行業概覽

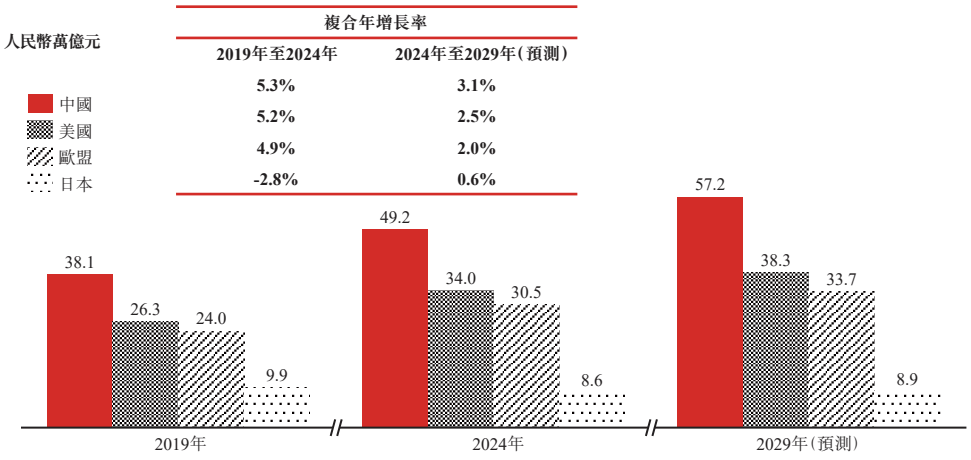
*本節及本**[編纂]**其他章節所載資料及統計數據乃摘自我們委託灼識諮詢編製的報告、各種政府官方刊物和其他公開出版物。我們委聘灼識諮詢就**[編纂]**編製獨立行業報告灼識諮詢報告。來自政府官方來源的資料並未經我們、聯席保薦人**[編纂]**、財務顧問、**[編纂]**、任何**[編纂]**、彼等各自的任何董事及顧問或參與**[編纂]**的任何其他人士或各方獨立核實，且概無就有關資料的準確性發表任何聲明。*

2024年，按產值計，中國擁有全球規模最大的第二產業。中國全面而複雜的工業生態系統為工業供應鏈技術與服務市場提供了肥沃的土壤。隨著工業企業對供應鏈數智化轉型的接納程度不斷提高，並採用更多創新技術與服務，中國工業供應鏈技術與服務市場預計將大幅增長。隨著工業供應鏈數智化轉型的不斷發展和演變，市場參與者將自身的服務範圍由促進信息交流擴大至工業供應鏈數智化的各個方面，包括商品、採購、履約及運營。他們亦對自身的技術與服務進行優化，幫助客戶實現保供、降本、增效及合規。

中國第二產業概覽

在過去的47年中，中國第二產業按產值計已增長逾250倍。中國現已建立世界領先、全面且有韌性的現代工業體系，並已成為全世界唯一擁有聯合國產業分類中所有工業門類的國家。中國第二產業產值由2019年的人民幣38.1萬億元增至2024年的人民幣49.2萬億元，複合年增長率為5.3%，並預計將以3.1%的複合年增長率由2024年進一步增至2029年的人民幣57.2萬億元。2024年，中國第二產業按產值計約佔全球第二產業的23.7%。近年來，中國第二產業產值的規模和增長率超過美國、歐盟和日本等其他主要經濟體。預計在未來一段時間內中國將繼續引領全球第二產業的增長。

中國、美國、歐盟和日本第二產業的產值，2019年至2029年(預測)



來源：世界發展指標、國際貨幣基金組織、灼識諮詢報告

相比美國，中國擁有更為全面和複雜的工業生態體系，且擁有更多的領先工業企業。截至2024年12月31日，中國擁有72家「燈塔工廠[1]」，佔世界燈塔工廠總數的五分之二以上，相比之下美國僅擁有11家。截至2024年12月31日，中國第二產業擁有逾600萬家工業企業，其中中小企業佔比超過98.0%，而美國僅有80萬家工業企業，這表明中國的市場格局更為分散。中國龐大的第二產業以及分散的市場格局，為工業供應鏈的數智化提供了巨大機遇。

中國工業企業面臨高營業成本及低採購效率的問題。根據中國國家統計局的數據，2024年中國規模以上工業企業[2]的營業總成本達人民幣117.3萬億元，佔其總營業收入的85.2%。與此同時，2024年中國企業採購的數智化滲透率(即數智化採購支出佔企業採購總支出的百分比)僅約為11%。中國工業供應鏈參與者亟待數智化轉型，以實現降本增效，這將為中國工業供應鏈技術與服務市場帶來巨大增長潛力。

1 「燈塔工廠」由達沃斯世界經濟論壇選出。燈塔工廠被視作「世界上最先進的工廠」、「數智化製造」及「全球化4.0」的示範者。入選的燈塔工廠代表當今全球製造業智能製造及數智化的最高水平。

2 指年主營業務收入不少於人民幣2,000萬元的工業企業。

行業概覽

中國工業供應鏈技術與服務市場概覽

中國工業供應鏈市場概覽

工業品包括用於製造和更換用途的零件和在製原料，以及工業企業用於日常運營的非生產性工具，包括MRO產品及BOM產品。工業供應鏈市場包括工業品的銷售及在工業供應鏈中供應商與客戶之間提供的工業品尋源、採購、履約、運營等服務的市場。

中國工業供應鏈市場由2019年的人民幣8.3萬億元增至2024年的人民幣11.4萬億元，複合年增長率為6.6%，並預計將以3.9%的複合年增長率由2024年進一步增至2029年的人民幣13.8萬億元。2024年，中國以最大的市場規模引領全球工業供應鏈市場。同年，美國工業供應鏈市場規模為人民幣7.3萬億元，僅為中國的63.6%。

中國工業供應鏈參與者面對的痛點

需求端

缺少一站式服務。儘管客戶存在對端到端工業供應鏈數智化的需求，但大部分市場參與者只能提供涵蓋供應鏈中一個或幾個特定環節的孤立解決方案而無法將「數」(數智)、「實」(商品)結合，導致不同系統之間不兼容、品質把控不足、客戶服務不盡人意及運營效率低下。

非標準化商品。中國工業供應鏈的特點是存在大量非標準化商品，導致所有行業參與者面臨高昂的溝通及交易成本。客戶往往難以識別和找到所需的工業品，導致採購效率低，供求不匹配。

價格不透明及採購管理低效。中國工業供應鏈的中間渠道複雜且高度分散，分銷層級冗雜，導致整個供應鏈信息不對稱且效率低下。工業品定價往往不透明，分銷商及代理商亦收取不合理的過高加價。此外，企業對工業品的尋源、採購及履約程序往往缺乏有效的採購管理。

交易履約不盡人意。由於供給端分散、分銷層級冗雜、倉儲與物流服務提供商之間協調不佳以及末端交付設施不足，客戶往往承擔高昂的履約成本，在產品交付時遭受不可靠或延誤的情況，使其正常業務運營受到干擾。

供給端

產品及庫存管理低效。工業品具有大量、非標準化及長尾特徵，導致供給端難以預測市場需求、制定準確且明智的生產計劃及維持高效的庫存水平。中國的工業品供應商面臨庫存過剩導致的營運資金管理成本，或因錯過銷售機會而產生的機會成本。

銷售渠道受限、利潤率承壓。傳統的供應鏈框架通常存在多層工業品分銷商及代理商。製造商及其他供應商嚴重依賴分銷商及代理商來觸達數量及類型有限的客戶。由於按照多層級的分銷模式，每層分銷商及代理商均會加價，製造商及其他供應商所能實現的利潤會受到嚴重影響。

工業供應鏈市場的產品成本及履約開支分析

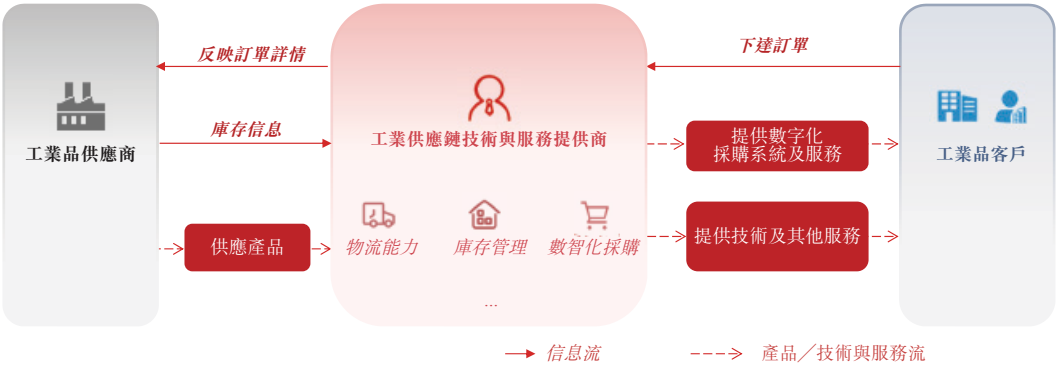
總體而言，2021年至2024年，工業品的成本及履約開支有所增加。根據經商務部批准發佈的永康五金價格指數，2021年至2023年，中國大多數工業品的成本增加約10%，主要是由於通貨膨脹及工業生產所使用的原材料成本增加。預計未來五年工業品的成本將保持相對穩定。COVID-19疫情導致的供應暫時中斷和產品運輸及交付緊張導致2021年至2022年的履約開支增加。具體而言，於2021年，工業品的運輸成本顯著增加，隨後於2022年略微減少。於2024年，該行業頭部參與者的履約開支佔收入的百分比約為5%。預計未來五年，履約開支佔收入的百分比將略微減少，並保持相對穩定。

中國工業供應鏈技術與服務市場概覽

工業供應鏈技術與服務是指向工業品供應商和客戶提供的，通過數智化簡化採購等運營流程以實現保供、降低顯性和隱性成本、增效並確保合規的技術與服務。

工業供應鏈技術與服務提供商憑藉彼等的技術及服務能力，在工業品供應商與客戶之間建立聯結。下圖載列該市場的價值鏈：

中國工業供應鏈技術與服務市場價值鏈

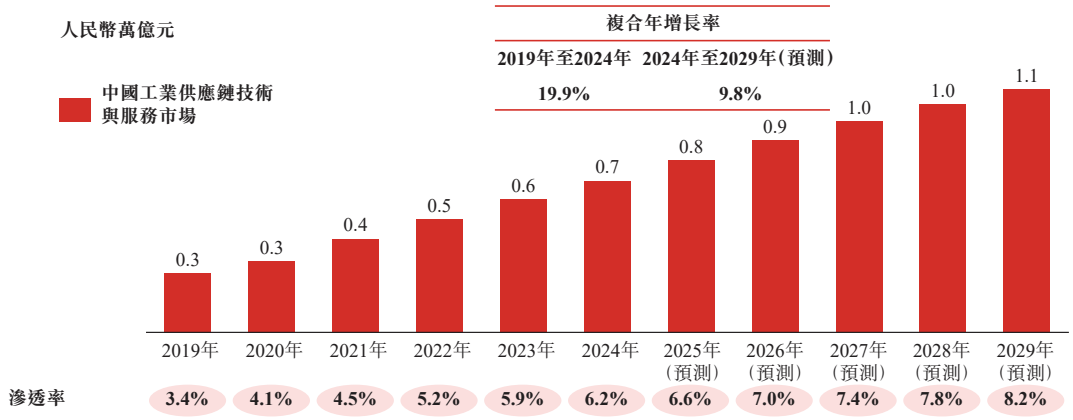


來源：灼識諮詢報告

2024年中國工業供應鏈技術與服務市場規模以交易額計算為人民幣0.7萬億元，預計到2029年將達到人民幣1.1萬億元，複合年增長率為9.8%。於2024年，中國工業供應鏈技術

與服務滲透率(即工業供應鏈技術與服務市場規模除以工業供應鏈市場規模)為6.2%，而美國的該滲透率約為15%。中國工業供應鏈技術與服務滲透率預計於2029年將增至8.2%。除本公司外，中國其他主要工業供應鏈技術與服務提供商包括西域、中電港、嘉立創集團及震坤行。

按交易額計，中國工業供應鏈技術與服務市場規模，2019年至2029年(預測)



來源：灼識諮詢報告

中國工業供應鏈技術與服務市場的驅動因素

為降本增效而日益增加的採購數智化需求。中國工業企業長期飽受營業成本高昂、採購效率低下的困擾，因而迫切地需要降本增效，以保持競爭力。中國工業品的上游供應商高度分散，大多數供應商僅提供有限類別的工業品，因而工業企業的採購部門通常不得不通過多層分銷鏈採購全部所需產品，導致勞動力和採購成本增加。因此，越來越多的工業企業迫切需要能夠提供全面的工業品品類、透明的定價信息和及時可靠的產品履約的工業供應鏈技術與服務提供商，這為工業供應鏈技術與服務提供商於市場上立足提供巨大的機遇。

透明採購需求及「陽光工程」支持。中國工業企業已愈發重視透明採購。中國政府自2015年起已實施「陽光工程」，並於2022年進一步宣佈啟動金稅系統(GTS)四期。這些政策進一步推動企業將其採購流程轉移到線上，並確保透明採購。越來越多的企業意識到透明採購的益處並開始接受供應鏈數智化，推動了工業供應鏈技術與服務的發展。

工業企業線上採購的便利性。越來越多的中國工業企業需要集成包括產品訂購、線

上支付、物流信息、發票對賬、售後管理等全部工業供應鏈服務的線上採購平台，以方便和高效地滿足其採購需求。

技術基礎設施的發展。隨著大數據、雲計算及人工智能等技術的快速發展，企業內部運營的數智化程度大幅提高，包括SaaS在內的數智化解決方案得到更廣泛及頻繁的應用。這些技術推動中國工業企業與工業供應鏈技術與服務提供商提供的數智化平台及功能模塊建立並保持更好的互聯。此外，先進技術的發展也提升了整個工業供應鏈中各利益相關者(如供應商及物流服務提供商)的數智化水平，為採用線上採購鋪平道路。

綜合性工業供應鏈技術與服務模式的優勢

中國工業供應鏈技術與服務提供商主要有三種商業模式：

- 綜合模式：綜合工業供應鏈技術與服務提供商(以本公司為代表)能夠為整個工業供應鏈帶來端到端數智化轉型。這一獨有特色將此類提供商與採用自營或交易平台模式的同行區分開，後兩者對行業的增值均更為有限。

- 自營模式：採用自營模式的提供商通常保有庫存並須自建履約能力。他們利用數智化工具來補充現行業務模式。

- 交易平台模式：採用交易平台模式的提供商開發及運營線上平台主要是為了促進信息交換，但由於領域知識有限，並未從根本上實現整條工業供應鏈數智化。

中國工業供應鏈技術與服務提供商主要模式的比較

參與者類型	產品範圍	產品數智化	效率提升	成本降低	服務範圍	技術服務
綜合模式	●	●	●	●	●	●
自營模式	◕	◕	◕	◕	◕	◔
交易平台模式	◕	◔	◕	◔	◔	◔

● 大幅增加或全覆蓋
◕ 部分增加或覆蓋
◔ 略微增加或覆蓋

來源：灼識諮詢報告

綜合工業供應鏈技術與服務模式較其他模式具有以下主要優勢：

全品類。綜合工業供應鏈技術與服務提供商利用技術實現全供應鏈數智化。其整合包括工業品存貨、生產能力及履約資源在內的供應鏈資源，亦提供技術及其他服務，幫助客戶高效管理其產品採購及設備生命週期。

效率提升。綜合工業供應鏈技術與服務提供商使工業品供應商可利用其行業洞察力及專業知識，獲得更佳的需求預測，做出明智的決策並保持高效的生產流程。客戶亦受益於綜合工業供應鏈技術與服務提供商提供的一站式採購平台，以改善其採購及運營效率。根據灼識諮詢進行的一項調查，通過採用綜合工業供應鏈技術與服務提供商提供的服務，工業品整體採購週期(即自採購要求生成至工業品最終交付的期間)通常可減少30%以上。

成本降低。綜合工業供應鏈技術與服務提供商提供的存貨管理解決方案可大幅降低供應商及客戶的存貨管理成本。此外，供應鏈數智化可提高交易透明度及採購效率，降低工業企業的整體成本。根據灼識諮詢進行的一項調查，通過採用綜合工業供應鏈技術與服務提供商提供的服務，整體採購成本(即整個工業供應鏈中產生的總成本)相比工業企業未採用該等服務的情況可降低約20%至30%。

中國工業供應鏈技術與服務市場的准入壁壘

行業專業知識。工業品涵蓋各種類別及規格。不同行業的企業客戶擁有多元化需求及痛點。憑藉深厚的工業品及供應鏈解決方案的行業專業知識，領先的工業供應鏈技術與服務提供商可通過提供定制化解決方案更好地服務客戶，以滿足其在不同場景下的特定需求。

供應鏈能力。為提供端到端服務，工業供應鏈技術與服務提供商需發展強大的供應鏈能力，以更好地調動及整合工業品庫存、生產能力、履約服務及技術解決方案等各種行業資源，確保服務優質及客戶滿意度高。

客戶忠誠度。領先的工業供應鏈技術與服務提供商通常擁有完善的客戶群，尤其是大型工業企業，這些企業對工業品有大量且經常性的需求，並對高標準的客戶服務有要求。領先的工業供應鏈技術與服務提供商通過定制化服務建立並持續提升客戶忠誠度後，其他市場參與者要想獲取這些客戶，將面對重大的轉換壁壘。

規模效應。擁有龐大客戶群的領先工業供應鏈技術與服務提供商處於有利地位，能

夠以具有競爭力的價格確保高質量的工業品供應，進而有助於吸引更多客戶及供應商加入其平台，從而鞏固其市場領導地位並推動其進一步增長。

中國工業供應鏈技術與服務市場未來趨勢

產品類別擴展。領先的工業供應鏈技術與服務提供商預計會將產品類別從通用MRO產品快速拓展至專業MRO產品，並正在向BOM產品市場滲透。

數智化滲透。隨著技術持續發展，工業供應鏈技術與服務提供商預計將持續擴展及深化數智化技術的使用，以提高整體供應鏈效率。

市場集中度增加。領先的工業供應鏈技術與服務提供商預計將憑藉規模經濟及其他競爭優勢提高市場份額，持續鞏固行業，從而增強自身盈利水平。

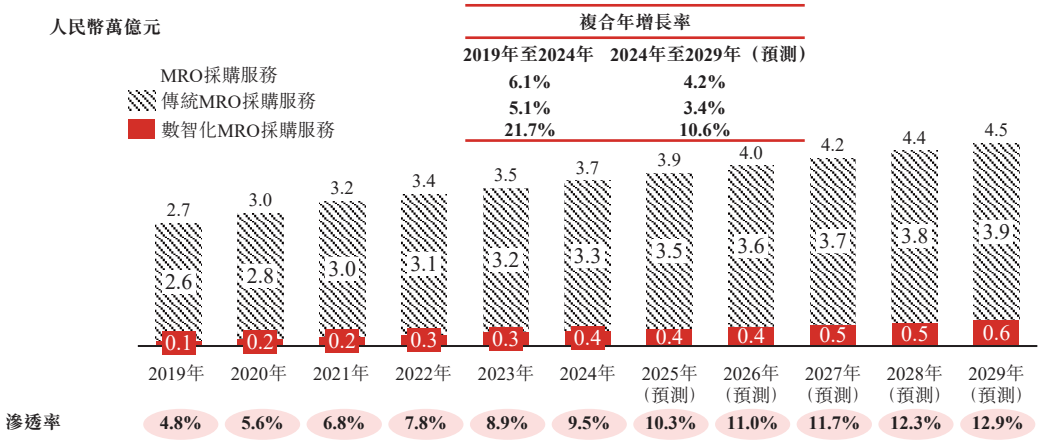
全球化。領先的工業供應鏈技術與服務提供商預計將通過內部業務擴張及／或併購持續探索全球商機，擴大國際佈局。

中國MRO採購服務行業概覽

MRO產品指維護、維修及運行，即支持生產或業務運營但不會成為最終產品一部分的商品，用於通用用途或特定工業場景下的專業用途，涵蓋廣泛的消耗品和設備類別。MRO採購服務是指MRO產品尋源、採購及其他圍繞供應鏈展開的服務。

按交易額計，2024年中國MRO採購服務市場規模為人民幣3.7萬億元，為美國的三倍多，且預計於2029年將達到人民幣4.5萬億元，複合年增長率為4.2%。除本公司外，中國其他主要MRO採購服務提供商包括西域、鑫方盛、得力集團及震坤行。

按交易額計，中國MRO採購服務及數智化MRO採購服務市場規模，2019年至2029年(預測)



來源：灼識諮詢報告

行業概覽

數智化MRO採購服務以電商平台、數字化採購系統接口或者數智化採購設備的形式，將MRO採購流程從線下轉移到線上。數智化MRO採購服務簡化了採購流程，為供應商和客戶提供數據洞察，從而提高採購流程的可靠性和透明度，降低成本，提高整個供應鏈的效率。

按交易額計，中國數智化MRO採購服務行業的市場規模於2024年達到人民幣0.4萬億元，且預計於2029年將達到人民幣0.6萬億元，複合年增長率為10.6%。中國數智化MRO採購服務滲透率(即數智化MRO採購服務市場規模除以MRO採購服務市場規模)於2024年為9.5%，與美國2024年逾15%的滲透率相比仍然相對較低。由於數智化MRO採購服務便捷、透明及具有成本效益，數智化MRO採購服務的接受度日益提高，預計中國數智化MRO採購服務滲透率於2029年將達到12.9%。

2024年，美國領先的數智化MRO採購上市公司的平均毛利率超過30%，平均淨利潤率超過10%。與美國企業相比，隨著數智化MRO採購服務在更廣泛的MRO採購服務行業內的滲透率進一步提高，以及競爭格局變得更加集中，中國數智化MRO採購市場領先企業可能有進一步提高盈利能力的空間。

競爭格局

中國工業供應鏈技術與服務行業的競爭格局

按2024年的交易額計，本公司是中國最大的工業供應鏈技術與服務提供商，於2024年擁有最廣泛的客戶覆蓋及截至2024年12月31日在自營模式下擁有最廣泛的SKU產品。按2024年的交易額計，本公司在工業供應鏈技術與服務市場的市場份額為4.1%。該行業的集中度相對較低，進一步整合的空間巨大。

本公司是工業供應鏈技術與服務市場中唯一一家綜合模式提供商，而其他市場參與者僅提供選定的解決方案，覆蓋工業供應鏈中的一個或幾個特定環節。

2024年中國工業供應鏈技術與服務行業參與者的對比分析*

參與者	交易額(人民幣十億元)	按交易額計的市場份額(%)	SKU數量(百萬)**	MRO採購	BOM採購	技術服務***
本公司	**~28.8**	**~4.1**	**~57.1**	✓	✓	●
參與者A	~10.5	~1.5	~17.0	✓	✓	◕
參與者B	~6.5	~0.9	~12.0	✓	×	◑
參與者C	~3.3	~0.5	~55.0	×	✓	◔
參與者D	~3.2	~0.5	<1.0	✓	✓	◔

來源：灼識諮詢報告

附註：

* 為公平地描述競爭格局，本分析不包括母公司控股集團主要為滿足控股集團自身的內部採購需求而非滿足市場需求而成立的公司。由於此類集團內交易的性質，該等範圍外公司的收入通常於集團層面合併及抵銷。

** SKU數量指截至2024年12月31日在自營模式下售出的產品。

*** 技術服務包括諮詢服務、技術服務以及運營與增值服務。哈維球圖用於表示參與者於技術服務方面的覆蓋範圍。圓圈越完整，則提供的服務越多；圓圈越空，則提供的服務越少。

(1) 參與者A主要向客戶提供MRO採購與履約服務，並為產業價值鏈上的行業參與者提供數智化及履約解決方案。參與者A提供MRO產品，包括備品備件、化學品、製造零件、一般消耗品及辦公用品。參與者A是一家於1996年成立的上市公司，總部位於中國。

(2) 參與者B主要銷售MRO產品及提供相關技術服務。參與者B已在浙江建立物流中心，以提供高效的產品交付，服務於大量國有企業客戶。參與者B是一家於2002年成立的私營公司，總部位於中國。

(3) 參與者C主要提供涵蓋電子元器件分銷及產品設計的服務。參與者C在供應鏈資源積累和技術創新方面擁有逾30年的往績。參與者C是一家深圳證券交易所上市公司，於2014年成立，總部位於中國。

(4) 參與者D提供全產業鏈服務，主要包括電子元器件採購及銷售以及印刷電路板製造。參與者D為各行各業的知名企業以及高校及研究機構提供產品和服務。參與者D是一家於2006年成立的私營公司，總部位於中國。

中國MRO採購服務行業的競爭格局

按2024年的交易額計，本公司是中國最大的MRO採購服務提供商。按2024年的交易額計，本公司佔MRO採購服務市場的0.8%，約為排名第二至第五的市場參與者所佔市場份額之和。數智化MRO採購服務尚處於發展初期階段。早期進入數智化MRO採購服務市場的參與者，如本公司，受益於巨大的先發優勢，包括強大的客戶忠誠度、深厚的行業專業知識和產品知識以及卓越的履約網絡，這將很難被市場後來者複製。

2024年中國MRO採購服務市場競爭格局*

排名	參與者	交易額（十億元）	按交易額計的市場份額（%）	SKU數量（百萬）**
1	**本公司**	**~28.8**	**~0.8**	**~57.1**
2	參與者A	~10.5	~0.3	~17.0
3	參與者B	~6.5	~0.2	~12.0
4	參與者E	~3.0	~0.1	~10.0
5	參與者F	~3.0	~0.1	<10.0

來源：灼識諮詢報告

附註：

* 為公平地描述競爭格局，本分析不包括母公司控股集團主要為滿足控股集團內自身的內部採購需求而非滿足市場需求而成立的公司。由於此類集團內交易的性質，該等範圍外公司的收入通常於集團層面合併及抵銷。

** SKU數量指截至2024年12月31日在自營模式下售出的產品。

(1) 參與者E主要銷售建築材料和MRO產品。參與者E為全球企業提供專業服務，其服務中心、倉儲中心及物流中心遍佈中國各地。參與者E是一家於1989年成立的私營公司，總部位於中國。

(2) 參與者F是一家領先的多元化工作和學習環境解決方案提供商，產品線涵蓋24個主要類別，包括辦公和學生文具、辦公設備和辦公耗材。該公司主要向多家國有企業和中央企業供應MRO產品。參與者F是一家於1981年成立的私營公司，總部位於中國。

與美國等更加成熟的市場相比，中國MRO採購服務市場仍然相對分散。按2024年的交易額計，中國MRO採購服務市場前十大公司僅佔約1.5%的市場份額，而2024年美國MRO採購服務市場前十大公司約佔30%至45%的市場份額。隨著現有領先參與者鞏固其已確立的競爭優勢，中國的集中度預計將進一步提高。

行業概覽

資料來源

我們委託獨立市場研究及諮詢公司灼識諮詢對中國工業供應鏈技術與服務市場進行詳細的研究及分析。灼識諮詢於香港成立，提供行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢等專業服務。我們已同意就灼識諮詢編製灼識諮詢報告向其支付費用人民幣1,100,000元。我們認為支付該費用不會影響灼識諮詢報告所得出結論的公正性。我們已於本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他章節摘錄灼識諮詢報告的若干資料，以便為有意**[編纂]**提供有關我們經營所處行業更全面的介紹。

在編製灼識諮詢報告的過程中，灼識諮詢進行了一手及二手研究，獲得了有關中國工業供應鏈技術與服務市場的知識、統計數據、信息及行業洞察力。一手研究涉及採訪關鍵行業專家及領先的行業參與者。二手研究涉及分析來自各種公開數據來源的數據。灼識諮詢報告的編製乃基於以下假設：(1)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；(2)在整個預測期間內，相關主要驅動因素可能推動中國工業供應鏈技術與服務市場持續增長；及(3)不存在本行業可能會受到巨大或根本性影響的極端不可抗力或意料之外的行業規管。所有與市場規模有關的預測乃基於截至最後實際可行日期的總體經濟狀況。