

2008 ASIAGRAPH in Shanghai
한국관,일본관 광고홍보스폰서 유치 계획



상기그림의 SAMSUNG 이미지 크기 광고

상기그림의 하단부스규격

광고규격 : 220cm X 480 cm(총 20 개) 광고비 : 1 개당 단가 - 2 백만원

부스규격 : 200cm X 480 cm(총 20 개) 부스비 : 1 개당 단가 - 3 백만원

한국,일본디지털콘텐츠전 전시구성계획

□ 참가규모

- ◆ 전시면적 : 20,000 평방미터
- ◆ 2007 년 참관관객 : 150,000 명 / 2008 년 300,000 명 참관 예상
- ◆ 2007 년 광고수익 : 7 억 5 천만원
- ◆ 2007 년 비즈니스 교역 : 375 억원
- ◆ 2007 년 참가국가 : 12 개국 170 개 기업

□ 참가대상

- ◆ 세계의 디지털콘텐츠 관련 기업
- ◆ 한중일 디지털콘텐츠대상 수상기업
- ◆ Mark 지명공모 대상기업
- ◆ 대학 홍보와 연구소 개발 콘텐츠

□ 구성방안

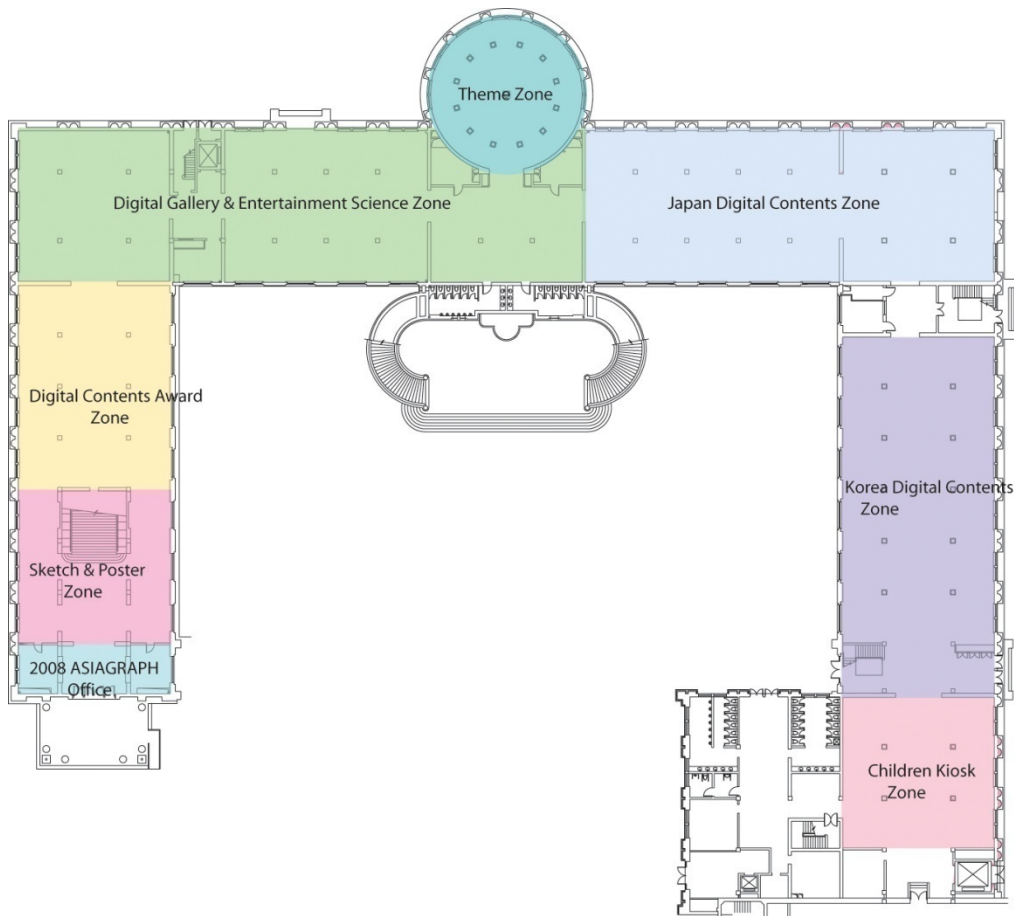
- 전시부스를 주최측에서 디자인메뉴얼을 제공하므로 기업이 전시장 구성의 불필요한 경비와 인력의 낭비가 없는 전시형태
- 각 기업은 기업의 특성에 맞게 디자인메뉴얼을 선택하여 데이터 만 보내면 본부에서 일괄 처리
- 전시공간을 한국관 일본관으로 구분하여 각국의 참가기업의 비즈니스효과를 극대화하고 참가 편의를 도모
- 각 기업에 LCD 모니터를 제공하므로 기업의 안내, 콘텐츠 홍보영상을 모니터를 통해 홍보할 수 있는 새로운 전시 기법을 도입
- 동일 콘텐츠분야 기업의 부스를 그룹화 하여 바이어 등 참관객의 기업 방문 편의를 돕고 분야별 특색 부각 및 참가기업의 시너지 효과 도모
- 기본부스 이외에 기업이 필요한 하드웨어는 임대 제공
- 기본부스를 오픈 형태로 제작하여 바이어와 관객의 접근용이

□ 비즈니스 상담존

- 한국관 일본관 내에 비즈니스 상담존을 설치하여 기업에 편의제공

- 공공부분 발주자와 기업자간의 구매 상담 거래.계약 등 기회 마련
- 기업에게는 구매/입찰 정보 확보 및 구매자와의 거래 기회 제공
- 중국국가동만유희산업진흥기지의 유치방안을 활용
- 중국국가동만기지가 유치 한 바이어들을 본 전시에 참가를 신청한 기업에게 선착순으로 우선 참가 혜택 부여

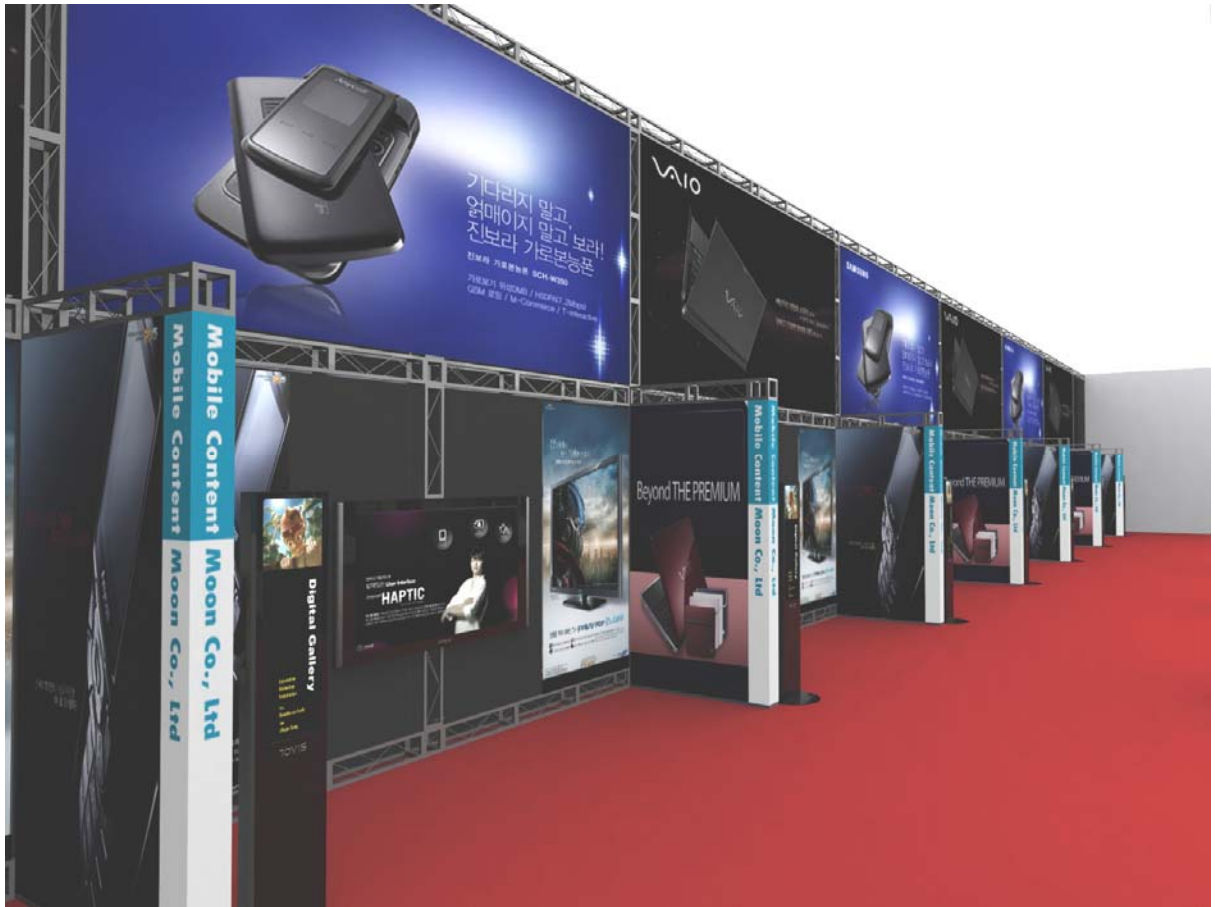
전시장 평면도



전시디자인 매뉴얼

□ 기본부스

- 가. LCD 모니터제공 - 기업의 홍보, 제품홍보, 기업안내를 평면, 입체, 동영상으로 표현
할 수 있는 LCD 모니터 1 대 제공 (가로 33cm x 세로 98 cm 화면)
- 나. 제품의 이미지 및 기업이미지 설명 패널 (패널크기와 매수는 각 기업에서 선택)
- 다. 회사 간판(통일규격)
- 라. 모든 부스에 사용되는 이미지는 규격화되어 있고 회사의 선택으로 구성
- 마. 1 개 부스에 2 개 기업전시 가능

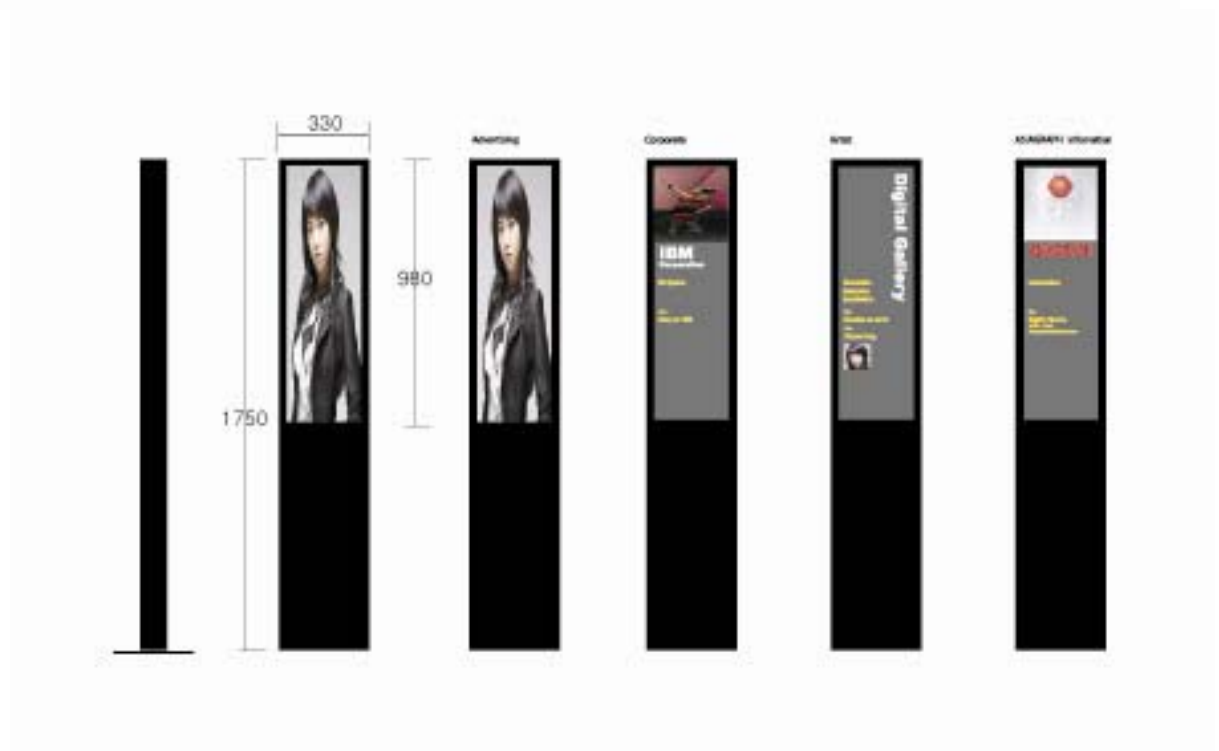
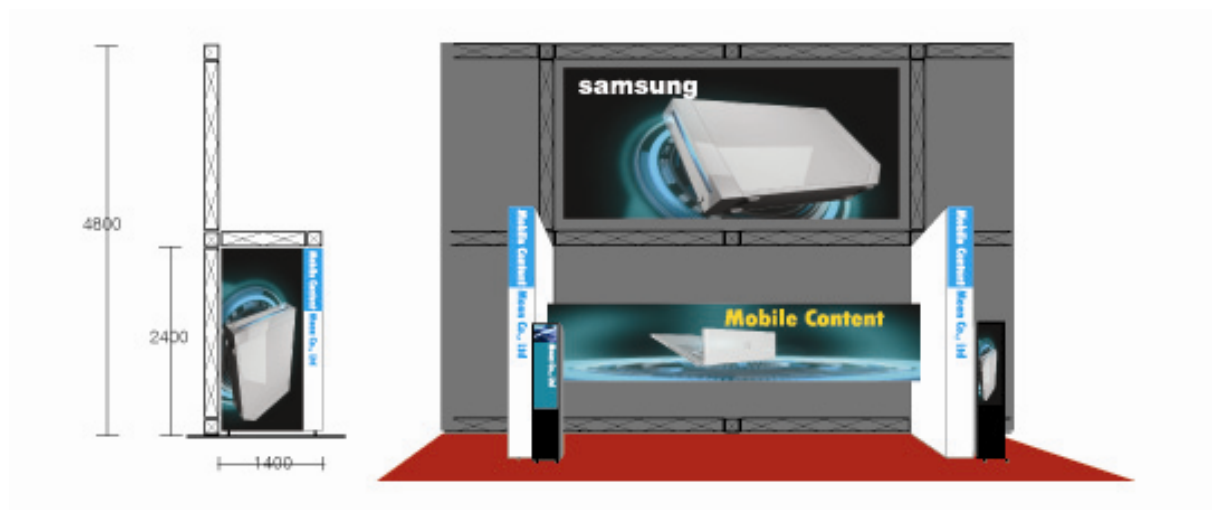


#그림은 1 개 부스의 기본제공 화면임

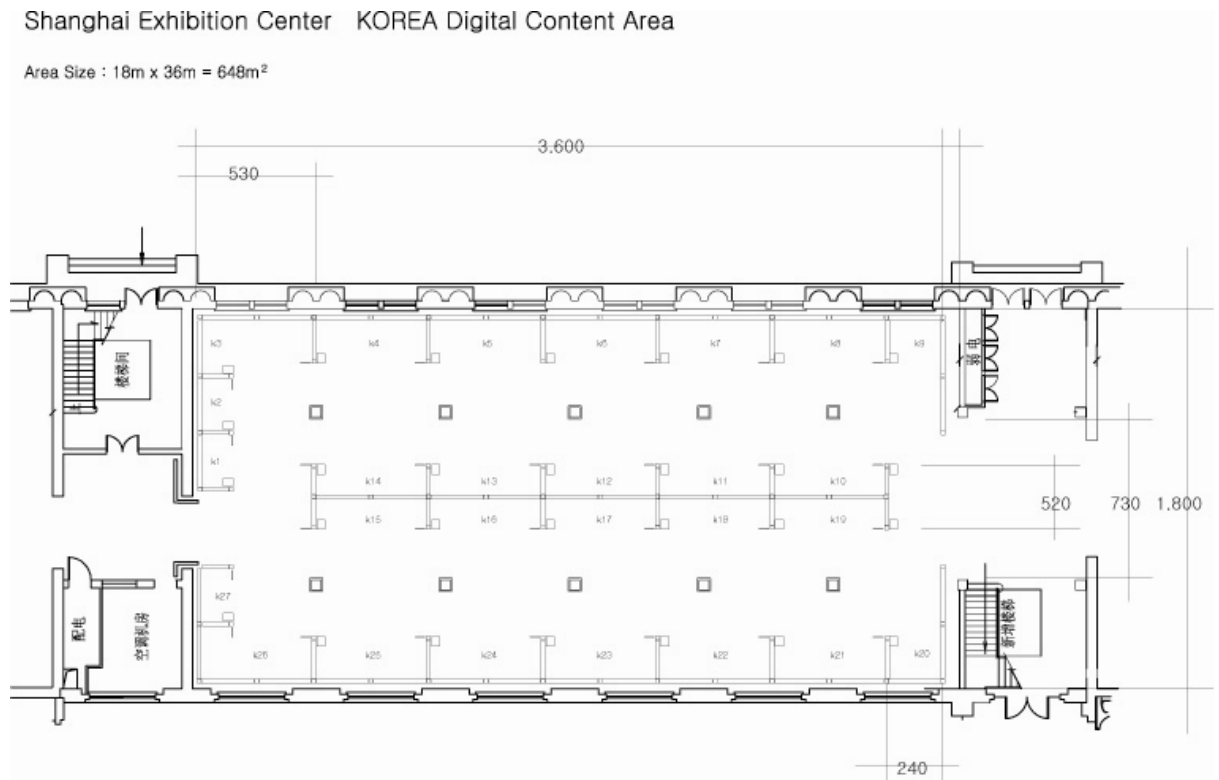
상단의 광고는 별도의 광고비 지불(규격 220 x 480 광고비 2 백만원)

□ 기업의 준비사항

- 가. 홍보용 동영상(5 분이내 영상파일)
- 나. 선정된 규격의 이미지파일 및 제품의 설명 파일, 기타 기업이 자체 홍보에 필요한 자료
 - 간판 이미지 - 가로 1200 X 세로 2350 1 매
 - 상품설명판 - 가로 2350 X 세로 900 2 매 / 가로 900 X 세로 2350 2 매 (선택)
- 다. 전시에 활용할 자료 - 실제품, 기타
- 라. 홍보에 활용할 자료 - 카타로그, 기타



□ 한국관 평면 배치도



□ 제출 이미지 File Format

- 가. 동영상은 mov file
- 나. 출력화일은 200dpi 이상
- 다. 모든 자료는 CD 로 우송

□ 하드웨어 대여

기본디자인 이외 기업이 요구하는 사항을 별도의 경비를 지불해야 함
(컴퓨터, LCD, 프로젝트 등)

5. 예산(1 부스)

구분	규격	금액	비고
광고홍보판	480cm X 220cm	2,000,000 원	개당단가, 총 20 개 가능
부스	480cm X 200cm	3,000,000 원	기본부스