附件3

保健酒业销售公司新媒体渠道产品运营商

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.产品定位精准度：方案需明确目标消费群体、价格带（100-500元）定位及差异化竞争优势，符合公司品牌调性（10分）。2.营销策略创新性：包含内容电商、社交平台种草、直播带货等新兴渠道的整合方案，提出差异化推广手段（如IP联名、场景化营销）（10分）。3.创意内容规划：短视频、直播脚本设计新颖，具备传播爆点，能有效提升品牌曝光度（10分）。 | 30分 |
| 目标达成路径 | 1.销售目标分解：对5亿元总目标按年度、季度、平台进行科学拆分，逻辑清晰（10分）。2.执行计划合理性：明确阶段任务（如产品上线、促销活动、旺季冲刺）、资源配置（人力/资金）及关键节点把控（10分）。 | 20分 |
| 团队能力（30分） | 过往案例 | 1.酒类线上运营经验：提供近2年（2023-2024年）100-500元价格带酒类产品运营案例，单平台年销售额≥2000万元（每案例5分，最高15分）。2.爆款打造能力：近2年主导单品年销售额≥1000万元或日成交额破100万元案例（5分）。 | 20分 |
| 资源整合能力 | 1.平台资源：与主流电商平台（京东、天猫、拼多多、抖音、快手、微信视频号等）建立深度合作，具备流量扶持、活动资源获取能力（5分）。2.跨界资源：拥有KOL、MCN机构、媒体等合作资源库，能快速启动品牌联动（5分）。 | 10分 |
| 财务实力（10分） | 资金保障 | 1.注册资本≥100万元（1分）；近2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 |
| 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：

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团队能力。

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。