

2023-2029年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资分析报告

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

《2023-2029年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资分析报告》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/202304/350348.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工业品超市全战线囊括阀门管件、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《2023-2029年中国MRO工业品超市市场深度评估与投资分析报告》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。您若想对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 艾递捷（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视的方面（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8.2.5 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/202304/350348.html>