



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007中国超市连锁兼并重组决策报告

一、调研说明

《2006-2007中国超市连锁兼并重组决策报告》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/70280.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

第一章 研究概述

- 1、研究背景
- 2、研究内容
- 3、研究方法
- 4、研究团队
- 5、研究结论

第二章 全球超市连锁行业发展状况和特征分析

第一节全球超市连锁行业的发展特征分析

第二节全球超市连锁行业的供求格局

- 1、2006-2007年全球超市连锁行业的格局分析
- 2、2006-2007年全球超市连锁行业的市场规模发展分析
- 3、2007-2010年全球超市连锁行业需求趋势分析

第三节全球超市连锁行业的竞争格局分析

- 1、2006-2007年全球超市连锁行业的竞争集中度分析
- 2、2006-2007年全球超市连锁行业规模竞争格局分析
- 3、2007-2010年全球超市连锁企业供给规模预测

第四节全球超市连锁行业主要国家和地区发展状况

- 1、美国
- 2、欧盟
- 3、日本

第三章 中国超市连锁行业的现状与发展趋势分析

第一节中国超市连锁行业的现状及特点分析

- 1、中国超市连锁行业市场特征分析
- 2、2006-2007年中国超市连锁行业市场现状
- 3、2006-2007年中国超市连锁行业市场结构分析
- 4、中国超市连锁行业竞争格局分析

第二节中国超市连锁行业的市场发展趋势分析

- 1、中国超市连锁行业的主要发展趋势
- 2、2007-2010年中国超市连锁行业的发展趋势预测

第四章 中国超市连锁行业发展的政策环境分析

第一节宏观经济环境

第二节产业政策环境

第五章 影响超市连锁行业发展的战略因素分析

第一节影响中国超市连锁行业发展的风险分析

- 1、宏观经济发展
- 2、区域经济发展
- 3、货款支付和回笼政策
- 4、物流管理水平

第二节中国连锁超市行业发展存在的问题

第六章 超市连锁行业的区域分析

第一节长三角区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析
- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第二节珠三角区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析
- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第三节环渤海区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析
- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第四节中部区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析
- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第五节西部区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析

- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第六节 东北区域

- 1、2007-2010年地区连锁企业供需总量分析
- 2、地区超市连锁行业发展特征与产业格局分析
- 3、地区超市连锁行业区域竞争格局及主体分析
- 4、地区超市连锁行业兼并重组趋势与可行性分析

第七章 中国超市连锁行业兼并重组现状分析

- 1、中国超市连锁行业兼并重组背景分析
- 2、中国超市连锁行业兼并重组现状分析
- 3、中国超市连锁企业兼并案例分析
- 4、中国超市连锁行业兼并重组趋势分析

第八章 中国超市连锁行业兼并重组的障碍分析

- 1、资金障碍
- 2、渠道障碍
- 3、管理障碍

第九章 国外超市连锁行业兼并重组案例分析

第一节 沃尔玛收购英国连锁超市Asda

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第二节 英国WmMorrison收购英国第四大超市集团Safeway公司

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第三节 英国最大超市连锁集团特易购收购乐购超市集团

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析

4、兼并重组整合战略分析

第四节美国零售业巨头凯马特(Kmart)公司收购Sears零售集团

1、兼并重组动机与价值分析

2、兼并重组过程分析

3、兼并重组方案与成败经验分析

4、兼并重组整合战略分析

第十章 外资超市连锁企业在中国的兼并重组趋势分析

第一节外资进入中国对中国超市连锁行业的影响

1、投资特点

2、投资区域

3、市场表现

4、投资产品结构

5、投资趋势

第二节沃尔玛

1、在中国的投资及发展情况

2、公司核心竞争力分析

3、在中国的兼并重组案例及趋势分析

第三节家乐福

1、在中国的投资及发展情况

2、公司核心竞争力分析

3、在中国的兼并重组案例及趋势分析

第四节易初莲花

1、在中国的投资及发展情况

2、公司核心竞争力分析

3、在中国的兼并重组案例及趋势分析

第五节麦德龙

1、在中国的投资及发展情况

2、公司核心竞争力分析

3、在中国的兼并重组案例及趋势分析

第六节欧尚

1、在中国的投资及发展情况

2、公司核心竞争力分析

3、在中国的兼并重组案例及趋势分析

第十一章 国内超市连锁企业兼并重组案例分析

第一节 大商集团控股石家庄北国人百集团

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第二节 物美并购美廉美

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第三节 物美并购超市发

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第四节 联华超市收购广西最大连锁超市佳用

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第五节 联华超市并购中百超市

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第六节 华润控股苏果

- 1、兼并重组动机与价值分析
- 2、兼并重组过程分析
- 3、兼并重组方案与成败经验分析
- 4、兼并重组整合战略分析

第十二章 中国连锁超市兼并主体竞争力分析

第一节 百联(集团)有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第二节 大连大商集团有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第三节 物美控股集团有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第四节 农工商超市(集团)有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第五节 北京华联集团投资控股有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第六节 北京京客隆商业集团股份有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第七节 武汉中百集团股份有限公司

- 1、经营情况分析
- 2、店铺布局及主要发展区域
- 3、核心竞争力分析
- 4、运营模式
- 5、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第十三章 中国超市连锁行业兼并重组并购机会分析

第一节 超市连锁行业纵向重组机会分析

第二节 超市连锁行业横向重组机会分析

第三节 超市连锁行业区域性兼并重组机会分析

第四节 超市连锁行业区域性兼并重组案例分析

第十四章 超市连锁行业规模性兼并重组机会分析

第一节 大型规模企业兼并重组机会分析

1、物美

1.1 企业发展战略分析

1.2 企业战略发展瓶颈分析

1.3 兼并重组可能性分析

2、百联

2.1 企业发展战略分析

2.2 企业战略发展瓶颈分析

2.3 兼并重组可能性分析

3、大商

3.1 企业发展战略分析

3.2 企业战略发展瓶颈分析

3.3 兼并重组可能性分析

4、农工商

4.1 企业发展战略分析

4.2企业战略发展瓶颈分析

4.3兼并重组可能性分析

5、京客隆

5.1企业发展战略分析

5.2企业战略发展瓶颈分析

5.3兼并重组可能性分析

6、武汉中百

6.1企业发展战略分析

6.2企业战略发展瓶颈分析

6.3兼并重组可能性分析

第二节中小型规模企业兼并重组机会分析

1、成都红旗连锁超市有限公司

1.1兼并重组可行性分析

1.2兼并重组价值分析

2、上海如海超市连锁有限公司

2.1兼并重组可行性分析

2.2兼并重组价值分析

3、临安市钱王超市有限公司

3.1兼并重组可行性分析

3.2兼并重组价值分析

4、浙江民丰超市有限公司

4.1兼并重组可行性分析

4.2兼并重组价值分析

5、杭州华辰超市有限公司

5.1兼并重组可行性分析

5.2兼并重组价值分析

6、九头崖连锁超市

6.1兼并重组可行性分析

6.2兼并重组价值分析

7、成都红艳超市有限公司

7.1兼并重组可行性分析

7.2兼并重组价值分析

8、西安爱家商贸有限公司

8.1兼并重组可行性分析

8.2兼并重组价值分析

9、上海家得利超市有限公司

9.1兼并重组可行性分析

9.2兼并重组价值分析

10、广州兴安超市有限公司

10.1兼并重组可行性分析

10.2兼并重组价值分析

第十五章 中国超市连锁行业兼并重组风险分析

第一节、财务风险分析

第二节、供应链整合风险分析

第三节、信息系统合并风险分析

第四节、企业文化整合风险

第十六章 中国超市连锁行业兼并重组建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70280.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。