

“大桥”品牌-线上电商生态运营 招商方案

一、项目背景及概述

大桥品牌作为在全国拥有深厚市场基础的调味品牌，凭借稳定的品质和良好的口碑取得了显著成绩。为进一步拓展销售渠道，提升品牌影响力，现面向全国招募具备丰富电商运营经验和强大市场开拓能力的运营经销商（以下简称运营商），运营大桥调味线上电商项目，实现互利共赢。

大桥调味线上平台的授权运营，授权期限 1 年。

（1）公司授权 “大桥调味”官方账号线上电商运营。

（2）服务对象：服务于商业用户和个人消费者。

（3）由运营商提供电商内容策略和经营策略。

包含：A、帐号/短视频/推文等内容制作与发布、直播策划与执行、粉丝维护；B、线上店铺运营、商品销售与物流配送、客服售后等生态运营管理；C、开发与招商、餐厅寄样、经销商招募等。

二、招商目标

寻找具有成熟电商运营团队，熟悉线上平台规则，能制定并执行全链路运营策略，实现店铺高效运营，提升品牌知名度和销售额，且具有良好仓储物流资源及运作经验的经销商合作伙伴。

运营项目平台如下（可选择，选其它的需补充告知平台名称）：

抖音 ☐

微信 ☐

小红书 ☐

天猫 ☐

拼多多 ☐

其它 ☐ _____

三、品牌与产品介绍

1. 品牌优势：大桥品牌深耕多年，拥有广泛的消费者基础，市场认可度高。

大桥品牌注重产品研发和品质管控，拥有多种特色产品、先进生产工艺和质量保证体系。通过长期的市场推广和渠道建设，已树立了良好的品牌形象，在调味品市场具有强大的品牌影响力。

2. 产品特色：产品线丰富，涵盖多种调味品，满足不同消费者和餐饮场景的需求，主要产品有鸡精、味精、调味料、香辛料等。大桥系列产品采用优质原料，严格遵循传统工艺与现代科技相结合的生产方式，确保产品味道纯正、品质稳定。

四、电商产品规格和销售价格

运营产品从公司产品库选择自营产品。在确定运营商后，大桥品牌将根据实际情况确定最终产品投放规划，新品及特殊产品由大桥品牌统筹安排。

五、电商经销商要求

1. 运营经验：具备至少 3 年线上电商运营经验，有成功运营食品饮料类店铺案例优先。熟悉平台算法和规则，能熟练运用各种运营工具，且具有一定的平台资源（如流量扶持、活动坑位获取能力），致力于提升销售业绩者。

2. 团队配置：应具备电商平台专业运维团队（包括但不限于店铺运营、市场策划、数据分析、活动运营、流量运营、私域运营、视觉设计、短视频创意、客服岗位等专业人员），具有较强的运营和管理能力。

3. 运营规划：制定营销运维策划方案，内容应围绕大桥品牌业务，包括但不限于店铺运维、市场分析、目标用户定位、产品策略、价格策略、促销活动设计、渠道整合、内容营销、用户画像与个性化推荐、智能化运维以及效果评估与

优化等关键要素，以实现品牌推广、用户增长和销售转化的全面目标。

4. 仓储物流：具备优质、安全、快捷的仓储物流服务，能确保产品及时配送，满足市场需求。

5. 具备以上条件的大桥经销商客户优先考虑。

六、运营商市场管理准则

运营商应遵守以下市场管理准则：

1. 不跨越产品经销合同约定的授权经销区域/领域（包括线上平台零售领域）销售大桥系列品牌产品（二次分销需要另外授权）；

2. 不低价倾销（低价倾销是为排挤竞争对手或独占市场，以低于成本的价格倾销商品）或针对大桥其他经销商实施不正当竞争行为；

3. 不以任何方式经营或销售假冒、仿冒或已超过保质期或变质的大桥系列品牌产品，不得擅自更改产品的包装或标识。

七、核心 KPI

1. 基础运营 KPI（包含 B、C 端）

类别	指标项	目标值
基础运营	年度粉丝目标	由运营商 (参选方) 提报、 品牌批准
	年度推送短视频数量	
直播间运营	月平均直播时长	

2. 电商运营 KPI（达到平台中位数水平以上）

类别	指标项	目标值
运营效率	店铺 DSR 评分	由运营商 (参选方)
	订单 48 小时发货率	

服务质量	客户投诉率	提报
	客诉响应时间	

3、TP 销售额承诺与 ROI 测算

承诺指标	数据	说明
2025 年度销售额承诺	____万元	达成率**%
分阶段目标		
ROI 测算	ROI=____%	公式：（承诺销售额-总成本）/ 总成本*100%
风险控制措施		例如：保证金制度、 资源投入计划

4. 仓储物流 KPI

类别	指标项	目标值
仓储管理	库存准确率	由运营商 (参选方) 提报
	货损率	
物流时效	订单 24 小时出库率	
	配送准时率	
服务质量	客户投诉率	

八、合作运营计费方式

费用类型	比例	金额/计算方式	说明
固定费用	____%	人民币____元	覆盖基础服务：人 力设备、日常运营 等。
浮动费用	____%	与销售达成率挂钩	
比例合理性说明			

注：固定与浮动比例由招标方审核后最终确认，允许误差±5%；

浮动费用分阶段考核，后期纳入合同条款。

九、招商合作流程

1. 报名申请：有意向的运营商在 2025 年 5 月 31 日前通过以下方式报名参选：

将公司介绍/资质、团队配置、运营案例、合作实施方案、销售额承诺与 ROI 测算、报价明细、计费方式说明、承诺书等电子版基础资料（上述资料应加盖运营商公司公章）发送至指定邮箱。运营商报名参选即代表其承诺提供的所有资料合法合规且符合公司实际，且同意招商团队对上述资料进行审核。若提供材料与实际不符的，将被列入此次招商项目的黑名单，取消本次合作参选资格以及后期其它运营商招募参选资格。

未按上述要求和时间提交报名资料的，视为报名无效。

2. 允许联合报名参选，即线上电商运营、仓储供应经销商可联合参与报名。

3. 资格审核：招商团队对报名资料进行初审，筛选出符合要求的合作伙伴，通知参加现场比选面谈，需提供的比选材料，包括但不限于以下内容：

过往优秀案例：应涵盖店铺从 0 到 1 的发展历程、用户沉淀的方式以及提升会员黏性的策略等内容。

客服指标：提供店铺相关案例运营平台截图，涉及店铺客服各项达成指标。

店铺人员团队配置：提供店铺运营所需的人员配置名单、职务、从事电商平台快消品运营服务工作经验等。

店铺运营方案：店铺运营方案应包含店铺定位、装修、内容质量、产品管理、营销推广、客户服务、数据分析和关键 KPI 等内容。

4. 现场比选：与入围的合作伙伴进行面谈，进一步了解对方的实力、合作意愿和运营思路，确定合作细节。现场比选时间和地点、比选结果等将另行通知。现场比选时，入围的合作伙伴应当按照要求提前准备比选材料。

入选现场比选的合作伙件应当准时出席，迟到或未出席的、未按要求准备比选材料的，招商团队有权取消其比选资格。

评审组根据各运营商（参选方）综合得分由高到低的顺序进行排名，选取第一名为候选运营商。如有候选运营商因资格复审不合格，导致不符合招募要求或自愿放弃的，按照总成绩从高到低的顺序依次递补。递补对象总成绩并列的，以现场比选运营方案成绩较高者为递补对象。

5. 签约合作：双方达成合作意向后，签订合作协议，正式开展合作。

十、联系方式

1. 联系人： 陈萍
2. 联系电话：027-84219386
3. 电子邮箱：ping_chen@mccormick.com.cn
4. 公司地址：湖北省武汉市汉阳区金色二路8号



味好美（武汉）食品有限公司
2025年4月27日

附件：

承诺书

致味好美（武汉）食品有限公司：

为自觉维护味好美（武汉）食品有限公司招商比选秩序，营造公平、公正、公开的良好比选环境，确保“大桥”品牌-线上电商生态运营招商项目（以下简称“本次招商项目”）稳定开展，我司郑重承诺：

1、本单位承诺对贵司提供的包括但不限于企业文化、品牌宣传、产品清单等一切信息保密，未经贵司书面许可，不得向任何第三方透露。

2、本单位承诺提交的所有参选材料合法合规且符合我司实际，并接受贵司公司审核。

3、本单位承诺因本次招商项目产生的一切知识成果归贵司所有，未经贵司书面许可，不得向任何第三方提供、使用该些知识成果。

4、本单位承诺若确认进入现场比选程序的，将准时参加，迟到或未参加的贵司可直接取消本单位比选资格。

5、本单位可为贵司在如下平台运营大桥调味线上电商项目：

抖音☐ 微信☐ 小红书☐
天猫☐ 拼多多☐ 其它☐_____

6、若本单位违反上述承诺自愿承担一切责任，并同意贵司按照《“大桥”品牌-线上电商生态运营招商方案》相关规定对本单位进行从严、从重处理。

特此承诺。

_____公司（加盖公章）
年 月 日