

**金门酒厂(厦门)贸易有限公司  
甄选大陆地区总经销商案评分表**

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：每年期履约目标金额 2% 以上）</p>	20
<b>总分</b>		100
<p>营销企划书之评分平均数需达 <b>75</b> 分（含）且半数（含）以上审查委员评分达 <b>75</b> 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>		