



장르 다각화! 콘텐츠 포트폴리오 차별화!
2016년 예능 대세는 '채널A'라 전해라



2015년 12월 채널A가 개국 4주년을 맞아 대대적인 개편을 단행했다. 이번 개편의 주요 목표는 '장르 다각화'와 '콘텐츠 포트폴리오 차별화'를 통해 시청자들에게 일주일 내내 진짜 즐거움을 제공하는 것이다. 개편의 신호탄으로 지난 12월 5일 대한민국 최고의 개그맨 김병만이 출연하는 <머슴아들>을 론칭하였다. <머슴아들>은 토요일 23시대에 편성되어 기존 21시대에 방송되고 있던 <잘 살아보세>와 함께 유료 방송 사상 최초로 지상파에 필적할만한 3시간이 넘는 '야외 리얼 버라이어티 존'을 형성하였다. 이에 따른 영향으로 <머슴아들>의 시청률은 직전 회차 대비 2배 이상씩 지속적 상승 중에 있으며, 온라인에서 시청자들의 호평과 찬사가 쏟아지고 있다. <머슴아들>에 이어 12월 18일에는 개그계의 신사이자 토크쇼의 황제인 주병진이 연예인 생활 최초로 리얼 버라이어티에 도전하는 <개밥 주는 남자>가 론칭했다. 주병진과 더불어 매직 히포 현주엽과 만능 엔터테이너 김민준도 함께 한다. 특히 세 명의 출연자 중 유일한 유부남이자 아버지인 현주엽과 그의 가족들이 가장 큰 주목을 받고 있으며, 시청자들은 현주엽의 두 아들들이 제2의 대한민국만세가 될 것이라 예상하고 있다. 이와 더불어 12월 말 채널A 최초 여행 버라이어티인 '동갑내기 여행하기'가 시작된다. 동시대를 살아오고 동시대에 함께 아나운서로 활동했으며, 현재 함께 프리랜서로 전전후 활약을 펼치고 있는 여자 아나운서 4인방 문지애, 이지애, 김주희, 서현진의 홍콩 여행기가 그려질 예정이다. 기존의 여행 프로그램들과는 달리 한국 관광 협회에서 인증 받은 우수 여행 상품을 바탕으로 일정이 짜여져있어 출연자들 간의 케미로 부터 나오는 재미와 진솔함 뿐 아니라 여행 자체에 대한 다양한 확실한 정보도 제공할 예정이다. 또한 지난 10월부터 방송되고 있는 <풍문으로 들었쇼>에 대한 시청자들의 관심이 뜨겁다. 특히 핵심 마케팅 타겟이라고 할 수 있는 2049 남녀 타겟에서 가장 큰 호응을 얻고 있다. 가구 시청률 3%와 2049남녀 타겟 시청률 1%를 동시에 넘기며 경쟁이 가장 치열한 월요일 23시 예능의 신형 강자로 떠올르고 있고, 이 기세를 몰아 2016년에는 월요 예능 최강의 자리에 오를 것으로 예상된다. 이외에도 채널A는 예능 뿐 아니라 교양에서도 다양한 변화와 시도를 실행하고 있다. 1회 부터 3%에 육박하는 높은 시청률을 기록한 휴먼다큐 <한번 더 해피엔딩>과 세계인들이 어떻게 건강을 챙기고 있는지 직접 그 나라에 가서 살펴보는 <그들처럼 먹어라>가 성공적으로 론칭되어 앞으로를 더 기대케 했다. 시청자들의 눈과 귀를 만족 시키고 대한민국 No.1 유료 방송 채널이 되기 위한 채널A의 새로운 시도와 노력은 2016년에도 계속 이어져 방송계에 신선한 바람을 일으킬 전망이다.

부르면 갑니다

머슴아들

최고 스타들의 본격 노동 버라이어티,
2016년 최고의 화두, '집방'의 선두주자

출연: 김병만, 현주엽, 정준하 등
시간: 매주 토요일 23시

개밥주는 남자

킬러 콘텐츠 3요소인 3B(Beast, Baby, Beauty)를 모두 갖추고 출격 준비 완료!

출연: 주병진, 현주엽, 김민준
시간: 매주 금요일 23시

동갑내기 여행하기

재미, 감동, 정보까지 모두 제공하는
지금껏 볼 수 없던 새로운 여행 프로그램

출연: 문지애, 이지애, 김주희, 서현진
시간: 매주 일요일 20시 20분 예정

밀착토크
풍문으로 들었쇼

시청률 수직 상승 중! 말이 필요 없는
2016년 유력 월요 예능 차기 대권 주자

출연: 공형진, 홍진영, 홍석천 등
시간: 매주 월요일 23시

Mon

Tue

Wed

Thu

Fri

Sat

Sun

19시1CH

닥터 지바고
진행: 김현욱, 유승욱
월 19:10

20시1CH

갈데까지 가보자
출연: 박세준
화 20:20

한번 더 해피엔딩
수 20:30

서민갑부
목 20:30

그들처럼 먹어라
출연: 김오근, 팽현숙 외
금 19:10

동감내기 여행하기
출연: 문지애, 이지애 외
금 20:20

신대동여지도
출연: 윤택, 김채현 외
일 07:00

21시1CH

뉴스

뉴스

뉴스

채널A 종합뉴스
진행: 박상규, 김설혜
월-금 21:40
토-일 19:20

잘 살아보세
출연: 최수중, 권오중 외
토 21:30

먹거리X파일
진행: 김진
일 21:30

22시1CH

풍문으로 들었소
진행: 공형진, 홍진영
월 23:00

총격실학극 싸인
진행: 임호
화 23:00

나는 몸신이다
진행: 정은아
수 23:00

아내가 빨났다
출연: 박미선, 이봉원 외
목 23:00

개밥 주는 남자
출연: 주병진, 현주엽, 김민준
금 23:00

머슴아들
출연: 김병만, 현주엽 외
토 23:00

이제 만나러 갑니다
진행: 남희석, 박은혜
일 23:00

23시1CH

24시1CH

25시1CH

카톡쇼X
진행: 남궁연, 오승아 외
목 24:40

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
		잘 살아보세 (월-금 14:00)			불멸의 국가대표 (토-일 15:10)	
		서민갑부 (월-금 19:00)			웰컴 투 시월드 (토-일 16:10)	
		채널A Prime Zone (월-금 21:30)				
		채널A플러스 개국 특집 드라마 ‘커피의 여왕’ (월-금 24:30 / 2회 연속)			나는 몸신이다 스페셜 (토-일 23:20 / 2회 연속)	

기간	채널A플러스 송출 가구 추이
2015 3Q	507만
2015 4Q	914만
2016	2000만

2016년 1월 광고 판매 가이드

Mix & Match; 일반 광고 패키지

1. 프로그램 등급별 패키지

등급	최소 청약제	해당 프로그램	중CM 패키지			전후CM 패키지		
			판매 금액	해당 프로그램 횟수	총 제공 횟수	판매 금액	해당 프로그램 횟수	총 제공 횟수
Tier 1	중CM 6천 만원 / 전후CM 5천 만원	머슴아들, 이제 만나러 갑니다	3천 만원	2	150	2천 만원	4	120
Tier 2	중CM 4천 만원/ 전후CM 3천 만원	잘 살아보세, 나는 몸신이다, 풍문으로 들었소	1.5천 만원	1	92	1천 만원	2	66
Tier 3	중CM 2.5천 만원 / 전후CM 2천 만원	먹거리X파일, 아내가 뿔났다, 충격실화극 싸인, 개밥 주는 남자	1.5천 만원	1	52	1천 만원	2	40

* 청약 금액은 광고주 기준 , 전/후CM 패키지 청약시 PIB(전End`전End-4 / 후Top`후Tio+4) 우선 제공, 15초 기준

2. Mix & Match 구성 예시

청약 금액	타깃	Tier 프로그램 및 횟수	기타	계
6천 만원	킬러 콘텐츠 집중 P2049	머슴아들 중CM(2회) + 이제 만나러 갑니다 중CM(2회)	146	150
		머슴아들 중CM(2회) + 잘 살아보세 중CM(1회) + 풍문으로 들었소 중CM(1회)	146	
5천 만원	킬러 콘텐츠 집중 P2049	머슴아들 전후CM(6회) + 이제 만나러 갑니다 전후CM(6회)	108	120
		머슴아들 전후CM(4회) + 잘 살아보세 중CM(1회) + 풍문으로 들었소 중CM(1회)	114	
4천 만원	P2049 P40+	잘 살아보세 중CM(1회) + 풍문으로 들었소 중CM(1회) + 풍문으로 들었소 전후CM(2회)	88	92
		나는 몸신이다 중CM(2회) + 나는 몸신이다 전후CM(2회)	88	
2.5천 만원	P2049 여성 특화	개밥 주는 남자 중CM(1회) + 개밥 주는 남자 전후CM(2회)	49	52
		아내가 뿔났다 중CM(1회) + 아내가 뿔났다 전후CM(2회)	49	

3. 채널A 금액대별 기본 판매 가이드

청약 금액대	1천만원 횟수	시급별 비중				최대 보너스율
		SA	A	B	C	
6천 만원 이상	25	35%	35%	20%	10%	1500%
5천 만원 이상	24					
4천 만원 이상	23					
3천 만원 이상	22	30%	35%	25%	10%	1200%
2.5천 만원 이상	21					
2.5천 만원 미만	20					

* 패키지 청약 제외하고 최대 보너스율 미만 제공, 15초 기준

The Real Variety; IMC 패키지

1. PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	제안가
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획 PPL	협의	본방	1	3천만원
				재방	TBD	
		단순 PPL	협의	본방	1	
				재방	TBD	
	온라인	비디오 클립			1개	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능 PPL	협의	본방	1	2천만원
				재방	TBD	
		단순 PPL	협의	본방	1	
				재방	TBD	
	온라인	비디오 클립			1개	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순 PPL	협의	본방	1	1천만원
	온라인			재방	TBD	
				비디오 클립 편집 상황에 따라 제작 개수 상이		

2. 가상광고 패키지

등급	프로그램	연령 고지	브릿지	전 하이라이트	후 하이라이트
Tier 1	머슴아들	3천 만원	7천 만원	7천 만원	7천 만원
	이제 만나러 갑니다	3천 만원	7천 만원	7천 만원	7천 만원
Tier 2	잘 살아보세	3천 만원	7천 만원	7천 만원	7천 만원
	나는 몸신이다	2.5천 만원		6천 만원	6천 만원
	풍문으로 들었소	2.5천 만원	6천 만원	6천 만원	6천 만원
Tier 3	아내가 뿔났다	1.6천 만원	4천 만원	4천 만원	4천 만원
	개밥 주는 남자	1.6천 만원	4천 만원	4천 만원	4천 만원
비고	형태	자막형	프레임형	프레임형	프레임형
	크기	화면의 1/4 이내			
	회당 길이(초)	3	7초 이내	15초 이내	15초 이내
	제공 횟수/ 총 구좌	4회 1구좌	프로그램별 상이	4회 1구좌	4회 1구좌

*실 집행시 다양한 혜택 적용 가능(최대 70% 할인 효과), 담당 영업사원과 협의 요망, 제작비 별도

The Real Flexibility; Cross Tool 패키지

1. 일반 광고/가상 광고 결합 패키지

패키지	형태	길이	구분	편성 횟수	Media Value	제안가	비고
중CM 결합형	브릿지 가상광고	7초	본방	4	7천 만원	5천 만원	프레임형 가상 광고 일반 광고: 해당 프로그램 중Top 우선 제공
	일반 광고	15초 기준	본/재	66	3천 만원		
전/후CM 결합형	하이라이트 가상 광고	15초 이내	본방	4	7천 만원	4천 만원	프레임형 가상 광고: 전/후 중 택1 일반 광고: 가상 광고 위치에 따라 전End 혹은 후Top 제공
	일반 광고	15초 기준	본/재	42	2천 만원		
전CM 결합형	연령 고지 가상 광고	3초	본방	4	3천 만원	2천 만원	자막형 가상 광고 일반 광고: 전End 우선 제공
	일반 광고	15초 기준	본/재	42	2천 만원		

2. Tool Total 패키지

패키지	형태	길이	구분	편성 횟수	Media Value	제안가
중장기 캠페인형	기획 PPL	TBD	본방	1	3천 만원	1억원
			재방	TBD	TBD	
	하이라이트 가상 광고	15초 이내	본방	10	1억 8천 만원	
			본/재	66	3천 만원	
	협찬 자막	3초	본방	10	1.2천 만원	
			재방	TBD	TBD	
단기 캠페인형	기획 PPL	TBD	본방	1	3천 만원	5천 만원
			재방	TBD	TBD	
	하이라이트 가상 광고	15초 이내	본방	4	7천 만원	
			본방	4	0.5천 만원	
	협찬 자막	3초	재방	TBD	TBD	

*재방 횟수는 편성 상황에 따라 상이, 통상적으로 2회 이상 편성

채널A플러스 광고 판매 가이드

1. 채널A플러스 금액대별 기본 판매 가이드

청약 금액대	1천 만원 횟수	중CM 비중	SSA 비중	최대 보너스율
1천 만원 이상	600	10%	50%	1900%
1천 만원 미만	500	8%	45%	1600%

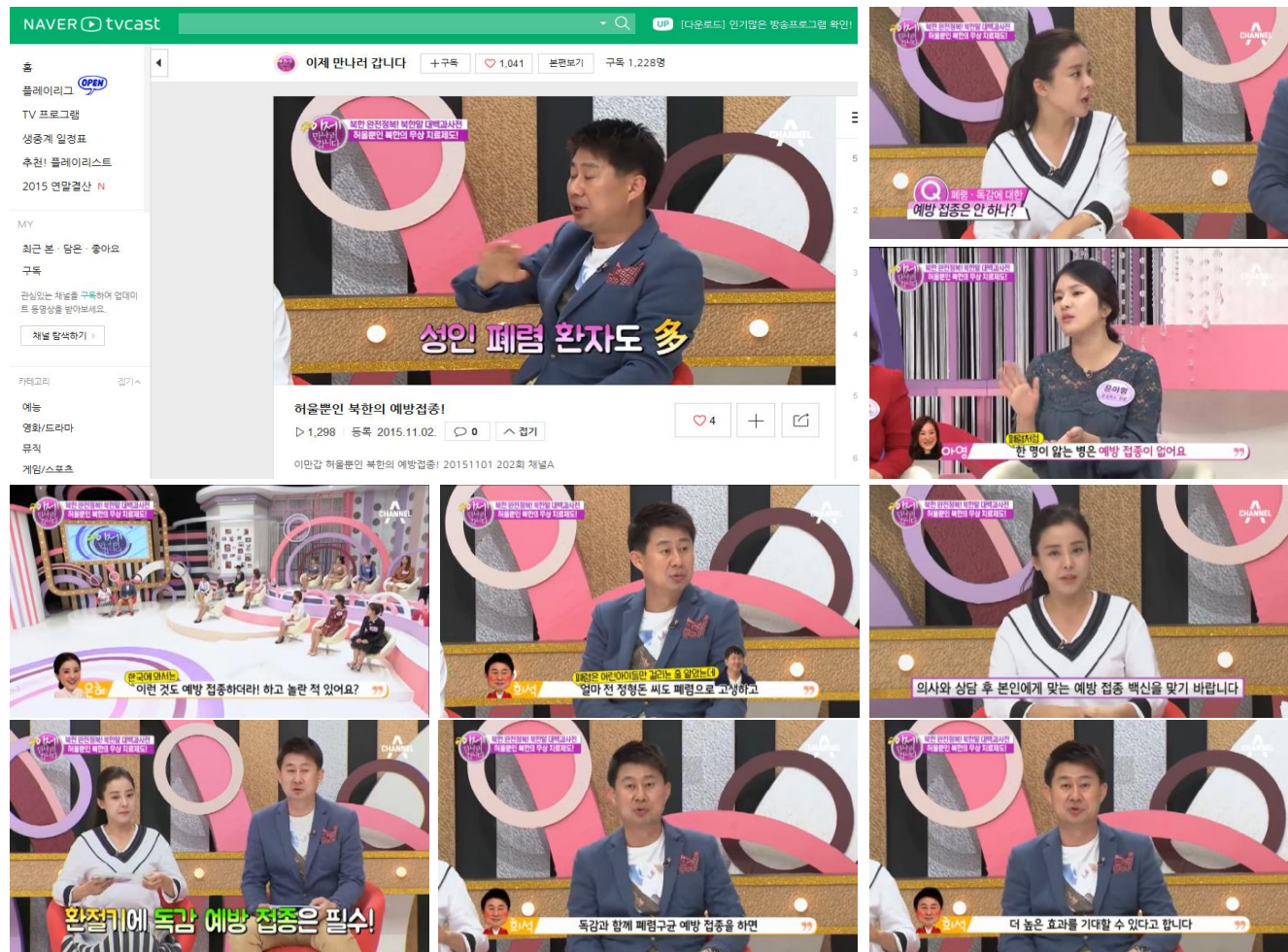
*채널A와 동시 청약 시 채널A플러스 횟수 20% 추가 제공

2. 시급별/위치별 제공 비율

시급	중 CM	전 CM	후 CM	계
SSA	5%	22%	22%	50%
SA	3%	12%	12%	26%
A	2%	8%	8%	17%
B	1%	3%	3%	7%
계	10%	45%	45%	100%

채널A IMC Best Case

흥미로운 토크로 풀어 낸 폐렴구균 예방 접종의 중요성



2015년 메르스의 발발과 함께 질병 예방에 대한 국민적 관심사가 커졌다. 가을을 지나 겨울로 들어설 무렵에 또 개그맨의 폐렴 감염 소식과 함께 폐렴구균 예방 접종의 중요성이 예년에 비해 더욱 증대되었다. 이러한 상황에 맞춰 채널A의 대표 킬러 콘텐츠 ‘이제 만나러 갑니다’에서 스토리텔링형 기획 PPL이 집행되었다. 북한의 폐렴과 예방 접종 실태에 대해서 이야기로 시청자들의 흥미를 유발하고 대한민국의 신기한 예방 접종 및 폐렴 상황에 대해 언급 후 진행자들의 입을 빌어 폐렴구균 예방 접종의 중요성을 환기시켰다. 방송과 더불어 해당 비디오 클립이 네이버 TV 캐스트 등 온라인에도 업로드되어 채널A PPL 집행을 통해 오프라인과 온라인을 넘나드는 마케팅 커뮤니케이션이 진행되어 광고주가 높은 만족감을 나타냈다.

‘나는 몸신이다’와 함께하는 몸신 되기 프로젝트

1. 비닐장갑 손가락 끝 부분 구멍 뚫기

2. 비닐장갑 손목 부분을 바깥쪽으로 말아 줌

3. 비닐장갑을 입에 대고 3분간 힘껏 불기

중요: 숨을 끝까지 내쉬기

중요: 숨을 깊게 내쉬면 복식호흡 가능

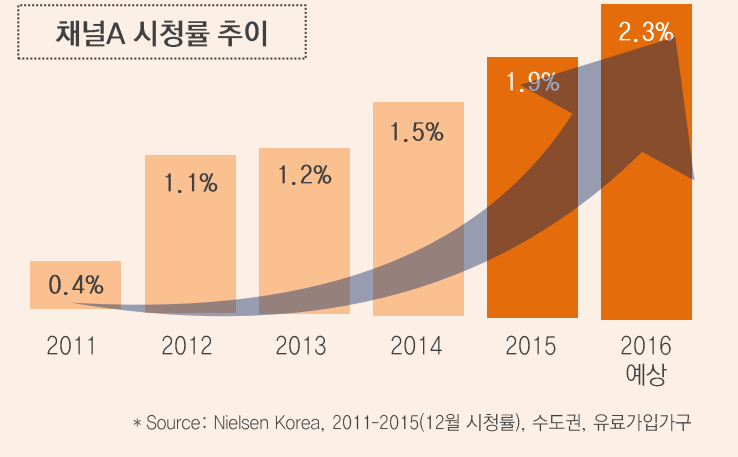
한국인이 가장 선호하는 건강 버라이어티 ‘나는 몸신이다’

출연: 정은아, 변우민, 조민희, 이용식, 엄앵란 등
시간: 매주 수요일 23시

채널A Hot Issue

채널A 월간 시청률 기록 경신하며 2% 육박

채널A 시청률 상승세가 거세다. 개국 당시 가구 기준 시청률 0.4%로 시작했다 하지만 개국 1년 만에 1%를 넘기며 큰 등락 폭 없이 매년 20% 수준의 꾸준한 상승세에 힘입어 2015년 12월 1.9%를 기록하며 2016년 2% 돌파를 예고해 했다. 또한 20-40대 남녀 타깃 시청률도 마찬가지로 개국 대비 2.5배 수준으로 향상(2015년 12월 기준 0.2%, 유료방송채널 4위)되어 채널A도 확실한 마케팅 톨로서 부족함이 없다는 것이 입증되었다. 2016년에는 다양한 예능부터 드라마까지 다양한 콘텐츠가 준비되어 있고, 국가적 이벤트와 함께 시청률 외연 확대가 가능할 것으로 보인다.



2016년 채널A의 키워드 ‘진짜 즐거움’

2015년 12월 채널A가 개국 4주년을 맞이하여 대대적인 개편을 단행하며, 2016년 대변혁을 예고했다. 채널A는 2016년 매일매일 쏟아지는 ‘진짜 즐거움’이라는 슬로건 하에 23시대 오리지널 예능 편성을 완료하였으며, 더불어 주말 프라임 타임에는 주력 콘텐츠를 2개씩 배치하였다. 또한 주중 저녁 시간에도 다양한 장르의 교양을 론칭하고 있으며, 상반기내로 주중 19시대와 20시대도 오리지널 쇼양으로 꽉 채울 예정이다. 신규 프로그램들에 대한 반응도 뜨겁다. 토요 야생 버라이어티 존의 한 축을 구성하고 있는 김병만의 ‘머슴아들’은 매회 20-40대 남녀 타깃 시청률이 2배 이상씩 상승하고 있다. 더불어 방송 시작 전부터 주병진의 리얼 예능 첫 도전 및 200평 팬트 하우스 공개라는 수 많은 이슈를 생성한 ‘개밥 주는 남자’도 첫 회 3%에 육박하는 시청률을 기록하였고, 방송 다음날까지 주요 포털 검색어 상위권에 오르는 등 채널A의 개편이 성공적이라는 것을 입증하고 있다. 더불어 크리스마스에 첫 방송될 ‘동갑내기 여행하기’도 기존 여행 프로그램과 다른 요소들을 품고 있어 큰 반향을 불러 일으킬 것으로 예상된다. 이와 함께 2016년 상반기에 채널A 오리지널 드라마 제작 및 편성도 확정되어 다양한 장르의 프로그램들로 무장해 지상파에 버금가는 라인업이 완성될 예정이다.

2016년 채널A 기본 편성표

	월	화	수	목	금	토	일
19시						종합뉴스	
20시	생활정보/쇼양/교양				예능	드라마 (편성 시간 협의 중)	
21시						교양	
22시	종합뉴스						
23시					예능		
24시							
25시							

STAFF

NEWS ON A

2016년 1월호 제7호 / 2015년 12월 23일 발행
발행인: 이강운
편집인: 김용석
Editor: 미디어레파 마케팅기획팀
발행처: 미디어레파
문의: 02-2020-2610 / CHANNELA_ad@mediarepa.com