

2023-2029年中国MRO工业品超市市场深度分析与市场调查预测报告

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分析与市场调查预测报告》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/202303/343995.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

随着全球工业领域专业化和精细化，MRO的品类日益繁多。根据全球最大的MRO企业固安捷2018-2019年报测算，2019年全球MRO市场规模约为6,200亿美元。

为了获取与自身需求匹配的产品、降低交易成本以及获取及时便利的售后技术服务，MRO需求方越来越倾向于选择产品品类齐全的集约化供应商。在国外，MRO经过多年的发展，已经形成成熟的商业模式，代表公司有美国的固安捷、快扣，英国的欧时公司等，该等公司拥有集非生产性物料的展示、零售、批发、维修、信息交流于一体的综合流通平台，能为下游客户提供一站式采购服务，并提供专业的维修、保养等售后技术服务。

在我国，MRO市场还处于由传统零散采购向集约化采购过渡的阶段。在传统零散采购模式下，下游客户的采购部门分别向MRO的生产商、各级代理商分散采购。由于MRO品类众多、专业性强、流通链条较长、需求模糊等特点，客户统一管理较为费时费力。

近年来随着下游客户集约化采购需求的不断增加，国内也逐渐涌现出了规模化的MRO集约化供应商，如咸亨国际科技股份、武汉巨精机电有限公司、易瓦特科技股份公司、武汉里得电力科技股份有限公司、上海震坤行贸易有限公司等。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国MRO工业品超市市场深度分析与市场调查预测报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 MRO工业品超市综述

第一节 MRO概念与范围

一、MRO概念

二、MRO范围

三、MRO分类

第二节 MRO工业品超市概述

一、MRO工业品超市简介

二、MRO工业品超市形式

三、MRO工业品超市价值

第三节 MRO工业品超市竞争优势

一、行业竞争态势分析

二、内部竞争态势分析

三、与传统营销渠道比较

第二章 MRO工业品超市行业发展背景

第一节 行业主要政策及影响

一、行业主管部门与管理体制

二、行业主要政策及影响

（一）流通产业政策及影响

（二）制造业发展政策及影响

（三）服务业发展政策及影响

第二节 国内外经济形势分析

一、国际经济形势与展望

（一）主要经济体运行情况

（二）世界经济发展与政策展望

二、中国经济形势与展望

（一）当前经济运行形势分析

（二）当前经济运行中的主要问题

（三）未来宏观调控政策取向分析

第三节 工业品生产与供应情况

一、工业品生产情况分析

二、工业品出厂价格指数

三、工业品行业引领品牌

第四节 工业品营销现状与趋势

一、工业品营销主要特点

二、工业品营销渠道分析

(一) 工业品传统营销渠道

(二) 工业品创新营销渠道

三、工业品营销趋势分析

第三章 企业MRO采购管理现状与趋势

第一节 MRO采购管理的重要性分析

一、MRO采购特点与需求

二、MRO采购管理的重要性

第二节 国外企业MRO采购管理现状分析

一、国外企业MRO采购模式介绍

二、国外企业MRO管理成功案例

第三节 中国企业MRO采购管理现状

一、中国企业MRO主要采购方式

二、企业跨国集成MRO采购模式

三、中国企业MRO采购管理现状

(一) 企业内部的优化管理

(二) 区域性企业间及与供应商的合作

(三) 全国范围内MRO上战略协作

四、中国企业MRO采购管理问题

(一) MRO采购未得到充分重视

(二) 集中管理实现程度较差

(三) 轻视电子系统的应用

(四) 忽视质量与供应商选择

(五) 缺乏对供应商的战略管理

五、中国企业MRO采购管理对策

第四节 MRO采购管理发展趋势分析

第四章 国外MRO工业品超市发展及经验借鉴

第一节 国外MRO工业品超市发展分析

一、MRO工业品超市发展概况

二、MRO工业品超市主要企业

三、MRO工业品超市发展趋势

第二节 国外MRO工业品超市成功经验解密

一、固安捷 (Grainger)

(一) 企业发展简况

(二) 企业产品与服务

(三) 企业商业模式分析

(四) 企业经营业绩分析

(五) 企业成功经验解密

二、艾递捷 (IDG)

三、欧时公司 (RS)

四、乐百供 (Lbgoo)

第三节 国外MRO工业品超市发展对我国的借鉴

一、信息管理并不是搭建一个网站那么简单

二、高效物流很关键

三、合理库存是保障

四、展示推广

第五章 中国MRO工业品超市行业发展分析

第一节 中国MRO工业品分销现状与影响因素

一、MRO工业品分销现状分析

二、MRO工业品分销的主要特点

三、MRO工业品分销价值实现环节

四、MRO工业品分销影响因素分析

(一) 产品是影响分销的本质因素

(二) 价格是分销一大杀伤力武器

(三) 渠道建立和维护是不可忽缺的方面

(四) 有效的回款与资金流管理是企业生存致命因素

(五) 有效的客户服务是提升工业品价值的又一源泉

第二节 中国MRO工业品超市发展现状分析

一、中国MRO工业品超市发展概况

二、中国MRO工业品超市发展阶段

三、中国MRO工业品超市发展特点

四、中国MRO工业品超市竞争状况

(一) 行业内部企业竞争状况

(二) 上游供应商议价能力分析

(三) 下游客户议价能力分析

(四) 行业潜在进入者威胁分析

第三节 中国MRO工业品超市发展影响因素

一、MRO工业品超市发展的有利因素

二、MRO工业品超市发展的不利因素

第六章 中国MRO工业品超市行业投资潜力分析

第一节 MRO工业品超市行业SWOT分析

一、行业优势分析(S)

二、行业劣势分析(W)

三、行业机会分析(O)

四、行业威胁分析(T)

第二节 MRO工业品超市行业投资潜力

一、行业投资特性分析

(一) 行业进入壁垒分析

(二) 行业盈利模式分析

(三) 行业盈利因素分析

二、行业投资潜力分析

(一) 行业投资环境评述

(二) 行业投资机会剖析

(三) 行业投资价值分析

三、行业投资风险预警

(一) 依赖于主要供应商风险

(二) 宏观经济波动风险

(三) 行业市场竞争加剧风险

(四) 技术服务滞后导致客户流失的风险

(五) 行业面临的其它风险

第三节 MRO工业品超市行业投资建议

一、行业目前投资情况

二、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

第一节 MRO工业品超市经营关键因素

一、信息管理

二、高效物流

三、合理库存

四、展示推广

第二节 MRO工业品超市运营策略研究

一、MRO工业品超市运营战略层次

(一) 目标定位分析

(二) 合作战略分析

二、MRO工业品超市运营战术层次

(一) 售后服务流程设计

(二) 逆向物流策略

第三节 MRO服务商参与设备管理模式研究

一、管理模式简要概述

二、管理模式优势分析

(一) 工业企业获得的优势

(二) 服务提供商获得的优势

三、模式存在的问题与对策

第八章 中国MRO工业品超市运营商经营分析

第一节 工业品超市运营商总体状况分析

第二节 领先工业品超市运营商经营分析

一、上海西域机电系统有限公司

（一）企业发展简况

（二）企业主营产品

（三）企业经营分析

（四）企业核心竞争力

（五）企业战略规划

二、美国固安捷公司

三、宁波天禾供应链管理有限公司

四、天津市文光集团有限公司

五、上海合微弘实业有限公司

六、上海杰伟福电子商务有限公司

七、天津市百禧百地工贸有限公司

八、顾登实业（上海）有限公司

九、苏州雷利工业品有限公司

十、上海健时智能化系统有限公司

十一、麦克罗工业品销售服务（大连）有限公司

十二、上海艾逊工业设备有限公司

十三、震坤行工业超市（上海）有限公司

十四、深圳市德普瑞机电设备有限公司

十五、特立捷（苏州）工业品销售有限公司

十六、上海万颐贸易有限公司

十七、福州众威贸易有限公司

十八、上海益金行工业科技有限公司

十九、挪克工业设备（上海）有限公司

二十、广州丙通电子元件有限公司

二十一、上海将来实验设备有限公司

二十二、北京泰亚赛福科技发展有限责任公司

二十三、上海侣霖实业有限公司

第九章 MRO工业品超市行业发展战略研究

第一节 MRO工业品超市行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国MRO工业品超市品牌的战略思考

一、MRO工业品超市品牌的重要性

二、MRO工业品超市实施品牌战略的意义

三、MRO工业品超市企业品牌的现状分析

四、我国MRO工业品超市企业的品牌战略

五、MRO工业品超市品牌战略管理的策略

第三节 MRO工业品超市经营策略分析

一、MRO工业品超市市场细分策略

二、MRO工业品超市市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、MRO工业品超市新产品差异化战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/343995.html>