

2017

10

CHANNEL A
AD SALES & CONTENTS
GUIDE BOOK NO.5

A
story



COVER STORY



채널A 개편프로그램

풍문으로 들었쇼

핫한 클러버 박수홍과 시청률 보증수표 박하나를 앞세워 새롭게 돌아왔다. 팩트는 기본, 패널들의 소신 발언까지 결합. 연예계 핫이슈와 트렌드를 맛깔나게 분석하는 신개념 연예정보 프로그램.

영업사원들이 말하는 BUYING TIP

가장 핫한 스타와 대중문화를 알 수 있는 프로그램



두터운 시청층 확보로 최고 수준 광고 효율 보장

문형원 마케팅 1팀
010-5298-3686
moontta@donga.com



이도학 마케팅 2팀
010-7184-1741
dohaklee@donga.com



스튜디오에 상품을 배치, 자연스러운 노출로 PPL 가능

김장하 마케팅 3팀
010-7117-6417
jhkim96@donga.com

contents

2

COVER STORY

풍문으로 들었쇼

박수홍이 진행하는
대한민국 대표 연예정보 프로그램
‘풍문으로 들었쇼’

4

FOCUS

하트시그널

After 하트시그널 → Younger 채널A
‘하트시그널’ 성공으로
더 젊은 콘텐츠 추구
채널A 스테이션 이미지
차별화도 가속화

9

INTERVIEW

하트시그널 이진민 PD

“하트시그널 시즌2로
곧 돌아옵니다.
더 강한 시그널 기대하세요.”

10

STORY 1

도시어부

한치의 양보없는 치열한 낚시 승부
곳곳에서 터지는 예능감
그리고 이어지는 폭풍 먹방

12

COMING SOON 1

거인의 어깨

“대세는 인문학이다”
가장 핫한 키워드를 통한
트렌드 인문학의 재발견

14

COMING SOON 2

로맨스 특별법

채널A 웹드라마
‘로맨스 특별법’ 방송 확정
에이핑크부터 빅스까지
인기 아이돌 총출동

16

STORY 2

개밥주는 남자

‘용형’과 ‘사무엘’도 홀린
더 젊어지는 ‘개밥주는 남자’

18

STORY 3

관찰카메라24

제주 우도 & 서울 용산 해방촌
바닥까지 살살이 훑었다
돌아온 ‘관찰카메라24’

20

INSIDE DAMG

‘청년일자리 창출’ 이끌어가는
동아미디어그룹

22

PROGRAM GUIDE

34

AD SALES GUIDE



STORY A 제5호

발행처 미디어랩A

문의 02-2020-2610

channela_ad@mediarepa.com

디자인 동아이앤디

제2의
전성기

MC 박수홍

시청률
보증수표

MC
박하나

박수홍이 진행하는 대한민국 대표 연예정보 프로그램 ‘풍문으로 들었쇼’

박수홍, 박하나가 MC를 맡은 ‘풍문으로 들었쇼’가
9월 18일 시청자를 찾아간다.
MC교체 외에도 100회를 맞아
변화된 새로운 모습을 보여줄 예정이다.



대한민국 최고 클러버로 등극하며 제2의 전성기를 맡고 있는 박수홍이 '풍문으로 들었쇼(이하 풍문쇼)'를 이끌게 된다. 여기에 시청률 보증수표 박하나까지 가세했다. 대한민국 대표 연예정보 프로그램 '풍문쇼'가 100회를 맞아 대대적인 개편을 단행했다.

안정된 진행력을 갖춘 박수홍과 최근 여러 예능을 중횡무진하며 예능 셋별로 떠오른 박하나가 프로그램 진행을 맡게 되면서 두 사람이 만들어낼 환상적인 케미가 기대되고 있다. MC뿐 아니라 걸그룹 출신 배우 유소영과 가수 슬리피 등 일부 패널들도 새로 합류했다. 유소영과 슬리피는 연예계 사건 사고와 방송가의 다양한 소식을 쏟아낼 전망이다. 기존 연예인 패널인 홍석천과 촌철살인 멘트를 자랑하는 김가연은 자리를 유지한다.

개편 이후 '풍문쇼'는 인물과 사건을 총 망라한 대중문화의 주요 이슈를 다룰 계획이다. 연예인들의 사생활과 과거를 지나치게 파헤친다는 지적에 따른 조치다. 이에 따라 코너 구성도 대폭 바뀐다. 첫 번째 코너인 '핫 풍문-이게 팩트다!(가제)'에서는 한주 동안 가장 핫했던 인물과 사건을 분석한다. 떠도는 얘기를 전하는 것뿐만 아니라 사건을 집중 취재해 다각도로 분석할 예정이다. 두 번째 코너인 '풍문이슈-옛다! 풍문(가제)'는 연예계, 방송계에 떠도는 풍문을 스튜디오에서 직접 이야기하며 시청자들의 궁금증을 해소하는 코너다. 상황에 따라 MC나 출연자가 현장에서 직접 전하게 된다. 마지막 코너는



'연관 검색어 런드리샵(가제)'이다. 런드리샵(세탁소, Laundry shop)을 통해 스타를 따라다니는 연관검색어를 알아보고 깨끗해진 빨랫감처럼 부정적인 연관검색어에 대한 오해를 해소하는 코너다. 100회를 맞아 대폭 개편한 '풍문으로 들었쇼'는 9월 18일부터 만나 볼 수 있다.

풍문으로 들었쇼 회차별 시청률

유료가입가구



2049 남녀





After 하트시그널 → Younger 채널A
 ‘하트시그널’ 성공으로
 더 **젊은 콘텐츠** 추구
 채널A 스테이션 이미지
 차별화도 가속화

채널A ‘하트시그널’이 자체 최고 시청률과 폭발적인 화제성을 기록하며 유종의 미를 거뒀다. ‘하트시그널’이 시청자들에게 성공적인 시그널을 보낼 수 있었던 요인은 무엇일까.



김세린

강성욱

신아라

윤현찬

1 '짝' 이후 대표 매칭 프로그램의 부재

1990년대 공전의 히트를 기록했던 '사랑의 스튜디오'를 시작으로 2010년대 초반 '짝'까지 대한민국 방송계에는 시대를 대표하는 매칭 프로그램이 있었다. 하지만 불미스러운 사건으로 갑자기 종영한 '짝' 이후 이렇다할 매칭 프로그램이 없었다. 이런 빈틈을 노리고 지금껏 볼 수 없었던 새로운 개념의 매칭 프로그램 '하트시그널'이 등장하게 됐다.

2 '러브 서스펜스', 새로운 포맷 개척

그동안 실패했던 매칭 프로그램의 사례를 보면, 전혀 새롭지 않고 과거를 답습할 뿐이었다. 대부분 연예인들끼리 사전에 만들어진 각본 하에서 움직였다. 하지만 '하트시그널'은 달랐다. 같은 공간에서 청춘남녀들이 이른바 썸을 타는 것은 과거와 유사한 형태다. 하지만 이것을 VCR로 활용해 스튜디오에서 '연예계 썸'들과 심리 전문가가 추리해 나간다는 새로운 포맷을 더했다. 이것이 2017년 시청자들에게 통했다.

3 드라마보다 더 드라마 같은

‘하트시그널’이 한창 방송 중일 때 ‘하트시그널 대본실’이라는 내용의 글들이 온라인을 달궜다. 진행자들과 출연자들이 밝혔던 것처럼 시그널 하우스에서 벌어진 일들은 100% 리얼이다. ‘대본실’이 등장한 것은 그만큼 드라마보다 더 드라마 같은 명장면들이 많았다는 증거다. 또 연기자 못지 않은 심쿵 멘트들도 속속 터졌다. 시청자들은 열광했다. 매회 선택의 순간 극적인 장면을 연출했으며, 마지막 결정의 순간 까지도 시청자들의 숨을 멎게 했다.

4 온라인은 ‘하트시그널’ 놀이터

새로운 포맷이 무조건 성공하는 것은 아니다. 시청자들은 과거와 달리 놀이를 원한다. 프로그램에 대해 끊임없이 토론하고 자신의 주장을 펼칠 수 있는 또 다른 장(場)을 필요로 한다. 이런 점에서 ‘하트시그널’은 시청자들에게 놀이터를 제공했다. DC인사이드를 비롯 SNS에서 어떤 커플이 탄생할 것인지 갑론을박이 이뤄졌다. ‘하트시그널’ 페이스북 동영상에는 댓글이 4만 개까지 달리기도 했다. ‘하트시그널’은 굿데이터코퍼레이션의 주간 화제성 순위에서 채널A 프로그램 사상 최고 성적을 기록하기도 했다.(비드라마 부문 9위)





조회
300만회
×
댓글 **5**만개

2 채널A 개국 이후 최고의 화제성

‘하트시그널’은 주간 SMR 조회수가 150만 건 이상을 돌파했다. 공식 페이스북 팔로워 수는 20만 명에 육박하는 등 종영 후에도 인기 고공행진을 이어나가고 있다. 특히 서주원과 배우경의 데이트 영상의 경우 300만이 넘는 조회수와 5만 개가 넘는 댓글이 달리기도 했다. 12회차의 경우 굿데이터코퍼레이션에서 매주 발표하는 TV 화제성 조사에서 채널A 프로그램 사상 최초로 Top10 진입하기도 했다. tvN의 ‘삼시세끼’(14위)를 뛰어 넘는 성적이다. VOD 판매 성과도 괄목할 만 하다. 12회 방영 직후에는 스카이라이프 VOD 실시간 재생 순위 1위를 기록하기도 했다.

폭발적 화제성 보인 ‘하트시그널’

지난 7월 14일 ‘하트시그널’은 악성 댓글로 몸살을 앓았다. 이날 제작 상황상 불가피하게 ‘하트시그널’이 결방됐기 때문이었다. 시청자들의 항의는 그 다음 주까지도 이어졌다. ‘하트시그널’의 높은 화제성을 보여주는 단적인 예다.

높은 화제성의 근간은 기본 이상의 시청률

예능 프로그램은 기본적으로 일정 시청률(가구 시청률 기준 1% 이상)이 되지 않는다면 화제의 중심에 설 수 없다. ‘하트시그널’은 평균 1%, 최고 2%를 기록하며 다음 시즌 더 높은 상승세가 예상된다. 더불어 광고계에서 중요시하는 남녀 2049 타깃 시청률 역시 괄목할만한 성과를 보여주었다. 최근 3회분의 타깃 시청률은 1%를 넘어섰으며, 가구 시청률을 뛰어넘기도 했다. 또 30대 여성 시청자 비중이 25% 이상을 기록하는 등 다른 프로그램이 따라올 수 없는 성과를 냈다. MBC의 대표 예능 프로그램인 ‘라디오스타’의 경우 30대 여성 시청자 비중이 18%에 불과하다. 이렇게 높은 시청률과 핵심 타깃 비중이 높은 화제성의 원동력이 됐다.



팔로워
30만 명



남성 출연자
강성욱의
공식 팬 페이지

3 연예인 못지않은 인기의 출연자들

일반인 출연자 8명의 인기도 뜨겁다. 여성 출연자 중 배윤경은 인스타그램 팔로워 수가 30만 명에 육박하는 등 여느 연예인 못지않은 인기를 누리고 있으며, 남성 출연자 강성욱의 경우 공식 팬 페이지가 생겨나기도 했다. 그리고 최고 인기남이었던 장천의 이름을 활용한 '주구장천', '장천벽력' 등의 신조어도 탄생했다. 출연자들의 인기가 높아질수록 그들의 다양한 매력을 활용한 콘텐츠들이 생성되며 색다른 재미를 선사했다. 표정이 변화무쌍했던 강성욱과 서주원의 방송 화면을 캡처 해 만든 이모티콘이 인기를 끌며 실제 출시 가능성까지 제기되기도 했다.

시청률과 화제성 두 마리 토끼를 모두 잡은 '하트시그널'의 인기는 곧바로 광고 판매 실적으로 연결됐다. 11시 11분이라는 독특한 시작 시간을 활용한 탄력 시보부터 시그널 하우스에서 활용됐던 다양한 침실 소품들과 스튜디오 테이블의 음료, 얼굴 평가 애플리케이션까지 다양한 PPL 상품이 판매되는 성과를 달성했다.



“시즌1보다 더 강한 시그널 기대하셔도 될 것”

채널A ‘하트시그널’의 이진민 PD(41)는 ‘이제 만나러 갑니다’, ‘엄마가 뽐났다’, ‘아빠본색’ 등 채널A 간판 프로그램을 만들어 왔다. 그런 그가 러브라인 추리게임 ‘하트시그널’로 또 한번 대박을 쳤다.

“작은 움직임을 다 잡으려고 강박적으로 찍었어요. 출연자들 시선이나 표정, 발 모양까지 놓치지 않으려고 타이트하게 들어갔어요. 편집에도 이 점을 가장 신경 썼죠.”

은 제작진이 심리학 연구 서적을 탐독하고 이를 프로그램에 대입하려 노력했다. 이 때문에 30여 대가 넘는 다양한 카메라가 동원됐다. 다른 관찰 예능에 비해 많은 숫자다.

“남의 사랑이야기는 오래해도 피곤하지 않고 옆에서 훈수 들거리기도 많아요. 7시간 이상 스튜디오 녹화에도 연예인 출연자들이 집엘 가지 않을 정도로. ‘다음 이야기가 기대돼서 잠이 안 온다’며 녹화 장소에 빨리 오기도 하고요.”

일반인 출연자들도 화제였다. 서로 아무도 안 좋아하면 어떻게 하나 걱정도 됐다. 그러나 연예인과 달리 예측이 어렵다는 점이 시청자들의 마음을 끌어 프로그램에서 장점으로 작용했다.

“섭외에 가장 중요한 기준은 외모가 아니었어요. 모든 게 드러나는 장기간 프로젝트기 때문에 자기 언어로 말을 할 줄 아는 매력적인 사람이면 좋겠다고 생각했어요. 모든 사람을 1시간 이상씩 면담한 후 결정했죠.”

높은 인기만큼 각종 근거 없는 소문과 스포일러가 문제 되기도 했다. 방송 후반부로 갈수록 온라인엔 최종 커플설, 여자 친구설, 대본설 등이 돌았다. 이 PD는 이를 관찰 예능의 “숙명”이라고 말했다.

“최종 커플 라인인 최대한 입단속을 했어요. 본부장님과 사장님에게도 ‘알려고 하지 마시라. 이렇게 한두 명씩 알면 결국은 다 알게 된다’고 거절했을 정도로.”

이 PD는 조만간 하트시그널 시즌2 촬영 준비에 들어갈 예정이다. 가족애나 사랑 등 인간의 감정에 관심이 많다는 그는 “앞으로 하트시그널과 비슷한 형식의 가족 예능을 만들어보고 싶다”고 말했다.

내가 좋아하는 사람이
과연 날 좋아하는지가
세상에서 제일 궁금하지만,
실은 알기가 힘들거든요
이걸 보여줄 수 있는
과학적인 방법이 없을까
고민했죠



하트시그널
이진민 PD

한치의 양보없는 치열한 낚시 승부 곳곳에서 터지는 예능감 그리고 이어지는 폭풍 먹방

도시어부 3대 관전 포인트

이덕화, 이경규, 마이크로닷이 출연하면서 기대감을 자아낸 본격 낚시 예능 '나만 믿고 따라와, 도시어부'(이하 도시어부)가 첫 방송부터 높은 시청률을 기록했다. 전국 유료가입가구 2.1%로 1%대에 그친 경쟁사를 크게 압도했다. 1회에서는 이덕화가 추천한 어장인 전북 부안군 왕포로 조업에 나섰다. 쾌조의 출발을 보인 '도시어부'를 크게 세 가지 관전 포인트로 설명해 본다.



치열한 어전(漁戰)!

no.1

이덕화×이경규×마담
낚시 경력 도합 100년

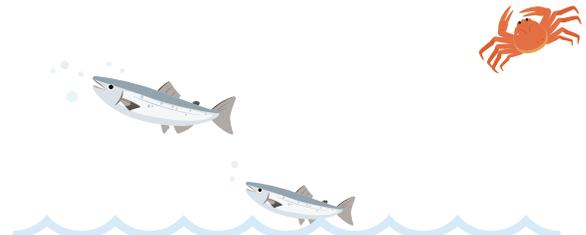


‘도시어부’의 핵심은 역시 낚시다. 낚시를 만약 정적인 스포츠로 여겼다면 그건 오산. 이미 ‘낚시 허풍토크’로도 유명한 이덕화와 이경규 두 이태공의 낚시 배틀이 ‘도시어부’에서 실전으로 확대된다. 이덕화는 첫 출항지인 왕포에서 200마리를 낚겠다고 자신했다. 낚시 승부에 몰입한 나머지 고기가 잘 잡히지 않을 때 제작진에게 욕두문자와 짐승소리를 섞어가며 역정을 내는 솔직한 모습으로 웃음을 줬다. ‘어복 선생’ 이경규는 이덕화 디스전을 펼친다. 이경규 역시 고기를 낚아 올려야 하는 급한 상황에서는 ‘버럭’을 선보이며 조바심을 들켰다. 낚시를 하기 위해 램을 한다는 마이크로닷은 빅뉴질랜드 앞바다에서 대물을 낚던 경력으로 형님들에게 절대 밀리지 않는 스웍(SWAG)을 보여주며 형님들을 긴장케 했다. 과연 치열한 어전(漁戰)에서 낚시대를 부르뜨릴만한 월척을 낚는 승자는 누가될까.

어의(漁義)상실?

no.2

낚시대 내려놓는 순간
캐릭터 반전



낚시는 낚시일 뿐. 승부의 검 낚시대를 놓는 순간 세 사람의 서열이 재정의되면서 생성되는 케미는 반전의 재미를 준다. 이덕화는 ‘낚시 무사’의 카리스마를 접어둔 채 끊임없는 입담을 펼쳐 예능계 최고령 ‘투머치 토크’ 대열에 합류할 가능성을 열어놓았다. 또한 향년 58세 이경규는 막내 마이크로닷을 제치고(?) 덕화 형님을 살뜰히 모시는 역할을 도맡는다. 한편 덕화에겐 손주 별, 경규에겐 아들 별인 마이크로닷은 두 형님의 사이에서 위축되지 않으면서도 모두를 아우르는 모습을 보여준다. 예상치 못했기에 더욱 재미있는 세 명의 이색 조합은 프로그램의 또 다른 관전 포인트다.

어(魚)감만족 활어 먹방!

no.3

‘낚시’라 쓰고
‘먹방’이라 읽는다



첫 회 왕포 편에서는 토치볼로 껍질을 살짝 구워 더욱 쫄깃해진 민어 회와 꽃게를 넣은 조기 매운탕 등이 공개됐다. 마이크로닷은 범상치 않은 회뜨기 실력을 선보여 두 형님을 만족케 했다. 꼭 배타는 사람이 아니어도 느낄 수 있다. 갓 잡은 활어를 회로 먹는 모습을 보면 시청자들의 침샘은 절로 자극되고 대리 먹방의 즐거움을 선사해준다.

“대세는 인문학이다” 가장 핫한 키워드를 통한 트렌드 인문학의 재발견 ‘거인의 어깨’

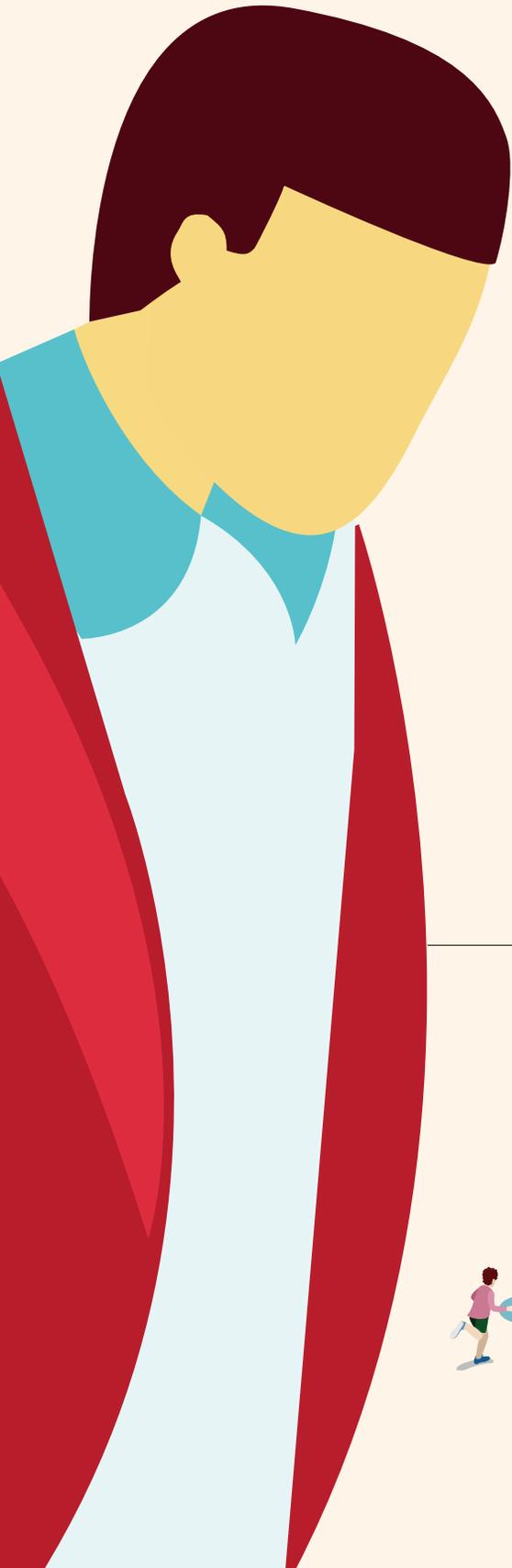


MC
서장훈

인문학에 대한 관심이 날로 높아지면서 강연 프로그램도 덩달아 관심을 받고 있다. 최근에는 문재인 대통령이 여름휴가 기간에 읽었던 책이 한 강연 프로그램 내용을 정리한 것으로 알려지면서 더욱 주목을 받고 있다. 특히 인문학이 바탕이 된 여행 프로그램까지 높은 시청률을 기록하면서 콘텐츠로서의 인문학의 가치도 높아지고 있다.

인문학이 방송 콘텐츠로 서서히 자리를 잡아가고 있지만 형태만 다를 뿐 대부분 과거 지향적 학문과 지식을 전달하는 수준이었다. 대부분이 강연 형태를 취하고 있으며 간혹 토론 형태가 있더라도 학문으로서 깊게 파고드는 모습이었다. 이런 과거 지향 일변도인 인문학 프로그램 속에서 트렌드를 분석해 인문학과 결합하고자 하는 하이브리드 인문학 프로그램 채널A ‘거인의 어깨’가 론칭된다.





MC
김동



트렌드와 인문학의 맛있는 결합

채널A '거인의 어깨'는 현재 가장 핫한 이슈들을 인문학의 다양한 시각으로 바라보며 분석하고 대화하는 신개념 하이브리드 인문학 예능이다. 예를 들어 '스몸비 현상'과 같은 주제에 대해 각기 다른 분야의 전문가들이 간단한 강연을 하고 연예인 패널들과 전문가들이 토크를 하는 형식이다.

메인 MC로는 운동선수 출신 예능인이자 독서광으로 알려진 서장훈이 낙점됐다. 서장훈을 보조할 MC는 연극 배우로 시작해 디자이너를 거쳐 만화가와 작가 그리고 셰프로 활동 중인 김동이 맡게 됐다. 단순 인문학 토크가 아닌 트렌드를 통한 인문학의 이해, 인문학을 통한 방향 제시를 모토로 한 채널A '거인의 어깨'는 10월 중 온에어 될 예정이다.

채널A 웹드라마 '로맨스 특별법' 방송 확정 에이핑크부터 빅스까지 인기 아이돌 총출동

채널A가 방송하는 웹드라마 '로맨스 특별법'(제작지원 대법원) 캐스팅이 확정됐다.
2017년 상반기 나란히 가요계를 휩쓴 에이핑크의 초롱(박초롱), 빅스의 혁(한상혁)과,
모 케이블 채널 추리 예능에서 탐정보조로 여심을 홀린 배우 김민규,
20년차 베테랑 연기자 류진이 출연한다.



로맨스와 법정물의 완벽한 조화

‘로맨스 특별법’은 완벽한 남자가 자신의 삶에서 부족한 1%를 찾는 로맨틱 코미디 법정 드라마이다. 무뚝뚝하지만 따뜻하고 인간미 넘치는 판사 정의찬(김민규 분)과 학창시절 문제아였으나 개과천선해 법원 실무관이 된 강세웅(한상혁 분), 그리고 비록 흡수저지만 YOLO(올로)를 외치며 희망찬 하루를 사는 공방 사장 서지혜(박초롱 분), 방황하는 비행 청소년들을 거둬들이는 촌데레 부장판사 이동훈(류진 분)이 얹히고 설키면서 벌어지는 로맨틱 코미디 법정 드라마다.



무뚝뚝하지만 따뜻하고 인간미 넘치는 판사
정의찬(김민규 분)



개과천선해 법원 실무관이 된 학창시절 문제아
강세웅(한상혁 분)



YOLO를 외치며 희망찬 하루를 사는 공방 사장
서지혜(박초롱 분)



방황하는 비행 청소년들을 거둬들이는 촌데레 부장판사
이동훈(류진 분)



시작 전부터 관심 집중

‘로맨스 특별법’은 법원행정처와 채널A가 기획하고 국내 최대 웹드라마 제작사인 컨버전스티비에서 제작하는 2017년 하반기 기대작이다. 대법원 관계자는 “젊은 세대로 하여금 사법정책과 제도에 대한 관심을 높이고 접근이 용이하도록 ‘로맨스 특별법’에 제작 지원했다”고 밝혔다. 9월 4일 오후 6시부터 네이버 V-LIVE에서 ‘로맨스 특별법’ 출연진들이 드라마에 대한 이야기를 나누고 팬들과 소통하는 모습이 그려졌으며, 높은 조회 수와 실시간 채팅 수를 기록했다.

시작 전부터 화제 몰이 중인 법정 로맨틱 코미디 ‘로맨스 특별법’은 채널A와 채널A플러스, 네이버TV를 통해 10월 중 방영될 예정이다.



히트곡 제조기 ‘용형’과 <용감한형제> 프듀 ‘사무엘’도 홀린 <프로듀스101> 더 젊어지는 ‘개밥주는 남자’

대한민국 대표 펫방 ‘개밥주는 남자’(이하 개밥남)가 더 젊어진다. 시즌1 주병진과 웰시코기 3형제 대중소로 큰 화제 물이를 했던 개밥남은 시즌2에서 배우 이경영, 셰프 최현석, 한류 스타 강타를 캐스팅하며 이목을 집중시켰다.



용감한형제의
 인스타그램

차오루와 허영지부터 용감한 형제와 사무엘까지

‘개밥남’의 스페셜 게스트로 인기 여자아이돌 차오루는 최현석과 허영지는 강타와 환상의 호흡을 자아냈다. 과거 지상파 관찰 예능 프로그램에 출연하면서 예능감을 뽐낸 적이 있고 다수의 오디션 프로그램과 토크쇼에 출연하면서 탄탄한 토크 실력도 검증 받은 히트곡 제조기 용감한 형제도 스페셜 게스트 진용에 이름을 올렸다. 그와 함께 프로듀스 101에서 아쉽게 11명에 들지 못했으나 솔로 데뷔를 통해 존재감을 입증한 사무엘도 출연했다. 이를 통해 다음 게스트 및 출연자들에 대한 기대감이 한층 높아지고 있다.

#기대감이 한층 높아진 스페셜 게스트



줄 잇는 출연 요청 외에 줄 잇는 미투 프로그램

연예인과 반려견의 알콩달콩한 삶을 조명하고 있는 ‘개밥남’이 시즌2를 거치면서 지속적인 인기를 끌자 미투 프로그램이 속속 등장하고 있다. 한 지상파에서는 채널A의 ‘개밥남’ 포맷에 스타가 아닌 일반인을 출연시키는 펫방을 8월부터 시작했다. 또 다른 케이블 채널에서는 ‘개밥남’ 포맷에 단순히 고양이 내용을 더한 프로그램을 9월에 론칭했다. 중편 채널들에

서도 ‘개밥남’을 따라하는 프로그램들을 곧 방송할 예정이다. 여러 미투 프로그램의 등장에도 불구하고 ‘개밥남’의 인기는 수그러들지 않을 것으로 보인다. ‘개밥남’은 2년 넘게 시즌2까지 이어오며 쌓아놓은 누적 효과가 크다. 전국 동물병원에 개밥남 홍보 포스터가 걸릴 정도로 브랜드 인지도도 높다. 또 이미 다수의 반려견 관련 제품 PPL을 소화하면서 광고주들의 만족도를 끌어 올릴 수 있는 다양한 노하우도 확보하고 있다.

#광고주 인터뷰와 반려견 관련 제품 PPL



반려동물 관련 물품 전문 업체 ‘펫맨’

‘개밥주는 남자’ 시즌2는 그동안 광고주들의 니즈를 반영한 다양한 PPL을 소화해 왔다. 최근에는 반려동물 관련 물품 전문 업체인 ‘펫맨’의 제품을 소개하기도 했다. ‘개밥남’ PPL에 대한 ‘펫맨’ 측 만족도는 매우 높았다. ‘펫맨’의 이주향 대표이사 인터뷰를 통해 ‘개밥남’ PPL에 관한 모든 것을 알아봤다.

반려동물을 다루는 많은 프로그램 중 특별히 채널A의 ‘개밥주는 남자2’를 선택한 이유는

‘개밥주는 남자’는 시즌1부터 관심을 가지고 지켜봤다. ‘개밥남’은 다른 프로그램과 달리 화제성 있는 스타와 반려견과의 케미를 보여주는 유일한 프로그램이다. 또 주변에서 PPL에 매우 적극적이라는 이야기를 듣기도 했다.

PPL 진행 과정 및 결과에 대한 만족도 어떠한가

PPL 진행을 하면서 매우 협조적이었던 제작진과 여러 단계를 거치지 않는 커뮤니케이션이 만족스러웠다. 우리가 원하는 포인트들이 최대한 반영되는 쪽으로 PPL이 진행됐다. 시청률도 높았고, 영상도 아주 좋게 나왔다.

PPL 진행 이후 추가로 받은 혜택도 있나

펫맨 공식 홈페이지에서 1~2분 길이의 PPL 영상을 링크를 걸어 활용할 수 있게 됐다. 또 PPL 장면을 스틸 컷으로 제공받아 펫맨 공식 블로그에서도 사용하게 됐다. 통상적으로 이런 경우에 상당한 비용이 들지만 모두 보너스 개념으로 받은 혜택이다.

‘펫맨’은 어떤 회사인가?

펫맨은 23년 전통의 반려동물 관련 물품 전문 기업이다. 창업 이래 23년간 전 세계 10개국에서 다양하고 경쟁력 있는 상품들을 독점 수입하고 있다.



제주 우도 & 서울 용산 해방촌 바닥까지 샅샅이 훑었다 돌아온 '관찰카메라24'



대한민국 관찰 예능 프로그램의 효시이면서 2015년까지 큰 인기를 모았던 '관찰카메라'가 시즌2로 돌아왔다. 9월 13일 첫 방송에서는 '우도'를 집중 조명했다. 한 해 200만 명이 찾는 우도는 최근 전기자동차 아닌 일반 자동차는 입도가 금지되고 있다. 친환경 예코 섬이 된 것. '관찰카메라24' 제작진은 우도를 새롭게 즐기는 101가지 방법을 관찰했다. 전기 오토바이로 돌아보는 우도 8경, 짜릿한 해양테저, 압도적 비주얼을 자랑하는 우도 먹거리까지. 지금까지 몰랐던 제주 우도의 특급 매력 이 모두 공개 됐다.

2회에서는 서울 용산구의 해방촌을 조명한다. 해방촌은 극과 극이 공존하는 지역이다. 한쪽에서는 모던함의 최상급을 보여주는 루프탑 카페들이 즐비해 용산 주변의 환상적인 전망을 팔고 있다. 하지만 또 다른 쪽에서는 옥상마다 빨래가 휘날리는 연식 오래된 주택가도 늘어서 있다. 이런 묘한 장면을 '관찰 카메라24'가 놓칠 리 없다. '서울의 지붕'인 해방촌의 극강 매력을 보여줄 예정이다. 특히 시즌1과 달리 '드론 캠'까지 장착해 한 층 업그레이드 된 영상을 제공할 예정이다.



세계 유수의 석양에 뒤지지 않는 우도의 환상적인 석양



젊은이들에게 핫플레이스로 떠오르는 우도 검멀레해변



관찰카메라 24시간 시즌1 시청률 그래프



유료가입가구



남녀 2049 타깃





‘관찰카메라24’는 소재에 제한이 없다. 특정 공간은 물론 인물도 다룰 수 있고, 음식이나 축제, 트렌드 등도 소재로 삼을 수 있다. 시즌1 때는 프로그램을 ‘24시간’으로 한정했기 때문에 소재 선정에서 공간과 시간의 제약이 있었다. 하지만 시즌2에서는 제목을 ‘24시간’에서 ‘24’로 바꿔 여러 제약을 극복했다. 채널A의 ‘관찰카메라’ 시즌1은 2012년 3월 론칭 해 3년 넘게 방송을 진행했다. 관찰카메라의 성공 이후 여러 방송에서 관찰예능프로그램이 붓물처럼 쏟아졌고 큰 성공을 거두고 있다. 이제 대한민국 관찰 예능의 효시적인 ‘관찰카메라’가 시즌2로 돌아오면서 관찰 예능의 정점을 찍을 수 있을 것으로 기대된다.



다양한 공방이 계속 들어서는 대한민국 빈티지 1번지, 해방촌



모던함과 레트로함이 공존하는 대한민국 유일무이한 공간





‘청년일자리 창출’ 이끌어가는 동아미디어그룹

동아미디어그룹이 취업난을 겪고 있는 청년들을 위한 다양한 일자리 프로젝트를 마련하며 ‘청년 고용절벽’ 극복에 힘을 보태고 있다. 농업과 해외 스타트업에서 청년들을 위한 새로운 일자리 기회를 제시하고, 사상 최악의 실업난 속에서 취업 준비생들에게 희망의 메시지를 전하는 것이 핵심이다.

농업에서 찾는 청년일자리

8월 25일부터 27일까지 서울 서초구 양재동 aT센터에서 개최된 ‘2017 A FARM SHOW-지자체와 함께하는 농림식품산업 일자리 박람회’에서 청년들의 눈길을 사로잡은 곳은 ‘취업 멘토링 부스’였다. 취업을 앞둔 고교생이나 취업준비생들은 준비해온 취업지원서와 자기소개서를 내밀며 취업 컨설턴트에게 조언을 구했다.

A FARM SHOW는 ‘농림식품산업이 일자리 창출과 경제성장의 새로운 동력’이라는 사회적 어젠다를 제시한 국내 최대의 농업박람회로 평가받는다. 동아미디어그룹은 기업들과 청년 구직자들 사이의 가교가 돼 농림식품산업에서 청년일자리 창출하는데 앞장서고 있다. 그 결과 해를 거듭할수록 박람회를 찾는 청년들의 발길이 꾸준히 늘고 있다.



‘2017 A FARM SHOW’ 가운데 취업 멘토링 부수를 찾은 관람객들이 농업 관련 미래 유망 직종에 대한 설명을 듣고 있다.



이런 추세를 반영해 올해 박람회에선 청년들에게 농림식품 분야의 유망 일자리 기회를 제공하는 ‘채용관’이 처음으로 마련됐다. 100여개 부스로 이뤄진 채용관에선 CJ제일제당, 농심, 빙그레 등 대기업들을 비롯해 축산, 산림, 농기계, 스마트팜 등 농림식품산업의 다양한 전문기업들이 참여해 채용정보를 제공했다. 농협 계열사들은 현장에서 입사 지원서를 접수하고 채용 상담을 진행했다.

실리콘밸리인턴 취업 성공

동아일보 청년드림센터가 마련한 ‘글로벌 인턴십’ 1기 프로그램은 실시 6개월 만에 의미 있는 결실을 거두고 있다. 글로벌 인턴십은 국내 대학생이 실리콘밸리의 스타트업에서 인턴으로 일하면서 학점도 인정받을 수 있는 프로그램이다.

글로벌 인턴십 1기 인턴 5명 중 최한별 씨(22·여·세종대 4학년), 박원권 씨(24·서울과학기술대 4학년), 홍영기 씨(25·고려대 4학년) 등 3명은 각각 지니어스 팩토리아와 펄스시스템스, 유젯의 정규직 채용을 약속받았다. 지니어스 팩토리아는 사내교육소프트웨어 시스템을 개발하는 스타트업, 펄스시스템스는 스마트시티를 구현하는 기술을 개발하는 회사, 유젯은 모바일 고객 커뮤니티케이션 플랫폼 회사다. 이들은 국내에서 학업을 마친 뒤 미국에서 정식 근무할 예정이다.

청년드림센터는 지난해 3월 미국 실리콘밸리에 동아일보 청년드림캠프를 세웠다. 이어 국내에서 이공계 학생 인턴 프로그램을 운영하는 과학기술정보통신부 산하 정보통신기술진흥센터(IITP)와 미국 현지에서 한국 기업들의 창업을 지원하는 실리콘밸리 글로벌혁신센터(KIC)에 글로벌 인턴십 프로그램을 적극 제안했고, 지난해 11월 3개 기관이 글로벌 인턴십 프로그램 운영을 위한 업무협약(MOU)을 맺었다.

청년을 위한 일일 레스토랑

채널A ‘유쾌한 삼촌’ 제작팀은 취업 준비 중인 청년들을 응원하기 위해 특별한 프로젝트를 마련했다. 7월 28일 ‘유쾌한 삼촌’ 프로듀서인 제작본부 제작2팀 채성일 PD는 포털사이트 다음에서 스토리펀딩 연재를 시작했다. 프로그램 제작노트 형식으로 방송 뒷이야기와 착한농부의 식재료를 소개하고, 클라우드 펀딩 형태로 후원을 받는다. 이렇게 모은 후원금은 서울 노량진 고시촌에서 공부하는 청년들에게 식사를 제공하는 데 사용될 예정이다.

이 프로그램에 출연 중인 이연복, 강레오 셰프 역시 “취업 준비를 위해 노력하는 청년들을 위해 착한 농부들의 식재료로 만든 건강한 한 끼 식사를 대접하고 싶다”며 흔쾌히 이번 프로젝트에 동참했다. 프로젝트는 10월 25일까지 90일간 진행된다.



PROGRAM GUIDE



거인의 어깨



트렌드와 인문학의
절묘한 조합
2017년 하반기
최고의 기대작

지식 전달에만 급급했던 지루한 강연 프로그램은 이제 그만!
트렌드를 인문학적 관점으로 분석하고 대안을 찾는다
진정한 예능인으로 거듭난 서장훈과
김풍의 맛깔난 토크도 기대 만발

PROGRAM INFO

출연 서장훈, 김풍
일시 10월 중 방송 예정
예상 시청률 3%(가구) / 1.5%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 2 프로그램 패키지
PPL 음료, 소품, 어플리케이션, 쿠키카드 등
가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

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
일시 월요일 밤 11시
최고 시청률 3.7%(가구) / 1.2%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 2 프로그램 패키지
PPL 음료, 소품, 어플리케이션, 큐카드 등
가상 광고 등급고지, 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 2.1%(가구) / 0.7%(P2049)

외부자들



동시간대 지상파마저 완전 압도! 지상파에서 포맷까지 베껴간 화요예능의 최강자!

현안의 중심에 선 내부자들이 보지 못하는 것들을 날카롭게
짚어보는 채널A 최초 시사예능. 봉도사 정봉주의 소름끼치는
예언부터 토론중의 의외의 케미까지. 화제성과 상품성을
고루 지닌 대표 킬러 콘텐츠로 자리매김

PROGRAM INFO

출연 남희석, 정봉주, 진중권, 전여옥, 안형환
일시 화요일 밤 11시
최고 시청률 4.9%(가구) / 1.9%(P2049)

개밥주는 남자 시즌2



대한민국 대표 펫방, 한층 업그레이드되어 더욱 강력하게 돌아오다!

대한민국 유일무이 스타&반려견 관찰 버라이어티, 시즌2로 화려하게 컴백! 안정적인 시청률과 높은 온라인 화제성으로 광고 완판 행진! 2016년 최고의 VOD수익 기록! 시즌2에서도 각종 광고 문의가 끊이지 않는 인기 프로그램

PROGRAM INFO

출연 강타, 최현석, 김원해, 고수희
일시 토요일 밤 9시 30분
최고 시청률 2.9%(가구) / 0.9%(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 한층 업그레이드된 재미 선사 새로운 아빠 '김형규'의 합류로 새롭게 탄생

PROGRAM INFO

출연 김구라, 문희준, 주영훈, 김형규, 이준혁, 이윤석
일시 수요일 밤 9시 30분
최고 시청률 4.5%(가구) / 0.8%(P2049)

이제 만나러 갑니다



국내외 언론 시선 집중, 300회를 돌파한 종편 최장수 프로그램

태영호 공사와의 단독 인터뷰를 통해 입증된 영향력과 화제성 300회를 돌파하며 종편 최장수 프로그램으로 당당히 자리매김. 토니안, 장수원, 단딘 등 젊은 패널의 투입으로 2049남녀 타깃형 콘텐츠로 발돋움

PROGRAM INFO

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

나는 몸신이다



대한민국의 몸신들, 여기 다 모였다! 몸신들이 알려주는 건강비법

한국인의 가장 선호하는 건강 정보 프로그램. 시청률 6%를 돌파하며 지상파까지 위협한다. 색다른 건강 비법으로 다양한 연관 검색어 생성 중

PROGRAM INFO

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

러브라인 추리게임 하트시그널 스페셜



시그널 하우스에서 펼쳐지는 뜨거운 시그널, 상금을 놓고 펼치는 예측자들의 숨막히는 추리

온·오프라인에서 입증된 화제성, 2049 타깃의 마음을 사로잡은 바로 그 프로그램. 새로운 출연진의 합류로 긴장감이 넘치는 시그널 하우스 폭발적인 관심으로 시즌2 제작까지 확정!

PROGRAM INFO

출연 윤종신, 김이나, 이상민, 양재웅, 신동
일시 금요일 밤 12시 30분
최고 시청률 2.0%(가구) / 1.3%(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
시즌1 최고 시청률 3.5%(가구) / 0.9%(P2049)

유쾌한 삼촌 착한 농부를 찾아서



정직한 먹거리의 가치를 찾아 떠나는 두 셰프의 여정

이번에는 착한 식당이 아닌 식재료를 찾는다!
이연복, 강례오 두 셰프와 함께 건강한 먹거리를 찾는 여정
먹거리X파일이 지켜온 정직한 먹거리의 가치를 이어가는 프로그램

PROGRAM INFO

출연 이연복, 강례오
일시 금요일 밤 8시 20분
최고 시청률 1.2%(가구) / 0.4%(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 수요일 밤 11시
최고 시청률 5.2%(가구) / 0.9%(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 영렬한 지지를 받는 스테디셀러!
예능 제작진의 합류로 다양한 흥미 요소까지 기대

PROGRAM INFO

내레이션 장광
일시 목요일 밤 9시 50분
최고 시청률 3.8%(가구) / 1.0%(P2049)

김현욱의 굿모닝



일상을 바꾸는 새로운 아침이 시작된다! 아침을 업그레이드 시키는 활력 충전 정보 프로그램

최고의 아나테이너 김현욱과 대한민국 대표 기상캐스터 추혜정의 만남!
놓칠 수 없는 알짜 정보로 당신의 아침을 업그레이드
건강, 살림, 뷰티, 생활 법률, 경제 문화 등 모든 이슈를 한눈에

PROGRAM INFO

출연 김현욱, 추혜정
일시 평일 오전 8시
최고 시청률 1.9%(가구) / 0.2%(P2049)

TV주치의의 닥터 지.바.고



실험과 검증을 통해 5천만 국민의 건강을 책임질 신개념 인포테인먼트

건강과 실생활에 꼭 필요한 아이템을 총 망라, 진실과 이면을 공개한다!
가정의학과 전문의와 한의사의 합류로 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



자산 관리에 대한 편견을 뒤집는 신개념 자산 인포테인먼트

‘있어야 자산 관리를 하지’라는 안일한 생각이 만든 현실
아이들부터 배우까지 유명 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 윤택이 대한민국 방방곡곡 찾아 떠나는 ‘윤택한 여행’
죽음의 문턱에서 살아난 이들을 만나는 체육인 이상인의 ‘기적의 건강밥상’
개그우먼 조수연과 알아보는 생활 밀착형 시골 성공비법 ‘시골애(愛)산다’

PROGRAM INFO

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

체인지업 라이프 헬로 굿맨



전국방방곡곡을 무대로 펼치는 신개념 탈바꿈 프로그램

건강을 잃으면 모든 것을 잃는 것!
우리의 이웃인 굿맨들의 생활방식, 운동법, 식사법을 통해
지금까지의 생활방식을 바꾸고, 생활상식은 업그레이드

PROGRAM INFO

일시 일요일 아침 8시 20분
최고 시청률 5.2%(가구) / 0.9%(P2049)

채널A 종합뉴스



매일 저녁 시청자를 찾아가는 대한민국 가장 빠른 메인뉴스

쟁쟁한 경쟁자들을 제치고 유료방송 메인뉴스 상위 랭크
미디어미래연구소 선정 화제성 1위 프로그램
시청자들의 뉴스 시청 패턴을 고려한 시청자 지향형 메인 뉴스

PROGRAM INFO

출연 김승련,곽정아(평일) / 최재원, 김민지(주말)

일시 매일 저녁 7시 10분

최고 시청률 5.0%(가구) / 0.8%(P2049)

뉴스 TOP 10



많고 많은 하루의 사건, 사고 중 중요한 10개지만 골라서 알아본다

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)

신문이야기 돌직구 쇼+



8개 일간지를 모두 비교 해 본다 편안하고 쉽지만 깊이있는 신문이야기

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

PROGRAM INFO

출연 김진(채널A 기자), 정성희, 김병민, 박상철

일시 평일 오전 9시 20분

최고 시청률 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)

채널A 10월 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			어린이 교육 프로그램/애니메이션			B	7	예능/교양 재방	신대동여지도
	8			김현욱의 굿모닝				8		체인지업 라이프 헬로 굿맨
	9			신문 이야기 돌직구 쇼+				9	토요 랭킹쇼	선데이 모닝쇼
	10							10		
A	11			이슈 투데이			A	11		
	12			예능/교양 재방				12		예능/교양 재방
	13			뉴스특급				13		
	14							14		
	15			예능/교양 재방				15		
	16			정치 데스크				16	뉴스 스테이션	뉴스뱅크
	17							17		
	18			뉴스 TOP10				18	안형환의 시사포커스	일요매거진
	19			채널A 종합뉴스				19		채널A 종합뉴스
S A	20	TV 주치의 닥터 지·바·고	예능/교양 재방	관찰카메라 24시	예능/교양 재방	유쾌한 삼촌	S A	20		예능/교양 재방
	21	예능/교양 재방	나는 몸신이다	아재 감성 느와르	서민갑부	예능/교양 재방		21	개밥주는 남자 시즌2	예능/교양 재방
	22			아빠본색				22		
	23	풍문으로 들었쇼	외부자들	역사 다시보기 천일야사	도시어부			23		이제 만나러 갑니다
A	1	예능/교양 재방	황금나침반	예능/교양 재방	하트시그널 스페셜		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 10월 기본 편성표

급	시	월	화	수	목	금	급	시	토	일
B	6						B	6		
A	7			예능/교양 재방			A	7		예능 재방
	8							8		
S A	9			TV 주치의 닥터 지바고			S A	9	서민갑부	체인지업 라이프 헬로 굿맨
	10			교양 재방				10	유쾌한 삼촌	예능 재방
	11							11	착한 농부를 찾아서	
S S A	12						S S A	12		예능 재방
	13							13		
	14			예능 재방				14		
	15							15		
	16							16		
S A	17						S S A	17		
	18	나는 몸신이다	풍문으로 들었쇼	이제 만나러 갑니다	리브라인 추리게임	아재 감성 느와르 아빠본색		18		
	19							19		
	20		예능 재방		외부자들	개밥주는 남자 시즌 2		20	나는 몸신이다 특급비법	예능 재방
	21				황금나침반 나는 몸신이다 특급비법	역사 다시보기 천일야사		21	맛있는 토요일 밥 한번 먹자	
S S A	22			예능 재방			S S A	22		예능 재방
	23							23		
	24			나는 몸신이다 특급비법				24	나는 몸신이다 특급비법	
	1			예능 재방				1	리브라인 추리게임 하트시그널	



AD SALES GUIDE



• 일반광고상품

10월 프로그램 등급별 패키지

등급	프로그램	최소 청약금액(회차별/패키지 Value)		
		중CM	PIB	전후CM
Tier 1	외부자들	6천 만원	4천 만원	2천 만원
	도시어부			
Tier 2	개밥주는 남자 시즌2	4천 만원	2천 만원	1천 만원
	풍문으로 들었쇼			
	거인의 어깨			
	아빠본색			
Tier 3	이제 만나러 갑니다	2천 만원		
	나는 몸신이다			
	관찰카메라 24시			
	천일야사			
	서민갑부			

Ref) 금액대별 패키지 구성 예시

청약 금액	Tier 1	Tier 2	Tier 3	기타 횟수	패키지 Value	패키지 Value 할인율
1억원	중CM 4회	중CM 3회		금액대별 보너스율에 준함	360	72%
	중CM 4회	중CM 2회	중CM 2회			
	중CM 2회	중CM 6회				
8천만원	중CM 2회	중CM 3회			240	67%
	중CM 2회	중CM 2회	중CM 2회			
	중CM 2회	중CM 1회	중CM 4회			
6천만원	중CM 2회		중CM 6회	140	57%	
	중CM 1회	중CM 2회				
	중CM 1회	중CM 1회	중CM 2회			
4천만원	중CM 1회		중CM 3회	80	50%	
	PIB 1회	중CM 1회				
	PIB 1회		중CM 2회			
2천만원		중CM 2회		40	50%	
	전후CM 1회		중CM 1회			
		PIB 1회	중CM 1회			
			중CM 2회			

*패키지 Value가 동일할 경우 차환 가능(ex. Tier 1 중CM 1회 = Tier 2 중CM 1회 + Tier 3 중CM 1회 / Tier 1 PIB 1회 = Tier 2 중CM 1회 = Tier 3 중CM 2회)
 *패키지 Value의 단위는 백만원

프로그램별 특별 패키지

프로그램	판매 금액	위치별 횟수	
		전후CM	중CM(주말)
종합뉴스	3.5천만원	22	8
	3천만원	30	
애니메이션	0.5천만원	40	

Notice AD 패키지

판매 금액	월간횟수					비고
	총 횟수	SA	A	B	C	
0.5천만원	8	2	3	2	1	1일 노출 횟수 기준 최소 3일 전 청약 必 시급별 구성은 광고주 상황에 맞게 최대한 변동 가능
0.3천만원	5	1	2	1	1	
0.1천만원	2		1	1		

채널A 기본 판매 가이드

금액대	보너스율	시급별 비중			
		SA	A	B	C
6천 만원 이상	950%	40%	35%	15%	10%
5천 만원 이상	900%				
4천 만원 이상	800%	35%	35%	17.5%	12.5%
3천 만원 이상	750%				
2천 만원 이상	670%	30%	35%	20%	15%
1천 만원 이상	500%				

채널A플러스 기본 판매 가이드

금액대	1천만원 횟수	중CM 비중	SSA 비중	보너스율
1천 만원 이상	600	10%	50%	1900%
1천 만원 미만	500	80%	45%	1500%

• IMC 상품

일반 PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	판매 금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	3천 만원
				재방	TBD	
	단순PPL	협의	본방	1		
		재방	TBD			
온라인	비디오클립			1개		
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL		본방	1	2천 만원
				재방	TBD	
	단순PPL	본방	1			
		재방	TBD			
온라인	비디오클립			1개		
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL		본방	1	1천 만원
	재방			TBD		
온라인	비디오클립 편집 상황에 따라 제작 개수 상이					

• 채널A PPL Additional Benefit

*아래 내용은 광고규정의 변화 및 광고방식, 세부조건 등에 따라 변동 될 수 있습니다.
문의 채널A 미디어플러스트팀 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 사용자 별도의 추가 금액 없이
내부 기준에 따라 무료 제공

카드뉴스 제작/전파

네이버 포스트·카카오

NAVER kakao

Cue-Card PPL 패키지

등급	회차별 판매 금액	월단위 청약금액	해당 프로그램	길이	위치	비고
Tier 1	0.3천 만원	0.7천 만원	외부자들	30초 이상 (편집 상황에 따라 상이)	프로그램 오프닝	월 단위 청약 4회 기준(각 등급별 프로그램 중 택1)
Tier 2	0.25천 만원	0.6천 만원	거인의 어깨 풍문으로 들었소 아빠본색 이제 만나러 갑니다			
Tier 3	0.2천 만원	0.5천 만원	나는 몸신이다			
Tier 4	0.1천 만원	0.3천 만원	닥터 지바고 김현욱의 굿모닝			월 단위 청약 4회 기준(요일 택)

음료 단순 PPL 패키지

프로그램	횟수	금액
거인의 어깨	· 프로그램별 본방 1회 · 재방 1회 이상 · 총 12회 이상	5천 만원
개밥주는 남자 시즌2		
풍문으로 들었소		
아빠본색		
이제 만나러 갑니다		
나는 몸신이다		

*진행시 세부 사항 협의 가능

Context Bridge

위치	형태	길이	본/재	횟수	판매 금액	비고
중CM 고지 후 중Top 직전	애니메이션	7초 이내	본방	4	2천 만원	선택 프로그램 중CM 청약 광고주 대상 *제작비 포함
			재방	4회 이상		

예능 프로그램 가상 광고 패키지

형태	형식	길이	본/재	횟수	판매 금액
코너 브릿지	프레임형	5초수준	본방	4	3천 만원
			재방	TBD	
하이라이트	프레임형	10초수준	본방	4	3천 만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초수준	본방	4	2천 만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초수준	본방	4	1천 만원
			재방	TBD	

탄력 시보 패키지

시급	시간대	금액	기준	비고
SA Prime	21시대, 23시대	2.5천 만원	1회 10초 월 30회 기준	프로그램이 2개 이상 시간대에 걸쳐 있을 경우 높은 시급 적용
SA	나머지 SA	2천 만원		
A	A급 시간대 전체	1천 만원		
B	B급 시간대 전체	0.5천 만원		

• 결합 판매 및 업프런트 판매 제도

결합 판매 제도

형태	개별 판매가 대비 할인률	혜택	청약 조건
일반 광고	20%	· 일반 광고 포함 시 최종 청약 금액으로 최소 청약 금액 산정	· 일반 광고와 탄력 시보는 각 3천 이상 시 통합 패키지 포함 가능 · 일반 광고와 탄력 시보(or Notice AD)만의 결합 시 할인 및 혜택 불가
탄력 시보/Notice AD			
가상 광고	50%	· 일반 광고 포함 시 채널A 플러스 추가 노출(Hits 협의 必)	
PPL(Cue-Card)			
PPL(Cue-Card 외)	30%	· PPL 및 가상 광고 위치에 따른 일반 광고 일자/위치 선정 가능	
동아 광장	TBD	할인 금액 일정 부분 포기 및 동아일보 시설관리팀 통해 동아 광장 활용 동시 진행 시 Benefit 제공	

*미디어렐A는 동아 광장 판매에 일절 연관 없으며, 동아 광장은 동아일보 시설관리팀에서 판매/관리

업프런트 판매 제도

패키지	청약기간	최소 청약 금액	금액 소진 조건	Upfront 통한 업그레이드 패키지
단기 캠페인형	3개월	1억원	청약 금액의 90% 이상 소진	· 일반 청약 대비 프로그램 등급 및 CM 위치 업그레이드 · 추가 보너스율 200% 이상 적용 / 추가 Hits 30% 수준 제공 · 청약 금액 100% 소진 시 계약 마지막 달 가상 광고 or 탄력 시보 서비스
중기 캠페인형	6개월	2억원		
장기 캠페인형	12개월	4억원		

업프런트 보너스율 가이드라인

청약금액	보너스율		1천 만원 Hits	
	일반청약	업프런트	일반청약	업프런트
6천 만원 이상	950%	1200%	20	25
5천 만원 이상	900%	1150%	19	24
4천 만원 이상	800%	1100%	18	23
3천 만원 이상	750%	950%	17	22

• 개밥주는 남자 PPL 예시

S유업

최현석 셰프가
애견 전용 우유 활용



B제약사

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