

金门酒厂(厦门)贸易有限公司
甄选区域经销商评分表

项次	评审项目	配分
一	企业组织概况: (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。(10 分) (二)、酒、食品或饮料相关销售实绩 1 年以上 (须详列含经营资历、经销产品、销售渠道别、营业额等说明) 等相关资料。(15 分)	25
二	经营区域市场分析 (一)、区域产业环境分析 (二)、酒品市场规模分析 (三)、竞争者分析 (四)、自我评估优势分析 (五)、消费行为分析	15
三	各年度销售目标; (一)、签约日至 12 月 31 日经销金额总计为人民币__万元。 (二)2024 年每年最低履约金额____万元。 (三)2025 年每年最低履约金额____万元。 (四)2026 年每年最低履约金额____万元。	15
四	市场通路推广计划: (一)、渠道发展策略 (含主要铺销点分布、) (二)、定价方式如各级价格:批发、团购等 (三)、招商计划 (四)、2023 年产品销售计划及提货计划	35
五	简报及答询	10
总分		100
申请者之评分平均数未达 70 分或超二分之一评委评分低于 70 分者,不列入序位之排定,评委需叙明原因		