

# 2021-2027年中国工业品采购平台行业前景研究与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2021-2027年中国工业品采购平台行业前景研究与市场调查预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202104/25-402188.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

【工业品定义及研究范畴】工业品是指购买以后用于企业加工生产或经营用的产品。本报告研究的工业品范畴是指企业作为采购主体，不包括用于个人消费用途的工业品。【工业品分类】按采购者使用目的不同，一般将工业品划分为非生产性物料（MRO）和生产性资料（BOM）两类。两者的不同之处在于，是否作为构成最终工业产品的直接生产性物料：

- 非生产性物料指在工业领域非生产原材料类的物料，此类物料在企业生产过程中不直接构成产品，只用于维护、维修及运行用途。
- 生产性资料是指进入到工业品生产加工所使用的原材料、零部件以及半成品等，是构成最终工业产品的直接生产性资料。

相较于生产性资料，企业非生产性物料（MRO）具有涉及范围较广，品类更为繁杂等特点，使得企业MRO采购经常面临耗时耗力的困境，且因企业通常缺乏对MRO的重视和有效管理，极易为企业带来较大的隐性成本。MRO采购是企业采购和生产管理中具有潜在提高空间的一个领域。

非生产性物料与生产性资料特点对比分析

（MRO）	生产性资料(BOM)	用途
不直接构成产品，只用于维护、维修及运行用途。		直接构成最终产品的生产
性物料	品类	包括维修用品、设备备件及耗材、运营
辅助类物资等	包括原材料、零部件以及半成品等	产
品特点	涉及范围广、产品品类繁杂、SKU数量较多、单品量较少，多为易耗	
品	产品品类相对较少、单品平均价值较高	采购特性
	在计划性的采购之外，具有较强的非计划性	企业根据生产计
划有计划采购	供应商特点	因品类繁杂、采购需求分
散导致供应商数量众多	一般有长期稳定的供应商，数量相对有限	
服务属性	对专业服务要求高：对技术安装、维护、保养等本地	
化服务有较大需求	对服务要求较低	中国产业研究报告网发布的

《2021-2027年中国工业品采购平台行业前景研究与报告》共十章。首先介绍了中国工业品采购平台行业市场发展环境、工业品采购平台整体运行态势等，接着分析了中国工业品采购平台行业市场运行的现状，然后介绍了工业品采购平台市场竞争格局。随后，报告对工业品采购平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国工业品采购平台行业发展趋势与投资预测。您若想对工业品采购平台产业有个系统的了解或者想投资中国工业品采购平台行业，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 工业

品采购平台行业产品定义及行业概述发展分析第一节 工业品采购平台行业产品定义一、工业品采购平台行业产品定义及分类二、工业品采购平台行业产品应用范围分析三、工业品采购平台行业发展历程四、工业品采购平台行业发展地位及影响分析第二节 工业品采购平台行业产业链发展环境简析一、工业品采购平台行业产业链模型理论二、工业品采购平台行业产业链示意图及相关概述第三节 经济环境一、国民经济运行情况GDP（季度更新）二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）三、全国居民收入情况（季度更新）四、恩格尔系数（年度更新）五、工业发展形势（月度更新）国内自2000年代以来已经诞生了不少工业品采购平台，同时，京东等电商平台进入工业品采购领域后，交易量也在迅速攀升。从行业内部人士处了解到，京东工业品自2018年发力以来，交易规模直线上升，目前已然跻身中国工业品电商平台交易规模前列。从垂直领域的工业品采购加速电商平台建设，到电商平台拓展工业品领域，国内工业品采购市场在近两年迎来了一波快速的电商化升级浪潮。2015-2019年中国工业互联网重要政策

政策要点	序号	颁布时间	政策文件名称
中国制造2025战略	1	2015年5月	深化工业互联网的应用
推进信息化与工业化深度融合，深化互联网在制造领域的应用：促进工业互联网、云计算、大数据在企业研发设计、生产制造、经营管理、销售服务等全流程和全产业链的综合集成应用。	2	2016年5月	《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》
支持重点行业骨干企业建立行业在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方电子商务服务平台。	3	2017年9月	《工业电子商务发展三年行动计划》
支持中小企业利用电子商务等互联网平台开展工艺设计、快速原型、模具开发和产品定制等新业务，推动自身研发、采购、生产、销售、服务等各环节的变革，培育基于电子商务的个性化定制模式。	4	2017年11月	《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020年）》
《增强制造业核心竞争力三年行动计划（2018-2020年）》	5	2018年5月	《工业互联网APP培育工程实施方案（2018-2020年）》
应用标准体系			2019年12月前，进一步扩大工业APP应用规模。突破一批工业技术软件化关键技术，创应用企业的关键业务环节工业技术软件化率达到30%，面向特定行业、特定场景的工业APP规模达到10万个，培育和部署一批具有重要支撑意义的高价值、高质量工业APP。

2018年7月 《工业互联网平台建设及推广指南》、《工业互联网平台评价方法》 建设规范性增强 《指南》从工业互联网平台标准制定，平台培育、平台推广、平台管理，以及平台生态建设等方面提出具体指导。《评价方法》重点包括平台基础共性能力要求、特定行业平台能力要求、特定领域平台能力要求、特定区域平台能力要求、跨行业跨领域平台能力要求五个部分。 7

2019年6月 《工业互联网专项工作组2019年工作计划》

培育新模式 建设工业互联网平台，培育新模式新业态。 六、固定资产投资情况（季度更新）七、2020年我国宏观经济发展预测第四节工业品采购平台行业税收及进出口关税第五节 社会环境一、人口数量及老龄化分析二、网民规模情况三、90后消费群体特点分析第六节工业品采购平台技术发展现状一、工业品采购平台行业技术发展二、工业品采购平台生产工艺一、工业品采购平台技术发展趋势 第二章 2015-2019年工业品采购平台行业国内外市场发展概述第一节2015-2019年全球工业品采购平台行业发展分析一、全球工业品采购平台经济发展现状及预测二、全球工业品采购平台行业技术发展现状三、全球工业品采购平台行业发展概述第二节 2015-2019年全球工业品采购平台行业供需及规模分析一、全球工业品采购平台行业市场供需情况二、全球工业品采购平台行业市场规模及区域分布情况三、全球工业品采购平台行业重点国家市场分析四、全球工业品采购平台行业发展热点分析五、2021-2027年全球工业品采购平台行业市场规模预测第三节2015-2019年中国及全球工业品采购平台行业对比分析一、中国工业品采购平台行业生命周期分析二、中国工业品采购平台行业市场成熟度情况三、中国和国外工业品采购平台行业对比SWTO第四节2015-2019年全球工业品采购平台所属行业相关产品进出口情况 第三章 2015-2019年我国工业品采购平台行业发展现状第一节 中国工业品采购平台行业发展概述一、中国工业品采购平台行业发展现状二、中国工业品采购平台发展面临问题三、2015-2019年中国工业品采购平台行业市场规模四、中国工业品采购平台行业需求客户结构第二节 我国工业品采购平台行业发展状况一、2015-2019年中国工业品采购平台行业产值情况二、2019年我国工业品采购平台产值区域分布分析第三节 2015-2019年中国工业品采购平台行业产量分析第四节 2019年工业品采购平台行业需求分析一、2015-2019年我国工业品采购平台行业需求分析二、2015-2019年我国工业品采购平台市场价格走势分析 第四章 工业品采购平台行业竞争态势分析第一节 工业品采购平台行业集中度分析一、工业品采购平台市场集中度分析二、工业品采购平台企业分布区域集中度分析三、工业品采购平台区域消费集中度分析第二节工业品采购平台行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节 工业品采购平台行业竞争格局分析一、2019年工业品采购平台行业竞争分析二、2019年中外工业品采购平台产

品竞争分析三、2019年我国工业品采购平台市场竞争分析四、近年国内工业品采购平台行业重点企业发展动向 第五章 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业运行及进出口分析第一节 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业总体运行情况一、工业品采购平台企业数量及分布二、工业品采购平台行业从业人员统计第二节 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业运行数据一、行业资产情况分析二、行业销售情况分析三、行业利润情况分析第三节 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业成本费用结构分析第四节 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业经营成本情况第五节 2015-2019年中国工业品采购平台所属行业管理费用情况第六节 中国工业品采购平台所属行业或相关行业进出口分析1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额2、行业进口分国家3、行业出口分国家 第六章 2015-2019年中国工业品采购平台行业区域发展分析第一节 中国工业品采购平台行业区域发展现状分析第二节 2015-2019年华北地区一、华北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第三节 2015-2019年东北地区一、东北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第四节 2015-2019年华东地区一、华东地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第五节 2015-2019年华南地区一、华南地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第六节 2015-2019年华中地区一、华中地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第七节 2015-2019年西部地区一、西部地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第七章 工业品采购平台重点企业发展分析第一节 A公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第二节 B公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第三节 C公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第四节 D公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第五节 E公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第六节 F公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第八章 2015-2019年中国工业品采购平台行业上下游主要行业发展现状分析第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析一、A行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况二、B行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况&hellip;&hellip;第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析一、D行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景二、E行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景&hellip;&hellip; 第九章 2021-2027年中国工业品采购平台行业发展预测分析第一节 2021-2027年中国工业品采购平台行业产量预测第

二节2021-2027年中国工业品采购平台行业需求量预测第三节2021-2027年中国工业品采购平台行业规模预测第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势一、中国工业品采购平台市场发展前景乐观二、2020年中国工业品采购平台市场消费趋势分析第五节2021-2027年中国工业品采购平台行业发展趋势一、中国工业品采购平台行业的发展前景二、2021-2027年中国工业品采购平台产业规划分析三、我国工业品采购平台行业的标准化发展趋势第六节2021-2027年中国工业品采购平台行业“走出去”发展分析 第十章 工业品采购平台行业投资前景研究及销售战略分析第一节 影响工业品采购平台行业发展的主要因素一、影响工业品采购平台行业运行的有利因素二、影响工业品采购平台行业运行的稳定因素三、影响工业品采购平台行业运行的不利因素四、我国工业品采购平台行业发展面临的挑战五、我国工业品采购平台行业发展面临的机遇第二节 行业投资形势分析一、2015-2019年中国行业投资规模二、行业投资壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节 2021-2027年工业品采购平台行业投资效益分析第四节 2021-2027年工业品采购平台行业投资前景研究第五节 工业品采购平台行业投资前景预警一、2021-2027年工业品采购平台行业市场风险预测二、2021-2027年工业品采购平台行业政策风险预测三、2021-2027年工业品采购平台行业经营风险预测四、2021-2027年工业品采购平台行业技术风险预测五、2021-2027年工业品采购平台行业竞争风险预测六、2021-2027年工业品采购平台行业其他风险预测第六节 市场策略分析一、工业品采购平台价格策略分析二、工业品采购平台渠道策略分析第七节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第八节 提高工业品采购平台企业竞争力的策略一、提高中国工业品采购平台企业核心竞争力的对策二、工业品采购平台企业提升竞争力的主要方向三、影响工业品采购平台企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高工业品采购平台企业竞争力的策略第九节 对我国工业品采购平台品牌的战略思考一、工业品采购平台实施品牌战略的意义二、工业品采购平台企业品牌的现状分析三、我国工业品采购平台企业的品牌战略四、工业品采购平台品牌战略管理的策略第十节 市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、重点客户战略管理四、重点客户管理功能 图表目录：图表：工业品采购平台行业历程图表：工业品采购平台行业生命周期图表：工业品采购平台行业产业链分析图表：2015-2019年工业品采购平台行业产能分析图表：2015-2019年工业品采购平台行业市场规模分析图表：2015-2019年工业品采购平台行业产量分析图表：2015-2019年工业品采购平台行业需求量分析图表：2019年工业品采购平台行业需求领域分布格局图表：2021-2027年工业品采购平台行业市场规模预测图表：中国工业品采购平台行业盈利能力分析图表：中国工业品采购平台行业运营能力分析图表：中国工业品采购平台行业偿债能力分析图表：中国工业品采购平台行业发展能力分析图表：中国工业品采购平台行业经营效益分析图表：2021-2027年工业品采购平台行业市场规模预测图表：2021-2027年工业品

采购平台行业产量预测图表：2021-2027年工业品采购平台行业需求量预测更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202104/25-402188.html>