

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)	<p>策略创新性</p> <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
	<p>目标达成路径</p> <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	<p>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);</p> <p>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);</p> <p>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)。</p>	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。