

2022-2028年中国MRO工业品超市行业分析与市场供需预测报告

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

《2022-2028年中国MRO工业品超市行业分析与市场供需预测报告》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/202110/242220.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线上化&集采化，带来办公集采的新增量。2016年，传统大办公市场预计1.5万亿元左右，每年超过10%以上增长，主要来自政府/央企每年集采量增加和集采渗透率提升，较为稳定。MRO（Maintenance,Repair&Operations）包括仪器仪表、液压工具、急救设备等，旨在用于维护、维修、运行设备。根据预测，国内MRO占工业产值4%-7%，受益于经济发展，每年增速约5%左右。MRO市场规模超过万亿元，但线上化集采不足1%，对标海外成熟的MRO线上采购市场，仍有较大提升空间。随着MRO产品陆续纳入集采范畴，预计或带来近70%的办公集采市场扩容。目前MRO采购渠道比重

中企顾问网发布的《2022-2028年中国MRO工业品超市行业分析与市场供需预测报告》共九章。首先介绍了中国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，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国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

1、经济价值

2、社会价值

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工业品超市所属行业发展背景

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
 - 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

第二节国内外经济形势分析

- 一、国际经济形势与展望
 - 1、主要经济体运行情况
 - 2、世界经济发展与政策展望
- 二、国内经济形势与展望
 - 1、当前经济运行形势分析
 - 2、当前经济运行中的主要问题
 - 3、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
 - 1、工业品传统营销渠道
 - 2、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

第三节国内企业MRO采购管理现状

一、国内企业MRO主要采购方式

二、企业跨国集成MRO采购模式

三、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

四、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

五、国内企业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工业品超市所属行业发展及经验借鉴

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）

1、企业发展简况

2、企业产品与服务

3、企业商业模式分析

4、企业经营业绩分析

5、企业成功经验解密

二、艾递捷（IDG）

1、企业发展简况

2、企业产品与服务

3、企业销售模式分析

4、企业内部资源和能力分析

5、企业成功经验解密

三、欧时公司（RS）

1、企业发展简况

2、企业产品与服务

3、企业电子商务运营分析

4、企业最新动态分析

5、企业成功经验解密

四、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、企业商业模式分析

5、企业成功经验解密

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工业品超市所属行业发展分析

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

- 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

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

- 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

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工业品超市所属行业投资潜力分析

第一节MRO工业品超市行业SWOT分析

一、行业优势分析（S）

- （1）服务优势
- （2）成本优势
- （3）品牌优势

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

- 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

二、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

三、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

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工业品超市所属行业运营策略研究

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

1、目标定位分析

2、合作战略分析

二、MRO工业品超市运营战术层次

1、售后服务流程设计

2、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

1、工业企业获得的优势

2、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

- 1、企业发展简况
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析
- 4、企业核心竞争力
- 5、企业战略规划

二、美国固安捷公司

- 1、企业发展简况
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析
- 4、企业核心竞争力
- 5、企业战略规划

三、宁波天禾供应链管理有限公司

- 1、企业发展简况
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析
- 4、企业核心竞争力
- 5、企业战略规划

四、天津市文光集团有限公司

- 1、企业发展简况
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析
- 4、企业核心竞争力
- 5、企业战略规划

五、上海合微弘实业有限公司

- 1、企业发展简况
- 2、企业主营产品

- 3、企业经营分析
- 4、企业核心竞争力
- 5、企业战略规划

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

第三节济,研,咨询: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

图表目录：

图表1：工业品超市与传统工业品销售渠道的对比分析

图表2：2015-2019年中国季度GDP增长率走势图单位：%

图表3：2015-2019年中国国内生产总值情况

图表4：2015-2019年中国分产业季度GDP增长率走势图单位：%

图表5：2015-2019年中国工业增加值走势图单位：%

图表6：2015-2019年中国固定资产投资走势图单位：%

图表7：2015-2019年中国东、中、西部地区固定资产投资走势图单位：%

图表8：2015-2019年中国月度进出口走势图单位：%

图表9：2015-2019年中国社会消费品零售总额走势图单位：亿元，%

图表10：2015-2019年中国社会消费品零售总额构成走势图单位：%

图表11：2015-2019年中国城乡居民收入情况

图表12：2015-2019年中国CPI、PPI走势图单位：%

图表13：2015-2019年中国企业商品价格指数走势图（上年同期为100）

图表14：2015-2019年中国货币供应量走势图单位：亿元

图表15：2015-2019年中国存、贷款量走势图单位：亿元%

图表16：2015-2019年中国汇储备总额走势图单位：亿美元、%

图表17：2015-2019年工业品出厂价格指数分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242220.html>