

2024-2030年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资策略报告》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/202402/440052.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

MRO工业品超市全线线囊括阀门管件、仪器仪表、电器设备、五金工具、劳保用品等十五大工业品类别，为生产制造业企业提供一站式工业品交易服务。中企顾问网发布的《2024-2030年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资策略报告》共八章。首先介绍了MRO工业品超市行业市场发展环境、MRO工业品超市整体运行态势等，接着分析了MRO工业品超市行业市场运行的现状，然后介绍了MRO工业品超市市场竞争格局。随后，报告对MRO工业品超市做了重点企业经营状况分析，最后分析了MRO工业品超市行业发展趋势与投资预测。若您想对MRO工业品超市产业有个系统的了解或者想投资MRO工业品超市行业，本报告是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 1.1.3 MRO分类 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 1.2.3 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 1.3.1 行业竞争态势分析 1.3.2 内部竞争态势分析 （1）技术优势分析 （2）成本优势分析 （3）品牌优势分析 （4）服务优势分析 1.3.3 与传统营销渠道比较

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 （1）流通产业政策及影响 （2）制造业发展政策及影响 （3）服务业发展政策及影响 2.2 国内外经济形势分析 2.2.1 国际经济形势与展望 （1）国际经济形势现状 （2）国际经济形势展望 2.2.2 国内经济形势与展望 （1）国内经济形势现状 1）国内生产总值分析 2）工业增加值分析 3）制造业PMI指数分析 （2）国内经济形势展望 1）有利因素 2）不利因素 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 2.4.2 工业品营销渠道分析 （1）工业品传统营销渠道 1）经销代理模式 2）合作经营模式 3）渠道自营模式 （2）工业品创新营销渠道 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 （2）MRO年采购金额 （3）MRO市场空间分析 3.1.2 MRO采购管理的重要性 （1）供应链管理日益受重视 （2）企业逐渐关注采购总成本 （3）MRO采购成本所占比重高 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 （1）一体化供应 （2）供应商城 （3）分销商合作 （4）订货点采购 （5）准时制（JIT）采购 （6）供应链采购 （7）电子商务采购 3.2.2 国外企业MRO管理成功案例 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 (1) 企业内部的优化管理 (2) 区域性企业间及与供应商的合作 (3) 全国范围内MRO上战略协作 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 3.4 MRO采购管理发展趋势分析 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) (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 艾迪捷 (IDG) (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 欧时公司 (RS) (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 4.2.4 乐百供 (Lbgoo) (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 积极使用新技术 4.3.3 实施“走出去”战略 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 (1) 工业品的市场需求有不同于消费品需求的自身特点 (2) 工业品的客户 (购买对象) 的购买行为同消费品有差异 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) 价格是分销一大杀伤力武器 (3) 渠道建立和维护是不可忽缺的方面 (4) 有效的回款与资金流管理是企业生存致命因素 (5) 有效的客户服务是提升工业品价值的又一源泉 5.2 中国MRO工业品超市发展现状分析 5.2.1 中国MRO工业品超市发展概况 5.2.2 中国MRO工业品超市发展阶段 5.2.3 中国MRO工业品超市发展特点 5.2.4 中国MRO工业品超市竞争状况 (1) 行业内部企业竞争状况 (2) 上游供应商议价能力分析 (3) 下游客户议价能力分析 (4) 行业潜在进入者威胁分析 5.3 中国MRO工业品超市发展影响因素 5.3.1 MRO工业品超市发展的有利因素 (1) 有利的政策环境为行业发展带来契机 (2) MRO需求增长为行业发展提供保障 (3) 企业对MRO工业品采购管理日益重视 (4) MRO用户增长和技术升级的内在需求 (5) MRO制造商和专业分销商之间形成稳定的合作态势 5.3.2 MRO工业品超市发展的不利因素 (1) 国际企业积极拓展中国市场 (2) 资金占用制约行业的快速发展 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) 行业盈利模式分析 1) 盈利点分析 2) 盈利模式分析 (3) 行业盈利因素分析 1) 采购流程的优化 2) 回款和资金流的周转 3) 物流配送体系 6.2.2 行业投资潜力分析 (1) 行业投资环境评述 (2) 行业投资机会剖析 (3) 行业投资价值分析 1) 行业投资的经济价值 2) 行业投资的社会价值 6.2.3 行业投资风险预警 (1) 依赖于主要供应商风险 (2) 宏观经济波动风险 (3) 行业市场竞争加剧风险 (4) 技术服务滞后导致客户流失的风险 (5) 行业面临的其它风险 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 7.1.1 信息管理 7.1.2 高效物流 7.1.3 合理库存 7.1.4 展示推广 7.2 MRO工业品超市运营策略研究 7.2.1 MRO工业品超市运营战略层面 (1) 目标定位分析 1) 区域定位 2) 规模定位 3) 服务定位 (2) 合作战略分析 7.2.2 MRO工业品超市运营战术层面 (1) 采购策略 (2) 售后服务流程设计 (3) 零件/维修配件库存管理 (4) 技术策略 (5) 逆向物流策略 (6) 人才培养策略 (7) PTP营销策略 7.3 MRO服务商参与设备管理模式研究 7.3.1 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 7.3.2 管理模式优势分析 (1) 工业企业获得的优势 1) 降低MRO库存成本 2) 降低MRO缺货成本 3) 集中精力于核心业务 (2) MRO服务商获得的优势 1) 快速满足客户需求 2) 形成稳定的客户群体 3) 有效协调客户需求 4) 减少企业安全库存 7.3.3 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 上海西域机电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 8.2.2 赛盾中国 (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 8.2.3 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 8.2.4 宁波天禾供应链管理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 8.2.5 天津市文光集团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 8.2.6 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

8.2.7 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

8.2.8 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

8.2.9 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

8.2.10 深圳德普瑞工控工程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

图表目录：图表：MRO的范围 图表：订单集成流程 图表：逆向物流（产品回收）示意图 图表：工业品超市与传统工业品销售渠道的对比分析 图表：2022年美国ISM制造业PMI指数走势图 图表：2022年欧元区综合PMI指数走势图 图表：2022年日本制造业PMI指数走势图 图表：-全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%） 图表：2022年中国GDP及其增长速度（单位：万亿元，%） 图表：2022年中国工业增加值走势图（单位：亿元，%） 图表：2022年中国制造业PMI走势图（单位：%） 图表：我国宏观经济指标预测（单位：%、亿美元） 图表：我国工业主要产品产量及增长速度 图表：2022年我国工业生产者出厂价格涨跌幅情况（单位：%） 图表：2022年我国工业生产者购进价格涨跌幅情况（单位：%） 图表：2022年我国工业企业景气指数和信心指数 图表：2022年我国工业企业分规模景气指数 图表：2022年我国工业企业分地区景气指数 图表：2022年固安捷经营情况（单位：亿美元） 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/440052.html>