

康师傅拌面推广说明

目 录

一：拌面2002推广回顾

- ◇市场分析
- ◇竞争分析
- ◇销售分析
- ◇区域分析
- ◇通路分析
- ◇口味分析
- ◇策略方向

二：拌面2003推广规划

- ◇行销目标
- ◇产品策略
- ◇价格策略
- ◇区域策略
- ◇通路策略
- ◇消费者推广
- ◇媒体支持
- ◇目标分配
- ◇产品损益

拌面2002年推广回顾



一、市场分析—02年

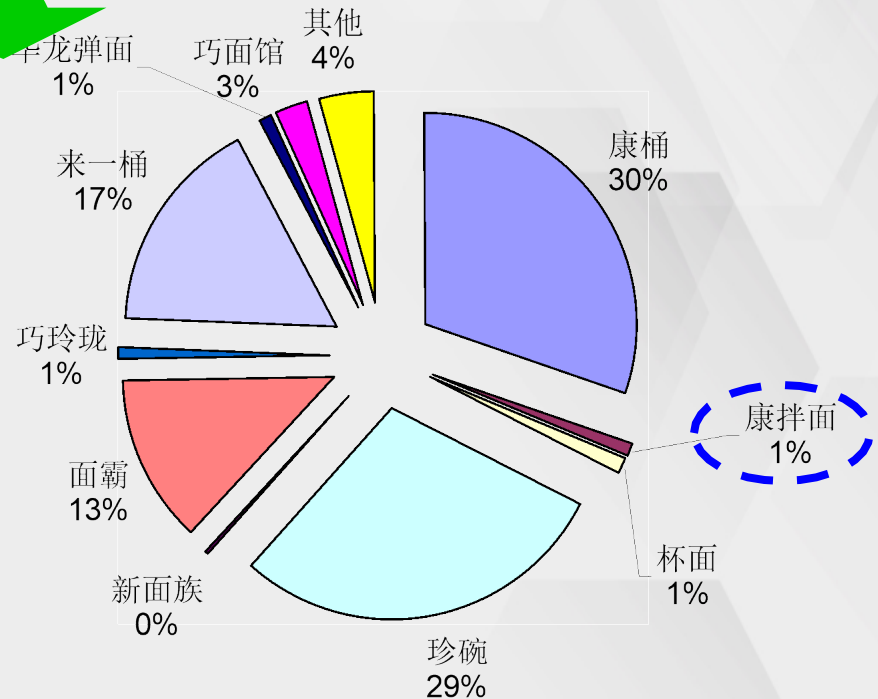
容器面：4.3%

中高价袋：
10.4%

平价面：77.4%

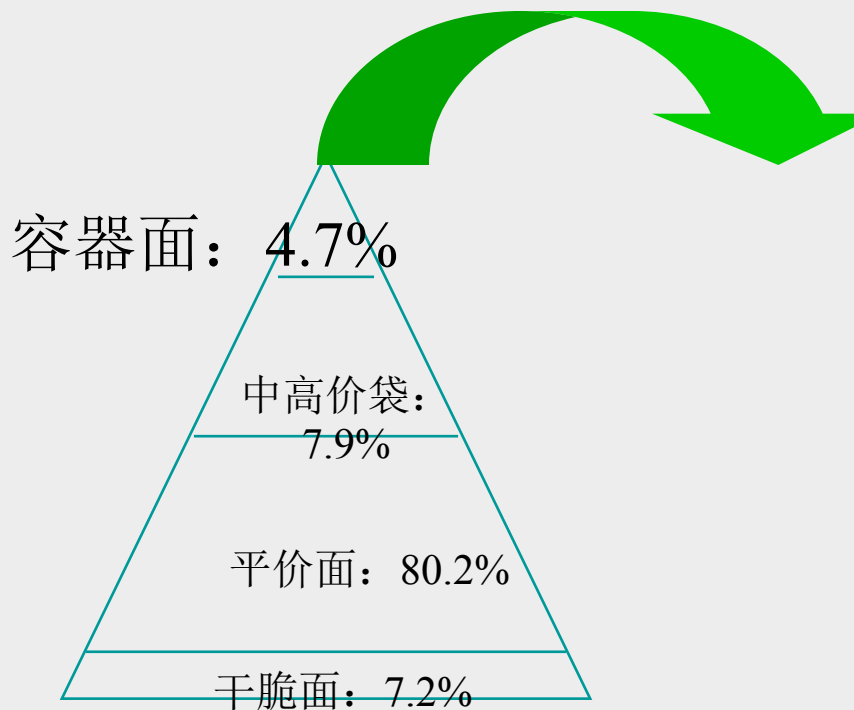
干脆面：8%

2002市场总量20.97亿包/年

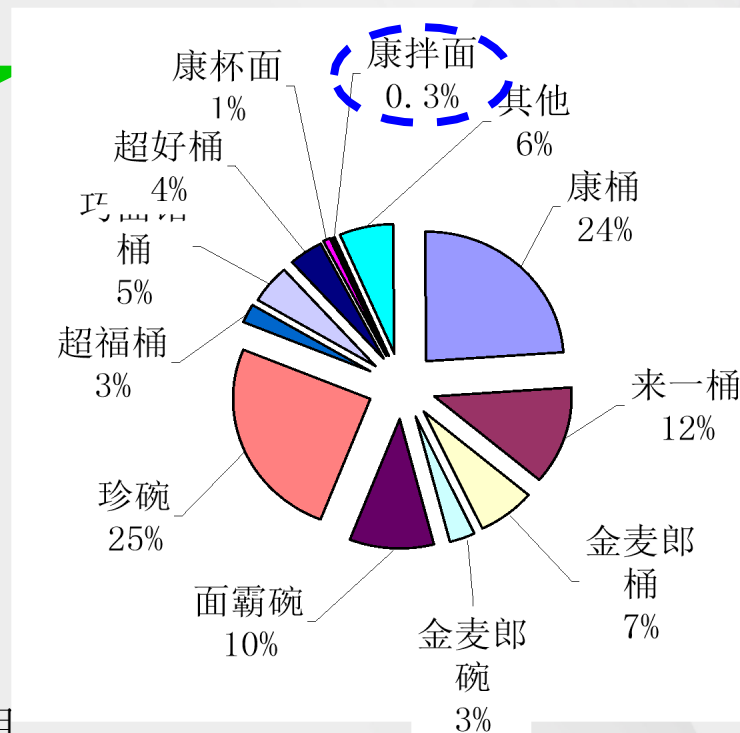


- 1、02年容器面占整体方便面市场的4.3%，月均销量达到75万箱，其中康桶/珍碗/面霸/来一桶四支主力产品占比达到89%；
- 2、拌面从02年4月份上市后累计全年占整体容器面市场1%的份额；

市场分析—03年1-3月

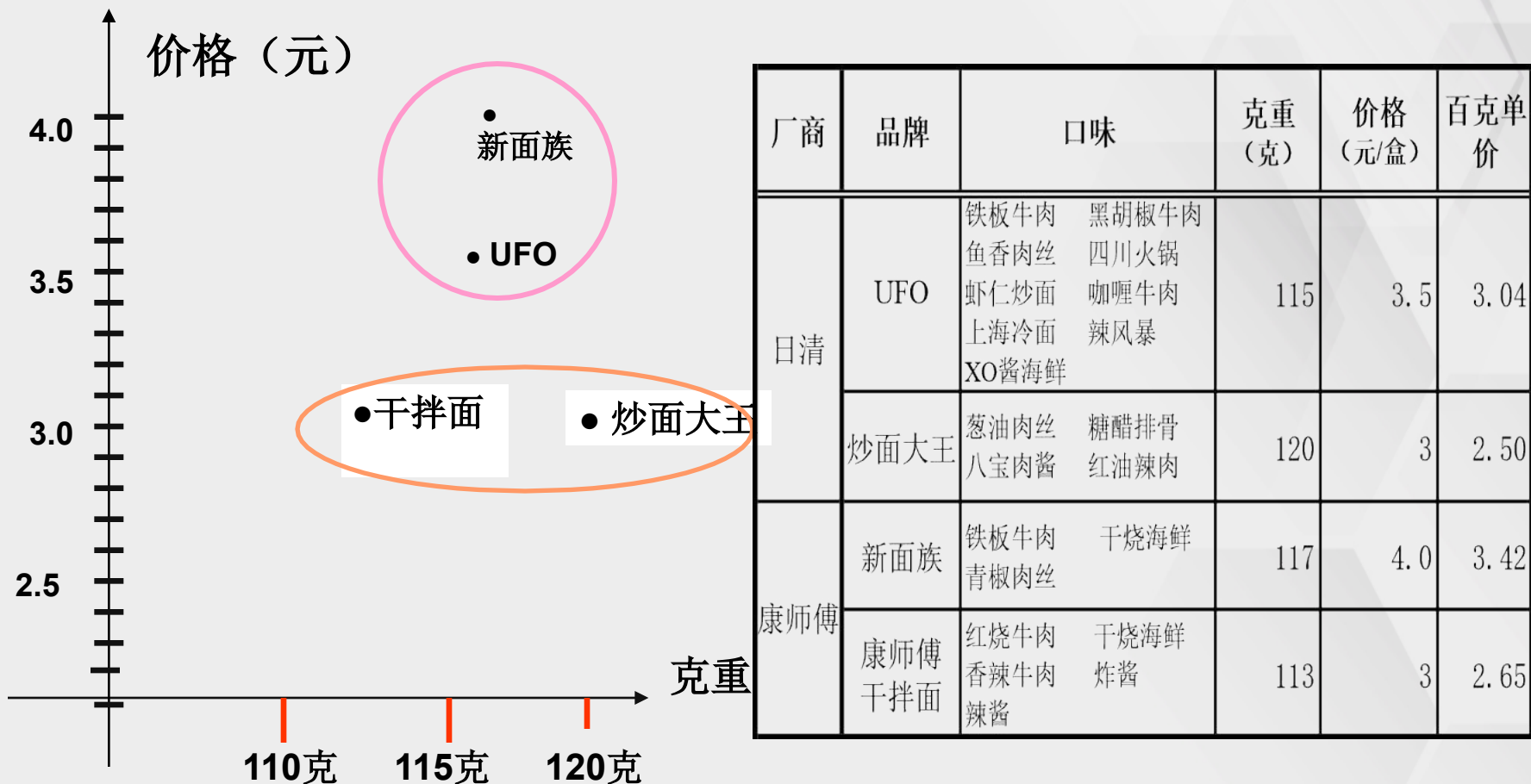


2003年1-3月市场总量月均2025.14千包/月



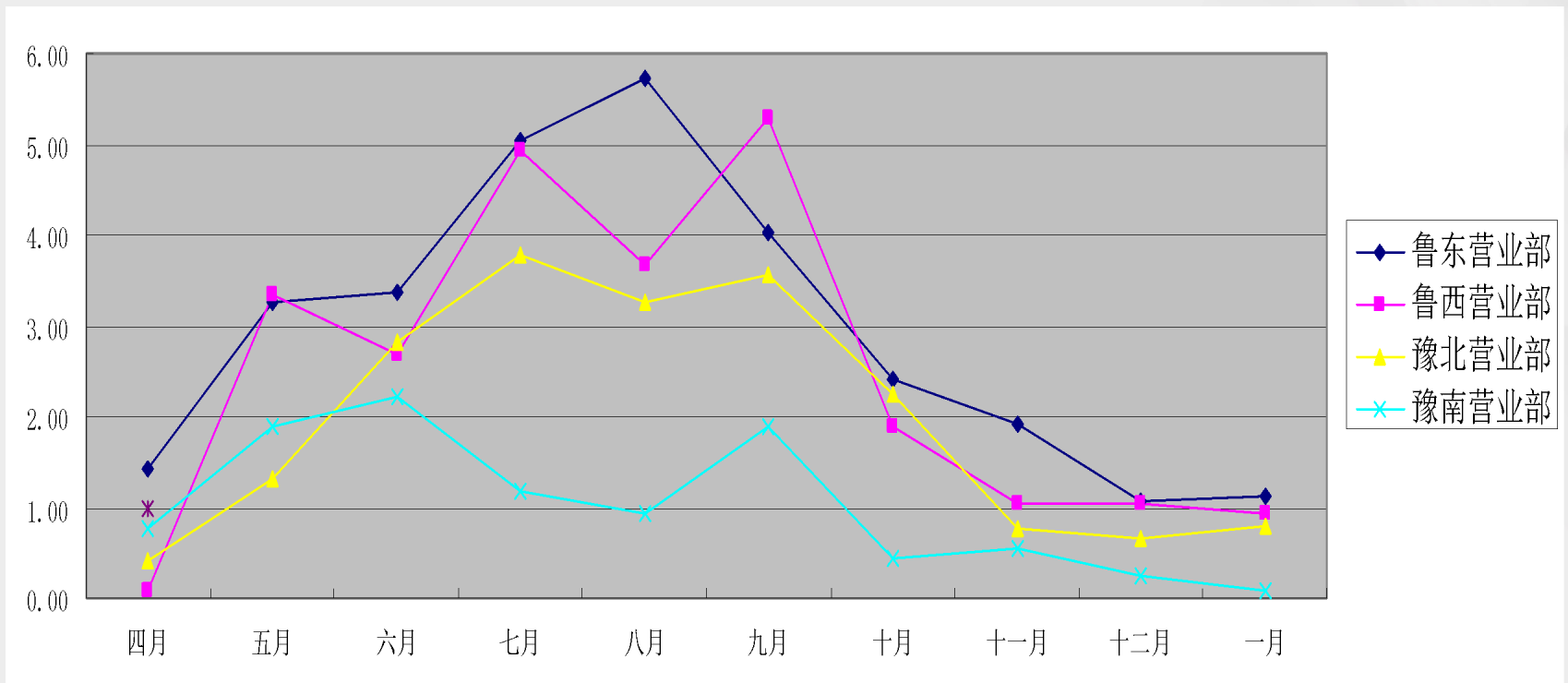
- 1、03年1-3月容器面占整体方便面市场的4.7%，月均销量达到79万箱；
- 2、拌面由于推广力度的减弱，占整体容器面已经下降到0.3%的市场占比

二、竞争分析



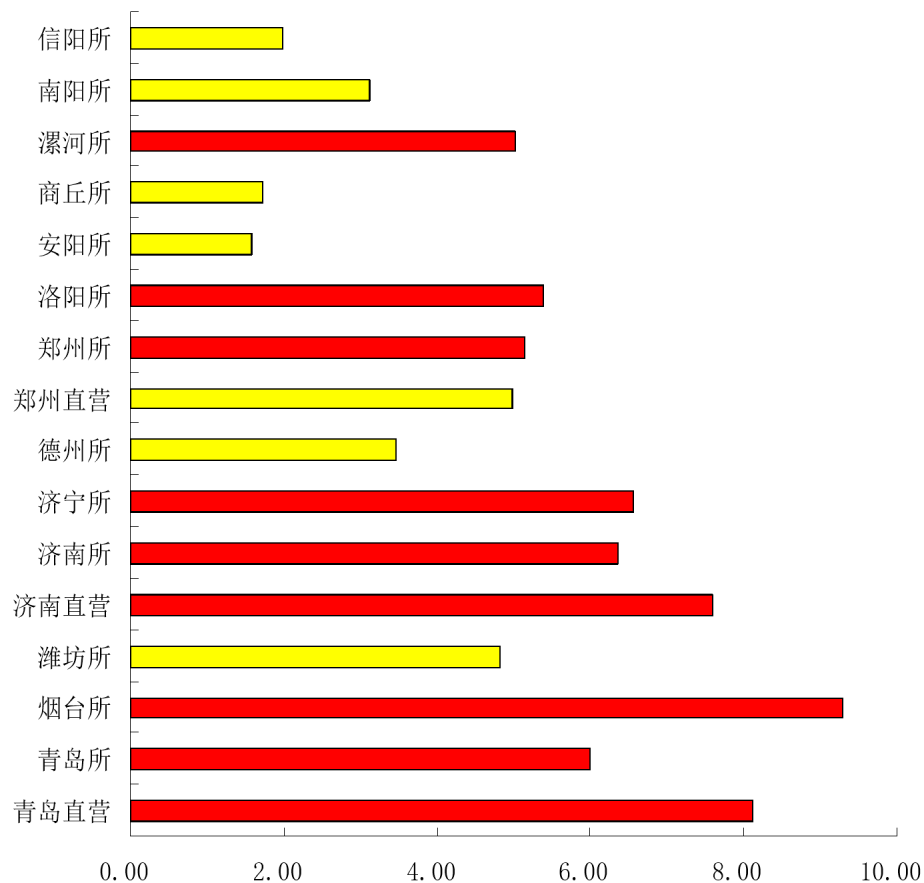
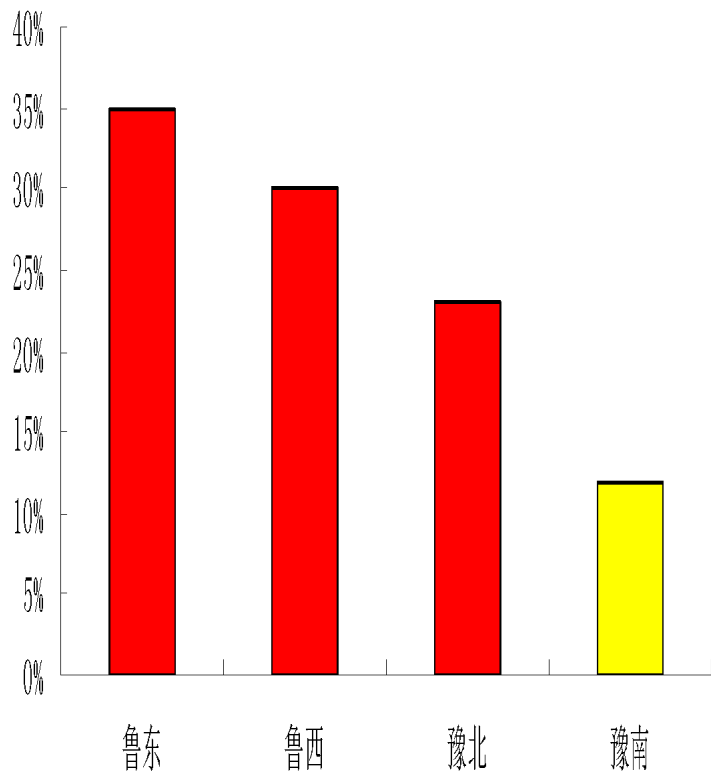
目前主要对手UFO为炒面市场的先发品牌，其时尚/多样的口味策略较有优势；且同炒面大王形成对康拌面的夹击，但受业务力限制，仅局限在青岛/烟台/济南/郑州几个城市的大型量贩系统销售。

四、区域分析-1



拌面自四月份上市后，四个营业部销售趋势基本一致；

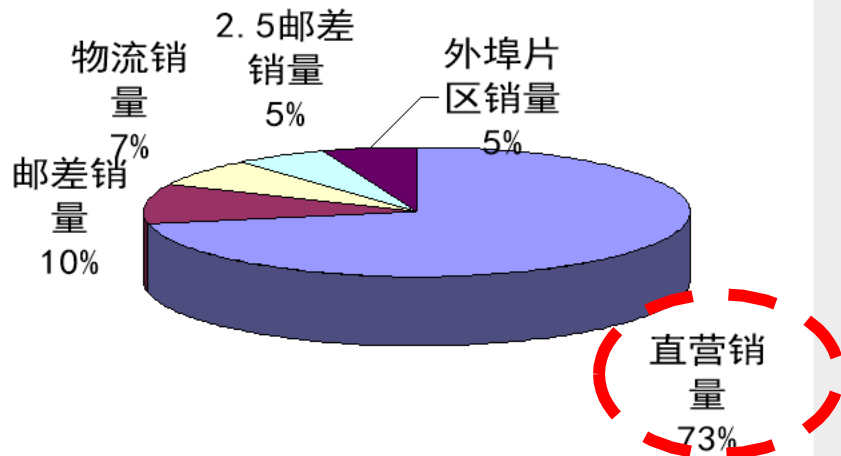
四、区域分析-2



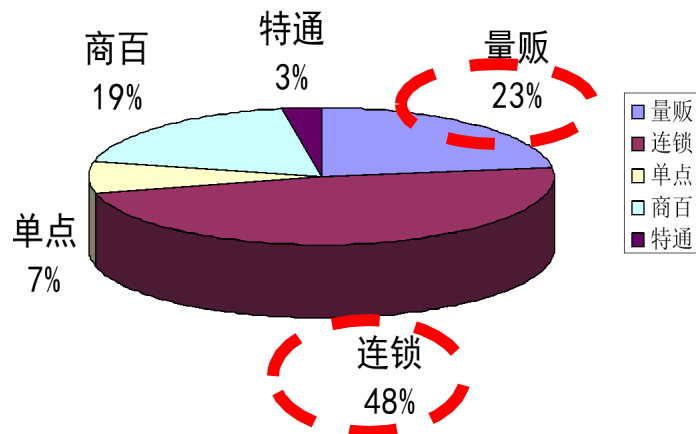
- 1、鲁东/鲁西/豫北营业部为拌面推广较好区域
- 2、从分所看02年销售较好主要有鲁东营业部的青岛直营/青岛所/烟台所
鲁西营业部的济南直营/济南所/济宁所
豫北营业部的郑州直营/郑州所/洛阳所和豫南的漯河所；

五、通路分析-1

02年整体通路别销售占比

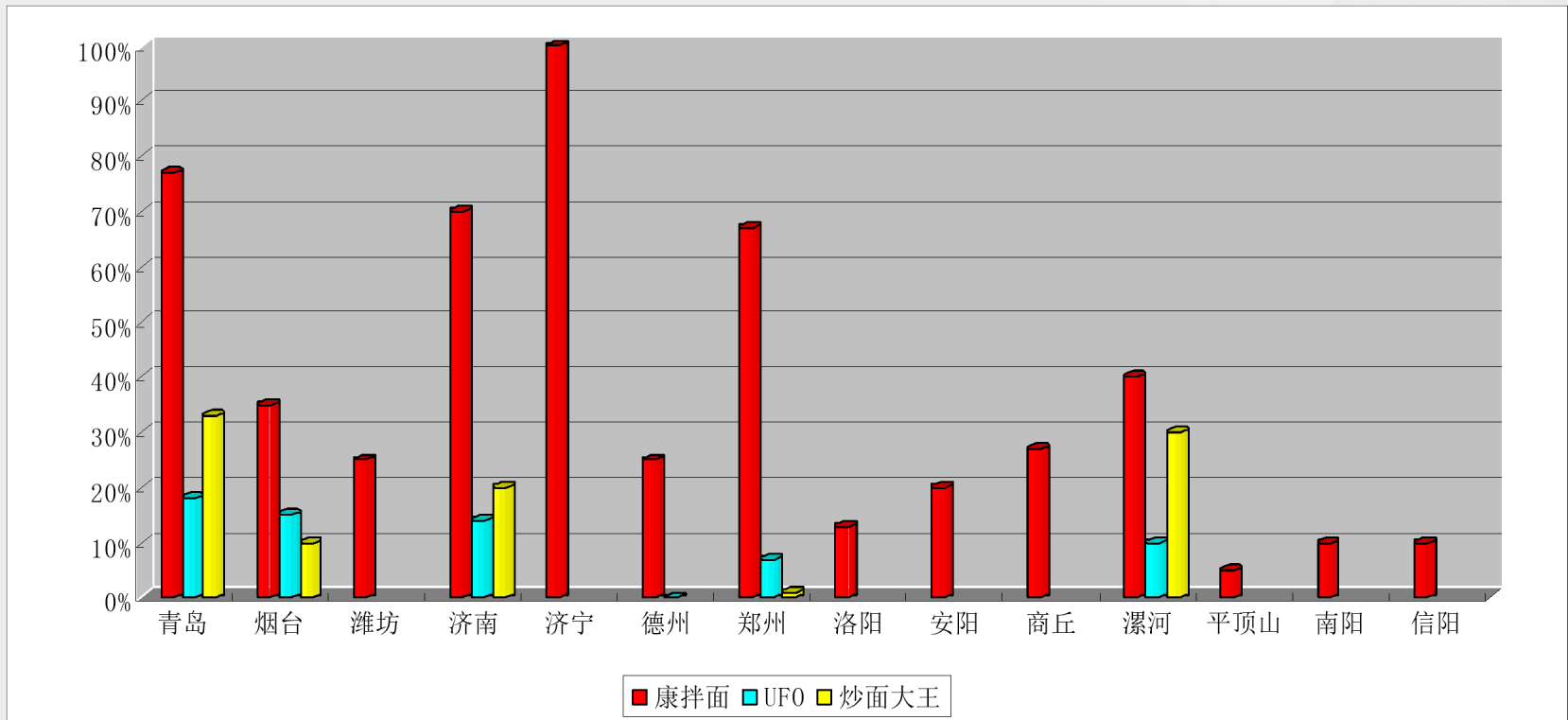


02三个直营所通路别销售占比



- 1、拌面目前销售主要集中在K/A通路, 从3个直营所看主要集中在连锁店和量贩店部分。
- 2、邮差为第二主通路;

五、通路分析-2(铺货率)



- 1、康拌面在K/A铺货率在青岛/济南/济宁/郑州维持在60%以上，其他各所较低
- 2、竞品UFO/炒面大王在青岛/烟台/济南/漯河/郑州有一定的销售基础，目前铺货主要集中在大型的量贩店部分；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/128132041134007005>