附件3

保健酒业销售公司餐饮渠道产品运营商

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 | 1.场景化产品定位：方案需精准匹配餐饮场景产品需求（如宴席、佐餐、礼品场景），明确目标消费群体与价格体系（10分）。2.促销活动创新性：提出差异化促销策略（如餐饮终端联合推广、主题品鉴会、节日营销活动），增强产品终端动销能力（10分）。3.品牌联动能力：设计餐饮渠道专属品牌露出方案（如菜单植入、店招合作），提升品牌渗透率（10分）。 | 30分 |
| 终端动销保障措施 | 1.销售目标分解：对3亿元总目标按年度、季度、区域进行科学拆分，逻辑清晰（7分）。2.铺货计划：明确全国1500家终端的分阶段铺货目标（按区域、餐饮类型分解），逻辑清晰（8分）。3.动销支持：制定终端陈列标准、促销员培训计划、消费者互动活动，确保动销率≥50%（5分）。 | 20分 |
| 渠道资源（30分） | 终端覆盖广度 | 1.合作网络规模：现有合作餐饮终端≥200家（需提供合作名单或合同，15分）。2.区域覆盖能力：覆盖一线/新一线城市≥2个，二三线城市≥3个（5分）。 | 20分 |
| 合作案例实效 | 酒类餐饮渠道案例：近3年单年度餐饮渠道酒类销售额≥2000万元（每案例5分，最高10分；需提供合同及终端销售数据）。 | 10分 |
| 供应链能力（10分） | 仓储物流效率 | 1.仓储布局：拥有覆盖核心城市的仓储网络（≥5个区域仓），提供24小时内配送服务（3分）。2.物流管理：具备信息化物流管理系统（如实时库存监控、订单自动分拨），确保终端补货时效≤48小时（2分）。 | 5分 |
| 库存管理能力 | 1.周转率指标：近3年平均库存周转率≥2次/年（3分）。2.滞销处理机制：制定临期产品处理方案（如调货、促销清库），保障渠道库存健康（2分）。 | 5分 |
| 财务实力（10分） | 资金保障 | 1.注册资本≥100万元（1分）；近3年主营业务年收入≥2000万元（1分）。2.流动资金≥2000万元（提供银行流水或审计报告，5分）。 | 7分 |
| 抗风险能力 | 资产负债率≤50%（2分）；具备风险应对机制（如备用资金池、保险覆盖）（1分）。 | 3分 |
| 总分 | 100分 |

评分说明：

一、所有证明材料（合同、财务报表、终端名单）需加盖公章，未提供或材料不完整则对应项不得分。

二、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渠道资源。

三、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。