

2013-2018年中国百货市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国百货市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/maoyi1310/C44775DZDR.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国百货市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、国家商务部、博思数据研究中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及百货专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国百货业的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业并购重组等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对百货市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据百货业并购重组的发展轨迹对百货业未来并购重组的趋势作了审慎的判断，为百货业投资者寻找新的投资机会。最后阐明百货业的并购重组风险，以供投资决策者参考。

2012年，虽然中国GDP首次突破50万亿元，同比增长7.8%，但零售行业总体增速有所放缓，社会消费品零售总额较上年下降2.8个百分点。受整体经济大环境的不景气，居民消费信心长期不振，加上消费政策刺激力度偏弱，居民消费意愿普遍不强，总体消费市场较为低迷。

2012年全年，百货、超市、专业店三大业态销售增速较上年均有下滑。据商务部监测数据显示，全年重点零售企业百货业态销售同比增长10.3%，较上年20.1%的增速下降近10个百分点；超市同比增长8.7%，增速较上年下降6.2个百分点；专业店同比增长5.3%，增速较上年下降5.6个百分点。

而随着网络技术快速发展，网上购物商品丰富、价格低廉等优势呈现，在消费市场总体增长放缓的形势下，电子商务的高速增长攫取了有限的市场份额，冲击零售实体店的销售。

2012年，中国传统百货业的日子很不好过，面临百货自身的盈利水平与盈利能力大幅下降、运营成本费用加大以及网购抢占市场份额等压力。根据统计数据，已公布业绩的单纯百货企业中，销售总额的增长幅度大部分都在10%以下，广百股份、百盛百货、成商集团等的净利润大幅下降，同比分别下降幅度达到了9.75%、25.60%、23.03%。

从经营方式来说，中国百货与外国百货区别很大，无论从租赁保底，到联营扣点，对零售商而言只是一份“二房东”管理，对供应商而言只是一个直销窗口。这种经营方式形成于上个世纪八九十年代，传统百货商店经历了一个放弃经销、代销商品，全面转向联营、引厂进店甚至场地出租方式的转型，实际上成为“二房东”。这是在传统大型综合百货商场为减轻历史包袱，向供应商推卸经营成本，实施利润最大化的持续压力情况下形成的。而国外百货店经营的商品大多实行买断经营，按专业化类别化特色化细分市场定位，并直接进行顾客服务和经销商品的信息及物流服务，形成物流百货、品类百货、折扣百货、流行百货、精品百货等不同业态类型。

我国百货业商品同质化十分严重。品牌重合率高、商品大同小异。顾客走进任何一家相同层次的百货店往往会看到很多的品牌几乎每家都有、可供挑选的款式也基本一样。而商品作为百货店经营的主要客体，是吸引消费者的重要因素。商品没有特色，百货店的竞争优势就很难体现出来，更不用说吸引消费者的关注。从而导致百货店经营的商品总是随大流、千篇一律；最终，各百货店之间的竞争不得不靠打折促销等价格战手段，恶性竞争到亏本的惨境。

在新的市场环境下，百货企业向专业店或购物中心业态转型，或者多业态经营是一个发展趋势。据统计，在国内零售百强中，进行多业态转变的百货企业市场份额在逐年增长，这也充分表明百货企业多业态发展的可行性与有效性。百货商店不仅展示着新生活的画面，还勾画了未来新生活图景。

第一章 2012-2013年全球百货行业运行状况浅析

第一节 美国百货业

- 一、美国百货业整体简况
- 二、美国百货业经营特点
- 三、美国百货收入情况分析
- 四、美国百货业的发展趋势

第二节 日本百货业

- 一、日本百货业经营特点
- 二、日本百货两巨头并购:崇光百货总店将被大丸收购
- 三、近几年日本百货收入情况分析
- 四、日本百货业发展呈现三大趋势

第三节 欧盟百货业

- 一、欧盟百货业整体发展现状
- 二、欧盟百货业经营特点
- 三、欧盟百货业的发展趋势
- 四、近几年欧盟百货收入情况
 - 1、英国
 - 2、罗马尼亚
- 五、未来欧盟百货收入预测分

第二章 2012-2013年中国百货行业整体运行状况分析

第一节 2012-2013年中国百货行业的现状特点

一、经营方式

二、市场需求

三、规模和经营水平

四、市场竞争和环境

第二节 2012-2013年中国百货市场动态分析

一、广百百货战略进驻深圳市场

二、韩乐天百货证实将收购时代零售多数股权

三、羊城百货龙头齐齐开疆拓土

第三节 未来中国百货行业发展趋势分析

一、"特色化、

二、"连锁化、

三、"品牌化、

第三章 2012-2013年中国百货行业运行环境分析

第一节 2012-2013年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国百货业政策环境分析

一、百货店价格调整策略

二、我国将采取七大措施搞活流通扩大消费

三、百货店相关政策影响分析

第三节 2012-2013年中国百货产业社会环境分析

第四章 国外百货企业并购重组案例分析

第一节 沃尔玛收购好又多股权

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 麦德龙收购沃尔玛在德家百货分店

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第三节 意大利文艺复兴百货公司收购法国春天百货公司

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第四节 伊势丹并购三越

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第五章 国外百货企业在中国并购重组趋势分析

第一节 国外百货企业在中国的发展分析

一、投资特点

二、投资区域

三、市场表现

四、投资趋势

第二节 沃尔玛零售百货

一、投资情况

二、核心竞争力分析

三、并购重组趋势与可能性分析

第三节 家乐福零售百货

第四节 荷兰万客隆百货

第五节 德国麦德龙百货

第六节 日本太平洋百货

第七节 日本久光百货

第八节 韩国新世界百货

第九节 马来西亚百盛百货

第六章 中国的百货业潜在进入者分析

第一节 美国Sears百货

一、经营情况分析

二、核心竞争力分析

三、在中国的投资趋势以及可能性分析

第二节 J.C.Penney

第三节 塔吉特

第四节 日本永旺集团

第七章 中国百货行业并购重组并购案例分析

第一节 第一百货与华联商厦合并的案例

一、并购重组动机与价值分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 王府井百货兼并徐州华联商厦的案例

第三节 上海百联集团的重组案例

第四节 物美集团收购银川新华百货的案例

第五节 华润集团并购万佳百货的案例

第六节 银泰百货收购百大集团的案例

第八章 2012-2013年中国主要百货行业并购重组并购主体竞争力分析

第一节 上海百联有限公司（600631）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 南京中央商场（集团）股份有限公司（600280）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京王府井百货公司（600859）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 新华百货公司（600785）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 广州友谊集团股份有限公司（000987）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 重庆百货大楼股份有限公司（600729）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2013-2018年中国百货行业规模性并购重组并购机会分析

第一节 大型规模百货企业并购重组机会分析

一、上海开开商城有限公司

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、太平洋百货有限公司

三、北京西单商场

四、广州友谊商场

第二节 中小型规模百货企业并购重组机会分析

一、合肥百货

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、武汉中百

三、武汉中商

四、沈阳春天百货

五、重庆三利百货

六、重庆立洋百货

七、杭州昊天百货

八、北京中友百货

九、北京君太百货

第十章 2013-2018年中国百货行业并购重组并购风险分析

第一节 2012-2013年中国百货行业并购重组背景分析

一、中国百货行业SWOT分析

二、中国百货行业市场升级

第二节 2013-2018年中国百货行业并购重组的障碍分析

一、资金障碍

二、人力资源障碍

三、企业管理障碍

四、经营风险障碍

第三节 2013-2018年中国百货行业并购战略思考

一、选择最有利的融资方式

二、改善经营机制，努力实现借入资金变为自有资金的置换

三、充分考虑投资收益不低于银行存款利率

第四节 中国百货行业并购重组并购建议

图表目录

图表：波兰主要大型购物中心分布情况

图表：波兰零售企业和金融机构合作情况

图表：2010-2012年全国百货业商品购进总额

图表：2010-2012年全国百货业统一配送商品购进额

图表：2010-2012年全国百货业自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年全国百货业非自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年我国百货行业商品销售额

图表：2010-2012年全国百货业零售额

图表：2012年全国各地区百货业商品销售额占比

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2010-2012年华北地区百货业商品购进总额

图表：2010-2012年华北地区百货业统一配送商品购进额

图表：2010-2012年华北地区百货业自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年华北地区百货业商品销售额

图表：2010-2012年华北地区百货业零售额

图表：2012年华北地区百货业商品销售额占全国商品销售额比

图表：2010-2012年华东地区百货业商品购进总额

图表：2010-2012年华东地区百货业统一配送商品购进额

图表：2010-2012年华东地区百货业自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年华东地区百货业非自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年华东地区百货业商品销售额

图表：2010-2012年华东地区百货业零售额

图表：2012年华东地区百货业商品销售额占全国商品销售额比

图表：2010-2012年华南地区百货业商品购进总额

图表：2010-2012年华南地区百货业统一配送商品购进额

图表：2010-2012年华南地区百货业自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年华南地区百货业非自有配送中心配送商品购进额

图表：2010-2012年华南地区百货业商品销售额

图表：2010-2012年华南地区百货业零售额

图表：2010-2012年华中地区百货业商品销售额

图表：2010-2012年西北地区百货业商品销售额

图表：2010-2012年西南地区百货业零售额

图表：2012年西南地区百货业商品销售额占全国商品销售额比

图表：2010-2012年东北地区百货业商品销售额

图表：2012年我国外商投资百货企业销售额占全国百货业销售额比

图表：2012-2013年我国外商投资百货企业商品销售额

图表：华联商厦股本折成第一百货股本

图表：第一百货资产负债表

图表：华联商厦资产负债表

图表：模拟存续公司资产负债表

图表：第一百货利润表

图表：华联商厦利润表

图表：模拟存续公司利润表

图表：南京中央商场（集团）股份有限公司财务指标分析

图表：南京中央商场（集团）股份有限公司盈利能力分析

图表：南京中央商场（集团）股份有限公司偿债能力分析

图表：南京中央商场（集团）股份有限公司经营效率分析

图表：南京中央商场（集团）股份有限公司发展能力分析

图表：北京王府井百货公司主要财务指标分析

图表：北京王府井百货公司偿债能力分析

图表：北京王府井百货公司偿债能力分析

图表：北京王府井百货公司经营效率分析

图表：新华百货公司主要财务指标分析

图表：新华百货公司盈利能力分析

图表：新华百货公司偿债能力分析

图表：新华百货公司经营效率分析

图表：新华百货公司发展能力分析

图表：广州友谊集团股份有限公司主要财务指标分析

图表：广州友谊集团股份有限公司盈利能力分析

图表：广州友谊集团股份有限公司偿债能力分析

图表：广州友谊集团股份有限公司经营效率分析

图表：广州友谊集团股份有限公司

图表：重庆百货大楼股份有限公司主要财务指标分析

图表：重庆百货大楼股份有限公司盈利能力分析

图表：重庆百货大楼股份有限公司偿债能力分析

图表：重庆百货大楼股份有限公司经营效率分析

图表：重庆百货大楼股份有限公司发展能力分析

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1310/C44775DZDR.html>