

煤炭企业集团并购重组后的管理整合

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

《煤炭企业集团并购重组后的管理整合》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/nengyuan1101/8219847CRM.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【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

煤炭企业集团并购重组后的管理整合 内容介绍：

1998年，美国《商业周刊》评选“80年代最为成功与最为失败的交易”时指出：“并购后的精明、谨慎的整合是交易最为重要的成功因素。”据美国贝恩公司对100家并购活动的调查：有20%的并购由于谈判失败而流产；有56%的并购由于整合工作没有做好，没有达到预期效益；只有24%的并购取得了成功。可见整合工作事关企业并购工作的成败。

然而，在现实的企业并购中，并不是所有的企业都把整合的重要性提高到了一定的认识高度，许多企业在并购完成后并没有对目标企业进行深入、全面的经营战略和组织文化上的整合，从而也就没有取得人力资源、组织和制度、文化上的协同效应所带来的经济效益。因此，企业并购是否成功，不直接表现在并购本身，而关键在于并购后的整合。

在2009年和2010年“十一五”规划的最后两年中，煤炭行业并购重组的范围将不断扩大，其整合程度将不断深入。在这两年中，各主要产煤省区会出现一批亿吨级的煤炭企业集团，这些大型、特大型企业集团将会主导未来一段时间的整合重组进程。只有对煤炭企业进行深度整合，才能产生“1+1>2”的协同效应，实现并购重组的目的。

“煤炭企业集团并购重组后的管理整合”从介绍并购整合应遵循的原则及整合的模式着手，着重讲述了煤炭企业集团并购重组后应如何进行战略整合、组织和制度整合、财务整合、人力资源整合、企业文化整合和品牌整合，最后介绍了在并购重组后的不同整合阶段，如何针对可能发生的危机和冲突进行动态控制。

报告不仅从理论方面介绍了煤炭企业集团并购重组后各方面整合的操作流程和方法，还以详实的案例进行说明，理论和实际相结合的方式，使报告的科学性和对实践的指导性更强。此报告不仅是对煤炭行业进行相关研究的学者的一本研究参考，也是对将要进行并购重组的煤炭企业的一本学习指导，更是对正在进行并购整合的煤炭企业集团的一本必不可少的实践兵法！

第一章 煤炭(煤炭行业研究)行业的基本运行情况

1.1当前中国宏观经济形势分析

1.2中国煤炭(煤炭行业调研分析)行业的整体态势分析

1.3煤炭行业并购重组中面临的问题

第二章 煤炭企业并购整合探究

2.1煤炭企业并购整合不力的原因

2.2成功的并购整合应遵循的原则

2.3煤炭企业并购整合的模式分析

第三章 煤炭企业并购重组后的战略整合

3.1 战略要素的分解

3.2 战略整合计划的制定

3.3 新战略的执行与评价

3.4 案例：平煤和神马的战略整合之道

第四章 煤炭企业并购重组后的组织与制度整合

4.1 组织整合的原则与运作方式

4.2 业务流程整合原则及整合模式

4.3 管理制度的整合

4.4 案例：某煤炭集团的组织制度整合

第五章 煤炭企业并购重组后的财务整合

5.1 并购重组后的财务整合

5.2 并购重组后的资产整合

5.3 并购重组后的债务整合

5.4 案例：河南神火集团并购重组后的财务整合

第六章 煤炭企业并购重组后的人力资源整合

6.1 并购重组引发的人力资源整合难题

6.2 人力资源整合的特点与原则

6.3 人力资源整合策略分析

6.4 人力资源整合的四种模式分析

6.5 案例：神华集团并购重组后的人力资源整合

第七章 煤炭企业并购重组后的文化整合

7.1 文化整合的内容、作用及原则

7.2 并购中的文化整合难题及成因分析

7.3 文化整合的流程与模式

7.4 案例：金能集团并购重组后的文化整合

第八章 煤炭企业并购重组后的品牌整合

8.1 品牌整合的重要性

8.2 品牌组合策略

8.3 品牌整合流程

8.4 案例：煤炭科学研究总院的品牌整合

第九章 煤炭企业并购整合的动态控制

9.1 并购整合动态控制系统框架

9.2 整合目标分解

9.3 整合动态控制指标体系建立

9.4 动态控制过程

结束语

详细请访问：<http://www.bosidata.com/nengyuan1101/8219847CRM.html>