

2006年 - 2007年中国超市连锁行业兼并(并购)重组决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年 - 2007年中国超市连锁行业兼并(并购)重组决策分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2988129881.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；摘要：1.中国超市连锁行业发展现状及兼并重组并购背景分析2006年,中国零售业延续了上年的高景气度，处于增速稳步提高的上升通道中运行。2005年中国社会消费品零售总额实际增长了12%，为1997年以来的最高位，而2006年这一增速在稳步提升：前三季度，社会消费品零售总额实际增长率达12.6%，比上年同期加快0.6个百分点。2006~2010年间，中国零售业将保持8%~10%的平稳增长。2006年上半年，全国1000家重点流通企业零售额比上年同期增长16.3%。其中，大型百货店零售额增长1.7%，大型综合超市零售额增长17.6%。随着中国个人收入的增长，将会刺激居民在超市连锁店的支出，从而保证连锁企业的利润增长。2005年中国前30家连锁企业共实现销售额4910.4亿元，比2004年同期增长30.9%；店铺总数为16665个，比2004年同期增长20.7%。（其中，直营店的销售额为4099.6亿元，占销售总额的86.9%。）所统计的14家企业的税前利润总额比去年同期增长31.4%。百联集团有限公司（商业连锁部分）以720.7亿元销售额、6345家店铺的业绩稳居第一，销售额与店铺数分别比2004年同期增长7.2%和15.4%。随着中国商业领域对外开放不断深入，外资超市连锁企业纷纷登陆中国，目前，全球50家最大的零售企业中已有40家左右进入中国。并且外资超市已基本完成从点到线再到面的战略布局，随之而来的必然是增店扩容时期。从地区上看，外资企业不仅停留在一级城市，而且在二级城市、西部地区都有明显的扩张。外资连锁零售企业在国内一些中心城市，已经占据了主导地位。截至2005年底，上海市家乐福、麦德龙、沃尔玛、欧尚、易初莲花等9家外资大超市企业在上海拥有67家门店，占上海大型超市总数的53%，零售额达163亿元，占上海该业态零售总额的76%。2005年，10家以大型超市为主要业态的外资企业共新增大型超市120家，以北京为中心，向东北、西北延伸；以广州、深圳为中心，向西南延伸；在中部，沿长江延伸。2005年主要外资连锁零售企业基本情况序 企业名称 来自国别及地区 销售规模（万元） 门店数量（个）1 家乐福 法国 1743580 702 沃尔玛 美国 993370 563 易初莲花 泰国 1006000* 614 乐购 英国 792000 395 锦江麦德龙 德国 754633 276 欧尚超市 法国 500000* 137 好又多 台湾 500000* 1072006年超市连锁行业的总体情况（1）、行业集中度进一步提高从总体规模看，近几年，100强企业的总销售规模平均增幅超过30%，占社会消费品零售总额的比重从2002 - 2006年，分别为6.0%、7.8%、9.3%、10.5%和11.2%，五年内将近翻了一番。2006年，100强中的前10家企业总销售规模达4073亿元，占100强总销售规模的48%，比2005年提高了4个百分点；前30家企业的总销售规模达6396亿元，占100强的75%。从单个企业看，100强企业平均销售规模为85.5亿元,平均拥有店铺510家（剔除个别企业超常规发展因素），2005年则分别为

70.8亿元和383家店。2006年，100强企业中最后一位销售规模达11.8亿元，比2005年的最后一位增长44%，比2004年增长145%。从业态情况看，家电专业店一枝独秀，有5家家电企业入围前30强，即国美、苏宁、五星、大中、宏图三胞，其销售规模和店铺数量的增幅分别为56%和54%，远高于其它业态。(2)、外资零售企业发展活跃一是开店速度快。2006年，家乐福新开33家店，沃尔玛新开15家店，麦德龙新开6家。以经营大型超市为主的11家外资零售商（家乐福、大润发、沃尔玛、好又多、易初莲花、麦德龙、乐购TESCO、百佳、欧尚、永旺、华糖）新开店数量超过100家，也超过了上年同期水平。二是并购力度大。在快速开店的同时，外资企业普遍采取了并购的扩张方式。其中，比较具有代表性的是百思买控股江苏五星电器，家得宝并购家世界家居，特易购增资并控股乐购，百盛收购输出管理百货店等。在这些并购案例中，并购企业实力强，涉及金额大，并购的战略意图明显。此外，在现有的中外合资公司内，外方通过收购合作公司的股权，加快了独资经营的步伐。三是效益水平高。18家以国外品牌经营零售企业，店铺数量增幅只有20%，不及100强平均水平，但销售规模增幅却达27%，高于100强平均水平。其中11家以经营大型超市（包括会员店）为主的外资企业共经营567家大型超市，比2005年增加102家门店。单店销售规模为2.15亿元,同比增长5%，大大高于国内同业态店铺的销售。(3)、企业盈利水平普遍改善2006年100强企业总销售规模同比增长25%，增幅分别比2005年和2004年降低8%和9%，但企业的效益水平普遍改善。首先，百货业态效益大幅提高。如北京王府井百货（集团）股份有限公司店铺数量仅增长了14%，销售规模却上升了29%，其中上市公司部分净利润1.81亿元，同比增长570.37%。百盛集团上市公司部分的经营利润增幅达78.2%。其它以百货业态为主的企业，毛利水平和净利润也都有不同程度的提高。其次，超市业态盈利能力明显增强。以超市和大型超市为主要业态（不包括百货店和便利店）的企业，店铺数量和销售规模保持同步增长，增幅均为19%。总体库存周转次数由上年的平均11.7次，增加到12.2次。毛利率由12.6%提高到12.9%。自有品牌商品销售规模达到43.5亿元，比上年增长52%。便利店企业的平均毛利率也由2005年的16.8%提高到2006年的17.7%，库存年平均周转次数由20次增加到24次。效益提高的原因主要有两个方面，其一是经营管理水平的提高，包括采用新的管理技术，不断创新经营，强化控制成本等；其二是消费环境的改善，这对百货店业态的影响尤为明显。(4)、区域优势企业份额持续扩大2006年100强企业中，有58家是以区域发展为主的企业，比2005年增加了4家，其中北京、山东、江苏各有7家。2006年，58家企业共实现销售规模2660亿元，店铺数23700个，占100强的比重为31%和34%，分别比2005年增长了21%和23%。区域性企业一般在本地区占有较大的市场份额。以进入100强的三家山东企业为例，2006年，山东家家悦超市有限公司销售规模(注：含部分威海市外门店销售额)占威海市社会消费品零售总额的19%，利群集团股份有限公司和青岛维客集团股份有限公司两家企业的总销售规模则占青岛，特许经营发展迅速。在2006年100强企业中，共有46家开展了特许经营（2005年为41家），特许经营的销售规模达1020亿元，比2005年增长了27%，占100强总销售规模的比重为11%。2006年100强企业共有加盟店4.1万个，超过了开展特许经营企

业的直营店数量，比2005年翻了一番，占100强总店数的59%。开展特许经营较多的业态和业种是便利店、农村超市、餐饮企业等。(6)、行业地位和责任提升2006年是政府出台零售业相关政策法规最多的一年，涉及到并购、促销、工商关系、食品安全、农村商业、特许经营、分等定级等内容，从规划、规章、规定等多个层面，坚持规范与促进并举，成为零售业和连锁经营健康快速发展的外部助推力。连锁100强中部分企业店铺数出现超常规增长，其中一个重要原因是商务部“万村千乡市场工程”实施后，农村店增长迅速，如新合作商贸连锁有限公司一年内新增门店15200家。2.中国超市连锁行业兼并重组动因目前，中国零售行业的集中度仍处于较低水平，2005年，中国连锁零售前100名的总销售额占社会消费品零售总额的10.5%，而美国前10名零售企业的市场集中度就在18%以上。低集中度下的高竞争使得中国零售行业的利润水平不高，行业平均毛利率在15%左右（其中百货店平均为17%左右，超市类平均为15%左右，家电连锁的综合毛利率在14%左右），这与美国30%的零售行业平均毛利率水平相比，存在较大差距。这种现状进一步催生了并购交易未来进一步增长的可能性。中国超市连锁企业兼并重组案例：时间 并购涉及企业 并购交易项目2006年2月 物美并购美廉美 物美出资3.7亿元收购美廉美75%的股份。2006年4月 沃尔玛并购好又多 沃尔玛渐进性整体收购好又多。计划分两个阶段进行，第一阶段先收购好又多30家直营店，收购金额约2亿美元；第二阶段由好又多对其非直营店整改，未来3年内，达到要求后由沃尔玛再行收购。此次收购成功后，沃尔玛在华的门店数将一举赶上长期领先的对手家乐福。

2005年9月

联华超市并购中百超市

联华超市并购无锡连锁超市中百超市14家门店。2005年6月 联华超市增资控股广西联华 联华超市向广西联华注资人民币1.07亿元并承担原投资方欠广西联华的债务人民币9230.6万元，从而获得增资后的广西联华95%的股权。2004年5月 华润控股苏果超市 华润创业以3.1亿元人民币收购江苏果品食杂附属公司苏果超市24.25%的股权。至此，华润创业对苏果股份增至73.5%。2004年4月 物美收购超市发25%股权 物美以每股3.2元的价格，购买超市发股份公司25.03%的股权。关于超市连锁行业兼并重组的动因，世纪认为：一、外资的进入是推动连锁超市行业加快整合的最大动力。并购将是外资连锁超市企业打开中国市场最快的途径，一方面可规避因选择全新投资方式而引起的竞争和风险，同时还可以拿到理想的店面。自2004年底对外资进入零售业解禁后，2005年就有187家外资零售企业获准设立，其中64%为外商独资。HEADING-CENTURY分析认为外资零售巨头已完成在中国的战略部署，并形成领先优势，今后三至五年内将是其大举扩张、联合、兼并和重组的关键时期。二、相对而言，中国本土连锁超市企业存在竞争无序，营销手段单一、商品趋同，店铺缺乏特色、人才缺乏，人员流动频繁、主体规模偏小，行业零散度高、经营管理落后，品牌价值能力低等问题。世纪分析认为面对外资企业的挑战，中国连锁超市企业也必须强化资本运营，力争规模效益，通过强强联合、收购兼并、优化组合、扩大规模，有效降低企业各方面成本，形成自身的核心竞争力。3.中国超市连锁行业兼并重组趋势分析根据加入WTO相关协议，中国自2005年开始已全面放开了国内零售业市场，签署了《外商投资商业领域管理办法》，国

内零售业也不再享受政府的保护；2006年1月31日，《外国投资者对上市公司战略投资管理办法》开始施行，该办法明确外资可通过具有一定规模的中长期战略性并购投资已完成股权分置改革的上市公司和股改后新上市公司的A股股份。对外资并购A股公司政策上的解禁，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。这些都加快外资流通企业在中国市场的全方位扩张。外资的兼并重组趋势体现在：首先，根据中国加入WTO的相关承诺，外资零售企业在进入中国市场的股权比例、设立形式、数量和区域限制都将取消，外资的进入将更为畅通；其次，外资零售业的扩张将由探索期和适应期转向战略发展期，先期在中国进行试点合资的外资企业，基本完成中国本土化试点阶段，纷纷制定发展战略计划，加快其发展步伐；第三，扩张的地域从开放试点城市转向具有战略意义的所有大中型城市和经济中心城市；第四，由单点扩张向资本运营转变、控股、并购和整体收购，将成为外资进入流通市场的主要形式。同国外的连锁超市公司相比，中国的连锁超市规模明显偏小。未来几年，在政策上中国将继续鼓励大型本土零售企业并购、重组，培养一批具有国际竞争力的大型企业集团。上海百联集团整合联华、华联，可以看做是在国家产业政策的引导下，用市场的手段做大做强企业的一个事例。加快产业整合和收购兼并，将是中国连锁超市企业扩大自身规模、实现效益梯度增长的有效方式。2006年零售业成为中国经济发展的热门领域，这与连锁经营这种现代经营方式的应用密不可分。世纪分析认为行业地位越高，社会给予行业的关注就越多。2006年连锁100强企业与资本市场关系更加紧密，有22家为上市公司或具有上市公司背景，一些100强企业成为收购或被收购的对象。

目录：

2006年 - 2007年中国超市连锁行业兼并(并购)重组决策分析报告第一章	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Wm Morrison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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2988129881.html>