

2018
01

CHANNEL A
AD SALES & CONTENTS
GUIDE BOOK NO.7

W
story

미소, 눈빛, 떨림 그리고 사랑
단 하나의 마법 같은 시그널

하트시그널 시즌2 Coming Soon



표지 이야기



채널A 신규프로그램

하트시그널 시즌2

지난 여름 시청자들의 '연애세포'를 깨운 '하트시그널'이 시즌2로 돌아온다. 이번엔 하얀 눈과 함께 하는 '눈꽃 멜로 예능'이다. 럭셔리한 시그널하우스에서 전개되는 사랑의 시그널은 어떤 두근거림을 불러올까. 2018년 2월 온에어 예정.

영업사원들이 말하는 BUYING TIP

시즌1에서 검증된 프로그램, 최고 만족 PPL 보장

2049시청률 보장, 화제성 보장

하트시그널에 나온 상품은 100% 대박

신지혜 IMC팀 010-9682-0212 sjh9682@donga.com	문형원 마케팅 1팀 010-5298-3686 moontta@donga.com	강창협 마케팅 2팀 010-5063-4708 mrhyup77@donga.com
---	---	--

contents

2

COVER STORY

2018년에도 채널A는 승승장구

‘외부자들’ 시청률 반등
‘도시어부’ 예능 최강 등극
이제 비상(飛上)만 남았다

8

LINE UP

속속 이어지는 예능 & 드라마

‘하트시그널 시즌2’를 비롯해
‘우주를 줄게’, ‘동반출국’ 등
다양한 프로그램 준비

14

INSIDE CHANNEL A

뜨거운 열기 속 매체설명회

개국 이후 첫 매체설명회
“이미지 젊어졌다” 평가

16

INTERVIEW

채널A PD가 말한다

채널A 프로그램 잇단 이슈
‘젊은 공격수(Young Forward)’라
불리는 젊은 PD들이 핵심

18

SPECIAL REPORT

채널A 웹드라마

‘희망소생사 고용씨’ 등
채널A 웹드라마 호평
제작 및 운영 노하우 탁월

20

FOCUS

탁월한 채널A PPL

전년 대비 62.5% 성장
모든 예능 프로에서 적극적 소화

22

PROGRAM GUIDE

34

AD SALES GUIDE



STORY A 제7호

발행처 미디어렙A

문의 02-2020-2610

channela_ad@mediarepa.com

디자인 동아이앤디



신개념 시사 예능
 ‘외부자들’ 1주년
 국민 취미까지 바꾼
 ‘도시어부’ 등
 2018년에도 채널A
 프로그램 ‘하태핫태’

개개의 해 2018년 무술년(戊戌年)에도 시청자들의 채널A에 대한 관심과 사랑은 여전할 것으로 보인다. 1주년을 맞는 ‘외부자들’은 최근 시청률이 다시 오르고 있다. ‘국민 취미’를 등산에서 낚시로 바꿨다는 평가까지 받는 ‘도시어부’는 거침없는 시청률 상승 곡선을 그리고 있다. 2017년 공전의 히트작 ‘하트시그널’은 2월 중 시즌2로 돌아올 예정이다. 이제 2018년 채널A의 비상(飛上)은 지켜볼 일만 남았다.

MC 남희석



OUTSIDER

외부자들

‘외부자들’ 4분기부터 시청률 반등
중량감 있는 정치인 출연으로 화제



교수
진중권

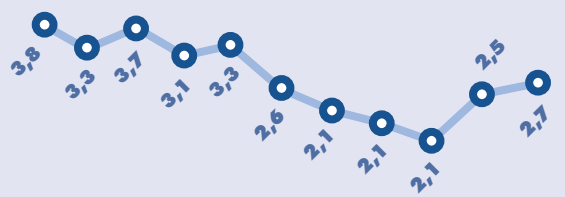
前 국회의원
안형환

‘내부자’가 되지 못한 사람들의 목직한 입담이 핵심인 ‘외부자들’은 2017년 10월부터 시청률이 다시 오르기 시작했다. 2017년 9월 한 달 동안 평균 시청률이 2.13%(닐슨코리아, 전국기준)이었으나 10월에는 2.553%를 기록했고, 11월에는 2.766%까지 올랐다. 이런 추세라면 방송 초창기 보여줬던 파괴력을 곧 넘어설 것으로 보인다.

2016년 12월 27일 첫 방송을 시작한 ‘외부자들’은 1회 시청률이 3.251%(닐슨코리아, 수도권 기준)로 종합편성채널 동시간대 1위를 기록했다. ‘4인 4색’ 라인업으로 화제가 된 진중권 교수와

2017년 외부자들 월별 평균 시청률

*자료원: 닐슨코리아, National, 2017년 1월 ~ 11월



1월 2월 3월 4월 5월 6월 7월 8월 9월 10월 11월

정봉주, 전여욱, 안형환 전 의원이 모두 포털사이트의 실시간 검색 10위 안에 올랐다. 이후 ‘외부자들’은 방송 3회 만에 시청률 4.287%(닐슨코리아, 전국기준)를 기록했다. 특히 이날 분당 최고시청률은 5.19%까지 치솟기도 했다. ‘외부자들’의 2017년 1월 평균 시청률은 3.815%였다.

‘외부자들’은 정치색이 다른 출연자들의 화끈한 벼랑 끝 토론이 매력이다. MC 남희석을 중심으로 보수와 진보를 아우르는 4명의 입담꾼들이 현안에 대해 뜨거운 토론을 벌인다. 진중권, 정봉주, 전여욱, 안형환 4인 4색의 토론 케미스트리는 시청자들에게 시원한 사이다를 선사한다. 그

前 국회의원
정봉주



려면서도 이들은 유머와 너살을 잃지 않는다. ‘외부자들’은 타 시사예능 프로그램과의 차별화에 성공했다. 2017년 3월 한국갤럽 조사에서는 ‘한국인이 좋아하는 TV프로그램’ 8위에 오르기도 했다. 시청률과 화제성이 보장되는 시사 예능 프로그램이어서 증량감 있는 정치인들의 출연도 이어지고 있다. 대표적인 인물이 문재인 대통령이다. 문 대통령은 대선주자 시절이던 2017년 3월 ‘외부자들-제1차 대선주자 청문회’에 첫 주자로 출연해 화제를 모았다. 문 대통령은 “요즘 늘 대통령이 된 순간을 상상해 본다”면서 강한 대권 의지를 피력한 바 있다. 문 대통령 외에도 박원순 서울시장, 이재명 성남시장, 나경원 자유한국당 의원, 남경필 경기도지사 등이 출연해 화제를 모았다.

작가
전여욱



증량감 있는
정치인들의 출연

문재인
시정자 여러분 반갑습니다

박원순 서울특별시
비공식 특사

이재명
* 경기도 성남시장
* 더불어민주당 경선 후보
* 제28회 시법시험 합격

나경원
* 2009년 서울행정법원 판사
* 제19대 국회 외교통일위원회 위원장
* 제17·18·19·20대 국회의원

남경필
* 제34대 경기도 도지사
* 제15,16,17,18,19대 국회의원

박지원 의원
* 제국면의원당 대표
* 제14·18·19·20대 국회의원
* 제20대 통일부장관
* 제 대통령비서실 수석·정책특보
* 정치기획수석비서관

FISHER MEN

도시어부

‘도시어부’ 신개념 낚시 예능
목요일 밤 시청률 최강자로 부상



마이크로닷



이경규

연예계 자타공인 낚시꾼인 이덕화, 이경규, 마이크로닷이 자신 들만의 황금어장으로 낚시 여행을 떠나는 ‘나만 믿고 따라와, 도시어부’ (이하, 도시어부)는 방송 5회 만에 동시간대 종합편성채 널 시청률 1위에 올랐다. 10월 5일 방송된 ‘도시어부’ 5회는 3.916%(닐슨코리아, 전국)의 시청률을 기록했다. 그동안 종편 예 능 선두였던 JTBC ‘썰전’의 이날 시청률은 전 회 4.621%에서 3.045%로 내려갔다.

이후 11월 9일 방송된 10회 ‘도시어부’는 4.094%(닐슨코리아, 수도권)로 자체 최고 시청률을 경신하는 등 상승세를 이어가고 있다. 이날 멤버들이 통영으로 부시리 낚시를 떠난 모습이 그려졌는데 마이크로닷이 대형 참돔을 낚아 눈길을 끌었다. 이

도시어부 화차별 시청률

*자료원: 닐슨코리아, National, 2017년 9월 ~ 11월 26일



1회 2회 3회 4회 5회 6회 7회 8회 9회 10회 11회 12회

장면은 당일은 물론 다음날까지 주요 포털에서 실시간 검색어 1위를 기록하는 등 온라인 반응도 뜨거웠다.

‘도시어부’ 이덕화, 이경규, 마이크로닷의 조합은 기대 이상이라는 평가다. 이들은 ‘브로맨스 케미’와 ‘티격태격 케미’를 오가며 시청자들과의 케미까지 낚아 올렸다. 또 게스트로 출연한 이태곤은 이경규와 아옹다옹하면서 이경규의 버럭 캐릭터 완성도를 높였다.

출연자, 게스트들의 공통점은 낚시에 ‘美쳤다’는 것. 이들이 즐기면서 촬영하는 것이 화면에 고스란히 전해져 지상파 동시간대 예능까지 긴장하게 하는 ‘도시어부’ 인기의 원천이 됐다.

홍수현, 한은정 등 게스트들이 방송 당일부터 주요 포털사이트 실시간 검색어 상위권을 차지한 것은 ‘도시어부’의 인기를 보여주는 증거다. ‘도시어부’는 낚시가 재미없다는 편견을 깨뜨렸다. 온라인에서 “‘도시어부’를 보다가 낚시용품을 샀다”는 댓글을 심심치 않게 발견할 수 있다.

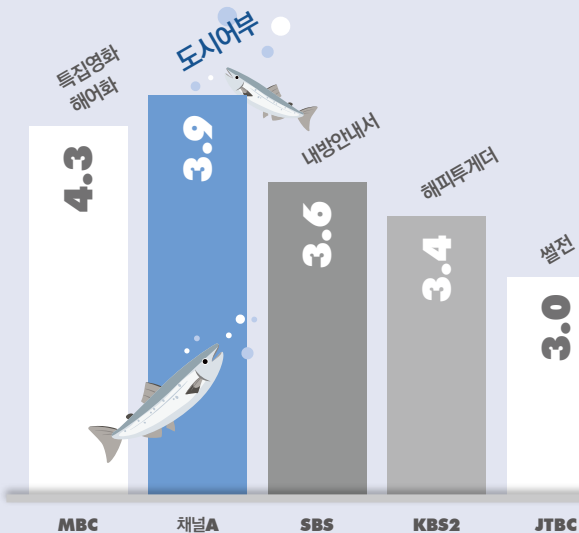
‘재밌다’는 입소문이 나면서 ‘도시어부’는 아빠들 사이에서는 물론 여성들과 1020 시청자들에게도 사랑받고 있다. ‘도시어부’ 관련 기사에는 ‘아내와 같이 시청한다’, ‘가족이 같이 본다’는 댓글들이 가득하다.

마지막 캐스팅, 마당 최후의 입질 편



이제부터 목요일 예능 최강자는 ‘도시어부’

*자료원: NielsenKorea, 전국, 2017.10.05, 유로가임가구



지상파 예능, JTBC ‘썰전’ 압도 목요일 23시 신흥 강자로 등극!



PACKAGE

패키지 소개

금액	패키지 개요	보너스율	광고횟수	구성
5천 만원	중CM 패키지	900%	75회	· 도시어부 중CM 6회(본방 중CM 2회 + 재방 중CM 4회) · 기타 프로그램 69회
3천 만원	PIB 패키지 (전 END1, 후 TOP1 후 TOP2, 후 TOP3)	750%	45회	· 도시어부 PIB 6회(본방 PIB 2회 + 재방 PIB 4회) · 기타 프로그램 39회
2천 만원	전후CM 패키지	670%	30회	· 도시어부 전후CM 6회(본방 전후CM 2회 + 재방 전후CM 4회) · 기타 프로그램 24회
가상광고 패키지	다음회 예고 중 7초 (제작비 별도)		3천 만원	· 도시어부 본방 4회 + 재방 4회

프로그램 소개 및 패키지 구매 포인트

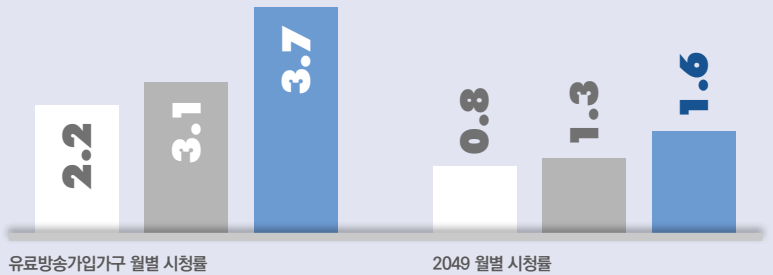


출연 이경규, 이덕화, 마이크로닷
편성 매주 목요일 밤 11시

당신이 모르는 황금어장으로 초대합니다! 낚싯대를 부러뜨릴만한 월척을 잡아 재미있고, 하루 종일 광을 쳐도 재미있는 세 어부의 좌충우돌 낚시 Swag 이야기

no.1

월 평균 시청률 꾸준히 상승!
타깃 가리지 않는
폭발적인 상승세



no.2

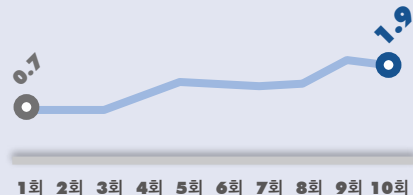
실검 순위, 낚시어플,
낚시카페, 홈쇼핑 트렌드로
입증된 화제성



2019 시청자 구성비



2019 여성 회차별 시청률 추이



no.3

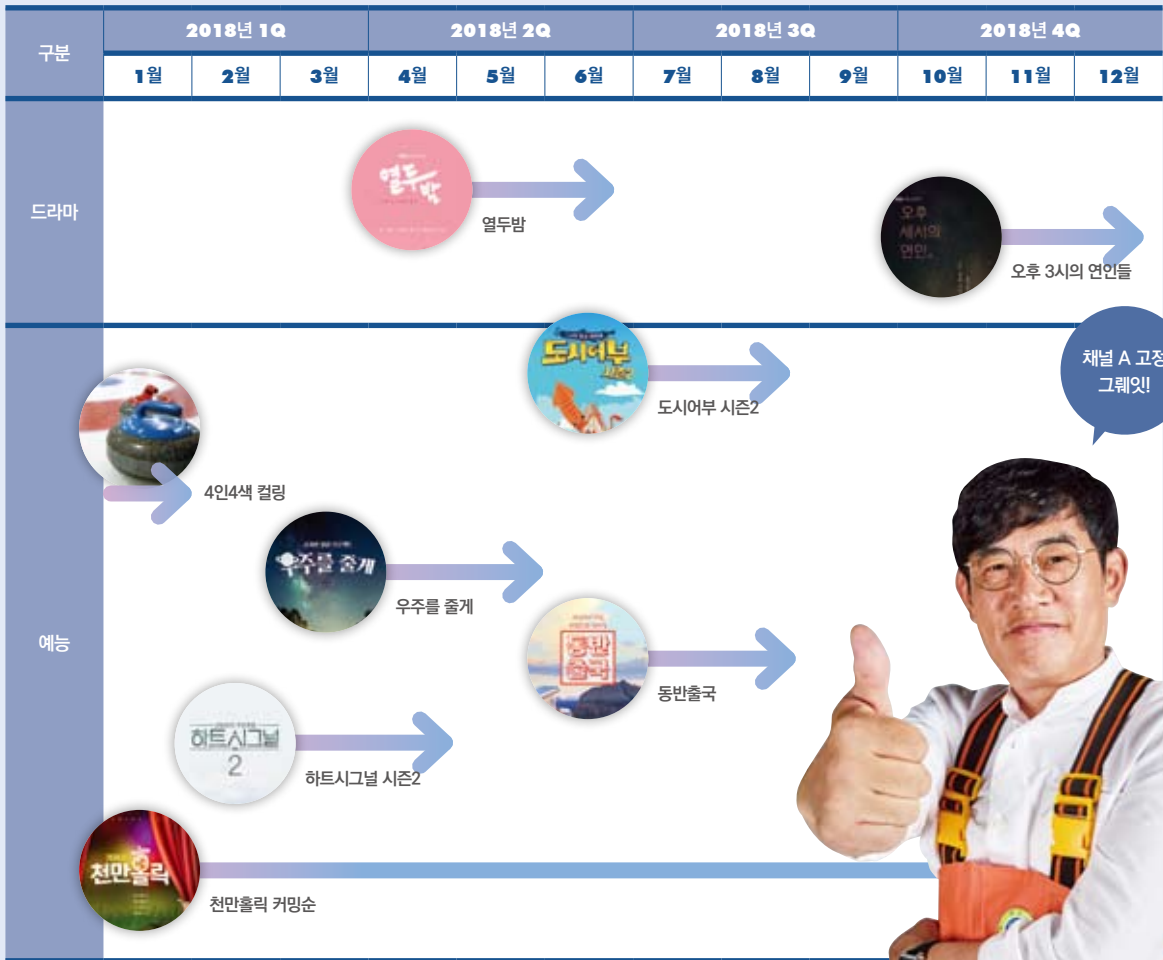
여성시청자 층에게도 인기



더 젊은 채널A가 되기 위한 2018년 다양한 예능 프로그램 라인업 올해도 채널A에 채널 고정 '그웨이'

채널A는 2017년 한 해 동안 '하트시그널', '나만 믿고 따라와, 도시어부' 등을 연이어 성공시키며 '예능 강자'로서의 면모를 유감없이 드러냈다. 특히 크게 히트한 예능 프로그램들이 모두 채널A가 자체 제작한 프로그램이어서 의미가 더욱 각별했다. 2018년 채널A는 더 다양한 예능 프로그램은 물론 드라마까지 선보일 계획이다.

2018년 채널A 프로그램 라인업



치명적 설렘으로 무장한 ‘눈꽃 멜로’

시즌2도
기대 많이
해주세요!



시즌1에 이어 시즌2도 함께
활약을 펼칠 MC 김이나,
이상민, 윤종신

‘하트시그널 시즌2’ 2월 중 온에어

2017년 여름, 뜨거운 계절을 더욱 뜨겁게 달궜던 ‘하트시그널’이 2018년 2월 시즌2로 돌아온다. 이번엔 하얀 눈꽃을 배경으로 한 진한 로맨스로 무장했다.

일반인 출연자들이 등장한다는 기본 설정은 시즌1과 같다. 남녀 출연자들이 동거하게 될 ‘시그널 하우스’도 등장한다. 하지만 시즌2의 ‘시그널 하우스’는 서울 종로구 평창동에 마련되며 더욱 크고 더욱 럭셔리할 예정이다.

시즌1 때 활약했던 MC 중 윤종신과 이상민, 작사가 김이나 씨는 재합류하게 된다. 나머지 MC들은 조만간 선정된다. 윤종신과 이상민의 결합은 하트시그널 시즌1 때 처음 선보였다. 시작 전에는 어색할 수도 있다는 우려가 있었으나, 뚜껑을 열어보니 최상의 조합이었다는 평가다. ‘하트시그널 시즌2’에는 다양한 제품 PPL이 가능하다. 단, 일반인 남녀 출연자들의 ‘시그널 하우스’ 생활 장면은 사전 제작이기 때문에 PPL을 하기 위해서는 서둘러야 한다.



서울 종로구 평창동에 마련될 시즌2 ‘시그널 하우스’



2018 채널A 드라마 & 예능 프로그램 라인업

2018년 채널A는

'하트시그널 시즌2'를 비롯해
여러 예능 프로그램을 선보일 예정이다.
드라마도 두 편 제작한다. 더 커진
재미와 감동은 오롯이 시청자 몫이다.



천만홀릭 키밍순

Entertainment / 1월중~

스타 배우가 먼저
출연하고 싶어하는 영화 토크쇼
감독과 배우가 함께하는
영화 이야기와 함께
예능인들이 어우러진
영화 예고편까지

시간한정 로맨스 열두밤

Drama / 4월중~

서로 다른 이유와 사연으로
게스트하우스에 모인 사람들
12일이라는 한정된 시간동안
펼쳐지는 청춘남녀들의
직진 로맨스



오후 3시의 연인들

Drama / 10월중~

일본에서 공전의 히트를
기록한 '메꽃'의 한국판
외로운 주부들의 사랑,
욕망, 외로움을 그린 드라마



우주를 즐게

Entertainment / 3월중~

국내에서 별관측이
가장 좋은 스팟 소개
장소불문 어디든 가리지 않는
무박 야생 버라이어티
별과 우주를 함께 담아내는
초자연 힐링 프로젝트



동반출국

Entertainment / 6월중~

사랑을 시작한 연예인
커플의 은밀한 여행
공개적으로 사랑을 나누기
어려웠던 그들이 뜬다.
캠핑카를 타고 떠나는
연인들의 달달한 로맨스



러브라인 추리게임 하트시그널 시즌2

Entertainment / 2월중~

시그널 하우스에서 펼쳐지는
청춘남녀의 뜨거운 시그널.
상금을 위한 예측자들의 추리까지
한층 더 업그레이드 되어 돌아온
하트시그널 시즌2



나만 믿고 따라와 도시어부 시즌2

Entertainment / 6월중~

자타공인 연예계를 대표하는
낚시꾼들이 다시 돌아온다
자신들만의 황금어장으로
함께 떠나는 낚시 여행
버라이어티 프로그램

영화의, 영화를 위한, 영화인에 의한 배우가 더 출연을 원하는 영화 토크쇼 '천만홀릭 커밍순'

CINEMA



채널A 영화프로그램이 다시 돌아왔다. 개국 초 센세이션을 불러 일으켰던 '무비홀릭'을 잇는 새 프로그램이다. 1월 중 시작되는 '천만홀릭 커밍순'이다.

'천만홀릭 커밍순'은 '영화의, 영화를 위한, 영화인에 의한 프로그램'이다. 이 중에서도 가장 중요한 방점은 '영화인에 의한 프로그램'에 찍혀 있다. 그 동안 영화 관련 프로그램들은 배우나 감독의 출연 없는 단순 비디오의 나열이거나, 배우들이 출연하게 되면 영화 얘기보다는 과도한 신변잡기로 흐르는 경우가 많았다. '천만홀릭 커밍순'은 배우나 감독이 직접 출연해 영화 이야기를 편하게 하는 구성이다. MC로는 신동엽이 낙점됐다. 신동엽은 채널A에서 '젠틀맨', '도플갱어쇼-별을 닮은 그대' 등을 진행하기도 했다. 재치 넘치는 신동엽과 배우들이 펼치는 '영화 입담'이 핵심 관전 포인트다. 고정 패널로는 그룹 '젝스키스'의 은지원이 확정됐다. 은 지원은 '영화광', '영화 덕후'로 정평이 나 있다. 여기에 영화 '김종욱 찾기', '부러더' 등을 연출한 장유정 감독도 출연한다.

'천만홀릭 커밍순'은 크게 3개 코너로 구성된다. 첫 번째 코너인 '배우로 산다는 것(가제)'은 배우와 감독이 말하는 그들의 인생과 필모그래피를 통해 보는 배우들의 연기 철학 및 인생관에 대해 이야기하며 배우와 감독에 대해 좀 더 이해할 수 있는 코너다. 두 번째 코너는 'V.I.P(Very Important Picture)'다. 배우들이 꼽는 베스트 장면을 보고 무엇을 집중해서 봐야하는지 팁을 전수해준다. 마지막으로 '신감독의 Ready? Action!(가제)'이다.

출연 배우들로부터 연기를 전수 받은 신동엽이 영화의 한 장면을 재연해 재해석 해보는 웃음 만발 코너다.



감독 장유정

MC
신동엽



은지원



정리



채널A의 ‘평창 성공 프로젝트’ 2탄 빙판 위에서 쓸어대는 ‘마법 빗자루’ ‘4인 4색 컬링대회’^(가제)

2018 평창 동계올림픽 성공을 위한 채널A의 발걸음이 빨라졌다. 지난 9월 아이돌 연예인들의 쇼트트랙 도전기를 담은 ‘우리도 국가대표다’를 방영한 데 이어 이번엔 ‘컬링 예능’을 선보인다. 제목은 ‘4인 4색 컬링대회(가제)’다.

컬링은 평창 올림픽에서 한국의 메달 유망 종목으로 꼽힌다. 이 때문에 시청자들의 관심도 사뭇 클 것으로 보인다.

‘4인 4색 컬링대회’는 서로 다른 4개의 팀으로 나뉜 여성 출연자 16명이 컬링 경기를 진행하는 프로그램이다. 4개 팀은 △연

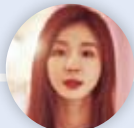
예인 절친팀(사유리, 이지혜, 차오루, 연상은) △팔방미인팀(2017년 미스코리아) △국가대표연합팀(신수지, 남현희, 장혜진, 김혜정) △뇌섹녀팀(과학기술정보통신부 산하 연구기관 연구원)이다.

우승팀은 평창 동계 올림픽 홍보대사로 위촉되는 영예를 얻게 되기 때문에 출연자들의 불꽃 튀는 경쟁도 예상된다. MC로는 예능계 ‘재간동이’로 불리는 봄이 유력하며, 해설에는 개그맨 최양락이 확정됐다. 봄과 최양락의 입담 대결도 관전 포인트다. ‘4인 4색 컬링대회’는 1월 중 편성 될 예정이다.

연예인 절친팀



사유리



이지혜



차오루



연상은

팔방미인팀



이한나



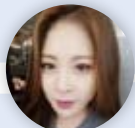
이수연



정다혜



남승우



신수지



남현희



장혜진



김혜정



이현정



전미사



최연주



정진아

국가대표연합팀

뇌섹녀팀

MC 봄



해설 최양락





개국 이후 첫 채널A 매체설명회 “이미지 확 젊어졌다”

더 젊은 채널로 진화하기 위한 채널A의 노력에 대해 광고업계 관계자들이 높은 점수를 매겼다. 채널A는 11월 10일 서울 종로구 포시즌호텔에서 주요 광고주와 광고대행사 관계자들을 초청해 매체설명회를 열었다.

채널A가 대규모 매체설명회를 열고 신규 프로그램을 소개한 것은 개국 이후 6년 만에 처음이다. 그만큼 변화에 자신 있다는 얘기다. 행사 키워드를 ‘영 포워드(YOUNG FORWARD)’로 정한 것도 더 젊어지겠다는 의지를 강조한 것이다.

초청자들의 면면에서도 변화의 조짐은 나타났다. 채널A에 앞서 매체설명회를 진행했던 중편 경쟁사가 주로 기업의 홍보 임원들을 초청했던 것과 달리 채널A는 기업의 마케팅 담당자, 광고대행사의 미디어 바이어 및 플래너 등 젊은 실무진들을 주로 초청했다. 이날 행사에 참석했던 350여 명 대부분이 30~40대 젊은 층이었다. 캐주얼한 복장으로 단상에 오른 김재호 채널A 사장도 “최근 시청자들의 사랑을 받은 ‘하트시그널’과 ‘도시어부’는 채널A의 젊은 PD들이 기획부터 제작까지 직접 한 프로그램”이라면서 “앞으로 더욱 도전적이고 젊은 프로그램을 선보이겠다”고 강조했다. 참석자들은 “이번 매체설명회를 통해



윤경화 제작본부장이
요일별 프로그램
컨셉에 대해
설명하고 있다.

최주원 미디어랩A
마케팅기획 팀장이
채널A 광고 상품의
장점을 설명하고 있다.



채널A가 이미지 전환에 성공했다"면서 대부분 긍정적인 반응을 보였다. 한 대형 광고대행사 직원은 "다소 무거웠던 채널A에 대한 인식이 크게 바뀌는 계기가 됐다"면서 "올해 열린 여러 매체설명회 가운데 최고였다"고 평가했다. 한 대기업의 마케팅 담당자는 "채널A가 젊어지고 있다는 확신을 가질 수 있었고, 마케팅채널로서 활약이 기대 된다"고 말했다.

이날 행사에서는 광고주 및 광고대행사와 채널A 간 친밀감이 자연스럽게 드러나기도 했다. 축하 인사 동영상에서 젊은 감각의 랩을 보여준 여성목 HS애드 차장이 사회자인 신동엽의 권유로 직접 무대에 올라 수준급 노래를 선사한 것. 사전 계획에 없었던 즉흥적인 상황이었다. 사회자의 자연스러운 진행 덕분에 만들어진 상황이지만, 무대에 오른 여 차장이 평소 채널A에 대해 친근한 느낌이 없었다면 불가능한 장면이라는 것이 다른 참석자들의 전언이다.

한편 이날 행사에서 래퍼 마이크로닷이 미발표 신곡을 공개하면서 화제가 되기도 했다. 채널A '도시어부'에 출연하면서 한창 주가를 올리고 있는 마이크로닷은 매체설명회 축하 무대에 올라 자신의 첫 정규앨범에 실리게 될 신곡 '트로피컬 나이트(Tropical Night)'를 깜짝 공개했다. 마이크로닷은 한 인기 힙합 프로그램에 출연한 이후 젊은 층의 폭발적인 인기를 얻고 있다.



“낙시도 사랑도 이슈도 조미료 안 치고 제작”

‘도시어부’, ‘하트시그널’, ‘외부자들’ PD 3인방
채널A의 ‘젊은 공격수’로 거듭나

〈Young Forward〉

올해 사랑을 받은 채널A 예능 프로그램 ‘외부자들’ ‘하트시그널’ ‘나만 믿고 따라와, 도시어부’를 이끈 세 PD. 이들의 공통점은 ‘기다림’이다. ‘외부자들’ 제작진은 긴박하게 흘러가는 이슈를 실시간으로 반영하려 기다렸고, ‘하트시그널’ 제작진은 사랑이 오기를 기다렸으며, ‘도시어부’ 제작진은 물고기를 기다렸다. 그리고 그 기다림은 뜨거운 관심으로 돌아왔다.



외부자들
조동원 PD

하트시그널
이진민 PD

도시어부
장시원 PD

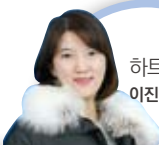



12월 1일 개국 6주년을 맞은 채널A의 '젊은공격수(young forward)' 프로듀서 3명을 서울 마포구 동아디지털미디어센터 (DDMC)에서 만났다. “배를 타고 12시간 촬영을 해요. 물고기가 잡혀야 재미가 있는데 그건 용왕님만 아는 문제예요. 불안해서 힘든 거예요. 종교가 없는데 신앙을 갖고 싶어졌어요.” (장시원 '도시어부' PD) “‘하트시그널’ 초창기에 출연자들이 사랑에 빠지기를 노심초사 기다리는 과정. 그때가 지루하고 초조해요. 저희 정말 대본 없거든요. ‘서로 좋아해야 될 텐데’라고 생각하며 기다리는 때가 힘들긴 하죠.”(이진민 '하트시그널' PD) “국정농단 사건이 한창일 때, 구속영장 심사가 있던 날 결과를 보고 마무리를 짓자며 새벽 2시 반까지 녹화를 끝냈어요. 그런데 아침에야 결과가 나와서 정말 허탈했죠.”(조동원 '외부자들' PD) 세 PD는 채널A 콘텐츠의 뒤에 제작진의 경력을 뛰어넘은 노력이 있다고 했다. '도시어부'의 장 PD는 “제작진 중 가장 기수 높은 PD가 5년 차밖에 안 된다”며 “육체적으로 힘든 프로그램을 함께 하면서 모두가 5년 차 이상의 능력을 발휘하고 있어 개인적으로도 놀랐다”고 했다. 조 PD도 “외부자들은 가장 먼저 자체제작을 시작한 프로그램인데, 첫 방송부터 시청률이 잘 나왔고 온라인에서도 화제가 됐다”며 “단기간에 빠른 성장을 했고, 이제 색깔이 보이기

시작한 것 같다”고 했다.

이 PD는 새로운 프로그램이 자리 잡을 때까지 기다리는 '12회 파일럿' 제도를 장점으로 꼽았다. 그는 “처음에는 1, 2회만 하다가 없어진 프로그램도 많았지만 그러다 보니 프로그램이 어떤 가능성을 가졌는지 가늠할 수 없었다”며 “오히려 12회까지는 계속 할 수 있으니 자극적인 내용도 줄어든다고 새로운 도전을 할 수 있게 됐다”고 했다. 장 PD도 “도시어부도 5회에 이규규의 '용왕의 아들' 캐릭터가 만들어졌고, 이태곤의 '카바레 낚시'도 나왔다”고 덧붙였다.

이 PD는 제작진과 함께 '하트시그널 2' 준비에 한창이다. 그는 “연애와 가장 잘 어울리는 겨울의 그림, '겨울 연애 눈꽃 멜로'를 보여 드릴 것”이라며 “내년 3월 초로 맞춰 준비하고 있다”고 했다. 최근 페이스북을 통한 출연자 모집 공고에 너무 많은 지원자가 몰려 공고를 잠시 중단했다고 한다. 그는 “지금까지 100명 이상은 면접을 본 것 같고 심사숙고 중”이라고 전했다. 조 PD는 “새로운 분위기를 환기시키는 차원에서 '외부자들'의 정체성을 변주시킬 방법을 고민 중”이라고 말했다. '도시어부'의 장 PD는 “마이크로닷의 고향인 뉴질랜드로 해외 낚시를 가보려고 생각 중”이라며 “그 전에 깜짝 놀랄 만한 게스트들이 기다리고 있으니 기대해도 좋다”고 말했다.

채널A의 젊은 공격수 PD 3인방

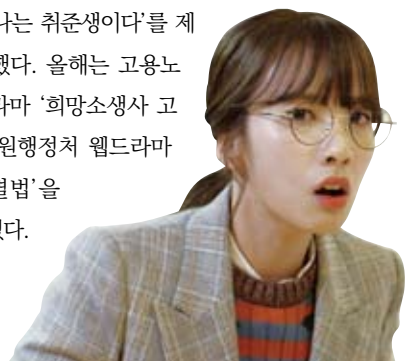
<div style="border: 1px solid purple; border-radius: 50%; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto 10px auto;"> 새벽까지 끝냈던 허탈한 녹화 </div>  <p>외부자들 조동원 PD</p>	<div style="border: 1px solid purple; border-radius: 50%; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto 10px auto;"> 언젠간 사랑에 빠지겠조? </div>  <p>하트시그널 이진민 PD</p>	<div style="border: 1px solid purple; border-radius: 50%; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto 10px auto;"> 그건 용왕님만 아는 문제예요! </div>  <p>도시어부 장시원 PD</p>
		
		



‘희망소생사 고용씨’ 등 채널A 웹드라마 호평 공기관 홍보에 제격 제작 및 운영 노하우 경쟁사보다 탁월

정부부처와 공공기관, 공기업들이 웹드라마에 큰 관심을 보이고 있다. 웹페이지나 모바일 앱으로 볼 수 있는 웹드라마는 기존 드라마보다 짧고, 간접광고(PPL) 등의 제약이 사실상 없기 때문에 정책 홍보에 활용할 수 있다는 장점이 있다.

채널A는 2015년 중앙선거관리위원회의 웹드라마를 시작으로 2016년에는 고용노동부 웹드라마 ‘나는 취준생이다’를 제작해 방영했다. 올해는 고용노동부 웹드라마 ‘희망소생사 고용씨’와 법원행정처 웹드라마 ‘로맨스특별법’을 진행하고 있다.



채널A의 웹드라마는 모두 정부부처나 기관의 이미지 개선이나 정책홍보를 목적으로 하고 있다. 채널A가 공공기관들과 지속적으로 웹드라마를 진행할 수 있는 것은 채널A만의 노하우가 있기 때문이다. 먼저 구성을 다양화 했다. ‘희망소생사 고용씨’의 경우 지난해 진행했던 고용노동부 웹드라마 ‘나는 취준생이다’의 후속작이다. ‘나는 취준생이다’가 정통 드라마 형식에 충실했다면, ‘희망소생사 고용씨’는 각 상황을 코트로 유머러스하게 구성했다. 출연자 섭외에도 큰 공을 들였다. 걸그룹 ‘레인보우’의 지숙과 영화 ‘역모’에서 최종구 역으로 카리스마 있는 눈빛을 선보인 권해성이 주연으로 출연했다. 이외에도 권해성의 아내인 윤지민, 레인디 제인, 개그맨 윤택이 카메오로 출연해 주목을 받았다.

채널A는 방영과 송출에도 차별화를 시도하고 있다. 웹드라마 방영을 웹에만 한정하지 않고 채널 A 등 TV 방송과 온라인, 모바일 매체에 방영을 하고 있다. 또 주요 연에 매체 기자들을 초청해 제작 발표회를 진행하는 등 다양한 온·오프라인 행사도 진행했다. 이 같은 노력으로 지난해 제작, 방송된 ‘나는 취준생이다’의 경우 고용노동부 우수 홍보사례로 선정되기도 했다.



고용노동부 웹드라마
‘희망소생사 고용씨’



채널A PPL

전년 대비 62.5% 성장

(집행 건수 기준)

모든 예능 프로그램에서 브랜드 노출 만족 그 이상의 감동

2017년 채널A의 간접광고(PPL)는 채널A 프로그램의 인기만큼 뜨거웠다. 제품군도 건강 및 반려동물 용품 위주였던 지난해에 비해 자동차, 음료, 아웃도어 등으로 다양하게 확장됐다. 전년 대비 집행건수 기준 62.5%, 매출액 기준 46% 성장했다. 채널A의 PPL은 단순히 PPL만으로 그치지 않았다. 광고주의 복잡한 마케팅 니즈를 해소하기 위해 일반광고 또는 가상광고 등과 결합하는 첨병 역할을 했다. 광고주 입장에서는 광고비로 동일 금액을 집행하더라도 다른 종편보다 만족도가 높아지는 '신비한 경험'을 하게 되는 셈이다. C사, M사 등 경쟁 종편의 프로그램은 도저히 따라올 수 없는 채널A PPL만의 4대 강점이 있다.

no.1

마케팅에 직접
도움 되는 PPL

- 자동차 영업을 책임지는 딜러장에서 더 좋아하는 포드코리아의 '도시어부' PPL
- 매출에 직접 도움이 돼 광고주가 '사보'를 통해 알린 서울우유의 '아이팻밀크' PPL



no.2

달라진 채널
이미지만큼 새로웠던
2049 타깃의 PPL

- 경쟁사에서도 관심을 끌었던 '하트시그널'의 아만다 PPL
- '우리도 국가 대표다'를 빛낸 코카콜라 '파워에이드' PPL



no.3

중소기업을 위한 PPL

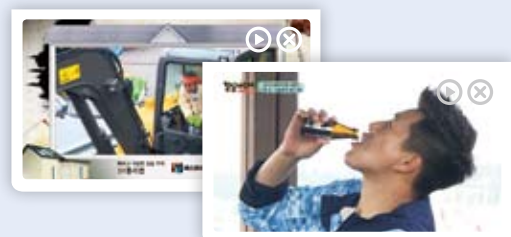
- 중기제품 간접광고지원사업에 '개밥주는 남자 시즌2' 선정
- 반려동물용품을 생산, 판매하는 중소기업의 마케팅 부담을 경감
- 몰트, 도그투토



no.4

PPL과 다양한
홍보 루트의 결합

- 단순히 PPL만으로 그치지 않고 일반광고, 가상광고와 결합
- 적은 금액으로도 홍보 효과 극대화
- 고려은단, SY패널



‘이렇게’만 하면 PPL 성공이다 LG생활건강 사례로 본 채널A PPL 2대 성공요인

광고주 입장에서 간접광고(PPL)는 늘 애매모호하다. 노출 시간이 짧아도 대박을 터뜨리기도 하지만, 아무리 강하게 노출해도 효과가 없는 경우도 있다. 적지 않은 광고비를 쓰면서도 제작진 눈치를 봐야 하는 것도 불만이다. 명확한 기준 없이 진행되는 경우도 많다. 하지만 채널A의 PPL은 다르다.

특식을 기다리다가 지치다 편



1


끈질긴 협의 : 최적의 컨디션을 맞추기 위한 끊임 없는 노력

“부자연스러운 노출은 꺼리고 싶어요. 아이들(쌤&애리)이 맛있게 먹을 수 있을 때, 자연스러운 진행이 됐으면 좋겠어요.” (LG생활건강 담당자) 반려견 영양식을 생산하는 LG생활건강은 PPL 첫 번째 조건으로 ‘자연스러운 노출’을 내세웠다. 광고주가 원하는 자연스러운 노출을 위해 제작진은 3개월 이상 고민했다. 제품의 효과를 극대화하기 위해 새끼 강아지들이 새로 등장하는 시점을 골랐다. 또 강아지들의 안전성 확보를 위해 각종 예방 접종까지 마치고서 PPL을 진행했다. “단 1%의 위험성도 없는 건강한 상태의 강아지들이 제품을 먹어야 더 맛있어 보이지 않겠냐”는 IMC팀과 제작진의 진정성 있는 의견을 LG생활건강도 받아들였다. 결과적으로 ‘시리우스 월 영양스튜’ PPL은 대성공이었다.

2

완벽한 노출 ‘신의 5초’

노출은 반드시 5초! 미디어렙A IMC팀이 정한 채널A만의 PPL 노출 ‘신의 한수’다. 시간은 짧지만 임팩트가 가장 큰 장면을 만들어 내겠다는 것이다. 특히 이번에 LG생활건강이 PPL을 진행한 ‘개밥남’은 리얼리티 관찰 프로그램 특성 상 아주 간단한 가이드만으로 촬영한다. 하루 종일 출연자 혼자 반려견과 지내야 하는 만큼 PPL을 녹이기에 자칫 부담스러울 수 있는 것이 사실이다. 해법은 ‘짧으면서도 강한 임팩트’다. 광고주와 제작진 모두가 만족하는 PPL 장면을 만들기 위한 ‘신의 5초’인 셈이다. 그리고 한 가지 더. 어린 강아지들이 제품을 먹는 장면이 나갈 때 내레이션을 맡은 걸그룹 소녀시대의 써니가 강아지 마음을 대변하면서 얘기하는 장면은 PPL의 정점을 찍는 순간이었다.



PROGRAM GUIDE



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, 장유정 감독
일시 1월 중
예상 시청률 2.0%(가구) / 1.3%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 2 프로그램 패키지 적용
PPL 음료, 소품, 어플리케이션, 쿠키 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 4.1%(가구) / 1.8%(P2049)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 1 프로그램 패키지

PPL 낚시/캠핑용품, 의류, 신발, 식품, 음료, 어플리케이션 등

가상 광고 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

외부자들



동시간대 지상파마저
완전 압도! 지상파에서
포맷까지 베껴간
화요예능의 최강자!

현안의 중심에 선 내부자들이 보지 못하는 것들을
날카롭게 짚어보는 채널A 최초 시사예능. 붕도사 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)

BUYING POINT

일반 광고 Tier 1 프로그램 패키지 적용
PPL 음료, 코너 생성 가능 제품, 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)

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, 이용식, 이해정
일시 화요일 밤 9시 30분
최고 시청률 6.2%(가구) / 1.1%(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, 도성수(홍지민남편), 박지현, 이윤석
일시 수요일 밤 9시 30분
최고 시청률 4.5%(가구) / 0.8%(P2049)

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 수요일 밤 11시
최고 시청률 1.1%(가구) / 0.5%(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 최현석, 이태곤, 김민교
일시 토요일 밤 10시 50분
최고 시청률 2.9%(가구) / 0.9%(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)

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)

관찰카메라24



자세히 보아야 재밌다! 관찰카메라 24시간이 시즌 2로 돌아왔다

3년여간 방송된 관찰 교양 프로그램이 시즌 2로 돌아왔다
하루 24시간이 아닌 핫 핫 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



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



‘있어야 자산 관리를 하지’라는 안일한 생각이 만든 현실. 아이들부터 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



개그맨 윤택이 대한민국 방방곡곡 찾아 떠나는 ‘윤택의 여행’.
죽음의 문턱에서 살아난 이들을 만나는 체육인 이상인의 ‘기적의 건강법상’
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)

김현욱의 굿모닝



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 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), 이승헌(동아일보 정치부), 변영욱(동아일보 사진부)
일시 평일 오전 9시
최고 시청률 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)

뉴스A



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, 여인선(평일) / 차지완, 김민지(주말)
일시 매일 저녁 7시 10분
최고 시청률 5.0%(가구) / 0.8%(P2049)

뉴스A LIVE



LTE처럼 신속하게, 위성처럼 생생하게. 드라마 처럼 빠져들게 전하는 뉴스 유일무이, 전무후무 오전에 볼 수 있는 메인뉴스

PROGRAM INFO

출연 천상철(채널A 정치부 차장), 성시온(채널A 기자)
일시 평일 오전 10시 30분
최고 시청률 2.8%(가구) / 0.6%(P2049)

뉴스 TOP 10



우리가 기억해야 할 뉴스 10개를 선정. 뉴스 교수들과 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)



채널A 1월 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/어린이 교육 프로그램			B	7	예능/교양 재방	신대동여지도
	8			김현욱의 굿모닝				8		예능/교양 재방
	9							9		
	10			신문 이야기 돌직구 쇼+				10	토요 랭킹쇼	선데이 모닝쇼
A	11			뉴스A LIVE			A	11		
	12			예능/교양 재방				12		
	13							13		예능/교양 재방
	14			뉴스특급				14		
	15			예능/교양 재방				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	나는 몸신이다		SA	20		예능/교양 재방
	21	역사 다시보기 천일야사	나는 몸신이다	아재 감성 느와르 아빠본색	서민갑부	예능/교양 재방		21		
	22							22		
	23	풍문으로 들었쇼	외부자들	거인의 어깨	나만 믿고 따라와 도시어부			23	개밥 주는 남자	이제 만나러 갑니다
A	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 1월 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	윤택한 여행	
	8							8	신대동여지도	
B	9		예능 재방		TV 주치의 닥터 지·바·고	황금나침반	B	9	서민갑부	
	10			예능 재방				10	교양 재방	
A	11			교양 재방			A	11	예능 재방	
	12							12	예능 재방	
	13							13	나만 믿고 따라와	
	14							14	도시어부	
	15		예능 재방					15		
	16							16		
	17							17		
	18	나는 몸신이다	풍문으로 들었쇼	이제 만나러 갑니다	리브라인 추리게임 하트시그널 스페셜	아재 감성 느와르 아빠본색		18	예능 재방	
	19							19		
	20		예능 재방	거인의 어깨	외부자들	개밥 주는 남자 시즌 2		20		
S A	21		예능 재방		황금나침반	역사 다시보기 천일야사	S A	21		
	22		나는 몸신이다 특급비법		교양 재방	나는 몸신이다 특급비법		22	관찰카메라 24	나는 몸신이다
	23							23	이제 만나러 갑니다	
A	24		예능 재방			A	24	풍문으로 들었쇼	나는 몸신이다 특급비법	
1							1	외부자들		



AD SALES GUIDE

>>>



• 일반광고상품

1월 프로그램 등급별 패키지

등급	프로그램	최소 청약금액		
		중CM	PIB	전후CM
Tier 1	외부자들	5천 만원	3천 만원	2천 만원
	도시어부			
Tier 2	풍문으로 들었쇼	3천 만원	2천 만원	1천 만원
	거인의 어깨			
	아빠본색			
	이제 만나러 갑니다			
	천만훔릭 커밍순			
Tier 3	나는 몸신이다	2천 만원		
	관찰카메라 24시			
	서민갑부			

도시어부 패키지

금액	패키지 개요	보너스율	광고횟수	구성
5천 만원	중CM 패키지	900%	75회	· 도시어부 중CM 6회 (본방 중CM 2회 + 재방 중CM 4회) · 기타 프로그램 69회
3천 만원	PIB 패키지 (전 END1, 후 TOP1 후 TOP2, 후 TOP3)	750%	45회	· 도시어부 PIB 6회 (본방 PIB 2회 + 재방 PIB 4회) · 기타 프로그램 39회
2천 만원	전후CM 패키지	670%	30회	· 도시어부 전후CM 6회 (본방 전후CM 2회 + 재방 전후CM 4회) · 기타 프로그램 24회
가상광고 패키지	다음회 예고 중 7초 (제작비 별도)		3천 만원	· 도시어부 본방 4회 + 재방 4회

프로그램별 특별 패키지

프로그램	판매 금액	위치별 횟수	
		전후CM	중CM(주말)
뉴스A	3.5천 만원	22	8
	3천 만원	30	
애니메이션	0.5천 만원	40	

Notice AD 패키지

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

채널A 기본 판매 가이드

금액대	보너스율	시급별 비중			
		SA	A	B	C
6천 만원 이상	814%	40%	35%	15%	10%
5천 만원 이상	766%				
4천 만원 이상	718%	35%	35%	17.5%	12.5%
3천 만원 이상	670%				
2천 만원 이상	622%	30%	35%	20%	15%
1천 만원 이상	574%				

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 사용시 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	0.3천만원	0.7천만원	외부자들	30초 이상 (편집 상황에 따라 상이)	프로그램 오프닝	월 단위 청약 4회 기준(각 등급별 프로그램 중 택1)
Tier 2	0.25천만원	0.6천만원	거인의 어깨 풍문으로 들었소 아빠본색 이제 만나러 갑니다			
Tier 3	0.2천만원	0.5천만원	나는 몸신이다			
Tier 4	0.1천만원	0.3천만원	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	5천만원
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	2천만원	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	3천만원
			재방	TBD	
하이라이트	프레임형	10초수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초수준	본방	4	2천만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초수준	본방	4	1천만원
			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 제도

형태	개별 판매가 대비 할인률	혜택	청약 조건
일반 광고	20%	· 일반 광고 포함 시 최종 청약 금액으로 최소 청약 금액 산정 · 일반 광고 포함 시 채널A 플러스 추가 노출(횟수 협의 必) · PPL 및 가상 광고 위치에 따른 일반 광고 일자/위치 선정 가능	· 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%	· PPL 및 가상 광고 위치에 따른 일반 광고 일자/위치 선정 가능	
PPL(Cue-Card)			
PPL(Cue-Card 외)	30%		
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



• 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

프린스로 당들었쇼

SHOW



매주 월요일 밤 11시
박수홍 · 박하나

CHANNEL