

2021-2027年中国MRO工业品超市市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国MRO工业品超市市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/l091657VFN.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-01-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国MRO工业品超市市场分析与投资前景研究报告》介绍了MRO工业品超市行业相关概述、中国MRO工业品超市产业运行环境、分析了中国MRO工业品超市行业的现状、中国MRO工业品超市行业竞争格局、对中国MRO工业品超市行业做了重点企业经营状况分析及中国MRO工业品超市产业发展前景与投资预测。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。

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。

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、行业竞争力分析

二、内部竞争力分析

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前景分析

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前景

- 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、行业投资前景分析
 - 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、行业投资前景预警

- 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工业品超市行业投资趋势分析

第一节 MRO工业品超市行业投资趋势分析

- 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.bosidata.com/report/I091657VFN.html>