

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2012〕486号

签发人：王小军

关于“美美”宣传方式及终端宣传物料 摆放标准的通知

各公司：

“美美”是集团公司重点打造的战略品种，为配合“美美”的整体宣传，提升其宣传力度，现将“美美”宣传方式及终端宣传物料摆放标准的相关事宜通知如下：

一、美美的宣传语是：

- 1、喝出好容颜，“美美”的！
- 2、拒绝松弛，永葆红润。
- 3、功能诉求：脾肾不足、气血亏虚、皮肤枯燥、皮肤干黄、弹性降低、皮肤松弛。

二、宣传人群：

- 1、年轻白领；
- 2、30-50岁中年女性；
- 3、产后气血虚弱人群。

三、卖点：

- 1、调理气血阴阳、脾肾功能，堪称天下第一美方。
- 2、39 元/盒，价格适中，顾客容易接受。
- 3、名医、名厂、名方。

注：门店的所有宣传形式（包括 POP 手写广告语）必须按照上述宣传语作为宣传的主导方向，其他辅助宣传语各公司可自行发挥。

四、所有零售门店均要求使用摆放“美美·POP 白底、黄底”、“美美·塔形堆”、“美美·梯形堆”、“美美·挂旗”、“美美·买赠白、黄签”、“美美·竖挂”、“美美海报”。对上述 7 项宣传物料：特大型类门店及 A 类门店不少于 6 项，B 类门店不少于 4 项，其他类型门店不少于 3 项。A、B 类店按标准化手册定义界定。

注：

1、“美美·挂旗”各门店均不能少于 10 面，仅限悬挂于药店顶部，悬挂时必须端正，不能歪斜，且统一正面朝外，纵向悬挂，同时保证疏密有序，错落有致，整齐美观。

2、由门店自制带有美美产品卖点、宣传口号的 POP，须统一用马克笔书写，每张 POP 上不超过 2 个商品信息，内容简洁、明了，主题突出，字体端正、清晰，每张 POP 颜色不得超过三种。各类张贴式 POP 限张贴在玻璃门 1.1 米以下区域或药店指定的 POP 张贴专栏或专区，张贴时用小卷透明胶粘在 POP 的四个角落，长度不超过 3cm，同时兼顾上、下、左、右间距一致，注重协调与美观。

3、老包装挂旗仍然使用，待销售新包装时再使用新包装挂旗替代老包装挂旗。

4、按照此通知要求，各公司参照此方案自行制作，费用自理。并将所制作物料及价格明细方案经第一负责人签字后上

报营运中心备案。上述7项宣传物料电子版附后。(tjgg112@126.com
密码 6543210)

五、关于门店宣传物料的摆放要求：所有门店必须将宣传“美美”的形象组合摆放在门店最显眼的位置，要让顾客在进店第一眼就能看到。

六、货架陈列：美美须在主通道两侧以货架形式进行陈列。美美需整齐、干净地陈列在货架的第一层，且货架上没有空隙、空闲区；要求特大型门店及A类门店不低于10个陈列面，B类门店不低于8个陈列面，其他类门店不低于5个陈列面。

七、在达到上述要求的情况下，各门店可自行发挥其他陈列形式及宣传方式。



主题词：美美 宣传 通知

重庆桐君阁股份有限公司办公室 2012年11月13日印发

打印：卢骥 校对：邹四新 （共印2份）