

2017-2022年中国MRO工业品超市行业运营现状 及投资决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国MRO工业品超市行业运营现状及投资决策分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/290557290557.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

MRO是带有原料性质、不直接用于生产的工业存货用品，不属于产品直接构成部分，一般计入费用型会计科目，用于维修、维护设备运行的存货用品和服务等。在物质形态上，MRO一般包括工业生产用品；生产办公用的辅助电器和生产办公用的机械材料；企业车辆的相关零配件、相关设备和使用耗材用品；办公室管理、行政职能需用的办公用品及相关设备等。MRO采购有不同于一般原材料采购的特点：单个物品价格低，平均价格低；数量较零散，数目很多；价格变动较频繁；供应商较多，造成采购MRO成本高，相对于直接原材料采购效率低。

调查发现，其中管理成本占MRO采购成本的26%以上，库存成本近4成左右，剩余部分才是MRO物料的实际价格，可见降低MRO采购成本有很大的空间。据统计，MRO采购金额大概只占全部采购总额的百分之十，企业采购部门却要为MRO采购付出超过6成的工作量。MRO采购除了显性成本，还有相当的隐性成本，主要是供货不及时、不准确造成生产设备停产，还有可能造成损坏或加速折旧，也会给企业带来预计外的生产损失。因此，提高MRO采购管理还可降低缺货过失潜在风险，间接提高企业效益。

1企业重视MRO采购会带来的经济效益分析

1.1MRO采购管理水平的提升会节省企业生产成本，间接提高效益

提高MRO采购管理水平，不仅会节省显性采购成本，如降低管理费用、库存成本和进货价格，还会降低隐性成本，解决供货不准确、不及时的问题，减少计划外、非正常的生产停滞事件，降低缺货风险，提高企业运营效率，降低生产成本，同时也间接提高了企业效益。

1.2MRO采购管理水平提高的经济效益实例

美国一项对MRO采购的调查报告显示，MRO采购占企业总体采购成本的比率平均为26%，高的甚至可达63%。以一个采购成本占总成本60%、利润率为5%左右的企业为例，只要将采购成本降低8%，就可以将利润率提高到11%。

飞利浦公司在采用专门的采购与供应组织方法之前，采购占营业额的比例为80%，净资产收益率为12.8%。采用战略联盟式的采购组织后，减少了库存占用资金的财务费用，使采购成本降低了5%，而净资产收益率则提高了42.8%。

2改进我国MRO采购的有效措施

2.1对MRO数据进行追踪更新和整理分析，细分其采购管理

我国企业应对MRO历史数据进行分析，明确使用情况、需求预测及预定情况，使之与MRO供应商的数据同步。同时应借鉴ABC管理法对MRO进行分类，建立不同的采购方式和流程以对应不同的MRO，选择不同的采购方。

2.2优化工业企业MRO采购的组织架构与供应商管理制度

首先，企业应当使采购部门成为适当集权的组织架构，将分散于各部门的MRO采购权力统一收归集中到采购部门，设立专门的MRO采购岗位，负责全局的MRO采购。

这样不仅减少人力成本，而且让技术岗位和采购岗位互相配合，发挥了各自专业技术能力，统一公司资金流、信息流、物流，公司资源使用效率得到了提高。

这就要求MRO采购人员必须掌握一定的理工科知识，既具有实际生产经验，还得具备采购知识和经验，业务素质和理论水平都应比较全面。此外，企业还应拥有一支矩阵制的跨职能团队，以满足企业各部门对MRO采购的要求和判断，所以MRO采购团队应具备了解企业各部门业务、协调各部门、吸收接纳并综合不同部门意见的能力。

企业应当缩减MRO供应商数量，选择服务灵活的综合性供应商。一方面企业可凭借庞大的采购需求获得价格上的折扣，还可要求供应商提供增值服务，比如一定的库存量储备，这样一旦遇到突发变故就可以做到风险转嫁。供应商也可以销售该部分库存，这样就能保证企业的JIT生产和柔性生产。企业除了选择综合能力强的MRO供应商外，还应当重点考虑中小型公司作MRO供应商，一方面可以进行小批量采购，同时还能要求一定的价格折扣；另一方面也不存在大厂商供货慢的问题。

财务管理中，回款及时快速对企业非常重要。所以我国企业应当注重诚信互利的合作，培养良好的供应商关系，做到回款及时。其好处有两方面：一方面，信用良好可以提升谈判地位，这样就有条件要求更长的回款期和更高的价格折扣；另一方面，良好的供应商关系可使企业MRO得到优先供应，及时满足生产需求。

2.3在MRO采购过程中应用先进的电子化管理方式和ERP系统

电子化管理方式可减少审批流程时间，进而减少工作量，实现相关需求信息实时交流，并且可以做到数据分析，做到节约使用和改进供应商价格管理。ERP系统可以提高企业资源使用效率，减少MRO采购出错率，增强计划准确性，降低采购成本。3.4MRO采购应当采取本地化战略

MRO采购运输时间长、单价低，为缩减运输成本和供应时间，应将MRO采购限制在本地市场进行。如果将所有MRO产品进行整合，建立一站式购物超市，超市内所有产品质量有保证，且有专业工程师对产品进行选型指导和使用说明，一定可以大大降低工厂MRO产品采购的综合成本。我国应当积极发展MRO工业品超市和相关MRO网上商城，提高我国总体上的MRO采购效率。

2.5采取不同层面战略联盟共同降低成本

我国企业应当采取不同层面的MRO采购战略合作，建立战略联盟，尤其是生产企业之间，乃至是企业群间与MRO渠道集成供应商形成战略合作，通过在全国范围甚至全世界范围内，集成合作MRO采购来降低成本，提高企业效益。

中国报告网发布的《2017-2022年中国MRO工业品超市行业运营现状及投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

目录

第一部分 MRO工业品超市产业环境透视

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

- (1) 经销代理模式
- (2) 合作经营模式
- (3) 渠道自营模式

2、工业品创新营销渠道

三、工业品营销趋势分析

第二部分 MRO工业品超市行业运行现状

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）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

二、艾递捷（IDG）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

三、欧时公司（RS）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

四、乐百供（Lbgoo）

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

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

- 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
 - 1、有利的政策环境为行业发展带来契机
 - 2、MRO需求增长为行业发展提供保障
 - 3、企业对MRO工业品采购管理日益重视
 - 4、MRO用户增长和技术升级的内在需求
 - 5、MRO制造商和专业分销商之间形成稳定的合作态势
- 二、MRO工业品超市发展的不利因素
 - 1、国际企业积极拓展中国市场
 - 2、资金占用制约行业的快速发展

第三部分 MRO工业品超市 行业投资分析

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
 - 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、采购策略

2、售后服务流程设计

3、零件/维修配件库存管理

4、技术策略

5、逆向物流策略

6、人才培养策略

7、营销策略组合

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

服务提供商获得的优势

三、模式存在的问题与对策

第四部分 MRO工业品超市 行业竞争格局分析

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) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

二、美国固安捷公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

三、宁波天禾供应链管理有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

四、天津市文光集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

五、上海合微弘实业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

六、上海杰韦弗实业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

七、天津市百禧百地工贸有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

八、顾登实业（上海）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

九、苏州雷利工业品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十、上海健时智能化系统有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十一、麦克罗工业品销售服务（大连）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十二、上海艾逊工业设备有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十三、皇加力（中国）商业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十四、上海震坤行贸易有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十五、深圳市德普瑞机电设备有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十六、特立捷（苏州）工业品销售有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十七、上海万颐贸易有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十八、烟台绿林工具有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

十九、天津固齐国际贸易有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十、福州众威贸易有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十一、上海益金行工业科技有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十二、挪克工业设备（上海）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十三、广州丙通电子元件有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十四、上海将来实验设备有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十五、北京泰亚赛福科技发展有限责任公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十六、上海隆合实业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十七、邦姆实业（上海）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十八、上海铂尼狮实业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

二十九、上海翼联工贸有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

三十、上海侣霖实业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第五部分 MRO工业品超市行业投资规划建议研究

第九章 MRO工业品超市行业投资前景研究

第一节 MRO工业品超市行业投资前景研究

- 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

图表目录

图表 实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表 美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表 各因素对美国实际GDP变化的贡献度（季调折年率，单位：%）

图表 美国工业生产环比季调折年率及产能利用率变化（单位：%）

图表 美国CPI和PPI环比变化趋势（经季节性调整，单位：%）

图表 美国失业率情况（经季节性调整，单位：%）

图表 欧元区GDP季调折年率（单位：%）

图表 欧元区（18国）、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（经季节性调整，单位：%）

图表 欧元区HICP、IndustrialproducerPrices未经季调折年率（单位：%）

图表 欧元区18国失业率（经季节性调整，单位：%）

图表 日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%）

图表 日本工业产值变化（单位：%）

图表 日本CPI变化（单位：%）

图表 日本失业率变化（经季节性调整，单位：%）

图表 我国季度GDP增长率（单位：%）

图表 我国分产业季度GDP增长率（单位：%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/290557290557.html>