

金门酒厂（厦门）贸易有限公司 甄选大陆地区总经销商案甄选须知

壹、总则：

一、招商案名及标的：

- (一) 案名：甄选大陆地区总经销商案(第二次)。
- (二) 数量、规格、授权品项：详甄选须知、合同等文件。

二、本公司之名称、地址、电话：详招标公告。

三、经销范围：大陆地区。

贰、申请者应具下列各项全部文件与基本资格：

一、

项次	甄选资格	应备文件
(一)	具有独立法人资格的经营主体,领有企业法人营业执照,在经营范围内列有酒或水或饮料类销售或预包装食品等经营项目。	企业法人营业执照复印件及企业法人身份证明复印件加盖公章。
(二)	具有相当财力者。	1、实收资本额人民币 4,000 万元以上者。(需提供政府官方文件或政府官方网站查询结果截图) 2、最近三年平均营收超过人民币 3 亿元,需检附各年度财务报表审计报告。 3、拥有自有产权或自行租赁仓储场地不低于 1 万平方米,若仓储场地为自有则须提供自有场地之产权证明,若仓储场地为自行租赁,则租赁方必须为申请者且须提供其租赁仓储场地之产权证明、租赁合同及最近一期租赁发票复印件。 4、最近一年其流动资产不得低于流动负债;总负债不得超过净值四倍,且净值不低于人民币 4,000 万元。
(三)	提交营销企划书。	营销企划书 10 份。

二、营销企划书的内容需包含以下各事项，供审查委员评分之用（制作 10 份）

项次	营销企划书内容与纲要
(一)	申请者 企业经营团队 ，包含但不限于： 1) 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。 2) 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。
(二)	经营市场分析： 1) 产业环境分析 2) 酒品市场规模分析

	3) 竞争者分析 4) SWOT 分析 5) 消费行为分析
(三)	市场通路推广计划: 1) 渠道发展策略(含主要线上、线下铺销点分布) 2) 金门高粱酒品牌专卖店设立与营运 3) 定价方式如各级价格:批发、团购等 4) 招商计划 5) 四年期各年度产品销售计划 6) 对所属经销商市场管理及辅导计划 7) 市场风险评估及突发状况应变处理机制
(四)	品牌传播计划: 1) 广告创意建议 2) 整合营销应用 3) 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)

三、营销企划书之内容,涉及请求本公司履行之事项或其他义务事项,非经于合同中约定者,对于本公司不生效力。

四、格式建议如下:

- (一) 以 A4 纸张直式横书双面缮打。
- (二) 宜加目录、编页码、加封面并装订成册。
- (三) 应包含上述二.所列各项内容,若申请厂商有不依规制作营销企划书,本公司得建议审查委员给予相对较低之分数。

叁、投标保证金(押标金):

一、本案押标金为人民币叁佰伍拾万元整。

以转账或电汇缴纳押标金,应存入下列账户内:

户名:金门酒厂(厦门)贸易有限公司

开户行:中国银行厦门东渡支行

(一) 账号: 4169 6733 2058

(二) 行号: 104 393 040 004

(三) 付款方式: 1. 转账。2. 电汇。(提醒:以上付款单上,付款方名称应与投标厂商名称一致)。

(四) 存入日期: 截止期限前缴纳且以本公司收到款项时间为准;如超过截止期限收到款项,则以不合格论。

二、厂商于缴纳押标金期限内完成押标金缴纳,凭银行回单索取酒品经销价格表。

三、厂商有下列情形之一者,其所缴纳之押标金,不予发还,其已发还者,并予追缴之。

(一) 以伪造、变造之文件投标。

(二) 厂商另行借用他人名义或证件投标。

(三) 冒用他人名义或证件投标。

(四) 在报价有效期内撤回其报价。

(五) 开标后应得标者不接受决标（中标）或拒不签约。

(六) 得标后未于规定期间内，缴足履约保证金。

(七) 其他经本公司认定有影响采购公正之情形者，包括：

1. 有足以影响采购公正之违法行为。

2. 不同投标厂商间之投标文件内容有重大异常。

3. 容许他人借用本人名义或证件参加投标。

4. 厂商或其代表人、代理人、受雇人或其他从业人员有以下事实之一者：

(1) 意图使厂商不为投标、违反其本意投标，或使得标厂商放弃得标、得标后转包或分包，而施强暴、胁迫、药剂或催眠术者。

(2) 以诈术或其他非法之方法，使厂商无法投标或开标发生不正确结果者。

(3) 意图影响决标价格或获取不当利益，而以契约、协议或其他方式之合意，使厂商不为投标或不为价格之竞争者。

(4) 意图影响采购结果或获取不当利益，而借用他人名义或证件投标者，容许他人借用本人名义或证件参加投标者，亦同。

5. 厂商或其代表人、代理人、受雇人或其他从业人员，就有关招标、审标、决标事项，对本公司人员行求、期约或交付贿赂或其他不正利益。

四、无决标（无中标）者，本公司于决标（中标）后无待解决事项 30 日历日内无息返还投标

厂商所缴纳之投标保证金（押标金）；决标（中标）者，投标厂商所缴纳之投标保证金（押标金）转换为经销合同之部分履约保证金，其余按总经销合同之约定办理。

肆、申请手续：

一、本案甄选模式采分段投标、分段开标：本次招商需有三家（含）以上厂商投标，本公司方办理后续开标相关程序，若未满足三家厂商投标则本次流标；第二次招商则不受前项三家厂商之限制。投标厂商应就各段标之标封分别装封，即应备资格文件（含营销企划书）与价格分次投标、分段开标。

二、参加甄选之厂商将应具备资格文件及营销企划书全部装入非透明之外包装袋（盒）中，于外包装袋（盒）贴上外标封后密封；外标封应标示厂商名称、电话及地址。申请厂商应于截止收件期限前，以邮递或专人寄（送）达，逾期无效，不以邮戳时间为凭。

三、投标厂商应自行估量交通、天候等时空因素，尽早投递，并应于前列规定时限前寄（送）达，如因邮递延误，本公司不负任何责任。一经付邮、或寄达地点之标函，投标厂商不得于『开标前』以任何理由请求发还、更改、作废或缴销。

四、不允许厂商共同投标，属同一公司之二个以上分公司，或一公司与其分公司分别投标视同违反规定。另投标厂商之法定代表人相同者，亦同。其有违反者，于开标前发现者，所投之标应不予开标；开标后发现者，所投之标应不予接受。一经寄(送)达本公司或其指定场所之投标文件，开标时发现投标文件内容有不明确、不一致或明显打字或书写错误等疑义之情形，得通知投标厂商提出说明，以确认其正确之内容，文件内明显打字或书写错误，与标价无关，得允许厂商更正。

五、厂商有下列情形之一者，除本招商案相关文件另有规定者外，不得参加本案：

(一) 厂商之法定代表人或合伙人同时为承办本采购或供应之厂商法定代表人或合伙人相同。

(二) 厂商与承办本采购或供应之厂商同时为关系企业或同一其他厂商之关系企业。

(三) 厂商之法定代表人与本公司首长系配偶或三等亲以内之血亲或姻亲，或同财共居亲属者，不得参与投标。

(四) 因履行本公司合同而知悉其他厂商无法知悉或应秘密之信息之厂商。

六、本公司于决标(中标)或签约后发现得标厂商于决标(中标)前有前项情形者，应撤销决标(中标)，终止合同或解除合同，并得追偿损失。

伍、招商程序及审查：

一、第一段：资格文件审查及营销企划书审查答询会议

(一) 书面资格审查日期：详招商公告规定。

(二) 厂商应具备上述**贰、一. 所列全部文件**。基本资格文件一式一份，营销企划书一式十份，另押标金人民币叁佰伍拾万元需于投标截止日前汇入本公司指定帐户。

(三) 基本资格文件经审查合格者，始得参加隔日之营销企划书审查答询会议。

二、第二段：比价金额标

经第一段资格文件审查及答询会议合格者，依本公司公告比价时间参与现场比价，**价高者得**。

由法定代表人或被授权人携带密封之标单及授权书(法定代表人亲自出席者免附)出席。

陆、书面资格审查及营销企划书审查答询会议作业：

一、书面资格审查会议以本公司公告时间办理(申请厂商不必出席)。

二、营销企划书厂商到场答询时间以本公司公告时间办理；答询会议地点：厦门市。

三、由公司工作小组针对厂商所提供之基本资格文件进行审查。

四、为利审查委员对投标厂商于营销企划书各项内容更深入了解，本公司得辅以厂商现场问答方式；于审查答询会议时得派该厂商法定代表人或被授权人携带授权书(法定代表人亲自出席者免附)出席营销企划书之答询会议(总人数不得超过**二**人)。对于每家厂商营销企划书委员书

面审查的时间为**三十分钟以内**，给予厂商现场答询时间为**三十分钟以内**（不含委员提问时间）。现场答询三十分钟，于第二十七分钟做第一次提示，第三十分钟时做第二次提示，厂商应立即结束答询。

五、每家厂商由审查委员提出意见，采统问统答方式，投标厂商应于现场答询时间内提出说明。

六、答询之先后次序，本公司将依申请厂商投标之时间先后顺序决定答询顺序，最先投标者为第一答询、第二投标者为第二答询…依此类推。

七、投标厂商未出席答询会议，本公司得建议审查委员给予相对较低分数。

八、本公司组成七名『审查委员会』，按厂商所提供之营销企划书办理审查答询会议。营销企划书之审查计分基准，如「金门酒厂（厦门）贸易有限公司甄选大陆地区总经销商评分表」所载。

九、各审查委员就营销企划书各项目及配分填写评分表乙份，申请者之评分平均数需达 75 分（含）且半数（含）以上审查委员评分达 75 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。

十、审查答询会议结果由各委员签名确认，并当场宣布审查合格的厂商名单。

十一、审查答询会议审查过程各问题之处理，均依甄选须知之规定办理，如有未尽事宜，则以出席本公司答询会议审查委员小组当场讨论做成决议处理之。

柒、比价程序与决标原则：

一、依营销企划书答询会议当天宣布审查结果合格之投标厂商，于答询会议结束后 30 分钟即办理比价程序。比价当日由厂商法定代表人或被授权人携带授权书（法定代表人亲自出席者免附）携带密封之标单至本公司现场进行比价作业，未到场参加者视同放弃比价权利；各家厂商参加比价程序的人数为 1 人。

二、由工作小组依厂商投标先后顺序打开厂商之标单，确认厂商的标价至少平于（或高于）经销目标金额，由标价最高者得标。

三、若厂商标价相同者，则由同样标价者进行书面加价程序（询问厂商是否愿意进行加价或放弃加价），**每次加价金额为人民币百万元的整数倍**；加价程序不限次数，直至有得为决标之对象时，即仅有一家最高标价的厂商。但遇两家（含）以上厂商标价相同且均得为决标对象时（标价平于或高于经销目标金额，而厂商皆放弃加价情形），则以抽签方式决定得标厂商，抽签顺序比照厂商投标顺序。

四、超过最低投标履约金额（人民币 13.4 亿）部分，按比例计算分摊至各年度履约目标金额中（第一年 19%、第二年 21%、第三年 28%、第四年 32%）。

捌、订约：

一、自决标（中标）次日起 30 日历日内办理签约（末日为例假日者顺延一日）。

- 二、得标厂商应于决标后书面通知次日起 15 日内缴交履约保证金(遇节假日可顺延一日)(为决标 4 年平均履约金额**百分之五**)予本公司。
- 三、得标厂商应由法定代表人或委托代理人携带厂商公章及法定代表人之印鉴至本公司办理签订合同手续,合同于双方签约后立即生效。
- 四、得标厂商于决标(中标)后有下列情形之一者,应撤销决标(中标):
- (一)本公司得于必要时通知厂商限期提出相关投标文件正本供查验;核对正本时,正本不符规定或复印件与正本不符者。
 - (二)未于规定期限内缴足履约保证金者。
 - (三)未于规定期限内至本公司办理合同签订手续,或以任何理由放弃得标者。
 - (四)有台湾政府采购法第五十条第一项各款情形之一者。
- 五、如得标厂商未于规定期限内与本公司办理合同签订手续,除没收押标金外;本公司可迳自于公司官网公告该厂商为拒绝往来厂商,自公告之日起一年内不得参与本公司招商甄选。则本公司将以书面通知本次业已通过第一阶段合格之厂商再进行第二次比价程序;若厂商无意愿参与,视同弃权。如最终无得为决标之厂商,则本案废标。

玖、异议及申诉:

厂商与本公司间之招标、审标、决标(中标)、订约、履约之争议,得向本公司提出书面异议申诉;如有疑义应于等标期之四分之一期限前提出(不足 1 日者以 1 日计),该期限自公告日起算,另本公司释疑之期限将不逾截止投标日或资格审查截止收件日前 1 日。

壹拾、注意事项:

- 一、凡违反本须知之事项,以取消资格论。
- 二、投标厂商应详阅本甄选须知及合同,倘对招商文件内容有疑义者,得于厂商申请释疑期限内,以书面送达本公司请求释疑,本公司对于该项疑义将以书面资料答复请求释疑之厂商,必要时得公告之;其涉及变更或补充招商文件内容者,将另行公告,并视需要延长甄选等标期。
- 三、得标厂商营销企划书其知识产权均归本公司所有,并可作为本公司委托规划设计时之参考。
- 四、凡接受聘请为本案书面审查委员会委员者,不得为参加申请者之工作成员或顾问或负责人,其亦不得参与投标。
- 五、参加申请厂商不得提出任何补偿或赔偿要求。申请厂商因参加本甄选案投标所需之任何费用,不论有、无办理审查会议或决标(中标)或订约,均由申请厂商自行承担。
- 六、投标寄(送)达之文件应以简体中文为准,如附有外文译本,该译本仅供参考。

壹拾壹、其他注意事项:

- 一、厂商所送本公司评审之营销企划书及投标文件,无论有无获选本公司均不退还。

- 二、 凡违反本须知规定事项或所送各项事件资料有不实伪造或涉及著作权法者，除负相关刑责及取消资格外，并应赔偿本公司因而造成之损失，事后发现亦同。
- 三、 本须知及补充说明规定、营销企划书、本案审查委员所做之决议事项，投标厂商口头报告内容之承诺或同意均为合同之一部分，其效力与合同相同。但二者有抵触时，以合同为准。
- 四、 本甄选须知未载明之事项，参考台湾政府采购法等相关法律规定办理。