



您所在的位置：首页 > 公司产经 > 公司新闻

APP 证券时报

利群股份上演“蛇吞象” 拟16.65亿收购72家乐天门店

2018-05-15 07:49 来源：21世纪经济报道

传闻已久的利群股份收购乐天一事尘埃落定。

5月11日晚间，利群商业集团股份有限公司（以下简称“利群股份，601366.SH”）发布公告称，公司拟收购乐天购物（香港）控股有限公司持有100%股权的香港法人公司2家及华东地区法人公司10家，以实现收购该12家公司直接持有或通过其子公司间接持有的15处房产和72家门店等经营性商业资产之目的，本次交易对价为16.65亿元。

根据利群股份公告显示，此次交易涉及72家门店，其中54家处于江苏省，4家属于浙江省，8家位于安徽省，4家在山东省，2家在上海市。

作为“老家”是山东青岛的利群股份，此次收购有利于其进一步迈向全国化，布局一线城市。不过，在大卖场整体退水的大潮之下，利群股份也将随之面临更多的、长期性的经营挑战。

乐天“卖身”

因为本土化程度差和经营僵化等众多原因，日韩的百货零售在中国一直以来存在突围难的问题。疲软的门店扩张情况与关店数量节节攀升，乐天玛特的衰落之路早在2012年就已经显现。

2017年，乐天在华的颓势愈加明显。去年2月和8月，乐天集团分两轮对中国乐天玛特注资40亿元，仍未见成效。自去年九月起，乐天玛特的中国门店出售之事就被提上议程，尽管乐天方面曾表示预计去年年底或今年年初打包出售，但是进展缓慢。

“日韩品牌在进入中国零售卖场时，首先是影响力不如欧美品牌如家乐福、沃尔玛；除了成都洋华堂因为先入优势表现不错以外，其余品牌大都泛善可陈。乐天中国的失败抛去其他因素，很大程度上还是自身经营不善造成的。”首都经贸大学工商管理学院教授陈立平教授对21世纪经济报道记者表示。

而对于乐天的“卖身”，也是一时间传闻四起。4月26日，乐天中国方面曾表示，乐天将向物美出售北京的21家乐天玛特门店，售出乐天玛特中国87.38%股份，剩余股份仍由乐天持有，出售价格为2485亿韩元（约合14.2亿元人民币）。但物美方面至今并未做出相关回应。

对此，陈立平分析道，对比“卖身”物美，“卖身”利群的成功主要归功于两家企业的区域互补优势和可能存在的供应链重合。收购乐天华东地区的门店，对于利群股份的全国性发展战略有助推动作用。对比之下，物美收购乐天北京地区业务，相似性、重合性更高，难以形成互补机制。“值



证券时报新闻APP，是证券时报社提供的官方新闻客户端。主要包括新闻资讯、个股行情公告、热点话题关注等，为投资者提供更多财经资讯。

微信 证券时报网



扫描二维码添加《证券时报》官方微信公众账号（www.stcn.com）。追求重磅、独家、原创、有用。财经资讯、政策解读、股市情报、投资机会……每日发布，全年不休。

时报 财经微信群



e公司



数据宝



券商中国



值得注意的是，利群股份以往在百货领域发展得更为迅速，在超市卖场领域相对较弱，此次收购对于其业务整合也有一定帮助。”陈立平教授说道。

值得一提的是，地缘交流上，青岛与日韩企业合作更为顺畅。日本卖场永旺登陆中国的首站也选在了青岛。

机遇和挑战

利群集团2017年财报显示，公司拥有41家零售门店，44家便利店，3家“福记农场”生鲜社区店，分布于青岛、烟台、威海、日照、东营、淄博、潍坊以及江苏连云港地区；营业总收入105.54亿元，归属于上市公司股东净利润为3.95亿元。

公告显示，此次交易完成后，利群的门店数量将实现翻倍增长，覆盖山东、江苏、安徽、浙江、上海五个区域市场，公司的经营规模显著扩大。值得注意的是，利群方面指出未来在逐步开设收购门店的同时，会启动江苏区域的综合物流中心的选址和建设，实现区域集中配送。

“如今自主开门店无论选址还是筹备都难度大，利群通过收购拓展华东门店业务，确实是个好选择。”上海尚益咨询总经理胡春才对21世纪经济报道记者表示。不过，虽然收购对于利群加速全国化布局帮助巨大，但与此同时公司也面临物流采购、供应链、管理人才、基层员工等各层面的挑战。

公司公告也指出，交易完成后，随着被收购门店陆续开业，营业收入将有大幅度提升，但同步启动多家门店开业筹备工作，对公司的经营管理能力也是一个很大的挑战，而且多家门店集中开业产生一定的期间费用，短期内会对公司的利润指标产生一定负面影响。

“在现在这个零售业不景气的大环境下，要想做到1+1>2，利群面临的挑战将是很大的。”陈立平补充道，“尽管文化交流上，青岛和韩国具有地域优势，但在两家企业的文化性融合以及管理制度各个方面，想实现突破难度都很大。”

自去年3月起，乐天玛特在国内的112家卖场有87家陆续关闭。“已经关闭门店要重新开店，无论是供应链上各个供应商信任的重建，还是对于顾客群体的重构来说，都充满挑战。”陈立平补充道。

胡春才也对21世纪经济报道记者表示：“如同当年华润收购乐购，沃尔玛收购好又多一样，两家企业的整合周期必然耗时长，难度大。而如今零售业竞争中，实体和实体店竞争的激烈程度远远高于电商和实体之间的竞争。利群想在区域化扩展的同时存活下来，必须探索出新标杆的发展路径。”除了提升单店经营能力，生鲜综合业务，破解文化差异，形成规模效应也应当成为突破口。

分享：

相关新闻

顾地科技股价一年跌66% 交易所问询年报9大疑点	2018-05-15
废纸进口限令升级 瓦楞纸十日大涨24%	2018-05-15
特斯拉上海公司获批 多家国内厂商入选产业链	2018-05-15
太平鸟遭二股东大手笔减持 董事长回应市场担忧	2018-05-15
85后董事长“空降” 金龙机电控股股东仍在积极化解债务危机	2018-05-15

乐视网自救方案尚未确定 存在暂停上市风险	2018-05-15
富士康IPO提振 “鸿海系” 股票暴涨 A股概念股市值1天增100亿	2018-05-14
罗牛山贵州茅台等股票资金流速居前	2018-05-14
天邑股份宏川智慧等股票资金流速居前	2018-05-14

[关于我们](#) | [服务条例](#) | [联系我们](#) | [版权声明](#) | [友情链接](#) | 违法和不良信息举报电话：0755-83501684

Copyright © 2008-2016备案号：粤ICP备09109218号 网络视听许可证：1908317号 增值电信业务经营许可证：粤B2-20080118

互联网新闻信息服务许可证