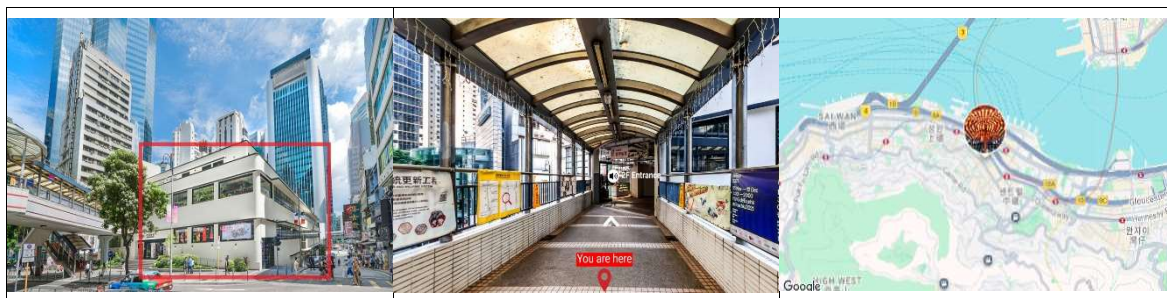


2026年香港K-Food Pop-up Store代理勞務提案申請書

1 提案概要

- 事業名：2026年香港K-Food Pop-up Store
- 活動名稱："2026 K-Food! K-Life in Hong Kong" (暫稱)
- 推進目的
 - (構建機構合作體系) 根據K-initiative國家發展戰略，運營當地駐外公館及相關機構合作展位，綜合宣傳K-Food · Contents
 - (發掘高端需求) 香港的高收入水平和當地K-Fine Dining熱潮為基礎，集中宣傳韓國產高級食材及發掘有潛力的銷售公司
 - (出口流通網聯繫) 通過與國內出口綜合組織及當地大型流入、流通企業的緊密聯繫，將潛在消費者的宣傳與實際促銷效果聯繫起來。
- 運營期間: 2026. 9. 21(週一) ~ 9. 27(週日)/7天
 - ※ 媒體日活動將於9月21日(週一)與香港韓人商工會議所和Central Market(場所提供主辦方)共同推進,舞臺和展位設置(截止到9.20日完工)
- 運營規模：約 200 m2左右 *根據當地情況可變動規模
- 運營場所：中環街市 G/F,2/F (Central Market)
(地址：93 Queen's Road Central, Central, Hong Kong)
- 活動主辦：aT韓國農水產食品流通公社(香港分社)，香港韓人商工會議所， Central Market



外觀	中層連接通道(2樓)	地圖位置(香港島)
----	------------	-----------

2 業務概要

- ☐ 勞務名稱：2026年香港K-Food Pop-up Store代理勞務
- ☐ 合同方法：一般競爭投標（協商合同）
- ☐ 結算方式：總額合同
- ☐ 接受招標及提案書
 - 公告方法：香港分社網站(www.athongkong.com)
 - 公告時間：2026. 7. 29(三) ~ 8. 12(三) / 17:00為止(以香港時間為準)
 - 提案書接收：charles.kim@at.or.kr（電子郵件接收）
 - 詢問處：香港分社 Mr. Charles Kim (Tel:+852-3704-6903)
- ☐ 提交文件：提案書及公司介紹書
 - 包括提案公司一般現狀、執行人力投入計劃等
 - ※ 為公平評價而提交的所有提案書內不要標註公司名稱或以陰影處理
- ☐ 提案要求事項
 - POP-UP STORE企劃、運營、宣傳等詳細推進計劃
 - 各活動場所的運營理念及空間構成方案
 - 宣傳活動計劃、市場測試運營方案、人力運營、活動運營計劃等
 - 詳細項目及推進日程、成果測定及分析方法
 - 主要項目所需預算（包括詳細支出明細）等

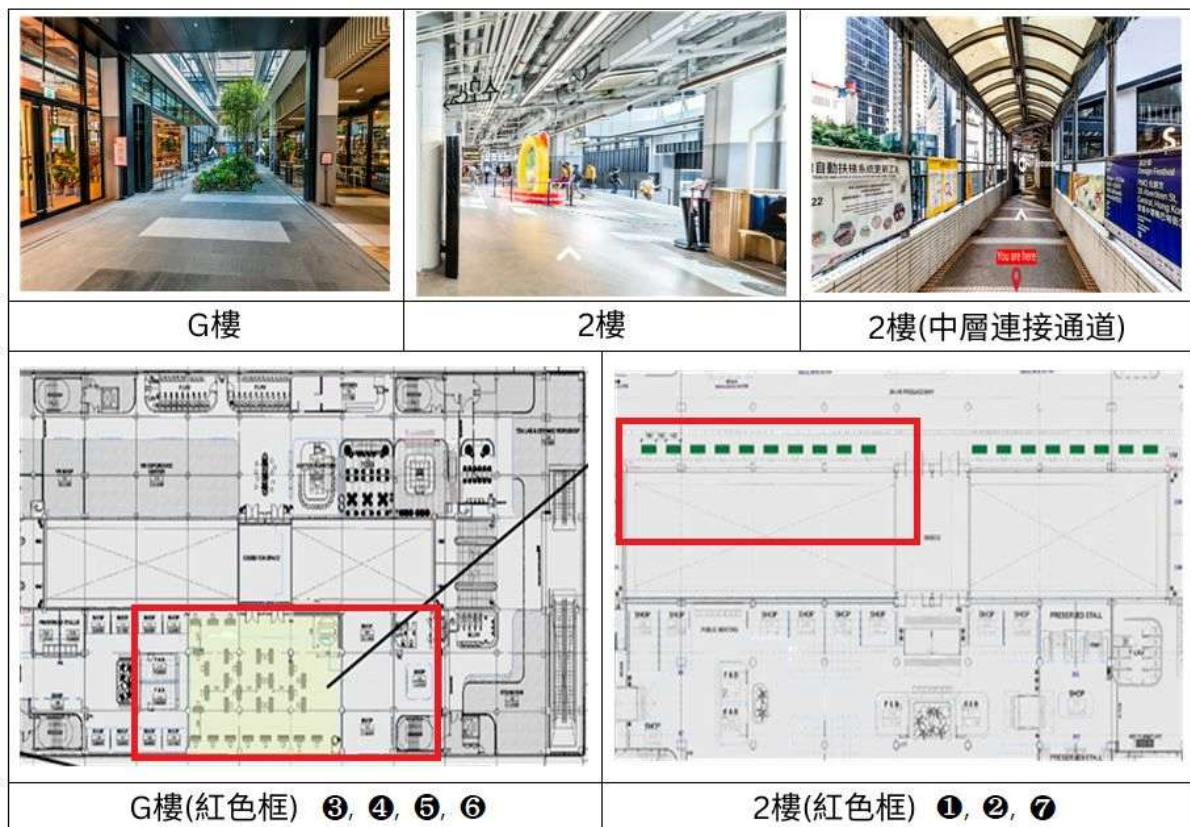
3 業務細節

- ☐ 商店概念
 - 為符合象徵香港近現代的Central Market特性，建議採用韓國式空間設計，構建有效體驗K-新鮮食品及有潛力的產品羣的獨創性和優秀性的平臺。

□ 商店構成：以多樣的區域構成提高視覺效果及擴大訪客流入

構成(方案)	主要功能	面積(m ²)
❶ 銷售市場區	- 陳列新鮮商品（水果類等）、韓牛、冰果類、加工食品等	約 48
❷ 市場試驗區	- 以被選定為總公司培育潛力產品實施消費者問卷調查	約 18
❸ 文化體驗區	- 為宣傳K-Food邀請相關知名人士舉辦脫口秀 - 知名Fine Dining廚師舉行食文化體驗演示活動 - K-POP cover dance演出及著名K-內容演出等	約 60
❹ 活動區	- 作為消費者參與型活動空間，設置拍照展位 - 為提高宣傳力度的消費者參與空間（贈送贈品等）	約 18
❺ 出口協會 合作展位	- 通過韓國葡萄出口聯合（株）、全國韓牛協會（或韓牛自助金） 合作展位進行展示及試食宣傳	約 24
❻ 林產品體驗館	- 通過高級林產品展示及試食宣傳，以消費者為對象提供寺廟 飲食體驗機會，推進問卷調查等	約 14
❼ 其他	- 全球Next K-Food Zone、在線韓國食品館、K-Food Trade宣傳 館	約 18
總計		200

* 上述構成案會根據提案事項、參與企業數而有所不同



□ 商店營運：按區域營運項目，入駐企業管理，CS等商店全面運營

- 為符合不同區域目的的試食、體驗、項目營運安排人力
- 總管經理1人常駐，為營運順暢每個區域至少安排1人以上
 - 全面負責對快閃店營運人員的當地招募、教育、營運管理
- 各詳細區域的營運內容（方案）

①銷售 市場區	進口買家	約5家以上參加企業將在aT中選定，提案公司為提高事業成果，通過現場入駐企業運營支援及業績管理謀求成果提高
②市場 試驗區	計劃以總公司選定的培育潛力產品進行市場測試（10家公司） - 但若無培育潛力參與企業，則需經過aT最終批准後自行確定產品 進行產品展示及試食 - 製作介紹展示產品的名牌 - 為試食活動準備消耗品（碟、紙杯、叉、衛生手套等） 以訪客為對象進行產品市場測試問卷調查，準備平板電腦等裝置 - 活動結束後收集問卷調查結果，向相應品目提供企業提供報告	

③文化 體驗村	◦ 為宣傳K-Food，邀請相關知名人士舉辦脫口秀（3名） ◦ 邀請香港Fine Dining廚師進行飲食文化體驗和演示活動（邀請3名以上） ◦ 舉辦K-POP Cover Dance演出及著名K-內容演出（推進2次以上）
④活動區	◦ 活動現場的訪客活動構成有效的空間(利用拍照區或LED等宣傳K-Food的魅力結構,裝置設置和相關道具的購買及室內裝飾設計推進) ◦ 設置人生4格展位和（與aT協商的）活動相關活動空間 ◦ 必要時可安裝與招客活動相關的LED電視等
⑤出口協會合作展位	◦ 韓國葡萄出口聯合（株）、（社）全國韓牛協會（或韓牛自助金管理委員會）參加，提高陳列及試食宣傳效果，與進口企業銷售業績掛鉤 * 通過進軍香港當地的民間連鎖店合作，可以進行配對等
⑥林產品 體驗館	◦ 運營以符合健康、素食趨勢的韓國傳統寺廟飲食為主題的烹飪課程（邀請寺廟飲食專家1人，2次） ◦ 進行產品展示及試食 - 製作介紹展示產品的名牌 - 為試食活動準備消耗品（盤子、紙杯、叉子、衛生手套等） * 相關產品是能夠突出韓國產差異化、高端的產品，嚴格挑選（最終產品陣容aT需確認） ◦ 以訪客為對象進行產品市場測試問卷調查，準備平板電腦等裝置 - 活動結束後收集問卷調查結果，向相應品目提供企業提供報告 ※ 個別預算結算
⑦其他	◦ 確保NEXT K-Food Zone（使用獨立預算）、單獨保管（冰箱等）用空間 ◦ 營運online韓國食品館及K-Food Trade宣傳區 ◦ K-Initiative相關機構協作及相關民間企業協作空間

※ 具體區域營運事項選定代理企業後，通過技術協商等具體化

□ （宣傳）為提高Pop-up store成果的事前、現場宣傳

1) 農食品全球Pop-up store

- （線下宣傳）推動媒體日(9月21日)，邀請香港主要主流媒體等提前向新聞等主要媒體報道
- （在線）爲了招攬Pop-up store的顧客，製作及發佈事前及營運的現場情況內容，在SNS上至少刊登10件以上
 - 爲提高波及效果，邀請有影響力的食品相關Influencer製作其他內容並上傳（3件以上）
 - 選定香港權威在線平臺YouTube、Google等（獲得aT的批准）推進Pop-up store在線宣傳
- （影片）拍攝及編輯事前宣傳的影片（1分鐘）和事後紀錄影片（3分鐘以內）2條和照片（Professional Quality），利用宣傳及提交給aT
 - 影片拍攝前需與aT進行故事板協商，包括訪客採訪等
- （紀念品）一般宣傳物及紀念品周邊（3種以上）等內容製作
 - 以市場測試參與者爲對象的紀念品、周邊設計及製作 9,000~ 10,000個*左右

※ 周邊製作費每個限度爲4~5千韓元左右
- 伴隨其他宣傳工作營運的所有業務

2) 林產品體驗館

- （在線）韓國傳統寺廟飲食介紹及烹飪課程宣傳（1件以上）
 - 製作關於韓國傳統寺廟飲食的專門介紹帖子
 - 烹飪課程活動指南及招募參與者
- 製作可以確認參加出口企業產品信息的QR基礎電子目錄
- （紀念品）一般宣傳物及紀念品周邊（3種以上）等內容製作
- 伴隨其他宣傳工作運營的所有業務

3) NEXT K-食品宣傳館

- 製作可以確認參加出口企業產品信息的QR基礎電子目錄

- (紀念品)一般宣傳物及紀念品周邊等內容製作
- 伴隨其他宣傳工作運營的所有業務

□ (招攬顧客活動)商店話題化及增加顧客的體驗項目提案(K-Initiative相關內容宣傳等)及推進總括

○ 消費者及訪客參與的現場體驗項目企劃及營運

- 利用市場測試區、林產品體驗館、Next K-Food區等空間誘導招攬顧客的特別項目及為擴大停留顧客的參與型常駐項目及試食活動提案及運營

長期營運	◦ 利用市場測試區、林產品體驗館、Next K-食品區等空間的試飲-試食活動 (常駐) ◦ 準備以訪客為對象進行產品市場測試的平板電腦等裝置 * 物品調配通過aT協議進行，問卷調查草案由aT提供 (可修改) * 最少問卷調查件數: (市場測試區·林產品) 每個品目 30件 x 7天 = 210件, (林產品體驗館) 每個企業 30件 x 5家企業 = 150件
------	--

- 可建議為活動參加者提供獎勵、優惠券、福利

★ 除了上述提出的最少業務外，還可以自由提出吸引Pop-up store顧客的宣傳方案 (利用促銷活動、提案公司本身或合作公司的線上線下渠道)

□ 提交結果

- 成果管理: 銷售額、訪客、媒體報道、SNS擴散指數、消費者滿意度問卷調查、市場測試項目問卷調查、孵化項目進口客戶反應及入駐可能性等主要成果項目為中心的事業管理
- 代理公司結果報告書及結算文件按事業分類提交 (不可重複結算)

1) 農食品全球Pop-up store

區分	詳細內容	提交結果的示例
----	------	---------

宣傳費	◦ 戶外廣告、當地媒體等線下宣傳（媒體日） ◦ 邀請Influencer進行網絡營銷（SNS宣傳） ◦ 活動現場為吸引訪客而宣傳的項目相關開發費用等所有費用全部	◦ 【結果報告】宣傳結果 - 媒體，宣傳時間，方法，宣傳實績（擴散指數） ◦ 結果（照片、影片等）
市場測試	◦ 培育潛力產品市場測試問卷調查、活動期間訪客數統計及參加公司銷售額統計等 - 每件問卷調查品目最少 30件 x 7天 = 210件（每件品目）	◦ 【結果報告】履行結果 - 問卷調查結果，照片 ◦ 活動期間訪問人數統計及銷售市場區銷售額統計等

2) 林產品體驗館

區分	詳細內容	提交結果的示例
活動運營	◦ 林產品試飲試食相關問卷調查 * 物品調配通過aT協議進行 * 問卷調查草案由aT提供（可修改） - 每件問卷調查品目最少 30件 x 7天 = 210件（每件品目）	◦ 【結果報告】履行結果 - 試食，展示物品清單 - 問卷調查結果，照片 ◦ 活動期間訪客人數統計
宣傳費	◦ 為宣傳活動招攬現場訪客用林產品項目相關開發費用等所有費用 ◦ 網絡宣傳SNS擴散指數超過1萬次	◦ 【結果報告】宣傳結果 - 媒體，宣傳時間，方法，宣傳實績（擴散指數） ◦ 活動期間訪問人數統計 ◦ 結果物（照片、影片等）

3) 全球Next K-Food

區分	詳細內容	提交結果的示例
活動運營	◦ NEXT K-Food產品市場測試問卷調查 ◦ 以問卷調查參與者為對象贈送紀念品製作費 ◦ 參展出口企業信息宣傳品（電子目錄等） ◦ 展示用樣品購買費（必要時）	◦ 【結果報告】宣傳結果 - 試食，展示物品清單 - 問卷調查結果，照片 - 採購·製作物、數量

4

合同貨款及支付方案

□ 合同貨款及支付方案

○ 合同金額（代理勞務費）:KRW 330,000,000

* 以KRW匯款為原則，HKD、USD等其他貨幣需求時，適用匯款當日匯率

* 包括宣傳費、製作費、出差費、配件購買費、運輸費、問卷調查費等事業相關費用

○ 支付方案

- （預付金）原則上不支付預付金，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可以保證預付的文件時，可預付合同金額的50%

* 簽訂代理勞務合同後自收到請求之日起3周內（合同金額的50%）支付

- （代理費（餘款））:在合同期限內提交任務最終結果報告書及相關文件時，工程在14日內完成驗收後7日內支付餘款

5

往後日程

※ 可根據事業推進條件進行變更

□ 代理勞務選定日程

○ 事前公告(緊急): 2026. 7. 29. (週三) ~ 2026. 8. 1 (週六), 3天

○ 本公告(緊急): 2026. 8. 1. (週六) ~ 2026. 8. 12(週三), 10天

○ 提案書受理截止: 2026. 8. 12(週三) 下午17:00(香港時間)為止

○ 勞務代理企業提案書評價: 2026. 8. 14. (週五)

○ 技術和價格協商及簽約: 2026. 8月末

※ 詳細日程可根據條件變更

□ 項目推進日程

○ 事前公開（3日）→招標公告（10日）→評價提案書（8.14）→簽

訂合同（8月末）→運營Pop-up store（9.21~27，7天）→報告結果及結算事業（10月中旬）

6 投標細節

□ 投標資格

- 可執行相應業務的企業

□ 選定中標者

- 遵循企劃財政部合同例規（協商後的合同簽訂標準）及aT協商後的合同提案書評價標準等相關規定
- 提案書評價結果，技術能力評價分數限度（70分）的85%（59.5分）以上企業為對象，合計投標價格評價分數（30分），按照高分順序決定協商順序

※合計分數相同時，按技術能力評價分數高的順序排列，技術能力評價分數相同時，按具體評價項目中佔分數大的項目以分數高的順序排列協商順序排列

- 提案書評價結果顯示，技術評價分數未達到評分限度的85%或投標金額超過事業預算時，將被排除在協商對象之外

○ 評估項目

區分	評估項目	評分					詳細評價內容
		A	B	C	D	E	
技術評價 (70)	項目執行計劃 (20)	20	18	16	14	12	○ 製作企劃及概念設定 - 企劃及內容構成的創造性、新穎性 ○ 運營和推廣方法的差異性
	經營能力及事業理解 (20)	20	18	16	14	12	○ 活動企劃和人力及營運管理的適當性 - 參加企業管理方案和現場人力供需計劃及管理方案等 ○ 與事業目的的適合性 ○ 提案內容的具體性 ○ 提案內容的充實度

技術/知識能力 (20)	20	18	16	14	12	○ 人力、組織、管理技術等專業性 ○ 任務執行能力 (通過執行經驗積累的專業性、技術訣竅)
支援技術 安全管理 (10)	10	9	8	7	6	○ 安全、災難管理、制定緊急對策等 - 安全管理專門組織·人力安排、災難管理對策、緊急應對程序·擁有指南等
價格評價(30)						○ 採用標價評分算式評價 - $30 \times (\text{最低投標價格} \div \text{相應投標價格})$
合計 (100)						

□ 提案書提交注意事項

- 投標人必須確認提案書是否正常送達，未確認而發生的所有責任由投標人承擔，未提交時視為投標無效
- 提交提案書時，為諮詢合同負責人的提案相關問題，請務必輸入項目負責人信息（姓名、電話號碼等）後發送郵件
- 根據本提案申請書結果的合同遵守合同例規、以國家為當事人的合同相關法律等相關規定
- 被確定為中標者後不能變更共同供求成員
- 在執行合同上的項目時，如有不良、粗糙或不正當行為，今後項目參與可能會受到限制

7

業務執行指南

1. 一般事項

- 為有效履行本任務，"業務執行者"應隨時與"韓國農水產食品流通公社香港社（以下簡稱aT）"協商推進情況、主要內容等，協商內容應反映到計劃中

- 本業務事項中未明示的事項，為推進活動所需的重要事項應與 aT 協商決定，並制定及提交所需文件

2. 着手報告

- "業務執行者"應在合同簽訂之日起 2 周內提交業務推進計劃(必要時上門說明)
- 業務執行時，"業務執行者"應事先與 aT 協商後執行，報告着手計劃時應將協議事項反映到勞務內容中

3. 最終報告及結果交貨

- "業務執行者"應在合同期限內向 aT 香港分社提交與任務相關的推進結果報告書,並接受驗收。 但是,如有不得已的理由,可相互協商變更提交期限

4. 任務執行者的義務

- 對於本提案中未提及的事項、因任務執行而引起的各種事項、語句的解釋及相關規定的適用等，"業務執行者"應事先與 aT 協商，並遵從 aT 的決定
- 參與人員應由相關領域經驗豐富的專業人士組成，為有效完成任務選定合適人選
- "業務執行者"在執行本業務時，必須以合理、妥當的計算依據為基礎制定所有成果，如有 aT 的要求（說明或資料提交）應立即給予答覆

5. 保安對策

- 未經 aT 事先批准，不得將執行本任務的所有資料用於其他用途或對外公開或泄露

6. 知識產權

- "合同對象"應認識到因本項目產生的所有知識產權均歸"aT"和"合同對象"雙方所有，並推進項目以確保沒有問題
- "合同對象"在執行項目時，應確保不侵犯原所有者的知識產權，因"合同對象"的歸責事由發生侵犯第三方知識產權的問題時，應承擔全部責任

7. 損害賠償

- "合同對象"對與此勞務相關的事件、事故承擔所有民事、刑事責任。但是，證明"合同對象"無歸責事由的情況除外
- 因"合同對象"的歸責事由，"aT"向第三方賠償損失時，"合同對象"應立即向"aT"賠償

8. 執行事業費

- 事業費原則上應在簽訂合同時批准的詳細計算明細書各項目金額內執行，發生變動時需事先得到 aT 的批准

- "合同對象"應根據與"aT"協商的目的和用途執行事業費
- 林產品體驗館和 NEXT K-Food Zone 事業需另行預算推進事業，並根據各預算提交事業提案書，根據各任務指示提交事業運營及結果報告書

9. 其他事項

- 裝置的施工和拆除、廣告物設置等活動及運營相關一切事項均遵守租賃的建築物主規定進行
 - 購買或租賃運營所需的所有備品，租賃備品在活動結束後返還
- 即使提案申請書中未明示的事項，對於本項目進行中不可避免或應當執行的輕微事項，也包含在本勞務中
- 提案申請書、招標公告及由此產生的附件等未明示的事項，遵循以國家為當事人的合同相關法律、協商簽訂合同標準等國家合同相關法令
- 其他未明示的事項由"aT"和"合同對象"協商決定

[附件1] 招標公告

招標公告

1. 招標事項

投標名	◦ 2026年香港K-Food Pop-up Store代理服務
業務內容	◦ Pop-up Store各區域空間企劃及空間營造 - (暫稱):2026 K-FOOD! K-LIFE IN Hong Kong ◦ 總管各Pop-up Store項目營運及人力營運 ◦ 為提高快閃店銷售及成果，推進線上·線下宣傳等 * 詳細內容請參考附加提案申請書。
事業預算	◦ KRW 330,000,000 * 包括附加稅等
業務期間	◦ 自合同簽訂之日起2026. 10. 27.
投標方法	◦ 一般競標 (協商合同)
清算方式	◦ 總額合同

2. 投標日程

提案書 提交	◦ 提交期限: 僅限2026. 8. 12.(三) 17:00前到達的文件(香港標準) ◦ 提交方法: 發送電子郵件 ◦ 提交處: charles.kim@at.or.kr ◦ 提交文件: 提案書 (發表材料及提案公司一般現狀、執行人力投入計劃)、價格投標書
提案書 評價	◦ 評價日期 (預定) : "26. 8. 14(五)/各企業另行通知 - 技術評價 (70%) , 價格評價 (30%)
簽訂合同	◦ 評價結果第一順位企業開始協商後簽訂合同

2026. . .

韓國農水產食品流通公社 香港分社社長

[附件2] 提案書撰寫順序

代理勞務提案書撰寫順序

撰寫項目	撰寫內容
I. 提案概要	對相應任務的明確理解度 - 提案目的及背景 - 提案的主要概要 - 提案內容的特點及優點(與其他委託代理公司的比較優勢)。 - 預期效果 (數量、質量) 及目標
II. 事業推進計劃 (自由格式)	事業推進戰略及詳細內容 - 快閃店內容及空間設計·企劃 - 快閃店空間的設置與構成 - 快閃店營運及宣傳計劃 ※ 除此之外，還可以追加提議宣傳韓國農食品的創意性方案
III. 事業管理	運營代理勞務時事業管理方案 - 人力構成方法 (參與專門人力、專家投入等) - 考慮對內外條件的事業成果管理方案
IV. 日程計劃	詳細寫出項目推進日程及管理方案
V. 活動預算	預算的分配 (按百分比提出)
VI. 其他	其他建議

* 參考以上內容進行填寫，但提案書的形式或填寫樣式等不受限制

** 可變更制定項目順序，可在提案公司判斷下追加或變更內容

[格式] 提案書一般現狀

提案書一般現狀

		註冊編號	
公司名稱		代表人	
業務領域		營業執照號	
地址			
電話號碼		FAX 號碼	
公司主頁網址		E-mail	
公司成立 年度	年 月	資本金	
牌照/許可/ 登記證持有現狀			
人力構成 現狀	總 名		
有關部門 工作期間	年 月~ 年 月公告日基準 (年 月)		
主要年歷 (摘要)			