

2008年中国酱菜/泡菜/榨菜市 场分析报告

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

《2008年中国酱菜/泡菜/榨菜市场分析报告》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.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDM7.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

[b]2008年中国酱菜/泡菜/榨菜市场分析报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 国内外蔬菜加工的现状市场分析[/b]

第一节 市场概况

一、腌制菜

二、脱水菜

三、速冻菜

四、罐藏菜

五、蔬菜汁

六、新型蔬菜食品

第二节 脱水蔬菜加工行业的外部环境分析

一、全球脱水蔬菜产销情况

1、世界脱水蔬菜主要品种

2、世界蔬菜主要品种种植面积

3、主要蔬菜主要品种种植国市场概况

4、主要脱水蔬菜消费国市场概况

二、中国蔬菜种植产业现状

1、2007年中国蔬菜主要品种主要种植基地

2、2005-2007年中国蔬菜主要品种种植面积及产量

三、中国脱水蔬菜加工产业政策

第三节 蔬菜制品市场需求与加工技术

一、中国蔬菜产业发展所面临的问题

二、我国蔬菜的对外贸易现状和前景

三、我国蔬菜产业化技术水平状况

四、出口蔬菜加工方向和市场发展需求

第四节 市场发展展望

[b]第二章 酱菜/泡菜/榨菜产品概述[/b]

第一节 产品定义、性能及应用特点

第二节 发展历程

第三节 酱菜/泡菜/榨菜行业环境分析

一、中国经济发展环境分析

二、行业相关政策、法规、标准

第四节 酱菜/泡菜/榨菜行业上、下游产业链分析

一、上游行业发展状况分析

二、下游产业发展情况分析

[b]第三章 酱菜/泡菜/榨菜国外市场分析[/b]

第一节 概述

第二节 亚洲地区主要国家市场概况

第三节 欧洲地区主要国家市场概况

第四节 美洲地区主要国家市场概况

[b]第四章 酱菜/泡菜/榨菜国内市场综述[/b]

第一节 榨菜市场现状分析及预测

第二节 榨菜产品产量分析及预测

第三节 榨菜市场需求分析及预测

第四节 榨菜消费状况分析及预测

第五节 榨菜价格趋势分析

第六节 榨菜进出口量值分析

[b]第五章 我国酱菜/泡菜/榨菜市场发展[/b]

第一节 中国酱菜行业市场现状分析

第二节 2008年酱腌菜产品质量合格率99.8%

第三节 腌菜带来的问题

第四节 中国泡菜大举攻掠韩国(泡菜大举攻掠韩国市场分析)市场

第五节 “榨菜”市场发展分析

一、“榨菜”市场发展空间广阔

二、“涪陵榨菜”品牌化

三、涪陵鲜榨菜打开北方市场

四、乌江榨菜“三榨”榨出品类机会

五、余姚榨菜产业情况

六、余姚榨菜全国市场占有率达到60%

七、乌江牌榨菜:引领榨菜行业新纪元

八、鱼泉榨菜：铸就中国名牌榨菜香飘世界

九、铜钱桥:努力打造中国榨菜业第一品牌

第六节 各大城市超市销售调查及消费者选购品牌分析

第七节 酱菜/泡菜/榨菜经销渠道分析

第八节 中国各大城市(各大城市市场分析)市场发展分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、浙江

五、重庆

六、四川

.....

[b]第六章 酱菜/泡菜/榨菜技术工艺发展趋势分析[/b]

第一节 产品技术发展现状

第二节 产品工艺特点或流程

第三节 国内外技术未来发展趋势分析

[b]第七章 酱菜/泡菜/榨菜部分品牌营销分析[/b]

第一节 乌江榨菜

一、基于“五种力量”模型分析乌江榨菜集团市场竞争环境

1、波特五种力量模型理论

2、乌江榨菜集团市场竞争环境分析

2.1 供应商能力分析

2.2 购买者能力分析

2.3 替代品分析

2.4 潜在进入者分析

2.5 乌江榨菜主要竞争者分析

3、总结

二、基于SWOT理论乌江榨菜市场营销战略分析

第二节 云牌榨菜营销

一、营销背景

二、企业现状与营销组织诊断

1、云牌现状（企业概况、销售渠道、营销组织机制）

2、云牌企业营销管理现状

3、云牌最初的解决方法和困惑

3.1 第一次以零售市场渠道为核心突破（策略及策略分析）

3.2第二次“从批发市场入手，再做零售市场”为核心策略的尝试

3.3第三次从内部的团队管理为核心的运营策略

三、榨菜市场产业环境分析与企业策略探讨

- 1、中国酱腌菜(酱腌菜市场分析)市场概况
- 2、中国酱腌菜(酱腌菜市场分析)市场竞争状况
- 3、消费者分析
- 4、中国酱腌菜(酱腌菜市场分析)市场成功关键性要素研究
- 5、网络之间的冲突严重，网络稳定性下降
- 6、部分榨菜企业尝试将销售网络向扁平化发展

四、销量突破的可行性分析

- 1、一批分析
- 2、二批分析

五、营销整体策略思想

- 1、借“船”出海，高利润强推渠道
- 2、产品差异化
- 3、组建“新市场开拓突击队”渠道精耕
- 4、稳健务实原则
- 5、坚持投入做宣传

六、市场突破营销策略

第三节 六必居酱菜:新工艺缔造更高品质 老字号实现品牌扩张

- 一、遵循古训 小酱园飘香四百余载
- 二、继承开拓 新工艺缔造更高品质
- 三、多元发展 老字号实现品牌扩张
- 四、品牌荣誉室
- 五、六必居品牌故事

.....

[b]第八章 酱菜/泡菜/榨菜行业的竞争力分析[/b]

第一节 酱菜/泡菜/榨菜行业阶段性分析

- 一、中国酱菜/泡菜/榨菜行业的成熟度分析
- 二、中国酱菜/泡菜/榨菜行业生命周期分析

第二节 中国酱菜/泡菜/榨菜行业主要竞争群体

- 一、国内中小型企业

二、国内领先企业

三、国外企业

第三节 中国酱菜/泡菜/榨菜行业竞争现状

一、酱菜/泡菜/榨菜行业内竞争格局

二、行业投入产出效益

三、中国酱菜/泡菜/榨菜企业国际竞争力

第四节 影响酱菜/泡菜/榨菜企业竞争力的主要因素分析

一、技术因素

二、原料因素

三、渠道因素

四、品牌因素

[b]第九章 部分酱腌菜产品生产企业分析[/b]

第一节 重庆市鱼泉榨菜（集团）有限公司

第二节 成都新繁食品有限公司

第三节 济宁玉堂酱园有限责任公司

第四节 四川省吉香居食品有限公司

第五节 四川广乐食品有限公司

第六节 北京六必居食品有限公司天源酱园食品厂

.....

[b]第十章 酱菜/泡菜/榨菜国内拟在建项目分析及竞争对手动向[/b]

第一节 国内主要竞争对手动向

第二节 国内拟在建项目分析

[b]第十一章 2008-2010年中国酱菜/泡菜/榨菜行业发展预测[/b]

第一节 中国酱菜/泡菜/榨菜行业产销情况

一、中国酱菜/泡菜/榨菜行业生产规模

二、中国酱菜/泡菜/榨菜产品消费情况

三、中国酱菜/泡菜/榨菜产品价格走势

四、中国脱水蔬菜产品(脱水蔬菜产品出口数据)出口贸易情况

第二节 中国酱菜/泡菜/榨菜行业未来发展趋势

一、酱菜/泡菜/榨菜技术趋势

二、酱菜/泡菜/榨菜品牌竞争趋势

三、未来酱菜/泡菜/榨菜产品动向

[b]第十二章 中国酱菜/泡菜/榨菜行业投资分析[/b]

第一节 酱菜/泡菜/榨菜行业进入退出壁垒分析

一、进入壁垒

二、退出壁垒

第二节 酱菜/泡菜/榨菜行业投资现状

一、国内酱菜/泡菜/榨菜项目在建情况

二、国内酱菜/泡菜/榨菜项目招标情况

第三节 酱菜/泡菜/榨菜项目投资分析

一、投资价值

二、投资风险

三、投资策略

[b]图表目录略[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDM7.html>