

Story·A

CHANNEL A AD SALES GUIDE BOOK

03
MARCH
2018



CONTENTS

MARCH 2018

02

STORY ①

하트시그널 이즈 커밍

06

COMING SOON ①

신개념 영화 토크쇼
'천만홀릭 커밍썸' 2월 23일 대개봉

08

COMING SOON ②

감성 총만 음악여행
'우주를 줄게' 3월 첫방송

10

STORY ②

도시어부,
목요 예능 최강자 등극

12

STORY ③

'아빠본색', 뉴페이스 등장에
시청률 상승세

14

FOCUS

개밥 주는 남자 인터뷰
개밥남2에 러블리즈 뒀다

17

INSIDE DAMG

채널A, 미디어커머스 쇼핑물
'오티티닷컴' 오픈

18

IMC CASE

도시어부
PPL 사례

20 / 30

PROGRAM GUIDE

AD SALES GUIDE

Story A No.9

—

발행 미디어랩A

문의 02-2020-2610

channela_ad@mediarepa.com

디자인 동아이앤디

2018년 봄, 드디어
하트시그널 × 도시어부!!!

New Season, New Contents로
한 단계 더 업그레이드 될 채널A!

→ 도시어부 + 하트시그널 통합패키지는 31P로



시청률 & 화제성



2017. 6



2017. 9



2018. 3



하트시그널 이즈 커밍

촬영 끝, 온에어 대기 중
시청률 화제성 최강자 3월 예능시장 판 흔든다

채널A의 대표 예능 프로그램 '하트시그널' 시즌2가 촬영을 끝내고 3월 방영된다. 지난해 여름 방송된 시즌1은 높은 시청률을 기록하면서 뜨거운 화제를 불러일으켰다. 일반인 출연자들은 방송 내내 스타 연예인에 버금가는 인기를 누렸다. 방송이 끝난 뒤에도 지상파 드라마나 예능프로그램 등에 얼굴을 내보이며 인기를 이어가는 출연자들도 있다. 봄에 촬영된 시즌1과 달리 시즌2는 흰 눈이 쏟아지는 겨울 내내 촬영해 '눈꽃 멜로'로서 새로운 재미를 선사할 것으로 기대된다. 시즌1에서 남녀 출연진의 나이 차가 커 몰입이 쉽지 않았다는 일부 시청자들의 지적을 적극 반영했다고 제작진은 밝혔다. 새로운 출연진이 만들어 나갈 러브라인은 또 어떤 설렘으로 금요일 저녁 안방 예능시장을 뒤흔들까.



하트시그널 광고 패키지

일반광고

금액	본방	재방	보너스율
6천만원	중CM 2회 + PIB 1회	중CM 4회 + PIB 2회	1000%
5천만원	중CM 2회	중CM 4회	900%
4천만원	PIB 2회	PIB 4회	830%
3천만원	전후CM 2회	전후CM 4회	770%

*고정 재방 2회

*PIB는 후TOP 1, 후TOP 2, 후TOP 3, 전END-1, 전END-2, 전END-3

*편성 변경 가능성 있음

PPL

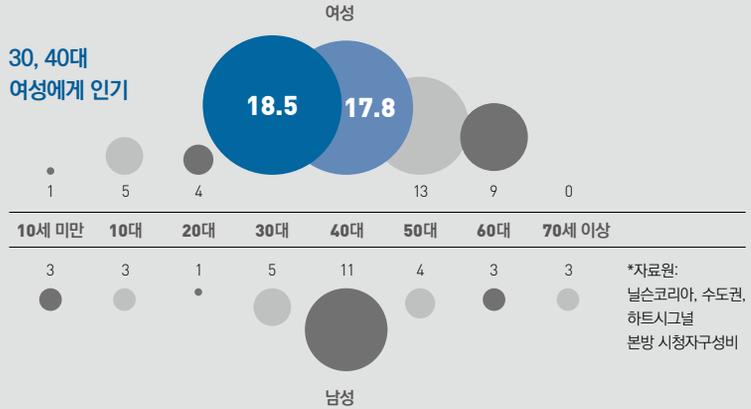
패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	판매금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	5천만원
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립 업로드			1	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL	협의	본방	1	3천만원
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립 업로드			1	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL	협의	본방	1	1천5백만원
				재방	TBD	
	온라인	비디오클립 업로드				

가상광고

형태	형식	길이	본/재	횟수	금액
하이라이트	프레임형	10초 수준	본방	4	6천만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초 수준	본방	4	4천5백만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초 수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	

No. 1

30, 40대 여성 잡고
회차 갈수록 시청률 상승
(단위: %)



회차별 시청률 상승세

*자료원: 닐슨코리아, 수도권, 유료가입가구, 13-14회 스튜디오 내용 제외



teart →

No. 2

온라인을 통해
검증된
높은 화제성



하트시그널 온라인 화제성을 보여주는 페이스북과 검색어 순위

하트시그널 시즌1은 지난해 방송 기간(6월 2일~9월 1일) 내내 시청자들의 **연애세포**를 자극하면서 시청률과 화제성을 모두 잡았다. 본방송이나 재방송 때마다 실시간 검색어 최상위권에 올랐고, 페이스북에 게재된 동영상에는 4만 개가 넘는 댓글이 달리기도 했다.

No. 3

PPL, 가상광고 등
성공적인 IMC



아민다 PPL



아민다 가상광고



아민다 네이버TV캐스트



코카콜라 골드피크티 PPL



템퍼 중CM



템퍼 PPL



← Signal

No. 4

신비주의 전략으로
시청자 궁금증 더해



30대 초반 × 20대 중반



20대 후반 × 30대 초반

하트시그널 시즌2는 시즌1의 성공을 발판 삼아 제작된 업그레이드 버전이다.

선남선녀들이 펼쳐낼 러브라인을 설렘과 함께 추리하는 포맷이 차별점이다.

이 밖에 시청자들의 연애세포를 다시 한번 자극하기 위한 다양한 장치가 마련됐다.

신개념 영화 토크쇼 ‘천만홀릭 커밍쑈’ 2월 23일 대개봉

출연배우와 감독이
영화의 속살을 90분간 낱알이 공개
신동엽-은지원-경리 등
연예계 입담꾼들의 거침없는 해부

영화 코멘터리를 방불케 할 정도로
영화 한 편을 집요하게 파헤치는
새로운 개념의 전문영화 토크쇼가
선보인다. 2월에 선보일 채널A의
야심찬 신규 프로그램
‘천만홀릭 커밍쑈’이다. 출연배우와
감독이 나와 연예인들과 함께
스포일러 걱정도 잊은 채
한바탕 수다를 펼친다. 그 수다는
영화의 흥행에 독이 될까 약이 될까.





천만홀릭 커밍썬

천만홀릭 커밍썬
매주 금요일 밤 9시 30분 방송

2월 23일에 첫 전파를 탈 '천만홀릭 커밍썬(이하 커밍썬)'은 개봉을 앞둔 영화의 출연배우와 감독이 자신들의 영화에 대해 모든 것을 털어놓는 전문 영화 토크쇼다. 커밍썬은 세상에 없던 고품격 영화 토크쇼를 지향한다. 여러 편의 영화를 단편적으로 소개하는 기존 영화 정보 프로그램과 달리 방송시간 90분 내내 한 편의 영화만을 집중적으로 점검한다. 배우와 감독에게는 작심하고 영화를 홍보할 수 있는 명석을 깔아주는 셈. 시청자에게는 영화를 깊이 이해할 수 있는 기회를 제공한다. 그야말로 핑 먹고 알도 먹는 프로그램이다.

커밍썬의 토크는 클립 영상으로 제작돼 소셜네트워크 서비스(SNS)에서도 즐길 수 있다. 영화라는 장르의 특수성과 SNS를 통한 활발한 바이럴로 젊은 시청자들의 유입이 예상된다. 메인 MC를 맡는 신동엽의 걸쭉한 입담이 벌써부터 기대된다. 여기에 둘째가라면 서러운 입담

가들인 은지원, 김기방을 비롯해 배우를 겸업 중인 가수 경리, 영화감독 이원석이 출연해 녹화장을 시끌벅적하게 만들 것으로 보인다.

배우와 감독이 직접 꼽은 'V.I.P(Very Important Picture)' 코너에서는 영화가 전하려는 메시지에 대한 심화 토크가 진행된다. 출연 배우의 연기 인생을 재조명하는 시간도 마련돼 있다. 풋풋했던 신인 배우가 총무로의 대들보 주연 배우가 되기까지 거쳤던 여정을 따라간다. 배우의 존재감이 가장 빛났던 영화는 무엇이었는지, 배우가 가장 애착이 가는 영화는 무엇인지, 배우의 변신 폭이 가장 컸던 영화는 무엇인지도 훑어본다. 신인 배우 발굴 코너를 통해 신인 배우가 시청자에게 어필하는 시간도 갖는다. 막내인 신인 배우가 거침없이 선배의 비리(?)를 폭로하는 장면이 연출될 것으로 보인다. 신인 배우의 패기를 기대해도 좋을 것 같다.

COMING SOON 2

감성 충전 음악여행 '우주를 줄게' 3월 첫방송

유세윤 김민석 등 다양한 장르의 뮤지션들 출동
별 쏟아지는 한밤, 음악 인생 노래하며 힐링 찾기

대표적인 개가수(개그맨 겸 가수) 유세윤이
친환경 전기차를 타고 도심 속 별을 찾아 음악여행을 떠난다.
그의 여행길에는 발라드 록 힙합 등 다양한 장르의 동료 가수들이 동행한다.
그들이 펼쳐낼 별과 음악이 함께하는 여행기 속으로 들어가 본다.



우주여행

별 볼 일 없는 도시에서 별 보기는 로망이자 판타지다. 3월 첫 방영 되는 '우주를 줄게(3월 중 편성 예정)'는 이 판타지의 실현에 나선다. 별을 보러 떠나는 1박 2일 여행기다.

여행객들은 다양한 장르의 뮤지션이다. 별을 향해 가는 길에 음악이 더해지는 것. UV의 유세윤과 멜로망스의 김민석 등 가수들이 여행에 나선다.

여행을 떠나는 예능은 많았지만 '별 보기'를 주제로 한 여행은 없었기에 이 프로그램이 더욱 기대된다. 여행에 나서는 뮤지션들은 대부분 작사/작곡의 경험이 있는 강한 실력과 가수들이기 때문에 젊은 시청자들의 관심이 더욱 뜨거울 것으로 예상된다.

흥미로운 건 이동수단이 미래형 친환경 전기자동차라는 것이다. 여행의 목적이 별인 만큼 무공해 전기차는 맞춤형 보이지만, 함정이 있다. 배터리 기술에 한계가 있어 전기충전소를 찾아 자주 충전해야 한다. 별 뜨는 시간에 맞춰 목적지에 가기 위해선 절약형 드라이브를 실천해야 하는 상황이다.

충전 시간도 오래 걸린다. 배터리를 충전할 때는 '꼼작없이 주변에 머물러야 한다. 가까운 주민들도 만나고 알려지지 않았던 장소도 가보고 마을 음식도 맛보면서 충전을 기다리게 된다. 뮤지션들이 낯선 곳에서 이 '잉여의 시간'을 어떻게 보낼지도 프로그램의 재미를 느끼게 해줄 관전 포인트다.

여행이 절정에 닿는 것은 별밤에 이르러서다. 고요한 숲속, 모든 조명이 꺼지고 어둠 속에 별이 하나둘 떠오르기까지 10분여의 시간이 편집 없이 그대로 펼쳐진다. 발라드, 록, 힙합 등 서로 다른 장르의 뮤지션들이 저마다의 자리에서 겪어온 음악과 감성, 청춘의 이야기도 흘러나온다. 별밤 아래서 기타 반주에 맞춰 생각나는 노래 불러보기, 떠오르는 영감에 가사와 멜로디 붙여보기 등 뮤지션들에게 걸맞은 다양한 미션도 주어진다.

별과 여행, 음악이 더해진 '우주를 줄게'. 그 길을 함께하는 시청자들은 어떤 힐링을 얻게 될까? 분주한 삶의 짐을 잠시 내려두고 떠나고 싶은 마음이 절로 들 것 같다.

우주를 줄게

도시어부, 목요 예능 최강자 등극

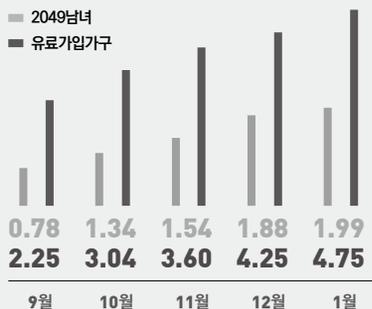
시청률 5% 돌파하며 동 시간대 1등
6주 연속 최고 시청률 기록 경신
목요 방송 비드라마 프로그램 중 화제성 1위

낚시에 미친 세 남자가 드디어 큰일을 저질렀다. 중년 남성의 전유물이라는 낚시를 소재 삼아 만든 예능 프로그램 '나만 믿고 따라와, 도시어부'가 동 시간대 방송되는 예능 프로그램들을 모두 제치고 시청률 1위를 차지했다. 시청률만큼이나 화제성도 가파른 상승세다. 그들은 도대체 어떤 미끼로 이런 월척을 낚은 것일까?



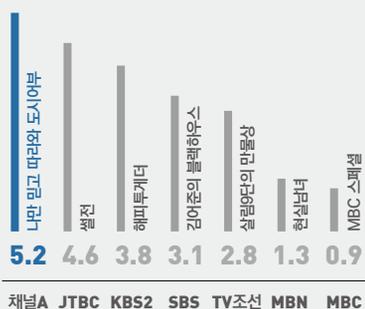
'나만 믿고 따라와, 도시어부'(이하 도시어부)가 드디어 시청률 5%를 돌파하며 동 시간대 시청률 1위 자리를 차지했다. 지난해 11월 말 이후 꾸준한 시청률 상승세를 보여 온 도시어부는 이제 목요일 예능 최강자 자리를 굳히는 모양새다.

닐슨코리아에 따르면 1월 25일 방송된 도시어부의 시청률은 5.2%(전국 유료방송가구 기준)로, 이달 4일 올린 자체 최고 시청률 기록(4.8%)을 또다시 넘어섰다. 지난해 11월 말 방송된 13회(3.6%) 이후 6주 연속으로 최고 시청률 기록을 갈아 치운 셈이다. 도시어부는 이날 동 시간대에 방송한 JTBC '썰전'(4.6%)은 물론이고 KBS '해피투게더'(3.8%), SBS '김어준의 블랙하우스'(3.1%) 등의 시청률을



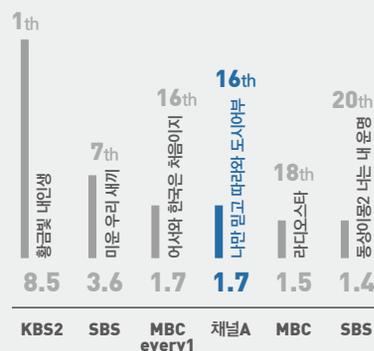
월평균 시청률 5개월 연속 성장세

*자료원: 닐슨코리아, National, 2017년 9월 ~ 2018년 1월 21일



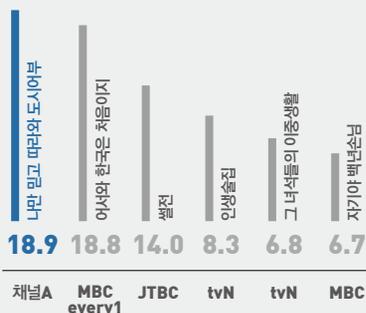
동시간대 1위

*자료원: 닐슨코리아, 1월 25일, National, 유료가입가구 기준



한국인이 좋아하는 프로그램 16위

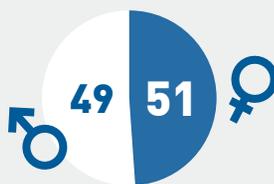
*자료원: 한국갤럽(숫자는 선호도)



비드라마부문 화제성 1위

*2017년 12월 28일 방영 프로그램 기준
*자료원: 굿데이터코퍼레이션(숫자는 화제성 점유율)

숫자로 보는 도시어부



남녀 비율 5:5

*자료원: 닐슨코리아



실시간 검색어 1위

단위: %

*굿데이터코퍼레이션 화제성은 프로그램 방송 후 곳곳의 누리꾼 반응을 조사, 지수화하여 분석한 지표.

모두 크게 앞질렀다.

이날 방송에서는 게스트 최현석 세프가 고정 출연자 이덕화, 이경규, 마이크로닷 등과 함께 경북 울진군 동해 앞바다에서 낚시를 즐기는 모습이 담겼다. 마이크로닷은 출연자 중 처음으로 93cm 월척을 낚으며 시청률 견인차 역할을 톡톡히 했다.

시청률이 오르면서 호감도도 수직 상승하고 있다. TV 프로그램 화제성 분석 전문업체 '굿데이터코퍼레이션'에 따르면 지난해 12월 28일 방영된 비드라마 프로그램 가운데 도시어부가 화제성 점유율 18.9%로 1위를 차지했다. 여론조사기관 '한국갤럽'이 1월 16~18일 전국 성인 1004명을 대상으로 실시한 조사에서도 도시어부는

좋아하는 TV 프로그램 16위에 랭크됐다. 특히 본방송 중에는 인터넷 실시간 검색어 10위권에 항상 진입하고 있다. 최근에는 TV 홈쇼핑의 낚시 관련 용품 판매에도 긍정적인 영향을 미치고 있다는 보도도 나온다.

도시어부의 이 같은 인기몰이에 대해 전문가들은 중년 남성들의 전유물로 여겨지는 낚시를 소재로 삼으면서도 세대를 넘나드는 웃음을 끌어냈다는 데 주목한다. 여기에 나이 차를 초월한 세 출연자의 팀워크와 센스 있는 자막 등이 어우러지면서 여성과 젊은층의 시선을 붙잡게 됐다고 분석한다. 시청자층이 두터워지는 모양새여서 시청률 상승세는 당분간 이어질 가능성이 크다고 전문가들은 보고 있다.



‘아빠본색’, 뉴페이스 등장에 시청률 상승세

새 멤버 가세에 2049타깃 시청률 올라
배우 홍지민 남편 도성수, V.O.S 출신 가수 박지현

대한민국 남편과 아빠들의 평균적인 모습을 리얼하게 담아내 인기를 끌고 있는 관찰 예능 프로그램 ‘아빠본색’이 새로운 멤버 수혈로 도약을 꾀하고 있다. 변신은 성공적이어서 시청률이 상승세를 타고 있다. 이전 출연진과 달리 ‘모범적인 아빠’로 남성들의 공감을 적어 되고 있는 이들의 활약상이 기대된다.



도성수

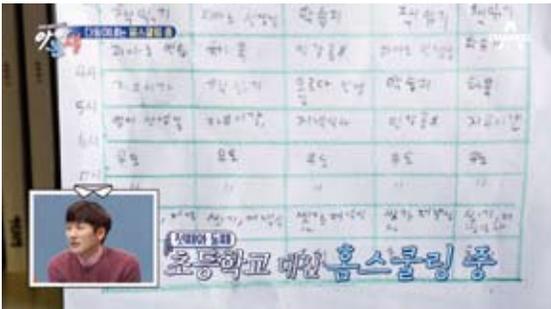
박지현

꾸밈없는 아빠들의 리얼한 일상을 소개하는 '아재 감성 느와르-아빠본색' (방송시간: 수요일 밤 9시 30분)에 새 얼굴이 등장했다. 지난해 12월에 합류한 도성수(47), 박지현 씨(41)가 그 주인공.

도 씨는 뮤지컬계의 디바 홍지민과 결혼한 13년 차인 딸 바보 아빠다. 아내가 난임 증세를 보여 아빠가 되기까지 무려 9년이라는 시간이 걸리면서 애뜻함이 커졌다. 큰딸을 얻은 지 3년 만에 둘째 딸을 얻는 경사까지 찾아왔다. 40대 후반인 도 씨는 아내의 믿음직한 조력자이자 딸의 맞춤형 아빠로 중형무진 활약하며 프로그램 인기를 견인하고 있다. 박 씨는 아들 셋, 딸 셋을 둔 다둥이 아빠. 한 손으로 아이를 안고 다른 한 손으로 집안일을 하는 '육아의 신'. 게다가 초등학교 아이 3명의 홈스쿨링까지 도맡은 만능 육아맨이다. 시청자 조모 씨가 "집에선 무조건 아이들과 함께하는 박지현은 모든 여성이 바라는 아빠 이상형"이라고 말할 정도다.

새 얼굴의 등장으로 시청률도 상승세다. 닐슨코리아 조사에서 지난해 12월 유료 가입가구 시청률이 2.47%로 10월(1.67%)에 비해 1%포인트 가까이 올랐다. 같은 기간 2049세대 시청률도 10월 0.43%에서 12월 0.65%로 높아졌다.

스페셜 게스트도 시청자의 눈길을 잡아끈다. 세 쌍둥이 세종, 순신, 주몽(6)을 둔 미군 브라이언 데이비스(51)와 배민지(39) 부부가 주인공이다. 배 씨는 초등학교 시절 영어학원 강사였던 브라이언과 스승과 제자로 만나 부부의 연까지 맺었다. 브라이언은 한국 역사에 관심이 많고 삼겹살과 막걸리를 즐기는 '친한파'로, 아내의 잔소리에 마지못해 움직이는 수동형 남편이다. 연예인이 아닌 일반인 가족의 특별 출연으로 색다른 재미가 예상된다. 세 아빠의 좌충우돌 일상을 엿보는 즐거움이 매주 수요일 펼쳐진다.



반려견과 스타들의 동거...

‘황금 개띠 해’ 인기몰이

“어쩔 이리도 다들 사랑스러운지.
강아지도 견주들도! ♥♥.”(누리꾼 ra***)
보고만 있어도 흐뭇해지는 반려견과
스타들의 좌충우돌 동거 일기.
채널A ‘개밥 주는 남자 시즌2’의 인기가
갈수록 높아지고 있다. 올해 ‘황금 개띠의 해’를 맞아
덩달아 관심이 커졌다. 화면 바깥에서도
‘개 자식(?)’ 사랑에 흠뻑 빠진 배우 이태곤과
최현석 세프는 무술년 정초를
어떻게 보내고 있을까.



비글은 악마견?

심한 편견! “아직 썸과 애리가 어려서 힘들지만
함께 낚시 갈 만 한 살이 되면 함께 낚시 가는 게
생각에 행복 꿈이에요. 물론 안전이 최우선이지
만 비글도 물을 좋아한다고 하니
정말 행복할 거예요.”

소문난 ‘낚시광’인 이태곤은 4개월 된 비글 남매 ‘썸’과 ‘애리’를 키우고 있다. 그는 8일 인터뷰에서 “마음이 아팠다”는 얘기를 자주 했다. 최근 버려진 비글들을 보호하는 기관에 봉사활동(지난해 12월 30일 방송)을 다녀왔기 때문이다. 이태곤은 “악마견이란 오명으로 버려지는 비글이 그렇게 많다는 것을 알고 충격을 받았다”며 “애견인 100만 시대라지만 동물학대 처벌이나 방지 제도는 아직 미약한 것 같다”고 말했다.

“제가 방문한 보호소는 안락사가 없고 시설이 좋은 편이었습니다. 하지만 일반 가정으로 분양되지 못한 개가 너무 많았어요. 비글이기 때문에 말썽을 일으킬 거란 잘못된 편견은 제발 사라지기를 바랍니다.”

이태곤은 요즘 강아지 사랑에 술자리도 마다할 정도. 그는 “한번 만났다 하면 기본이 3차였던 친구 모임도 1차만 서둘러 마치고 집에 온다”며 “술자리에서조차 계속 강아지 얘기만 할 정도”라며 씩스러워했다.

“원래 외로움을 잘 타는 성격은 아닙니다. 하지만 갑작스레 쓸쓸함이 몰려오는 경우가 왜 없겠어요. 그럴 때 썸과 애리가 큰 위안이 됩니다. 일 끝나고 귀가하면 언제나 문 앞에 두 마리가 꼬리를 흔들면서 앉아 있어요. 저도 모르게 활짝 웃게 되더라고요.”

아빠가 된다는 게 이런 기분일까. 언젠가부터 자기 컨디션보다 강아지들 건강이 우선이다. 눈 통증으로 병원에 다녀온 인터뷰 당일에도 “썸과 애리가 아직 어려서 대변 상태를 늘 확인한다”며 걱정하기 바빴다. 그는 “소중한 생명이라 신경을 써야 할 게 많다”며 “그래도 올해가 황금 개띠 해라고 하니 아이들 덕분에 더 잘 풀릴 것 같은 예감이 든다”며 밝게 웃었다.

개 입맛 고려

레시피 고민... 최 셰프는 시베리안 허스키 '뚜이'
시베리아 를 키운 지 10개월이 됐다. 평소 레
같이 달려야죠 스토랑에서 쓰고 남은 재료로 뚜이
가 좋아하는 육포 같은 걸 직접 만
들어 왔다. 그는 "개들도 좋아하고 싫어하는 맛이 다르
다"고 말했다.

"개들은 밀가루나 우유를 소화하지 못하죠. 그렇다고
'사료만 먹고 살아라'고 한다면 너무 잔인하지 않나요?
요즘 쌀가루를 이용한 식빵이나 강아지용 우유 아이스
크림을 만들 레시피를 고민하고 있습니다."

어린 시절부터 시베리안 허스키를 키우는 게 꿈이었다
는 최 셰프는 "근사하고 폼 나지 않냐"라며 껄껄 웃었다.
처음에는 반대가 심했던 아내도 지금은 오히려 더 열렬
히 뚜이를 사랑하고 아낀다.

"강아지들은 사랑을 한곳으로 모아주는 존재 같아요. 뚜
이가 집에 온 뒤로 가족이 더 자주 모이게 됐습니다. '최
현석! 안 일어나?'로 아침을 시작하던 아내는 이제 '뚜
이, 우리 아기~'란 말을 입에 달고 살지요."

물론 불편한 점이 전혀 없다고 하면 거짓말이다. 최 셰
프 역시 적응이 쉽지 않았지만 "강아지 나름대로 삶의
방식이 있다는 걸 인정하는 게 중요하다"는 의견을 내
놓았다.

"털도 엄청 날리죠. 커튼은 죄다 물어뜯어 놓았습니다.
마구 뛰어다니다가 물건도 여럿 부숴죠. 하지만 그런 뒤
처리를 하는 일도 함께 사는 공동체의 한 부분으로 받
아들어야죠. 오히려 아파트에 갇혀 마음껏 본능대로 뛰
어놀 수 없는 강아지들이 불쌍한 거잖아요."

최 셰프는 '한 번뿐인 삶, 해보고 싶은 건 다 해보자'는
인생관을 갖고 있다. 그래서 자식인 뚜이 역시 최대한
많은 경험을 하며 행복하게 살길 바란다.

"뚜이 조상의 원산지인 시베리아나 알래스카 같은 외국
의 너른 눈밭을 마음껏 달리게 해주고 싶어요. 거기 가
면 뚜이의 피가 뜨거워지지 않을까요."



언제나 문 앞에 두 마리가
꼬리를 흔들면서 앉아 있어요.
저도 모르게
활짝 웃게 되더라고요 —

개밥남2에 러블리즈 떴다

인기 아이돌 출연으로 2049 시청자 타깃 공략

‘황금 개띠 해’를 맞아 인기리에 방영 중인

‘개밥 주는 남자 시즌2(개밥남 2·방송시간 토요일 밤10시 50분)’가

또다시 업그레이드됐다. 대세 여성 아이돌그룹 ‘러블리즈’가 투입된 것.

이태곤·최현석-러블리즈가 끌어갈 개밥남 시즌2의 관전 포인트를 짚어본다.



‘황금 개띠 해’를 맞아 인기리에 방영 중인 ‘개밥 주는 남자 시즌2(개밥남 2·방송시간 토요일 밤 10시 50분)’가 또다시 업그레이드됐다. 스타와 반려견의 동거 생활을 보여주는 국내 유일무이의 관찰 버라이어티 프로그램인 ‘개밥남2’는 그동안 배우 이태곤과 김민교, 셰프 최현석 등이 출연해 많은 화제를 낳았다. 소문난 낚시광인 이태곤은 동아일보와의 인터뷰에서 4개월 된 비글 남매 ‘썸’과 ‘애리’를 키우면서 술자리도 줄일 정도로 강아지 사랑에 푹 빠졌음을 고백했다. 최현석도 인터뷰에서 어린 시절부터 키우고 싶었던 시베리안 허스키 ‘뚜이’를 만난 뒤 강아지용 음식 개발에 나서는 등 행복한 나날을 보내고 있다고 밝혔다. 프로그램의 높은 인기는 이들이 주고받는 사랑과 행복한 고민들이 고스란히 화면에 드러났기에 가능했다.

여기에 2월부터는 영 타깃을 끌어들이 강력한 신형 무기인 여성 8인조 아이돌그룹 ‘러블리즈’가 가세했다. 배우 김민교 부부에 이어 투입된 러블리즈는 지난해 11월 경기 시흥시에 위치한 강아지 번식장 화재 사고에서 구조된 78마리의 종견 가운데 3마리를 키우게 됐다. 유기견 보호(리본·Reborn) 프로젝트다. 개밥남 시즌1에서 I.O.I가 출연해 큰 화제를 불러일으켰던 만큼 러블리즈의 가세는 프로그램 인기에 새로운 활력소가 될 것으로 기대된다.



채널A, 미디어커머스 쇼핑몰 ‘오티닷컴’ 오픈

채널A가 온라인쇼핑몰 ‘오티닷컴(shop-ott.com)’을 지난해 12월 3일 공식 오픈했다. 오티(OTT)는 ‘One, Two, Three’의 약자로 사람의 첫 인상이 약 3초면 결정되는 것처럼 상품 구매 결정 또한 3초 안에 이루어질 수 있도록 만들겠다는 의미를 담고 있다.

오티닷컴의 주요 타겟은 최근 새로운 소비층으로 부상하고 있는 ‘포미족(FORME族)’이다. 포미족은 스스로 가치 있다고 생각하는 것에는 망설임 없이 지갑을 여는 소비층을 의미한다. 정보기술(IT) 기기, 패션, 취미 등 특정 분야만큼은 ‘나를 위한 투자’라고 생각해 돈을 아끼지 않는다.

이런 포미족의 소비 특성을 고려해 오티닷컴에서는 어디서나 쉽게 살 수 있는 대기업 제품이나 가격 비교를 당하는 생필품은 취급하지 않는다. 그 대신 아이디어가 번뜩이는 중소기업 제품과 실용성에 재미까지 더한 유망 스타트업 제품들로 가득 채워져 있다. 특이하면서도 품질 좋은 상품을 한데 모아 포미족의 소비 욕구를 자극하겠다는 전략이다.

‘코르크 스피커’가 대표적이다. 코르크 스피커는 ‘도전! K-스타트업 2016 왕중왕전’에서 국방부 장관상을 받은 상품으로, 빈 병 입구에 꽂아 사용하는 블루투스 스피커다. 주변에서 쉽게 구할 수 있는 빈 병을 울림통으로 활용해 좋은 음질과 휴대성이란 ‘두 마리 토끼’를 잡았다.

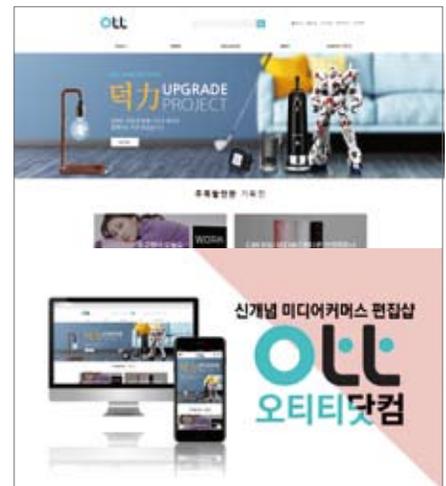
오티닷컴은 채널A 미디어커머스 사업의 플랫폼 역할도 담당하고 있다. 일례로 <도시어부> 11회에 등장한 ‘코르크 스피커’의 경우 오티닷컴에서 ‘도시어부 의류 스피커’란 이름으로 판매되고 있다. 또한 방송 프로그램과 관련된 상품을 자체적으로 기획 및 생산해 쇼핑몰에서 판매하는 사업도 준비 중이다.

오티닷컴의 목표는 단순한 온라인 쇼핑몰 성공이 아니다. 미디어와 커머스 사이의 선순환 구조를 정착시키는 것이 궁극적인 목표이다. 웹진, 동영상 등의 온라인 콘텐츠를 정기적으로 제작해 오티닷컴을 하나의 온라인 채널 브랜드로 발전시킨다는 구상이다.



OTT. 1

OTT닷컴 홈페이지



OTT. 2

도시어부 코르크 스피커



IMC
CASE 1



IMC CASE. 1

광고주 한국인삼공사

프로그램 도시어부 17회(2017년 12월 28일 방송분)

판매 형태 기능 PPL

내용 대물을 낚은 마이크로닷이 이경규, 이덕화, 이민우(게스트)를 응원하는 의미로 홍삼음료를 건네고 함께 마시는 장면. 상황에 맞게 브랜드명이 노출된 사례

IMC
CASE 2



IMC CASE. 2

광고주 내셔널지오그래픽

프로그램 도시어부 16, 17회(2017년 12월 21일, 28일 방송분)

판매 형태 기능 PPL

내용 내셔널지오그래픽의 아웃도어 의류를 마이크로닷이 입고 출연하여,
해당 회차에 제품 반복 노출. 중CM과의 결합, 광고 효과 극대화

PROGRAM GUIDE

프로그램
가이드

2018. 03

러브라인 추리게임 하트시그널 시즌 2



시청자들의 연애세포를 자극할 설렘 가득 눈꽃 멜로
그 속의 숨겨진 시그널을 찾아내는
예측자들의 숨막히는 추리 대결

눈꽃 멜로로 새롭게 돌아온 러브라인 추리게임
새로운 시그널 하우스에서 펼쳐지는 선남선녀의 러브라인
시즌1에 이어 화제성과 시청률 두 마리 토끼를 잡을 대표 프로그램

—

PROGRAM INFO

출연 윤종신, 김이나, 이상민 등
편성 금요일 밤 11시 11분
첫방송 3월 초 예정
시즌 1 최고시청률 2.0%(가구) / 1.3%(P2049)

나만 믿고 따라와 도시어부



떠오르는 목요일 밤 최강자
낚시를 사랑하는 세 남자의 특급 케미

연이은 시청률 상승과 화제성으로 승승장구
낚시로 둘째가라면 서러운 세 남자 이경규, 이덕화, 마이크로닷
세 남자와 떠나는 낚시 여행 버라이어티

—

PROGRAM INFO

출연 이경규, 이덕화, 마이크로닷
편성 목요일 밤 11시
최고 시청률 5.2%(가구) / 2.1%(P2049)

천만홀릭 커밍쑈



DEEP한 영화 프로그램을 원하는 영화 팬들을 위한
세상에 없던 고품질 영화 토크쇼

국내 최초 영화인들을 위한 Only One 프로그램
천만이 홀릭 배우, 천만을 홀릴 감독과 함께
개봉을 앞둔 영화에 대해 깊이 있게 다뤄보는 영화 토크쇼

—

PROGRAM INFO

출연 신동엽, 은지원, 경리, 김기방, 영화감독 이원석
편성 금요일 밤 9시 30분
첫방송 2월 23일

우주를 줄게



삶의 여유가 부족한 현대인들에게 바치는 힐링 예능
별과 음악이 함께하는 무공해 로드 음악 여행기

친환경 전기차를 타고 별을 보러 떠나는 1박 2일 여행
하늘을 가득 채운 별들과의 만남
그리고 별 아래에서 펼쳐지는 뮤지션들의 감성 뮤직 에세이

—

PROGRAM INFO

출연(예정) 유세윤, 휘성, 예성(슈퍼주니어),
김민석(멜로망스), 손동운(하이라이트), 카더가든
편성 수요일 밤 11시(예정)
첫방송 3월 예정

외부자들



비판과 독설을 아슬아슬하게 줄타기하는 4인 4색 내부저격 시사 예능

묵직한 입담과 날 선 풍자로
시청자들의 가려운 속을 긁어 주는 촌철살인 멘트
유명 정치인들의 출연으로 인한 끊임없는 화제까지

PROGRAM INFO

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

풍문으로 들었SHOW



당신이 알아야 할 이슈의 모든 것 대중문화 이슈 전반을 아우르는 고품격 토크쇼

100회 돌파와 함께 채널A 장수예능 등극
끊임없이 회자되는 대중문화의 모든 이슈에 대해
팩트는 기본, 패널들의 소신 발언까지

PROGRAM INFO

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

개밥 주는 남자 시즌 2



본격 반려견 양육 권장 방송 국내 유일무이 스타와 반려견들의 리얼 동거 관찰 예능

찬란하지만 쓸쓸한 스타들과 치명적인 매력의 반려견들
러블리즈의 합류로 젊은 콘텐츠로 업그레이드

PROGRAM INFO

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

이제 만나러 갑니다



대한민국의 국민으로 정착한 탈북 미녀들과 함께하는 세계 최초, 방송 최초 남북소통 버라이어티

국내외 언론 시선 집중, 300회를 돌파한 종편 최장수 프로그램 젊은 패널들의 투입으로 2049 타깃형 콘텐츠로 자리매김

—

PROGRAM INFO

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

나는 몸신이다



대한민국의 몸신에 도전하라 몸신들이 알려주는 건강비법

이로운 건강 정보나 잘못된 속설을 바로잡을 정보만 있다면 누구나 몸신 자칭 타칭 건강 전문가들이 소개하는 건강비책

—

PROGRAM INFO

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

아재 감성 느와르 아빠본색



꾸밈없는 아빠들의 리얼한 일상 관찰과 스튜디오에서의 허심탄회한 공감 토크

기존 관찰 예능에 토크를 결합해 업그레이드된 재미 선사 홍지민 남편 '도성수'와 V.O.S '박지현'의 합류로 새 단장

—

PROGRAM INFO

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

역사 다시 보기 천일야사



세상을 지배한 역사 속의 리더들 그들의 거대하고 치열한 승부 속 뒷이야기

지난 역사를 통해 오늘날 우리의 모습을 반추해보고
역사 속 사건과 인물들이 주는
메시지에 집중하고자 하는 프로그램

PROGRAM INFO

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

관찰카메라24



세상의 모든 걸 관찰하라 트렌드가 있는 현장, 사람, 이슈의 24시간 관찰기

8인의 VJ가 같은 날 같은 시각에 게릴라 팀으로 출동
24시간 동안 일어나는 일들을 밀착 취재,
공간적 제약이 없는 24시간으로의 재구성

PROGRAM INFO

편성 금요일 밤 8시 20분
최고 시청률 1.8%(가구) / 0.6%(P2049)

서민갑부



모든 이들의 궁금증, 부자 되는 법 대공개 전국 방방곡곡에 손꼽히는 자수성가 슈퍼리치들의 이야기

독한 인생을 산 서민갑부들의 생생한 성공 스토리
맨바닥에서 시작하여 부를 이룬 그들만의 아주 특별한 부자되기 비법

PROGRAM INFO

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

TV 주치의 닥터 지.바.고



실험과 검증을 통해 5천만 국민의 건강을 책임진다

지키고, 바꾸고, 고치자
건강과 실생활에 꼭 필요한 아이템들을 총망라
실험과 검증, 찬반 전문가의 토크를 통해
주제와 관련된 진실과 이면을 낱알이 공개

PROGRAM INFO

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

신대동여지도



우리네 이웃들의 이야기 명소, 명물, 명인을 통한 우리만의 특별한 여행

개그맨 허준과 김재욱이 대한민국 방방곡곡으로 떠나는
'여행의 고수' 토탈리트 이상인과 알아보는 생활 밀착형 시골 성공비법
'시골애(愛)산다' 채널A 아나운서 김태욱과 함께 배우는 '기적의 건강밥상'

PROGRAM INFO

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

황금 나침반



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

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

김현욱의 굿모닝



놓칠 수 없는 알짜 정보, 신바람 나는 살림 이야기,
생동감 넘치는 건강 토크
아침을 업그레이드시키는 '활력 충전' 정보 프로그램

PROGRAM INFO

진행 김현욱, 추혜정
편성 평일 오전 7시 30분
최고 시청률 1.9%(가구) / 0.2%(P2049)

신문 이야기 돌직구 쇼+



복잡하고 어려운 신문은 가라
진짜 우리가 궁금한 이야기들을
날카롭고 속 시원하게 풀어줄 프로그램

PROGRAM INFO

진행 이남희(채널A 정치부 차장)
편성 평일 오전 9시
최고 시청률 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)

뉴스A



가장 뜨거운 이슈에 관해 각 분야별 전문가가 출연해
심도 있게 분석. 시청자들에게 밀도 있고 친절하게
정확한 정보를 전하는 더 깊고, 더 생생한, 더 친절한 뉴스

PROGRAM INFO

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

뉴스 TOP10



오늘 하루 가장 화제가 된 이슈들을 엄선해
1위부터 10위까지 랭킹 선정. 뉴스 고수들과 함께
전말과 파장을 심층 진단하는 랭킹 뉴스 쇼

PROGRAM INFO

앵커 황순욱(채널A 보도본부 차장)
편성 평일 오후 5시 40분
최고 시청률 4.9%(가구) / 0.7%(P2049)

SCHEDULE 1. 채널A 3월 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
	7			애니메이션				7	예능/교양 재방	신대동여지도
B	8			김현욱의 굿모닝			B	8		예능/교양 재방
	9			신문 이야기 돌직구 쇼+				9	토요 랭킹쇼	선데이 모닝쇼
	10							10		
	11			뉴스A LIVE				11		
	12							12		
	13			예능/교양 재방				13		예능/교양 재방
	14							14		
A	15						A	15		
	16			정치 데스크				16	뉴스 스테이션	뉴스뱅크
	17							17		
	18			뉴스 TOP10				18	안형환의 시사포커스	일요매거진
	19			뉴스A				19		뉴스A
	20	TV 주치의 닥터 지-바-고		예능/교양 재방		관찰카메라 24		20		예능/교양 재방
SA	21	역사 다시 보기	나는 몸신이다	아재 감성 느와르	서민갑부	천만출력	SA	21		
	22	천일야사		아빠본색		커밍쑀		22		
	23	풍문으로 들었SHOW	외부자들	우주를 줄게(예정)	나만 믿고 따라와	리브라인 추리게임		23	개밥 주는 남자 시즌 2	이제 만나러 갑니다
A	24				도시어부	하트시그널 시즌2	A	24		
	1	예능/교양 재방	황금나침반		예능/교양 재방			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

SCHEDULE
2.

채널A 플러스 3월 기본 편성표

급	시	월	화	수	목	금	급	시	토	일
C	6						C	6	교양 재방	
	7			예능 재방				7	예능 재방	신대동여지도
	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		
	12							12		
	13							13		
	14							14		예능 재방
	15			예능 재방				15		
	16							16	예능 재방	
	17							17		
	18	나는 몸신이다	풍문으로 들었쇼	이제 만나러 갑니다	러브라인 추리게임 하트시그널 스페셜	야재 감성 느와르 아빠본색		18		
	19							19		
	20		예능 재방	거인의 어깨	외부자들	개밥 주는 남자 시즌 2		20		교양 재방
S A	21	나는 몸신이다	나만 믿고 따라와 도시어부	개밥 주는 남자 시즌2	황금나침반	역사 다시 보기 천일야사	S A	21	예능 재방	
	22		나는 몸신이다 특급비법					22	관찰카메라 24	교양 재방
A	23			예능 재방		이제 만나러 갑니다 글로벌 에디션	A	23	이제 만나러 갑니다 글로벌 에디션	
	24			교양 재방				24	나는 몸신이다 특급비법	
A	1						A	1	예능 재방	

AD SALES GUIDE

세일즈
가이드

2018. 03

AD 일반광고상품

도시어부(목) / 하트시그널(금) 단독 패키지

금액	본방	재방	보너스율
6천만원	중CM 2회 + PIB 1회	중CM 4회 + PIB 2회	1000%
5천만원	중CM 2회	중CM 4회	900%
4천만원	PIB 2회	PIB 4회	830%
3천만원	전후CM 2회	전후CM 4회	770%

도시어부 + 하트시그널 통합 패키지

금액	본방	재방	보너스율
9천만원	도시어부 중CM 2회 + 하트시그널 중CM 2회	중CM 8회	1150%
6천만원	도시어부 PIB 2회 + 하트시그널 PIB 2회	PIB 8회	1000%
4천만원	도시어부 전후CM 2회 + 하트시그널 전후CM 2회	전후CM 8회	830%

*고정 재방 2회

*PIB는 후TOP 1, 후TOP 2, 후TOP 3, 전END-1, 전END-2, 전END-3

*편성 변경 가능성 있음

주요 예능 프로그램 단독 패키지

패키지 구분	금액	본방	재방	보너스율
Tier 1 외부자들(월 23시) 우주로 출개(수 23시) 천만출력 커밍순(금 21시 30분)	4천만원	중CM 2회 + PIB 1회	중CM 4회 + PIB 2회	830%
	3천만원	중CM 2회	중CM 4회	770%
Tier 2 풍문으로 들었SHOW(월 23시) 아빠본색(수 21시 30분) 개밥 주는 남자 시즌2(토 22시 50분) 이제 만나러 갑니다(일 23시)	3천만원	중CM 2회 + PIB 1회	중CM 4회 + PIB 2회	770%
	2천만원	중CM 2회	중CM 4회	660%

*재방은 편성 사정에 따라 변동 가능

*PIB는 후TOP 1, 후TOP 2, 후TOP 3, 전END-1, 전END-2, 전END-3

*편성 변경 가능성 있음

주요 예능 프로그램 통합 패키지

패키지 구분	금액	본방	재방	보너스율
풍문으로 들었SHOW(월 23시) 외부자들(화 23시) 아빠본색(수 21시 30분) 우주로 출개(수 23시) 천만출력 커밍순(금 21시 30분) 개밥 주는 남자 시즌2(토 22시 50분) 이제 만나러 갑니다(일 23시)	6천만원	중CM 7회	중CM 14회	1000%
	4천만원	후TOP (전END) 7회	후TOP (전END) 14회	830%

*주요 예능 통합 패키지 재방 노출은 12시대, 15시대 고정 예능 재방 블록에 노출 의미

*편성 변경 가능성 있음

기본 판매안

금액	보너스율
1천만원	680%
2천만원	720%
3천만원	900%
4천만원	990%
5천만원	1100%
6천만원	1180%
7천만원	1220%

시보 판매안

시보 구분	시보 등급	세부사항	금액
탄력시보	SA 23시 (23시 예능블록)	10초, 월 30회 전 CM TOP	3천만원
	SA (20시 교양블록, 21시 교양블록)	10초, 월 30회 전 CM END	2천5백만원
	A (11시 재방블록, 14시 재방블록)	10초, 월 30회 전 CM END	1천5백만원
	B (7시 김현욱의 굿모닝, 9시 신문이야기 돌직구 쇼*)	10초, 월 30회 전 CM END	1천만원
보도 시보 패키지	A 시급보도 (뉴스ALIVE / 정치데스크 / 뉴스TOP10)	10초, 월 30회 전 CM TOP	2천만원
주요 프로그램 시보	SA 23시 (도시어부, 하트시그널)	10초, 월 13회 전 CM END	2천만원
23시 프로그램 시보	SA 23시 (외부자들)	10초, 월 13회 전 CM END	1천5백만원

*23시 예능 블록 시보의 경우 잔여 재원이 있는 경우 전 END 위치로 판매
 *주요 프로그램 시보의 총횟수는 본방 4.3회, 고정재방에 8.6회를 더한 횟수
 *편성 변경 가능성 있음

AD IMC 상품

도시어부 / 하트시그널 PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	5천만원
	온라인		비디오클럽 업로드	재방	TBD	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL	협의	본방	1	3천만원
	온라인		비디오클럽 업로드	재방	TBD	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL	협의	본방	1	1천5백만원
	온라인		비디오클럽 업로드	재방	TBD	

도시어부 / 하트시그널 가상광고 패키지

형태	형식	길이	본/재	횟수	금액
하이라이트	프레임형	10초 수준	본방	4	6천만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초 수준	본방	4	4천5백만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초 수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	

AD 가상광고 예시

· 하이라이트



해당 회차 하이라이트
다음회 예고시 프레임 형태로 삽입

· 프로그램 돌출



프로그램 중간에 돌출 형태로 삽입

· 등급 고지



프로그램의 등급 고지시 돌출 형태로 삽입

일반 PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	금액
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획PPL	협의	본방	1	3천만원
	온라인		비디오클립 업로드	재방	TBD	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능PPL	협의	본방	1	2천만원
	온라인		비디오클립 업로드	재방	TBD	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순PPL	협의	본방	1	1천만원
	온라인		비디오클립 업로드	재방	TBD	

예능 프로그램 가상광고 패키지

형태	형식	길이	본/재	횟수	금액
하이라이트	프레임형	10초 수준	본방	4	3천만원
			재방	TBD	
프로그램 돌출	자막형	5초 수준	본방	4	2천만원
			재방	TBD	
등급 고지	자막형	5초 수준	본방	4	1천만원
			재방	TBD	

AD 개밥 주는 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



AD 채널A PPL Additional Benefit

*아래 내용은 광고 규정의 변화 및 광고 방식, 세부 조건 등에 따라 변동될 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

◀▶ 제공 방식 ▶▶

해당 제공 내용 집행시 추가 금액 발생

카드뉴스 제작/전파

네이버 포스트·카카오

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

NAVER kakao



천만홀릭

커밍쑈



신동엽

은지원

경 리

김기방

이원석

