

攜手台灣 K-啦啦隊員之 K-Inner Beauty 產品 推廣影片製作與行銷宣傳委託提案書

1. 項目概況

- ☐ 項目名稱：攜手台灣 K-啦啦隊員之 K-Inner Beauty 產品推廣影片製作與行銷宣傳委託
- ☐ 項目期間：簽約日至 2026 年 11 月 15 日(約 3 個月)
- ☐ 宣傳媒體：台灣主要社群平台 (Instagram 等)
- ☐ 宣傳品項：K-Inner Beauty 產品線
 - K-Inner Beauty 產品群 (益生菌、紅蔘、康普茶、柚子茶、健康飲品等)
 - Next K-Food 3 家企業 (에스에프씨랩(주), (주)담터에프엔비, 마하나임(주)) 產品
- ☐ 主要內容：
 - 依據 K-Inner Beauty 產品群製作各單元之啦啦隊宣傳影片 (7 部以上)
 - 透過啦啦隊個人帳號上傳，以提升產品知名度並擴散宣傳內容
 - 結合宣傳影片與購買通路 (線上韓國食品館)，引導消費者進行實際購買
- ☐ 招標方式：一般公開招標 (依協商結果簽約)
- ☐ 契約金額 (委外服務費)：KRW 126,000,000 (含稅)
 - * 新媒體項目 K-Inner Beauty：KRW 89,000,000
 - * Next K-Food 項目 3 家企業：KRW 37,000,000

2. 主要任務內容

- ☐ 製作方向
 - 利用韓國啦啦隊員在臺灣的高人氣，製作結合「韓流生活風格」的影片。以傳遞 K-Inner Beauty 產品的功效與優異性等資訊為主，同時融入趣味元素與流行趨勢。

□ 內容製作

- (內容提案)企劃符合 K-Inner Beauty 的客製化內容
- (成員邀請)邀請 3 名以上在臺灣具有高知名度的韓國啦啦隊員
- (影片製作)製作可在社群媒體發布、長度約 1 分鐘左右的影片共 7 支以上

□ 媒體平台宣傳

- (影片發布)將製作完成的 7 支以上內容，於韓國啦啦隊員個人社群媒體上進行策略性發布與營運
- (宣傳媒體)透過韓國啦啦隊員個人社群帳號、當地媒體進行宣傳，且須配置導流連結至線上韓國食品館(MOMO、PChome)及 LINE 等購買管道

□ 營運與成效管理

- 制定 K-Inner Beauty 宣傳行銷策略並管理整體執行計畫
- 制定並推動全方位的線上宣傳策略 ◦ 營運宣傳貼文(包含留言及諮詢回覆)、管理消費者反應
- 掌控影片製作與宣傳專案之進度，且每週匯報 1 次推動現況
- 管理媒體擴散指數、進行問卷調查並提交最終成果報告

3. 工作詳細內容 ※ 可根據專案推動實際狀況進行調整

□ 推動目的

- 針對主要消費族群——臺灣年輕女性的需求，製作 K-Inner Beauty 宣傳影片，藉此集中培育中華圈策略品項，以促進下半年度的出口增長。

□ 推動方向

- (韓流行銷)善用在臺灣掀起熱潮的韓國啦啦隊員，製作貼近日常、具故事性的社群媒體內容。
- (品項篩選)根據當地趨勢細分 Inner Beauty 產品線（如睡眠與壓力管理、體重管理、機能性飲品等），精準鎖定推廣受眾。
- 1. 新媒體項目：K-Inner Beauty 產品群【附件】（可視實際狀況協商調整品項）
- 2. 2026 Next K-Food 項目：3 家企業產品
- * 1. 에스에프씨랩(주), 2. (주)당터에프엔비, 3. 마하나임(주)

- (引導實際購買)結合宣傳影片、線上韓國食品館及 LINE App 等管道，進行導流與聯動廣告投放。

☐ 內容規劃 * 可由執行方提案並共同協商

- (EP 1. 賽前能量補給)：呈現啦啦隊員為了改善賽前水腫、維持身體輕盈體態，而飲用 K-Inner Beauty 產品的後台保養秘訣。
- (EP 2. 賽中活力與夏季防曬保養篇)：介紹 K-Inner Beauty 產品作為在強烈紫外線與酷暑下，依然維持肌膚透亮與充沛活力的終極秘訣。
- (EP 3. 高強度行程與緊急充電篇)：拍攝啦啦隊員在經歷深夜航班、舞蹈排練等疲憊行程後，服用 K-Inner Beauty 產品迅速恢復元氣的過程。
- (EP 4. 自律女神訪談篇)：介紹啦啦隊員的「包包必備好物」，突顯 K-Inner Beauty 產品（保健食品等）的便利性與隨身攜帶性。
- (EP 5. 紓壓管理秘訣)：介紹日常紓壓特別準備的 K-Inner Beauty 好物與飲食習慣，並說明該產品具備何種保養功效。
- (EP 6. 體能管理篇)：呈現啦啦隊員進行高強度體能訓練的畫面，並介紹有助於肌肉合成的輔助產品，結合其嚴格自律的日常生活。
- (EP 7. 賽後派對聚餐)：強調 K-Inner Beauty 產品作為油膩聚餐必備神器的體脂肪管理與促進代謝效果。

☐ 宣傳成效評估

- 定量指標：社群擴散指數(瀏覽量、按讚數、留言數、分享數)目標達成 50 萬次以上。
- 非量化指標：針對台灣本地消費者 200 名(新媒體項目 100 名、Next K-Food 項目 100 名)進行「品牌與產品認知提升」問卷調查。

☐ 成果提交

- 成果報告書與結報核銷文件(收據、匯款憑證等), 須依 A 和 B 專案項目分別提交(不得重複核銷)。

A. 新媒體項目

項目	詳細內容	證明範例
製作費	現場人員差旅費、4 集宣傳物的製作費等	[成果報告] 機票費、住宿費、製作等明細 - 購買/製作物、數量、使用明細等
邀請費	2 名以上啦啦隊員邀請費及帳號推廣	[成果報告] 個人簡介、投入明細及結果 - 啦啦隊員履歷、活動時間、活動內容、照片等
宣傳費	媒體報導 1 則、社群媒體 (SNS) 聯名廣告等	[成果報告] 宣傳結果及成果物 - 媒體、宣傳期間、方法、宣傳效果
問卷調查費	問卷調查 100 件以上	[成果報告] 宣傳結果及成果物
手續費	代理商服務手續費 (10% 以內)	[成果報告] 代理商成果報告書

B . 2026 Next K-Food 項目

項目	詳細內容	證明範例
製作費	現場人員差旅費、3 集宣傳物的製作費等	[成果報告] 機票費、住宿費、製作等明細 - 購買/製作物、數量、使用明細等
邀請費	1 名以上啦啦隊員邀請費及帳號推廣	[成果報告] 個人簡介、投入明細及結果 - 啦啦隊員履歷表、活動時間、活動內容、照片等
宣傳費	媒體報導 1 則、社群媒體 (SNS) 聯名廣告等	[成果報告] 宣傳結果及成果物 - 媒體、宣傳期間、方法、宣傳效果
問卷調查費	問卷調查 100 件以上	[成果報告] 宣傳結果及成果物
手續費	代理商服務手續費 (10% 以內)	[成果報告] 代理商成果報告書

☐ 契約金額與給付方式

- 契約金額(委外服務費)：KRW 126,000,000(含稅)

* 原則上以韓元 (KRW) 匯款。若希望使用港幣 (HKD)、美金 (USD) 等其他貨幣，將適用匯款當日的匯率。

* 費用包含宣傳費、製作費、差旅費、耗材購置費、運送費、問卷調查費等所有與本專案相關之各項費用。

- 給付方式

-(預付款)原則上不支付預付款。惟代理商若能提交由銀行、保險公司等金融機構開立之預付款履約保證金保證書(保證保險單)等擔保文件，則可申請給付契約金額 50% 之預付款。 * 於簽訂委外契約並收到請款申請之日起 3 週內支付(契約金額之 50%)

-(尾款)委外服務商於契約期限內提交最終成果報告書及相關核銷文件後，本公司將於 14 日內完成驗收，並於驗收完成起 30 日內支付尾款。

4. 後續日程 ※ 可根據專案推動實際狀況進行調整

☐ 委外公司評選日程 (詳細行程可能依實際狀況有所變動)

- 招標前公告(緊急)：2026. 7. 15.(三)～ 2026. 7. 17.(五)，為期 3 天
- 正式招標公告(緊急)：2026. 7. 18.(六)～ 2026. 8. 3.(一)，為期 17 天
- 服務提案書收件截止：至 2026. 8. 3.(一)下午 17:00 止(香港時間)
- 服務提案書評選：2026. 8. 6.(四)
- 技術與價格協商及簽約：2026. 8. 11.(二)

☐ 遞送方式：請寄至 aT 香港支社聯絡人電子信箱(michael@at.or.kr)

☐ 遞交文件：服務提案書及公司簡介(含投標廠商基本資料、工作人員投入計畫、

近 3 年實績、實績證明書等)

* 報價單(正本)請於提交期限內另行郵寄至 aT 香港支社辦公室

□ 專案推動行程(可根據專案推動實際狀況進行調整)

◦ 招標前公告(3 天) → 正式招標公告(17 天) → 提案書評選(8 月初) → 簽訂契約(8 月初) → 拍攝(9 月初)及影片發布(9~11 月) → 成果報告與專案結算(11 月 15 日)

5. 工作執行指南

甲、一般事項

- 為了有效執行本工作，「承攬商」應就推動進度、主要內容等事項，隨時與「韓國農水產食品流通公社香港支社（以下簡稱 aT）」進行協商，並將協商內容反映於計畫中。
- 即使為本工作事項未明文記載之事項，若認定為必要之重要事項，仍應與 aT 協商決定，並撰寫及提交所需文件。

乙、啟動報告

- 「承攬商」應於簽約日起 2 週內，前往 aT 香港支社拜訪並說明工作推動計畫。
- 執行工作時，關於詳細推動時程，「承攬商」應事先與 aT 協商後方可執行，且於報告啟動計畫時，須將協商事項反映於委外服務內容中。

丙、最終報告與成果物交付

- 「承攬商」應於合約期限內，將工作相關的推動成果報告書提交至 aT 香港支社以接受驗收。但若有不可抗力之原因，經雙方協商後得變更提交期限。

丁、承攬商之義務

- 針對本建議書未提及之事項、因執行工作所引起之各項事宜、詞句之詮釋及相關規章之適用等，「承攬商」應事先與 aT 協商，並遵循 aT 之決定。
- 參與人員應由相關領域經驗豐富之專業人士組成，並選派合適人選，以便在工作期間內有效率地完成工作。
- 「承攬商」在執行本工作時，應基於合理且妥當的估算依據撰寫所有成果物；若 aT 提出要求（說明或提交資料），應立即予以配合。

戊、 保密措施

- 與執行本工作相關的一切資料，未經 aT 事先同意，不得用於其他用途，亦不得向外部公開或洩漏。

己、 智慧財產權

- 「得標方」應認知因本專案所產生的所有智慧財產權均由「aT」與「得標方」雙方共同擁有，並應妥善推動專案以確保不發生相關爭議。

- 「得標方」於執行專案時，應避免侵害原所有權人之智慧財產權；若因可歸責於「得標方」之事由而發生侵害第三人智慧財產權之情事，其所有責任由「得標方」承擔。

庚、 損害賠償

- 「得標方」應對與本委外服務相關而發生之所有民事、刑事事件與事故承擔一切責任。但「得標方」舉證證明自身無可歸責事由者，不在此限。

- 因可歸責於「得標方」之事由，致使「aT」向第三人進行損害賠償等時，「得標方」應毫不拖延地向「aT」進行賠償。

辛、 專案經費執行

- 專案經費原則上應在簽約時批准之「詳細估算明細表」各會計科目金額內執行，若有變動，須事先取得 aT 之批准。

- 「得標方」應根據與「aT」協商之目的與用途執行專案經費。

壬、 其他事項

- 即使為未明列於需求建議書（RFP）之事項，若屬本專案推動上不可避免或理應施行之輕微事項，仍視為包含於本委外服務範圍內。

- 未明列於需求建議書、招標公告及以此為依據之附件等之事項，應遵循《以國家為當事人之合約相關法律》、〈依協商之合約簽訂基準〉等國家合約相關法令。

- 其他未盡事宜，由「aT」與「得標方」協商決定。

附件：(新媒體項目) K-Inner Beauty 產品群

□ K-Inner Beauty 推廣影片產品清單

產品圖片	產品名稱 (參考中文名)	台灣進口商 資訊	販售通路 (參考)
	韓國 GOD BIUM 乳酸菌飲	上友有限公司	Shopee
	韓國 Deep water 西梅果汁飲	韓樂網股份有限公司	Momo
	韓國 NUTRINUS 檸檬汁橄欖油	滢瑜全球股份有限公司	Momo
	韓國 KD 枳椇子風味茶-男茶	韓麗國際有限公司	PChome
	韓國 Kwangdong 玉米鬚茶	韓麗國際有限公司	PChome

	正官庄韓國高麗蔘精 EVERYTIME PLUS	正官庄股份有限公司	Momo
	正官庄 活蔘 28D 高麗蔘活力飲	正官庄股份有限公司	Momo
	正官庄水梨清潤飲	正官庄股份有限公司	Momo
	韓味不二 生黃金柚子茶	韓華國際股份有限公司	PChome
	韓味不二蒟蒻果凍飲 (多款口味)	韓華國際股份有限公司	PChome

※ 產品可能根據進口商的要求及得標方的建議而有所變動（增加/刪除）