

---

# 2021 중국(충칭) K-FOOD FAIR 장차 및 운영 제안요청서

---

2021. 8



韩国农水产食品流通公社

중국지역본부

## I. 제안사업 설명

### 1. 과업개요

- 과업금액 : 280,250 천원(K-Food Fair 272,250천원, 미래클 8,000천원)
- 행사명 : 2021년 중국 충칭 K-Food Fair
- 행사기간 : 2021년 10월 28일~31일 (목, 금, 토, 일) 4일간
  - 수출상담회 및 소비자체험 홍보 병행
    - B2B : 10.28(목) ~ 29 (금)
      - \* 바이어 호텔 행사장 집결, 수출업체 자사 사무실 온라인 접속
    - B2C : 10.30(토) ~ 31 (일)
- 행사규모 :
  - B2B : 수출업체 30업체, 바이어 60업체
  - B2C : 오프라인 참관객 30만명, 온라인 방문수 500만명
- 행사장소
  - B2B (수출상담회) : 충칭 시내 르메르디앙 호텔
    - 장소 : 충칭 르메르디앙 호텔(重庆富力艾美酒店)
    - 면적 : 1,094㎡
    - 주소 : 中国重庆市南岸区江南大道10号万达广场内
    - 내용 : 수출상담회, 설명회 & 세미나, 바이어 만찬



호텔전경



행사장



만찬장

- B2C (소비자체험 홍보) : 충칭 시내 만달광장
  - 면적 : 1,300㎡ 이상
  - 주소 : 中国重庆市南岸区南城大道8号
  - 내용 : 소비자체험, 문화공연



## 2. 행사 세부내용

### 1 B2B

#### □ 수출업체·바이어 대상 세미나 개최(오전)

- 10월 28일 (목) 9:00~12:00 / 호텔 내 회의실
- 추진 방향
  - 수출업체 사전 수요조사를 통하여 희망 주제에 따라 중국 현지 전문가 섭외하여 맞춤형 온라인 세미나 개최
  - 바이어 및 경소상 대상으로 수출지원사업 설명회 개최
- 세부 계획
  - 중국 현지 전문가 섭외하여 수출업체 희망 주제 내용으로 온라인 강연
    - \* 세미나 주제(잠정) : 1. 코로나 영향으로 중국 식품시장 트렌드 및 변화 /
    - 2. 미디어 마케팅 방안(왕홍, sns 등) / 3. 온라인몰 입점 절차
  - 바이어 대상으로 수출지원사업 소개
    - \* 설명회 내용 : 1. aT 사업소개 / 2. 현지화사업소개 / 3. 물류센터 및 T-MALL입점 설명

#### □ 수출 상담회(1.5일)

- 10월 28일(목) 14:00~18:00, 10월 29일(금) 9:00~18:00 / 호텔 내 연회장
- 상담목표 :
  - 수출상담액 : 420건 / USD 40,000천불
  - 현장MOU 계약 : 10건 / USD 5,000천불

○ 추진 방향

- 중국 전역 우수 바이어(60업체) 초청 및 수출업체(30업체) 매칭을 통해 수출 성과 창출
- K-FOOD의 세련된 이미지를 바탕으로 상담에 집중할 수 있는 부스 환경 조성
- 대중국전략품목 및 미래클 품목 등 전략품목 홍보 위한 별도 홍보장치 조성하여 한국식품 우수성 전달
- 수출기업 인기 상품 종합 전시대를 배치하여 관련 제품 정보 제공 및 바이어 관심 품목 발굴

○ 세부 계획

- 수출 상담부스 : 부스 별 사전 제품교육 받은 통역요원 배치하여 원활한 1:1 상담 진행
  - 현지화부스 : 바이어 대상 비관세장벽해소자문, 중문라벨출원 지원, 바이어 특화지원 등 현지화사업 상담 지원
  - 물류센터부스 : T-MALL 한국관 입점 자문 및 물류 지원관련 상담
  - 제품전시존 : 참가업체 제품을 세부화 한 카테고리 별 상담존 구성, 미래클 제품 전시존, 원스톱 전시존, T-MALL 한국관 제품 전시존 마련함으로써 공동 효과 거양 및 효율적인 수출상담 지원
- \* 상담효과 제고 위해 제품 샘플 비치한 시식존 구성 및 제품 상세정보 링크가능한 QR코드 부착
- 비즈니스 매칭 센터 : 사전 수요조사를 통해 1:1 매칭 프로그램 운영 및 상담스케줄 통합관리 지원
  - 바이어 라운지 : 수출업체 홍보영상 상영, 다양한 다과, 수출업체 시식 제품 및 커피 제공 등
  - MOU 체결 장소 : 현장 계약 체결 원하는 수출업체 및 바이어 대상으로 현장 온라인으로 MOU 체결할 수 있게 공간 마련 등
  - 기타 : 등록데스크 등 인포메이션 운영

## □ MD 및 바이어 대상 미래클 제품 & 파프리카 품평회(약 2시간)

- 10월 28일 (목) 12:00~14:00 / 호텔 내 행사장
- 추진 방향
  - 미래클 제품 및 한국산 파프리카 현장 조리하여 코스로 한입요리를 만들어 시음시식을 통해 제품 홍보 효과 도모
- 세부 계획
  - MD 및 바이어 20명 섭외하여 품평회 추진
  - 한국산 파프리카, 미래클 품목(HMR죽, 라면, 식물성 대체육, 홍시 스무디) 현장 조리 및 시식
  - 각 제품 별 테이블에 QR 코드 제작 및 노출하여 스마트폰으로 스캔 시 제품 정보 홍보페이지(중문)로 연결되도록 추진
  - 각 제품별 시식한 MD 피드백 취합 · 정리 후 수출업체에 전달, 해당 품목 관심 있는 MD와 수출업체 매칭하여 수출로 연계되도록 지원

## □ 유통업체 MD 및 바이어 간담회(약 2시간)

- 10월 29일 (금) 12:00~14:00 / 호텔 내 중식당
- 추진 방향
  - 유통업체 md, 바이어, aT, 유관기관 참여하는 전략회의 개최
- 세부 계획
  - 주요 바이어 및 유통업체 MD 10여명 내외 참석
  - aT 및 유관기관 5명 내외 참석
  - 민관 협력을 통한 대중 수출 확대방안 모색 및 업계 의견 수렴

## □ 만찬리셉션 운영 (약 2시간)

- 목 적 : 축하공연 등 다양한 내용으로 리셉션 구성하여 자유로운 분위기에서 중국 바이어 간 정보교류 기회 부여
- 일 시 : 10월 29일 (금) 18:30~20:30 / 호텔 내 만찬장
- 참석대상 : 바이어 및 유통매장 MD 60명
- 추진방향
  - 현지 유명 온·오프라인 채널, 언론사, 식품업계전문가 등 VIP를 섭외하여 만찬 참석

- 다양한 축하공연 및 이벤트를 마련하여 한중 농식품 대중수출 협력 분위기를 조성하여 바이어 만족도 제고
- 대중국 전략품목(포도, 파프리카, 전통주 등)을 활용한 메뉴구성

□ 바이어 오찬제공

- B2B 10.28일 & 10.29일 중식 제공
- 제공장소 : 호텔 내 회의장
- 제공메뉴 : 호텔 도시락식 오찬



<세부 진행 일정(안)>

구 분		프 로 그 램	
B2B B2B	1일차 10.28 (목)	09:00~11:30	수출업체 대상 온라인 세미나 개최 업체 사전 주요자사에 따라 중국 현지 전문가 섭외하여 맞춤형 온라인 세미나 실시
		09:00~11:30	바이어 대상 수출지원 사업설명 신규바이어 및 유통업체 md 대상으로 판촉, 박람회, 수출상담회, 현지화 지원 등 사업 설명회 실시
		12:00~14:00	미래클 품평회 주요 온오프라인 유통채널 MD 및 빅바이어 15여명 초빙하여 미래클품목 및 파프리카 시식 및 품평회 개최
		14:00~18:00	1:1 수출상담회 K-FOOD의 세련된 이미지를 바탕으로 상담에 집중할 수 있는 최적의 부스 환경 조성
	2일차 10.29 (금)	09:00~12:00	1:1 수출상담회 K-FOOD의 세련된 이미지를 바탕으로 상담에 집중할 수 있는 최적의 부스 환경 조성
		12:00~14:00	유통업체 md 및 빅바이어 간담회 바이어, 유통업체 mdm, aT, 유관기관 10여명 참여하여 민관 협력을 통한 대중 수출 확대방안 모색
		14:00~18:00	1:1 수출상담회 K-FOOD의 세련된 이미지를 바탕으로 상담에 집중할 수 있는 최적의 부스 환경 조성
18:30~20:30		만찬리셉션 축하공연 등 다양한 내용으로 리셉션 구성하여 자유로운 분위기에서 중국 바이어 간 정보교류 기회 부여	

※ 상기 일정 변동 시 순연하여 추진

### □ 소비자체험 홍보

- 목 적 : 특별 테마존 중심으로 식품과 한류문화를 융합한 트렌디한 페어 개최로 한국식품 인지도 제고 및 소비 붐 조성
- 기간/장소 : 10.30(토)~10.31(일) 10:00~20:00 / 충칭시내 만달광장
- 규모 : 오프라인 참관객 30만 / 온라인 방문수 500만 \* 현장라이브방송으로 홍보
- 추진 방향
  - 유동인구가 최대인 장소에서 K-FOOD의 우수성과 문화 및 상품을 체험하고 즐길 수 있는 행사 전개
  - 전통공연·K-POP 등 문화공연 진행, 개막식 퍼포먼스 등 현지 소비자 시선을 모을 수 있는 다양한 프로그램 실시
  - 특별 테마존에서 다양한 한국산 농수산물식품 시음시식 진행함으로서 한국산 농식품 홍보
  - 수출업체 및 바이어 홍보부스 제공, 마켓테스트 또는 제품 판매 진행
- 기본 구성 : 메인무대, 특별 테마관, 문화체험관 등

구분(안)	수량(안)	비 고(안)
○ 메인무대 (개막식 등)	1	- 개막식, 문화공연, 이벤트용으로 설치 - 대형 스크린 등 집객효과 제고를 위한 대형무대 백월, 무대, 음향, 조명, 관람석 등
○ 특별테마관	6	- Fresh Zone : 샤인머스켓, 버섯 등 신선농산물 전시 및 시음시식 - Nutritious Zone : 영유아식품, 유제품, 홍삼 등 제품 시음시식 - Hot Zone : 김치 종주국 이슈 대응 인지도 제고를 위한 김치 홍보관 운영하여 소비자 대상 김치 효능, 김치 요리법 소개 및 김치 QR 코드 홍보, 떡볶이, 매운라면, 장류 시음시식 - Drink Zone : 카페 분위기로 테마부스를 설치하여 유자차, 홍초, 막걸리, 맥주, 스낵 등 시음시식 - Miracle Zone : 미래클 제품 및 수출업체 신규 런칭 제품 전시 및 마켓테스트를 통해 중국시장 진출 가능성 확인 - Paprika Zone : 한국산 파프리카 전시 및 시음시식
○ 수출업체 및 바이어 홍보부스	16	- B2C 참가신청한 수출업체 대상으로 홍보부스 제공 - 국산 원료를 많이 사용한 대중국 전략품목 취급 바이어 대상으로 홍보부스 제공하여 판매 도모
○ 문화체험관	1	- 한국 전통문화 체험관 (한복 체험 등) 설치하여 현장 소비자 유인
○ 기타 장치	-	- 안내데스크, 출입구 조형물, 상담장, VIP룸 - 홍보 영상방영 대형스크린, 영상장비, 현수막, - 포토존, 휴게공간 등 부대시설

\* 행사장 세부 구성 내용은 향후 변동 가능

○ 메인무대

- 개막식, 문화공연, 한식요리 시연 등 다양한 현장 이벤트 진행을 위한 무대, LED 백월, 지붕, 조명, 음향, 대형 스크린 및 관람석 등 설치
- 유동인구 이목 집중을 위해 대규모 행사무대 설치



메인무대(예시)



개막식 퍼포먼스(예시)



관람석(예시)

- 한국문화를 대표할 수 있는 다채로운 공연 진행



사물놀이 공연(예시)



수상 요가(예시)



K-POP 커버댄스(예시)

○ 부스 장치 및 운영

① 특별 테마관 : 홍보 테마를 중심으로 각 특별 테마관 운영 진행하되 전체적인 컨셉은 통일감 있도록 시공 및 운영

- **Fresh Zone** : 샤인머스켓 포도 및 버섯 등 대중 수출 가능한 신선농산물 전시 및 시음시식을 통해 프리미엄 유통매장 입점 확대를 위한 바이어 집중 매칭 및 현지 소비자대상 한국산 신선농산물 홍보 도모
- **Nutritious Zone** : 영유아식품, 유제품, 홍삼 등 건강 헬씨한 제품 홍보관을 운영하여 B2C 연계 잠재 소비자 대상 집중홍보
- **Hot Zone** : 푸드 트럭 컨셉으로 김치 종주국 이슈 대응 인지도 제고를 위한 김치 홍보관 운영하여 소비자 대상 김치의 효능, 김치 요리법 소개 및 김치 QR 코드 홍보, 불닭볶음면 및 떡볶이 등 한국의 매운 맛을 표현하는 다양한 한국 농식품 홍보



- Drink Zone : 카페 컨셉으로 전시관을 설치하여 유자차, 막걸리, 맥주, 스낵 등 시음시식을 통해 한국 음료, 주류, 스낵 홍보
- Miracle Zone : 미래클 제품 및 수출업체 신규 런칭 제품 전시 및 마켓 테스트를 통해 중국시장 진출 가능성 확인
- Paprika Zone : 검역해소품목인 한국산 파프리카 전시 및 시음시식을 통해 현지 소비자대상 한국산 파프리카 우수성 홍보 도모
- \* 윈스탑 제품 중 영세업체(11개사) 제품으로 각 테마관에 배치하여 시음시식 통해 제품 홍보, 업체 QR코드 부착하여 소비자 대상 판매처 홍보

② 업체홍보부스 : 수출업체 및 바이어 홍보부스 제공함으로써 대중국 신제품 및 전략품목 홍보

- 수출업체 부스(8개) : B2C 참가 신청한 수출업체 대상으로 대중국 신제품 마켓테스트 기회를 마련함으로써 시장 조사 실시
- 바이어 부스(8개) : 국산 원료를 사용한 대중국 전략품목 취급 바이어 위주로 선정을 하여 제품 홍보 및 판매 실시

③ 문화체험관 : 한국의 전통적인 문화와 현대적인 콘텐츠를 결합하여 현지 소비자의 한국문화에 대한 관심도 및 선호도 제고

- 전통문화 체험관 : 한복 체험 및 전통놀이(제기차기, 투호 등) 통한 경품행사를 통해 한국 농식품을 경품으로 제공

○ 기타 장치

- 햇볕 및 우천 차단용 행사장 텐트 설치
- 포토존 등 관람객이 즐길 수 있는 부대시설 및 휴게 공간 설치
- 안내데스크, VIP룸, 출입구 조형물 등 행사추진에 필요한 장치
- 홍보 영상물 상영을 위한 대형 LCD 스크린, TV 등 영상장비, 홍보용 배너, 현수막 등 홍보효과를 높일 수 있는 장치 등

□ 미디어 홍보방안

- 왕홍(網紅)을 활용한 사전 홍보 및 현장 생방송 실시

- 중국 인기 왕홍을 섭외하여 행사 사전 및 사후 홍보 실시
- B2C 개막식, 현장 소비자 시식 취재 등 다양한 콘텐츠를 이용한 현장 생방송 실시
- 현지 언론매체 섭외하여 인터넷 홍보 추진
  - 현지 신문, TV, 인터넷 등 언론매체 사전 기획취재 요청 및 행사홍보
- 행사장 현장 홍보
  - 관람객 참여형 현장이벤트 구성으로 SNS 확산 유도
    - \* 예시 : 관람객이 현장사진을 자신의 위챗 모먼트에 공유시 기념품 배포 등
  - 관람객 SNS 내 연동되어 있는 Follower에게 행사 노출 및 홍보가능
  - 중국 인기 인터넷 방송 플랫폼 활용 현장노출

## □ 기타 홍보

- 참가수출업체 제품 디렉토리 제작
  - Agro-trade와 연계하여 참가업체 QR코드가 부착된 디렉토리북 제작
- 행사 방문객 대상 한국식품 관련 설문 실시 및 분석
  - 한국식품 선호도, 인기품목, 구매의향 등
- 한국적 분위기에 맞는 기념품 제작
  - 행사 방문객 대상으로 한국적 분위기에 맞는 기념품 배포함으로써 현장 방문 유도

## II. 과업 세부내용

구분	항목	주요 내용
공통 사항	행사허가 등	▶ 개최지역 행사 허가 및 승인 사항 등 사전 파악 제시
	BI 및 슬로건	▶ FAIR 행사 BI 및 슬로건 1) FAIR 브랜딩 개발 및 디자인 제시 2) 페어별 행사 컨셉 및 슬로건 제시
	수출업체 샘플 및 기타 행사 필요한 물품 수령	▶ 원활한 상담을 위한 수출업체 샘플 및 기타 행사 필요한 물품 수령 1) 운송업체를 통해 수출업체 참가품목 통관 방법 사전 조사하여 통관이 안 되는 사례 발생 방지 - 현지 여건 사전 조사를 통해 수출통관 허가 또는 승인절차 등 제시
	킬러콘텐츠	▶ FAIR 대표 공연팀 전략 및 유망품목 중심 푸드 체험 프로그램 제안 1) 페어 개최지역 현지여건 및 특성, 한류문화 인지도 등을 고려한 대표 한국 공연팀 구성 : 3팀 이상 (장르별 1팀씩 구성) 2) 대표 한국식품 활용 프로그램 섭외 : 푸드 체험 프로그램 제안 - 식품을 소재로 한 체험 프로그램, 공연 등 창조적인 콘텐츠 제안 * 유망품목 리스트는 aT 주관부서에서 제공
B2B 행사	바이어 지원	▶ 현지어로 참가업체 및 품목정보 디렉토리 제작하여 바이어 유치 및 홍보 자료로 활용 1) aT 베이징지사와 협력 및 사전 작성된 홍보자료 등을 통하여 바이어에게 송부 및 상담희망 수출업체 파악 등 * 수출업체 및 품목 리스트, 연락처는 aT 주관부서에서 제공 ▶ 바이어 등 초청 전반 행정 업무 (항공, 체제비) : 페어 개최국별 초청바이어 인원수 기준(60명 바이어 기준) 1) 항공(E클래스) 예약 및 숙박 예약 관리(3박 기준) - 바이어 60명 대상 항공 및 기차표 예약 - 바이어 숙박 1인 3박 기준으로 예약 2) 바이어 유치, 홍보, 매칭(예약의전-홍보비용집행 등 전반 대행사 담당) * 바이어 유치는 관할 해외지사의 협조를 받아 진행
	수출업체 대상 온라인 세미나 개최	▶ 해외시장 이슈 세미나 행사 운영 1) 세미나장 구성 연출 : 온라인 세미나 개최 2) 세미나 세부계획 : (10월28일 오전 9:00-12:00) - 코로나 영향으로 중국 식품시장 트렌드 및 변화 - 미디어 마케팅 방안(왕홍, sns 등) - 온라인몰 입점 절차 3) 필요 시 세미나자료 번역 및 PPT준비, 동시통역(동시통역 실시) * 세미나 자료를 제공하면 대행사에서 자료 취합하여 e-디렉토리 제작하여 수출업체에게 송부
	바이어 대상 설명회	▶ 바이어대상 설명회 행사 운영 1) 설명회장 구성 연출 : (참석인원 약 60명 기준) - 설명회 커피 및 다과 준비 등 - 설명회 데스크식 행사장 구성 (설명회자료, A4 용지 및 생수 준비)

	<p>2) 설명회 세부계획 : (10월28일 오전 9:00-12:00)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aT 지원사업소개</li> <li>- 현지화 지원사업소개</li> <li>- 물류센터 및 T-MALL입점 설명</li> </ul> <p>3) 설명회자료 번역 및 PPT준비, 동시통역(동시통역 필요시)</p> <p>* 설명회 자료 aT에서 제공하면 대행사에서 취합 및 정리하여 설명회 자료 제작</p>
수출상담회 구성, 운영	<p>▶ 수출상담회장 구성 및 운영</p> <p>1) 행사 제작설치 및 행사 운영(32개 상담부스)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출업체 상담부스(30), 현지화사업 상담(1), 물류센터 상담(1)</li> </ul> <p>2) 제품전시관, 매칭센터, 바이어라운지, 등록데스크, 웰컴존 등 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품전시관 : 수출업체 상담제품, 미래클 제품, 원스톱제품 및 T-Mall 한국관 제품 전시하여 제품 옆에 QR 코드 부착하여 홍보 실시</li> <li>- 원스톱제품 전시관 옆에 시음시식대 배치하여 시음시식 운영 실시</li> <li>* 시음시식 운영요원 별도 비용 정산</li> </ul> <p>▶ 세미나장, 수출상담회 운영 관련 행정 업무</p> <p>1) 호텔 측과 세미나장, 수출 상담회장 운영 관련 협조</p> <p>2) 행사 허가 및 사전 계획서 송부 등 행정 업무</p> <p>▶ 오찬, 만찬 관련 운영</p> <p>1) B2B 행사 시 제공한 오찬, 만찬 운영</p> <p>2) 공식 만찬장 운영 및 공연</p>
미래클 품목 품 평회	<p>▶ 품평회 행사장 임차, 조성 및 운영</p> <p>1) 행사 임차, 제작설치 및 행사 운영(10월 28일 (목) 12:00~14:00)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 바이어 및 MD 20명</li> </ul> <p>2) 품평회 현장 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 뷔페를 섭외하여 한국산 파프리카, 미래클 품목(HMR죽, 라면, 식물성 대체육, 홍시 스무디) 현장 조리 및 시식</li> <li>- 각 제품 별 테이블에 QR 코드 제작 및 노출하여 스마트 폰으로 스캔 시 제품 정보 홍보페이지(중문)로 연결되도록 추진</li> <li>- 각 제품별 시식한 MD 피드백 취합 · 정리 후 수출업체에 전달, 해당 품목 관심 있는 MD와 수출업체 매칭하여 수출로 연계되도록 지원</li> </ul> <p>▶ 오찬 관련 운영</p> <p>1) 품평회 진행 후 오찬 운영</p> <p>* 오찬비용은 과업에 포함 됨</p>
바이어 간담회	<p>▶ 간담회 행사장 구성 및 운영</p> <p>1) 행사 장치 및 행사 운영(10월 29일 (금) 12:00~14:00)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 바이어 (10), aT(5) 참석</li> </ul> <p>2) 오찬 관련 운영</p>
B2B 홍보	<p>▶ 현지 언론 매체 미디어 홍보</p> <p>1) 현지 신문, TV, 인터넷 등 20개 내외 언론매체 기획취재 및 행사홍보 실시</p> <p>2) B2B 수출상담회 및 MOU 체결 현장 취재하여 인터넷, 현지 신문, SNS 등 채널에 행사 홍보 진행</p>
진행경비	<p>▶ 수출상담회, 온라인세미나, 설명회 진행</p> <p>1) 운영인력(진행·통역·연출·의전 등) 운용 등</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 통역 : 30명</li> </ul>

	<p>2) 상담장 운영인력 배치기준</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상담 부스 상담장 Zone별 중간관리, 매칭센터, 바이어 라운지, 등록데스크, 제품전시관 홍보요원, VIP 대기실 등 기타 운영관리 최소 15명</li> </ul>
B2C 행사	<p>개막행사</p> <p>▶ 소비자체험 개막행사 연출, 운영</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 한국-개최국간 융합 및 의미부여가 가능한 식품관련 개막행사 제안</li> <li>2) VIP 초청, 의전, 통역(VIP 초청 및 의전은 베이징 지사와 협력하여 진행)</li> </ol>
	<p>행사장 임대</p> <p>▶ 소비자체험 행사장 임대 (만달 광장)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 공간별 임대 및 공공서비스료, 행사장 경비 등</li> <li>2) 행사장소 임차시 수출업체, 바이어, 테마관 규모 등을 고려하여 임차 (임차장소 확보시 시식, 판매, 홍보 가능여부 파악)</li> </ol>
	<p>체험부스 조성</p> <p>▶ 행사장 체험부스 조성(컬러 별 테마관 및 체험관 등)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Fresh Zone : 샤인머스켓 포도 및 버섯 등 대중 수출 가능한 신선농산물 전시 및 시음시식 진행</li> <li>2) Nutritious Zone : 영유아식품, 유제품, 홍삼 등 건강 헬씨한 제품 홍보관을 운영</li> <li>3) Hot Zone : 김치와 고추장 등으로 만든 매운 맛의 한국 대표요리와 관련 제품들을 푸드트럭으로 제공하여 한국의 빨간 맛 홍보</li> <li>4) Drink Zone : 카페 컨셉으로 전시관을 설치하여 유자차, 막걸리, 맥주, 스낵 등 시음시식 진행</li> <li>5) Miracle Zone : 미래클 제품 및 수출업체 신규 런칭 제품 전시 및 마켓 테스트를 통해 중국시장 진출 가능성 확인</li> <li>6) Paprika Zone : 한국산 파프리카 신선농산물 전시 및 시음시식을 통해 현지 소비자대상 한국산 신선농산물 우수성 홍보 도모</li> <li>* 각 테마관은 전략 및 유망상품 위주로 구성(전략 및 유망품목 리스트는 aT 본사 주관부서에서 선정후 별도 제공)</li> <li>7) 한국의 전통 &amp; 한류문화를 홍보를 위한 문화체험관 운영</li> <li>8) 행사장 공통공사 포함 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전기배수경비·설치 등 제반공사 등</li> <li>- VIP 대기실 등</li> <li>- 전문 도우미 활용 이벤트 또는 시음, 시식 행사 진행</li> </ul> </li> </ol>
	<p>프로그램 구성·연출</p> <p>▶ 행사장 체험 및 공연 프로그램 구성·연출</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 체험 프로그램 구성·연출</li> <li>2) 공연 프로그램 구성·연출</li> <li>3) 테마관홍보관 (6개) 운영</li> <li>4) 메인무대에 개막식 행사 외에 mc 섭외하여 기타 유치 프로그램 구성</li> </ol>
	<p>B2C 홍보</p> <p>▶ 현지 언론사 섭외하여 현장 취재</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 현지 신문, TV, 인터넷 등 20개 내외 언론매체 기획취재 및 행사홍보 실시</li> </ol> <p>▶ 현지 뉴미디어 활용 사전, 현장, 사후 홍보 실시</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 왕홍 생방송(一直播 등), 단편 동영상(抖音视频 등) 등 온라인 플랫폼을 활용한 사전 홍보, 현장 홍보, 사후 홍보 실시 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사전 : B2C 행사 참가자 극대화를 위한 온·오프라인 사전홍보 실시</li> <li>- 현장 : 왕홍 생방송(一直播 등) 등 활용 부스 투어 및 현장 생중계 홍보</li> <li>- 사후 : 단편 동영상(抖音视频 등) 등 활용 행사 편집 영상 업로드 및 홍보</li> </ul> </li> </ol>
<p>진행경비</p> <p>▶ 소비자 체험 홍보 행사 진행경비</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 운영인력(진행·통역·연출·의전 등) 투입 등</li> <li>2) 연출 : 홍보관 스타일리스트 등 포함 제안</li> </ol>	

### III. 과업 수행지침

#### □ 일반사항

- 발주자인 한국농수산물유통공사를 “aT” 라 하고 과업수행자를 “용역업체” 라 함
- 본 과업의 효율적인 수행을 위하여 추진상황, 주요내용 등에 대하여 “용역업체” 는 수시로 “aT” 과 협의하고 협의된 내용은 계획에 반영하여야 함
- 용역수행 과정에서 생산된 각종 보고서, 무대·장치·홍보물 디자인 등 모든 성과물에 대한 권리는 “aT” 가 소유

#### □ 착수보고

- “용역업체” 는 계약 체결 후 7일 내 착수보고를 해야 함
- 과업 수행 시 세부추진일정 등에 대하여는 “용역업체” 가 “aT” 와 사전에 협의하고 수행하여야 함

#### □ 행사운영 최종보고

- “용역업체” 는 행사 개막 7일 전까지 행사운영 최종보고를 하여야 함

#### □ 결과 보고서 제출

- “용역업체” 는 이 행사와 관련하여 결과 보고서 3부를 과업 종료 후 30일 이내에 “aT” 에게 제출하여 검사를 받아야 한다.
  - 결과보고서에는 행사사진, 사업실적, 사업성과, 성과분석, 언론보도 현황, 설문조사 결과, 사업관련 디자인 파일 일체(USB 저장) 포함

#### □ 과업수행자의 의무

- 본 제안요청서에 언급되지 않은 사항, 과업수행으로 인하여 야기되는 제반사항, 어구의 해석 및 관계규정의 적용 등에 대하여는 “용역업체” 는 “aT” 와 사전 협의하여야 하며 “aT” 의 결정에 따름
- 참여인력은 관계분야에서 경험이 풍부한 전문인으로 구성하여 과업 기간 내에 효율적으로 과업이 완수될 수 있도록 적합한 인물로 선정하여야 함
- “용역업체” 는 본 과업수행에 있어 합리적이고 타당한 산출근거를 바탕으로 한 모든 성과물을 작성하여야 하며 “aT” 의 요구(설명 또는 자료제출)가 있을 경우 즉시 이에 응하여야 함

#### □ 자료요청 및 협조

- “용역업체”는 과업수행에 필요한 자료는 해당기관의 관계직원에게 사전 요청하여 수집하고, “용역업체”가 “aT”에게 자료요청이 있을 경우 적극 협조하여야 함

#### □ 보안대책

- 본 과업 수행과 관련된 일체의 자료는 “aT”의 사전 승인 없이 타 용도로 사용하거나 외부에 공개 또는 유출하여서는 안 됨

#### □ 지적 재산권

- 본 과업의 모든 성과물에 대한 모든 저작권 및 재산권은 모두 “aT”에게 양도한 것으로 일체 “aT”가 소유함

#### □ 대금결제 (사업종료 후 지급)

- 사업완료 후 대행사가 결과보고서를 제출하면 한국농수산물유통공사 북경대표처가 검·인수 완료 후 10영업일 이내에 대금지급을 위해 한국 농수산물유통공사 본사(서울)에게 송금요청
- 대행비는 대한민국에 소재한 aT 본사에서 송금당일 환율을 적용, 계약 금액(KRW)에 해당하는 미달러화(USD)를 중국 내 대행사 계좌로 송금

#### □ 기타사항

- 본 용역계약 수행과정에 있어 과대, 과장, 허위 내용 및 지적재산권과 관련되어 야기된 민·형사 책임은 “용역업체”가 전적으로 책임짐
- 본 용역계약 수행과정에서 용역업체 주관으로 발생하는 안전사고 (이벤트행사, 시음, 시식)등에 대하여 민, 형사상의 모든 책임은 “용역업체”가 전적으로 책임짐

## IV. 사업자 선정

#### □ 추진절차

- 입찰공고(제안요청) → 제안서 및 가격입찰서 접수 → 제안서 평가 (가격평가 포함) → 협상적격자 순위결정 → 우선협상대상자와 기술 협상 및 계약체결
- 제안서를 제출받아 기술 및 가격평가를 실시하고 종합점수 상위업체 부터 협상하여 사업자 확정

□ 추진일정

- 제안서 접수 : 입찰 공고일로부터 9월21일 오후 4시 (중국시간)
  - ※ aT 베이지지사 방문 제출 및 우편 제출
  - ※ aT 베이지지사 주소 : 中国北京市朝阳区广顺北大街33号福码大厦A座603
- 제안서 평가 : 9월 22일

□ 입찰방법 : 경쟁입찰 (협상에 의한 계약)

□ 선정방법

- 업체선정 : 경쟁입찰(협상에 의한 계약)
  - 평가기준 : 제안서 평가표에 의거 기술평가 점수(80%)와 가격평가(20%)를 합한 고득점 업체
- 선정방법
  - 제안서 평가표에 의거 기술평가 점수(80%)와 가격평가(20%)를 합한 점수의 고득점자부터 순차적으로 협상을 실시
  - 다만, 제안서 평가결과 기술평가 점수가 기술평가분야 배점한도의 85%(68점) 이상인 기술평가 합격업체에 한하여 가격개찰을 실시
  - 합산점수가 동점일 경우 기술평가가 높은 제안사를 선순위로 하며, 만약, 기술평가도 동점일 경우에는 기술평가의 평가항목 중 배점이 높은 항목의 고득점자를 선순위자로 함
  - 접수된 제안서의 기술평가를 위한 내·외부 전문가로 기술평가위원회를 구성하여 기술성 평가기준에 의해 평가
    - 기술평가위원회의 평가위원이 개별적으로 제안서 평가
  - 평가점수 산출
    - 평가위원이 6인 이상의 경우 각 평가위원의 각 제안서 평가점수 중에서 최저 및 최고점수를 제외한 후 산술평균하여 산출, 단 최저 또는 최고 점수가 2개 이상일 때에는 이중 하나만 제외
  - 평가점수를 계산한 결과 소수점 이하의 숫자가 있는 경우에는 소수점 다섯째자리에서 반올림



□ 기술평가위원회 구성

○ 기술평가위원회 구성 및 운영

- 구성 : 6인 이상 (내부 50%이하)

○ 평가항목 및 배점

평가항목		배점	세부평가사항	담당
기술평가 (80)	사업이해도	10	○ 과업이해도 및 제안의 충실도, 적극성	평가 위원회
	행사장 장치	25	○ 기획의도 및 디자인 적정성 - 행사장 구조에 적합한 설계 - 장치 재질, 디자인 세련도, 구성의 적합성 등 - 테마관, 체험관 등 디자인 ○ 비품 임차계획	
	운영 프로그램	15	○ 전반적인 행사장 운영계획의 적정성 ○ 행사 내방객 확대를 위한 프로그램 운영 ○ 안내데스크(비즈니스 공간) 등 운영 ○ 운영인력 섭외 적정성 등	
	운영 및 인력 관리	10	○ 참여인력의 조직화 및 경력 - 투여인력의 우수성 및 인원의 적정성	
	사업홍보	10	○ 홍보물 제작 및 행사 참가자 유치 프로그램 등	
	실행력	10	○ 유사 행사 용역 수행실적 등 ○ 추진일정 및 예산의 적정성 등	
가격평가 (20)	예산	20	※ 별도 평점산식 운용	
합 계		100		

○ 평가항목 배점 평가기준

- 25점 배점 평가기준

평가기준	수	우	미	양	가	비고
점수	25	22	19	16	13	

- 15점 배점 평가기준

평가기준	수	우	미	양	가	비고
점수	15	13	11	9	7	

- 10점 배점 평가기준

평가기준	수	우	미	양	가	비고
점수	10	8	6	4	2	

□ 제안서 작성

○ 제안서 작성 목차

목 차	작성방법
I. 과업추진계획	가. 사업수행계획 및 능력 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 사업목표를 달성할 수 있는 수행능력(RISK/인력관리 포함)</li> <li>○ FAIR 개최 대상 국가의 분석능력</li> <li>○ FAIR 개최 추진일정의 적정성</li> <li>○ 성과분석 방법의 구체성과 타당성</li> </ul> 나. 인력, 조직, 관리기술 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 참여인력의 조직화 및 경력사항</li> <li>- 프로젝트 참여 전담인력의 구성(조직도, 인원수, 경력 등)</li> </ul> 다. 행사계획 및 진행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 행사 장치현황(행사장 구성, 디자인 등)</li> <li>- 행사 기획 및 진행 세부프로그램 계획</li> <li>- 운영인력 배치 등 현장 관리계획</li> </ul> 라. 홍보 및 성과분석 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 단계별 홍보전략 및 운영 능력</li> <li>○ 제안 매체 현지인지도 및 파급력</li> <li>○ 성과분석의 체계성 및 전문/신뢰성</li> </ul> 마. 위기대응 및 계획변경에 대한 대안 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나 등 외부요인 발생 시 대응방안</li> <li>○ 계획 중도 변경 등에 따른 타임라인 제시 등</li> </ul>
II. 제안개요	가. 업체 일반현황 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 설립경과, 조직 및 인원규모, 용역참여 인원 및 경력현황</li> </ul> 나. 제안배경, 목적, 범위, 역할 다. 업체 특징 및 장점 라. 동종 용역수행 실적, 제안사 특징 및 장점 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 3개년 본 사업과 유사한 해외 홍보마케팅(전시, 상담, 이벤트, 운영, 홍보 등) 수행실적</li> </ul>

※ 제안서의 경우 별도 지정 양식은 없음

○ 제안서 작성요령

- 제안서 작성목차에 따라 작성하되, 필요한 경우 변형하여 작성 가능
- 제안서는 제안요청 내용을 명확히 파악하고 본 과업의 정확한 분석을 통한 업무파악과 추진일정, 과업범위 및 내용을 명확하게 기술 할 것
- 제안서는 제안요구사항을 최대한 충족하면서 꼭 필요사항 위주로 간단·명료하게 작성할 것
- 제안서에 기재된 모든 내용은 객관적으로 입증 가능해야 하며, 입증할 못하거나 허위기재 사실이 발각될 경우 심사대상에서 제외

○ 용역비용 견적 제시내역

- 상기 과업내용을 모두 포함하여 비용 산정하며 아래 양식에 의거 모두 포함
- 예산항목별 구분하여 명시할 것
- \* 아래항목을 예산항목별 모두 구분지어서 표기
- \* 1) K-Food Fair / 2) 미래클
- 단위는 KRW 표기

예산	구분	항목(大)	항목(小)	단위	수량	금액(단위:KRW)	
K-Food Fair	공통사항	기획					
		대행수수료					
	수출 상담회 B2B	바이어 지원(섭외)					
		임차비					
		장치					
		진행 인력					
	소비자 체험 B2C	진행 경비					
		임차비					
		개막행사					
		테마홍보관					
		업체홍보관					
		문화체험관					
		프로그램 구성연출					
		진행인력					
	홍보	진행경비					
섭외비							
사전홍보							
미래클 품목 품평회	공통사항	현장홍보					
		사후홍보					
	품평회	기획					
		대행수수료					
		임차비					
		장치					
		진행 인력					
		쉐프 섭외비용					
		식자재 구입비					
		식사비용					

\* 필요시 항목추가 기재/변경 가능

○ 주의사항

- 제안서 심사는 기한 내 제출된 서류에 한하여 평가
- 제출부수 : 제안서 3부
- 접수된 제안서 및 관련 자료는 일체 반환되지 않으며, 제안서 작성 준비에 소요되는 비용은 해당업체에서 부담

□ 제안서·가격입찰서 제출 및 문의처

○ 제안서 제출

- 접수마감 : 공고일로부터 2021년 9월 21일 16:00까지 (중국 시간)
- 제출방법 : 우편접수 혹은 방문접수

※ aT 베이징지사 주소 : 中国北京市朝阳区广顺北大街33号福码大厦A座603

○ 제출서류 : 제안서 1부, 가격입찰서 1부 및 영업집조 사본 1부(원본 대조필 및 공장날인)

※ 가격입찰서는 제안서와 별도로 밀봉 이후 우편 혹은 직접 제출

○ 문의처 : aT 베이징지사 임홍

- 연락처 : TEL 010-6410-6120 / Fax : 010-6410-6122
- 이메일 : linhong\_198861@163.com

※ 질문사항은 전화문의 또는 방문 질의응답이 가능

## V. 과업 추진일정

구 분	추진 사항	일 정	비 고
대행사 선정	○ 장치 및 운영업체 선정 입찰공고	공고일~9월21일	
	○ 장치 및 운영업체 제안서 평가	9월22일	제안서 서면평가
	○ 우선협상대상자 선정 및 기술협상	9월말	
	○ 대행업체 계약체결	9월말	
홍 보	○ 바이어 초청	10월초	
	○ 언론 및 SNS 사전 홍보	10월초	
장치 및 운영	○ K-food Fair 사전준비 - 착수보고, 운영보고 등 - 디자인 수정작업 - 특별홍보관 운영 - 도우미 등 운영인력 섭외 - 언론사 섭외, 비품임차, 운송 등	9월말~10월중	대행업체
	○ B2B 세미나 및 수출상담회 운영	10.28~10.29	전시장
	○ B2B 소비자 체험 행사 운영	10.30~10.31	전시장
	○ 결과보고 및 정산요청	11월중	베이징지사
선 적	○ 전시품 집하 및 선적	10월	전시샘플
	○ 전시품 현지 통관 진행	10월	

\* 추진일정은 현지여건에 따라 변동가능