

2010 年 12 月 9 日
编号：10-1209-04

首次在日本和亞洲的所有門店同步促銷
地區性同步推出新式“烤雞”——限量售賣品——
— 力爭自 2010 年 12 月 26 日（星期日）起銷售總計四百萬份漢堡包 —

自 2010 年 12 月 26 日星期日至 2011 年 2 月 7 日星期一，莫師飲食服務股份有限公司（經營 MOS 漢堡包）將使用相同的商業和門店 POP 招貼，在其日本和整個亞洲的全部 1,596 家門店（截至 2010 年 11 月/部分門店有可能不銷售此產品）推出限時概念的售賣品並進行促銷。

新推出的限時“香烤雞肉堡”（360 日元）將採用在亞洲受到普遍歡迎的烤雞，以日本連鎖店的特有方式烤製而成。該漢堡包上面填夾特製的法式香酥薯條。日本門店使用的調料為帶油炸胡椒味鹹黃油汁，而亞洲其他地區的門店將使用橙色調味醬油。



香烤雞肉堡



在亞洲市場使用的促銷圖標

在此次促銷期間，基於統一圖標“Go! Go! Asia!”的相同 POP 招貼將出現在每一個國家，以此表示在整個亞洲地區開展的此次促銷。電視商業藝人 Shiori Kutsuna 將在日本和台灣的節目中出現，同時也會在其他地區門店內外的視頻顯示屏上播出。

促銷期間還將在所有門店開展一場內部的銷量競賽活動，以強化在整個亞洲的連鎖運營。與此同時，全亞洲的門店都將進行 HDC 活動*，以提升其作為莫師品牌店的服務水準。通過實施這些措施，力爭在包括日本在內的全亞洲的促銷期間銷售額實現同比增長約 103%。

*HDC 活動是一項每年進行若干次的活動，用以考察、測量店面的熱情（H）、美味（D）和清潔（C）。自 1982 年開始在日本進行，2007 年擴大到日本以外的所有門店。

我們目前在亞洲的六個國家和地區擁有 232 家連鎖店（截至 2010 年 11 月）。莫師不僅在市場成熟、門店數量穩定的台灣、新加坡和香港開設門店，也在經濟快速發展和市場日益增長的泰國、印度尼西亞和中國（廈門）開設門店。每個地區都有其自身獨有的特色，例如大受歡迎的烤肉珍珠堡（MOS Rice Burger）和照燒雞肉堡（Teriyaki Chicken Burger），這些佳餚源自日本。隨著連鎖店數量的不斷增加，莫師不僅在增長的市場上打造了品牌，還將在新開發的市場上積極推出新門店。

亞洲同步推出的促銷活動概覽

- 促銷名稱：“Go! Go! Asia!”
- 促銷時間：2010 年 12 月 26 日星期日至 2011 年 2 月 7 日星期一
- 產品：“香烤雞肉堡”，360 日元*，限時產品
- 參加門店：莫師公司地區門店（部分門店可能不銷售此產品）

* 日本的莫師門店數量：1,364 家（截至 2010 年 11 月 30 日）

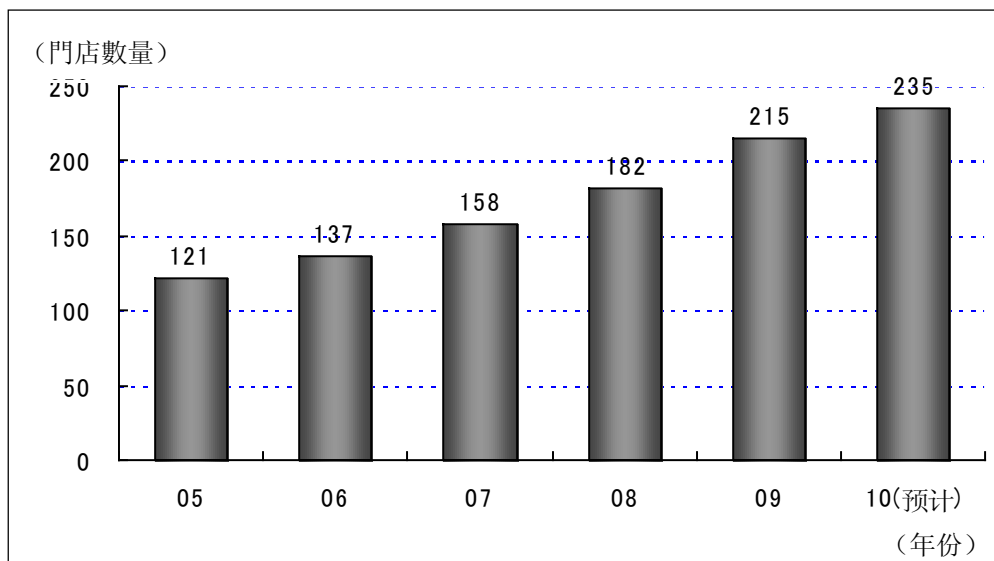
* 有關日本以外的門店數量，請參考以下圖表：

亞洲門店與銷售增長數量

各國（地區）門店列表

地區	門店數量*	首個門店開張日期
台灣	179	1991 年 2 月
新加坡	26	1993 年 5 月
香港	15	2006 年 10 月
泰國	6	2007 年 3 月
印度尼西亞	4	2008 年 12 月
中國廈門	2	2010 年 2 月
總計	232	

* 當前的門店數量截止 2010 年 11 月 30 日



本文中的所有價格為含稅價。