

金门酒厂(厦门)贸易有限公司
甄选大陆地区总经销商案(第二次)评分表

项次	评审专案	配分
一	<p>企业组织概况：</p> <p>(一)、公司组织、主持人及经营团队人力配置、资本额及财务状况、储运能力、可供查核之自有及合同销售据点。</p> <p>(二)、酒或水或饮料相关销售实绩3年以上(须详列含经营资历、经销产品、销售渠道别、各年度营业额等说明)等相关资料。</p>	35
二	<p>经营市场分析</p> <p>(一)、产业环境分析</p> <p>(二)、酒品市场规模分析</p> <p>(三)、竞争者分析</p> <p>(四)、SWOT分析</p> <p>(五)、消费行为分析</p>	20
三	<p>市场通路推广计划：</p> <p>(一)、渠道发展策略(含主要线上、线下铺销点分布)</p> <p>(二)、金门高粱酒品牌专卖店设立与营运</p> <p>(三)、定价方式如各级价格：批发、团购等</p> <p>(四)、招商计划</p> <p>(五)、四年期各年度产品销售计划</p> <p>(六)、对所属经销商市场管理及辅导计划</p> <p>(七)、市场风险评估及突发状况应变处理机制</p>	25
四	<p>品牌传播计划</p> <p>(一)、广告创意建议</p> <p>(二)、整合营销应用</p> <p>(三)、整合营销广告费用提拨比例(最低标准：每年期经销金额2%以上)</p>	20
总分		100
<p>营销企划书之评分平均数需达75分(含)且半数(含)以上审查委员评分达75分以上者，方判定为合格。厂商评分总分达90分以上及75分以下者，请审查委员叙明理由。</p>		