

# 2024-2030年中国MRO工业品超市市场评估与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国MRO工业品超市市场评估与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202407/463993.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国MRO工业品超市市场评估与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：MRO工业品超市综述

#### 1.1 MRO概念与范围

##### 1.1.1 MRO概念

##### 1.1.2 MRO范围

#### 1.2 MRO工业品超市概述

##### 1.2.1 MRO工业品超市简介

##### 1.2.2 MRO工业品超市形式

###### （1）线下工业品超市

###### （2）线上工业品超市

##### 1.2.3 MRO工业品超市价值

###### （1）经济价值

###### （2）社会价值

#### 1.3 MRO工业品超市竞争优势分析

##### 1.3.1 与日常消费品超市比较

###### （1）技术优势分析

###### （2）成本优势分析

##### 1.3.2 与工业品传统流通市场比较

##### 1.3.3 MRO工业品超市竞争总体优势

### 第2章：MRO工业品超市行业发展背景

#### 2.1 行业主要政策及影响

##### 2.1.1 行业主管部门与管理体制

##### 2.1.2 行业主要政策及影响

## 2.2 国内外经济形势分析

### 2.2.1 国际宏观经济发展现状及展望

(1) 国际宏观经济发展现状

(2) 国际宏观经济发展展望

### 2.2.2 中国宏观经济发展现状及展望

(1) 中国宏观经济发展现状

(2) 中国宏观经济发展展望

### 2.2.3 宏观经济对行业影响分析

## 2.3 工业品生产与供应情况

### 2.3.1 工业品生产情况分析

### 2.3.2 工业品出厂价格指数

### 2.3.3 工业品行业引领品牌

### 2.3.4 工业行业景气度分析

## 2.4 工业品营销现状与趋势

### 2.4.1 工业品营销主要特点

(1) 采购决策过程复杂

(2) 采购专业性强

(3) 更加注重供应商的信誉和实力

(4) 关系资源对工业品营销的影响较大

### 2.4.2 工业品营销渠道分析

(1) 工业品传统营销渠道

(2) 工业品创新营销渠道

(3) MRO企业主要业态及优劣势分析

### 2.4.3 工业品营销趋势分析

## 第3章：企业MRO采购管理现状与趋势

### 3.1 MRO采购管理的重要性分析

#### 3.1.1 MRO采购特点与需求

(1) MRO采购特点

#### 3.1.2 中国MRO工业品超市发展规模

(1) 中国工业品市场规模

(2) 中国MRO工业品市场规模

### (3) 中国MRO工业品B2B电商市场规模

#### 3.1.3 MRO采购管理的重要性

### 3.2 国外企业MRO采购管理现状分析

#### 3.2.1 国外企业MRO采购模式介绍

#### 3.2.2 国外企业MRO管理成功案例

(1) MRO管理提高了物流配送效率

(2) MRO增值服务优化整体供应链

(3) 实施MRO管理提高了经营业绩

#### 3.3 国内企业MRO采购管理现状

##### 3.3.1 国内企业MRO主要采购方式

##### 3.3.2 企业跨国集成MRO采购模式

##### 3.3.3 国内企业MRO采购管理现状

##### 3.3.4 国内企业MRO采购管理问题

(1) MRO采购未得到充分重视

(2) 集中管理实现程度较差

(3) 轻视电子系统的应用

(4) 忽视质量与供应商选择

(5) 缺乏对供应商的战略管理

##### 3.3.5 国内企业MRO采购管理对策

(1) 设立独立的MRO采购管理部门

(2) 做到集中采购，优选供应商

(3) 实现MRO物料采购的电子化管理

(4) 加强区域性企业间及与供应商的战略合作

#### 3.4 MRO采购管理发展趋势分析

##### 3.4.1 工业品B2B电商平台更具优势

##### 3.4.2 智能化MRO采购管理

##### 3.4.3 对产品安全性的采购要求提高

## 第4章：国外MRO工业品超市发展及经验借鉴

### 4.1 国外MRO工业品超市发展分析

#### 4.1.1 MRO工业品超市发展概况

#### 4.1.2 MRO工业品超市主要企业

### 4.1.3 MRO工业品超市发展趋势

## 4.2 国外MRO工业品超市成功经验解密

### 4.2.1 固安捷（Grainger）（股票代码：GWW）

- （1）企业发展简况
- （2）企业产品与服务
- （3）企业运营特点分析
- （4）企业经营业绩分析
- （5）企业成功经验解密

### 4.2.2 欧时公司（RS）（股票代码：ECM）

- （1）企业发展简况
- （2）企业产品与服务
- （3）企业运营特点分析
- （4）企业经营业绩分析
- （5）企业成功经验解密

### 4.2.3 索能达（Sonepar SA）

- （1）企业发展简况
- （2）企业产品与服务
- （3）企业运营特点分析
- （4）企业经营业绩分析
- （5）企业成功经验解密

## 4.3 国外MRO工业品超市发展对我国的借鉴

### 4.3.1 坚持“以服务为本”；

### 4.3.2 发展MRO外包和一站式（集成化）解决方案

### 4.3.3 实施“走出去”战略

### 4.3.4 纵深横向赋能，打造行业生态

## 第5章：中国MRO工业品超市行业发展分析

### 5.1 中国MRO工业品分销现状与影响因素

#### 5.1.1 MRO工业品分销现状分析

#### 5.1.2 MRO工业品分销的主要特点

#### 5.1.3 MRO工业品分销价值实现环节

- （1）工业品生产环节

(2) 工业品分销环节

(3) 工业品客户使用环节

#### 5.1.4 MRO工业品分销影响因素分析

(1) 产品是影响分销的本质因素

(2) 价格影响分销环节

(3) 渠道建立和维护是不可忽缺的方面

(4) 有效的回款与资金管理是企业生存的致命因素

(5) 有效的客户服务是提升工业品价值的来源

#### 5.2 中国MRO工业品超市产业链分析

##### 5.2.1 中国MRO工业品超市产业链全景图谱

##### 5.2.2 中国MRO工业品超市上游供应商分析

(1) 中国MRO工业品超市上游供应商类别及主要特点

(2) 中国MRO工业品超市上游供应商发展痛点

(3) MRO工业品超市对上游供应商的赋能价值分析

##### 5.2.3 中国MRO工业品超市下游采购商分析

(1) 中国MRO工业品超市下游供应商类别及主要特点

(2) MRO工业品超市对下游供应商的赋能价值分析

#### 5.3 中国MRO工业品超市发展现状分析

##### 5.3.1 中国MRO工业品超市发展历程

##### 5.3.2 中国MRO工业品超市发展特点

##### 5.3.3 中国MRO工业品超市市场竞争格局

#### 5.4 中国MRO工业品超市竞争状况

##### 5.4.1 行业内部企业竞争状况

##### 5.4.2 上游供应商议价能力分析

##### 5.4.3 下游客户议价能力分析

##### 5.4.4 行业潜在进入者威胁分析

##### 5.4.5 替代品威胁分析

##### 5.4.6 MRO工业品超市行业竞争五力状况总结

#### 5.5 中国MRO工业品超市发展趋势分析

##### 5.5.1 MRO工业品超市产品与服务发展趋势

##### 5.5.2 MRO工业品超市商业模式发展趋势

##### 5.5.3 MRO工业品超市市场与生态发展趋势

## 第6章：中国MRO工业品超市行业投资潜力分析

### 6.1 MRO工业品超市SWOT分析

#### 6.1.1 MRO工业品超市优势分析（S）

#### 6.1.2 MRO工业品超市劣势分析（W）

#### 6.1.3 MRO工业品超市机会分析（O）

#### 6.1.4 MRO工业品超市威胁分析（T）

### 6.2 MRO工业品超市行业投资潜力

#### 6.2.1 行业投资特性分析

##### （1）行业进入壁垒分析

##### （2）行业商业模式分析

#### 6.2.2 行业投资潜力分析

##### （1）行业发展所处的生命周期

##### （2）行业发展影响因素总结

##### （3）行业投资价值分析

#### 6.2.3 行业投资风险预警

##### （1）供应商依赖性风险

##### （2）宏观经济波动风险

##### （3）行业市场竞争加剧风险

##### （4）行业面临的其它风险

##### （5）增值服务要求较高

### 6.3 MRO工业品超市行业投资建议

#### 6.3.1 行业目前投资情况

#### 6.3.2 行业主要投资建议

## 第7章：中国MRO工业品超市运营策略研究

### 7.1 MRO工业品超市经营关键因素

### 7.2 MRO工业品超市价值与布局方向建议

#### 7.2.1 MRO工业品超市价值分析

#### 7.2.2 MRO工业品超市布局方向建议

##### （1）MRO工业品超市上游供应商布局

##### （2）MRO工业品超市下游采购商布局

## 7.3 MRO工业品超市运营策略研究

### 7.3.1 MRO工业品超市运营战略层面

- (1) 目标定位分析
- (2) 合作战略分析

### 7.3.2 MRO工业品超市运营战术层面

- (1) 采购策略
- (2) 售后策略
- (3) 产品生命周期策略
- (4) 技术策略
- (5) 人才培养策略
- (6) PTP营销策略

## 7.4 MRO服务商参与设备管理模式研究

### 7.4.1 管理模式简要概述

- (1) MRO服务提供商参与设备管理模式概况
- (2) MRO服务提供商的服务流程概况

### 7.4.2 管理模式优势分析

### 7.4.3 模式存在的问题与对策

- (1) MRO服务提供商缺乏条件监测能力
- (2) 工业企业对MRO服务提供商的不信任

## 第8章：中国MRO工业品超市运营商经营分析

### 8.1 工业品超市运营商总体状况分析

### 8.2 领先工业品超市运营商经营分析

#### 8.2.1 西域供应链（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业融资分析
- (8) 企业经营优劣势分析

## 8.2.2 天津市百禧百地工贸有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

## 8.2.3 苏州雷利工业品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

## 8.2.4 上海健时智能化系统有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

## 8.2.5 上海艾逊工业设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

#### 8.2.6 震坤行工业超市（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业融资分析
- (8) 企业经营优劣势分析

#### 8.2.7 深圳市德普瑞机电设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

#### 8.2.8 上海万颐贸易有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析
- (7) 企业经营优劣势分析

#### 8.2.9 烟台市绿林工具有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营产品与品牌
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业配送方式与售后服务
- (5) 企业经营模式与特色
- (6) 企业经营情况分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 8.2.10 天津固齐国际贸易有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营产品与品牌

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业配送方式与售后服务

(5) 企业经营模式与特色

(6) 企业经营情况分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 8.3 领先工业品B2B电商平台案例分析

##### 8.3.1 1688工业品品牌站

(1) 服务内容

(2) 平台核心优势

##### 8.3.2 淘宝企业服务工业品市场

(1) 服务内容

(2) 平台核心优势

(3) 淘宝工业品市场区域情况

##### 8.3.3 震坤行

(1) 服务内容

(2) 平台核心优势

##### 8.3.4 西域

(1) 服务内容

(2) 平台核心优势

##### 8.3.5 京东工业品

(1) 服务内容

(2) 平台核心优势

#### 图表目录

图表1：工业品的分类及定义

图表2：MRO的产品范围

图表3：技术优势分析

图表4：成本分析

图表5：订单集成流程

图表6：服务优势分析

图表7：逆向物流（产品回收）示意图

图表8：MRO工业品超市与传统工业品流通市场的对比分析

图表9：MRO工业品超市行业监管部门与职责

图表10：MRO工业品超市行业主要政策

图表11：2009-2021年美国国内生产总值趋势图（单位：万亿美元，%）

图表12：2018-2021年美国消费者信心指数走势

图表13：2018-2021年美国失业率走势（单位：%）

图表14：2012-2021年欧盟28国GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表15：2006-2021年欧盟PPI走势（单位：%）

图表16：2011-2021年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表17：2016-2021年日本制造业PMI指数走势（单位：%）

图表18：2016-2021年印度GDP走势（单位：万亿印度卢比）

图表19：2021年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表20：2011-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表21：2012-2021年中国工业增加值（单位：万亿元）

图表22：2012-2021年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表23：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表24：2019-2021年我国工业主要产品累计产量及同比增长速度（单位：万吨，%）

图表25：2019-2021年我国工业生产者出厂价格（PPI）指数趋势（上年同月=100）

图表26：2018-2021年我国工业生产者购进价格（PPIRM）指数趋势情况（上年同月=100）（单位：%）

图表27：中国工业品品牌代表商家

图表28：2016-2021年中国工业企业景气指数（单位：%）

图表29：经销代理模式分类

图表30：渠道自营模式分类

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202407/463993.html>