

## 2018年 香港著名大學連繫 韓國農食品消費者體驗宣傳事業 服務建議書

### 1. 事業目的

- 通過聯繫香港著名大學之一的香港理工大學 (The Hong Kong Polytechnic University)，提高主導未來消費的年輕大學生們對韓國農食品的認知度，謀求建立中長期的消費層

### 2. 促進方向

- 以作為韓國農食品的潛在消費者及主導未來消費的大學生為目標，進行韓國農食品的校園推廣宣傳事業，並提高年輕消費層對韓國農食品的關心度
- 以對流行事物感興趣及慣常使用網上平台的大學生和年輕消費層為目標，提供韓國農食品的體驗機會，誘導他們於網上發佈跟韓國農食品相關的資訊，謀求擴大新的消費層
- 為了提高宣傳活動的成果，向其他大學的在學學生發佈活動的日程並誘導參與；通過多項 Event 及遊戲，提高他們對韓國農食品的認知度及誘導年輕消費層來到活動場地

|   |   |
|---|---|
|  | <p>◇ 香港理工大學概要</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 作為於1937年成立的香港公立大學，擁有約1千名教授及約16,500名學生（面積：93,000m<sup>2</sup>）</li><li>- 被英國世界大學評價機構於2017 QS選定為世界排名第95位的新興名門大學</li><li>- 學校畢業的名人：梁振英（香港第四屆特首），王家衛（電影監製）等</li></ul> |
| 香港理工大學全景  |   |

### 3. 事業概要

- 事業名稱：2018年香港著名大學連繫 韓國農食品消費者體驗宣傳

□ 活動時間：2018年 11月 6日 ~ 8日 / 3日間

\* 活動時間或會因應活動場地因素而作出改變

□ 活動場所：香港理工大學 (The Hong Kong Polytechnic University) TU Podium前



活動場所全景(於紅色線範圍內設置攤位)

\* 地址：11 Yuk Choi Rd, Hung Hom

□ 活動規模：基本攤位5個 (1個攤位：約9m<sup>2</sup>)，宣傳主題展示台(木工材料) 3個

◦ 攤位營運：2個攤位(情報站，試食與進行Events)，3個攤位(進口企業)

\* 因應活動宣傳商品及活動進行的實際條件，攤位數量和營運方案或會有所變動

□ 宣傳商品(宣傳主題展示台)

◦ Red & Hot 商品：泡菜，即食麵類(辛辣味)，韓式年糕，辣椒醬等

◦ Miracle商品：五味子飲品，柚子梳打濃縮液，青陽辣椒粉末，蕃薯加工製品，降糖辣椒茶等

◦ 新鮮商品: 葡萄, 柿, 蕃薯, 梨, 蘋果, 車厘茄, 柑等

□ 活動內容

◦ 比较多学生在校的期间，於中期考試隨後的11月，舉辦消費者體驗宣傳活動，增加宣傳效果

◦ 與進口受大學生與年輕消費層歡迎的人氣商品的進口商們合作，以試食、試飲活動為主宣傳韓國農食品

◦ 通過進行農食品相關的遊戲及有趣的Event活動，宣傳韓國農食品；邀請著名廚師進行Cooking Show料理示範(1日 3回以上，1回 200人份以上)，通過對韓國農食品食材的介紹，

### 提高未來潛在顧客對韓國農食品的認知度

- 利用學校Homepage、專攻/修讀韓文的在學生們的Facebook、Instagram等的網上平台，於事前積極宣傳該宣傳活動，並誘導活動參加者於網上發佈跟活動相關的內容(Facebook, Instagram)，謀求於香港內擴大新的消費層及提高關心度
- 通過校內Poster, Banner, 橫幅等Offline Channel的事前廣告來宣傳活動
- 進行韓國農食品相關的問卷調查，全面地分析活動參與者的對商品的好感度及購買原因，協助往後事業的方向

### □ 事業內容

- 設置活動場所：活動場所配置圖、設計及設置(及拆除)基本攤位(System 5個, 9m<sup>2</sup>/各攤位)、宣傳攤位(木工展示台 3個)、取得戶外Event需用的追加空間
- 提交活動BI・Slogan 與宣傳：提交BI與Slogan、網上宣傳(製作網上宣傳資料並進行宣傳)、Offline宣傳(校內宣傳: 製作及設置Poster、Banner、橫幅等)、以其他學校的在學大學生作為對象來宣傳並誘導他們參與活動
- 進行活動(Event・遊戲・試食)：計劃並進行Event和遊戲(4回以上/1日)、購入與Event和遊戲相關的物資、舉辦試食活動(3回以上/1日, 200人份/1回)、購入試食活動用材料與裝備、整個活動的營運、負上安全事故的責任
- 聯繫及管理活動工作人員：MC1 廚師2(主1, 輔助1), 宣傳人員Promoter 2, 營運的工作人員3

### □ 宣傳成果測定

- 宣傳實績(必需)
  - 為了宣傳活動，開辦網上平台(Facebook, Instagram)的戶口，並於活動前2星期起，發佈與活動相關的內容與宣傳商品的資訊
  - 在香港理工大學(Poly-U)在學生中，向明顯對SNS宣傳活動關心的學生們，集中網上宣傳(自發性參與時進行)

\* 宣傳實際成績盡可能以計量的方式來測定

- 問卷調查對象：150名
- 問卷調查時間：活動期間 2018. 11. 6 ~ 8 (3日間)
- 主要調查內容：宣傳前後好感度 00% 增加，購買意向 00% 增加，推薦意向 00% 增加
- 其他問卷內容 (參考1的問卷調查樣式以及口頭式消費者反應等)

事業最終結果報告書

- 合約期間內 (宣傳活動結束後1個月以內) 與相關文件一併提交

\* 中間的任務推進行項需隨時報告

服務費用：5千9萬萬韓元

\* 代理費用已包括攤位、舞台裝備設置(與拆除)費、宣傳費、物品購買費用、邀請表演團體、問卷調查費用等雜費

代理費用支付方法

- 檢查總結報告後確認沒有任何問題後，正式要求付款書發行的當日起計30日內支付

建議書提交詳情

- 公告期間：10天

- 公告日期：2018. 9. 6(四)

- 截止日期：2018. 9. 18(二) 18:00時

\* 公告日期與截止日期或會因應實際條件而有所改動，若截止日期為休息日的情況，將會以翌日18:00時前收到的建議書為準

- 提交期限：公告期間內提交

◦ 提交方式：發電郵至香港支社負責人 ([charles.kim@at.or.kr](mailto:charles.kim@at.or.kr)) 郵箱

◦ 提交文件：建議書與公司介紹書(包括公司的現況、執行人員安排計劃、最近3年內代理宣傳活動的業績、實績證明書等)

※報價表(正本)請勿加插於服務申請計劃書內，煩請於截止申請日期或之前郵寄到aT香港支社(只回覆及評價截止日期當日18時00分前收取到的價格報價表)

## [參考 1] 問卷樣本

|    |  |
|----|--|
| 性別 | ① 男性 ② 女性  |
| 年齡 | ① 10-19歲 ② 20-29歲 ③ 30-39歲 ④ 40-49歲 ⑤ 50-59歲 ⑥ 60歲以上 |
| 職業 | ① 上班族 ② 學生 ③ 家庭主婦 ④ 其他 ( )                           |

### 1. 之前品嚐過韓國食品或對其有所了解嗎？

- ① 有購買過的經驗    ② 沒有親自購買的經驗，但曾經品嚐過的經驗  
 ③ 有聽聞過韓國食品，但沒有品嚐過的經驗    ④ 不太清楚(沒有聽聞過) 請跳至問題5

### 2. (只適用於問題1 ①~③ 作答者) 喜歡的韓國食品類別是什麼？請把第1, 2位全部填寫。第1位\_\_ / 第2位\_\_

- ① 新鮮食品(農食品, 水產食品等)                      ② 加工食品(麵類, 糕點餅乾等)  
 ③ 傳統食品(米酒, 泡菜, 醬類等)                      ④ 保健品(人蔘類等)  
 ⑤ 乳製品(牛奶、芝士等)                                  ⑥ 茶·飲品類  
 ⑦ 酒類    ⑦ 其他 ( )

### 3. (只適用於問題1 ①~③ 作答者) 曾經主要購買韓國食品的場所在哪裡？請把第1, 2位全部填寫。第1位\_\_ / 第2位\_\_

- ① 大型超級市場 ② 專門零售店 ③ 便利店 ④ 網上商店 ⑤ 其他 ( )

### 4. (只適用於問題1 ①~③ 作答者) 與日常購買到的當地食品相比，在您心目中，韓國食品有什麼形象呢？

| No. | 評價項目  | 完全沒有 | 幾乎沒有 | 一般 | 有一點 | 非常有 |
|-----|-------|------|------|----|-----|-----|
| 4-1 | 高檔/高級 | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |
| 4-2 | 安全    | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |
| 4-3 | 健康    | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |
| 4-4 | 有新鮮感  | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |

5. (宣傳滿足度) 對於這次的宣傳，有多大程度滿足度呢?

|       |       |    |      |      |
|-------|-------|----|------|------|
| 非常不滿足 | 稍微不滿足 | 一般 | 稍微滿足 | 非常滿足 |
| ①     | ②     | ③  | ④    | ⑤    |

6. (K-FOOD 認知度) 對於(指定的宣傳商品)，先前有多大程度的認知度呢?

|       |       |    |      |      |
|-------|-------|----|------|------|
| 非常不清楚 | 稍微不清楚 | 一般 | 稍微認識 | 非常認識 |
| ①     | ②     | ③  | ④    | ⑤    |

7. (好感度 變化) 對於K-FOOD(指定商品)，有多大程度的好感度呢?

|      |        |        |    |       |       |
|------|--------|--------|----|-------|-------|
| 評價項目 | 非常沒有好感 | 稍微沒有好感 | 一般 | 稍微有好感 | 非常有好感 |
| 宣傳前  | ①      | ②      | ③  | ④     | ⑤     |
| 宣傳後  | ①      | ②      | ③  | ④     | ⑤     |

8. (購買意向 變化) 對於購買韓國食品，有多大程度的意向?

|      |      |      |    |     |     |
|------|------|------|----|-----|-----|
| 評價項目 | 完全沒有 | 幾乎沒有 | 一般 | 有一點 | 非常有 |
| 宣傳前  | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |
| 宣傳後  | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |

9. (推薦意向 變化) 對於向周邊親朋好友們推薦韓國食品，有多大的意向呢?

|      |      |      |    |     |     |
|------|------|------|----|-----|-----|
| 評價項目 | 完全沒有 | 幾乎沒有 | 一般 | 有一點 | 非常有 |
| 宣傳前  | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |
| 宣傳後  | ①    | ②    | ③  | ④   | ⑤   |

- 非常感謝你詳盡的回答 -