



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2008年中国百货行业 兼并(并购)重组决策咨询及行 业竞争力分析市场分析及发展趋势

一、调研说明

《2007—2008年中国百货行业兼并(并购)重组决策咨询及行业竞争力分析市场分析及发展趋势》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/70262.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

2007—2008年中国百货行业兼并(并购)重组决策咨询及行业竞争力分析市场分析及发展趋势研究报告

市场分析及发展趋势研究报告目录

第一章：研究概述15

第一节、研究背景15

第二节、研究内容16

第三节、研究方法17

第四节、研究结论18

第二章：全球百货行业发展现状20

第一节、美国百货业20

一、美国百货业整体发展现状20

二、美国百货业经营特点20

三、美国百货业的发展趋势21

四、2006-2007年美国百货收入22

五、2006-2010年美国百货收入预测22

第二节、日本百货业22

一、日本百货业整体发展现状22

二、日本百货业经营特点24

三、日本百货业的发展趋势24

四、2006-2007年日本百货收入26

五、2006-2010年日本百货收入预测27

第三节、东南亚百货27

一、东南亚百货业整体发展现状27

1、泰国市场28

2、越南市场28

二、东南亚百货业经营特点29

1、泰国市场29

2、越南市场29

三、东南亚百货业的发展趋势29

四、2006-2007年东南亚百货收入31

- 1、泰国市场31
- 2、越南市场31
- 五、2006-2010年东南亚百货收入预测31
- 第四节、 欧盟百货业32
 - 一、 欧盟百货业整体发展现状32
 - 二、 欧盟百货业经营特点32
 - 三、 欧盟百货业的发展趋势34
 - 四、 2006-2007年欧盟百货收入34
 - 1、 英国34
 - 2、 罗马尼亚35
 - 五、 2006-2010年欧盟百货收入预测36
- 第三章：中国百货行业现状与发展趋势分析37
 - 第一节、 中国百货行业的现状特点37
 - 一、 经营方式37
 - 二、 市场需求37
 - 三、 规模和经营水平37
 - 四、 市场竞争和环境38
 - 第二节、 中国百货行业发展趋势分析38
 - 一、“特色化、主题化、品牌化”是百货业竞争的显著特点38
 - 二、“连锁化、产业化、集约化”是百货业改造的主要内容39
 - 三、“品牌化、信用化、知识化”是百货业发展的主要手段40
 - 第三节、 中国百货市场供求关系分析41
 - 一、 2006-2007年总体市场发展概况41
 - 二、 2006-2007年总体市场规模情况42
 - 三、 2007-2010年中国百货行业市场规模预测44
- 第四章：中国百货行业投资政策环境分析46
 - 第一节、 宏观政策及产业政策对中国百货行业的影响46
 - 第二节、 WTO对中国百货行业的影响48
- 第五章：影响中国百货行业发展的因素分析52
 - 第一节、 行业生命周期52
 - 第二节、 行业盈利水平53
 - 第三节、 经营管理模式53

第四节、 新型商业态竞相抢占市场份额	54
第五节、 国际商业巨头竞争加剧	55
第六章： 中国百货行业区域性发展现状与兼并重组的预测分析	57
第一节、 华北地区	57
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	57
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	57
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	58
第二节、 华东地区	59
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	59
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	60
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	61
第三节、 华南地区	62
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	62
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	62
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	63
第四节、 华中地区	63
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	63
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	64
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	64
第五节、 西北地区	66
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	66
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	66
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	67
第六节、 西南地区	67
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	67
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	68
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	68
第七节、 东北地区	69
一、 2007-2010年地区百货供需规模预测	69
二、 地区百货行业发展特征与产业格局分析	69
三、 地区百货行业兼并重组趋势与可行性分析	70
第七章： 中国百货行业兼并重组现状分析	71

第一节、中国百货行业兼并重组背景分析	71
一、中国百货行业SWOT分析	71
二、中国百货行业市场升级	72
第二节、中国百货行业兼并重组现状分析	72
第三节、中国百货行业兼并重组案例分析	74
第四节、中国百货行业兼并重组趋势分析	74
第八章：中国百货行业兼并重组的障碍分析	76
第一节、资金障碍	76
第二节、人力资源障碍	77
第三节、企业管理障碍	78
第四节、经营风险障碍	79
第五节、政策障碍	79
第九章：国外百货企业兼并重组案例分析	80
第一节、沃尔玛收购好又多35%股权	80
一、兼并重组动机与价值分析	80
二、兼并重组过程分析	81
三、兼并重组方案与成败经验分析	81
四、兼并重组整合战略分析	83
第二节、麦德龙收购沃尔玛在德85家百货分店	84
一、兼并重组动机与价值分析	84
二、兼并重组过程分析	85
三、兼并重组方案与成败经验分析	85
四、兼并重组整合战略分析	85
第三节、意大利文艺复兴百货公司收购法国春天百货公司	86
一、兼并重组动机与价值分析	86
二、兼并重组过程分析	87
三、兼并重组方案与成败经验分析	87
四、兼并重组整合战略分析	87
第四节、伊势丹并购三越	88
一、兼并重组动机与价值分析	88
二、兼并重组过程分析	88
三、兼并重组方案与成败经验分析	89

四、兼并重组整合战略分析89

第十章：国外百货企业在中国兼并重组趋势分析91

第一节、国外百货企业在中国的发展分析91

一、投资特点91

二、投资区域92

三、市场表现92

四、投资趋势94

第二节、沃尔玛零售百货95

一、投资情况95

二、核心竞争力分析96

三、兼并重组趋势与可能性分析97

第三节、家乐福零售百货97

一、投资情况97

二、核心竞争力分析98

三、兼并重组趋势与可能性分析99

第四节、荷兰万客隆百货100

一、投资情况100

二、核心竞争力分析101

三、兼并重组趋势与可能性分析101

第五节、德国麦德龙百货102

一、投资情况102

二、核心竞争力分析103

三、兼并重组趋势与可能性分析104

第六节、日本太平洋百货104

一、投资情况104

二、核心竞争力分析105

三、兼并重组趋势与可能性分析105

第七节、日本久光百货106

一、投资情况106

二、核心竞争力分析106

三、兼并重组趋势与可能性分析107

第八节、韩国新世界百货107

- 一、投资情况107
- 二、核心竞争力分析108
- 三、兼并重组趋势与可能性分析109
- 第九节、马来西亚百盛百货109
 - 一、投资情况109
 - 二、核心竞争力分析110
 - 三、兼并重组趋势与可能性分析111
- 第十一章：即将进入中国的百货企业分析112
 - 第一节、美国Sears百货112
 - 一、经营情况分析112
 - 二、核心竞争力分析113
 - 三、进入中国的背景与动机分析114
 - 四、在中国的投资趋势以及可能性分析115
 - 第二节、J.C. Penney115
 - 一、经营情况分析115
 - 二、核心竞争力分析116
 - 三、在中国的投资趋势以及可能性分析117
 - 第三节、塔吉特118
 - 一、经营情况分析118
 - 二、核心竞争力分析119
 - 三、在中国的投资趋势以及可能性分析120
 - 第四节、日本永旺集团120
 - 一、经营情况分析120
 - 二、核心竞争力分析120
 - 三、在中国的投资趋势以及可能性分析121
- 第十二章：中国百货行业兼并重组并购案例分析122
 - 第一节、第一百货与华联商厦合并的案例122
 - 一、兼并重组动机与价值分析122
 - 二、兼并重组过程分析123
 - 三、兼并重组方案与成败经验分析123
 - 四、兼并重组整合战略分析124
 - 第二节、王府井百货兼并徐州华联商厦的案例124

- 一、兼并重组动机与价值分析124
- 二、兼并重组过程分析125
- 三、兼并重组方案与成败经验分析125
- 四、兼并重组整合战略分析125
- 第三节、上海百联集团的重组案例126
 - 一、兼并重组动机与价值分析126
 - 二、兼并重组过程分析126
 - 三、兼并重组方案与成败经验分析127
 - 四、兼并重组整合战略分析128
- 第四节、物美集团收购银川新华百货的案例129
 - 一、兼并重组动机与价值分析129
 - 二、兼并重组过程分析129
 - 三、兼并重组方案与成败经验分析130
 - 四、兼并重组整合战略分析130
- 第五节、华润集团并购万佳百货的案例131
 - 一、兼并重组动机与价值分析131
 - 二、兼并重组过程分析131
 - 三、兼并重组方案与成败经验分析132
 - 四、兼并重组整合战略分析132
- 第六节、银泰百货收购百大集团的案例133
 - 一、兼并重组动机与价值分析133
 - 二、兼并重组过程分析134
 - 三、兼并重组方案与成败经验分析134
 - 四、兼并重组整合战略分析135
- 第十三章：中国主要百货行业兼并重组并购主体竞争力分析136
 - 第一节、上海百联有限公司136
 - 一、企业简介及经营业绩136
 - 二、资本运营情况136
 - 三、销售能力分析136
 - 四、发展战略分析136
 - 五、兼并重组趋势137
 - 第二节、上海开开百货有限公司137

一、企业简介及经营业绩137

二、资本运营情况137

三、销售能力138

四、发展战略分析138

五、兼并重组趋势139

第三节、上海豫园商城有限公司139

一、企业简介及经营业绩139

二、资本运营情况139

三、销售能力139

四、发展战略分析140

五、兼并重组趋势140

第四节、太平洋百货有限公司140

一、企业简介及经营业绩140

二、资本运营情况140

三、销售能力141

四、发展战略分析142

五、兼并重组趋势142

第五节、北京王府井百货公司142

一、企业简介及经营业绩142

二、资本运营情况142

三、销售能力143

四、发展战略分析143

五、兼并重组趋势144

第六节、北京西单商场144

一、企业简介及经营业绩144

二、资本运营情况144

三、销售能力145

四、发展战略分析145

五、兼并重组趋势146

第七节、新华百货公司146

一、企业简介及经营业绩146

二、资本运营情况146

- 三、销售能力146
- 四、发展战略分析146
- 五、兼并重组趋势147
- 第八节、广州友谊147
 - 一、企业简介及经营业绩147
 - 二、资本运营情况147
 - 三、销售能力147
 - 四、发展战略分析147
 - 五、兼并重组趋势148
- 第九节、重庆百货大楼股份有限公司148
 - 一、企业简介及经营业绩148
 - 二、资本运营情况148
 - 三、销售能力148
 - 四、发展战略分析149
 - 五、兼并重组趋势149
- 第十节、深圳天虹百货有限公司149
 - 一、企业简介及经营业绩149
 - 二、资本运营情况149
 - 三、销售能力151
 - 四、发展战略分析151
 - 五、兼并重组趋势与可行性分析151
- 第十四章：中国百货行业规模性兼并重组并购机会分析153
 - 第一节、大型规模百货企业兼并重组机会分析153
 - 一、上海开开商城有限公司153
 - 1、兼并重组可行性分析153
 - 2、兼并重组价值分析153
 - 二、太平洋百货有限公司153
 - 1、兼并重组可行性分析153
 - 2、兼并重组价值分析154
 - 三、北京西单商场154
 - 1、兼并重组可行性分析154
 - 2、兼并重组价值分析155

四、广州友谊商场155

1、兼并重组可行性分析155

2、兼并重组价值分析156

第二节、中小型规模百货企业兼并重组机会分析156

一、合肥百货156

1、兼并重组可行性分析156

2、兼并重组价值分析156

二、武汉中百157

1、兼并重组可行性分析157

2、兼并重组价值分析157

三、武汉中商158

1、兼并重组可行性分析158

2、兼并重组价值分析158

四、沈阳春天百货159

1、兼并重组可行性分析159

2、兼并重组价值分析159

五、重庆三利百货160

1、兼并重组可行性分析160

2、兼并重组价值分析161

六、重庆立洋百货161

七、杭州昊天百货162

1、兼并重组可行性分析162

2、兼并重组价值分析162

八、北京中友百货162

1、兼并重组可行性分析162

2、兼并重组价值分析163

九、北京君太百货163

第十五章：中国百货行业兼并重组并购风险分析及防范建议164

第一节、并购财务风险分析及防范建议164

1、选择最有利的融资方式166

2、改善经营机制，努力实现借入资金变为自有资金的置换166

3、充分考虑投资收益不低于银行存款利率166

第二节、企业管理风险分析及防范建议	166
第三节、企业文化风险分析及防范建议	167
第四节、企业经营风险分析及防范建议	170
第十六章：中国百货行业兼并重组并购建议	173

报告图表目录

图表 1：百货行业兼并重组研究内容	13
图表 2：中国百货行业SWOT分析	15
图表 3：2004-2007年美国零售业总额	19
图表 4：2004-2007年日本百货行业零售总额	24
图表 5：2004-2010年日本百货行业零售总额	24
图表 6：2004-2007年越南零售业总额	28
图表 7：世界零售商500强价值变化情况	30
图表 8：2003-2007年英国零售业总额	32
图表 9：2004-2007年罗马尼亚零售业总额	32
图表 10：2001-2007年大中型百货零售企业人均效率	35
图表 11：2001-2007年中国百货行业规模以上企业总数	39
图表 12：2000-2007年中国百货行业销售规模	40
图表 13：2001-2007年中国百货行业利润总额	40
图表 14：2007年中国百货企业区域分布情况	41
图表 15：2001-2010年中国百货行业销售规模	41
图表 16：2001-2010年中国百货行业利润总额	42
图表 17：2001-2007年中国社会消费品零售总额	43
图表 18：2003-2007年内外资百货零售业市场份额	47
图表 19：2001-2007年中国百货行业盈利指标	50
图表 20：中国百货企业主要经营模式	51
图表 21：中国零售行业有店铺业态分类及特征	51
图表 22：部分在华投资的百货企业	53
图表 23: 2005-2010年华北地区百货行业销售收入	54
图表 24：2007年华北地区百货企业分布情况	55
图表 25：2007年北京百货主营业务收入前十位企业	55
图表 26: 2005-2010年华东地区百货行业销售收入	57
图表 27：2007年华东地区百货企业分布情况	57

图表 28: 2005-2010年华南地区百货行业销售收入59

图表 29 : 2007年华南地区百货企业分布情况59

图表 30: 2005-2010年华中地区百货行业销售收入61

图表 31 : 2007年华中地区百货企业分布情况61

图表 32: 2005-2010年西北地区百货行业销售收入63

图表 33 : 2007年西北地区百货企业分布情况64

图表 34: 2005-2010年西南地区百货行业销售收入65

图表 35 : 2007年西南地区百货企业分布情况65

图表 36: 2005-2010年东北地区百货行业销售收入66

图表 37 : 2007年东北地区百货企业分布情况67

图表 38 : 百货行业SWOT分析68

图表 39 : 近年百货企业兼并重组的案例70

图表 40 : 王府井百货兼并重组案例71

图表 41 : 百货行业兼并重组并购的趋势72

图表 42 : 百货零售业并购资金来源特点及可行性分析73

图表 43 : 沃尔玛收购好又多35%股权的动机与价值77

图表 44 : 沃尔玛收购好又多股权策略的优势78

图表 45 : 沃尔玛收购好又多股权的整合风险80

图表 46 : 麦德龙收购沃尔玛在德分店并购动机与价值81

图表 47 : 意大利文艺复兴百货公司收购法国春天百货的并购动机与价值83

图表 48 : 伊势丹并购三越的并购动机与价值85

图表 49 : 伊势丹和三越的整合风险和可能策略87

图表 50 : 2003-2007年外资零售企业在中国零售业百强中的席位90

图表 51 : 2003-2007年内外资百货零售业市场份额90

图表 52 : 2002-2007年沃尔玛在中国的采购额 亿美元93

图表 53: 2004-2007年西尔斯公司销售额109

图表 54 : 2004-2007年西尔斯公司净利润 亿美元109

图表 55 : 2004-2007年西尔斯公司净利润率110

图表 56 : 2004-2007年J.C. Penney Co. Inc公司销售额112

图表 57 : 2004-2007年J.C. Penney Co. Inc公司净利润 亿美元112

图表 58 : 2004-2007年J.C. Penney Co. Inc公司净利润率113

图表 59 : 2004-2007年Target Corp公司销售额115

图表 60 : 2004-2007年Target Corp公司净利润 亿美元115

图表 61 : 2004-2007年Target Corp公司净利润率116

图表 62 : 第一百货与华联商厦合并背景、动机与价值分析119

图表 63 : 王府井百货兼并徐州华联背景、动机与价值分析121

图表 64 : 上海百联集团的重组背景、动机分析123

图表 65 : 物美收购银川新华百货的收购背景、动机与价值分析126

图表 66 : 物美兼并重组过程126

图表 67 : 华润集团并购万佳百货的并购背景、动机与价值分析128

图表 68 : 银泰百货收购百大集团公司背景、动机与价值分析130

图表 69 : 上海开开百货经营与资本运营状况134

图表 70 : 豫园商城资本运营情况136

图表 71 : 豫园商城经营能力136

图表 72 : 豫园商城的发展战略137

图表 73 : 太平洋百货在国内的销售网络图138

图表 74 : 王府井百货资本运营情况139

图表 75 : 企业发展合作内容141

图表 76 : 企业经营和资本运营事项146

图表 77 : 天虹公司拓展计划148

图表 78 : 开开商城经营状况150

图表 79 : 西单商城经营状况151

图表 80 : 广州友谊商场经营状况152

图表 81 : 合肥百货经营状况153

图表 82 : 武汉中百经营状况154

图表 83 : 武汉中商经营状况155

图表 84 : 春天百货重要经营与资本运营状况156

图表 85 : 重庆三利营销网络158

图表 86 : 融资风险管理途径示意图161

图表 87 : 风险控制的主动与被动关系162

图表 88 : 融资风险防范步骤162

图表 89 : 兼并重组的管理风险164

图表 90 : 兼并重组后软资产价值164

图表 91 : 并购重组中的文化冲突四阶段165

图表92：兼并重组的企业文化风险167
图表 93：兼并重组后战略整合计划167
图表94：兼并重组的企业战略风险168
图表 95：百货零售业并购重组中的业务风险分析168
图表 96：百货零售业休克鱼式并购的可行性170
.....
A044

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70262.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专业提供投资咨询报告、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。