

2022 年鏈接香港‘韓國文化’活動 宣傳“水產食品”消費者活動事業 勞務提案書

1. 事業目的

- 在香港為了提高 K-Seafood 的知名度和樹立優質形象，藉著香港韓國文化中心舉辦的“韓國廣場 2022”韓國文化活動**推廣水產食品**
- 進行消費者體驗宣傳來推廣在香港內的韓國水產食品的優秀型以及持續打造安全形象

2. 推進方向

- 在“韓國廣場 2022”戶外宣傳活動中設置 K-Seafood 攤位，提供體驗韓國水產食品的場地，宣傳優秀型以及引導擴散消費
- 在香港戶外宣傳活動的允許範圍內，精心挑選韓國水產食品，通過宣傳和贈送樣品，來促進韓國水產食品的消費活氣和策劃擴大銷售

aT	韓國文化院
- 運營韓國廣場活動內的水產食品宣傳館 - 運作現場·宣傳·管理宣傳館 - 水產食品宣傳館攤位總籌	- “韓國廣場 2022”推廣活動總籌 - 提供 aT 推廣攤位 - 運作整體活動現場

3. 事業概要

- 事業名稱：2022 年鏈接香港‘韓國文化’活動 宣傳“水產食品”消費者活動
- 事業時間：2022 年 8 月~10 月 / 3 個月間
- 活動日期：2022 年 10 月 21 日~23 日 / 3 日間
- 宣傳地區：香港
- 宣傳產品：鮑魚、魚糕、海藻類（海帶、紫菜、紫菜零食）、罐頭類（吞拿魚、鯖魚）等
- 宣傳對象：香港喜愛韓流的消費者
- 活動地方：WKCD 西九文化區海濱草坪 Harbourside Lawn
- 主要推廣內容：在藉著韓國文化中心舉辦的韓國文化活動內宣傳 K-Seafood 的優質性，並提供樣品等的體驗機會，以提高消費者對 K-Seafood 的熟悉度並促進提升其優質形象
- 事業推進方法：通過代理公司進行
 - 通過代理公司進行制定具體性的營銷策略和運作，如設置裝置、宣傳、現場運作等，從而促進有效的推廣項目

4. 主要任務內容

□ 攤位設計製作、安裝、拆卸和運作

- 共 2 個攤位，設計提議，空間裝置，營運，拆卸 消費者體驗攤位
 - 產品展示宣傳 (1)：展示與推廣冷藏、室溫水產食品
 - 遊戲活動專區 (1)：裝置、運作、推廣 遊戲專區和 SNS 活動專區
 - 在兩個攤位的牆上展示產品 (產品+商品描述) 營造演出高級形象

□ 提出活動詳情方案

- 攤位展位名稱提議，展示活動理念和口號提議，宣傳館構成議案
- 提議活動方向和策略，提案以水產食品為基礎的遊戲活動和 SNS 活動等創意內容
- 樹立以及促進 SNS 活動相關的預先或現場的上線宣傳策略

□ 宣傳和運作攤位

- 樹立以及提示活動進行以及運作的宣傳方案
- 操作人員 (至少 4 人) 隨時在攤位內宣傳和進行活動
- 購買攤位展示用的推廣產品 (冷藏，室溫)，購買遊戲活動的水產產品 (900 個以上)，以及製作 SNS 活動用的自作紀念品和設計提議 (900 個以上)

□ 運營管理

- 每週 2 次推進現狀報告業務營運日程管理

□ 成果管理

- 實績管理活動相關實績，問卷調查和最終結果報告

5. 任務詳細內容

□ 活動場地

活動場地	WKDA 西九文化區海濱草坪 Harbourside Lawn
面積	總 2000 平方米
地址	香港西九龍
交通	港鐵九龍站
周邊設施	附近有 M+，自由空間和公園等設施的大量流動人口



活動場地圖片1



活動場地圖片2

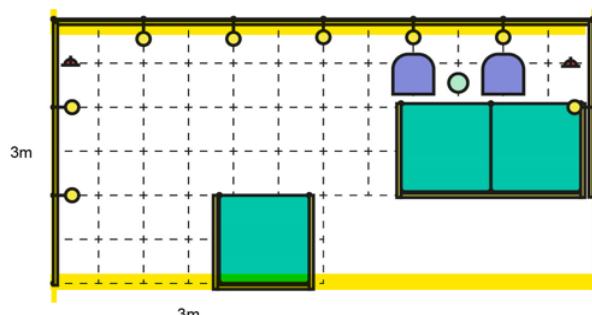


活動場地平面圖

- **活動期間：**10月21日(週五) 16:00~20:00
10月22日(週六) ~23日(週日) 11:00~20:00



活動場地平面圖 (綠色為 aT 攤位)



aT 攤位 尺寸(3*3m*2個)

- **活動商品：**鮑魚、魚糕、海藻類 (海帶、紫菜)、罐頭類 (吞拿魚、鯖魚等)

商品	宣傳內容
鮑魚, 海鮮類	展示用
魚糕類(魚糕串, 魚糕塊, 魚糕湯)	展示用
蟹肉	展示用
海帶	展示用, 贈送用
紫菜類(紫菜, 紫菜零食, 紫菜碎)	展示用, 贈送用
罐頭類 (吞拿魚、鯖魚等)	展示用, 贈送用

※ 活動商品將在稍後的詳細實施計劃中會根據當時情況可提供的商品作最終確定

- **活動內容：**

- 在推廣韓國文化和韓流的“韓國廣場 2022”上推廣韓國水產食品, 向香港消費者宣傳韓國水產品的卓越品質
- 以目前有在香港銷售的水產商品作推廣並宣傳韓國產的優點, 另外贈送用的商品作為紀念品, 通過活動和遊戲贈送給消費者以提供機會體驗韓國產的水產



水產攤位示例



3*3m*2個 攤位示例1



3*3m*2個 攤位示例2

□ **宣傳計劃**：商品展示宣傳、遊戲及 SNS 活動推廣、購買紀念品、自製製作紀念品、禮品贈送活動 等

○ **(宣傳製作攤位)** 製作引人注目的攤位吸引消費者，在攤位內推廣展示水產產品，並以遊戲和 SNS 參與活動，從而增加對韓國水產品的熟悉度和認知度

- 攤位面積：3*3m* 2 個
- 製作材料：木製攤位
- 攤位結構：1 個用作展示館, 1 個用作活動和遊戲區域
- 攤位名稱：必須加上 K-Fish&海洋水產部, aT Logo, 標題名稱
- 攤位招牌：為了夜間活動設有照明裝置
- 攤位內設置條件：牆上展示產品及壁燈裝置、新鮮展示冰櫃 1 個、消費者參與遊戲區、SNS 參與活動區設置等。



水產品攤位示例



木製攤位示例

○ **(與水產相關遊戲)** 通過在攤位上參與水產有關的遊戲並提供預先準備的紀念品給參與者來促進活動場地的氣氛

○ **(SNS 參與活動)** 活動前或活動當日使用香港支社的 SNS 賬號來宣傳活動，通過向參觀活動的消費者宣傳 SNS 參與活動並贈送自製製作的紀念品，來提高韓國水產品的知名度



水產遊戲活動示例



SNS 參與活動示例

6. 宣傳成果測定

☐ (計量)宣傳實績

- ☐ 活動會場參觀人數、活動參加人數、SNS 傳播指數

* 宣傳實績以計量化成效的形式呈現

☐ (非計量)以參加者為對象的問卷調查, 反應和結果分析

- ☐ 問卷調查對象：約 300 名
 - 調查時間：宣傳活動期間內實施
 - 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）
- ☐ 調查結果及與宣傳相關的消費者留言分析

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 34,900,000 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

- ☐ 事前日期：2022. 8. 30(週二) ~ 2022. 9. 1 (週四)
- ☐ 公告日期：2022. 9. 2(週五)
- ☐ 截止日期：2022. 9. 13(週二) 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，韓國食品的形象如何？

問題	評價項目	非常不	有點不	普通	有點	非常有
4-1	高級感覺	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	新穎	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) 對 K-FOOD (相應產品) 的好感有多大程度？

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) 會購買韓國食品的意向有多大程度？

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) 會向周圍人建議韓國食品的意向有多大程度？

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	⑤	④	⑤

- 感謝您的真誠回答 -