

# 2022년 홍콩·대만 뉴미디어 마케팅 홍보사업 용역제안서

## 1. 사업목적

- 올해 전략 품목인 김치, 장류, 소스류의 프리미엄 이미지를 구축하기 위하여 영상 제작 및 홍보로 K-Food 이슈화, 호감도 제고
- 한국 김치의 우수성과 장류의 다양성을 홍콩 운동선수를 통한 소개 및 홍보로 소비자에게 신뢰도 제고 및 소비 독려

## 2. 추진방향

- 홍콩에 영향력 있는 운동선수를 섭외하여 홍보 품목의 건강함과 우수성을 전달할 수 있는 내용에 디지털 콘텐츠 제작, 홍콩 주요 온라인 플랫폼에 집중 홍보로 화제성 제고
- 운동선수 연계 제작한 디지털 콘텐츠를 홍콩 대중교통에서 병행 홍보하여 시너지 효과 창출 및 이슈화
- 홍콩지사에서 자체 제작한 김치캐릭터 디지털 콘텐츠를 활용하여 대만에 주요 온라인 플랫폼에 홍보를 통한 지속적인 관심 및 소비 독려

## 3. 사업개요

- 사업명 : 2022년 홍콩·대만 한국농식품 뉴미디어 마케팅
- 사업기간 : 2022년 4월~9월 / 6개월 간 \* 미디어 송출 기간 : 7~9월
- 홍보지역 : 홍콩, 대만
- 홍보품목
  - 홍콩 : 3품목(김치, 장류, 기타소스)
  - 대만 : 1품목(김치)

홍보매체

- 홍콩 : 온라인 플랫폼(Youtube, Facebook, Instagram 등) 및 오프라인 대중교통 (트램, 버스 등)
- 대만 : 온라인 플랫폼(Youtube, Facebook, Line 등)

홍보대상 : 홍콩 및 대만 주요 소비군 20~50대

홍보방법 : (온라인) 디지털 콘텐츠 제작 및 배포 / (오프라인) 대중교통 홍보

사업추진방법 : 대행업체 위탁을 통한 사업추진

### 3. 주요 과업내용

(온라인) 홍콩 디지털 콘텐츠 제작 및 배포, 제작물 홍보 및 관리 / 3편

- 디지털 콘텐츠 제작 스토리 제시, 콘텐츠 제작(매회 당 30초 이상, 총 3편), 유력 온라인 플랫폼 제안 및 배포 계획 수립, 광고성과 계량적 제시

(오프라인) 홍콩 대중교통 광고물 제작 및 광고 추진 / 4주

- 운동선수 및 홍보 품목을 주제로 한 홍콩 트램, 버스 등 외부 광고 추진 (4주) 및 계량적 성과 제시

(온라인) 대만 디지털 콘텐츠 배포, 홍보 및 관리 / 1편

- 지사 자체 제작 김치캐릭터를 활용하여 대만 유력 온라인 플랫폼 홍보, 광고성과 계량적 제시

운영관리

- 온·오프라인 홍보이벤트 전략 수립, 추진 및 관리
- 사업기획, 일정 관리 및 운영, 매주 2회 추진현황 보고, 사업 총괄
- 홍보 모델 관리, 소비자 소통 홍보 지사 플랫폼 운영, 결과 관리

성과관리

- 제작된 콘텐츠 저작권 관리, 미디어 확산 실적관리
- 시청자 반응 검토 및 분석, 설문조사 추진 및 결과 분석, 사업 최종결과 보고

## 5. 과업 상세내용

### □ 제작 콘텐츠 : K-FOOD 홍보 영상 3편

- 올림픽 또는 국제대회에 참가한 인지도 높은 홍콩의 운동선수와 연계하여 한국산 김치와 장류, 소스류의 특징을 소개하는 디지털 콘텐츠 제작 및 홍보로 K-Food 프리미엄 이미지 정립 및 이슈화
- 제작 콘텐츠 : 3편 / 편당 30초-1분

### □ 홍보품목 : 김치, 장류, 소스류

- 최근 웰빙과 홈쿡을 추구하는 생활양식이 증가하면서 한국산 김치, 장류, 소스류에 대한 관심이 높아지는 추세에 맞추어 3가지 품목의 홍보

#### <홍보 품목>

|   |     |                                     |
|---|-----|-------------------------------------|
| 1 | 김치  | 김치 종주국 및 유산균 등 우수성 홍보               |
| 2 | 장류  | 한국산 전통 장류의 건강함과 특징점을 소개하고 요리 활용도 홍보 |
| 3 | 소스류 | 홈쿡 시대에 맞게 한국농식품을 활용한 맛있고 간편한 한식 홍보  |

### □ 홍보내용 : 신선하고, 건강하고, 안전한 한국 농식품 이미지 및 메시지 전달로 K-Food 신뢰도, 인지도, 호감도 제고

- 홍보품목의 우수성과 건강함을 표현하고 다양한 요리기법 정보를 전달하는 등 소비자의 시선을 끌 수 있는 광고 기법 활용하여 영상 제작

### □ 홍보방법 : 홍콩 및 대만에 온라인 유저가 가장 많은 뉴미디어 활용

- 홍콩 : 제작된 콘텐츠를 홍콩의 젊은 층 MZ세대가 가장 많이 사용하는 온라인 플랫폼과 중년층 XY세대를 공략한 오프라인 대중교통 홍보 추진
  - (온라인) Youtube, Facebook 등 온라인 유저가 많은 주요 플랫폼을 선정하여 한국 농식품 콘텐츠 송출
  - (오프라인) 온라인 홍보 영상의 시청률이 낮은 중장년층 소비자 대상으로 노출 효과가 뛰어난 대중교통을 활용한 4주간 홍보



- 대만 : 홍콩지사에서 제작한 김치 캐릭터 콘텐츠 영상 1편을 대만 소비자가 가장 많이 사용하는 온라인 플랫폼에 홍보 품목 추천 및 특장점 홍보
  - \* 김치 캐릭터는 '20년도 홍콩지사 뉴미디어사업에서 제작된 캐릭터 영상
- (온라인) Facebook, Line 등 대만 소비자가 가장 많이 사용하는 온라인 플랫폼에 김치 캐릭터 콘텐츠



## 6. 홍보성과 측정

### □ (계량) 홍보실적

- 온라인 플랫폼 노출 수, 확산 수 및 대중교통 광고 노출 수
  - 온라인 노출 수 : 220만 건(홍콩·대만)

### □ (비계량) 소비자 대상 설문조사 및 댓글

- 설문조사 대상 : 300명
  - 조사기간 : 홍보 종료 후 1주일 내 실시
  - 주요 설문내용 : 홍보 전후 호감도 00% 증가, 구매의향 00% 증가, 추천의향 00% 증가
  - 기타 설문내용 (참고1의 설문조사 양식 외 소비자 반응 등)
- 홍보 영상 및 생방송 관련 소비자 댓글 분석

## 7. 과업 최종 결과보고서

계약기간 내에 관련서류 및 제작된 최종 콘텐츠 파일(USB)과 함께 제출

\* 콘텐츠 파일 : MP4 형식의 고화질, 저화질 모두 송부 必

## 8. 용역비용 : KRW 98,000,000원

\* KRW 송금을 원칙으로 하며, HKD, USD 등 기타 통화 희망시 송금당일 환율 적용

\* 홍보비, 제작비, 출장비, 부품구매비, 운송비, 설문조사 비용 등 사업관련 제비용 포함

## 9. 대행비 지급방법

선급금(용역업체 요청시) : 선급금은 원칙적으로 지급하지 않되, 대행업체가 은행 및 보험사 등 금융기관으로부터 보증보험증권 등 선급금에 대하여 보증하는 서류를 제출 할 경우에 한 해 선급금 지급이 가능

○ 용역계약 체결 후 청구를 받는 날로부터 2주 이내(계약금액의 50%)에 지급

대행료(잔금) : 용역업체에서 계약기간 내(행사종료 후 1개월 이내)에 과업 최종결과보고서 및 관련 서류를 제출하면 공사에서 14일 이내에 검·인수 완료 후 30일 이내에 용역비(잔금) 지급

## 10. 제안서 제출 안내

제출기한 : 공고기간(공고일로부터 10일) 내 제출

○ 사전공개 : 2022. 3. 21.(월) ~ 2022. 3. 25(금)

○ 공고일자 : 2022. 3. 28.(월)

○ 마감일시 : 2022. 4. 8.(금) 24:00시

제출방법 : 홍콩지사 담당자(katesheng@at.or.kr) 메일로 송부

제출서류 : 제안서 및 회사소개서(제안사 일반현황, 수행인력 투입계획, 최근 3년간 수행실적, 실적증명서 등 포함)

\* 가격견적서(원본)는 용역제안서에 포함시키지 말고 제출기한 내 홍콩지사 사무실로 도착하도록 우편 별도 송부

[참고 1] 설문조사 양식

## 미디어마케팅 설문조사 필수문항

\* 미디어마케팅 설문조사는 필요에 따라 진행하고, 진행할 경우 문항은 매체의 특성 및 홍보내용에 따라 자유롭게 구성하되 5가지 항목은 필수로 조사

1. (홍보 만족도) 홍보에 얼마나 만족하십니까?

|        |        |    |       |       |
|--------|--------|----|-------|-------|
| 매우 불만족 | 약간 불만족 | 보통 | 약간 만족 | 매우 만족 |
| ①      | ②      | ③  | ④     | ⑤     |

2. (K-FOOD 인지도) 해당 홍보품목에 대해 사전에 인지하셧습니까?

|        |       |    |       |         |
|--------|-------|----|-------|---------|
| 전혀 모른다 | 잘 모른다 | 보통 | 약간 안다 | 매우 잘 안다 |
| ①      | ②     | ③  | ④     | ⑤       |

3. (호감도 변화) K-FOOD(해당품목)에 대한 어느 정도 호감을 갖고 계십니까?

|      |       |       |    |       |       |
|------|-------|-------|----|-------|-------|
| 평가항목 | 전혀 없음 | 별로 없음 | 보통 | 조금 있음 | 매우 많음 |
| 홍보 전 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |
| 홍보 후 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |

4. (구매의향도 변화) 한국식품을 구매할 의향이 어느 정도 있으십니까?

|      |       |       |    |       |       |
|------|-------|-------|----|-------|-------|
| 평가항목 | 전혀 없음 | 별로 없음 | 보통 | 조금 있음 | 매우 많음 |
| 홍보 전 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |
| 홍보 후 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |

5. (권장의향 변화) 주변 사람들에게 한국식품을 권장할 의향이 어느 정도 있으십니까?

|      |       |       |    |       |       |
|------|-------|-------|----|-------|-------|
| 평가항목 | 전혀 없음 | 별로 없음 | 보통 | 조금 있음 | 매우 많음 |
| 홍보 전 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |
| 홍보 후 | ①     | ②     | ③  | ④     | ⑤     |