

附件 3

保健酒业销售公司“微舒”品牌产品运营商
评分标准

评分项目		评分内容	分值
运营方案可行性 (50 分)	策略创新性	<p>1. 产品定位精准度：方案需明确“微舒”品牌目标消费群体、核心价格带定位及差异化竞争优势，符合公司“微舒”品牌规划（10 分）；</p> <p>2. 营销策略创新性：包含电商渠道、即时零售渠道及流通渠道的整合运营策略，提出各渠道差异化推广与销售促进方案，策略清晰且具备实操性（10 分）；</p> <p>3. 创意内容规划：方案包含有效的品牌形象塑造与全渠道促销活动规划，能支撑销售目标与品牌建设（10 分）。</p>	30 分
	目标达成路径	<p>1. 销售目标分解：三年销售总目标（1 亿元）按年度、季度、平台进行科学拆分，逻辑清晰（10 分）；</p> <p>2. 执行计划合理性：明确阶段任务（如产品投放、促销活动、宣传推广）、资源配置（人力/资金）及关键节点把控（10 分）。</p>	20 分

团队能力 (30 分)	过往案例	<p>1. 全渠道运营经验：提供近 3 年酒类（最好为露酒或相近品类）全渠道运营成功案例，近 3 年主要运营渠道年销售额≥ 2000 万元（每一年度达标 5 分，最高 15 分）；</p> <p>2. 爆款/品牌打造能力：近 3 年主导酒类单品年销售额≥ 1000 万元或日成交额破 100 万元案例（5 分）。</p>	20 分
	资源整合能力	<p>1. 平台资源：与主流电商平台、即时零售平台有良好合作历史，能获取资源支持；同时拥有或能够快速构建区域流通的渠道网络（5 分）；</p> <p>2. 市场资源：拥有可协同的品牌推广、市场活动等资源（5 分）。</p>	10 分
财务实力 (10 分)	资金保障	<p>1. 注册资本≥ 100 万元（1 分）；</p> <p>2. 近 3 年主营业务年收入≥ 2000 万元（5 分）；</p> <p>3. 流动资金≥ 1000 万元（提供银行流水或审计报告，3 分）。</p>	9 分
	抗风险能力	具备风险应对机制（如备用资金池、保险覆盖，提供证明材料）（1 分）	1 分

应急响应 (10 分)	应急响应	1. 风险识别全面性： 覆盖产品质量、消费者投诉、品牌争议等场景（3 分）； 2. 响应机制时效性： 明确 24 小时应急小组、分级响应流程（如负面评论 48 小时内处理）（4 分）； 3. 公关措施有效性： 提供过往危机公关成功案例（如舆情逆转、品牌形象修复）（3 分）。	10 分
总分			100 分

评分说明：

1. 所有证明材料（合同、财务报表等）需加盖公章，未提供或材料不完整则对应项不得分；

2. 总分 100 分，按得分排名确定入围资格；得分相同者优先考虑运营方案可行性及团队能力；

3. 以上评分项目除财务实力外如涉及到意向运营商联合体业务，可以使用联合体相关证明材料，但需提供关联证明。