

软启动 1756-L72 AB罗克韦尔 进口模块

产品名称	软启动 1756-L72 AB罗克韦尔 进口模块
公司名称	厦门盈亦自动化科技有限公司
价格	630.00/件
规格参数	品牌:A-B 型号:1756-L72 产地:美国
公司地址	厦门市集美区宁海三里10号1506室
联系电话	0592-6372630 18030129916

产品详情

软启动 1756-L72 AB罗克韦尔 进口模块

1756-A10	1756-IF16	1794-IM16	1756-HSC
1756-A13	1756-IF16H	1794-IM8	1756-IA16
1756-A17	1756-IF8	1794-IR8	1756-IA16I
1756-A4	1756-IF8H	1794-IRT8	1756-IA32
1756-A7	1756-IF8I	1794-IT8	1756-IB16
1756-BA1	1756-IF6I	1794-IV16	1756-IB16D
1756-BA2	1756-IF6CIS	1794-IV32	1756-IB16I
1756-BATA	1756-IT6I	1794-OA16	1756-IB32
1756-CN2	1756-IR6I	1756-M03SE	1756-BATA
1756-CN2R	1756-IR12	1756-M08SE	1756-CNB
1756-CNB	1756-IRT8I	1756-M16SE	1756-IC16
1756-CNBR	1756-IT6I2	1756-N2	1756-IB16

1756-DHRIO	1756-IM16	1756-OA16	1756-IB32
1756-DNB	1756-L61	1756-OA16I	1756-IF16
1756-EN2T	1756-L62	1756-OB16D	1756-IR61
1756-EN2TR	1756-L63	1756-OB16E	1734-ACNR
1756-EN3TR	1756-L64	1756-OB16I	1734-ADN
1756-ENBT	1756-L65	1756-OB32	1734-AENT
1756-ENET	1756-L71	1756-OF4	1734-AENTR
1756-EWEB	1756-L71S	1756-OF8	1734-APB
1756-TBS6H	1756-PA75R	1756-OF8I	1746-IA16
1756-TBSH	1756-PB72	1756-OW16I	1746-IB16
1757-SRM	1756-PB75	1756-PA72	1746-IB32
1746-N2	1756-RM	1756-PA75	1746-IM16
1746-NI16I	1756-IB16	1794-OA8	1746-IO12DC
1746-NI4	1746-IV32	1794-OA8I	1746-ITB16

软启动 1756-L72 AB罗克韦尔 进口模块

3月30日，香港联交所接到了一家特殊公司的招股申请：京东工业。之所以特殊，更多在于公司所处的领域——[工业供应链](#)。

这是一个大众不了解的行业，它和我们的日常生活鲜有接触；即使在资本市场上，作为To B领域的细分赛道，也会有人认为这是一个“不够性感”的领域。但这恰恰又是一个深刻影响千行百业，蕴含着巨大红利的领域。

在工业供应链领域里，有一个词汇：MRO。

它是英文中维护、维修和运行三个词的缩写。通常指的是在实际生产过程中，不直接构成产品，只用于维护、维修、运行设备的物料和服务。其品类范畴，从阀门、传动设备等机械及零部件，到[电线电缆](#)、断路器等工控配电等。

大众理解的供应链，一般用十六个字就能概括：采购买来、仓库存好、工厂生产、渠道销售。

但MRO供应链，并没有这么简单。

这些非生产原料性质的工业用品，有两个特点，一是产品高度非标，二是成本和库存难控制。

前一个，不难理解，MRO产品的品类复杂，相同产品在不同行业中，仍然可能有细微差别，导致SKU数量众多。

比如一家大型企业的MRO采购需求，动辄牵涉数十万级SKU。

后一个特点，和前一个有关。因为数量多、需求杂，所以用传统的买进卖出经销模式，会产生效率低下、库存管控难、采购成本高、售后服务差一连串问题。除此之外，价格体系不透明，商品质量参差不齐，也是困扰企业的难题。

供应链管理模式的滞后，更是工业制造业的长期“隐痛”。

上世纪60年代，美国工业企业才开始运用信息技术，进行采购为主的供应链管理。但当时，仍以手工记录、传真和电话等方式进行。不仅效率低下，传统线下交易还容易出现内部腐败等问题。

直到全球互联网兴起，将计算机系统和电商模式，逐一引入供应链管理和MRO采购市场，工业生产进程才进入一个全新阶段。各种自营、电商模式的线上工业品超市，也终于让工业企业享受到B端采购的便利。

京东工业切入赛道时，MRO采购市场上已有包括固安捷等国外巨头、震坤行等自营模式，以及互联网背景的电商模式等各路玩家。

这些玩家，要么在采购平台的大而全上发力，要么在化学品等工业细分领域树立优势，要么凭借采购场景创新，做好对不同企业的采购需求满足。

但所有模式的关键词，无一不是“采购”。它们更倾向于做一个“卖货”平台，至于企业采购计划是否合理、如何实现即用即采、对企业采购战略的定制化配合等技术服务性问题，都不太关心，也没有能力关心。

随着工业数字化转型浪潮袭来，工业供应链管理的能力适配，已不仅仅是简单的采购问题，而是涉及到从商品采购、物流运输到生产运营、产业协作的各个方

面。

京东工业的由来，与公司早年的一个发现有关：相比于单纯的采购交易，企业供应链管理升级的挑战，才是制约工业生产活力的更大因素。

这构成了京东工业的特殊定位：不局限于销售产品，而是专注于构建供应链数字化基础设施。

【京品优供 链接全球】谁在打破全球供应链的那堵墙

截取自京东工业招股书

在供应链管理中，围绕商品、采购、履约、运营四大环节产生了一系列问题：如何选择适配的性价比商品、如何完成高效采购运输、如何保证履约时效和品质、如何实现优化的运营统筹……

这些问题，既是京东工业需要解决的难题，却也是行业留给它的良机。

在京东工业，为这一系列问题提供答案的，是以全链路工业供应链数字化模式，给出一套高标准系统化解决方案。

在这套方案中，通过海量商品的参数标准化，解决供应链中令供需双方倍感头疼的“非标”问题；为工业企业客户提供一站式采购服务，及智能化的履约决策安排和实时监控；囊括预算、采购计划、交易和售后服务的全流程数字化运营方案……

这些打法甚至模式的创新，让京东工业覆盖了供应链管理的全流程、全环节，通过数字化技术的创新带来了工业供应链的深度变革。

更重要的是，这一解决方案对上下游工业产业协同、资源整合的效率提升，赋能极深。

在为国企客户中化蓝天的服务中，京东工业搭建的工业品采购管理平台，提供覆盖个人防护、轴承五金工具等海量数字化商品及服务。其各个园区、基地、工厂，均可通过统一入口完成一站式线上采购和数字化管理。

通过“智能供应链决策体系”，实现对品牌厂商、供应商的现货、期货库存的统一调度，从而尽可能减少中化蓝天采购的搬运距离、次数，提升产业链各方、各环节的资源协同效率。

这也构成了京东工业商业路径的另一个特点：借助精益运营模式，实现企业采购需求与分销商、代理商的库存，及制造商产能的数字化链接、匹配。

由此，京东工业成功“把服务做重、把资产做轻”。绝大部分订单由供应端直达需求端，无需进入仓库。既大幅降低自身运营成本，又显着提升了社会化资源的智能调度效能。

如果将各种软硬件设备升级，比作工业制造领域数字化的“水电煤”物资；那么京东工业的供应链全链路解决方案，对工业上下游生态而言，便是一张张数字化的“水网、电网、公路网”。

而这一模式，甚至不局限于MRO领域。在互补的BOM（生产性物料）采购市场，京东工业凭借完善的供应链数字化基建能力，可以迅速开拓新赛道，持续为各行业客户提供跨场景、跨品类的技术与服务供应。

商业模式的，也让京东工业在市场上一骑绝尘。仅成立六年，它就成为中国大的MRO采购服务供货商，同时也是中国大的工业供应链技术与服务提供商。

京东工业，犹如贯通不同产业链供需两方高速公路的规划者、建设者，厘清产业链中各方的权责、简化流程；同时也是这条高速公路的运营者和服务者，让资源在运转的过程中，具备服务支持与保障。真正实现了数字化“互联互通”。

为了彻底打通并服务好这条高速公路，它下了哪些功夫？

【京品优供 链接全球】谁在打破全球供应链的那堵墙

2005年，美国物流管理协会正式更名为“供应链管理协会”，并对供应链管理，做出明确定义：即包括了对外采购、对内转化等过程的全部计划和管理活动，并涉及到第三方供应商、分销商等关键环节的共同协作。

这一变动，标志着全球工业产业，进入到供应链管理战略时代。现代化的供应链管理概念，由此渗透到商品、采购、履约到运营的各个层面。

但现实是，每个企业的各个职能业务、每个产业的各个供应链环节，都有各种各样的“墙”。

中国是全球产业门类齐全、产业体系完整的制造业，不同产业体系的供应链存在着天然的壁垒，这堵墙不仅仅存在于产业链上下游的各个环节之间，企业供应链中采购、生产、履约中间无法打通的系统，也是一堵堵墙。

以至于不管是《财富》五企业，还是郊区的中小型工厂，供应链大都千疮百孔。比如传统的MRO供应链模式，是一根“生产厂家—品牌商—省级代理—市级代理—小B—工厂用户”的链条。

这根链条运行多年，却存在着一系列弊病：耗时长、价格不稳定不透明、售后成本高。而企业内部的MRO采购行为，也分散在不同职能部门，一旦沟通不畅，就会导致工作量和采购成本增加，乃至错误采购。

在产业链条上，供需双方的上下游企业更是像“盲人摸象”，苦于供应链生态无法真正打通。

京东工业的商业模式，正是为了打破有形无形的“供应链墙”。并打造了内部称为“工业履约神经科学(简称IPNP)”的项目，通过一系列技术产品让产业链上下游像“神经网络”一样，真正实现无缝衔接、高效协同。

【京品优供 链接全球】谁在打破全球供应链的那堵墙

供应链数字化采购的大挑战，无疑是标准化不足。一方面，工业品品类繁杂，包含手动工具、电动工具、仪器仪表、测量工具、机电五金等等。

而同种商品也会因型号、规格、标准不同，面临无穷的SKU选择。就连一颗普通的螺丝钉，全球SKU就高达10亿个。行业中更存在，国标（GB）、德标（DIN）、（ISO）等多种标准。

因此，京东工业主动建立了工业供应链上的统一“语言体系”。工业品标准商品库“墨卡托”，是其重要组成部分。

它借助人工智能深度学习的技术分析，对标准化商品的类别属性、商品制造商信息，分散在供应链内的商品信息，乃至的知识经验等，无不精通。而经过[大数据](#)清洗提取的参数定义，则为供需双方提供统一的商品信息，有效降低沟通和交易成本。

比如京东工业的品类专家，就曾深入到陕建控股集团正在施工的医院、污水处理厂等项目现场，基于“墨卡托”为陕建项目中的每一类止水螺杆、止水钢板等物资，明确规格参数、价格标准，保证了陕建全国施工项目的标准化管理和交付质量。

去年疫情期间，中广核某核电站启动了新一轮换料大修，且需要在反应堆停堆的紧张时间窗口里完成。然而，一个改造项目需求的150个ABB断路器，却无法按原计划供货。无奈中，核电站向京东工业发出72小时紧急采购需求。

凭借墨卡托的数据积累，京东工业在海量ABB产品中，实现了全国范围内的匹配与快速寻源，解决了客户的燃眉之急。

除此之外，展示和管理商品及价格的供应商协同系统，导入、登记和管理商品池信息和定价的“工鼎”系统，同样成为京东工业助力商品数字化的利器。

在采购交易中，工业企业关心能否便利高效地完成，检索商品、管理交易、付款和履约情况、跟踪订单和开具发票等一系列操作。为此，京东工业为客户提供了的数字化采购平台，帮助他们管理采购流程。

甚至，为了让工业企业的丰富采购需求更迅速地对接和落地，京东工业还开发出了反向商品寻源系统“灵犀”，即便是商品池中没有的商品，也可以通过说明商品特点及应用场景，同步对接到上游制造商、分销商及代理商，实现定制化采购。

供应链从业人员，总有一个困惑：即集成供应链，为什么集成不起来？一个重要原因，就是“履约”难。

比如地处偏远的白鹤滩水电站，常规物流很难准时交付。品牌商和供应商，不得不投入大量人力物力，建立本地化服务队伍。既加重了企业成本，又会出现包含上百种商品的采购订单，分多次由多个公司配送，配送时间不固定的情况。

因此，京东工业提出了“万仓合一、万单合一”的理念。

前者，是指京东工业与制造商、分销商及代理商的仓储系统协调，进行库存的全面社会化管理；后者，指的是智能整合客户订单、集中履约，让客户能够监控及管理大量订单及物流。

简单的说，就是所有仓储一个系统，所有订单一个系统，从而实现统一调度优化和管理。

比如京东工业在白鹤滩水电站建立了企配中心，以往多品类、多订单、多物流渠道的分散包裹，变成了每周三次固定时间由专人专车送达。“最后一公里”的履约问题，迎刃而解。基于对客户的深刻理解，京东工业能够设计出量身定制的服务方案，并通过调整数字化基础设施，好地满足客户运营升级。这背后，正是京东工业针对客户履约交付的数字化基础设施和服务能力的结合。

在山路崎岖不平的四川巴中山区，物料的每一次延误，对四川川交路桥公司的项目工期打击，都是巨大的。为了解决川交路桥的工程难题，京东工业创新推出了“智能移动仓”解决方案。

通过将京工柜、RFID智能货架、摄像头等智能设备，集成起来，这个“随队移动”的特种防火阻燃集装箱，可以随时为施工人员带来物料智能领用体验。

更重要的是，智能移动仓的后台管理系统与川交路桥采购系统打通，从而能够实现高频、易耗工业品的预测补充、管理jinqque到件，大大提高采购管理准确性与效率。

可以说，从商品数字化、采购数字化，到履约数字化、运营数字化，京东工业在每一环节的能力渗透，都在打破不透明、不统一的“供应链壁垒”。

无论企业遇到的困难，还是京东工业做出的解决，都说明了一个趋势：工业品供应链，正在以其提效、降本的能力，冲到了企业竞争的线。

【京品优供 链接全球】谁在打破全球供应链的那堵墙

历史上，面对供应链难题，曾有过各种各样的解决思路。传统供应链体系下，美国教授费舍尔提出的费舍尔模型，成为经典供应链理论。

根据他的研究成果，针对品种规格不多、市场需求稳定可预测的功能性业务，可以匹配成本效率型供应链；相对的，品种多样易变的创新性业务，则匹配快速响应型供应链。

这事实上，是认定了传统供应链速度和成本的不统一。而数字供应链的出现，打破了这一原则，通过数字化信息技术，降本增效成为必然追求。

但一些供应链管理研究和咨询机构的思考方向，大多是“数字化供应链控制塔”的概念。即制造一个像

航空塔台一样的中心枢纽，用于监控和指导整个供应链活动。这种成本投入高、具有内部封闭性的思路，显然很难适合所有工业企业。

而京东工业，借助开放的平台机制，超越了为单一企业服务的中心化“控制塔”模式，塑造出覆盖制造业、航空业等多产业链条生态的服务能力。

同时，深厚的供应链知识，以及背靠京东集团庞大全链路供应链网络管理经验，让京东工业既能服务大中小全量工业企业，也具有针对性解决方案供给的能力。

由此，京东工业完成了在中国工业供应链技术与服务市场，广泛的客户覆盖。2022年，它服务了约6900个重点企业客户和超260万个中小企业客户。重点企业客户包括50%左右的中国《财富》500强企业，及超40%的在华全球《财富》500强企业。

受到市场的广泛青睐，离不开京东工业自身商业模式的差异化优势，即通过数字技术的创新升级、供应链全链条贯通改造和可扩展的模式先进性，打造出客户难以拒绝、对手难以逾越的工业供应链技术与服务的“护城河”。

供应链生态的升级改造，本质是服务驱动，也就是为工业客户提供降本增效和数智化转型升级价值。因此，京东工业不仅要在服务量级上取胜，更致力于实现“价值供应链”重塑。

京东工业的独特商业模式，不仅满足了客户的切实需求，且实现了对传统工业供应链的数字化改造，打造各环节的全局优化，从而促进供应链企业在资源、服务上的高效共享与互通。

深圳市中天云祥科技有限公司是京东授权服务商，核心团队具有十多年的互联网、电商和外贸经验，中天云祥科技凭借丰富的行业经验和的技术团队，提高了供应链效率，降低了中间环节成本，帮助众多工业品和消费品源头工厂实现了与国内外客户的直接对接。

中天云祥始终坚持以创新为动力，不断提升自身的核心竞争力。

深圳市中天云祥科技有限公司将继续秉承“、创新、共赢”的企业理念，与京东供应链携手共进，为源头工厂提供更加优质、高效的服务，助力更多中国中小企业走向海外市场。

如此用心用力，在于京东工业坚信，它踏入的是一个前景远大的万亿蓝海。

根据亿邦智库测算，2021年全国企业采购市场规模超过174万亿元，其中BOM（生产物资）产品达100.5万亿元，MRO产品规模8.4万亿元。

目前，我国采购数字化渗透率不足10%。百万亿级的采购市场规模，数字化率每提升一个百分点，就会带来万亿级市场空间。参照2022年美国市场超15%的渗透率，作为制造业大国的中国市场，增长潜力巨大。

2022年，京东工业MRO采购交易总额达到223亿元，市场份额是第二名的两倍多。从2020到2022年，京东工业的交易总额以38.4%的增速强劲增长，显示出赛道的无限可能。

同时，京东工业可复制的数字化供应链基建能力，让它可以更无缝地从MRO，拓展至MRO，再进一步拓展至更庞大的BOM市场，完成不断飞跃。

在大半个世纪之前，供应链变革的daohuosuo是集装箱。而在，它变成了数字化。

站在整个国家的层面上，如何有效地应用数字技术，重塑供应链价值战略，同样是工业互联网这个宏大命题下的关键点。

以中国制造业的庞大体量为背景，整个供应链的红利仍然丰厚。在这场产业数字化的浪潮中，如京东工业一样，用润物无声般的行动替代焦虑，正是穿越这个变化时代的密码。

软启动 1756-L72 AB罗克韦尔 进口模块