



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年度中国零售业兼并重组决策分析市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年度中国零售业兼并重组决策分析市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/46284.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

1. 零售业现状 近两年是我国零售业进入WTO后过渡期的关键时期，经过20多年的改革开放，我国零售业快速发展，呈现以下特点：零售业规模不断扩大，多种所有制格局已经形成，企业现代化水平显著提高，大型零售企业成长迅速，对外开放的格局已经形成。同时，零售业态也将日益完善，超市业态进一步细分，便利店将进入个性化、差异时期，百货店将通过功能改造向精品化、专业化发展。连锁经营在零售业中的主导地位将日益突出。预计到2010年连锁商业占全社会消费品零售总额的比重达到25%，沿海中心城市达到50%以上；消费品零售总额将超过10万亿元，年均增长率保持在11%以上。经过20多年的改革，零售业成为市场化程度最高的领域。目前，中国各类零售网点1500多万个，基本形成遍布城乡的流通网络。2004年全国大型连锁零售企业门店数5.5万个，比2003年增长18%；营业面积增长26.5%；零售额增长30.2%，占消费品零售总额的比重提高到9.6%。北京、上海、天津、重庆、深圳等地连锁企业的销售额，都已超过当地零售总额的20%。改革开放之后，新的经营理念、营销方式、管理手段和管理技术被零售业率先采用，POS系统、电子订货系统的业务流程、管理方式发生了变化，引发了国内以流通社会化、现代化和逐步与国际市场接轨为主要内容的流通革命。零售业作为流通的最终通道对上游产业的拉动作用和主导化趋势日益明显，2000年以来，我国消费品市场的增长已连续几年超过同期的国民生产总值的增幅。国内市场对国民经济增长的贡献率稳步提高，经济增长由原来的投资驱动、生产导向逐渐转向消费驱动和市场导向型。从发展角度看，我国零售业的变革还只是处在起步阶段，伴随中国经济的发展和人口数量的增加，国内零售业今后的发展空间十分广阔。但零售业在发展的同时，我国零售业有不可避免的存在一些问题。第一，由于零售业态的发展，出现了超市、折扣店、便利店、仓储店、专卖店、连锁店等多种新的业态，各城市大型商店的增长速度远远超出了社会商品零售总额与城市居民生活费用支出的快速增长，大型百货商店相对过剩。第二、零售业态布局在个别地方存在不合理现象，单一业态过度集中，导致许多大商场生存困难。第三、一些大商场盲目比环境、比装修、比规模，不能明确定位目标市场，不能完全抓住目标顾客群体的心态，导致成本增加，销售价格高于一般的商店，难以为一般顾客接受。

2. 我国零售行业影响因素 第一、WTO政策的影响 加入WTO以后，由于政治环境的改变，外商进入国内市场将更加便捷、踊跃。他们不仅带来先进的技术和经营理念，可以促进中国流通业信息化程度的提高，同时也会带来激烈的市场竞争。这个竞争有利于我们提高优胜劣汰的机制，提高零售业的现代化进程。但另一方面讲，外商企业的进驻将加速国内零售业的结构调整，国内的企业将直接面对国外大零售商的挤压，会对一些企业产生一定冲击。

第二、人民币升值影响 一从短期看,汇率升值带来财富增加效应,消费者实际购买力增

强,促进商品消费增长,商业零售业从中受益。但如果人民币升值对国民经济增长产生较大影响,消费者信心指数下滑,消费增速减缓,零售企业受损。 二是体现在进口商品价格下降,产生与收入效应的叠加,刺激消费增长,使零售企业受益。其中受益比较明显的是进口商品销售比重较大的百货业态公司。 三是汇率升值后,出口价格竞争力下降,先前国内以出口为导向的消费品生产商将寻求国内渠道作为替代,由此在商品供给数量和价格上使商业零售类企业受益。销售终端对供应商的谈判力也将显著提高。 第三、居民消费水平的影响 由于我国GDP近几年持续增长,我国居民收入水平也在不断提高,因此进一步刺激了居民的消费,使我国零售业也处于一个很好的发展阶段。 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》提出进一步增加我国居民收入的增长、增强消费者信心、促进潜在消费的实现,为社会零售总额的持续健康增长提供良好的政策支持,将使十一五规划期间消费增长速度将在现有基础上明显提高,社会消费品零售额年均增长率有望达到13%至15%。 3. 我国零售行业投资前景及并购动因 中国人口众多,是全球最大的消费市场,要发展经济,就要转变经济增长模式,形成内向型经济为主导的格局。在这一背景下,国家出台了一些政策来规范和促进零售业的发展鼓励具有竞争优势的流通企业实现规模扩张,鼓励零售企业进行跨行业、跨地区、跨所有制的资产重组,鼓励各种资本参与流通企业改组改造,引导支持流通企业做强做大。 由于消费稳定增长使零售业上市公司的整体经营情况继续好转,2005年前三季度自定义的52家零售业上市公司主营业务收入、主营业务利润及净利润同比增长28.19%、31.08%和32.16%,远高于同期社会消费品零售总额的增幅。 我国迅速发展的城市化进程也将成为消费市场扩大的重要动力。1995年以来我国城市化进程加快,城市人口不断增长这进一步促成了消费市场规模的扩大。我国经济的持续稳定增长为消费升级和零售市场的增长提供了有力的支持,也将促使零售业保持长期的繁荣。 中国零售业兼并重组决策分析 研究报告全面开放后,外资零售企业明显加快了扩张步伐,他们通过整体收购获得大量零售网点来实现快速扩张,完成在中国零售市场的战略布局。同时国家政策对零售业发展的鼓励及支持以及商务部、证监会联合发布关于上市公司股权分置改革涉及外资管理有关问题通知的生效,也为外资通过A股市场收购国内零售业上市公司提供了便利。 中国零售业兼并重组决策分析研究报告前几年零售业进入门槛太低,许多人把开超市当作敛财的好方法,使零售超市不断增加,门店扎堆经营。随着竞争的加剧,外资零售业的进入,导致大多数超市、零售企业销售和利润下降,这也成为企业难以为继的主要原因,一些超市连锁零售业因此不断的去寻求整合兼并,还有一些零售企业,出于套现的动机,而希望被外资企业收购。这些都促使企业之间以并购或整合的方式进行资源的优化,以提高自身的核心竞争力。 4 . 我国零售业兼并重组趋势分析 随着外资进入速度加快、国际化竞争日益激烈,外部环境的变化给我国零售业带来了压力,也带来了动力。一段时间以来,一些零售商收购与被收

购的事件不断发生，这些收购动作中有一个共同点就是：收购方的收购价格均大大超过了三季度末各上市公司的每股净资产，溢价幅度至少在50%以上。首先优越的商业网点是零售商得以生存和发展的基础，目前优质零售网点资源日益减少，一些名牌百货商场占据着黄金地段，其商业地产重置价值远远大于其账面价值，这种情况下就会得到一些以抢占优势地位的外来零售商或战略投资者通过兼并溢价收购进入该地区零售或房地产市场。其次，股改为一些上市的零售企业并购带来了机会，他们对那种价值被低估的企业兴趣很大，这也促成了行业兼并重组的加剧。这种并购常常是以强强联合的形式，来提高企业利润，扩大销售额，有利于避免同业间的恶性竞争。因此，未来我国的零售业兼并重组案例会不断增加，一批内资骨干企业通过并购重组将发展成为初步具有国际竞争力的大型企业集团。内资零售业并购外资零售业的案例也时有发生，2005年年初，北京物美集团正式宣布整体收购天津大荣在天津市的12家超市，开了国内民营零售企业接管外资超市的先河，2005年末，北京华联集团以400万元将新加坡嘉德置地的西友新加坡购入旗下，这意味着北京华联集团将成为第一家进军国外的百货企业；同时一些国外大的企业集团也会不断的扩展我国内地市场。目前，沃尔玛、家乐福、百盛集团等零售巨头正在二三线市场加速选点开店，而这些市场也将成为这一轮并购的多发地带。国内大零售企业与外资企业之间的竞争也将在零售业越演越烈。

1 研究概述 1.1 研究背景 1.2 研究内容 1.3 研究方法 2 全球零售业发展现状 2.1 全球零售业发展特征 2.2 全球零售业供求格局 2.3 全球零售业竞争格局分析 3 中国零售业的现状分析 3.1 我国零售业的现状特点 3.1.1 零售业规模不断扩大 3.1.2 企业现代化程度不断提高 3.1.3 零售业态进一步细化 3.1.4 连锁经营地位日益突出 3.2 2005年中国零售业投资现状分析 3.2.1 零售业投资情况及特点分析 3.2.2 零售业固定资产投资和收益情况分析 3.2.3 中国零售业规模构成分析 3.3 中国零售市场供求关系分析 3.3.1 总体供给情况 3.3.1.1 我国零售业产业投入产出规模 3.3.1.2 我国零售业的市场集中度分析 3.3.2 需求规模情况 3.4 国内外资零售业的分析 3.4.1 外资进入中国零售业的特点和区域分布 3.4.2 外资进入中国零售业的主要模式分析 3.4.3 外资零售业在中国发展的战略分析 4 中国零售业细分市场分析 4.1 超市业 4.1.1 超市零售业概况及特点分析 4.1.2 超市业的市场定位及市场开发策略分析 4.1.3 超市零售业投资收益与风险分析 4.1.4 超市的供应链及资金链分析 4.2 购物中心 4.2.1 购物中心概况及特点分析 4.2.2 购物中心的市場定位及市场开发策略分析 4.2.3 购物中心投资收益与风险分析 4.3 百货店 4.3.1 百货店业概况及特点分析 4.3.2 百货店业的市场定位及市场开发策略分析 4.3.3 百货店业投资收益与风险分析 4.4 便利店 4.4.1 便利店概况及特点分析 4.4.2 我国便利店业的市场定位及发展策略分析 4.4.3 我国便利店业投资收益与风险分析 4.5 大卖场 4.5.1 大卖场概况及特点分析 4.5.2 大卖场的市场定位及市场开发策略分析 4.5.3 大卖场投资收益与风险分析 5 中国零售业投资政策环境分析 5.1 WTO政策对零售业

影响 5.2 产业政策对零售业影响 5.2.1 市场准入政策 5.2.2 监管体制 5.2.3 商业改革 5.3 宏观经济政策对零售业的影响 5.3.1 投资政策 5.3.2 财政政策 5.3.3 货币政策 5.3.4 贸易政策 5.4 政策绩效 5.5 政策走向 6 影响零售业发展的战略因素分析 6.1 零售业发展的竞争风险 6.1.1 零售业的市场竞争力分析 6.1.1.1 零售业的市场竞争格局 6.1.1.2 零售业市场竞争优劣势分析 6.1.2 零售业进入退出壁垒分析 6.1.2.1 零售业进入壁垒特性分析 6.1.2.2 零售业退出壁垒分析 6.1.3 我国零售业开展业务的SWOT分析 6.2 中国零售业发展存在的问题 7 中国零售业兼并重组现状分析 7.1 中国零售业兼并重组背景分析 7.2 中国零售业兼并重组特点趋势分析 7.3 中国零售业兼并重组的障碍分析 7.3.1 政策障碍 7.3.2 资金障碍 7.3.3 技术障碍 7.3.4 管理障碍 8 中国主要零售业兼并重组主体竞争力分析 8.1 上海百联 8.1.1 生产销售能力分析 8.1.2 公司财务运营情况 8.1.3 市场竞争力分析 8.1.4 市场销售网络分析 8.1.5 主要客户群体分析 8.1.6 公司发展战略分析 8.1.7 兼并重组趋势分析 8.1.7.1 并购背景分析 8.1.7.2 并购过程分析 8.1.7.3 并购特点分析 8.1.7.4 并购障碍分析 8.1.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.2 大连大商 8.2.1 生产销售能力分析 8.2.2 公司财务运营情况 8.2.3 市场竞争力分析 8.2.4 市场销售网络分析 8.2.5 主要客户群体分析 8.2.6 公司发展战略分析 8.2.7 兼并重组趋势分析 8.2.7.1 并购背景分析 8.2.7.2 并购过程分析 8.2.7.3 并购特点分析 8.2.7.4 并购障碍分析 8.2.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.3 北京国美 8.3.1 生产销售能力分析 8.3.2 公司财务运营情况 8.3.3 市场竞争力分析 8.3.4 市场销售网络分析 8.3.5 主要客户群体分析 8.3.6 公司发展战略分析 8.3.7 兼并重组趋势分析 8.3.7.1 并购背景分析 8.3.7.2 并购过程分析 8.3.7.3 并购特点分析 8.3.7.4 并购障碍分析 8.3.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.4 山东三联 8.4.1 生产销售能力分析 8.4.2 公司财务运营情况 8.4.3 市场竞争力分析 8.4.4 市场销售网络分析 8.4.5 主要客户群体分析 8.4.6 公司发展战略分析 8.4.7 兼并重组趋势分析 8.4.7.1 并购背景分析 8.4.7.2 并购过程分析 8.4.7.3 并购特点分析 8.4.7.4 并购障碍分析 8.4.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.5 北京王府井 8.5.1 生产销售能力分析 8.5.2 公司财务运营情况 8.5.3 市场竞争力分析 8.5.4 市场销售网络分析 8.5.5 主要客户群体分析 8.5.6 公司发展战略分析 8.5.7 兼并重组趋势分析 8.5.7.1 并购背景分析 8.5.7.2 并购过程分析 8.5.7.3 并购特点分析 8.5.7.4 并购障碍分析 8.5.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.6 北京物美 8.6.1 生产销售能力分析 8.6.2 公司财务运营情况 8.6.3 市场竞争力分析 8.6.4 市场销售网络分析 8.6.5 主要客户群体分析 8.6.6 公司发展战略分析 8.6.7 兼并重组趋势分析 8.6.7.1 并购背景分析 8.6.7.2 并购过程分析 8.6.7.3 并购特点分析 8.6.7.4 并购障碍分析 8.6.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.7 苏宁电器连锁集团 8.7.1 生产销售能力分析 8.7.2 公司财务运营情况 8.7.3 市场竞争力分析 8.7.4 市场销售网络分析 8.7.5 主要客户群体分析 8.7.6 公司发展战略分析 8.7.7 兼并重组趋势分析 8.7.7.1 并购

背景分析 8.7.7.2 并购过程分析 8.7.7.3 并购特点分析 8.7.7.4 并购障碍分析 8.7.7.5 企业未来
兼并重组趋势分析 8.8 华联超市 8.8.1 生产销售能力分析 8.8.2 公司财务运营情况 8.8.3
市场竞争力分析 8.8.4 市场销售网络分析 8.8.5 主要客户群体分析 8.8.6 公司发展战略分
析 8.8.7 兼并重组趋势分析 8.8.7.1 并购背景分析 8.8.7.2 并购过程分析 8.8.7.3 并购特点分
析 8.8.7.4 并购障碍分析 8.8.7.5 企业未来兼并重组趋势分析 8.9 上海联华 8.9.1 生产销售能
力分析 8.9.2 公司财务运营情况 8.9.3 市场竞争力分析 8.9.4 市场销售网络分析 8.9.5
主要客户群体分析 8.9.6 公司发展战略分析 8.9.7 兼并重组趋势分析 8.9.7.1 并购背景分
析 8.9.7.2 并购过程分析 8.9.7.3 并购特点分析 8.9.7.4 并购障碍分析 8.9.7.5 企业未来兼并重
组趋势分析 9 国外零售企业在中国的兼并重组趋势分析 9.1 国外零售企业在中国的发展分析
9.1.1 投资趋势 9.1.2 投资区域 9.1.3 投资特点 9.1.4 投资产品结构 9.1.5 市场表现
9.2 沃尔玛在中国投资及兼并重组情况分析 9.2.1 沃尔玛在中国投资情况 9.2.2 沃尔玛核心
竞争力分析 9.2.3 沃尔玛投资与兼并重组趋势分析 9.3 家乐福公司在中国投资及兼并重组情
况分析 9.3.1 家乐福在中国投资情况 9.3.2 家乐福核心竞争力分析 9.3.3 家乐福投资与兼
并重组趋势分析 9.4 易初莲花在中国投资及兼并重组情况分析 9.4.1 易初莲花在中国投资情
况 9.4.2 易初莲花核心竞争力分析 9.4.3 易初莲花投资与兼并重组趋势分析 9.5 德国麦德龙
在中国投资及兼并重组情况分析 9.5.1 麦德龙在中国投资情况 9.5.2 麦德龙核心竞争力分
析 9.5.3 麦德龙投资与兼并重组趋势分析 9.6 荷兰万客龙公司在中国投资及兼并重组情况分
析 9.6.1 万客龙在中国投资情况 9.6.2 万客龙核心竞争力分析 9.6.3 万客龙投资与兼并重
组趋势分析 9.7 华润万佳在中国投资及兼并重组情况分析 9.7.1 华润万佳在中国投资情况
9.7.2 华润万佳核心竞争力分析 9.7.3 华润万佳投资与兼并重组趋势分析 9.8 苏果超市在中
国投资及兼并重组情况分析 9.8.1 苏果超市中国投资情况 9.8.2 苏果超市核心竞争力分析
9.8.3 苏果超市投资与兼并重组趋势分析 9.9 好又多在中国投资及兼并重组情况分析 9.9.1
好又多中国投资情况 9.9.2 好又多核心竞争力分析 9.9.3 好又多投资与兼并重组趋势分析
9.10 百盛在中国投资及兼并重组情况分析 9.10.1 百盛中国投资情况 9.10.2 百盛核心竞争力
分析 9.10.3 百盛投资与兼并重组趋势分析 10 国外零售业之间的兼并重组分析 10.1 国外零
售企业兼并重组案例 10.2 国外零售企业之间的并购对中国市场的影响分析 11 中国零售业区
域性兼并重组机会分析 11.1 环渤海经济区 11.2 长三角经济区 11.3 珠三角经济区 11.4 东北地区
11.5 西南地区 11.6 西北地区 12 中国零售业专业性兼并重组机会分析 12.1 零售企业与上游企
业兼并重组机会分析 12.2 零售企业与下游企业兼并重组机会分析 12.3 零售企业之间兼并重组
机会分析 13 中国零售业规模性兼并重组机会分析 13.1 大型规模企业兼并重组机会分析 13.2
中型规模企业兼并重组机会分析 13.3 小规模企业兼并重组趋势分析 14 中国零售业兼并重组
风险分析 14.1 资产重组情况分析 14.2 人事变动情况分析 14.3 企业管理情况分析 14.4 企业文化

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46284.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。