

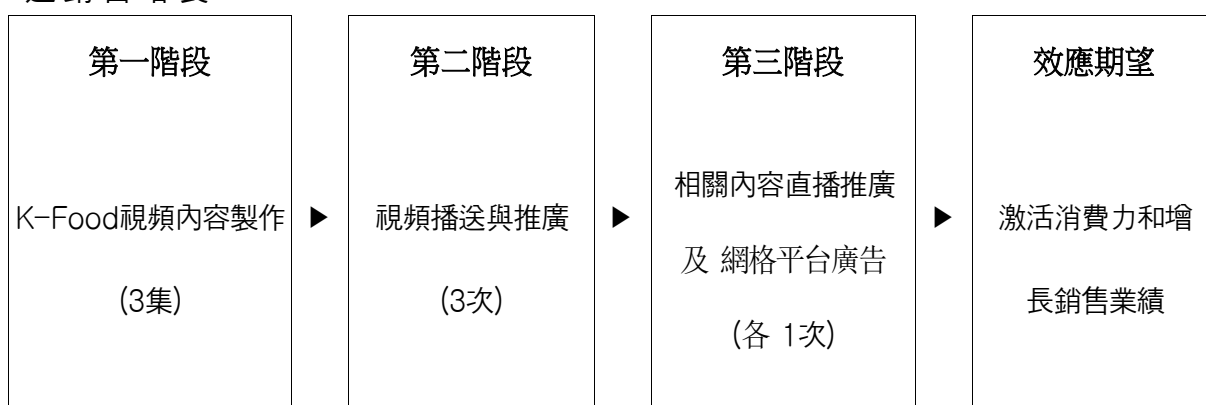
2022 年中國新媒體營銷宣傳事業勞務(委託)提案書

1. 事業目的

- 於新冠時期在家烹煮和社交距離措施的情況下，人們在家裡渡過的時間越來越多，令使用各種食物的烹飪食譜在網上分享相繼很活躍。
- 推進使用韓國農產品的烹飪食譜的在線推廣，以繼續在中國樹立 K-Food 形象並提升卓越品質

2. 推進方向

- 對時尚敏感且消費能力強的中國 MZ 世代網民為對象，通過製作和傳播 SNS 視頻和推廣直播來提高 K-Food 的知名度，建立消費基礎
- 與國內知名 KOL 聯合的新媒體營銷，突破且克服了面對面營銷的局限，並創作美味可口的韓國農產品烹飪視頻，以刺激中國消費者對韓國農產品的消費，促進銷售增長



3. 事業概要

- 事業名稱：2022 年中國新媒體營銷宣傳
- 事業時間：2021 年 6 月~8 月/3 個月間 * 媒體播出時間: 7~8 月中 (預定)
- 宣傳地區：中國全國
- 宣傳產品：3 款產品 (麵類, 柚子茶, 辣椒醬)
- 宣傳對象：主力進口食品消費的中國 MZ 世代網民
- 宣傳媒體：線上平台 (一直播、TikTok、小紅書等)
 - * 最終線上平台根據最終入選 KOL 的主要活動渠道來確定
- 宣傳次數：(視頻) 3 次，(直播) 1 次，(媒體平台) 1 次 / 共 5 次
- 主要宣傳內容：與中國著名在家烹煮的 KOL 一起開發、生產和推廣使用韓國麵類、柚子茶和辣椒醬的食譜，提升 K-Food 的優質形象和信譽
- 事業推進方法：通過代理公司進行
 - 通過代理公司專業的 KOL 管理，制定具體的營銷策略和營運來促進有效的宣傳事業推進

4. 主要任務內容

□ 視頻內容製作和分配

- 數碼內容宣傳視頻故事（開發食譜菜單和故事內容）概念和場景介紹
- 製作宣傳視頻（每集約 1 分鐘視頻，共 3 集）
- 提議有影響力的 KOL 和協商，以及製定宣傳影片的分發計劃和推廣

□ 進行直播及宣傳

- 聯繫 KOL 直播場景和方案的建議、製定和推廣
- 進行拍攝直播及宣傳（1 次，最少 1 小時或以上）
- 宣傳視頻 3 集的內容說明、觀眾反應回顧與分析

□ 媒體平台宣傳

- 中國內有影響力的生活、美食等信息共享媒體平台介紹
- 在推薦的媒體平台上量化影響力的信息介紹
- 宣傳場景方案、方向和策略的介紹

□ 運營管理

- 製定網絡宣傳策略與推廣
- KOL 和事業日程管理並 每週 2 次報告推進現狀

□ 成果管理

- 製作的內容要使 aT 在日後都能擁有合法的使用權和放送權利
- 管理媒體擴散實績，進行問卷調查及最終結果報告

5. 任務詳細內容

- 與中國有影響力的 KOL 合作，通過 KOL 的網上平台使用韓國農產品製作美味可口
的食譜內容進行推廣
 - 採用能夠促進製作內容發送和直播推進最有效成果的 KOL 平台
 - 製作內容：視頻 3 集，直播 1 次/共 4 次
- 通過在中國有影響力的網上美食和生活等平台上推廣在家烹煮內容來提高 K-
Food 的知名度
- 製作內容及宣傳方法
 - 食譜視頻(3 集)
 - 製作介紹使用麵類、柚子茶和辣椒醬研發的新菜單食譜的 KOL 視頻
 - 製作和放送 3 集在約 1 分鐘內引人入勝的內容
 - 能在短時間內激發觀看者的好奇心並抓住他們的眼球，每集都以有衝擊力
的方式解釋產品的特點和食譜，讓觀看者只看視頻也可以跟隨烹煮。

- 通過強觀看者可以輕鬆烹煮和食用容易調購買韓國農產品原料的這點，製作一個能引人入勝的視頻
- * (例) 強調必須使用韓國拉麵，是因為韓國麵條有嚼勁。
- 通過觀看者對核心視頻的評論，檢查對產品的反應和好奇心，並宣傳與 3 集視頻相關連的 KOL 直播時間表，激發觀看者好奇心和增加直播觀看者人數

○ 直播(1 次)

- 通過直播，詳細解釋製作和放送的 3 集視頻所收到的消費者反應和問題，並通過與觀看者實時交流來解答問題。
- 通過製作和放送的 3 集視頻中宣傳的成分介紹、食譜說明、使用韓國農產品的理由、分享烹飪和輕鬆美味的訣竅、中國當地的發售韓國農產品供應商等信息，提高韓國農產品的知名度並增加銷售額

○ 網上平台宣傳 (1 次)

- 通過在中國知名的網上美食和生活等信息共享平台上進行廣告宣傳製作在家烹煮視頻內容，增強宣傳協同效應

6. 宣傳成果測定

□ (計量)宣傳實績

○ 宣傳視頻及直播觀看人數，製作版權，宣傳產品、出口業績 增加率

- 觀看人數 (3 集重點預覽視頻，1 次直播) : 8000 萬次
- 擴散數 (點贊、評論、分享數等)，廣告觀看人數

* 宣傳業績以計量性成果呈示

□ (非計量)以消費者為對象的問卷調查及留言

○ 問卷調查對象 : 300 名

- 調查時間 : 宣傳結束後 1 周內實施
- 主要調查內容 : 宣傳前後好感度增加 00% ; 購買意向增加 00% ; 推薦意向增加 00%
- 其他問卷調查內容 (參考 1 的問卷調查樣式外 消費者反應等)

○ 分析宣傳視頻及直播時相關的消費者留言

7. 任務最終結果報告

□ 在合同期限內提交相關文件及製作的最終內容文件 (USB)

* 內容文件: MP4 形式高清畫質、低清畫質都必須提交

8. 委託費用 : KRW 77,000,000 韓幣

* 以 KRW 匯款為原則，若要求 HKD、USD 等其他貨幣時，以當日的匯率計算

* 包括宣傳費、製作費、出差費、配件購買費、運費、問卷調查費等與事業相關的費用

9. 代理費支付方法

- 預付金 (委託公司要求時)：原則上不支付預付金，但代理企業向銀行及保險公司等金融機構提交保證保險單等預付金的文件時，可以支付預付金
 - 簽訂委託合同後，自收到請求之日起 3 週內支付 (合同金額的 50%)
- 代理費 (餘額)：委託公司在合同期限內 (活動結束後 1 個月以內) 提交任務最終結果報告書及相關資料後，在工程 14 日內完成檢查·接收後 30 日內支付委託費 (餘額)

10. 提交提案書說明

- 提交期限：公告期間 (公告之日起 10 天) 內提交
 - 事前公告期間：2022. 5. 26(週四) ~ 5. 30(週一)
 - 公告日期：2022. 5. 31(週二)
 - 截止日期：2022. 6. 10(週五) 14:00 時
- 提交方法：通過電郵發送至香港分公司負責人 (katesheng@at.or.kr)
- 提交材料：提案書及公司簡介 (包括提案公司一般現狀、執行人力投入計劃、最近 3 年執行實績、實績證明等)
 - * 價格報價書 (原件) 不要放進勞務提案書內，請郵寄至香港分公司辦公室

[參考 1] 問卷調查格式

性別	① 男 ② 女
年齡	① 10-19 ② 20-29 ③ 30-39 ④ 40-49 ⑤ 50-59 ⑥ 60以上
職業	① 文職 ② 學生 ③ 主婦 ④ 其他 ()

1. 你有聽說過或知道韓國食物嗎？

- ① 曾經有購買 ② 雖不是自己購買的，但有嘗試過 ③ 有聽說過，但從未嘗試過
 ④ 不太了解（第一次聽說） ➡ 跳至第 5 條問題

2. （第 1 條問題僅選①~③的受訪者）您最喜歡的韓國食物是什麼？請寫到頭二位

第一位 _____ / 第二位 _____

- ① 生鮮食品（農產品、水產食品等） ② 加工食品（麵、零食等）
 ③ 傳統食品（馬格利酒、泡菜、醬類等） ④ 保健功能食品（人參等）
 ⑤ 奶製品（牛奶、奶酪等） ⑥ 茶和飲料
 ⑦ 酒類 ⑧ 其他 ()

3. （第 1 條問題僅選①~③的受訪者）韓國食品的主要在哪裡購買？請寫到頭二位

第一位 _____ / 第二位 _____

- ① 大型超市 ② 專賣店 ③ 便利店 ④ 網上 ⑤ 其他 ()

4. （第 1 條問題僅選①~③的受訪者）與您通常購買的當地食品相比，韓國食品的形像如何？

項目	評價項目	完全無	不太有	普遍	有點	非常有
4-1	高級豪華的	①	②	③	④	⑤
4-2	安全的	①	②	③	④	⑤
4-3	健康的	①	②	③	④	⑤
4-4	新穎的	①	②	③	④	⑤

5. （宣傳滿意度）對宣傳有多滿意？

非常不滿意	有點不滿意	普通	有點滿足	十分滿意
①	②	③	④	⑤

6. （K-FOOD 認知度）事前是否知道該宣傳產品？

完全不知道	不太清楚	普通	有點清楚	非常清楚
①	②	③	④	⑤

7. (好感度變化) 有多大程度對 K-FOOD (相應產品) 有好感?

評估項目	完全無	不太有	普通	有點	非常有
宣傳前	①	②	③	④	⑤
宣傳後	①	②	③	④	⑤

8. (購買意向變化) 有多大程度的意向會購買韓國食品?

評估項目	完全不會	不太會	普通	有點	非常會
宣傳前	①	②	③	④	⑤
宣傳後	①	②	③	④	⑤

9. (建議意向變化) 有多大程度的意向會向周圍人建議韓國食品?

評估項目	完全不會	不太會	普通	有點	非常會
宣傳前	①	②	③	④	⑤
宣傳後	①	②	③	④	⑤