

2024-2030年中国MRO工业品超市产业发展现状与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国MRO工业品超市产业发展现状与投资前景预测报告》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/202311/419820.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工业品超市产业发展现状与投资前景预测报告》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 7 第一节 MRO概念与范围 7 一、MRO概念 7 二、MRO范围 7 三、MRO分类 8 第二节 MRO工业品超市概述 8 一、MRO工业品超市简介 8 工业品超市源于美国，是集工业品的展示、零售、批发、维修、信息交流于一体的综合流通平台，包括信息化、物流配送、PTP、维修超市、供货商同盟和企业会员等六大网络，主要从事通用机械、专用机械、输变电设备、仪器仪表等工业品流通。 二、MRO工业品超市形式 8 三、MRO工业品超市价值 8 第三节 MRO工业品超市竞争优势 9 一、行业竞争态势分析 9 二、内部竞争态势分析 9 三、与传统营销渠道比较 9 第二章 MRO工业品超市行业发展背景 11 第一节 行业主要政策及影响 11 一、行业主管部门与管理体制 11 工业品超市本身属于流通业，但本身涉及工业品，因此其主管部门涉及到商务部和工信部。商务部涉及对流通业的政策制定、市场管理等职能；工信部涉及到工业品生产、销售的管理，同时还涉及到线上平台的管理。 工业品超市行业中介组织为全国城市工业品贸易中心联合会，其主要职责包括组织会员围绕国家的经济工作中心任务，促进行业经济的发展，组织经验交流活动；开展行业经济发展调查研究，如实向有关政府部门反映工业品市场情况。为上级领导机关制定政策提供依据和建议；组织展销会、展览会、开展各种经济协作；反映会员要求，协调会员关系，维护其合法权益；加强信息交流，创办刊物，开展咨询；制定并监督执行行规行约，规范行业行为，协调同行价格争议，维护公平竞争。 二、行业主要政策及影响 11 第二节 国内外经济形势分析 13 一、国际经济形势与展望 13 二、国内经济形势与展望 13 第三节 工业品生产与供应状况分析 16 一、工业品生产情况分析 16 二、工业品出厂价格指数 17 三、工业景气度分析 18 第四节 工业品营销现状与趋势预测分析 18 一、工业品营销主要特点 18 二、工业品营销渠道分析 19 三、工业品营销趋势预测 20 第三章 企业MRO采购管理现状与趋势预测分析 21 第一节 MRO采购管理的重要性分析 21 一、MRO采购特点与需求 21 二、MRO采购管理的重要性 22 第二节 国外企业MRO采购管理现状分析 22 一、国外企业MRO采购模式介绍 22 二、国外企业MRO管理成功案例 24 第三节 国内企业MRO采购管理现状调研 24 一、国内企业MRO主要采购方式 24 二、企业跨国集成MRO采购模式 24 三、国内企业MRO采购管理现状调研 25 四、国内企业MRO采购管理问题 26 五、国内企业MRO采购管理对策 26 第四节 MRO采购管理发展趋势预测 27 第四章 国外MRO工业品超市发展及经验借鉴 28 第一节 国外MRO工业品

超市发展分析 28 一、MRO工业品超市发展概况 28 二、MRO工业品超市主要企业 28 三、MRO工业品超市发展规模分析 28 第二节 国外MRO工业品超市成功经验解密 28 一、固安捷（Grainger）28 二、索能达（Sonepar）30 三、欧时公司（RS）32 四、伍尔特集团（WürthGroup）33 第三节 国外MRO工业品超市发展对我国的借鉴 34 一、坚持“以服务为本”34 二、积极使用新技术 34 三、实施“走出去”战略 35 第五章 中国MRO工业品超市行业发展分析 36 第一节 中国MRO工业品分销现状与影响因素 36 一、MRO工业品分销现状分析 36 二、MRO工业品分销的主要特点 36 三、MRO工业品分销价值实现环节 37 四、MRO工业品分销影响因素分析 38 第二节 中国MRO工业品超市发展现状分析 39 一、中国MRO工业品超市发展概况 39 二、中国MRO工业品超市发展阶段 40 三、中国MRO工业品超市发展特点 40 四、中国MRO工业品超市竞争情况分析 40 第三节 中国MRO工业品超市发展影响因素 41 一、MRO工业品超市发展的有利因素 41 二、MRO工业品超市发展的不利因素 41 第六章 中国MRO工业品超市行业投资潜力分析 42 第一节 MRO工业品超市SWOT分析 42 第二节 MRO工业品超市行业投资潜力 42 一、行业投资特性分析 42 二、行业投资潜力分析 44 三、行业投资风险预警 44 第三节 MRO工业品超市行业投资建议 46 第七章 中国MRO工业品超市运营策略研究 48 第一节 MRO工业品超市经营关键因素 48 一、信息管理 48 二、高效物流 48 三、合理库存 48 四、展示推广 48 第二节 MRO工业品超市运营策略研究 48 一、产品定位策略 48 二、产品开发策略 49 三、渠道销售策略 49 四、品牌经营策略 50 五、服务策略 51 第三节 MRO服务商参与设备管理模式研究 51 一、管理模式简要概述 51 二、管理模式优势分析 52 三、模式存在的问题与对策 53 第八章 中国MRO工业品超市运营商经营分析 55 第一节 工业品超市运营商总体状况分析 55 第二节 领先工业品超市运营商经营分析 55 一、西域供应链（上海）有限公司经营情况分析 55 二、震坤行工业超市（上海）有限公司经营情况分析 57 三、苏州工品汇信息科技有限公司经营情况分析 58 四、天津市文光集团有限公司经营情况分析 61 五、米思米（中国）精密机械贸易有限公司经营情况分析 62 六、深圳市杉本贸易有限公司经营情况分析 64 七、上海艾逊工业设备有限公司经营情况分析 67 八、上海六利信息科技有限公司经营情况分析 69 九、京东工业品经营情况分析 71 十、辽宁麦基科技有限公司经营情况分析 73

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/419820.html>