



Space Hub 디지털 홍보 사업 대행 제안 요청서

2025.12.12

1. 용역 개요

- 제안명: 한화의 우주사업 브랜드 '스페이스 허브'의 디지털 홍보 사업 대행 제안
- 대행 업무 범위
 - 1) 스페이스 허브 브랜딩 연간 전략의 개발 및 추진
 - 2) 스페이스 허브 홈페이지(국/영문) 운영 및 개선
 - 3) 스페이스 허브 유튜브 콘텐츠 제작 및 채널 운영
 - 4) 네이버 브랜드 검색광고 및 유튜브 광고 기획 및 집행
- 운영 기간: 2026년 1월~12월
- 운영 예산: 9억 원(VAT 별도) 이내

2. 제안 요청 배경

- 한화그룹은 신성장 동력 중 하나로 우주사업을 적극적으로 진행하고 있음. '스페이스 허브'는 한화그룹의 우주 역량을 결집해 출범한 전략 협의체이자 우주 사업 통합 브랜드로 한화에어로스페이스에서 대표하여 스페이스 허브의 브랜딩을 담당하고 있으며, (주)한화, 한화시스템이 함께 참여하고 있음
- '스페이스 허브' 디지털 브랜딩을 통해 계열사별로 파편화된 한화의 우주사업을 하나로 통합하여 제공하고, '스페이스 허브'를 우주 사업 브랜드로 육성하는 활동을 진행하여 우주사업에 대한 한화의 의지 및 비전을 전달하고자 함

3. 용역 제안서의 구성과 제출

1) 업무 항목 및 제안 요청 내용

- ① 스페이스 허브 디지털 브랜딩 연간 전략의 개발 및 추진
 - '우주사업 대표 기업 한화' 포지셔닝을 위한 연간 전략 수립
 - 관련 주요 크리에이티브 전략의 수립과 추진
- ② 스페이스 허브 홈페이지(국/영문) 운영
 - 대표 홈페이지의 안정적 운영
 - 한화 우주사업 소식의 정확하고 신속한 게시
- ③ 스페이스 허브 유튜브 콘텐츠 기획 · 제작
 - 전달 메시지 : 1)우주대표기업 한화
2)우주산업의 필요성과 우주기술의 중요성
 - 최소 제작 수량 : 연간 50개
 - 업무 범위 : 콘텐츠 기획 · 제작, 썸네일 및 발행안 제작, 게시 및 성과 관리, 월 1회 이상 이벤트 진행
- ④ 홈페이지, 유튜브 채널로의 유입 증대 전략
 - 광고집행을 통한 전략: 브랜드 검색광고, 유튜브 광고 등
 - 유튜브 구독자 증대를 위한 기획안
- ⑤ 회사소개서 및 기획안에 따른 예산 구성

2) 입찰 참가 및 선정 절차

- ① 입찰 참가 방법: 대행 제안서 이메일 제출

- 기한: 12월 26일(금)

- ※견적, 제안 내용 관련 및 증빙에 필요한 일체의 자료 포함
- 제출 및 문의: 한화에어로스페이스 박승택 과장

[\(seungtaek@hanwha.com\)](mailto:seungtaek@hanwha.com)

※ 평가 통과 업체 개별 통보: 12월 31일(수)

※ 유찰 시, 연장 재공고 예정

② 선정 절차

- 입찰 공고→ 제안서 제출→ 서류 심사→ 최종 협상 및 낙찰
- 평가 절차: 서류 심사
- 계약 방식: 일반경쟁입찰, 협상에 의한 계약

③ 평가 항목 및 배점

평가 항목	세부내용	배점
회사 평가	경영 상태, 평판 및 수행 경험	10
수행력	참여 인력의 구성과 경험	10
이해도	프로젝트 과업의 이해	15
	디지털 Comm. 환경의 이해	5
내용	콘텐츠 전략의 논리, 적합성	15
	제안 내용의 독창성	15
	실행안의 체계, 이행 가능성	15
가격	제안가의 적절성	15
종합 점수		100

4. 평가 방식 및 유의 사항

① 업체 선정

- 내부 평가단이 제출된 내용에 의거하여 서류 평가를 실시하여 최종 선정한다.
- 최종 선정된 업체는 서면 또는 구두 통보일로부터 7일 내에 계약에 응해야 하며, 선정 업체의 귀책사유로 인한 계약의 지연 시 선정을 무효화하고 다음 순위의 업체와 협상할 수 있다.
- 최종 선정된 업체는 당사의 동의 없이 계약상의 어떠한 권리 및 의무도 타인에게 양도 또는 이전할 수 없다.

- 과업 범위 관련해서는 추후 변동될 수 있으며, 변동시 최종 선정업체와 당사가 협의하여 진행한다.

② 유의사항

- 제안서에 별도의 기재사항이 없을 경우 제안서를 제출함으로써 상기 당사 요구 조건을 모두 수용하는 것으로 간주한다. 불가능한 부분이 있다면 제안 시 표기하여 제출한다.
- 제안서의 내용은 제안 업체가 사업자로 선정된 후 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가진다. 단, 계약서 및 운영계획서에 명시된 경우에는 계약서 및 운영계획 서상의 내용이 우선한다.
- 제출된 제안서는 반환하지 않으며, 본 제안과 관련된 소요비용은 제안사 부담을 원칙으로 한다.
- 배포된 제안요청서 및 연관 자료는 본 사업의 제안서 작성을 위해서만 사용되어야 하며, 그 외 사용은 불가하다.
- 제안서는 명시된 제출 기한 내에 제출하여야 하며, 미제출시 제안 의사가 없는 것으로 간주한다.
- 제안내용 및 제출서류가 허위임이 밝혀질 경우 손해배상을 청구할 수 있으며, 이때 소요되는 제반 비용은 제안사 부담으로 한다.
- 제안서 내 약어 표기 등은 별도로 풀어서 기재하도록 한다.
- 제안서는 제안요구사항을 최대한 충족하도록 하고, 제안서 내용 중 "사용 가능하다." "할 수 있다." "고려하고 싶다." 등과 같은 모호한 표현은 불가능한 것으로 간주한다.
- 제출된 제안서의 기재 내용은 당사의 별도 요청이 없는 한 수정, 삭제, 대체할 수 없다.
- 제안서 기재 사항 누락과 기재 내용이 상이함에 따라 생기는 불이익은 제안 업체가 감수해야 한다.
- 당사는 필요 시 추가 제안서나 자료를 요청할 수 있다.

- 선정 결과는 유선 또는 e-mail로 통보하며, 평가결과 및 미 선정사유는 비공개로 진행한다.
- 별도의 표기가 없을 경우 견적 금액은 부가세 포함가로 간주한다. 끝.