

附件4:

| 漳州片仔癀国药堂医药连锁有限公司                            |                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |    |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|
| 2026年1月-2027年12月片仔癀大药房旗舰店（京东平台）运营服务商公开比选评分表 |                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |    |
| 比选内容及标准                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                    | 所占分值 | 得分 |
| 企业综合实力<br>(20分)                             | 1、企业资质：<br>A、参选公司实缴资本最高得2分；<br>B、其余参选公司有实缴资本，得1分；<br>C、若参选公司无实缴资本，得0分。                                                                                                                                                                                             | 2    |    |
|                                             | 2、参选公司及其关联公司（存在股权关系的公司）与漳州片仔癀药业股份有限公司及其旗下其他企业或其他国企合作运营经验，并提供相关证明。需提供合同扫描件关键页（关键页包含合同首页、合同标的页、签章页、签署日期页、合同甲方联系人信息）（以公司为主体，每与一家公司合作算作一次）：<br>A、没有与片仔癀药业股份有限公司及其旗下其他企业或者其他国企合作运营经验，得0分；<br>B、有与片仔癀药业股份有限公司及其旗下其他企业或者其他国企合作运营经验，得3分。                                   | 3    |    |
|                                             | 3、参选公司及其关联公司（存在股权关系的公司）具备运营大健康行业电商（医药、医疗器械、保健食品等相关行业）的经验（不限平台）：<br>A、没有运营大健康行业电商的案例，或有运营大健康行业电商的案例，并且单个案例年销售额<2000万元，得0分；<br>B、有运营大健康行业电商的案例，并且2000万元≤单个案例年销售额<5000万元，得3分；<br>C、有运营大健康行业电商的案例，并且单个案例年销售额≥5000万元，得5分。                                               | 5    |    |
|                                             | 4、参选公司及其关联公司（存在股权关系的公司）在电商平台上成功运营案例（需运营大健康行业相关类目下的店铺，且年销售额超过1000万元视为成功运营）：<br>A、无成功运营案例，得0分；<br>B、在电商平台上近3年有1个成功电商运营案例得1分，封顶8分（限大健康类）。                                                                                                                             | 8    |    |
|                                             | 5、项目运营团队人员人数及各个人人员岗位的职责：<br>A、运营团队人数<3人，得0分；<br>B、3人≤运营团队人数≤7人，得1分；<br>C、运营团队人数>7人，得2分。                                                                                                                                                                            | 2    |    |
| 商务评估<br>(50分)                               | 1、两年销售额平均增长率预估（2026年、2027年）：<br>①两年平均增长率<9%，得0分；<br>②两年销售额平均增长率（2026年-2027年）从高到低进行排名，档差为2分。即第1名得分：20分，第2名得分：18分，第三名得分：16分，以此往后每名逐步接档差递减，直至0分为止。                                                                                                                    | 10   |    |
|                                             | 2、2026年-2027年销售任务预估及合计：<br>年销售任务（2026年年销售任务预估不得低于5000万元（不含税），2027年年销售任务预估不得低于5450万元（不含税），否则不得分，该预估需确保达到，原则上以不低于该值列入合同）<br>①2026年年销售任务预估低于5000万元（不含税），视为无效年销售任务，得0分；<br>②销售任务（2026年-2027年销售任务合计）从高到低进行排名，档差为2分。即第1名得分：20分，第2名得分：18分，第三名得分：16分，以此往后每名逐步接档差递减，直至0分为止。 | 15   |    |
|                                             | 3、销售目标对赌方案：<br>A、同意比选公告中的销售目标对赌方案，得10分；<br>B、不同意比选公告中的销售目标对赌方案，得0分                                                                                                                                                                                                 | 25   |    |

| 比选内容及标准       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 所占分值 | 得分 |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|
| 方案评估<br>(30分) | 1、整体平台内推广方案有优劣（如：是否有完整全年投放规划、是否有完整的推广形式等）。<br>A、好：8-10分（方案中有完整的全年投放规划、有完整的推广形式）<br>B、较好：5-7分（方案中有全年投放规划、有推广形式）<br>C、一般：3-4分（方案中只提到全年投放规划或推广形式其中一方面）<br>D、差：0-2分（方案中没有全年投放规划、没有推广形式）                                                                                                                                                                                                                                               | 10   |    |
|               | 2、整体店铺运营方案、应急预案（包括但不限于①防止黄牛软件抢单的解决方案；②对接互联网医院医生开方的解决方案；③舆情管理与监控的方案（如遇打假、投诉等情况）；④在天猫、拼多多平台上可能遇到的问题的解决方案。）。<br>A、好：8-10分（有完整的运营方案、应急预案中有提及上述2个或更多的方案）<br>B、较好：5-7分（有完整的运营方案、应急预案）<br>C、一般：3-4分（运营方案不够完整，但有提出应急预案）<br>D、差：0-2分（没有运营方案、但有提出应急预案或没有应急预案）                                                                                                                                                                               | 10   |    |
|               | 3、提供我司在全网（全渠道）的销售规划及拓展适合我司的销售渠道。<br>A、好：5分（有提供我司在全网（全渠道）销售规划及拓展适合我司的销售渠道，两者均可行）<br>B、较好：3-4分（有提供我司在全网（全渠道）销售规划及拓展适合我司的销售渠道，其中一种可行）<br>C、一般：1-2分（有提供我司在全网（全渠道）销售规划或拓展适合我司的销售渠道，有提供两种中的一种）<br>D、差：0分（没有提供我司在全网（全渠道）销售规划，也没有提供拓展适合我司的销售渠道）                                                                                                                                                                                           | 5    |    |
|               | 4、提供能帮助我司增加品牌价值塑造及巩固的方案（例如：品牌维价手段、新渠道拓展规划等）、拓展新品（新品牌）或能提升非片仔癀类销售的方式。<br>A、好：5分（有提供能帮助我司增加品牌价值塑造及巩固的方案（例如：品牌维价手段、新渠道拓展规划等）、拓展新品（新品牌）和能提升非片仔癀类销售的方式，其中一种可行）<br>B、较好：3-4分（有提供能帮助我司增加品牌价值塑造及巩固的方案（例如：品牌维价手段、新渠道拓展规划等）、拓展新品（新品牌）或能提升非片仔癀类销售的方式，其中一种可行）<br>C、一般：1-2分（有提供能帮助我司增加品牌价值塑造及巩固的方案（例如：品牌维价手段、新渠道拓展规划等）、拓展新品（新品牌）或有提供能提升非片仔癀类销售的方式有提供两种中的一种）<br>D、差：0分（没有提供能帮助我司增加品牌价值塑造及巩固的方案（例如：品牌维价手段、新渠道拓展规划等）、拓展新品（新品牌）也没有提供能提升非片仔癀类销售的方式） | 5    |    |
| 合计            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 100  |    |