

2020年中国MRO工业品超市行业分析报告- 行业现状调查与发展动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国MRO工业品超市行业分析报告-行业现状调查与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/478766478766.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 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) 工业品专柜

(2) 网上工业品超市

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

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

第二章 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

第三章 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
- 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

- (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

3.4.1 工业品B2B电商平台与优势线下次终端渠道互补共存

3.4.2 收购兼并是未来行业的大趋势

第四章 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) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

4.2.2 欧时公司（RS）（股票代码：ECM）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

4.2.3 索能达 (Sonepar SA)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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

第五章 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的致命因素
 - (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

第六章 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
- (3) 行业盈利因素分析

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

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

第七章 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 优化供应

7.1.2 高效物流

7.1.3 合理库存

7.1.4 品牌建设

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

(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

(2) MRO服务商获得的优势

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

第八章 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) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.2 天津市百禧百地工贸有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.3 苏州雷利工业品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.4 上海健时智能化系统有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.5 上海艾逊工业设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.6 皇加力(中国)商业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.7 震坤行工业超市(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.8 深圳市德普瑞机电设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.9 上海万颐贸易有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.10 烟台市绿林工具有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.11 天津固齐国际贸易有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.12 挪克工业设备(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.13 广州市丙通电子元件有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.14 北京泰亚赛福科技发展有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.15 邦姆实业(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

8.2.16 上海翼联工贸有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 核心业务优势

8.3.2 淘宝企业服务工业品市场

(1) 服务内容

(2) 核心业务优势

8.3.3 震坤行

(1) 服务内容

(2) 核心业务优势

8.3.4 西域

(1) 服务内容

(2) 核心业务优势

8.3.5 工品汇

(1) 服务内容

(2) 核心业务优势

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：MRO的产品分类

图表4：行业竞争态势分析

图表5：技术优势分析

图表6：成本优势分析

图表7：订单集成流程

图表8：服务优势分析

图表9：逆向物流（产品回收）示意图

图表10：工业品超市与传统工业品销售渠道的对比分析

图表11：MRO工业品超市行业主要政策

图表12：2017-2020年第三季度美国国内生产总值变化趋势图（单位：亿美元，%）

图表13：2020年美国消费者信心指数走势

图表14：2020年美国失业率走势（单位：%）

图表15：2017-2020年欧盟GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表16：2017-2020年欧盟PPI走势（单位：%）

图表17：2017-2020年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表18：2017-2020年日本制造业PMI指数走势

图表19：2017-2020年印度GDP走势（单位：万亿印度卢比）

图表20：2021-2026年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国MRO工业品超市行业分析报告-行业现状调查与发展动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/478766478766.html>