

太极集团有限公司文件

TAIJI GROUP LIMITED COMPANY

太极集团〔2015〕753号

签发人：白礼西

关于开展桐君阁品牌形象宣传活动的通知

重庆桐君阁股份有限公司：

为进一步强化桐君阁百年品牌形象，放大“桐君阁——全国第二大药房”品牌效应，提升桐君阁百年老店的品牌美誉度，带动门店销售快速上量。经集团公司研究决定，在5至6月开展系列品牌宣传活动，现就有关活动开展事宜通知如下：

一、宣传主题：

百年老店 健康与你同行

二、宣传标语

重庆桐君阁大药房——热烈祝贺重庆桐君阁大药房销售额排名全国第二（重庆使用）

四川太极大药房——热烈祝贺太极大药房销售额排名全国第二（四川使用）

重庆西部医药商城——热烈祝贺重庆西部医药商城单店
销售额排名全国第一

三、宣传时间：2015年5月—6月

四、宣传范围：川渝市场

五、宣传形式：

（一）店内品牌宣传活动

1、开展微信扫码及购物满58元即可参与品牌抽奖活动并赠送医药导报。通过该形式加强品牌与消费者的互动，引起持续关注及潜移默化的品牌宣传，同时也能强化集团品种的宣传。

奖品设置如下：

一等奖：价值3000元太极水钻石卡一张（太极水500罐，共计30名）

二等奖：价值431.6元大礼包一份（太极水36罐，共计2000名）

三等奖：价值143.9元礼品一份（太极水12罐，共计3000名）

四等奖：价值11.99元礼品一份（太极水1罐，共计30000名）

2、店内开展为祝贺桐君阁销售额排名全国第二的大型促销活动，包含买赠、换购、劲爆低价、医保刷卡9.5折、母亲节特价等活动，达到活动与宣传的互动效果。

3、门店以“百年老店 健康与你同行”——热烈祝贺重庆桐君阁大药房销售额排名全国第二为主题进行系列氛围营造。

店内宣传形式：

（1）所有门店门头悬挂品牌宣传标语；

- (2) 显眼处张贴橱窗海报，宣传主题标语及促销内容；
- (3) 店内吊旗宣传主题标语；
- (4) LED 显示屏用于宣传品牌主题；
- (5) 店内活动赠品上印刷品牌宣传标语；

(二) 店外公益品牌宣传

1、店外以热烈祝贺重庆桐君阁大药房销售额排名全国第二为契机开展品牌义诊活动，并联合品牌医院共同开展桐君阁“服务百姓，健康于民”品牌形象宣传。

2、活动形式为百名名医义诊、免费健康检测、健康产品展示。

3、场外活动安排如下

活动时间	活动地点	活动主题	合作厂家及医院	协助公司	活动形式
5月23日	南坪弹子石/巴南(待定)	关爱男性健康万里行大型义诊	重医附一院	四分公司/五分公司	1、重医进行辉瑞及桐君阁男性健康活动。 2、地方广场开展桐君阁品牌宣传、医生义诊及产品介绍
6月6日	储奇门西部广场	关爱女性健康亲大型义诊	五洲女子医院	西部医药商城	药房及医院联合进行品牌宣传、医生义诊、产品介绍

备注：各零售公司在 5-6 月必须开展一场大型义诊公益活动，具体安排由各公司第一负责人落实，报股份公司零售部备案。

(三) 网络媒体及传统媒体品牌宣传

网络媒体：

1、媒体选择：大渝网、搜狐网

2、宣传内容：

(1) 活动宣传：义诊活动跟踪报道；

(2) 品牌宣传：以突出桐君阁获全国第二大药房而开展的相应义诊活动。

传统媒体:

1、媒体选择: 医药导报、第一药店、21 世纪药店报、重庆晨报、都市热报、重庆电视台天天 630;

2、宣传内容:

(1) 行业纸媒: 选择医药导报进行专刊及活动软文连续报道, 并由医药导报作为有奖问答的媒介。选择第一药店和 21 世纪药店报进行义诊公益活动后期软文报道。

(2) 地方报媒: 选择重庆晨报及都市热报进行义诊公益活动预热宣传及店内各项活动的告知。

(3) 地方 TV: 重庆电视台天天 630 进行义诊公益活动后期报道, 扩大品牌影响力。

各阶段宣传点

(1) 第一阶段: 贺桐君阁再添荣誉, 大型义诊惠及全民! 主要宣传大型义诊活动主题及信息, 桐君阁店内开展降价赠礼活动; 邀请市民互动参加有奖答题活动。

(2) 第二阶段: 穹顶之下, 桐君阁带您寻找长寿资源! 主要进行公益宣传加产品宣传, 着重在水(太极水)、药材的鉴别, 找寻健康长寿优质产品。并配合太极旅游资源进行宣传。

备注: 四川片区根据各公司情况选择部分媒体进行品牌宣传。

六、奖品及宣传费用预算

项目	名称	规格	单价(元)	数量	费用(万元)	备注
抽奖活动	太极水钻石卡	张	3000	30 张	9	川渝分配比例 1:2
	太极水件装	件	48	9000 件	43.2	川渝分配比例 1:2
	太极水瓶装	瓶	4	30000 瓶	12	川渝分配比例 1:2

媒体投入	大渝网	软文	3000	2	0.6	2期
	搜狐网	软文	3000	2	0.6	2期
	天天 630		5000	1	0.5	1期
	重庆晨报	半刊	17500	2	3.5	2期
	都市热报	半刊	15000	2	3	2期
	医药导报	特刊	10000	8	8	特刊+连续报道
	第一药店	软文	3000	2	0.6	2期
	21世纪药店	软文	3000	2	0.6	2期
公益活动	医生费用	名	500	30名	3	2场
	场地费	场	10000	2	2	2场
	现场布置费	场	10000	2	2	2场
合计					88.6	

七、所有对外宣传文案内容及媒介排期须报集团广告公司审批后执行。

请桐君阁股份有限公司按文件要求及时开展工作并落实细则，持续高效推进品牌宣传工作的开展，所有费用由相关零售公司承担。

特此通知，请遵照执行！

附件：店内品牌宣传氛围营造样图



抄送：总经办。

太极集团有限公司办公室

2015年5月28日印发

拟稿：周燕

校核：谢忆