

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	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。 (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。	35
二	经营市场分析 (一)、产业环境分析 (二)、酒品市场规模分析 (三)、竞争者分析 (四)、SWOT 分析 (五)、消费行为分析	20
三	市场通路推广计划： (一)、渠道发展策略（含主要线上、线下铺销点分布） (二)、金门高粱酒品牌专卖店设立与营运 (三)、定价方式如各级价格：批发、团购等 (四)、招商计划 (五)、四年期各年度产品销售计划 (六)、对所属经销商市场管理及辅导计划 (七)、市场风险评估及突发状况应变处理机制	25
四	品牌传播计划 (一)、广告创意建议 (二)、整合营销应用 (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）	20
总分		100
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。		