效和实操，拒绝空洞、说教与虚华 世华强大的六大思维意识：危机意识

自主意识

创业意识

大局意识

不同意识

速度意识

世华核心价值观：诚信 坦诚互信的品行

仁爱 仁爱感恩的美德

负责 主动负责的精神

专注 用心专注的态度

廉正 廉正无私的心境

创新 创新精进的思维

共赢 共赢共享的胸怀

顶立 顶天立地的格局

**第四篇：酒水经销商产品如何富二代**

酒水经销商产品如何富二代

春节前××啤酒的襄樊总代理侯老板比较烦。该啤酒的区域经理三天两头往这跑，吵着闹要打款，要帮着他完成全年任务，否则就扬言要重新选择合适的代理人选。这天冷的人出门就缩脖子，除了一些火锅店、夜场还能保证一定的销量外，其它终端的销量寥寥可数。存货堆积如山，出货却像蚂蚁搬家。

打款吧，摆明了就是白承担利息，不打吧又不敢得罪厂家管这个区域的小霸王，以后少不了小鞋穿。像这样被逼宫的事情每年都要发生好几回，每次老侯都得乖乖就范。这个牌子啤酒是他的发迹产品也是他的命根子，十几年来一直靠着它养活着。虽说生存越发艰难，但还是能维持基本开支，每年也总能三瓜俩枣的有点赚头。老侯也尝试者寻找新的产品，以期能够摆脱一口井里打水吃的局面，但都屡屡没能遂愿。

侯老板这样产品难以富二代的现象绝不是个案，在经销商队伍中普遍存在。绝大多数经销商为何不能摆脱在一棵树上吊死局面，后续产品怎么就做不大?

无心二致

一些经销商朋友经常会跟我探讨这方面的问题，每每谈到这个问题，他们中大多数人的反应都是新产品不好找或不好做等等，原因总总。当我问到是不是真的想好好再做一个产品时，一些人就开始保持缄默。其实，从心里来讲，大多数经销商不愿意在继续花精力与资金去再培植一个新的拳头产品，这是只能立命于起家产品的根本原因之一。

多数经销商的发家之路都是艰辛曲折的，从一间小门脸、一台三轮车，一箱箱货送出来的。在此期间，一旦抓住了一个利好产品，或许两三年内就会脱胎换骨，一跃成为当地行业排得上号的中间商。经销商到了这个份上，一般都会认为自己已经苦媳妇熬成婆，有点功成名就的感觉。要么干脆对业务的事情开始不闻不问，终日不务正业，把业务全部交给亲友打点。

小富即安的满足心理在经销商队伍中广泛存在，抓住一个好的品牌确实以让经销商活得很滋润。尽管厂家的要求越来越苛刻，但为了利益和其它种种因素，还是会一条道走到黑。心有余悸

可以这么讲，几乎每个小有成就的经销商或多或少都曾经遭遇过不同程度的招商陷阱。这种现象普遍存在，而且不仅仅是出现在新品牌上，就是一些有很强实力背景与品牌背景的公司往往也很难靠得住，出现遗弃中间商与市场的现象也是屡见不鲜。

新品牌在市场布局期间给经销商的印象总是自信满满，势在必得的感觉。厂家会把市场的前景描绘的一片光明，把市场推广的步骤安排的层次分明，媒体投放排期安排的量大而紧凑。一旦到了招商饱和期，或者在市场实际操作中碰到了困难，达不到预期的效果，大多采取临阵退缩办法，力求自保。有的甚至就是打着招商的幌子圈钱，经销商一旦打款就等于上了套，厂家把货发过来后就不闻不问。食品饮料类的产品绝大多数是有保质期限制的，这些货放在经销商的仓库里就等着过期。碰到了这些产品，实力过得去的经销商元气大伤，实力

不济的一觉回到解放前，只得从头再来，有些从此一蹶不振，另辟活路。

一招被蛇咬，十年怕井绳，每个经销商都会对新品保持慎之又慎的高度警觉态势。不少手里已经有了核心盈利产品存在的经销商，干脆对其它代理条件高的新品或品牌视而不见。只会接一些没有资金风险，且有很高利润回报的二三线品牌，做为对市场运作费用的一些弥补，但市场运作的重心根本没有转移过来。很多这类有潜力的品牌就是这样被他们揣在怀里，捂的半死不活。这也是这类品牌的销量为什么得不到提升的主要原因之一。

心有余而力不足

经销商都会在经营一个品牌的成功后，均有过扩大经营规模、丰富经营产品品系和提高整体盈利能力的豪情壮志。但自身存在的客观因素都会影响着具体的实施。

首先是资金链跟不上。经销商在经营某个品牌取得阶段性胜利后，随着市场规模的扩大，需要周转的资金流量也越来越大，前期经营所获得的利润勉强能够维持现有产品的市场运作。接新的品牌，需要增加人员、物流配送与仓储等综合运作费用，可流动的资金就会捉衿见肘，再好的产品也只能放弃或者放在手里生死两难。

其次是市场运作能力不足。经销商队伍大多草根出身，对行业与营销From

EMKT.com.cn的理解不深，也不愿意提升自己，市场驾驭与掌控能力本身就参差不齐。在手头现有的产品操控上，已经显得力不从心。再让其增加不同渠道、不同推广策略，不同产品性质的产品，确实有点强人所难。即使有些经销商不信邪，敢于迈出这一步，结果也是猴子掰玉米，掰一个丢一个，得不偿失。

三是团队管理水平无法支撑新的销售负载。老婆财务，小姨子发货，小舅子业务、妹夫开车送货。这种肥水不流外人田的家族式管理与意识，在经销商队伍中普遍存在。为了家务事有时都吵得不可开交，管理也就流于形式了。能把现有的产品做好，已是很不容易了。四是团队素质跟不上要求。有的经销商也有引进人才的意识，可新进人员很难适应这种工作氛围，呆不了多长时间就扬长而去。经销商基本上都会高度集权，什么事情都会事必躬亲，眉毛胡子一把抓。有些引进人才也想做一番事业，但因手中无权，说话没份量，做起事来磕磕绊绊，毫无用武之地。

有贼心没贼胆

坚守家门口的一亩三分地，墨守成规是大部分经销商惯性思维。总觉得在家门口做事会占着地主优势，各方面的资源就能得到充分利用。可在家门口做事也有很多难事，你有资源别人比你更有优势。

人在江湖飘，哪能不挨刀。一个县级副食品批发市场内的各类批发商就有上百家之多。他们分别掌控着不同类型产品的销售权与主渠道。经销商不可能在某个领域完全垄断，形成一家独大的局面。一个经销商如果手中如果有超过一个以上的占某个细分领域主流销量的品牌，说不定就会成了众矢之的。不是今天被人想方设法地低价冲击市场，搞得终端渠道投诉讨伐，明天也许就会出现莫须有的质量问题被工商、食监等部门查处，后天就会有业务人员

被人揍的头破血流。出来混，总是要还的。三天两头，问题不断，祸事连连。与其这样，倒不如守着一个主要品牌来的安稳些。

做人家品牌的产品，等于捧着别人的饭碗，就不得不低眉顺眼。几乎所有厂家都会把经销商的忠诚度与是否代理竞争对手品牌做为重要的关注内容和考核指标。如果经销商胆敢有吃在碗里，看到锅里这种吃里扒外的越轨行为，在暗示与警告无效的情况下，估计经销商很快就会丢掉最挣钱的产品;要么平时别的经销商能够享受到的公司优惠政策、费用补贴与活动等相关支持与你无缘;要么年终的销售折让考核后，会让经销商白忙活一年。如此一来，经销商当然就不敢造次了。就是接其它的品牌，也只会接些二三流的品牌，只能挣点费用补贴。

产品怎么才能富二代?

钱多不烫手，大部分经销商应该都不会甘心于靠着一块地吃饭。产品怎么才能富二代?经销商在不断更新自身经营观念，摆脱家族式的管理羁绊，提高经营能力等个人因素的同时，还要注重以下3点，方能达成目的。

1、建立长远的公司与产品发展规划。不能一口就想吃个胖子，根据公司的产品结构与盈利能力，设立一个中长期的发展目标。一般来讲，每个产品都会有生命周期，不同周期的盈利能力也不尽相同。在主盈利产品利润能力下降和产品已经接近衰退期时，就急需培养新的核心利润产品。此时如资金与渠道等能力允许的前提下，找准新的盈利产品进行培育，循序渐进，逐步取代。

2、跳出本地做生意。在根据地做好一个产品的同时，可以将眼光扩大到更大的市场，不可将眼光拘泥于当土地爷。以一个新的潜力产品为切入，拿下更大的市场。如，湖北建始县一经销商原一直做一个白酒品牌的县级代理，每年能做到近500万的规模。后该经销商想扩大经营规模，但在建始感觉制约因素太大，于是经人点拨，接了一个很潜力的白酒品牌，做了整个恩施州的代理。结果这个白酒做的很成功，现在其年总体的经营规模已经突破了3000万元规模。原先做的和后来做的产品，二者之间相安无事，而且利润都还不错。

3、运作一个自己的品牌。别认为自己做个产品要花很多钱，有时自己选择好一个产品做个贴牌，费用少的超乎你的想象。利用自身的渠道、终端等资源，顺势导入。可能很快会培养出一个自己的品牌，盈利能力更强，活得很滋润，也不用再看上游厂家人员的脸色吃饭。

**第五篇：信而富 产品介绍**

注：以下材料均需客户携带原件到公司复印,并填写申请表.流水和征信要原件

信而富产品介绍

工薪贷（打卡工资1500以上，如果自存流水3000以上，20-55岁，额度1-5万.外地客户,必须成都有房）

利息：12期-2.48%，18期-2.45%，24期-2.09%，30期-1.91%，36期-1.75%

A:必备材料:

1.身份证明:二代身份证(有效期内)+户口薄

2.居住证明

3.现居住地近3个月的水电气网络缴费发票

4.收入证明：最近连续6个月的个人银行流水

5.个人征信报告

6.工作证明或劳动合同

助业贷（必须有房，营业执照满一年，22-60岁，额度1-30万）

利息：12期-2.7%，18期-2.7%，24期-2.3%，30期-2.1%，36期-1.94%

A:必备材料:

1.身份证明：二代身份证原件+户口薄原件

2.经营材料证明：

a）营业执照副本（须经过过年检）

b）最近1年的对公流水

3.场地租凭合同和公司近期（近2-3月）的水电气缴费发票

4.房产证明和近期2-3月的水电气网络缴费发票

5.收入证明：最近半年的个人流水

6.个人征信报告

7.验资报告（个体户除外）

创业贷（22-60岁，无须有房，额度2-5万，营业执照满3年）

利息：24期-2.59%

A:必备材料:

1.身份证明：二代身份证原件+户口薄原件

2.经营材料证明：

a）营业执照副本（须经过过年检）

b）最近1年的对公流水

3.场地租凭合同和公司近期（近2-3月）的水电气缴费发票

4.居住证明和近期2-3月的水电气网络缴费发票

5.收入证明：最近半年的个人流水

6.个人征信报告

7.验资报告（个体户除外）

公司地址：高新区中航城市广场21-11号（乘坐地铁1号线，高新站下车，C口出，对面几百米便是）

联系人：赵经理电话：\*\*\*

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！