

# 金门酒厂（厦门）贸易有限公司公开甄选大陆地区总经销商案（第四次）

## 申请者资格及应备文件

| 项次  | 甄选资格                                                              | 应备文件                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (一) | 具有独立法人资格的经营主体, 领有企业法人营业执照, 在 <b>经营范围</b> 内列有酒或水或饮料类销售或预包装食品等经营项目。 | 企业法人营业执照复印件及企业法人身份证明复印件加盖公章。                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| (二) | 具有相当财力者。                                                          | 1、实收资本额人民币 4,000 万元以上者。(需提供政府官方文件或政府官方网站查询结果截图)<br>2、最近三年平均营收超过人民币 3 亿元, 需检附各年度财务报表审计报告。<br>3、拥有自有产权或自行租赁仓储场地不低于 1 万平方米, 若仓储场地为自有则须提供自有场地之产权证明, 若仓储场地为自行租赁, 则租赁方必须为申请者且须提供其租赁仓储场地之 <b>产权证明、租赁合同及最近一期租赁发票复印件</b> 。<br>4、最近一年其流动资产不得低于流动负债; 总负债不得超过净值四倍, 且净值不低于人民币 4,000 万元。                                                         |
| (三) | 提交营销企划书。                                                          | 营销企划书内容需载明:<br>1. 申请者企业经营团队, 包括但不限于:<br>1) 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。<br>2) 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。<br>2. 经营市场分析;<br>1) 产业环境分析<br>2) 酒品市场规模分析<br>3) 竞争者分析<br>4) SWOT 分析<br>5) 消费行为分析<br>3. 市场通路推广计划<br>1) 渠道发展策略(含主要线上、线下铺销点分布)<br>2) 金门高粱酒品牌专卖店设立与营运<br>3) 定价方式如各级价格: 批发、团购等 |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <div>4) 招商计划</div> <div>5) 四年期各年度产品销售计划</div> <div>6) 对所属经销商市场管理及辅导计划</div> <div>7) 市场风险评估及突发状况应变处理机制</div> <div>4. 品牌传播计划</div> <div>1) 广告创意建议</div> <div>2) 整合营销应用</div> <div>3) 整合营销广告费用提拨比例（最低标准：每<br/>年期履约目标金额 2%以上）</div> |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|