

# 2024 멕시코 K-Food Fair 대행 용역 제안요청서

## I

## 제안개요

### □ 행사개요

- 행사명 : 2024 멕시코 K-Food Fair
- 행사기간 : 2024.9.5(목) ~ 9.8(일)
  - \* (B2B) 9.5~6 / (B2C) 9.7~8 추진 예정 / 여건에 따라 일정 변동 가능
- 행사내용 : B2B 수출상담회, B2C 소비자 체험행사
- 장소 : (B2B) 멕시코시티 Sheraton Maria Isabel Hotel  
(B2C) 멕시코시티 Plaza Satellite 쇼핑몰(야외)
- 행사규모 : 수출기업(한국) 20업체(수산 2개사 포함), 중남미 바이어 40업체 내외
- 행사품목 : 한국 농수산물식품 전반

### □ 과업개요

- 건명 : 2024 멕시코 K-Food Fair 대행 용역
- 계약기간 : 계약체결일로부터 2024.11.30까지
- 사업예산 : 205백만원 \* 부가세 등 관련 세금 및 환차 등 포함
- 과업내용
  - (B2B) 행사기획, 바이어 모집 및 참가지원, 상담장, 홍보관 등 장치 설치·철거, 운영 및 결과보고 등 전반
  - (B2C) 소비자 체험행사 기획, 장치설치·철거, 사전·후 행사 홍보 및 이벤트를 포함한 행사 운영 및 결과보고 등 전반
  - (기타) 언론보도, 온·오프라인 홍보 등 행사 관련 aT 요구사항

## II

## 대행업체 선정계획

□ 용역명 : 2024 멕시코 K-Food Fair 대행 용역

□ 계약방법 : 일반경쟁입찰(협상에 의한 계약)

□ 정산방식 : 총액계약

\* B2B 행사장(바이어 숙박비 포함) 및 B2C 행사장 임차비는 LA지사가 직접 지급

\*\* 바이어 교통비(항공료) 사후 실비정산

□ 입찰공고 및 제안서 접수

○ 공고방법 : LA지사 웹사이트 공고

○ 공고기간 : 게시일 ~ 6.12 / 16:00시까지(LA 기준)

○ 제안서접수 : namu@at.or.kr(이메일 접수)

○ 문의처 : LA지사 윤진형 부장(562-809-8810)

\* 제안서 제출 후 유선 확인 필수

□ 대행업체 선정

○ 기획재정부 계약예규(협상에 의한 계약체결 기준) 및 aT 협상에 의한 계약 제안서평가 기준 등 관련 규정 준용

○ 기술평가(80%) 및 가격평가(20%) 결과 고득점자부터 순차적 협상

○ 제안서 평가결과 기술평가 점수가 배점한도의 85% 미만이거나 투찰금액이 사업예산을 초과할 경우 협상 대상에서 제외

## ○ 평가항목

구분	평가항목	배점					세부 평가내용
		A	B	C	D	E	
기술 평가 (80)	사업수행계획 (20)	20	18	16	14	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 사업 이해도, 운영계획의 충실성 및 적정성</li> <li>○ 과업 수행을 위한 추진체계 적정성 등</li> <li>○ 과업 수행 일정의 적정성</li> </ul>
	기술·지식능력 (20)	20	18	16	14	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 행사기획 및 제안내용의 차별성 및 경쟁력</li> <li>○ 행사기획 및 연출의 적정성 및 수행실적</li> <li>○ 바이어 섭외(B2B) 및 방문객(B2C) 유입 확대를 위한 행사 기획력과 실행력</li> </ul>
	인력·관리능력 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과업 수행을 위한 전문인력 보유 현황</li> <li>○ 행사 추진을 위한 온·오프라인 운영 능력</li> </ul>
	홍보수행능력 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성공적 행사 개최를 위한 홍보 방안</li> <li>○ 바이어 섭외를 위한 네트워크 보유 수준</li> <li>○ 사전·사후 홍보 계획 및 SNS 홍보 전략</li> </ul>
	성과분석·사후관 리 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 페어 목표설정 및 성과도출 방안의 적정성</li> <li>○ 성과분석 방안의 구체성 및 합리성</li> <li>○ 행사 피드백 계획 등</li> </ul>
	안전관리, 재난관리 등 비상대책 수립(10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안전·재난관리 방안의 현실성 및 구체성</li> <li>○ 비상대책 방안의 적절성 및 구체성</li> <li>○ 재난관리기관과의 협조체계 구축에 대한 적정성</li> </ul>
가격평가(20)							<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 입찰가격 평점산식을 적용하여 평가 - <math>20 \times (\text{최저입찰가격} \div \text{당해입찰가격})</math></li> </ul>
합계(100)							

## Ⅲ 입찰관련 세부사항

### □ 입찰 참가자격

- 해당사업 수행이 가능한 업체

### □ 낙찰자 선정

- 제안서 평가결과 기술능력평가 배점한도(80점)의 85% 이상 득점 업체 대상 입찰가격 평가점수(20점)를 합산하여 고득점 순으로 협상순위 결정

- \* 합산점수가 동일한 경우 기술능력 평가점수가 높은 순, 기술능력 평가점수도 동일한 경우 세부평가항목 중 배점이 큰 항목 점수가 높은 순으로 협상 순위 부여

## □ 제안요청사항

- B2B 수출상담회 및 B2C 소비자체험 세부 추진계획
  - 행사장별 운영 컨셉 및 공간 구성 방안
  - 바이어 발굴 및 매칭, 소비자 체험행사, 홍보방법, 인력운영 등
- 세부 프로그램 및 추진 일정, 성과측정 및 분석 방법
- 유사사업 수행실적
- 주요 항목별 소요예산(세부산출내역 포함) 등

\* 공정한 평가를 위해 제출되는 모든 제안서 내에 회사명 미표기 또는 음영처리

## □ 제안서 제출 유의 사항

- 입찰참가자는 반드시 제안서의 정상 송신 여부를 확인하여야 하며, 미확인으로 발생하는 모든 책임은 입찰참가자에게 있으며, 미제출시 입찰 무효 처리됨
- 제안서 제출 시 계약담당자의 제안 관련 문의를 위하여 사업담당자 정보(이름, 전화번호 등)를 반드시 입력 후 메일 전송
- 본 제안요청서의 결과에 의한 계약은 계약예규, 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 등 관련 규정을 준수함
- 낙찰자로 결정된 이후에는 공동수급 구성원을 변경할 수 없음
- 계약상의 사업을 수행함에 있어 부실, 조잡 또는 부당하게 하거나, 부정한 행위를 한 경우 향후 사업의 참여 제한을 받을 수 있음

## IV

## 과업 세부사항

## 1. 행사일정 \* 여건에 따라 일정/장소 변동 가능

구 분	일 자	주요내용
B2B 수출상담회	9.5(목) ~ 9.6(금)	• 9.5 : 수출기업, 바이어 네트워킹 리셉션 • 9.6 : 바이어 상담회
B2C 소비자체험행사	9.7(토) ~ 9.8(일)	• K-FOOD 홍보관, 문화공연, 마켓테스트 등

## 2. B2B 수출상담회

## 가 수출기업 X 바이어 네트워킹 리셉션

- ☐ 일 시 : '24. 9. 5(목) 18:00~20:00
- ☐ 장 소 : Sheraton Maria Isabel Hotel
- ☐ 참석자 : 수출기업, 바이어 및 현지유관기관 등 약 80명
- ☐ 주요내용 : 참가업체와 바이어간 사전 교류 지원, 중남미 K-FOOD관련 오피니언리더 네트워킹의 장 마련
  - 행사목적 및 한국식품 소개, 문화공연 제공 등을 통한 한국 식품 취급의욕 고취
  - 주요품목 소개를 통한 메인 상담회 사전 지원

☐ 세부내용(안)

시간	구 성	주요내용
18:00~18:50	리셉션	- 게스트 체크인 - 참가자 사전 네트워킹
18:50~19:00		- 게스트 착석 등 안내
19:00~19:30	개막식	- 오프닝 - 개회사 및 환영사 - 축사 및 건배사(바이어 대표, 오피니언리더 등)
19:30~19:55	문화공연	- K콘텐츠 활용 문화공연 - 인기 콘텐츠 속 K푸드 소개 등
19:55~	만찬	- 참가자 네트워킹

\* 현장 상황에 따라 변동 가능

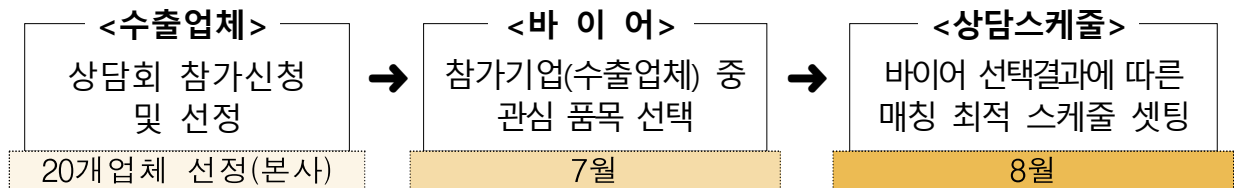
## 나 1:1 수출상담회

□ 일 시 : '24. 9. 6(금), 10:00~18:00

\* 전일 부스설치 완료, 운영·통역요원은 08:30까지 배치 및 교육 실시

□ 참석자 : 수출업체 20개사 및 중남미 바이어 40개사

□ 방 법 : 바이어가 상담 희망업체를 사전 예약하여 스케줄 확정



□ 바이어 선정방향

- (품목) 중남미 수출 주력품목(음료, 스낵, 면류 등) 및 신규 이슈품목 취급 바이어 초청 및 상담 우선 지원
- (지역) 중미지역 및 남미지역 유력 바이어 포함으로 중남미 통합 수출계약 성과 창출 지원
- (타사업 연계강화) BKF, 중남미 지역 박람회 등 참석 우수 바이어 포함으로 사업간 수출지원 성과 창출 확대

□ 상담부스 설치

- 참가기업 20개사 기준 업체별 독립된 공간을 제공하여 안정된 상담을 실시할 수 있도록 설계

□ 부대시설 : 수출계약 체결섹션, 홍보관, 특별관, 대형스크린을 통한 영상 홍보 등 별도 운영

※ 2024년 페어 활용 가능한 K-Food 영상 콘텐츠(본사 제공)

번호	주제	컨텐츠명	분량	언어
1	김치	김치 놀라운 이야기 다큐멘터리(풀본)	42분 8초	영어
2	김치	김치 놀라운 이야기 다큐멘터리(요약본)	6분 51초	영어
3	김치	김치 소개 광고	20초	영어

			30초	영어(불어자막)
4	김치	김치 홍보 영상	3분 20초	영어, 일어
5	김치	장부스케 교수 김치페스티벌 홍보	2분 30초	불어(국어자막)
6	품목	(ASMR) The Taste of Wonder 'K-Food' (김치, 인삼, 딸기, 파프리카, 샤인머스켓, 배, 종합)	각 1분 내외 (7종)	국어(자막*) *상세 안내 6번 참고
7	품목	K-Brand 한류 마케팅 홍보품목 소개영상 (김치, 고추장, 샤인머스켓, 키위)	각 15초 (4종)	영어 및 영어 자막
8	품목	K-푸드 글로벌 리액션 광고 FOOD/ TPO 2종	80/30/15초	11개 언어 자막

## □ 바이어 초청계획

○ 초청규모 : 40업체 내외

- 지원사항 : 숙박(2박), 왕복항공(economy class), 오찬, 통역 등

\* 호텔 숙박비(최대 2박), 왕복항공료(economy class), 업체당 1인 원칙

## 다 찾아가는 수출상담 컨설팅

□ 일 시 : '24. 9. 6(금), 10:00~18:00 \*수출상담회와 연계

□ 내 용 : 최근 통관 이슈 등 품목별 주의사항 안내 및 수출기업 애로사항 해소를 위한 전문가(변호사, 관세사 등) 컨설팅 제공

## 3. B2C 소비자체험 행사

### 가 일반소비자 대상 K-FOOD 홍보

□ 일 시 : '24. 9.7(토)~9.8(일), 10:00~18:00

□ 장 소 : Plaza Satellite 쇼핑몰(야외)

○ 6개부스(1부스당 4mx4m), 야외공연장

□ 주요내용 : 소비자체험, 체험관, 마켓테스트 등

## □ 행사장 구성

- (메인무대) 개막식, 무대공연, 이벤트 등 다양한 퍼포먼스 진행
  - K-POP 댄스 경연, 한복체험, 전통놀이, 태권도 시범 등
  - LED 스크린 활용 주요 농식품 홍보영상 송출로 K-FOOD 홍보
- (홍 보 관) 중남미 주요 수출품목 및 유망품목 전시
  - 라면, 음료, 소스류 등 유망품목 홍보
- (체 험 관) 미디어콘텐츠 등을 활용한 참관객의 흥미 유발
  - 한복체험, K-FOOD 만들기, 소꿉놀이, 전통놀이, 퀴즈쇼 등 진행
- (오픈키친) 한국 농식품을 활용한 레시피 공유 및 시식
  - B2B 참가업체(7개사) 제품 시식·시음을 통한 마켓테스트
- (브랜드관) K-Food 브랜드 홍보관 운영으로 브랜드 마케팅 강화
  - 선정방법 : B2B 참가업체 대상 수요조사 후 1개사(1개 부스) 선정 추진(본사)
  - 추진체계

구 분	업무부담	비용부담
aT본사	추진계획 접수 → 대상업체 선정 및 추진안 협의 → 해당업체와 약정체결	물품 운송통관비
해외지사 (대행사)	장치사 발주, 팝업스토어 운영인력 섭외, 현장지원, 행사용 물품수령 및 보관	임차, 장치비(기본), 행사 전 물품수령 보관
수출업체	수출상담회 참가 → 소비자페어 팝업스토어 운영	총괄인력 출장비, 운영인력 시식용 물품 및 비품비, 이벤트 비용

## □ 주요 행사 및 프로그램

- 홍보관 운영
  - 수출품목 테마별 전시대 설치 및 QR코드 활용 상품 소개
  - 홍보대상 제품 미국 내 판매처 안내 및 판매유도 이벤트 실시
- 판매관 운영
  - 현지 유망품목 연계 한국 농식품 판매 부스(1개 부스 이하) 운영
    - \* 운영가능 주체(수입바이어 등)은 LA지사 선정
    - \*\* 운영주체 비용부담 : 운영인력, 시식물품 및 비품(판매수익은 운영주체 귀속)
  - 현지 여건(판매허가 관련 법령, 임차장소의 규정 등)에 따라 현장 판매관 운영이 불가할 경우 현지 한국 농식품 판매매장 및 제품의 B2C 현장홍보로 대체



○ 체험관 운영

- 한복체험, K-Food 만들기 등 이벤트 행사 추진으로 집객 효과 제고
- 전통놀이 체험, 퀴즈쇼 등을 통해 문화와 접목한 농식품 홍보

○ 문화행사

- K-Food 및 K-Culture 프로그램 추진으로 소비자 만족도 제고

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• ( <b>K-Food 체험 프로그램</b> ) 쿠킹 클래스, K-Food Talk(식문화 관련 컨퍼런스) 공연, K-Food 관련 퀴즈대회, K-Food 짬뽕 찾아내기, K-과자로 집 만들기, K-Food 색칠하기, Hot Food 먹방 챌린지</li><li>• ( <b>K-Culture 체험 프로그램</b> ) K-Pop 커버댄스 공연/클래스, 태권도 공연/클래스, 한국전통문화 공연, 한복체험, 공예 만들기 체험, 전통 놀이(윷놀이, 투호, 제기차기 등), K-뷰티 체험, 한글 퀴즈쇼, 방문객 한글 이름 써주기 등</li></ul> |
|---|

○ K-Food 트렌드 전시 : K-디저트, 편의점 Hot 10, 포장마차 Hot 5 등

- 한국의 식품·외식 트렌드 정보를 인포그래픽 형태로 정리해 바이어, 소비자 대상 한국의 식품 트렌드에 대한 정보 제공
- 홍보방식 : 본사에서 제공한 그래픽 콘텐츠의 현장 전시형태 홍보

○ 기타사항

- 일반 소비자 대상 K-Food Fair 만족도 설문조사
- B2B 참가업체 중 본사 선발(7개사) 제품 마켓 테스트
- 2024년 K-Food fair 성과지표에 따라 사후 성과측정 추진
- K-Food 영상 콘텐츠 활용으로 K-Food 우수성 전파

□ 홍보계획(B2B, B2C 통합)

○ 현지 언론매체 섭외하여 인터넷 홍보 추진

- 현지 신문, TV, 인터넷 등 언론매체 기획취재 및 행사 홍보

○ 영향력이 있는 인플루언서 활용 사전 홍보영상 제작·배포

- 현지 인플루언서 연계 K-Food Fair 홍보 콘텐츠 제작 홍보

○ 한류에 관심이 많은 세대가 주로 이용하는 온라인 커뮤니티, 주요 대학교 등을 대상으로 집중 홍보

## □ 세부과업 내역

구분	항목	주요내용
공통 사항	안전 관리	▶ 행사장 안전관리를 위한 비상 연락망 및 안전관리 방안 마련 1) 불의의 사고에 대비한 관리 대책 2) 행사의전, 동선 등에 대한 체계적인 시나리오 구성
	일정 관리	▶ 모든 행사(B2B, B2C)의 세부적인 일정 제시
	기획 운영	▶ 행사기획, 장치시공, 인력운영 등 행사 총괄 기획 ▶ 프로그램 기획(B2B 수출상담회 및 전시관 운영, 이벤트 등 부대행사 포함, B2C 소비자체험 행사) ▶ 행사(B2B,B2C) 물품(시식·전시 샘플 등 포함) 구매, 운송 및 보관 등 전반 관리(B2B 상담 및 전시 품목 수령 및 보관, B2C(마켓테스트, 브랜드관, 판매관 등) 시음시식 및 전시 품목 구매 또는 한국(또는 미국)으로부터 수령 및 보관 등 포함 / B2C 마켓테스트는 업체별 물량 소량 시음시식 기준 최소 100인분 예상) ▶ 마켓테스트, 만족도 조사, 사업별 성과분석 ▶ 사전설명회 개최, 홍보영상 제작, 현장 스케치 영상 및 사진 촬영 ▶ 행사 전체 설문조사 및 B2C 마켓테스트 업체별(7개사) 소비자 반응 설문조사 실시 및 결과분석(설문대상인원수 및 설문조사지는 별도 제공) ▶ 설문조사, SNS확산지수, 언론매체 보도 등 행사 전반 성과분석 ▶ 행사 결과보고서 작성 및 보고(지출증빙 제출 포함)
	대외 홍보	▶ 현지 미디어 등 다양한 채널을 통한 K-Food Fair 홍보 1) 사전홍보 : 행사개최전 국내 및 현지 언론사 홍보 및 보도자료 작성 2) 본 행사 : 언론 초청, 보도매체 섭외, 행사 인터뷰 섭외, 사진·영상 촬영, 영상물 제작 등 3) 사후관리 : 행사 후 사후 보도자료 배포, SNS 등 온라인 PR 등
	설문조사	▶ 참가주체별 만족도 조사(본사에서 제공한 설문문항 활용) - (B2B)참가 수출업체 및 바이어 - (B2C)참가 소비자 페어별 200명 이상
B2B	행사장 관리	▶ B2B 행사장 구성 - 수출업체별 상담 부스, 참가제품 홍보관, 바이어 라운지 조성 등 행사장에 적합한 공간 연출 - 행사인력(진행·통역·연출·의전 등) 섭외 및 관리 - 업체별 전자 상담일지 관리, 수출계약(MOU)체결 등 지원 ※ 수출업체 - 바이어 1:1 매칭 상담회 - 목표 상담건 : 업체별 10회 이상 - 장치 : 수출업체별 상담부스, 시식품 조리부스(물품 보관), 참가업체 제품전시관, 전략품목 홍보관, 전문가 컨설팅관, 수입사-벤더 매칭 등

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 리셉션 장소 구성 : 장소 운영 기획 및 설계, 조성 등(리셉션 장소에 프로젝터(2개), 스크린(2개) 등 설치 포함)</li> </ul>
	바이어 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 참가업체, 품목정보 등 수록 디렉토리(영문) 제작 후 바이어 유치 및 홍보 자료로 활용</li> <li>1) aT와 협력하여 사전 작성된 홍보자료 등을 통해 바이어 송부 및 상담 희망 수출업체 파악 등(수출업체 및 품목 리스트, 연락처는 aT에서 제공)</li> <li>2) 참가업체별 제품 소개 상세페이지 및 전체업체 e-디렉토리북(온라인) 구축</li> <li>▶ 현장등록, 노쇼 및 미스매칭 등에 실시간 대응</li> <li>▶ 바이어 대상 만족도 설문조사 시행 및 목표량 회수</li> <li>▶ 통역원에게 담당 업체 홍보물을 사전 제공해 업체의 제품 이해도 제고</li> <li>▶ 통역원 배치현황 체크 및 aT 주관 사전교육 진행</li> <li>▶ 일자별 상담, 현장계약 관리, 목표 대비 달성을 체크</li> <li>* 상담장 내 현장계약(MOU) 체결 코너 마련</li> <li>▶ 바이어 등 초청업무</li> <li>1) 바이어 신규발굴 등 유치(중남미), 수출업체와 바이어 간 1:1매칭 및 상담 스케줄 관리</li> <li>2) 바이어 항공 및 숙박 관리 및 정산증빙 자료 제출 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 항공권 발권 및 안내 등 전반 관리 및 정산증빙 자료 제출</li> <li>- 바이어 숙박 관련 안내 등 전반 관리 및 정산증빙 자료 제출</li> <li>- 호텔 숙박비(최대 2박), 왕복항공료(economy class) 업체당 1인 원칙</li> </ul> </li> </ul>
기타 사항	홍보 및 성과측정	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ K-Food Trade 플랫폼 활용 사전 정보제공으로 수출 상담 성공률 제고</li> <li>▶ 부스별 전문통역사 배치 및 전자 상담일지 활용 실시간 성과측정</li> <li>▶ 테마별 홍보관 및 카운슬링 라운지 운영 : 참가업체(20개사)의 주력 품목 중심 수출 유망품목 전시를 통한 신규 거래처 확보, 현장 컨설팅 제공 등</li> <li>▶ 수출계약, MOU 체결 등을 위한 종합행정 지원을 통해 신규 거래 알선 및 참가기업 및 바이어의 만족도 제고</li> <li>▶ 업체별 상담실적(상담건수, 상담액 등), 수출계약, MOU 성과 관리 및 결과보고</li> <li>▶ 바이어 간 네트워크 확대 및 휴식을 위해 휴게 공간 제공 및 K-FOOD 홍보물 비치 및 홍보영상 상영</li> </ul>

구분	항목	주요내용
B2C	행사장 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ B2C 행사장 구성</li> <li>- 메인무대, 홍보관, 체험관, 판매관, 오픈키친 등 테마관 설치</li> <li>- 조명, 음향, 스크린 장치, 수도, 전력 등 일괄 조치</li> <li>- 행사장 내 배너 등 홍보물 부착</li> </ul>

행사구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 개막식 세레모니</li> <li>▶ 홍보부스 운영 : 전략품목 전시홍보관, 수입업체·외식업체 판매 홍보관, 오픈키친 시연관, 유관기관 협업홍보관, K-Food 콘텐츠 체험관, 수출업체 마켓 테스트관, K-Food 브랜드 홍보관 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 페어별 홍보제품 리스트 작성(판매관 제외)</li> </ul> </li> <li>▶ 무대공연 : K-Pop 스타공연, 문화공연 등</li> <li>▶ 전통문화, 식문화 체험 및 각종 이벤트 등</li> </ul>
현지홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 오프라인 : 현장 주변 배너, 대형 전광판, 언론매체, 지하철 광고, 국제학교, 친한파 단체 등</li> <li>▶ 온라인 : SNS 채널별 광고, 파워 인플루언서 활용 등</li> <li>▶ 현지 언론 및 특파원 : 미디어 데이 행사 및 보도자료 배포</li> </ul>
홍보관	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출 홍보품목 전시대 구성 및 연출</li> <li>▶ 디지털 사이니지 등을 활용한 상품별 홍보물 상영 등</li> </ul>
판매관	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 행사장 내 한국 농식품 판매 여건 조성</li> <li>▶ 현장지원, 행사용 물품수령 및 보관, 운영인력 섭외</li> <li>▶ 주관 업체와 적극적인 소통 및 업무 협조</li> <li>▶ 행사일정 기간 판매실적 집계</li> <li>▶ 장치(완결) 제공</li> <li>▶ 기타 aT가 요청하는 사항</li> </ul>
체험관	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한복체험, K-FOOD 만들기, 전통놀이 등 프로그램 구성</li> <li>▶ 행사 참석자 대상 기념품 배포 등</li> </ul>
오픈키친	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ B2B 참가업체 중 본사 선발(7개사) 제품 마켓테스트 및 설문지 취합 및 총괄 정리(설문안은 aT 제공 예정)</li> <li>▶ 한국산 주력 수출제품 시식 및 K-FOOD 체험행사 기획</li> </ul>
브랜드관	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ B2B 참가 업체 중 희망 업체 본사에서 선정 예정(1개사)</li> <li>▶ 현장지원, 행사용 물품수령 및 보관, 운영인력 섭외</li> <li>▶ 주관 수출업체(한국)와 적극적인 소통 및 업무 협조</li> <li>▶ 기본부스 및 기본장치 제공(추가장치 및 부스운영은 주관 수출업체 수행)</li> <li>▶ 기타 aT가 요청하는 사항</li> </ul>
무대행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 일자별 행사 프로그램 기획 및 일정 관리</li> <li>▶ 행사인력(MC·통역·연출·의전 등) 섭외 및 관리</li> <li>▶ 메인 스크린 활용 행사 안내 및 K-Food 관련 홍보영상 송출</li> </ul>

	안전 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 응급상황 대비 및 비상약 등 물품 구비</li> <li>▶ 사고 대비 안전관리 전담 요원 배치</li> </ul>
기타 사항	정산 관련	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 행사장 임차비(B2B·B2C) 및 바이어 숙박비는 LA지사 직접 집행</li> <li>▶ 바이어 초청비(항공료)는 대행사가 바이어별 선지급 후 용역완료 후에 실비 정산(세부산출내역서 상에 바이어 초청비 지급 관리 관련 비용(인건비 등) 반영 가능)</li> <li>▶ 사업결과보고서 제출 시 세부산출내역과 이행내역 포함</li> <li>▶ 사업비 정산결과 및 행사 개최결과 보고               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필수 포함 : 주요성과, 장치규모 등 대행과업의 항목별 이행내역, 수출업체 상담내역, 최종 바이어 리스트, MOU 현장계약 리스트 및 증빙 등</li> <li>- 주요성과 : B2B수출상담액, MOU 현장계약액, 인기품목 / B2C집객인원, 국내외 언론보도내역, SNS 확산내역, 협업내역 등</li> </ul> </li> <li>▶ 사업이행 확인을 위한 증빙제출(붙임3 사업비 정산기준 참조)</li> </ul>

\* 세부과업사항은 대행업체 선정 후 기술협상 등을 통해 구체화