

证券研究报告

公司深度报告



廣證恒生

GUANGZHENG HANG SENG



工业电商典范——米思米集团

于栋 (分析师)

020-88836136

yu.dong@gzgzhs.com.cn

A1310518100001

2019年10月22日

电话:

邮箱:

执业编号:



自**1963年**创立以来，米思米集团由商社起步，作为**贸易公司**专注于电子设备和轴承的销售。于**2005年**实现从机械商社向“**产品制造公司**”的重大转型。如今正逐步进化成为**集制造事业和流通事业于一身的**独特企业。

作为MRO电商平台的标杆企业，它的成功是一个长期的积累过程。米思米的成功是**难以被**国内的MRO工业品电商平台所**模仿**的。

- ❏ **第3媒介3D-CAD**系统相应的“**RAPiD Design**”和“**meviy**”难以模范；（设计过程的革新，扩充了设计支援工具，将在设计过程中自动选定零部件并完成报价的系统提供给设计人员，缩短订购的时间）
- ❏ 全球“**短交期**”，交期遵守率达**99%**，高品质；
- ❏ 米思米的三大事业来看，**VONA**事业目前没有强大竞争对手；
- ❏ 全球销售体制，国际化程度难以超越

米思米的成功有许多**值得**国内MRO电商平台**借鉴**的地方。

- ❏ 树立自己的品牌，严控质量、做出口碑；
- ❏ 时间战略，保证货期，提供优良的服务；
- ❏ 积极“走出去”，开拓国际市场；
- ❏ 获得规模优势：国内的**MRO**供应市场较为分散，未形成规模效应；
- ❏ 采取扁平化的结构，激发团队的活力；
- ❏ 携手大学培养未来设计师，培养经营型人才；
- ❏ 践行企业社会责任，如赞助学生产品制造援助，提供环保型产品；



目录



廣證恒生
GUANGZHENG HANG SENG

1

MRO工业品电商平台市场前景大好

2

米思米——集制造与流通事业于一身

3

不断进行集团变革，具备核心竞争优势

4

国内MRO工业品电商平台如何胜出蓝海





一、MRO工业品电商平台市场发展 前景大好

1.1 生产材料采购痛点聚焦MRO采购



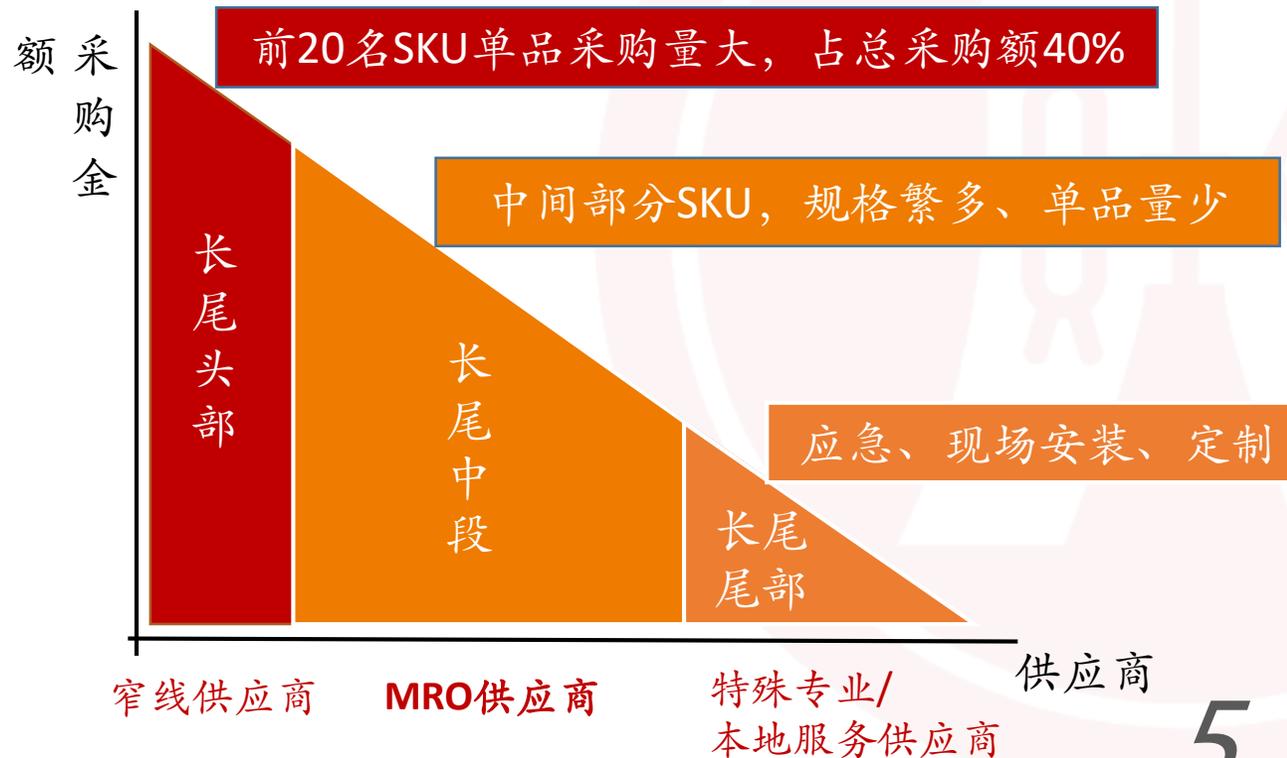
- ▶ 产品品类少
- ▶ 质量可控
- ▶ 价格比较透明
- ▶ 管理成本不高

◆ 在国内，痛点聚焦于MRO采购

MRO通常是指在实际的生产过程不直接构成产品，只用于**维护（Maintenance）、维修（Repair）、运行（Operation）**设备的物料和服务。简言之，MRO是指非生产原料性质的工业用品。MRO属于工业品的范畴。而MRO企业便是提供这些产品和服务的贸易商。

MRO工业品电商平台以固安捷、西域机电、震坤行、米思米为代表，固安捷、震坤行和米思米分别在**劳保、搬运存储用品、润滑、胶黏、车间化学品**和**工厂自动化零部件**树立起了各自行业竞争优势。

工业采购金额与供应商分布



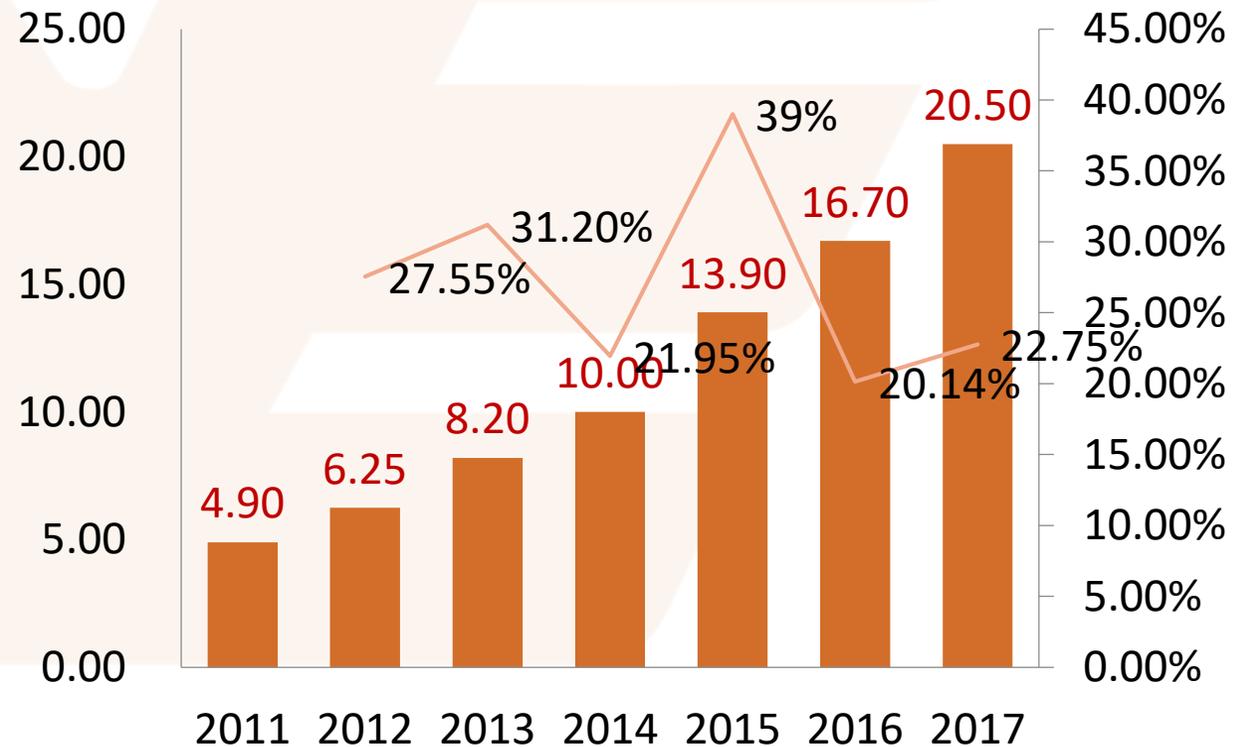
*SKU:库存量单位

数据来源：西域机电官网，广证恒生

1.2 中国B2B电商市场迅猛发展

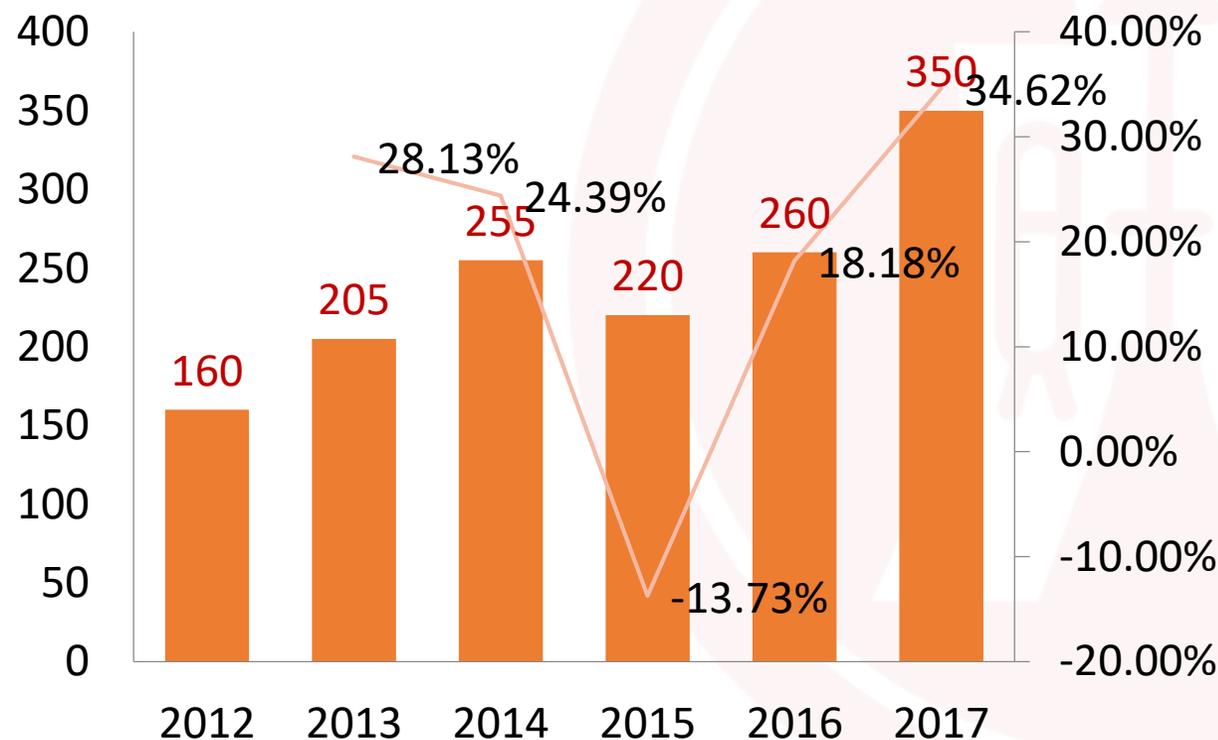
近年来，随着移动互联网的推广，互联网技术的应用已从消费领域逐步渗透到传统生产制造领域。在国家大力倡导“互联网”的今天，产业互联网的不断发展，以固安捷、西域机电、震坤行、米思米为代表的MRO工业品电商平台等模式恰逢时代浪潮，在未来将产生更加迅猛的发展。2017年中国B2B电商市场交易规模为20.5万亿元人民币，同比增长22.75%；营业收入规模为350亿元人民币。

2011-2017年中国B2B电商市场交易规模



■ 市场规模: B2B (万亿元人民币) — 同比增长

2012-2017年中国B2B电商市场营收规模

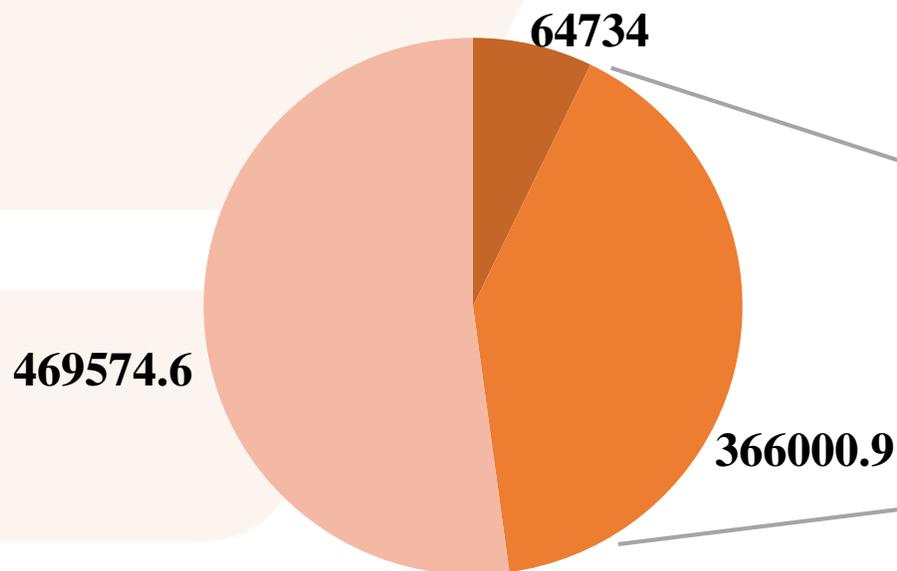


■ 营收规模: B2B (亿元人民币) — 同比增长

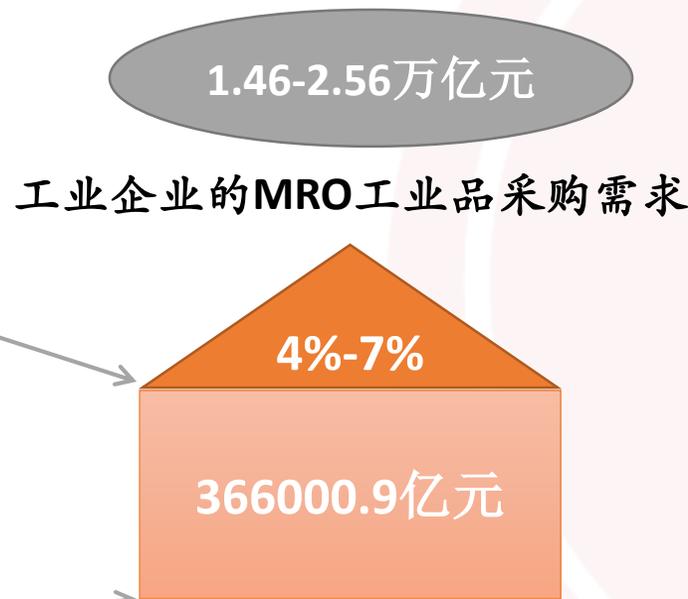
1.3 MRO工业品电商平台未来前景广阔

工业品电商市场容量和工业产值呈正相关。以中国为例，2018年中国国内生产总值900309.5亿元人民币，同比增长9.7%；其中第二产业为366000.9亿元，增长10%。据国家统计局统计，工业产值的**4%-7%**的规模就是MRO的市场需求量。因此，在进行MRO市场规模估算时，常参考最新国民经济第二产业增加值进行计算。2018年工业企业的MRO工业品采购需求达到**1.46-2.56万亿元**，可见整个工业用品的市场是以万亿人民币计量的庞大市场。

2018年中国GDP产业分布情况
(亿元人民币)



■ 第一产业 ■ 第二产业 ■ 第三产业



二、米思米——集制造与流通事业于一身

2.1 全球制造业的中流砥柱

自**1963年**创立以来，米思米集团由商社起步，作为**贸易公司**专注于电子设备和轴承的销售。于**2005年**实现从机械商社向“**产品制造公司**”的重大转型。**如今**正逐步进化成为**集制造事业和流通事业于一身**的独特企业。2017财年，日本国内有100,598家公司，在海外设立了161,400家公司。如今作为制造业的中流砥柱与米思米集团不断进行的改革密不可分。

米思米集团公司概要

商号名称	株式会社米思米集团公司 (英文名称: MISUMI Group Inc.)	上市证券公司	(株) 东京证券交易所市场第一部 (证券编号: 9962)
成立	1963年2月23日	事业年度	4月1日起至次年3月31日止。
地址	邮编: 112·8583 东京都文京区后 乐二丁目5番1号饭田桥First Buliding	定期股东大会	6月
注册资本	128亿1千2百万日元	事业内容	集团公司的经营战略制定与管理以及与其相关的集团经营所需的必要功能
		U R L	http://www.misumi.co.jp/

2.2 丰富的产品阵容，经销商品达2070万种

米思米集团经营事业包括FA等自动化设备的标准零件为主的FA事业，以汽车、电子、电气设备等的模具零件为主的模具零件事业，作为新的流通事业的VONA事业。2016年商品数量在日本国内达到1600万件，2017年增加至1750万件，2018年突破2070万件。

经销涉及厂商达到3324家。
例如，销售3M（美国）的工业消耗品，欧姆龙（日本）的电子电气零部件，博世（德国）的生产加工用品，美亚特（中国）的工厂自动化零件等。

经销商品阵容		精密机械零件2070万种			
F A 事 业 模具零件事业 VONA 事业	FA 工厂自动化标准零件	 轴类	 同步带轮	 直线轴承	 平板运输带
	定位测量设备 (OST 事业)	 固定环	 定位销	 齿轮	 连轴器
	冲压模具、塑料模具用、标准零部件	 自动滑台单元	 驱动器	 光学测量仪	 光学元件组装检查装置
	机械零件 / 螺钉、螺栓、垫圈、螺帽	 凸模	 凹模	 推杆	 浇口套
	接线零件 / 控制零件、PC 零件	 传感器	 接头	 螺钉、螺栓、螺帽	 脚轮
	切削刀具 / 生产加工用品	 连接器	 按钮开关	 电缆	 变压器
	搪包用品、物流保管用品 / 安全保护、环境卫生、办公用品	 立铣刀	 六角棒扳手	 铁床部件	 游标卡尺
		 手推车	 手套	 零件清洁剂	 研发用品

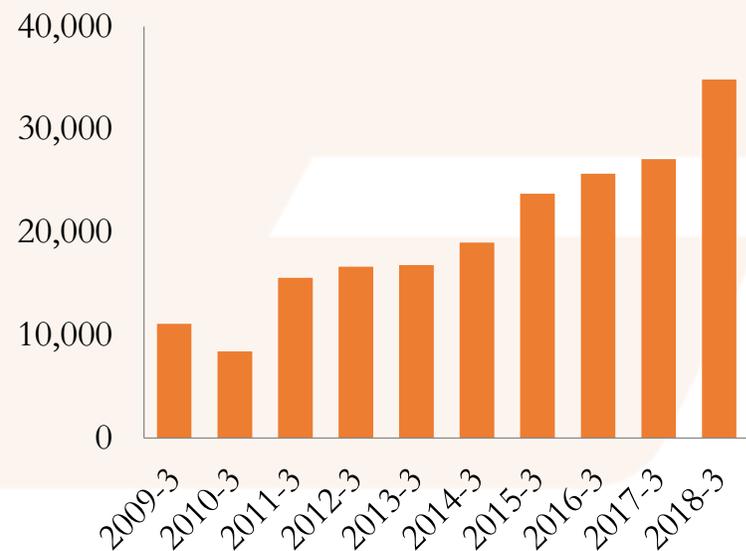
2.3 连续7个财年，刷新了最高销售额和利润

2017年度，集团总部**销售额**达到了**3129亿日元**，比上年同期**增长20.8%**。在利润方面，营业利润为348亿日元（比上年同期增加28.5%）。归属于母公司股东的本期净利润为256亿日元（比上年增加39.2%）。销售额与利润均连续7个财年刷新了过去的最高记录。

营业利润（单位：亿日元）

348.4亿日元

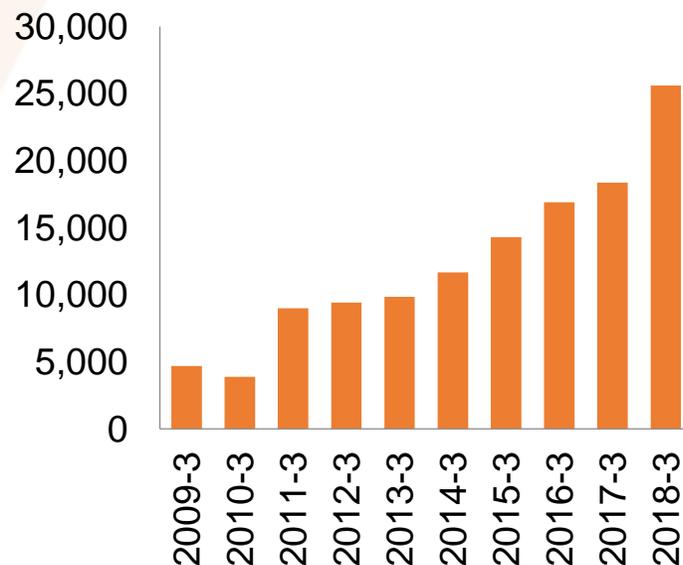
比去年同期增加28.5% ↗



归母净利润（单位：亿日元）

256.0亿日元

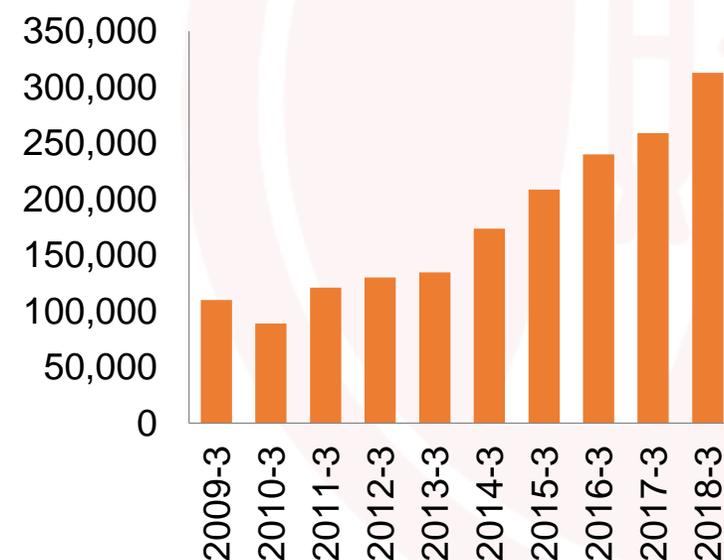
比去年同期增加39.2% ↗



销售额（单位：亿日元）

3,129.6亿日元

比去年同期增加20.8% ↗



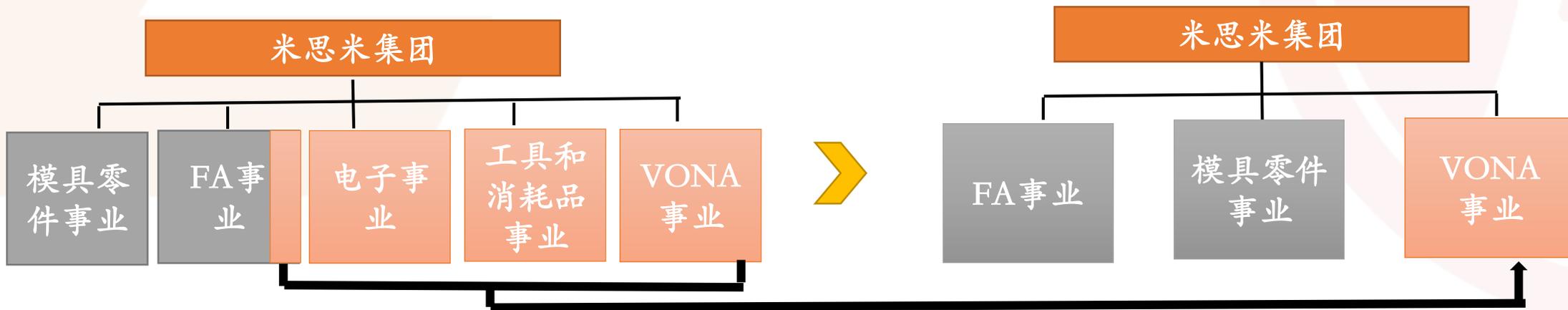
2.4 2014年进行业务分部调整

近十年米思米集团业务销售额实现稳步增长。2014年4月起，米思米集团由以事业本部为基础，按产品和服务划分的分布所组成，即由自动化事业群、模具零件事业群、电子产品事业群和其他事业群整合为“FA事业”、“模具零件事业”和“VONA事业”3大分部。

“FA事业”开发与供应在生产系统的合理化、省力化过程中使用的FA（工厂自动化）等自动机械设备标准零件，高精度的精密生产设备中使用的自动定位模块，光电技术相关的各种实验研究设备，以及随着电子设备数字化进程而不断变化的各种设备生产现场所需的各种材料。

“模具零件事业”主要为汽车、电子、机电设备领域开发与提供金属塑性加工专用冲压模具、组装在注塑成型专用模具中的模具标准零件、精密模具零件。

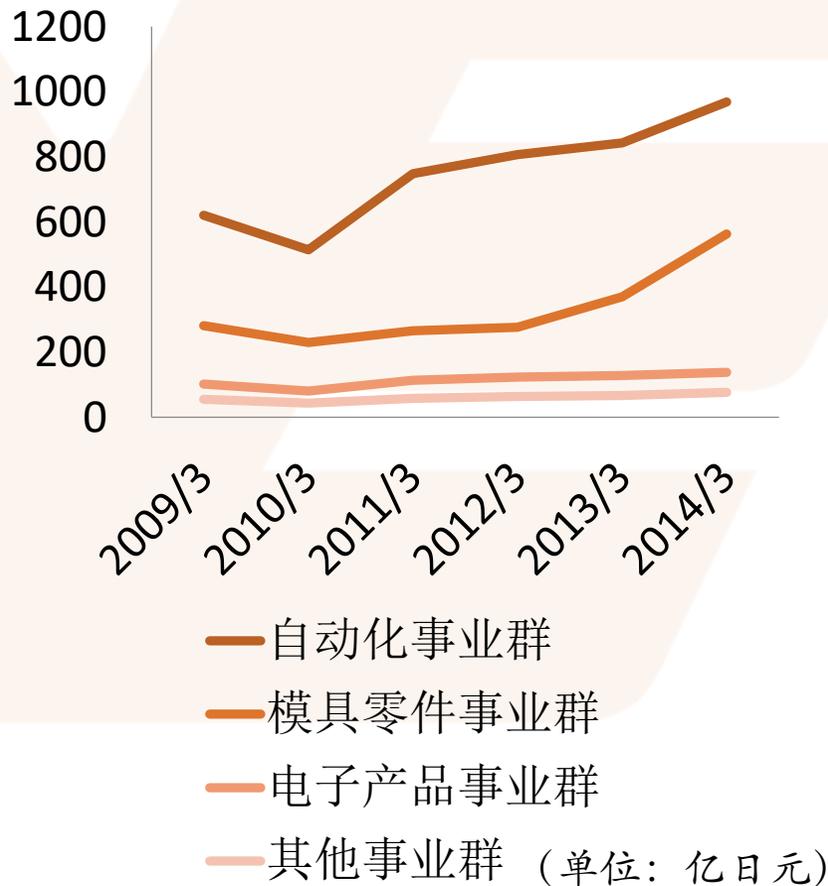
“VONA事业”是同时销售米思米品牌以外的产品，以网上销售为主的一般流通品事业。除生产设备相关零件外，还提供制造副资材及MRO（消耗品）等。



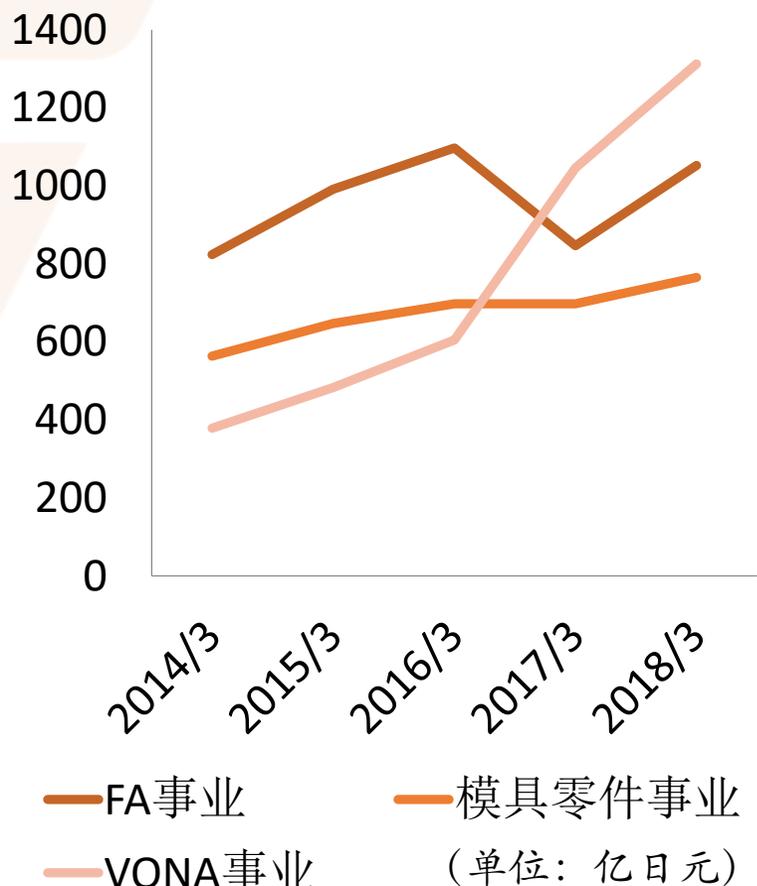
2.5 近10年业务销售额分布

近十年米思米集团的销售额连创新高，在08年经济危机时期呈现“V型”增长。2014年4月起，米思米集团由以事业本部为基础，按产品和服务划分的分布所组成，划分为“FA事业”、“模具零件事业”和“VONA事业”3大分部。14年后VONA事业出现强劲增长，2017财年**VONA事业**销售额占总销售额的**41.9%**。

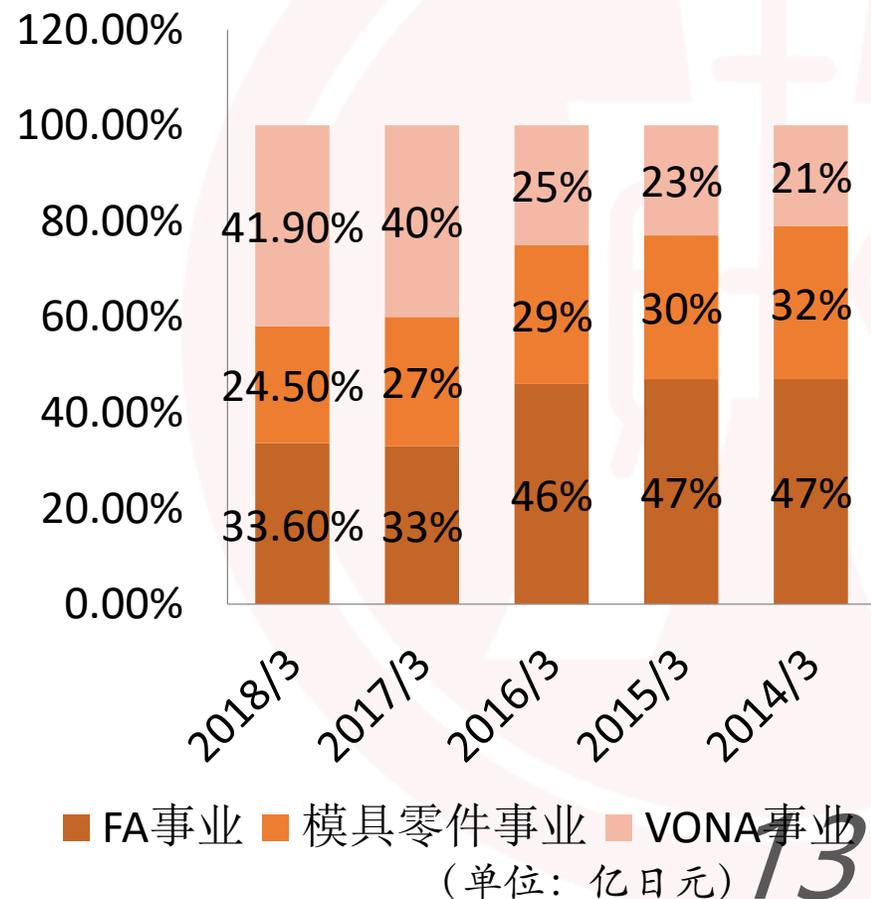
2009年至2014年各业务部销售增长



2014年至2018年各业务部销售增长



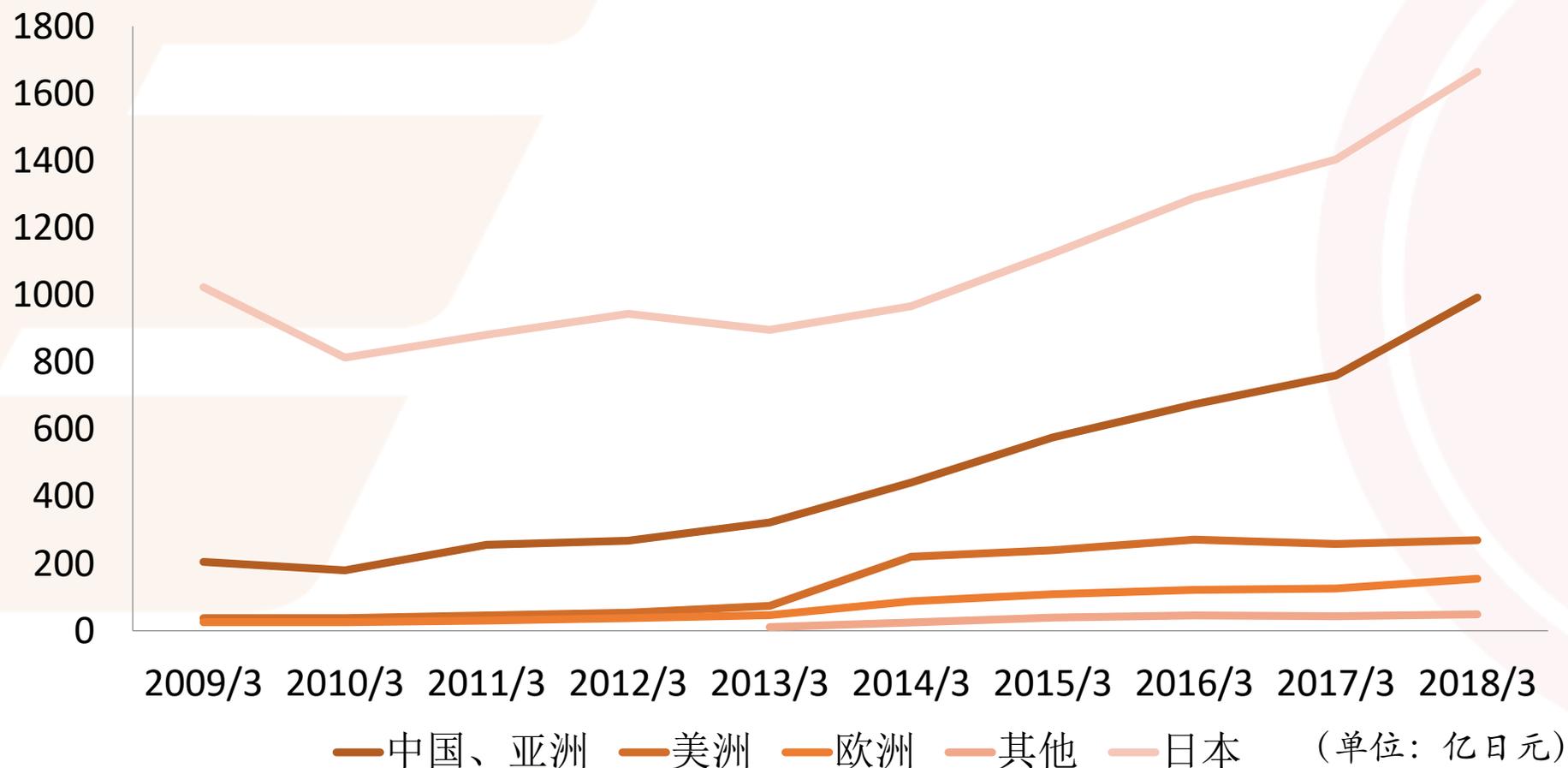
2014年至2018年各业务部销售分布

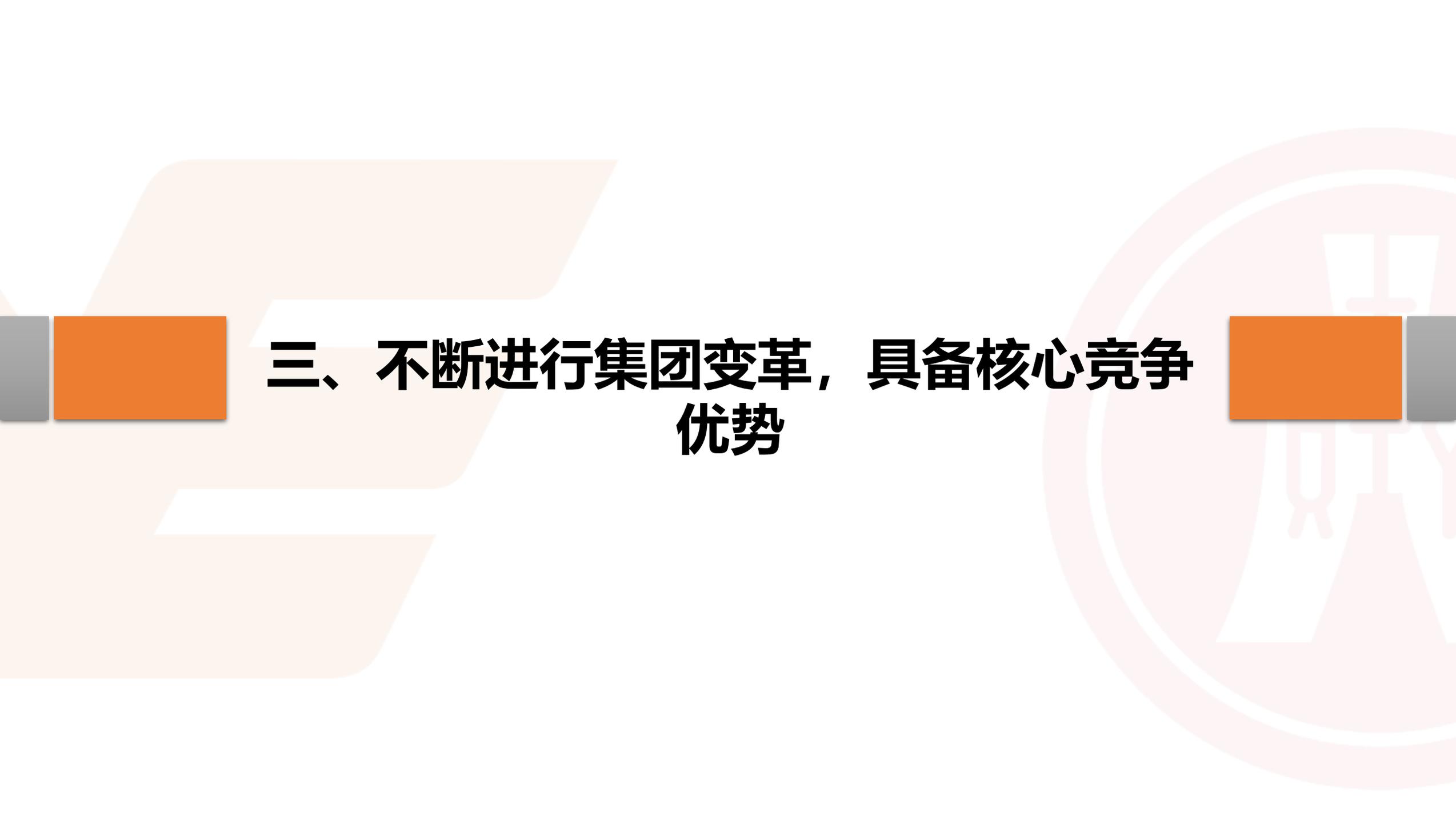


2.4 近10年业务销售额地区分布

2002年新的管理团队开始进行全面扩张国际业务，VONA事业占销售额中的比例不断上升。2009年3月米思米集团在海外的销售额比例仅为20.7%，2017年3月海外销售额比例上升至45.8%，2018年3月在海外销售额比例为46.8%。其中，中国、亚洲的增速呈现大幅上升，增幅达384%。

近十年日本以及中国、亚洲的业务销售额明显大幅上升





三、不断进行集团变革，具备核心竞争优势

3.1 米思米目录直销模式，强化全球竞争力

米思米公司经过50多年的发展，通过独自汇编的**产品目录**和建立**直接销售产品的营销体制**，创立了**低成本的商务经营模式**。

目录直销模式

独特的目录销售方式，成为其发展的一大特色。2018年3月，米思米在日本国内经销商品件数达到2070万件。产品目录提供了产品型号、商品的图片、材质、尺寸、公差、使用示例等信息，还有相应的工业标准等附录供客户使用。

米思米公司每年会对产品目录进行更新。从某种程度上来说，米思米产品目录不仅仅提供了产品信息，而是搭建了行业最新技术的交流平台。

目前，应对数字化制造的进程，由**纸质目录（1977年）**发展为**电子目录**，再到现在使用**CAD系统（2016年）**对应的第3媒介。

网上订购系统

除传统的目录营销方式外，米思米率先为客户提供了网络报价预订货系统——WOS（Web order system）网上订购系统。

不仅能够使客户更方便的订货米思米的产品，更重要的是它简化了客户与米思米的订货流程，不仅节省了客户的时间，还减少了型号的差错率。

3.1.1 第1媒介——纸质目录

目前米思米所经营的商品品种数高达800垓（1兆的800亿倍），这与米思米集团不断丰富和创新**商品目录**有着密切的关系。

1977年1月出版第一版标准组件的印模目录，支持日本机械行业（电子设备和轴承）。此后陆陆续续出版了各品种、各国语言的商品目录。

2011财年止，在海外已出版30个版本的纸质目录

	当地语言/货币目录				
	FA	印模	模具	工具	电子
中国	2004	2003	2004	2004	2011
韩国	2001	2000	2002		2006
台湾	2003	2005	2006		
新加坡	2006	2006	2006		
马来西亚	2011				
泰国	2006	2005	2007		
欧洲	2004（英） 2006（德） 2009（法） 2009（意） 2009（捷克）				
美洲	2002 2004（inches）	2002	2003		
印度	2010	2009			

3.1.2 第2媒介——电子目录

继传统的纸质目录之后，米思米集团一直在强化作为**第2大媒介**的网络产品目录（**电子目录**）。“电子目录”和“Web Order System（网络订购系统）”的组合是米思米的强项。“电子目录”能够瞬间针对种类多达800垓（1兆的800亿倍）的MTO（定制品）进行全面的搜索，在商品的搜索、选定方面具有压倒性的优势。此外，顾客还可以根据自己的BOM（零部件表）直接从“网络订购系统”订购等，大幅减少了顾客报价、订购的工续和时间。

2011财年止，已在9个国家发布电子目录

中国	韩国	台湾	新加坡	马来西亚	台湾	欧洲	美洲	印度
2008	2008	2008	2009	2011	2009	2008	2006	2009

在16个国家以11中语言推出EC网站

E-catalog URL: <http://jp.misumi-ec.com/>



3.1.3 继纸质目录、电子目录之后的第3媒介

继纸质目录、电子目录之后，米思米集团针对设计过程的革新，扩充了设备设计支援工具。将能够在设计过程中自动选定零部件并完成报价的系统提供给设计人员，大幅缩短了订购所需的时间。具有代表性的例子是设计人员正在使用的与CAD系统相对应的“meviy”和“RAPiD Design”。

▶ **2016年6月10日**，米思米集团计划发布“meviy”，为模具零件事业提供服务，今后还计划向FA事业推广。提高从设计到订单和交付的运营效率，米思米集团推出了“meviy”服务。“meviy”是一项在线服务，客户只需上传3D（三维）CAD设计的数据，就可以自动识别形状，进行报价和订购。与传统零件采购过程相比，使用“meviy”服务可以节省**90%的时间**。



3.1.3 继纸质目录、电子目录之后的第3媒介

▶ 2018财年上半年米思米开发了一款创新性的新一代3D自动化设计支援软件——“RAPiD Design”。

“RAPiD Design”是在设备设计的各个过程中，提供支持设计人员工作的有用信息，允许设计工程师免费访问适合他们需求和工作方式的软件工具，并能自动完成零部件搜索、选定、报价的服务。同时，设计师可以从超过700件的丰富案例中获取丰富的设计理念。

RAPiD Design用法简便，只要将该软件挂载安装于*SolidWorks上，选定形状和尺寸，即可自动生成型号，同时可以很方便地下单。从而大大减少选型所消耗的时间，提高了运营效率。

MISUMI EC平台不断改进

第1媒介

纸质目录



通过纸质目录选定商品，通过网络来订购

第2媒介

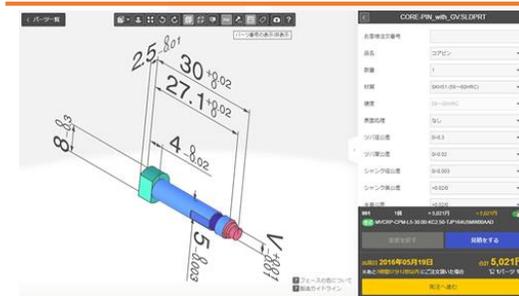
网络（电子目录）



通过网络选定商品，直接订购

第3媒介

CAD



在设计过程中自动完成零件选取和报价

W O S (Web Order System) 网上订购系统

可以从BOM (零部件表) 直接订购等，轻松订购

*SolidWorks: 专门负责研发与销售机械设计软件的视窗产品。

数据来源: MISUMI年度报告书, 广证恒生

3.2.1 MTO的标准交期从3天缩短到2天

MTO(Make-to-order: 订货型生产)是米思米的强项，即便只是一个零件，米思米也可以按照客户以微米为单位的尺寸要求，以准时可靠的短交期将产品送到客户手中。自2015年4月1日起，日本国内**MTO的标准交期从3天缩短到2天**，这是25年以来米思米第一次缩短交期的标准。

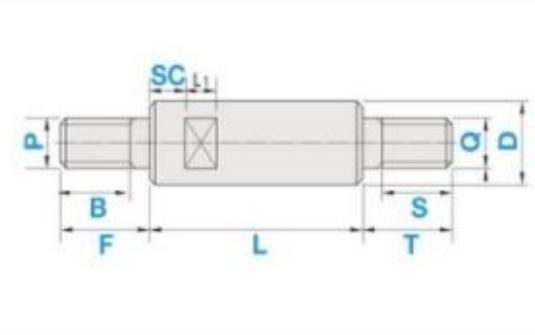
MTO定制的方法：将本来作为特别订制品的零部件“标准化”之后登载在米思米的产品目录上，只要从一览表中选择零部件的尺寸和样式，就可以订货。由此与过去每个零部件都要绘制图纸的订购方法相比，能够实现时间的大幅度缩短。

通过米思米产品目录订购零部件的操作方法：

1 零部件类型的选择
(形状、材质/表面处理)



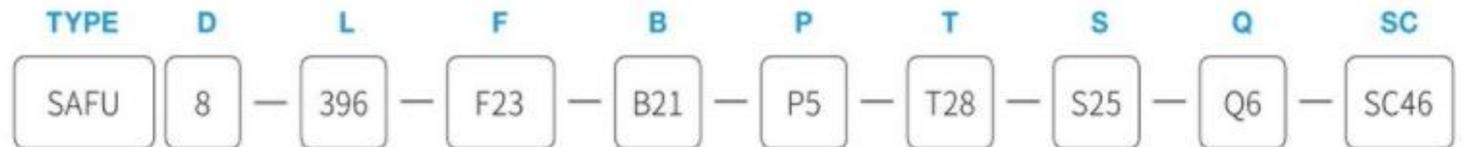
2 选择指定尺寸



TYPE	D	L	F·T	B·S	P·Q选择	SC	Z1
		1mm单位	1mm单位	1mm单位			
SFAU	6	25~596	2 ≤ F ≤ P×5	(P ≤ 6时) B ≤ F-2	3 4 5	SC+Z1 ≤ L SC ≥ 0	8
	8	25~796			3 4 5 6		
	?	?	2 ≤ T ≤ Q×5	(P=8, 10时) B ≤ F-3	?	?	
	50	25~1496			16 20 24 30		

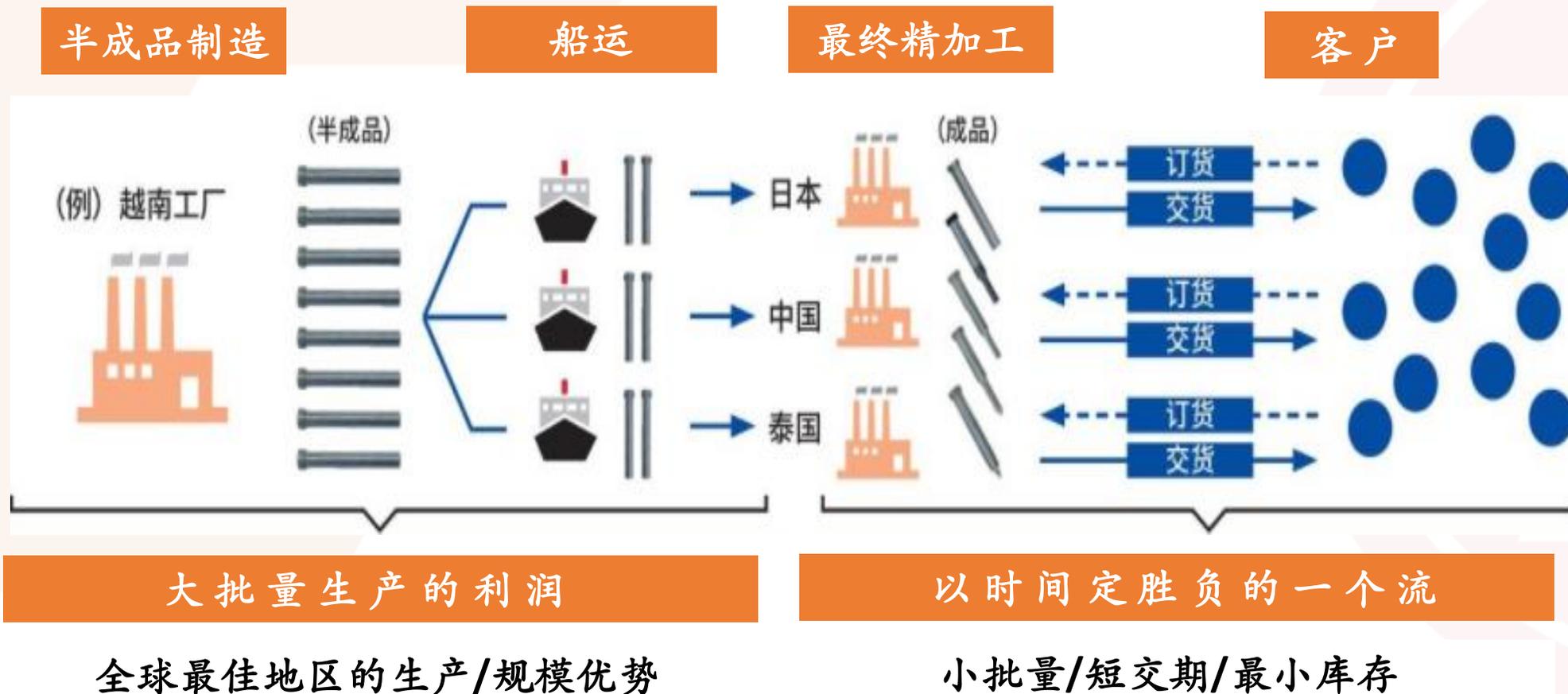
生成型号

3 订货



3.2.2 使用“半成品” 确保短交期

米思米在**保证短交期**的同时使库存保持在最低水平，这关键在于使用“**半成品**”，使用半成品来制作成品响应客户订单。“半成品”是米思米在越南等地的大型工厂进行的大规模生产，从而获得了规模优势。在靠近客户的工厂进行最终精加工，具有小批量生产，交货期短和库存最少的优点。

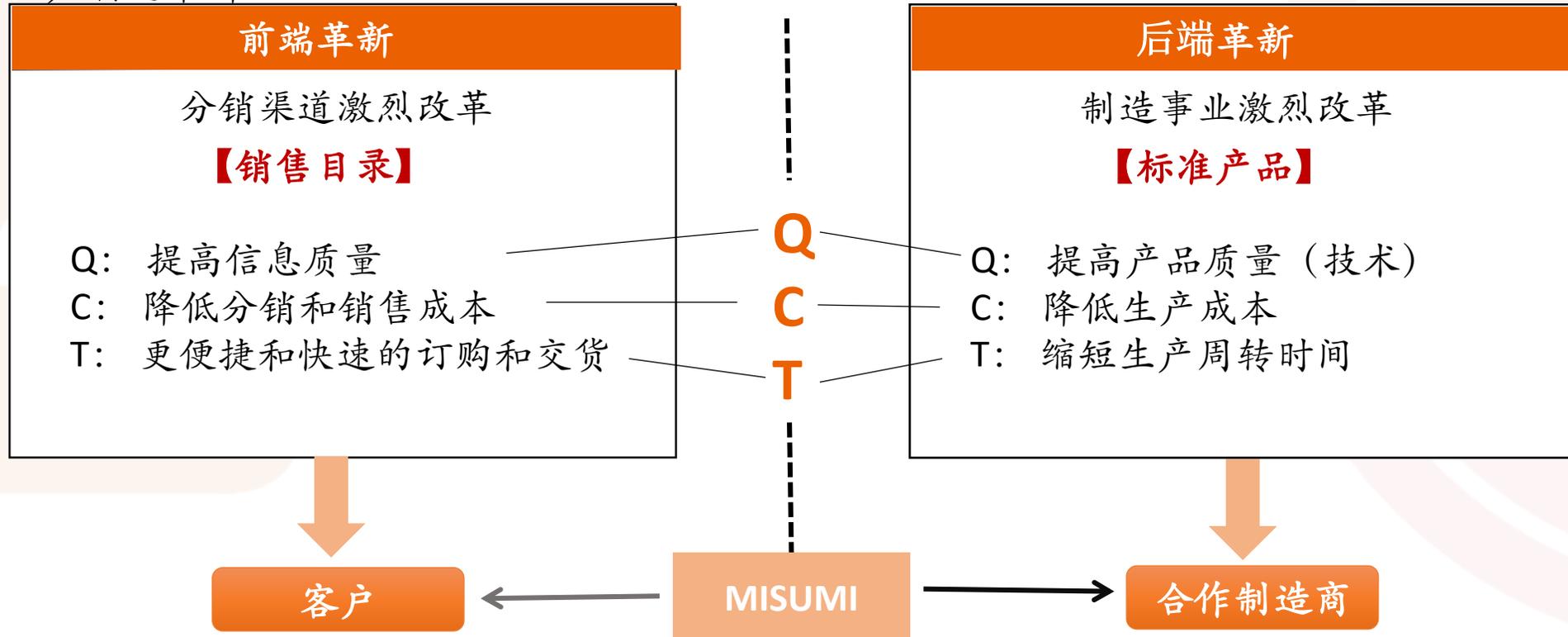


3.3.1 在进入国家和地区实施QCT模型

能够多年来一直提升企业价值，其主要原因在于发展并创造了在世界各地提供“Q (Quality: 高品质)” “C (Cost: 低成本)” “T (Time: 准时短交期)” 的商业模型。

自2002年财政年度新管理层接管以来，MISUMI集团致力于通过从根本上改进MISUMI QCT模型，实现向具有制造商和贸易公司能力的稳固全球公司的转变。为了在进入的国家适用于MISUMI QCT模型，米思米在其所进入的国家和地区建立了当地销售办事处、物流中心和生产基地。

自1963年米思米创立以来，米思米集团不断的从前端和后端进行改革，前端革新包括分销和销售的革新，后端革新包括生产制造革新。



3.3.2 生产系统的转移是竞争差异化的源泉

米思米在所进入的国家和地区实施QCT模型，努力将**MISUMI生产系统出口到海外**，在**海外工厂部署**米思米的**尖端生产技术和质量管理体系**，更大规模的满足日本不妥协的标准。此外，范围将涵盖从下游加工到表面处理的垂直整合生产工艺。MISUMI生产系统是多年来不断努力进行渐进式改进的结果，是不可能在一夜之间复制的。

米思米已在越南、上海和南通等工厂实施了该生产系统。以**南通工厂**为例，在南通工厂部署米思米的生产系统，满足日本的质量标准。同时，通过在南通工厂进行本土化，缩短交付周期的同时降低生产成本（材料、设备和劳动力）和分销成本（国际运输成本）。

以米思米在中国的工厂为例

米思米的生产系统

- 短交货期内订购，没有最低订货量要求
- 从加工到表面处理的综合生产工艺

中国当地生产

- 生产成本（材料、设备、劳动力）
- 物流成本（国际运费）和交货时间

规模经济

- 集中生产服务于中国+海外市场

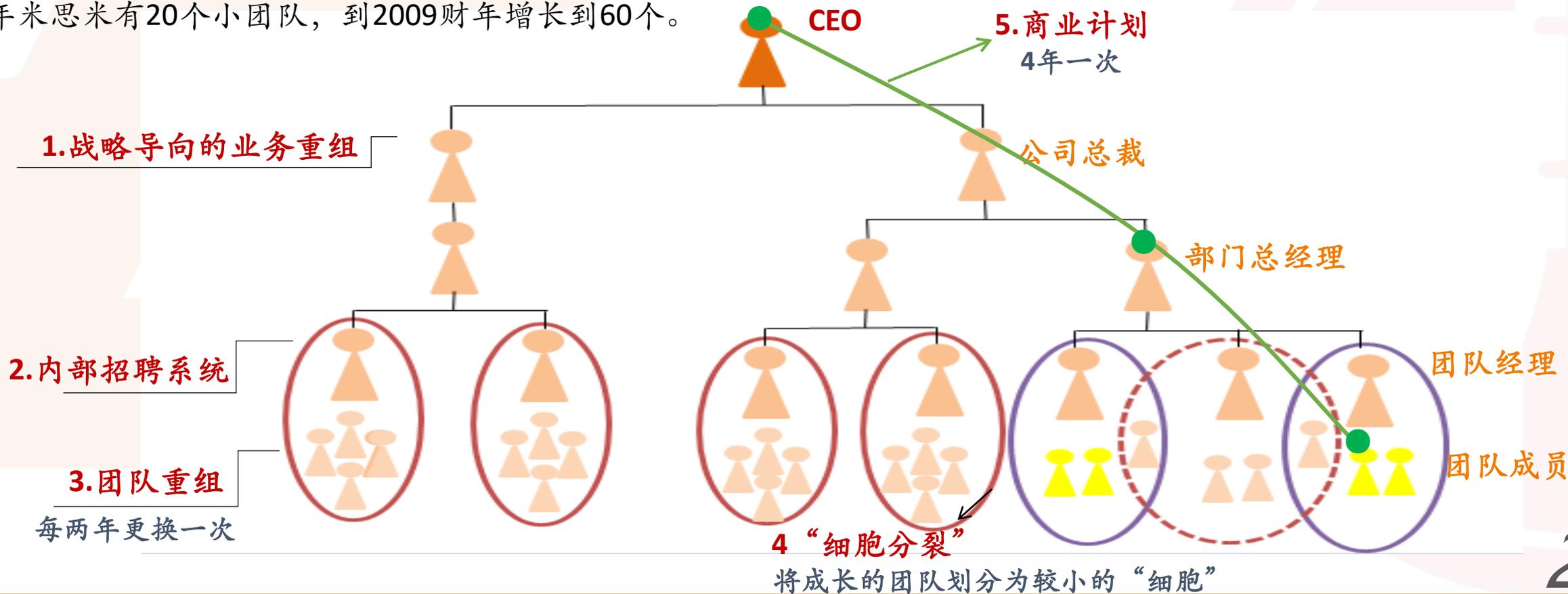
Q: 日本的质量

C: 中国市场的成本

T: 短交货时间

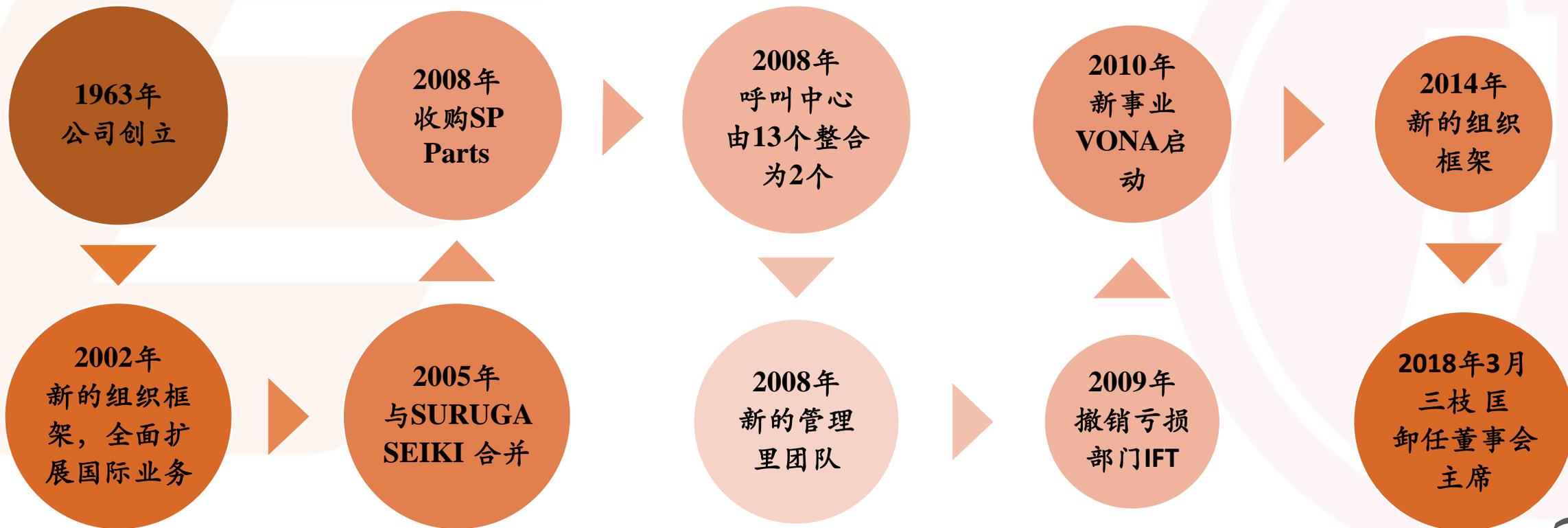
3.4 在小团队中实施“开发、制造和销售”模式

2002年12月组织改革后，MISUMI创建了负责产品开发、制造和销售的小团队。在该框架内，领导者和团队成员可以自主制定计划，制定决策并推动业务发展。让各个团队充当独立公司，可以加速管理人员的发展。随着业务达到一定规模，这些团队被划分为更小的细胞，在“小而美”的概念下，保持了组织的自主性和竞争力，增强董事与成员之间的沟通，增强了企业的活力，致力于培养经营型人才。每两年，所有员工都可以要求搬到他们想要的部门，重新组合将员工与员工所需组织中的主管进行匹配。每年，每个业务团队和部门都会制定未来四年的业务计划。2002年米思米有20个小团队，到2009财年增长到60个。



3.5 米思米多次历史性转折

自1963年创立以来，米思米集团由商社起步，作为贸易公司专注于电子设备和轴承的销售。于2005年实现从机械商社向“产品制造公司”的重大转型。如今正逐步进化成为集制造事业和流通事业于一身的独特企业。米思米集团持续性增长的背后，有着推动的一轮又一轮的改革。以下几项堪称米思米历史转折点的重大举措，例如，撤出多元化事业、向海外战略集中的转型、通过收购骏河精机参与制造事业、新事业VONA的启动等。



3.5.1 向海外战略的集中转型

2002年新的管理层接管以来，开始全面扩张国际业务。在2003财年，从日本招募合作伙伴制造商到上海的工业园区，并建立当地采购制度。这是在海外首次成功实施MISUMI模型。

MISUMI QCT模型是一种独特且极具竞争力的商业模式，也可以在国际市场上取得成功。为了使国际业务处于增长轨道，管理层认识到需要在输入的每一个市场中建立完整的基础设施，包括销售办事处、物流中心和制造基地。

截止2018年3月，销售办事处63个，物流中心16个，生产基地23个。

2015年止，在海外拥有13个物流中心，24个生产基地

	物流中心		生产基地	
	2003 (上海)	2005 (广州)	2002 (上海) 2013 (南通)	2005 (广州)
中国				
韩国	2006		2007	
台湾	2006			
新加坡	2010			
马来西亚				
泰国	2005		2005	
欧洲	2006		2007	
美洲	2004	2011 (美国)	1998	2005 (扩张)
印度	2009		2011	
越南			1995	2005 (工厂2号)
			2011 (工厂3号)	2015 (工厂4号)
印度尼西亚	2013			

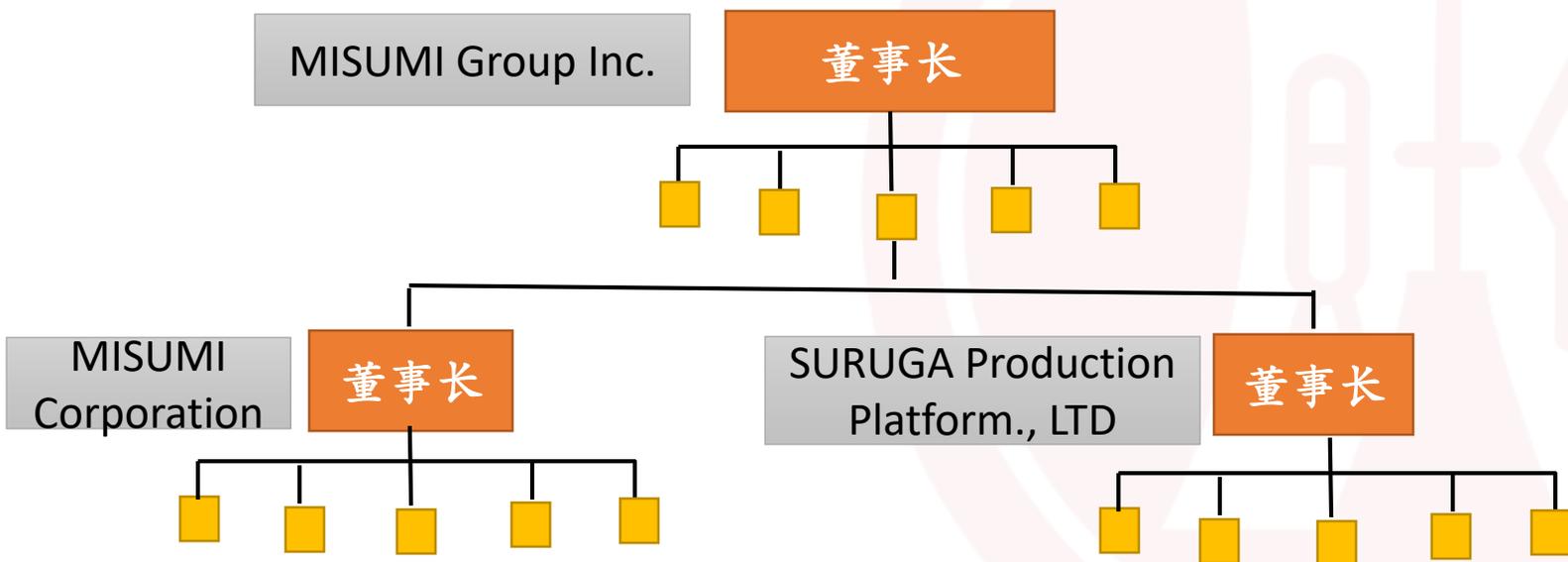
3.5.2 通过收购骏河精机参与制造事业

米思米成立于1963年，最初是一家贸易公司，专注于电子设备和轴承的销售。在2005年实现从机械商社向“产品制造公司”的重大转型。

2005年4月，管理层决定收购SURUGA SEIKI CO.,LTD.（现为SURUGA生产平台），作为做大的生产商。这一行为使得米思米成为一家制造商，结束了其作为一家专门贸易公司的40年历史。公司名称更改为MISUMI Group Inc.，成立新公司MISUMI Corporation，继续所有的MISUMI业务运营。



SURUGA SEIKI CO.,LTD.



3.5.3 整合呼叫中心并退出亏损业务以促增长

2008年上半年净销售额和收入均创下历史新高，然而，由于全球经济衰退的影响，下半年净销售额和收入与去年相比下降了29%。面对这一局面，米思米采取了一系列的措施。包括收购**整合呼叫中心**，**收购SP PARTS CO.,LTD.**，**退出亏损的IFT业务**等。

▷对于米思米的目录销售模式而言，订单设施是与客户互动的重要手段。2008年1月，完成了订单接收网络转型，从使用**全日本13个外包呼叫中心**转向使用**2个直接管理的呼叫中心**（一个在东京，一个在熊本）。前者使客户与集团外部人员接触，投诉难以转交给米思米的相关单位，以及雇佣临时员工以及提升这些员工的技能很困难。整合呼叫中心后，实现运营集中和流程标准化，以及加强呼叫中心和业务部门之间的协作。通过收集客户和市场数据，获得更多与产品相关的信息和其他反馈。米思米在呼叫中心的订单处理能力，精确度和速度（回复客户咨询所需的时间减少了大约一半）方面取得了相当大的增长。在审查的财政年度中，呼叫中心的运营成本比上一年下降了大约20%。

▷2008年3月，米思米**收购了SP PARTS CO.,LTD.**（FA业务的精密机械部件制造商）。米思米将SP PARTS定位为FA业务的核心制造基地，通过强化FA业务系统，进一步加速米思米的国际业务扩张。

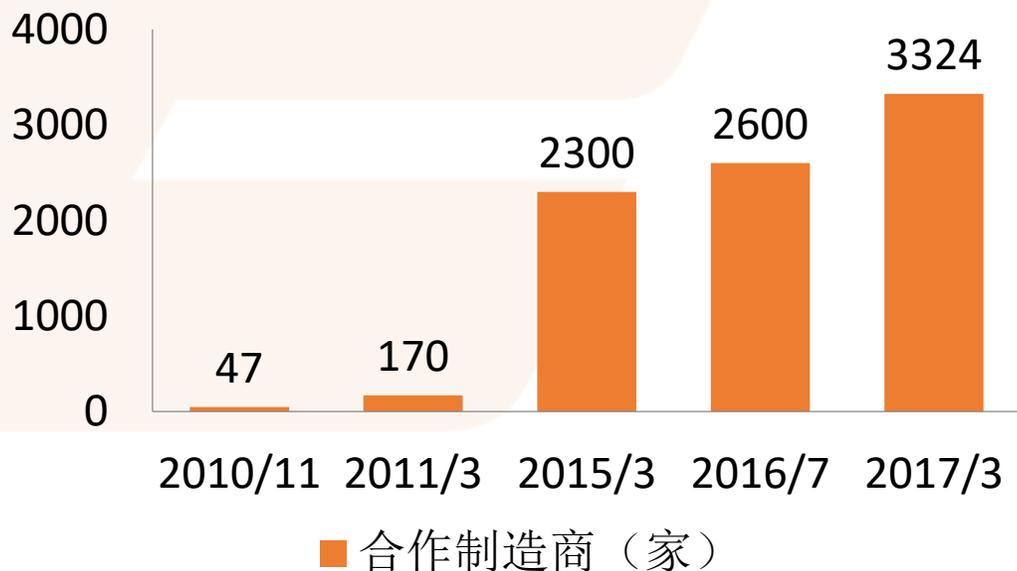
▷2003年SURUGA SEIKI从富士通收购IFT（Iwaki Fine Technologies）（精密模具企业）。2005财年开始实施改革，米思米收购了SURUGA SEIKI，IFT业务收购后仍然亏损。2008年财政年度下半年，米思米**决定退出亏损的IFT业务**。

3.5.4 新事业VONA的启动

VONA: Variation & One-stop by New Alliance 即多元化&一站式战略合作

米思米的流通事业——**VONA事业**，于**2010年11月**推出，它不仅提供米思米**自有品牌**还提供**其他公司的产品**，依靠高品质、低成本、短交期的服务，为广大客户提供产品制造现场所需的全部“零件”、“工具”、“工厂消耗品”，并且免收运费，1个起送。米思米力争通过全球范围内的发展，加速事业的增长。目前已在在16个国家以11种语言推出EC网站，发布了8个产品目录。

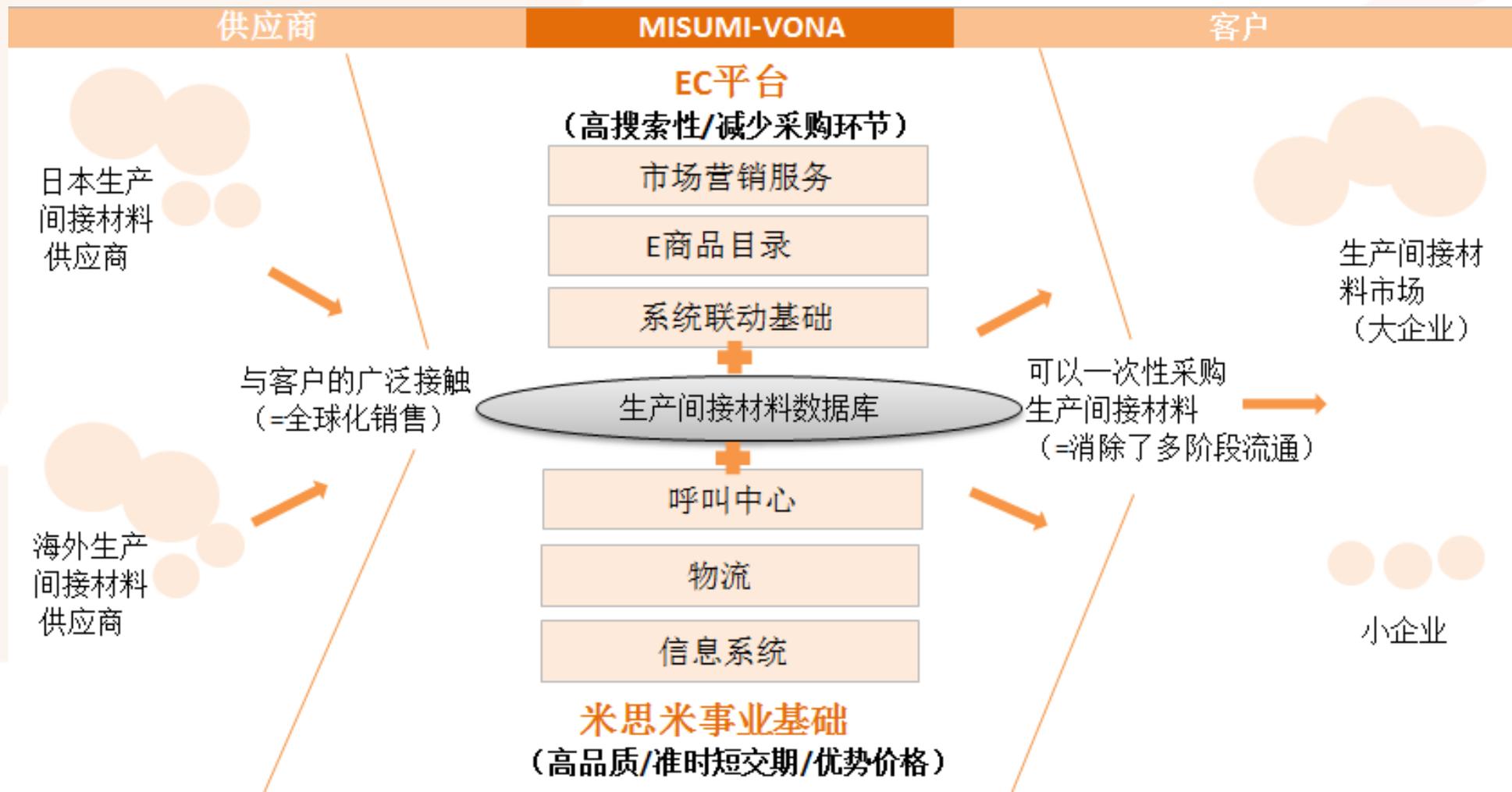
长期以来，客户在从众多制造目录中选择产品以及比较不同竞争者的产品方面具有困难，更不用说管理来自多个供应商的订单的复杂性。然而，MISUMI集团利用其独特的模式实现了增长，在短交货时间内直接向客户销售MISUMI开发的标准产品，没有最低数量要求。鉴于此，日本也成为了许多零件制造商的家园。



发布了8个VONA目录

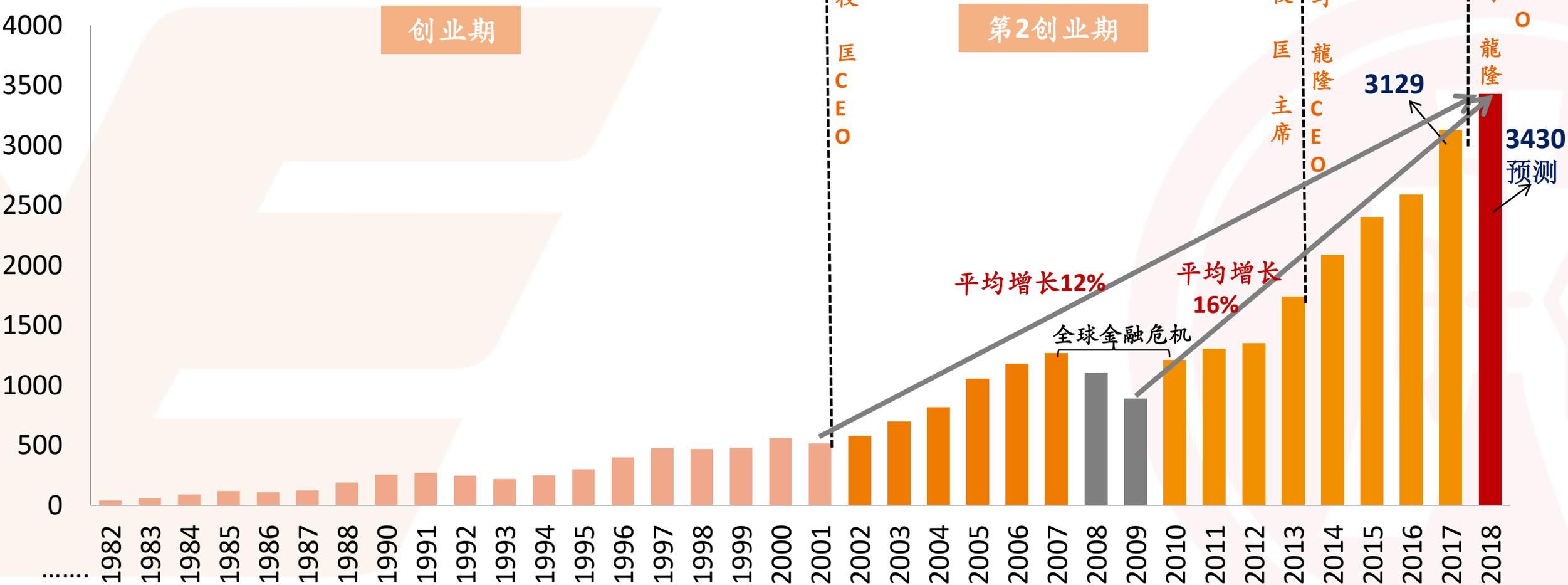
3.5.4 新事业VONA的启动

新的MISUMI VONA业务让生产间接材料的一站式采购成为可能，米思米EC网站“MISUMI-VONA”是日本最大规模的生产材料电子商务平台。



3.5.5 经过第2创业期，米思米脱胎换骨成为崭新的企业

(销售额：亿日元)



在长达16年的时间里一直负责米思米经营工作的三枝 匡，于2018年3月卸任董事会主席一职，就任资深主席。在此期间，米思米脱胎换骨成为了崭新的企业。在他看来支撑这些的是米思米的经营型人才和具有“战略意识”的团队。为了米思米的长期成长，米思米集团将开启第3次创业。

数据来源：MISUMI年度报告书，广证恒生

四、国内MRO工业品电商平台如何胜出 蓝海

4.1 国内主要MRO工业品电商平台发展现状

	米思米	西域机电	震坤行	工品汇
企业简介	日本米思米集团是一家集制造事业和流通事业于一身的独特企业。18年日本国内经销商品数量达到 2070 万件以上。面向制造业的备货可称为最大规模。	西域作为国内专业MRO自营电商，通过EDI对接整合上游厂家实时库存数据，通过Punch-out接口对接客户ERP。	震坤行作为一站式工业超市的领先者，经营数百万种工厂使用辅料和易耗品，建立智能型+体验型的运营模式。	工品汇是一家专注做工业用品供应链的电商公司，成立于2014年2月，为客户提供便捷、高效的工业用品一站式采购服务。
网址	www.misumi.co.jp	www.ehsy.com	www.zkh360.com	www.vipmro.com
产品种类	商品种类多至1200万件以上	36条产品线，220个大类、1250个子类、5682个小类	26大产品线，数百万种工厂使用辅料和易耗品（MRO）	8大品类
供应商/客户	经销涉及厂商在日本国内达到3324家公司，客户在全球达26万家公司以上	供应商19401家，长期合作供应商近3000家，客户近30000家。	拥有5000多家供应商，与超过12000家先进制造业客户保持长期合作	合作品牌超过600家
商品目录	纸质目录/E-catalog/3D CAD	E-catalog	纸质目录	
经销范围	全球16个国家推出11种语言的EC网站	已覆盖全国各省五金机电城	全国有35个区域服务中心，超过30个省市	全国的9大物流仓储中心、34家城市服务中心
运营优势 (与各自行业定位密切相关)	海量工厂自动化相关零部件，型号规格齐全，以高端自有品牌产品为主	产品规格齐全，专业度强，性价比好，移动端体验好	化学品领域“建树颇丰”，而且“库存足”	

4.2 英国Electrocomponents PLC与米思米对比分析



	米思米	Electrocomponents PLC
企业简介	日本米思米集团是一家集制造事业和流通事业于一身的独特企业。18年日本国内经销商品数量达到2070万件以上。面向制造业的备货可称为最大规模。	Electrocomponents plc集团是英国全球多渠道分销商，RS Components（专注于工业和电子）和 Allied Electronics（专注于联合电子&自动化）均为Electrocomponents plc旗下的贸易品牌。
上市	(1994年) 东京证券交易所第二部上市 (1998年) 东京证券交易所第一部上市	(1967年) 伦敦证券交易所, 富时250指数
产品种类	商品种类多至1200万件以上	超过55万种商品, 25万种在电子元器件领域, 30万种涉及在工业品领域
供应商/客户	经销涉及厂商在日本国内达到3324家公司, 客户在全球达26万家公司以上	全球供应商超过2500家, 服务于全球100万以上的客户
商品目录	纸质目录/E-catalog/3D CAD	E-catalog/3D CAD
在线收入份额	日本国内订单的85%来自EC网站	网上收入占总收入的61%
经销范围	全球16个国家推出11种语言的EC网站, 海外销售量46.8%	32个国家/地区开展业务, 60多个网站
财务状况	销售额3129亿日元 (21.59亿英镑) (2018年3月31日会计年度), 增长率20.8%	收入 17.1亿英镑 (2018年3月31日财政年度), 增长率12.8%

4.3 国内MRO工业品电商平台痛点及发展改进

目前，工业品电商泛全球的主要标杆公司有日本的米思米和MonotaRO，美国的固安捷、法思诺和HD Supply。国内比较知名的MRO工业品服务商主要有西域供应链（上海）有限公司、震坤行工业超市（上海）有限公司、苏州工品汇信息科技有限公司等。

目前中国的MRO采购和管理与发达国家相比有较大的差距，国内现有的MRO零售商超过百万家，除了少数比较知名、发展较好的MRO工业品服务商外，多属于夫妻老婆店，存在规模小、产品单一、采购链条长、备货能力弱、采购分散、价格不透明等问题；但可喜的是MRO服务和MRO采购日益得到行业用户的重视。

MRO 电商平台 发展 改进 措施

- ❑ MRO行业技术壁垒高，平台必须拥有大量的采购和技术人员；
- ❑ 以客户为导向，尤其是交易型客户。国内企业很少会定期对固定资产进行维护，而是以维修为主，这就导致MRO呈现非计划性、单价低、重复采购次数小等特点，而企业主以价格为主导因素的采购理念也导致企业对平台粘性不足等问题；
- ❑ 提高更多的售前售后服务，尤其对于工业级客户而言，售前、售后服务是更具专业水平的产品介绍，包括参数配置、现场应用、改善建议等；
- ❑ 保证品质，工业品不同于普通民用快消品，应确实保证产品品质，严格按照国家、行业、企业的品质标准；
- ❑ 积极扩展国际市场，重视国际业务；

4.4 米思米的成功值得借鉴，但难以被模仿

如今的米思米作为MRO电商平台的标杆企业，它的成功是一个长期的积累过程。米思米的成功是**难以被**国内的MRO工业品电商平台所**模仿**的。

- ❑ 第3媒介3D-CAD系统相应的“RAPiD Design”和“meviy”难以模仿；（设计过程的革新，扩充了设计支援工具，将在设计过程中自动选定零部件并完成报价的系统提供给设计人员，缩短订购的时间）
- ❑ 全球“短交期”，交期遵守率达99%，高品质；
- ❑ 米思米的三大事业来看，VONA事业目前没有强大竞争对手；
- ❑ 全球销售体制，国际化程度难以超越；

难以模仿

米思米的成功有许多**值得**国内MRO电商平台**借鉴**的地方。

- ❑ 树立自己的品牌，严控质量、做出口碑；
- ❑ 时间战略，保证货期，提供优良的服务；
- ❑ 积极“走出去”，开拓国际市场；
- ❑ 获得规模优势：国内的MRO供应市场较为分散，未形成规模效应；
- ❑ 采取扁平化的结构，激发团队的活力；
- ❑ 携手大学培养未来设计师，培养经营型人才；
- ❑ 践行企业社会责任，如赞助学生产品制造援助，提供环保型产品；

借鉴之处



廣證恒生
GUANGZHENG HANG SENG

敬请关注微信公众号：新三板研究极客



极客在路上未来更精彩

致谢!

广证恒生做中国新三板研究极客



廣證恒生
GUANGZHENG HANG SENG

广证恒生

地址：广州市天河区珠江西路5号广州国际金融中心4楼

电话：020-88836132，020-88836133

邮编：510623

股票评级标准

强烈推荐：6个月内相对强于市场表现15%以上；

谨慎推荐：6个月内相对强于市场表现5%—15%；

中性：6个月内相对市场表现在-5%—5%之间波动；

回避：6个月内相对弱于市场表现5%以上。



分析师承诺

本报告作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰、准确地反映了作者的研究观点。在作者所知情的范围内，公司与所评价或推荐的证券不存在利害关系。

重要声明及风险提示

我公司具备证券投资咨询业务资格。本报告仅供广州广证恒生证券研究所有限公司的客户使用。

本报告中的信息均来源于已公开的资料，我公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，不保证该信息未经任何更新，也不保证我公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下，报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价。在任何情况下，我公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保。我公司已根据法律法规要求与控股股东（广州证券股份有限公司）各部门及分支机构之间建立合理必要的信息隔离墙制度，有效隔离内幕信息和敏感信息。在此前提下，投资者阅读本报告时，我公司及其关联机构可能已经持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，或者可能正在为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。法律法规政策许可的情况下，我公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开前已经通过其他渠道独立使用或了解其中的信息。本报告版权归广州广证恒生证券研究所有限公司所有。未获得广州广证恒生证券研究所有限公司事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“广州广证恒生证券研究所有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。

市场有风险，投资需谨慎。