

2018
02

CHANNEL A
AD SALES & CONTENTS
GUIDE BOOK NO.8



우리 이제 사랑할까요

'하트시그널 시즌2' 곧 시작합니다



표지 이야기



채널A 신규프로그램

하트시그널 시즌2

'하트시그널 시즌2' 출연자들이
'시그널하우스'에서 창밖을 바라보고 있다.
이들의 신상은 온에어 시점까지
철저히 비밀이다.

영업사원들이 말하는 BUYING TIP

미리 만나본
출연자들
정말 대박!

2049시청률
최고를 찍을 겁니다!
중간광고 패키지도
미리미리~

네이버 실검,
페북 도배 예감~
PPL 서두르세요!

이도영 미디어사업팀

010-4548-6843
bestmango79@donga.com

강성욱 IMC팀

010-8744-8131
ksw@donga.com

조성렬 영업 2팀

010-7320-5920
chosr@donga.com

contents

2

COVER STORY

하트시그널 시즌2

‘하트시그널’이 돌아온다
눈빛 떨림, 손끝의 움직임도
모두 사랑을 향한 시그널

8

STORY 1

도시어부

최고시청률 경신 5% 돌파 눈앞
木예능 최강자 자리매김

10

SPECIAL REPORT

채널A 예능 속 라이프스타일 트렌드

딩뽕족, 라떼파파, 혼족 등
예능에 현대인의 삶 고스란히
시청자 큰 공감... 광고효과 확대

14

FOCUS

외부자들

‘보수 vs 진보’ ‘현실 vs 이론’
정치 예능 새 지평 개척
‘외부자들’ 1년 이끈 4인 소회

16

STORY 2

채널A플러스 업그레이드 된다

채널A에 즐거움을 더하다
웹·모바일 창구 역할...
스포츠 중계도 예정

18

INTERVIEW

채널A가 키워낸 라이징 스타

‘김현욱의 굿모닝’ 추혜정 앵커
승무원에서 기상캐스터, 광고모델까지
단아한 매력으로 활동 영역 넓혀

19

PARTNER STORY

20

PROGRAM GUIDE

30

AD SALES GUIDE



STORY A 제8호

발행처 미디어랩A

문의 02-2020-2610

channela_ad@mediarepa.com

디자인 동아이앤디

‘하트시그널’이 돌아온다

눈빛 떨림, 손끝의 움직임도 모두 사랑을 향한 시그널

지난해 여름 온 국민의 마음을 설레게 했던 ‘하트시그널’이 시즌2로 돌아온다. 시즌1에서는 계절적 배경이 봄이었다면, 시즌2는 하얀 겨울이 배경이다. ‘눈꽃 멜로 예능’인 셈이다. 지난해 12월 중순부터 촬영에 돌입했다. 촬영 시작과 함께 때마침 촬영장에는 하얀 눈이 내렸다. 명실상부한 ‘눈꽃 멜로’가 완성된 것이다. 온에어는 2월 말 또는 3월 초로 예정돼 있다. 흥행 성공이 보증 수표처럼 따라 다니는 ‘하트시그널 시즌2’의 관전 포인트를 미리 살펴봤다.



1

‘스타’ 예약한 일반인 출연자 시즌1 출연자들 일부 연예계 진출 모두 연예인 못지않은 큰 관심

‘하트시그널 시즌1’에 출연했던 일반인 출연자들의 삶은 크게 달라졌다. 가장 큰 인기를 얻었던 여성 출연자 배운경은 지상파 드라마에 출연했다. 여대생 서지혜는 인기 가수의 뮤직비디오 주인공으로 발탁되기도 했다. 뮤지컬 배우 강성욱은 ‘하트시그널’ 출연 이후 각종 매체 인터뷰에서 “인생에서 가장 바쁜 나날을 보내고 있다”고 말했다. 현재 ‘하트시그널 시즌2’ 출연자 8명(남성 4명, 여성 4명)은 철저히 배일에 가려져 있다. 제작진은 최고 수준의 보안을 강조하고 있다. 미리 공개될 경우 방송의 긴장감이 떨어지기 때문이다. 방송이 시작되고 이들이 스타로 성장해가는 과정을 보는 것도 ‘하트시그널’의 큰 재미 중 하나다.



2018. 02





2

원조의 힘, 우후죽순 ‘미투’는 가라! 연애 프로그램 붐물… 성공작 거의 없어 하트시그널 시즌2 ‘왕의 귀환’ 기대

‘하트시그널’은 연애 리얼리티 흥행의 불씨를 당긴 프로그램이다. 과거 ‘사랑의 스튜디오’, ‘애정만세’, ‘강호동의 천생연분’, ‘우리 결혼했어요’ 등이 있었지만, 일반인을 대상으로 한 관찰 리얼리티 형식의 연애 프로그램은 ‘하트시그널’이 처음이다. 여기에 윤종신, 이상민, 김이나, 신동 등 이른바 ‘연애 예측자’들이 시청자의 입장에서 추리적 요소를 펼치는 것도 신선한 포맷이었다. ‘하트시그널’이 성공하자 미투(me too) 프로그램이 줄을 잇고 있다. 하지만 ‘하트시그널’만큼 시청자들의 관심을 끌지는 못했다. 파일럿 프로그램으로 방송된 SBS의 ‘잔혹하고 아름다운 연애도시’는 0.65%(수도권, 12월, 2049기준)이라는 시청률을 남기고 퇴장했으며, tvN의 ‘로맨스 토크 드라마, 모두의 연애’는 4회까지 평균 시청률이 0.58%(수도권, 12월, 2049기준)에 그쳤다. JTBC2의 ‘연애능력평가 쏘미옵빠’는 0.04%(수도권, 12월, 2049기준)대 시청률에 그쳤다.

‘하트시그널’ 미투 프로그램



SBS

잔혹하고
아름다운 연애도시



JTBC2

연애능력평가 쏘미옵빠

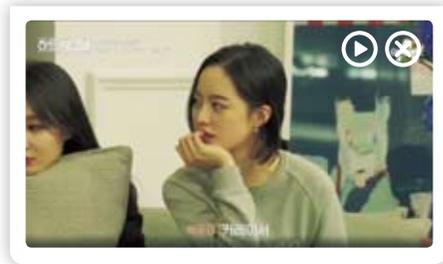


tvN

로맨스
토크 드라마,
모두의 연애



반면 '하트시그널'은 시즌1 종료 후 6개월 이상이 지났지만 인기는 여전히 고공행진이다. 출연자들의 일거수일투족이 SNS를 통해 화자되고 있으며, 연애 매체를 통해 보도가 이어지고 있다. 이런 인기로 힘입어 프로그램 해외 수출도 성공했다. '하트시그널'은 일본 인터넷TV 매체인 아베마TV를 통해 지난해 10월 27일부터 매주 월·화요일 현지에서 공개되고 있다. 한류스타나 유명 연예인이 출연하지 않아도 콘텐츠 자체의 매력만으로 현지 시청자의 마음을 사로잡은 결과다. 특히 남녀가 서로 호감을 통해 느끼는 설렘은 국적 불문의 감정이어서 현지에서도 리얼리티에 따른 공감도가 높다는 평가다. 실제로 방송 후 현지 시청자들은 “‘리얼리티와 쇼의 사이’이지만 서로를 견제하는 긴장감이 상당하다”는 등의 후기를 인터넷에 남기고 있다. 곧 온에어하는 '하트시그널 시즌2'가 '왕의 귀환'으로 기대되는 이유다.



시즌2도 기대 많이 해주세요!





3

‘하트시그널’의 시그니처 ‘시그널하우스’ 럭셔리 하우스에서 연애 감정 더 커져 소품 하나하나 시청자들의 큰 관심

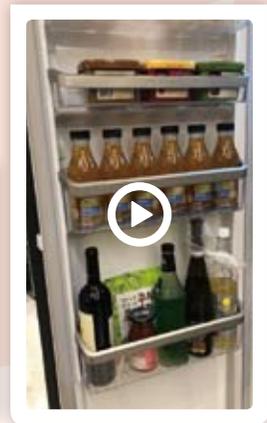
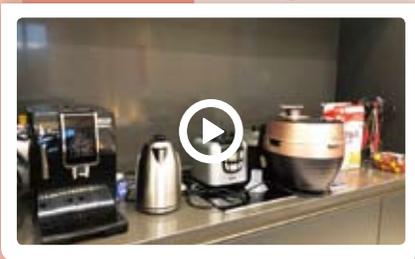
‘하트시그널’의 주인공은 일반인 출연자들이지만 가장 먼저 시청자들의 눈길을 사로잡는 것은 단연 ‘시그널하우스’다. ‘시그널하우스’는 출연자들이 함께 생활하는 집이다. 시즌2의 시그널하우스는 시즌1보다 더 고급스러워졌다. 서울 종로구 평창동 종턱에 자리하고 있으며, 이곳에서 내려다보이는 평창동의 전경은 예술에 가깝다는 평가다. 낮설고 아름다운 여행지에서 미묘한 연애감정이 커지듯 ‘시그널하우스’는 그 자체로 연애세포 증폭기 역할을 한다. 또 영화에 나올법한 높은 계단, 한적한 산책길 등 ‘시그널하우스’ 주변에 포진한 고즈넉한 공간들도 이제 막 사랑을 시작하려는 청춘남녀들에게 큰 도움이 되는 장치가 되고 있다.



‘하트시그널 시즌2’ 온에어 앞두고 PPL 의뢰 봇물 촬영 후반부 PPL 1월 말까지 스튜디오내 PPL 방송 중에도 가능

시즌1에서 화제성 대박을 터뜨린 ‘하트시그널’은 시즌2 온에어를 앞두고 또 다시 기대를 한 몸에 받고 있다. ‘하트시그널 시즌2’에 사전 의뢰된 간접광고(PPL) 현황을 보면 알 수 있다. 출연자들이 이용하는 차량은 수입차 포드에서 지원하기로 했다. 출연자들이 모두 일반인이지만 연예인 못지않은 외모를 뽐내기 때문에 이들이 이용하는 차량도 시청자들로부터 많은 관심을 받게 될 것으로 보인다. 음료는 모두 한국코카콜라에서 협찬기로 했다. 타사 예능 프로그램들이 출연자 인터뷰 중 다소 억지스럽게 음료가 등장하는 PPL을 진행하고 있는데 비해 하트시그널 시즌2는 드라마적 요소가 강하기 때문에 음료 PPL도 자연스럽게 진행할 수 있을 것으로 기대된다. ‘시그널하우스’ 곳곳에 배치되는 가전제품은 LG전자, 침구는 템퍼코리아, 주방용품 등은 대유위니아, 드롱기, 그룹세브, 포트메리온 등에서 각각 협찬과 PPL을 진행할 예정이다. 이외에도 운동용품 ‘리복’ 등은 화차별 스토리 라인에 따라 별도 기획PPL을 진행기로 했다. 예를 들어 남녀 출연자가 함께 운동하는 장면에서는 ‘리복’ 운동화와 트레이닝복을 노출하는 방식이다. ‘시그널하우스’에서 생활하는 출연자들의 모습은 사전 제작이기 때문에 1월 말~2월초까지 촬영이 마무리 된다. 일반인 출연자들을 통해 PPL을 진행하려면 1월말까지 청약이 가능하다. 일반인 출연자 촬영 이후 스튜디오에서 윤종신, 이상민 등이 출연하는 연예인 촬영이 시작된다. 따라서 스튜디오 내 PPL은 아직 시간 여유가 있다.

... ‘하트시그널 시즌2’ PPL



‘도시어부’ 4주 연속 최고시청률 경신 5% 돌파 눈앞… 木예능 최강자 자리매김 KBS ‘해피투게더’보다 1.6%P 이상 앞서

‘나만 믿고 따라와, 도시어부(이하, 도시어부)’가 4주 연속 자체 최고시청률을 경신하며 목요일 밤 예능 최강자로 자리매김했다. ‘도시어부’는 1월 4일 새해 첫 방송(18회)에서 시청률 4.817%(닐슨, 전국 유료방송가구)를 기록했다. 지난해 12월 14일(15회) 방송에서 4.105%를 기록하며 기세를 올린 ‘도시어부’는 16회 4.422%, 17회 4.494%로 매주 방송 때마다 최고 시청률 기록을 갈아 치웠다. 18회에서도 새 기록을 세우면서 이제 시청률 5% 진입을 눈앞에 두게 됐다. 방송가에서는 한 프로그램이 많은 인기를 끌더라도 한 달 이상 지속적으로 시청률이 상승하는 것은 쉽지 않다는 것이 정설처럼 돼 있다. ‘도시어부’가 새로운 역사를 쓰고 있는 셈이다.

남시라는 소재의 한계에도 불구하고 2049시청률도 함께 상승했다. 지난해 12월 21일 16회 방송에서 2.07%(닐슨, 전국2049)를 기록하며 처음으로 2%를 돌파한데 이어 17회 2.088%, 18회 2.116%를 기록했다. 18회의 경우 여성 시청자가 전체 시청자 가운데 53.6%를 차지하며 남성 시청자보다 더 많았다. 중장년 이상의 남성들만 좋아할 것이라는 편견을 확실히 무너뜨린 것이다. 이날 동시간대 KBS 2TV ‘해피투게더’가 10

주 만에 방송을 재개했지만, ‘도시어부’는 이에 영향을 받지 않고 오히려 시청률이 상승했다. ‘도시어부’는 ‘해피투게더’(3.19%)보다 1.6%P 이상 앞선 성적을 내 놓았다. 동시간대 MBN ‘신동엽의 고수외전’은 1.046%, TV조선 ‘살림9단의 만물상’은 2.175%를 기록해 ‘도시어부’를 따라잡기에는 역부족이었다.



목요일 밤 예능 판도를 뒤흔들고 있는 '도시어부'의 성공 요인은 참신한 소재와 출연자들의 케미에 있다. 선상에서 이뤄지는 낚시는 시청자들에게 신선한 느낌을 주기에 충분했다. 또 이덕화, 이경규, 마이크로닷이 친구 조화를 이루며 뽑어내는 폭발적 케미도 시청률 상승에 크게 기여했다. 또 하나 주목할 구성은 '떡방'이다. 출연자들이 잡은 물고기로 직접 요리하는 모습은 다른 프로그램에서는 보기 힘든 구성이다. '도시어부'는 매회 실시간 검색어 상위 5위에 랭크되며 높은 화제성을 자랑하고 있다. 최근에는 TV홈쇼핑에서 낚시 관련 용품 판매가 증가하는 등 '도시어부'가 국민 취미까지 견인하고 있다는 평가다. 채널A의 간판 예능 '도시어부'의 성장세는 당분간 계속 될 것으로 보인다.



도시어부 회차별 시청률 유료가입가구

*자료원: 닐슨코리아, 전국, 2017년 9월 - 2018년 1월



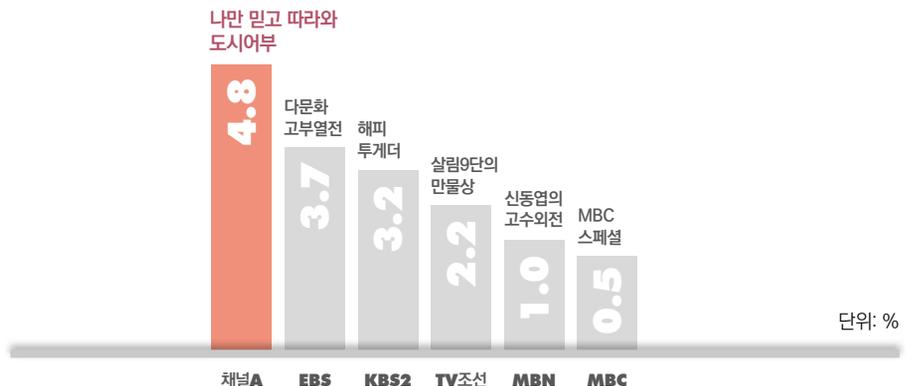
도시어부 회차별 시청률 2049남녀

*자료원: 닐슨코리아, 전국, 2017년 9월 - 2018년 1월



도시어부 동시간대 시청률 순위

*자료원: 닐슨코리아, 전국, 2018년 1월 4일, 유료가입가구



딩펫족, 라떼파파, 혼족 등 예능에 현대인의 삶 고스란히 시청자 큰 공감... 광고효과 확대

채널A 예능으로 본 라이프스타일 트렌드

최근 유행하고 있는 관찰 예능 프로그램은 형식의 특성상 출연자들의 라이프스타일을 가감 없이 보여주고 있다. 시청자들은 자신의 삶과 다르지 않은 출연자들의 모습을 보면서 공감하게 된다. 채널A 예능 프로그램은 현대인의 다양한 라이프스타일을 예능 프로그램에 투영하면서 시청자들로부터 큰 호응을 얻고 있다.



'개밥 주는 남자 시즌2' 펫족 전성시대

반려견 인구 1000만 시대. '개밥 주는 남자 시즌2(이하, 개밥남 2)'에는 '펫(pet)족' 대표주자들이 모두 모여 있다.

'펫족' 가운데에도 가장 눈에 띄는 라이프스타일은 '딩펫(dinkpet)족'이다. 아이를 낳지 않고 부부 간의 삶을 즐긴다는 뜻의 '딩크(DINK·Double Income No Kids)'와 애완동물을 일컫는 '펫'의 합성어다. '개밥남2'에 최근 합류한 김민교 부부는 "자녀를 둘 계획이 없다"고 밝혀 연예인 대표 딩펫족으로 떠올랐다. 부부는 대신 5마리 반려견과 함께 사는 모습을 공개했다. 김민교는 "개들과 함께 하는 시간이 행복하다"며 반려견에 대한 깊은 애정을 드러내 시청자들의 공감을 얻고 있다.

반려견 '뚜이'를 키우는 최현석 셰프 가족은 '펫팸(petfam)족'이다. 펫과 패밀리(family)를 뜻하는 팸(fam)을 합한 말이다. 최현석 셰프는 '뚜이'를 '우리딸'이라고 부르면서 셋째 딸이자 막내딸로 대한다. 다른 가족들도 '뚜이'에게 사랑한다는 표현을 아낌없이 한다. 최근 대세 라이프스타일인 '혼족'과 '펫'을 결합한 '혼펫족'도 있다. 차우차우 2마리를 키우는 이경영, 아메리칸 불리를 포함해 4마리를 키우는 강타, 비글 2마리와 함께 살고 있는 이태곤 등이 모두 혼펫족이다. 양승원 '개밥남2' PD는 "반려동물과 함께 생활하는 가구수가 증가하면서 가족의 형태도 변한다. 이것은 프로그램에도 반영된다"라고 말했다.



펫팸족 최현석 가족



딩펫족 김민교 부부



‘혼족’ 트렌드 반영해 공감 유도

미혼, 비혼, 이혼, 줄혼 등으로 혼자 사는 ‘혼족’을 내세운 이야기들도 인기를 끌고 있다. ‘아빠본색’ 김구라 편은 이혼후 혼자 사는 40대 남자의 모습이 솔직하게 담겼다. 김구라는 헬스장, 두피 관리숍 등에서 자신을 관리하며 “혼자가 편하다”라고 말했다. 그런가 하면 아들 MC그리의 독립을 앞두고 수다로 외로움을 달래는 모습으로 애잔함을 불러일으키기도 했다.

미혼 싱글남도 있다. ‘개밥남2’ 이태곤은 낚시를 취미로 즐기고 손수 요리해 끼니를 해결한다. 그는 반려견과 식물을 키우고 즐기며 사는 싱글라이프를 보여 준다. 반려견과 산책을 할 땐 가죽재킷으로 커플룩을 맞춰 입는 ‘폼생폼사’이기도 하다. 이들은 각각 다른 모습으로 혼족들에게서 공감대를 이끌어냈다. 시청자들은 혼자 있을때 느끼는 허전함과 외로움에 공감하기도 하고 자유롭고 화려한 일상에 대리만족의 즐거움을 얻기도 한다.



혼자가 편하다 김구라



싱글라이프 이태곤



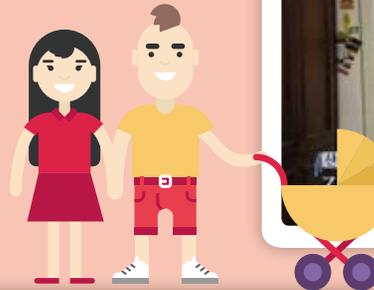
달라진 결혼생활에 대한 긍정적 메시지

예능 프로그램 속 가족 구성원의 역할도 과거와 달라졌다. 한 손에는 커피를, 다른 손으로는 유모차를 끄는 스웨덴 아빠 ‘라떼파파(Lattepapa)’가 대한민국에서 더 이상 낯선 모습이 아니다. ‘아빠본색’에 출연했던 김형규는 일하는 아내 김윤아를 대신해 아들 민재를 돌보고 학부모 모임에 참석한다. 아내 외조도 성실히 한다. 김형규는 온라인에서 ‘워너비 아빠’로 통한다.

‘아빠본색’에 새로 합류한 홍지민·도성수 부부는 기성세대 부부와 사뭇 다른 분위기를 내뿜는다. 사랑꾼 남편 도성수 씨는 만삭의 홍지민을 위해 마사지와 족욕을 서비스 하고 산부인과에서 꼭 잡은 아내의 손을 놓지 않는다. 이 부부의 에피소드는 나이 들어서 아이를 낳는 부부가 겪는 일들을 보여준다. 온라인 기사 댓글에는 “알콩달콩 보기 좋다”며 부부의 행복을 응원하는 반응이 다수다.

예능 프로그램에 다양한 현실의 삶을 얼마나 리얼하게 투영하느냐는 시청자들의 공감과 직결되는 문제다. 시청자들의 많은 공감을 얻게 되면 그 자체로 광고 효과는 커진다. 결국 라이프스타일 트렌드를 프로그램에 잘 반영하는 것은 광고주들의 니즈를 충족시키는 결과로 이어지

게 되는 셈이다. 최근 채널A 예능 프로그램들이 많은 광고주들로부터 호평을 받는 이유도 여기에 있다.



라떼파파 김형규
사랑꾼 남편 도성수



‘보수 vs 진보’ ‘현실 vs 이론’ 4개의 축 기준 대표주자 모여 정치 예능 새 지평 개척

‘외부자들’ 1년 이끈 4인 소회



암실처럼 어두운 실내에 덩그러니 놓인 테이블. 각진 형광등에서 새어나오는 흰 불빛이 유일한 조명이다. 한 방향에서만 비추는 빛은 인물의 얼굴에 날카로운 각을 지게 만든다. 이 덕분에 분위기는 차갑고 건조하다. 영화 ‘내부자들’의 조국일보 간부회의 장면이다. 서울 마포구 동아디지털미디어센터(DDMC)의 채널A ‘외부자들’ 세트는 이 회의 장면에서 아이디어를 얻었다. 앞면을 제외한 모든 곳이 벽으로 둘러싸인 세트 내부에는 카메라가 보이지 않았다. 14대의 카메라는 벽면 선반의 책 사이로 출연진을 촬영했다.

내부자들만큼이나 날카로운 시선으로 이슈를 파고든 ‘외부자들’이 지난해 12월 방송 1주년을 맞았다. 목직한 입담과 날선 풍자로 시청자들의 가려운 곳을 긁어 준 외부자들 출연진

은 그동안 가장 기억에 남는 주제로 국정농단 사건과 박근혜 전 대통령의 탄핵을 꼽았다.

전 / “탄핵 선고 때 울컥했어요. 박근혜에 대한 미움이 아니라 실패한 보수 진영 논리가 저물고 한국 사회가 제대로 된 방향으로 간다는 생각이 들어서요.”(전여옥 작가)

진 / “안타깝고 짠했어요. 보수가 제대로 된 정체성을 갖지 않고 배제의 정치를 했기에 괴멸 상태에 빠진 것이죠.”(진중권 동양대 교양학부 교수)

정 / “저는 수감생활을 경험했잖아요. 그 덕분에 리얼할 수 있었죠. 감옥에서 어떤 심경 변화를 겪는지 아무나 예측할 수 없거든요.(웃음)”(정봉주 전 의원)

안 / “제 얘기를 듣고 사드 배치를 반대한 사람이 입장을 바



진보 / 이론
교수 진중권

진보 / 현실
前 국회의원 정봉주



외부자들



보수 / 이론
작가 전여옥



보수 / 현실
前 국회의원 안형환

꿨다는 이야기를 들었어요. 내 논리가 시청자에게 통해 부딪혔죠.”(안형환 전의원)

‘외부자들’ 제작진은 기획 단계에서 보수·진보와 이론·현실의 네 가지 축을 두고 출연진을 섭외한 것으로 알려졌다. 진중권(진보·이론), 정봉주(진보·현실), 전여옥(보수·이론), 안형환(보수·현실)이다. 이 때문에 진 교수의 주장에 정 전 의원도 ‘현실성이 없다’고 비판하는 토론이 가능했다.

진 / “2012년 대선을 겪고 상대편을 적으로 돌리는 게 올바른지 자문한 적이 있어요. ‘외부자들’로 진영 밖에도 연대할 사람이 있다는 걸 알게 됐죠.”(진교수)

정 / “일부 극우 경향의 사람들이 세월호 참사를 폄하했을 때 전 작가나 안 의원이 보수가 더 슬퍼해야 한다고 말해줘서 고

마웠어요.”(정전의원)

전 작가는 ‘외부자들’을 통해 가장 솔직한 자신의 모습을 시청자에게 보여줬다고 했다. “정치를 하면서 남의 인생을 사는 저의 모습이 안타깝다는 얘길 들었어요. 그동안 제 마음을 움켜잡고 살았는데 외부자들 제작진에는 제 마음을 맡겨요. 지금 제 모습에 실망했다는 분에게는 ‘외부자들 꼭 좀 봐주세요’라고 이야기해요.”

안 전 의원은 “52주 동안 결방이 한 번도 없었는데 저도 방송사 근무를 해봤지만 매우 드문 일이고 의미가 있다”고 했다. “많은 사람이 부정적으로 보고 냉소하지만 결코 그것을 떠나서는 살 수 없는 정치라는 주제에 대해 꾸준히 이야기하고 관심 갖게 만들었다는 점에서 큰 보람을 느낍니다.”

채널A에 즐거움을 더하다
웹·모바일 창구 역할...
스포츠 중계도 예정
채널A플러스
업그레이드 준비 완료



종합 엔터테인먼트 채널을 지향하는 채널A플러스는 2017년 유료방송 커버리지 2,200만 가구를 달성했다. 2018년에는 커버리지 확장과 시청률 상승을 위해 채널A플러스만의 색다른 오리지널 프로그램을 방송할 계획이다.

올해 준비 중인 프로그램으로는 먼저 리빙뷰티, 푸드, 스포츠를 소재로 한 신규 예능프로그램과 생활정보를 소재로 한 교양프로그램이 있다. 젊은 엔터테인먼트 채널이라는 브랜드 컨셉에 맞게 새로운 형식의 프로그램으로 제작해 시청자들에게 선보일 계획이다. 마라톤, 프로볼링대회와 같은 스포츠 중계 프로그램도 준비 중이다. 매년 3월마다 채널A에서 생중계해 온 서울국제마라톤대회는 올해는 채널A와 채널A플러스를 통해 만날 수 있다. 2017년 10월에 열린 춘천컵 프로볼

링대회는 채널A플러스를 통해 생중계됐다. 올해는 프로볼링 대회를 비롯한 다양한 스포츠 이벤트가 채널A플러스를 통해 방송될 계획이다. 채널A플러스는 웹, 모바일 콘텐츠의 창구 역할도 맡는다. 현재 웹시트콤이라는 신규 장르로 기획 중인 웹드라마는 4월에 방송될 예정이다.

콘텐츠의 시청률과 화제성을 극대화하기 위한 채널A, 채널A플러스 동시 방송도 지속적으로 추진된다. 2017년 9월 평창 동계올림픽의 성공 기원을 위한 스포츠 예능 '우리도 국가대표다'가 채널A와 채널A플러스에 동시 방송됐다. 올해도 대표적인 동계 스포츠인 컬링을 소재로 한 예능 프로그램 '컬링 배틀 미녀들의 스윙스윙', 그리고 세계여행 프로그램인 '동갑내기 여행하기 시즌2' 도 동시 방송 예정으로 준비 중이다.

 채널A플러스 온에어 예정 프로그램

프로그램 제목	장르	편성	비고
 리빙뷰티	예능	2018	오리지널
 푸드배틀	예능	2018	오리지널
 생활 정보쇼	교양	2018	오리지널
 웹시트콤	드라마	2018. 4	오리지널 7부작
 서울국제마라톤	스포츠	2018. 3	동시 생중계
 프로볼링대회	스포츠	2018	생중계
 컬링대회	스포츠	2018. 1	동시방송
 동갑내기 여행하기 시즌2	예능	2018	동시방송



승무원에서 기상캐스터, 광고모델까지 채널A가 키워낸 팔방미인 '스타' 단아한 매력으로 활동 영역 넓혀

“여러분의 아침 공기가 되고 싶은 여자 추혜정입니다.”
매일 아침 상큼한 멘트로 시청자들에게 다가가는 추혜정 앵커는 채널A가 자랑하는 팔방미인이다.
추 앵커는 2016년 10월부터 아침 프로그램인 ‘김현욱의 굿모닝’을 진행하고 있다. 동시에 본업인 기상캐스터 업무도 쉼 없이 한다. ‘씨팜쇼(Sea Farm Show)’나 ‘월드라마 제작발표회’ 등 채널A의 굵직한 행사에서 단골 사회자로도 활약하고 있으며, 효성이나 SK 등 대기업 사내방송 진행자로도 인기를 얻고 있다. 최근에는 방송 광고 모델로도 진출하면서 주가를 올리고 있다.

추 앵커는 지난해 12월 도로교통공단의 ‘어르신 교통사고 줄이기’ 캠페인에 모델로 등장했다. 어르신 교통사고가 증가하고 있는 현실을 뉴스 형태로 전달하면서 사고를 줄이기 위한 행동 요령 등을 전달하는 캠페인이다. 도로교통공단 관계자는 “추 앵커가 가진 잔잔한 매력이 캠페인에 짙은 호소력을 더했다”고 평가했다. 추 앵커는 이보다 앞서 2016년 12월에는 게임 업체 넷마블의 야심작 ‘리니지2’ 광고 모델을 하기도 했다. 넷마블 광고 이전에는 단역으로 다른 광고를 찍기도 했다.

추 앵커가 가진 가장 큰 매력은 5년간 승무원 생활로 다져진 단아함이다. 배우 한예슬을 닮은 미모에 절제미와 단아함이 덧붙여지다 보니 남성 팬들도 제법 많다. 이미 방송 ‘입봉(첫 방송을 일컫는 말)’때부터 지상파와 종편 기상캐스터를 통틀어 ‘미모 갑’이라는 평가가 나오기도 했다. 심지어 추 앵커의 날씨 리포트만 모아 놓은 블로그나 SNS가 등장할 정도다. 추 앵커는 팬들의 사랑에 부응하기 위해서라도 더 다양한 모습을 보여주겠다는 각오다. 방송인으로서 출발은 늦었지만 다방면에서 적극적인 활동을 통해 극복하겠다는 것이다. ‘추혜정의 2018년’이 더욱 기대되는 이유다.

‘김현욱의 굿모닝’
MC 추혜정

추혜정 출연 광고



‘스토리A’가 파트너 여러분의 소식을 기다립니다.
 업계에 널리 알려거나 자랑하고 싶은 내용이 있으면
 언제라도 담당자에게 알려주시기 바랍니다.

‘스토리A’는 광고주, 광고대행사 여러분들과 늘 함께 합니다.

**상암컴, TV광고와 시청자 휴대전화
 연결 시도 관련 기술 보유한
 스타트업과 업무협약 체결**



종합광고대행사 (주)상암커뮤니케이션즈(이하, 상암컴)가 TV광고와 시청자의 휴대전화를 연결하는 작업에 나선다. 광고를 시청하면 관련 정보가 자동으로 휴대전화에 전송되는 것이다. 상암컴은 1월 관련 기술을 보유한 스타트업 (주)사운들리와 업무협약을 체결했다.

상암컴은 사람에게는 들리지 않는 높은 주파수 대역의 음파에 디지털 정보를 실어 TV 광고에 탑재할 계획이다. 이 광고를 보는 시청자가 관련 애플리케이션을 휴대전화에 설치하면 TV광고를 시청하는 동안 해당 광고의 구체적인 추가 정보가 휴대전화에 자동으로 뜨게 된다. 상암컴 관계자는 “TV광고 소재와 반응하는 연동형 모바일 광고는 일반 휴대전화 푸시 알림 대비 약 20배 이상 높은 클릭률을 나타냈다”고 말했다. 상암컴은 이번 사운들리와 업무협약을 시작으로 온·오프라인 구분 없이 다양한 영역으로 사업을 확대할 방침이다.

**HS애드,
 ‘2017년 올해의 광고회사’
 선정**



LG계열 광고회사 HS애드가 서울영상광고제가 수여하는 ‘2017년 올해의 광고회사’에 선정됐다. 지난해에 이어 2년째 수상이다. HS애드는 이번 서울영상광고제에서 금상 1개, 은상 3개, 동상 4개, 특별상 1개 등을 수상하며 국내 광고회사 중 가장 많은 수상작을 배출했다. SSG.COM ‘미디어월 브랜딩 영상’ 편으로 크래프트 부문 금상을, LG 시그니처 OLEDTV ‘붙여보다’ 편으로 크래프트 부문 은상을 각각 받았다. 서울영상광고제는 서울영상광고제 집행위원회가 주최하고 국내 최대 광고 포털인 TVCF가 주관하는 국내 유일 영상광고제다.

**이노션,
 스마트 드라이빙 선글라스
 출시**



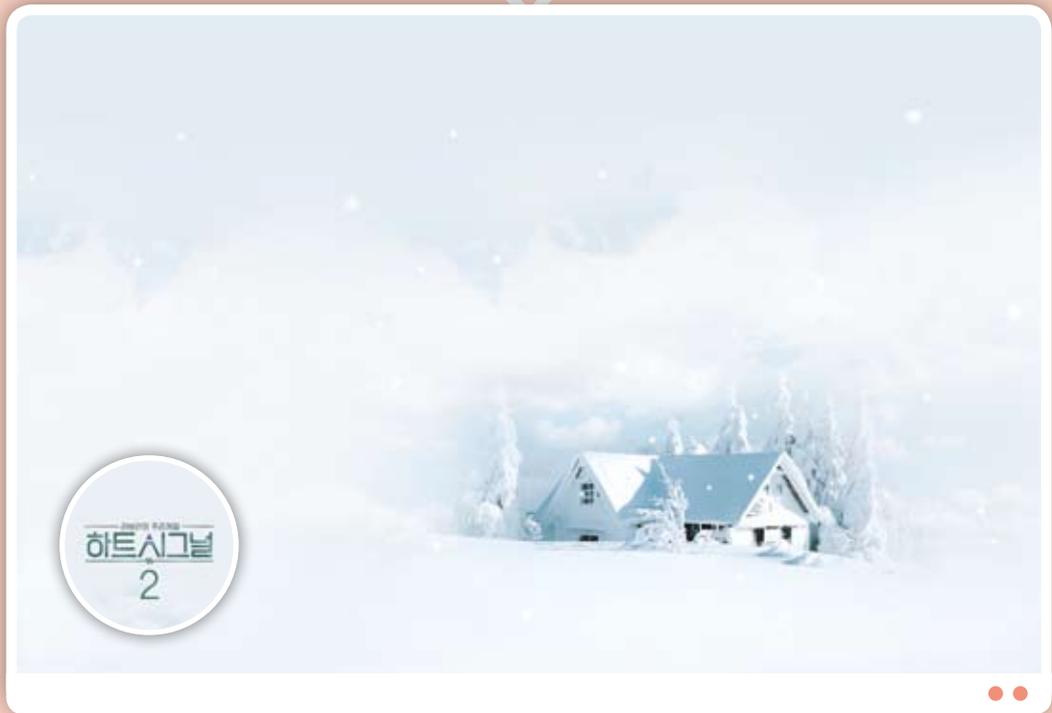
현대차그룹 계열 광고회사인 이노션 월드와이드가 정보통신기술(ICT)영역인 스마트 드라이빙 선글라스를 선보이며 미래 먹거리사업 발굴에 적극 나섰다. 이노션은 미국 라스베이거스에서 열리는 국제전자제품박람회(CES) 2018에서 운전자의 안전운전을 돕는 스마트 드라이빙 선글라스인 ‘글라투스’를 공개한다고 밝혔다. 이노션이 2005년 창사 이후 CES에 단독 부스를 차린 것은 처음이며 국내외 광고전문기업이 ICT 제품을 직접 제작해 선보이기도 이번이 처음이다. 이노션이 이번에 공개하는 드라이빙 선글라스는 다양한 운전 환경을 보다 편리하고 안전하게 지원해주는 제품이다. 기능별로 △졸음운전 방지 지원 △위험운전 방지 지원 △청각장애·난청 운전자 위험 소리 지원 등 크게 총 3가지로 이뤄졌다.



PROGRAM GUIDE



러브라인 추리게임 하트시그널2



눈꽃멜로로 돌아온
하트시그널 시즌2
시그널하우스에서 펼쳐지는
새로운 러브라인

청춘남녀의 시그널과 상금을 놓고 펼쳐지는 예측자들의 숨막히는 추리
시즌1 종영 이후에도 쏟아지는 폭발적 관심과 끊임없는 화제성!
종영 후에도 시즌2에 대한 문의가 활발했던 바로 그 프로그램

PROGRAM INFO

출연 윤종신, 김이나, 이상민
일시 2월말 ~ 3월초 금요일 밤 11시 11분 편성 예정
시즌 1 최고시청률 2.0%(가구) / 1.3%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 1 프로그램 패키지 적용 예정
PPL 음료, 신발, 식품, 음료, 어플리케이션 등
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

나만 믿고 따라와 도시어부



자타공인 연예계 대표 낚시꾼들이 만났다 낚시를 사랑하는 세 남자의 특급케미

낚시로 둘째가라면 서러운 세 남자가 만났다!
이경규, 이덕화, 마이크로닷 세 남자가 그들만의 황금어장을
공개한다. 세 남자만 믿고 떠나는 낚시 여행 버라이어티!

PROGRAM INFO

출연 이경규, 이덕화, 마이크로닷

일시 목요일 밤 11시

최고 시청률 4.5%(가구) / 2.1%(P2049)

외부자들



동시간대 지상파마저 완전 압도! 지상파에서 포맷까지 베껴간 화요예능의 최강자!

현안의 중심에 선 내부자들이 보지 못하는 것들을
외부자들의 시선으로 짚어보는 채널A 최초 시사 예능
유명 정치인들의 출연과 날카로운 토론으로 인한 끊임없는 화제성

PROGRAM INFO

출연 남희석, 정봉주, 진중권, 전여옥, 안형환

일시 화요일 밤 11시

최고 시청률 4.9%(가구) / 1.9%(P2049)

천만홀릭 커밍순



천만이 홀린 배우 천만을 홀릴 감독 그들이 말하는 우리 영화 이야기

#스타 #영화 #토크쇼가 만났다
영화를 사랑하는 스타와 스타 배우의 만남
스타배우가 출연하고 싶어하는 영화 토크쇼

PROGRAM INFO

출연 신동엽, 은지원, 경리, 김기방, 영화감독 이원석
일시 2월 중 예정
예상 시청률 2.0%(가구) / 1.3%(P2049)

풍문으로 들었쇼



신변잡기적인 연예 토크가 아닌 트렌드 토크로 변신 다양한 분야 전문 기자들과 연예인 패널들 총출동

핫한 클럽남 박수홍과 시청률 보증수표 박하나 전격 합류
100회 돌파와 함께 대한민국 대표 장수 프로그램 등극
연예계 뿐 아니라 다양한 트렌드 속 풍문까지 찾아낸다

PROGRAM INFO

출연 박수홍, 박하나, 홍석천, 김가연, 슬리피, 유소영 등
일시 월요일 밤 11시
최고 시청률 3.7%(가구) / 1.2%(P2049)

이제 만나러 갑니다



국내외 언론 시선 집중, 300회를 돌파한 종편 최장수 프로그램

300회를 돌파한 종편 최장수 프로그램 토니안, 장수원, 단단 등
젊은 패널의 투입으로 2049남녀 타깃형 콘텐츠로 자리매김
국내외 언론 뿐 아니라 스타들도 주목하는 프로그램

PROGRAM INFO

출연 남희석, 박은혜, 신은하, 김아라, 한송이 등
일시 일요일 밤 11시
최고 시청률 5.5%(가구) / 1.5%(P2049)

아재 감성 느와르 아빠본색



**시작부터 시청률 5% 육박, 화제의 그 예능!
그동안 볼 수 없었던 아빠들의 반전매력**

가족 예능의 명가 채널A가 선보이는 가족 리얼 버라이어티
기존 관찰 예능에 토크를 결합해 업그레이드 된 재미 선사
홍지민 남편 '도성수'와 V.O.S '박지현'의 합류로 새단장

PROGRAM INFO

출연 김구라, 문희준, 주영훈, 도성수(홍지민 남편), 박지현, 이윤석
일시 수요일 밤 9시 30분
최고 시청률 4.5%(가구) / 0.8%(P2049)

나는 몸신이다



**대한민국의 몸신들, 여기 다 모였다!
몸신들이 알려주는 건강비법**

한국인이 가장 선호하는 건강 정보 프로그램
시청률 6%를 돌파로 입증된 관심과 셀럽들의 출연
색다른 건강 비법으로 다양한 연관 검색어 생성 중

PROGRAM INFO

출연 정은아, 임호, 이용식, 이혜정
일시 화요일 밤 9시 30분
최고 시청률 6.2%(가구) / 1.1%(P2049)

개밥주는 남자 시즌2



**대한민국 대표 펫방,
한층 업그레이드되어 더욱 강력하게 돌아오대!**

시즌2로 돌아온 대한민국 유일무이 스타&반려견 관찰 버라이어티
예능에서 볼 수 없었던 스타들의 깜짝 출연과 소녀시대의 나레이션
각종 광고 문의가 끊이지 않는 인기 프로그램

PROGRAM INFO

출연 이태곤, 러블리즈 등
일시 토요일 밤 10시 50분
최고 시청률 2.9%(가구) / 0.9%(P2049)

역사 다시보기 천일야사



이제껏 본 적도 들은 적도 없는 우리가 몰랐던 역사 스토리

책에는 나오지 않는 우리가 몰랐던 역사들!
막장과 선정적인 내용의 종편 재연 드라마들과 차별화 선언
감각적인 편집을 통해 풀어낸 사실에 바탕을 둔 이야기들

PROGRAM INFO

일시 월요일 밤 9시 20분
최고 시청률 5.2%(가구) / 0.9%(P2049)

관찰카메라24



자세히 보아야 재밌다! 관찰카메라 24시간이 시즌 2로 돌아왔다

3년여간 방송된 관찰 교양 프로그램이 시즌 2로 돌아왔다
하루 24시간이 아닌 핫 한 시간들을 모아
시공간적 제약이 없는 지루할 틈 없는 24시로 구성한다!

PROGRAM INFO

일시 수요일 밤 8시 20분
최고 시청률 1.8%(가구) / 0.6%(P2049)

서민갑부



모든 이들의 궁금증, 부자 되는 법 대 공개! 전국 방방곳곳에 손꼽히는 자수성가 슈퍼리치들의 이야기

휴먼 다큐와 관찰 다큐를 결합한 신개념 교양
20대와 30대의 열렬한 지지를 받는 스테디셀러!
예능 제작진의 합류로 다양한 흥미 요소까지 기대

PROGRAM INFO

내레이션 장광
일시 목요일 밤 9시 50분
최고 시청률 4.1%(가구) / 1.4%(P2049)

TV주치의 닥터 지.바.고



실험과 검증을 통해 5천만 국민의 건강을 책임진다

건강과 실생활에 꼭 필요한 아이템을 총 망라, 진실과 이면을 공개한다!
더욱 철저해진 실험과 검증! 5천만 국민이 건강을 책임 질 건강 지킴이

PROGRAM INFO

출연 김현욱, 이선민, 정지행
일시 월요일 밤 8시 20분
최고 시청률 2.3%(가구) / 1.3%(F3054)

황금나침반



자산관리에 대한 편견을 뒤집는 신개념 자산 인포테인먼트

‘있어야 자산 관리를 하지’라는 안일한 생각이 만든 현실.
아이돌부터 배우까지 연예인들도 관심 집중.
자산관리에 대한 편견을 뒤집는 신개념 자산 인포테인먼트

PROGRAM INFO

출연 설수현
일시 화요일 밤 12시 30분
최고 시청률 1.3%(가구) / 0.4%(P2049)

신대동여지도



명소, 명물, 명인을 통한 우리만의 특별한 여행 우리네 이웃들의 이야기를 엿본다

“개그맨 윤택과 허준이 대한민국 방방곡곡으로 떠나는 ‘윤택한 여행’
탤런트 이상인과 알아보는 생활 밀착형 시골 성공비법 ‘시골애(愛)산다’
채널A 미남 아나운서 김태욱과 배우는 ‘기적의 건강밥상’”

PROGRAM INFO

출연 윤택, 허준, 이상인, 김태욱
일시 일요일 아침 7시 20분
최고 시청률 2.0%(가구) / 1.0%(M3039)

김현욱의 콧모닝



최고의 아나테이너 김현욱과 대한민국 대표 기상캐스터 추혜정의 만남!
놓칠 수 없는 알짜 정보로 당신의 아침을 업그레이드.

PROGRAM INFO

출연 김현욱, 추혜정

일시 평일 오전 7시 30분

최고 시청률 1.9%(가구) / 0.2%(P2049)

신문이야기 돌직구 쇼+



여당 국회의원 출신 패널부터 야당 대변인 출신 패널과 더불어 양측을 조율하는
중립 패널까지 함께하며 균형 잡힌 대한민국 No.1 시사 토크 프로그램

PROGRAM INFO

출연 이남희(채널A 기자), 이승현(동아일보 정치부), 변영욱(동아일보 사진부)

일시 평일 오전 9시

최고 시청률 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)

뉴스 TOP 10



우리가 기억해야 할 뉴스 10개를 선정. 뉴스 고수들과 선정된 10개를
살살이 분석. 오늘의 이슈 이면에 숨겨진 이야기까지 꼬집어 내는 뉴스 쇼

PROGRAM INFO

출연 황순욱(채널A 보도본부 차장)

일시 평일 오후 5시 40분

최고 시청률 4.9%(가구) / 0.7%(P2049)

뉴스A



쟁쟁한 경쟁자들을 제치고 유료방송 메인뉴스 상위 랭크.
미디어미래연구소 선정 화제성 1위 프로그램.

PROGRAM INFO

출연 김승련, 여인선(평일) / 차지완, 김민지(주말)

일시 매일 저녁 7시 10분

최고 시청률 5.0%(가구) / 0.8%(P2049)

채널A 2월 기본 편성표



급	시	월	화	수	목	금	급	시	토	일		
C	6	예능/교양 재방				채널A 시청자마당	C	6	예능/교양 재방			
B	7	애니메이션				예능/교양 재방	7	신대동여지도				
	8	김현욱의 굿모닝					8	예능/교양 재방				
	9	신문 이야기 돌직구 쇼+					9	토요 랭킹쇼	선데이 모닝쇼			
	10						10					
A	11	뉴스A LIVE				예능/교양 재방	11					
	12	예능/교양 재방										
	13	뉴스특급										
	14											
	15	예능/교양 재방					A			15		
	16	정치 데스크					16			뉴스 스테이션	뉴스뱅크	
	17						17					
	18	뉴스 TOP10					18			안형환의 시사포커스	일요매거진	
	19	뉴스A					19			뉴스A		
SA	20	TV 주치의 닥터 지·바·고	예능/교양 재방	관찰카메라 24	예능/교양 재방	SA	20	예능/교양 재방				
	21	역사 다시보기 천일야사	나는 몸신이다	아재 감성 느와르 아빠본색	서민갑부		21					
	22	예능/교양 재방					22					
A	23	풍문으로 들었쇼	외부자들	예능/교양 재방	나만 믿고 따라와 도시어부	23	개밥 주는 남자 시즌 2	이제 만나러 갑니다				
	24					A	24					
A	1	예능/교양 재방	황금나침반	예능/교양 재방		A	1	예능/교양 재방				

채널A 광고 단가

단위: 천원

시급	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SA	7,400	11,100	4,930	1,230
A	2,500	3,750	1,670	420
B	1,300	1,950	870	220
C	500	750	330	80

채널A플러스 광고 단가

단위: 천원

시급	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SSA	400	800	260	80
SA	250	500	160	50
A	80	160	100	30
B	80	160	53	16

채널A플러스 2월 기본 편성표

급	시	월	화	수	목	금	급	시	토	일
C	6						C	6	교양 재방	
B	7			예능 재방			B	7	예능 재방	신대등여지도
	8							8	교양 재방	
B	9		교양 재방		TV 주치의 닥터 지·바·고	교양 재방	B	9	교양 재방	
	10			예능 재방				10	서민갑부	
A	11		교양 재방				A	11	예능 재방	
	12							12		
	13							13		
	14			예능 재방				14		
	15							15		
	16							16		
	17							17		
S A	18	나는 몸신이다	풍문으로 들었쇼	이제 만나러 갑니다	리브라인 추리게임 하트시그널 스페셜	아재 감성 느와르 아빠본색	S A	18		
	19		예능 재방	거인의 어깨	외부자들	개밥 주는 남자 시즌 2		19		
S A	20		예능 재방				S A	20	교양 재방	
	21	나는 몸신이다	나만 믿고 따라와 도시어부	개밥 주는 남자 시즌 2	황금나침반	역사 다시보기 천일야사		21	예능 재방	
S A	22		나는 몸신이다 특급비법				S A	22	관찰카메라 24	교양 재방
	23		예능 재방			이제 만나러 갑니다 글로벌 에디션		23	이제 만나러 갑니다 글로벌 에디션	
A	24		교양 재방				A	24	나는 몸신이다 특급비법	
A	1		교양 재방				A	1	예능 재방	



• 일반광고상품

도시어부 패키지

(금액단위: 천원)

패키지구분	보너스율	본방기준 구성 및 횟수	재방기준 구성 및 횟수	
70,000	중 CM + 후 TOP(전 END) 패키지	1220%	중 CM 2회 + 후 TOP(전 END) 1회	중 CM 4회 + 후 TOP(전 END) 2회
60,000	중 CM + PIB 패키지	1180%	중 CM 2회 + 후(전) PIB 1회	중 CM 4회 + 후(전) PIB 2회
50,000	중 CM 패키지	1100%	중 CM 2회	중 CM 4회
30,000	PIB 패키지	900%	PIB 2회	PIB 4회
20,000	전후 CM 패키지	720%	전후 CM 2회	전후 CM 4회

*총횟수에는 도시어부 본재방 횟수가 포함



23시 주요 프로그램 패키지

(금액단위: 천원)

	프로그램	중 CM + 후 TOP(전 END) 패키지	중 CM + PIB 패키지	중 CM 2회
Tier 1	외부자들(화)	50,000(1100%)	40,000(990%)	30,000(900%)
Tier 2	이제 만나러 갑니다(일)	40,000(990%)	30,000(900%)	20,000(720%)
	풍문으로 들었쇼(월)			
	개밥주는 남자(토)			
	본방 구성 및 횟수	중 CM 2회 + 후 TOP(전 END) 1회	중 CM 2회 + 후(전) PIB 1회	중 CM 2회
	재방 구성 및 횟수	중 CM 4회 + 후 TOP(전 END) 2회	중 CM 4회 + 후(전) PIB 2회	중 CM 4회

*금액 오른쪽 ()안에는 금액대별 보너스율

기본판매안

(금액단위: 천원)

금액	보너스율	SA시급비율
10,000	680%	25%
20,000	720%	25%
30,000	900%	30%
40,000	990%	30%
50,000	1100%	35%
60,000	1180%	35%
70,000	1220%	40%
80,000	1270%	40%
90,000	1320%	40%
100,000	1360%	40%



시보 판매안

(금액단위: 천원)

시보 구분	탄력시보 등급	세부사항	금액
주요 프로그램 시보	SA 23시 (도시여부)	10초, 월 13회 전 CM END	20,000
23시 프로그램 시보	SA 23시 (외부자들, 이만갑 외)	10초, 월 13회 전 CM END	15,000
보도 시보 패키지	A 보도 (뉴스ALIVE/1정치데스크/뉴스TOP10)	10초, 월 30회 전 CM TOP	20,000
탄력시보	SA 23시 (23시 예능블록)	10초, 월 30회 전 CM TOP	30,000
	SA (20시교양블록, 21시 교양블록)	10초, 월 30회 전 CM END	25,000
	A (11시재방블록, 14시재방블록)	10초, 월 30회 전 CM END	15,000
	B (7시굿모닝, 9시돌직구)	10초, 월 30회 전 CM END	10,000

프로그램별 특별 패키지

(금액단위: 천원)

프로그램	금액	위치별 횟수	
		전후CM	중CM(주말)
뉴스A	35,000	22	8
	30,000	30	
애니메이션	5,000	40	



• 채널A PPL Additional Benefit

*아래 내용은 광고규정의 변화 및 광고방식, 세부조건 등에 따라 변동 될 수 있습니다.
문의 채널A 미디어플러스팀 02-2020-3060

클립영상 업로드 ▶▶ 제공방식 PPL 집행시 추가 금액 없이 기본 제공



네이버 TV캐스트



카카오TV



GOM TV



채널A Web&Mobile



동아닷컴 '보다'



CJ E&M 'TVING'



VOD업로드 ▶▶ 제공방식 PPL 집행시 추가 금액 없이 기본 제공



SKT 'Oksusu'



KT 'Olleh Mobile'



LGU+ 'U+비디오포털'



라이선스 사용(스틸컷/영상) · 카드뉴스 제작/전파

라이선스 사용

협찬사 홈페이지 및
제휴 서비스

◀▶ 제공방식 ▶▶

해당 제공 내용 집행시 추가 금액 발생

단, 스틸컷의 경우 사용시 별도의 추가 금액 없이
내부 기준에 따라 무료 제공

카드뉴스 제작/전파

네이버 포스트·카카오

NAVER kakao

• IMC 상품

일반 PPL 패키지

(금액단위: 천원)

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	30,000
				재방	TBD	
	단순PPL	협의	본방	1		
			재방	TBD		
온라인	비디오클립		1개			
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL		본방	1	20,000
				재방	TBD	
	단순PPL		본방	1		
			재방	TBD		
온라인	비디오클립		1개			
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL		본방	1	10,000
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립 편집 상황에 따라 제작 개수 상이				

예능 프로그램 가상 광고 패키지

(금액단위: 천원)

형태	형식	길이	본/재	횟수	금액
코너 브릿지	프레임형	5초수준	본방	4	30,000
			재방	TBD	
하이라이트	프레임형	10초수준	본방	4	30,000
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초수준	본방	4	20,000
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초수준	본방	4	10,000
			재방	TBD	

• 개밥주는 남자 PPL 예시

S유업

최현석 셰프가
애견 전용 우유 활용



B 제약사

강타가 반려견들에게 사용한
애견 전용 진드기 기피 목걸이



애견 용품 업체 **P**사

강타가 반려견들을 위해
준비한 식사



• IMC 예시

· Cue-Card PPL



큐카드(대본)에 브랜드의 로고 노출

· Context Bridge



프로그램과 브랜드의 아이덴티티



· 코너브릿지



프로그램 내에서 코너가 바뀔 때 프레임 형태로 삽입

· 하이라이트



해당 회차 하이라이트 다음회 예고시 프레임 형태로 삽입

· 프로그램 돌출



프로그램 중간에 돌출 형태로 삽입

· 등급고지



프로그램의 등급 고지시 돌출 형태로 삽입

나만 믿고 따라와

도시어부



매주 목요일 밤 11시

이덕화 | 이경규 | 마이크로닷

CHANNEL