

中国UPS企业并购研究

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国UPS企业并购研究》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.abaogao.com/b/ruanjian/F1984770JF.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国UPS企业并购研究 内容介绍：

APC中国区与梅兰日兰合并后，在未来一段时间内将施行“一个领导两套财务体系”方案。这意味着，梅兰日兰和APC的合并运营已经正式上轨。未来一段时间内，APC仍然会继续独立运作原有中小型功率UPS的业务，而梅兰日兰也会坚持大型功率UPS业务模式不变。

在组成APC-梅兰日兰新公司后，梅兰日兰将在东莞生产UPS产品，APC将在苏州主要生产小功率UPS产品，在厦门生产英飞产品（包括机柜、空调等）。由于梅兰日兰实现了国内生产，所以可以预见的是，其中大功率UPS产品将下调价格，而由于APC整合了两个工厂，需要时间进行调整，价格在短期内不会下降。

梅兰日兰和APC的产品各具特点，其中梅兰日兰是典型的在线式UPS制造商，APC是典型的在线互动式UPS制造商。两个公司合并后，舍弃了原属于APC的秀康产品，同时我们顾问预计，梅兰日兰的小功率UPS产品也很难整合到APC当中，结果会和秀康一样遭到淘汰。所以施耐德的最佳策略为出售梅兰日兰小机部分，以获得最大的经济效益。

APC的企业文化以扩张和创新为主，在过去的十年间，APC先后并购多家竞争对手和上下游企业，同时，APC积极推出自身的理念，1996年推出网络UPS的概念，2002年借用美国应用协会的概念，推出NCPI理念。梅兰日兰公司相对来说，注重技术研发，但是在概念创新上比较保守。预计在合并后，APC和梅兰日兰将在一年内逐步整合企业文化，形成积极主动，同时自主创新的企业文化。

梅兰日兰和APC两家公司的合并将会：形成显著的协作效果（包括但不限于采购、研发、支持、销售、服务等方面），可以给新企业节约2.0亿美元左右，预计在2009年能够实现这一数字的60%；调整重大研发项目和APC的创新体系；借助梅兰日兰在服务领域的实力，加速大型UPS系统领域盈利能力的增长；为客户提供最全面的产品和服务；受益于全球业务覆盖以及在亚洲的强大生产能力；为客户提供关键供电、配电，并构建自动化解决方案。

一、全球UPS产业环境及竞争分析. 5

市场规模与特点

- 1、2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点
- 3、新技术应用

市场

- 2、欧洲：进出口相对更加频繁

3、亚太市场销售额情况

表2 2004-2006年美国UPS市场调研市场销售额情况

表3 2004-2006年欧洲UPS市场销售额情况

表4 2004-2006年亚太市场销售额情况

图2 整合后大中国区领导层组织结构图

图3 APC整合后产品结构预测

图4 梅兰日兰整合后产品结构预测

图5 APC(中国)公司2006年营销方式分析

图6 梅兰日兰(中国)公司2006年营销方式分析

图7 2006年并购前全球主要厂商销售额分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/F1984770JF.html>