2026-2031年中国MRO工业品超市行业发展前景与投资策略分析报告

目 录

CONTENTS

第1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
1.2 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）线下工业品超市
（2）线上工业品超市
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分析
1.3.1 与日常消费品超市比较
（1）技术优势分析
（2）成本优势分析
1.3.2 与工业品传统流通市场比较
1.3.3 MRO工业品超市竞争总体优势
第2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3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
3.1.2 中国MRO工业品超市发展规模

（1）中国工业品市场规模
（2）中国MRO工业品市场规模
（3）中国MRO工业品B2B电商市场规模
3.1.3 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
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
（4）加强区域性企业间及与供应商的战略合作
3.4 MRO采购管理发展趋势分析
3.4.1 工业品B2B电商平台更具优势
3.4.2 智能化MRO采购管理
3.4.3 对产品安全性的采购要求提高
第4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
（2）企业产品与服务
（3）企业运营特点分析
（4）企业经营业绩分析
（5）企业成功经验解密
4.2.2 欧时公司（RS）（股票代码：ECM）
（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）企业经营业绩分析
（5）企业成功经验解密
4.2.3 索能达（Sonepar SA）
（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）企业经营业绩分析
（5）企业成功经验解密
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
4.3.4 纵深横向赋能，打造行业生态
第5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）价格影响分销环节
（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来源
5.2 中国MRO工业品超市产业链分析
5.2.1 中国MRO工业品超市产业链全景图谱
5.2.2 中国MRO工业品超市上游供应商分析
（1）中国MRO工业品超市上游供应商类别及主要特点
（2）中国MRO工业品超市上游供应商发展痛点
（3）MRO工业品超市对上游供应商的赋能价值分析
5.2.3 中国MRO工业品超市下游采购商分析
（1）中国MRO工业品超市下游供应商类别及主要特点
（2）MRO工业品超市对下游供应商的赋能价值分析
5.3 中国MRO工业品超市发展现状分析
5.3.1 中国MRO工业品超市发展历程
5.3.2 中国MRO工业品超市发展特点
5.3.3 中国MRO工业品超市市场竞争格局
5.4 中国MRO工业品超市竞争状况
5.4.1 行业内部企业竞争状况
5.4.2 上游供应商议价能力分析
5.4.3 下游客户议价能力分析
5.4.4 行业潜在进入者威胁分析
5.4.5 替代品威胁分析
5.4.6 MRO工业品超市行业竞争五力状况总结
5.5 中国MRO工业品超市发展趋势分析
5.5.1 MRO工业品超市产品与服务发展趋势
5.5.2 MRO工业品超市商业模式发展趋势
5.5.3 MRO工业品超市市场与生态发展趋势
第6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）行业商业模式分析
6.2.2 行业投资潜力分析
（1）行业发展所处的生命周期
（2）行业发展影响因素总结
（3）行业投资价值分析
6.2.3 行业投资风险预警
（1）供应商依赖性风险
（2）宏观经济波动风险
（3）行业市场竞争加剧风险
（4）行业面临的其它风险
（5）增值服务要求较高
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7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
7.2 MRO工业品超市价值与布局方向建议
7.2.1 MRO工业品超市价值分析
7.2.2 MRO工业品超市布局方向建议
（1）MRO工业品超市上游供应商布局
（2）MRO工业品超市下游采购商布局
7.3 MRO工业品超市运营策略研究
7.3.1 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
7.3.2 MRO工业品超市运营战术层面
（1）采购策略
（2）售后策略
（3）产品生命周期策略
（4）技术策略
（5）人才培养策略
（6）PTP营销策略
7.4 MRO服务商参与设备管理模式研究
7.4.1 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
7.4.2 管理模式优势分析
7.4.3 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8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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业融资分析
（8）企业经营优劣势分析
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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络

（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.6 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业融资分析
（8）企业经营优劣势分析
8.2.7 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.8 上海万颐贸易有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.9 烟台市绿林工具有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.10 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.11 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色

（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.12 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.13 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
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.14 邦姆实业（上海）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
8.2.15 上海翼联工贸有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业主营产品与品牌
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业配送方式与售后服务
（5）企业经营模式与特色
（6）企业经营情况分析
（7）企业经营优劣势分析
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）平台核心优势
8.3.2 淘宝企业服务工业品市场
（1）服务内容
（2）平台核心优势
（3）淘宝工业品市场区域情况
8.3.3 震坤行
（1）服务内容
（2）平台核心优势
8.3.4 西域
（1）服务内容
（2）平台核心优势
8.3.5 京东工业品
（1）服务内容
（2）平台核心优势

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：技术优势分析
图表4：成本分析
图表5：订单集成流程
图表6：服务优势分析
图表7：逆向物流（产品回收）示意图
图表8：MRO工业品超市与传统工业品流通市场的对比分析
图表9：MRO工业品超市行业监管部门与职责
图表10：MRO工业品超市行业主要政策
图表11：2013-2025年美国国内生产总值趋势图（单位：万亿美元，%）
图表12：2021-2025年美国消费者信心指数走势
图表13：2021-2025年美国失业率走势（单位：%）
图表14：2016-2025年欧盟28国GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）
图表15：2010-2025年欧盟PPI走势（单位：%）
图表16：2015-2025年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）
图表17：2020-2025年日本制造业PMI指数走势（单位：%）
图表18：2020-2025年印度GDP走势（单位：万亿印度卢比）
图表19：2025年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
图表20：2015-2025年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表21：2016-2025年中国工业生产总值（单位：万亿元）
图表22：2016-2025年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表23：2025年中国GDP的各机构预测（单位：%）
图表24：2021-2025年我国工业主要产品累计产量及同比增长速度（单位：万吨，%）
图表25：2021-2025年我国工业生产者出厂价格（PPI）指数趋势（上年同月=100）
图表26：2021-2025年我国工业生产者购进价格（PPIRM）指数趋势情况（上年同月=100）（单位：%）
图表27：中国工业品品牌代表商家
图表28：2020-2025年中国工业企业景气指数（单位：%）
图表29：经销代理模式分类
图表30：渠道自营模式分类
图表31：MRO供应链及业态
图表32：MRO模式优劣势
图表33：大卖场模式优劣势
图表34：经销商代理模式
图表35：连锁超市模式优劣势
图表36：专卖店模式优劣势
图表37：B2B模式优劣势
图表38：工业品营销模式发展趋势总汇
图表39：MRO数字化采购价值
图表40：MRO工业品超市平台化作用
图表41：2021-2025年企业平均对接供应商数量（单位：%）
图表42：企业平均采购负责人数量（单位：%）
图表43：非生产性物料采购支出比重（单位：%）
图表44：国企业MRO采购的平均周期（单位：%）
图表45：2026-2031年中国工业品市场规模（单位：万亿元）
图表46：2026-2031年中国MRO工业品市场规模（单位：万亿元）
图表47：2026-2031年中国MRO工业品超市市场规模（单位：亿元）
图表48：未来中国MRO工业品采购线上渠道主要影响因素分析
图表49：MRO采购管理的重要性分析
图表50：国外MRO采购模式介绍
图表51：SDI公司成功案例分析
图表52：Graybar公司成功案例分析
图表53：飞利浦公司成功案例分析
图表54：国内企业MRO散单购买途径
图表55：国内工业企业跨国集成MRO采购模式特点
图表56：国内企业MRO采购管理问题分析
图表57：用户企业在MRO采购管理中的问题
图表58：制造业采购流程
图表59：数字化MRO采购和智能化MRO采购的区别
图表60：国内企业MRO采购关注重点（单位：%）
图表61：2026-2031年全球MRO市场规模及预测（单位：亿美元）

图表62：2026-2031年全球各地区MRO复合增长率（单位：%）
图表63：全球四大MRO工业品供应商
图表64：国外MRO工业品超市的发展趋势分析
图表65：固安捷运营特点分析
图表66：2020-2025年固安捷经营情况（单位：百万美元）
图表67：2025年固安捷MRO市场占比（单位：%）
图表68：固安捷成功经验解密
图表69：欧时公司运营特点
图表70：2020-2025年财年欧时公司经营情况（单位：百万英镑）
图表71：欧时成功经验解密
图表72：索能达集团发展历程
图表73：2025年索能达集团业务结构（单位：%）
图表74：索能达集团打造绿色节能方案采取措施
图表75：2019-2025年索能达集团营收情况（单位：亿欧元，%）
图表76：索能达成功经验解密
图表77：工业品分销的基本业务流程
图表78：MRO工业品分销模式与消费品分销模式的区别
图表79：工业品分销渠道的分解
图表80：中国MRO工业品超市市场产业链图谱
图表81：MRO供应商痛点分析
图表82：MRO工业品超市对上游供应商赋能价值分析
图表83：中国MRO工业品超市下游供应商特点
图表84：MRO工业品超市对下游采购商赋能价值分析
图表85：中国MRO工业品超市发展历程
图表86：中国MRO工业品超市发展特点
图表87：中国MRO工业品超市市场参与者类型
图表88：中国MRO工业品超市行业梯队划分以及代表企业
图表89：MRO工业品超市行业现有竞争者分析
图表90：中国MRO工业品超市上游供应商议价能力分析
图表91：中国MRO工业品超市下游客户议价能力分析
图表92：中国MRO工业品超市潜在进入者威胁分析
图表93：我国MRO工业品超市行业五力分析结论
图表94：中国MRO工业品超市数字化价值
图表95：MRO工业品超市并购带来的增长势分析
图表96：MRO工业品超市行业进入壁垒分析
图表97：MRO工业品超市电商模式对比
图表98：中国MRO工业品超市发展历程
图表99：MRO工业品超市行业发展影响因素
图表100：MRO工业品超市行业投资潜力分析
图表101：2019-2025年工业品B2B行业投融资规模（单位：亿元，起）
图表102：2021-2025年中国MRO工业品超市融资事件汇总
图表103：对MRO工业品超市投资考量的主要指标
图表104：MRO工业品超市三大问题解决办法
图表105：MRO工业品超市赋能企业采购环节
图表106：MRO工业品超市上游供应商布局分析
图表107：MRO工业品超市下游采购商布局分析
图表108：目标定位考虑的综合因素
图表109：逆向物（产品回收）示意图
图表110：产品生命周期的影响因素
图表111：MRO服务提供商参与设备管理模式
图表112：MRO服务提供商的服务流程
图表113：管理模式优势分析
图表114：国内主要MRO工业品平台
图表115：西域供应链（上海）有限公司基本信息表
图表116：西域供应链（上海）有限公司产品目录情况
图表117：西域MRO采购整合策略
图表118：西域供应链（上海）有限公司融资分析
图表119：西域供应链（上海）有限公司优劣势分析
图表120：天津市百禧百地工贸有限公司基本信息表

略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！