



Story·A

CHANNEL A AD SALES GUIDE BOOK

09
2023
September

강철부대



향긋



애프터시그널

FOR THE
VICTORY

FOLLOW
ME

나만 믿고 따라와

도시어부5

남의 나라 살아요 선 넘은 패밀리



미디어랩A 카카오 채널 신규 추가시 스타벅스 기프티콘 증정!

이벤트 기간동안 카카오 채널 신규 추가하는
광고주, 대행사 임직원 선착순 10명에게
‘스타벅스 아메리카노 Tall 기프티콘’ 증정!



응모 기간

2023.09.15까지

응모 대상

QR코드를 통해 미디어랩A 카카오 채널
신규 추가한 광고주, 대행사 임직원

참여 방법

미디어랩A 카카오톡 대화창에 친구추가 캡처 사진
전달 후 소속 회사 / 부서 / 이름 / 전화번호 기재

지급 대상

이벤트 참여 인원 중 선착순 10명

미디어랩A 퀴즈 응모 이벤트

추첨을 통해 스타벅스 기프티콘 증정!

새로운 부대의 합류로 더욱 치열해진 <강철부대3>가 첫 방송하는 9월 19일은 무슨 요일일까요?

- 1) 월요일 2) 화요일 3) 금요일 4) 토요일



응모 기간

2023.09.15까지

응모 대상

광고주, 대행사 임직원

참여 방법

QR코드를 통해 미디어랩A 카카오톡 대화창에
정답과 함께 소속 회사 / 부서 / 이름 / 전화번호 기재

지급 대상

이벤트 참여 인원 中 추첨을 통해 6명

· 2023년 하반기 프로그램 라인업 ·

| 구분 | 프로그램 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | |
|-----|----------------------------------|--|----|------------------------------|-----|----------------------------|----------|-------------------------------|
| 드라마 | 며느라기2 | → | | 7/3~8/7 (월) 22시 30분 6부작 | | | | |
| | 남과 여 | | | | | 12월~ | → 12부작 | |
| 예능 | BEST 하트시그널4 | → | | 5/17~8/25 (금) 22시 50분 14부작 | | | | |
| | 다시 갈 지도 | → | | 6/27~8/29 (화) 21시 10분 10부작 | | | | |
| | NEW 애프터시그널 | | | | → | 9/1~10/6 (금) 22시 50분 6부작 | | |
| | BEST 강철부대3 (전우회 2회 포함) | | | | → | | | 9/19~12/19 (화) 22시 30분 14부작 |
| | BEST 도시어부5 | | | | → | | | 9/7~3/28 (목) 22시 30분 30부작 |
| | 아이셰프 | | | | → | | | 9/18~ (월) 21시 30분 |
| | 선 넘은 패밀리 | | | | → | | | 9/22~ (금) 21시 30분 |
| | NEW 요즘 공부 일타 비법 | | | | | | → | |
| 교양 | 4인용 식탁 | | | | → | | | 9/4~(월) 20시 10분 |
| 레귤러 | 예능 | 신랑수업 (수) 21:30 / 나는 몸신이다2 (목) 20:10 금쪽같은 내 새끼 (금) 20:00 / 고기서 만나 (토) 16:40 / 이제 만나러 갑니다 (일) 23:00 | | | | | | |
| | 교양 | 금쪽 상담소 (화) 20:10 / 서민갑부 : 폐업 탈출 대작전 (토) 19:50 / 행복한 아침 (월-금) 7:30 꽃길만 걸어요 (토) 9:00 / 건강 스페셜 (토) 10:00 / 가족을 부탁해 (토) 11:00 100세 프로젝트 (일) 8:20 / 순정시대 (일) 9:20 / 국민사위유랑단 (일) 10:20 | | | | | | |

※ 프로그램명 및 편성 일정은 방송사 사정에 따라 달라질 수 있습니다.

· 채널A 콘텐츠 경쟁력 ·



프로그램 **다양성**

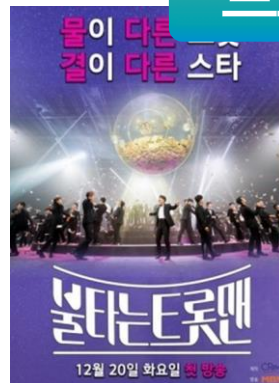
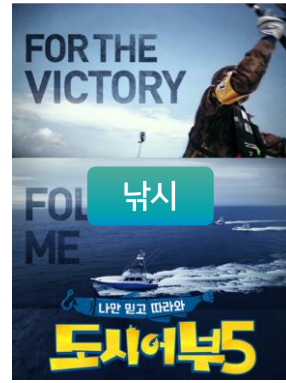
||

시청자의 **다양성**

프로그램 **편중**

||

시청자 **중복**



요리

씨름

미스터리 멜로

교육

관찰

여행

Beyond TV 시청률 "프로그램의 가치"

· 하반기 주요 콘텐츠 ·

| 프로그램 | 소개 |
|---|--|
| <p>애프터 시그널</p> <p>9/1~10/6 6부작 매주 금요일 22시 50분</p> | <p><하트시그널4> 최종 선택 후의 이야기를 담은 프로그램으로 최종 커플의 데이트 모습, 커플이 되지 않은 출연자들의 이야기 공개 하트시그널 기존 시청층 확보로 안정적 시청률 기대 식/음료, 패션 등 광고주 IMC 및 일반광고 추천</p> |
| <p>강철부대3</p> <p>9/19~12/19 12부작 매주 화요일 22시 30분</p> | <p>3049여성 타겟 최고 시청률 7.1% (닐슨코리아, 수도권, 시즌1 기준), 화제성 및 OTT 인기 순위 최상위권 (굿데이터코퍼레이션) 기록한 <강철부대>의 컴백 시즌2 대비 강화된 스토리와 진정성, 미군 전투부대 ‘네이비씰’ 참가로 이전 시즌 넘는 시청률 및 화제성 기대 의류, 차량, 음료, 건강기능식품, 남성뷰티 등 광고주 추천</p> |
| <p>도시어부5</p> <p>9/7~3/28 30부작 매주 목요일 22시 30분</p> | <p>채널A 대표 시즌제 예능의 컴백! 기존 멤버 이덕화, 이경규, 이수근에 신규 멤버 주상욱, 성훈 합류 낚시로 잡은 물고기를 화폐로 교환, 2박 3일간 펼쳐는 자급자족 라이프 새 멤버 합류와 업그레이드 된 포맷으로 시청률 상승 기대</p> |
| <p>아이셰프</p> <p>9/18~ 매주 월요일 21시 30분</p> | <p>요리 경력 N개월의 아이 셰프와 대한민국 대표 셰프테이너들이 짝을 이뤄 의뢰인의 니즈에 맞는 요리를 만드는 대결을 펼치는 프로그램</p> |
| <p>선 넘은 패밀리</p> <p>9/22~ 매주 금요일 21시 30분</p> | <p>국제 결혼을 한 부부의 해외살이 대 공개! 인종, 문화, 언어, 국경을 초월해 국제 가족이 된 이들이 직접 찍은 리얼한 일상 VCR을 통해 그들의 삶을 공감, 이해해보는 프로그램</p> |
| <p>일타 비법</p> <p>11/1~ 매주 수요일 21시 30분</p> | <p><금쪽같은 내 새끼>, <금쪽 상담소>에 이어 금쪽 시리즈 CP가 만드는 교육 예능으로 대한민국 일타강사들을 통해 알려주는 공부 원 포인트 레슨</p> |

· 하반기 프라임시간대 편성표 ·

* 9월부터 건강기능식품 브랜드드 프로그램 띠 주말로 변경 (토,일 오전 6~12시)

| 구분 | 월 | 화 | 수 | 목 | 금 | 토 | 일 |
|----------------------------------|---------------------------|---------------|-------------|-----------------|------------------|-----------------------|-------------------|
| 19시 | 뉴스A | | | | | | |
| 안정적인 시청률의 레귤러 예능 & 다양한 소재의 신규 예능 | | | | | | | |
| 20시 | 신규 4인용 식탁 | 레귤러 금쪽 상담소 | 재방 | 레귤러 나는 몸신이다2 | 레귤러 금쪽같은 내 새끼 | 레귤러 서민갑부 폐업 탈출 대작전 | 재방 |
| 21시 | 신규 아이 셰프 | 재방 | 레귤러 신랑수업 | 재방 | 신규 선 넘은 패밀리 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 | 예능 스페셜 |
| 22시 | 시즌제 중심 킬러 콘텐츠 | | | | | | |
| 23시 | 재방 | 시즌제 강철부대3 | 재방 | 시즌제 도시어부5 | 스핀오프 애프터 시그널 | 재방 | 레귤러 이제 만나러 갑니다 |
| 24시 30분 | 건강기능식품 브랜드드 프로그램 재방송 Zone | | | | | | |

· 프로그램 X 타겟 MAP ·



· 타깃별 추천 프로그램 ·

| | 2049남녀 | 3049여성 | 3059남녀 |
|----|----------------|----------------|----------------|
| 1 | 하트시그널4 | 금쪽같은 내 새끼 | 하트시그널4 |
| 2 | 금쪽같은 내 새끼 | 하트시그널4 | 금쪽같은 내 새끼 |
| 3 | 금쪽 상담소 | 금쪽 상담소 | 금쪽 상담소 |
| 4 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 | 뉴스A |
| 5 | 신랑수업 | 신랑수업 | 이제 만나러 갑니다 |
| 6 | 금쪽 상담소 스페셜 | 금쪽 상담소 스페셜 | 김진의 돌직구 쇼 |
| 7 | 뉴스A | 며느라기2 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 |
| 8 | 서민갑부 폐업 탈출 대작전 | 서민갑부 폐업 탈출 대작전 | 뉴스TOP10 |
| 9 | 김진의 돌직구 쇼 | 이제 만나러 갑니다 | 신랑수업 |
| 10 | 다시 갈 지도 | 고기서 만나 | 서민갑부 폐업 탈출 대작전 |

| | 2039남녀 | 3059여성 | 5064남녀 |
|----|----------------|---------------|---------------|
| 1 | 금쪽같은 내 새끼 | 하트시그널4 | 하트시그널4 |
| 2 | 금쪽 상담소 | 금쪽같은 내 새끼 | 금쪽 상담소 |
| 3 | 하트시그널4 | 금쪽 상담소 | 뉴스A |
| 4 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 | 김진의 돌직구 쇼 |
| 5 | 신랑수업 | 뉴스A | 이제 만나러 갑니다 |
| 6 | 서민갑부 폐업 탈출 대작전 | 김진의 돌직구 쇼 | 금쪽같은 내 새끼 |
| 7 | 뉴스A | 금쪽 상담소 스페셜 | 금쪽같은 내 새끼 스페셜 |
| 8 | 금쪽 상담소 스페셜 | 신랑수업 | 뉴스TOP10 |
| 9 | 고두심이 좋아서 | 이제 만나러 갑니다 | 신랑수업 |
| 10 | 며느라기2 | 며느라기2 | 며느라기2 |

* 자료원 : 닐슨코리아 / 2023년 7월, 수도권 기준



하트시그널4 최종 선택 그 후의 이야기
방송 전 스포를 막기위한 최종 커플의 좌충우돌 데이트와
커플이 되지 않은 솔로남녀의 재회까지

<하트시그널4> 스펀오프로 **화제성 지속 예상**
기존 시청층 통한 안정적 시청률 확보 가능
영타깃, 여성 타깃 광고주 추천

| | |
|-----|-------------------------|
| 출 연 | 하트시그널4 출연자들 |
| 편 성 | 매주 금요일 밤 10시 50분 |
| 기 간 | 9/1~10/6 6부작 |
| 패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 1억 원 |



최정예 특수부대 출신 예비역들이 팀을 이뤄
각 부대의 명예를 걸고 싸우는
밀리터리 서바이벌 프로그램

이전 시즌보다 강화된 스토리 서사와 진정성
넷플릭스 등 OTT 플랫폼 1위
PPL, 가상광고 등 통합 패키지 추천

| | |
|-----|----------------------------|
| 출 연 | 김성주, 김희철, 김동현, 윤두준, 슈, 최영재 |
| 편 성 | 매주 화요일 밤 10시 30분 |
| 기 간 | 9/19~12/19 12부작 |
| 패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 1억 원 |



낚시에 진심인 다섯 남자와
낚시를 좋아하는 게스트들이 펼치는
불꽃튀는 낚시 전쟁

다양한 연령대 게스트로 **폭 넓은 시청층 확보**
기존 시청자 통한 **안정적인 시청률 확보**
주상욱, 성훈 출연진 확정, **포맷 변화로 화제성 기대**

| | |
|-----|------------------------------|
| 출 연 | 이덕화, 이경규, 이수근, 주상욱, 성훈 + 게스트 |
| 편 성 | 매주 목요일 밤 10시 30분 |
| 기 간 | 9/7 ~ 3/28 30부작 |
| 패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 7천만 원 |



평균 연령 만 5세!
요리경력 N개월의 아이 셰프들이
셰프테이너들과 짝을 이뤄 요리 대결을 펼친다.

전국에 키즈 쿠킹 붐을
일으킬 새로운 콘텐츠 탄생
식품 및 생활용품 업종 광고주 추천

| | |
|-----|----------------------------|
| 출 연 | MC 김성주, 셰프 최현석, 이원일, 정지선 등 |
| 편 성 | 매주 월요일 밤 9시 30분 |
| 기 간 | 9/18 ~ |
| 패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 5천만 원 |



전 세계가 K에 흠뻑 빠진 지금
전 세계 방방곡곡에서 K-라이프 DNA를 전파하고 있는
자랑스러운 세계 속의 <선 넘은 패밀리>를 만나본다.

셀프로 촬영한 VCR로
기존 여행프로그램에서 볼 수 없었던
생생한 해외 모습으로 화제성 기대

| | |
|--------------------------|---|
| 출 연 편 성 기 간 패키지 | 안정환, 이해원, 유세윤, 이지훈, 송진우 등 매주 금요일 밤 9시 30분 9/22~ 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 7천만 원 |
|--------------------------|---|



가장 가까이에서
스타의 모든 것을 지켜 본 절친들의 생생한 증언으로
새롭게 각색하는 스타의 인생이야기

스타의 집으로 절친을 초대
셀럽 하우스를 가득 채울 수 있는
가전제품, 가구, 주방용품, 식음료 업종 추천

| | |
|--------------------------|--|
| 출 연 편 성 기 간 패키지 | 최유라, 최양락, 이대호, 서경석 (회차별 1인) 매주 월요일 밤 8시 10분 9/4~ 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 5천만 원 |
|--------------------------|--|



육아가 어려운 부모를 위해
자타공인 '육아의 전설' 오은영 박사가
맞춤형 솔루션을 제공하는 프로그램

30대 여성 최고 시청률 기록하며 인기 입증
여성, 주부 타깃 광고주 청약 시
높은 광고 효과 제공 가능

출 연 | 오은영, 신애라, 정형돈, 장영란, 홍현희
편 성 | 매주 금요일 밤 8시
패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 1억 원



생활 속 작은 고민부터 조언이 필요한 고민까지
현대인의 마음 건강을 위한
오은영 박사의 본격 멘탈 케어 프로그램

“고민 해결”을 소재로
남녀노소 모두와 공감대 형성
다양한 연령대 시청자 확보

출 연 | 오은영, 정형돈, 이윤지, 박나래
편 성 | 매주 화요일 밤 8시 10분 (9/5~)
패키지 | 중CM 3회 + 전후CM 2회 / 7천만 원



건강 버라이어티의 패러다임을 깬
신개념 하이브리드 헬스 웰니스
엑셀사이즈 버라이어티

중·장년 타깃이 선호하는
채널A 대표 건강 프로그램
중·장년 타깃, 건강기능식품 광고주에 추천

진행 | 강호동
편성 | 매주 목요일 밤 8시 10분



서민갑부를 꿈꾸지만
경영난에 시달리고 있는 수백만의 자영업자들.
그들의 성공을 돕기 위해 두 남자가 팔을 걷어 붙였다.

자영업자 솔루션 프로젝트 '서민갑부2'
자영업자 전 직종으로 솔루션 범위 확대
협찬 친화적 프로그램으로 포맷 변화

출연 | 은현장(유튜브 장사의 신), 제이썬
편성 | 매주 토요일 밤 7시 50분

· Buying Point ·



한층 더 업그레이드된 채널A 대표 시즌제 예능
<강철부대3>, <도시어부5> 9월 첫 방송 확정

3049여성 타겟 최고 시청률 7.1%(닐슨코리아, 수도권, 시즌1 기준),
화제성 및 OTT 인기 순위 최상위권(굿데이터코퍼레이션) 기록한 <강철부대>와
주상욱, 성훈이 합류하며 한층 업그레이드된 <도시어부5>, 시청률과 화제성 기대



참신한 소재의 신규 예능 대거 런칭
<아이셰프>, <선 넘은 패밀리>, <4인용 식탁> 9월 첫 방송

요리 대결 프로그램 <아이셰프>, 국제 결혼 부부의 해외살이를 담은 관찰 예능
<선넘은 패밀리>, 스타와 절친의 진솔한 이야기를 담은 <4인용 식탁> 등
요리, 여행, 토크 등 참신하고 새로운 소재 예능으로 이슈 기대



채널A 인기 IP를 활용한 또 다른 스펀오프 예능
하트시그널의 <애프터 시그널>, 금쪽 CP의 <일타 비법>

기존 시청층 통한 안정적 시청률 확보 가능한 스펀오프 예능, 9월부터 스타트
<하트시그널4> 스펀오프로 화제성 지속 예상되는 <애프터 시그널>
1타 강사 총 출동, <일타 비법> 영타겟, 여성 타겟 광고주, 교육 업종 추천

· Buying Point ·



**미군 부대 참가! 한국을 넘어 세계 최강의 부대를 겨루는
<강철부대3>, 업프론트 패키지 신설**

시즌2 대비 강화된 스토리와 진정성, 미군 전투부대 '네이비씰' 참가로
이전 시즌 넘는 시청률 및 화제성 기대, 파격적인 혜택이 가득한 업프론트 패키지
의류, 차량, 음료, 건강기능식품, 남성뷰티 등 광고주 추천



**연애, 교육, 키즈, 요리 등 여성 타깃을 위한 패키지
<애프터 시그널>, <일타 비법>, <아이셰프> 하반기 온에어**

3049여성 시청자 구성비 11.8%로 종편3사 중 1위 채널A에서 준비한
여성 타깃 최적화된 프로그램 9~10월 런칭 확정
영타깃, 화장품, 교육, 유아 업종 광고주 추천



**<강철부대3> + <보도 프로그램> + <건강 프로그램> 으로
구성된 9월 건기식 특별 패키지 런칭**

9월 채널A 오전 건강 프로그램 편성 블록 생성
중CM, PIB, 가상광고, 시보 등 여러 광고 상품들이 Mix된
건기식 광고주 특화된 특별 패키지 런칭

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고

9월 특별 판매 가이드

| 청약금액 | 기존 보너스율 | 9월 추가 보너스율 | 9월 특별 보너스율 |
|-------|---------|------------|------------|
| 1천만 원 | 480% | + 120% | 600% |
| 2천만 원 | 510% | + 140% | 650% |
| 3천만 원 | 570% | + 230% | 800% |
| 4천만 원 | 630% | + 320% | 950% |
| 5천만 원 | 700% | + 350% | 1050% |

* VAT 별도

* 시급 구성, 중CM 비율에 따라 보너스율은 달라질 수 있음



업프론트 판매 가이드

기본 혜택

| 청약 기간 | 청약 금액 | 보너스율 |
|-------|---------|-------|
| 2개월 | 5천만 원 | 800% |
| 3개월 | 1억 원 | 1000% |
| | 2억 원 | 1200% |
| | 3억 원 | 1400% |
| 6개월 | 3억 원 | 1200% |
| | 4억 원 | 1400% |
| | 5억 원 이상 | 1700% |

추가 베네핏

| 업프론트 금액 기준 | 제공 내역 |
|------------|-----------------------------------|
| 5% | 시보, 자막, 가상광고 中 택1 |
| 6% | |
| 7% | |

* VAT 별도

* 시보, 자막, 가상광고 프로그램 선착순 마감 / 소재 제작 별도

* 일반광고 보너스율은 총 청약액 기준으로 좌측 표의 보너스율 적용

* 이외 기간 및 금액은 담당자와 별도 협의

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고

광고주 우대 가이드

| 구분 | 적용 대상 | 제공 혜택 |
|----------|--|---|
| 기존 | 3개월 이상 채널A 연속 집행 광고주 (단, 3개월 청약 금액 합계 1억 원 이상) | · 자막/시보/가상광고 중 1개월 서비스 제공 · 보너스율 100% 추가 제공 |
| 신규 | 2022년 이후 채널A 미집행 광고주 | · 자막/시보/가상광고 중 서비스 제공 · 3개월 간 보너스율 200% 추가 제공 |
| 증액 | 전년 기준 채널A 청약 금액 10% 이상 증가 광고주 | · 자막/시보/가상광고 중 서비스 제공 · 채널A 전년 대비 10~30% 증액 광고주 : 보너스율 100% 추가 제공 · 채널A 전년 대비 30% 이상 광고주 : 보너스율 200% + SA 중CM 10% 추가 제공 |
| 채널A 우대 | 종편 내 채널A 예산 배분 비중 30% 이상 광고주 (단, 월 청약 금액 3천만 원 이상) | · 자막/시보/가상광고 중 서비스 제공 · 채널A 예산 배분 비중 30% 광고주 : 보너스율 100% 추가 제공 · 채널A 예산 배분 비중 50% 이상 광고주 : 보너스율 200% 추가 제공 |
| 채널A 단독 | 종편 내 채널A 단독 청약 광고주 | · 자막/시보/가상광고 중 서비스 제공 · 보너스율 300% 추가 제공 |
| 혁신형 중소기업 | 혁신형 중소기업 자격 충족 광고주 | · 보너스율 300% 추가 제공 |
| 업종 우대 | 제약, 건강기능식품 | · 해당 업종 청약 광고주 : 건강 프로그램 중CM 100% 제공 : 주중/주말 보도 프로그램 PIB 100% 제공 : 자막/시보/가상광고 중 서비스 제공 |
| | 시즌 업종 (여행, 숙박, 식음료, 아웃도어, 화장품 등) | · 해당 업종 청약 광고주 : 패키지가 20% 할인 : 보너스율 300% 추가 제공 |



* 혜택은 중복 적용 가능(단, 신규, 채널A 단독 광고주는 증액/우대/단독 광고주 혜택 중복 적용 불가)
* 자막/시보/가상광고 혜택은 선착순 마감(프로그램 선택 불가, 집행자 담당자 협의 必, 소재 제작 별도)

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고

낮 시간대 재방송 패키지

| 프로그램 | 소재 길이 | 송출 위치 | 횟수 | 판매 금액 |
|--|-------|-------|------|-------|
| 애프터 시그널, 강철부대3, 금쪽같은 내 새끼 등 주요 프로그램 재방송과 보도 프로그램 | 15초 | 전후CM | 200회 | 2천만 원 |

* VAT 별도



A범퍼 광고

소재 길이 : 8초

프로그램 종료

범퍼 광고

후CM

| 프로그램 | 소재 길이 | 송출 위치 | 횟수 | 판매 금액 |
|-----------|-------|-------|----|-------|
| 애프터시그널 | 8초 | 후TOP1 | 4회 | 1천만 원 |
| 강철부대3 | | | | 1천만 원 |
| 도시어부5 | | | | 1천만 원 |
| 금쪽같은 내 새끼 | | | | 1천만 원 |
| 금쪽 상담소 | | | | 7백만 원 |
| 기타 프로그램 | | | | 5백만 원 |

* VAT 별도

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고

프로그램 시보

| 프로그램 | 횟수 | 송출 위치 | 판매 금액 |
|-----------|-------|-------|-------|
| 애프터 시그널 | 월 15회 | 전END | 2천만 원 |
| 강철부대3 | 월 15회 | 전END | 2천만 원 |
| 금쪽같은 내 새끼 | 월 15회 | 전END | 2천만 원 |
| 나는 몸신이다2 | 월 4회 | 전END | 5백만 원 |

* VAT 별도

* <애프터 시그널>, <강철부대3>, <금쪽같은 내 새끼>는 본방+재방 2회 포함 횟수이며 사전 협의 必

시간대 시보

| 구분 | 횟수 | 송출 위치 | 판매 금액 | 송출 프로그램 |
|------|-------|-------|----------|-------------------------|
| 20시대 | 월 30회 | 후END | 1천만 원 | 금쪽같은 내 새끼, 금쪽상담소 등 |
| 21시대 | 월 30회 | 후END | 1천만 원 | 신랑수업, 아이셰프, 선님은 패밀리 등 |
| 23시대 | 월 30회 | 후END | 1천 5백만 원 | 애프터 시그널, 강철부대3, 도시어부5 등 |

* VAT 별도

* 전END 노출 희망시 협의 必

자막 광고

| 구분 | 횟수 | 판매 금액 |
|------|-------|-------|
| 21시대 | 월 30회 | 5백만 원 |
| 23시대 | 월 30회 | 1천만 원 |

* VAT 별도

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고



프로그램 결합 패키지

| 구분 | 패키지가 | Value | 제공 내역 |
|--|----------|----------|---|
| 애프터 시그널 강철부대3 | 1억 5천만 원 | 2억 원 | <애프터 시그널> 중CM 3회 + 전후CM 2회 + <강철부대3> 중CM 3회 + 전후CM 2회 |
| | 1억 원 | 1억 4천만 원 | <애프터 시그널> 중CM 2회 + 전후CM 1회 + <강철부대3> 중CM 2회 + 전후CM 1회 |
| 애프터 시그널 도시어부5 | 1억 2천만 원 | 1억 7천만 원 | <애프터 시그널> 중CM 3회 + 전후CM 2회 + <도시어부5> 중CM 3회 + 전후CM 2회 |
| | 8천만 원 | 1억 2천만 원 | <애프터 시그널> 중CM 2회 + 전후CM 1회 + <도시어부5> 중CM 2회 + 전후CM 1회 |
| 강철부대3 도시어부5 | 1억 2천만 원 | 1억 7천만 원 | <강철부대3> 중CM 3회 + 전후CM 2회 + <도시어부5> 중CM 3회 + 전후CM 2회 |
| | 8천만 원 | 1억 2천만 원 | <강철부대3> 중CM 2회 + 전후CM 1회 + <도시어부5> 중CM 2회 + 전후CM 1회 |
| 애프터 시그널 강철부대3 도시어부5 금쪽같은 내 새끼 | 1억 8천만 원 | 2억 3천만 원 | <애프터 시그널>, <강철부대3>, <도시어부5>, <금쪽같은 내 새끼> 중CM 각 2회 씩 |

- * VAT 별도
- * 제공내역은 분방 기준
- * 횟수는 15초 기준

채널 결합 패키지 (채널A + 채널A 플러스)

| 구분 | 패키지가 | Value | 제공 내역 |
|---------|------|-------|--|
| 애프터 시그널 | 5천만원 | 1억원 | 채널A <애프터 시그널> 중CM 1회 + 채널A 플러스 <애프터 시그널> 중CM 10회 |
| 강철부대3 | 5천만원 | 1억원 | 채널A <강철부대3> 중CM 1회 + 채널A 플러스 <강철부대3> 중CM 10회 |

- * VAT 별도
- * 제공내역은 분방 기준
- * 횟수는 15초 기준

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고



여성 타겟 집중 패키지

※ 9,10월 동일금액 연속 청약시
10월 <일타비법> 중CM 1회 추가 제공

| 구분 | 패키지가 | Value | 제공 내역 |
|--|-------|----------|---|
| 애프터 시그널 금쪽같은 내 새끼 아이셰프 일타비법 (10월) | 7천만 원 | 1억 7천만 원 | <애프터 시그널>, <금쪽같은 내 새끼>, <아이셰프> 각 중CM 1회 + PIB 2회 |
| 금쪽같은 내 새끼 아이셰프 일타비법 (10월) | 5천만 원 | 1억 원 | <금쪽같은 내 새끼>, <아이셰프> 각 중CM 1회 + PIB 2회 |

- * VAT 별도
- * 제공 내역은 15초 기준, 보너스율은 청약금액 제외
- * 청약은 선착순 마감



건강기능식품 특별 패키지

| 프로그램 | 패키지가 | 제공 내역 |
|--------------------|-------|--|
| 강철부대3 나는 몸신이다2 | 7천만 원 | <강철부대3> 중CM 2회 <김진의 돌직구쇼>, <뉴스A Live> 중CM 각 10회 <뉴스A> PIB 10회, <나는 몸신이다2> 중CM 4회 기타 건강 프로그램 중CM 20회 + 기타 프로그램 |
| 보도 프로그램 건강 프로그램 | 3천만 원 | <강철부대3> 중CM 1회 <김진의 돌직구쇼>, <뉴스A Live> PIB 각 5회 <나는 몸신이다2> PIB 2회 기타 건강 프로그램 PIB 20회 + 기타 프로그램 |

- * VAT 별도
- * 제공 내역은 15초 기준, 보너스율은 청약금액 제외
- * 청약은 선착순 마감

※ 건강기능식품 특별 패키지 구매시 서비스 제공(자막/시보/가상광고 中 택1, 제작비 별도)
※ 구좌 한정, 담당자 협의 必

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고



강철부대3 업프론트 패키지

청약 기간 : 8/1~8/31(1개월)

| 구분 | 패키지가 | 제공 내역 | 보너스율 | 구좌 수 |
|-------------|-------|------------|-------|------|
| Full 패키지 | 2억 원 | 본방 중CM 12회 | 1090% | 1개 |
| Half 패키지 | 1억 원 | 본방 중CM 6회 | 980% | 2개 |
| Quarter 패키지 | 5천만 원 | 본방 중CM 3회 | 730% | 3개 |

- * VAT 별도
 - * 제공 내역은 15초 기준, 보너스율은 청약금액 제외
 - * 청약은 선착순 마감
 - * 별도 시보 PKG 3천만원, A범퍼 광고 PKG 3천만원 (각 본방 12회 기준)
 - * 가상광고 패키지(4회 기준), 등급고지 4천만원, 전 하이라이트 4천만원, 후 하이라이트 4천만원, 제작비 별도
- ※ 업프론트 상품 구매시 서비스 제공(자막/시보/가상광고 中 택1, 제작비 별도)



혁신형 중소기업 특별 패키지

| 최소 청약 금액 | 9월 특별 보너스율 | 혁신형 중소기업 특별 보너스율 | 구좌 수 |
|----------|------------|------------------------|------|
| 1천만 원 | 600% | 600% + 400% 총 1000% | 3구좌 |

- * VAT 별도
 - * 제공 내역은 15초 기준, 보너스율은 청약금액 제외
 - * 청약은 선착순 마감
- ※ 특별 패키지 구매시 서비스 제공(자막/시보/가상광고 中 택1, 제작비 별도)
※ 구좌 한정, 담당자 협의 必

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고

프로그램별 패키지

| 프로그램 | 제공내역 및 보너스율 | | | |
|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| | 중CM 3회 + 전후CM 2회 | 중CM 2회 + 전후CM 1회 | PIB 2회 + 전후CM 1회 | 전후CM 4회 |
| 애프터시그널 | 1억 원 950% | 7천만 원 730% | 5천만 원 520% | 4천만 원 480% |
| 강철부대3 | | | | |
| 금쪽같은 내 새끼 | | | | |
| 도시어부5 | 7천만 원 730% | 5천만 원 520% | 4천만 원 480% | 2천만 원 380% |
| 금쪽 상담소 | | | | |
| 아이셰프 | 5천만 원 520% | 3천만 원 430% | 2천만 원 380% | 1천만 원 200% |
| 선 넘은 패밀리 | | | | |
| 다시 갈 지도 | | | | |
| 신랑수업 | | | | |

* VAT 별도
 * 제공 내역은 본방, 15초 기준 횟수
 * 월중 프로그램 중영시 횟수 및 단가 별도 협의
 * PIB(전END1, END2, END3, 후TOP1, TOP2, TOP3)는 청약 순서대로 마감
 * 보너스율은 청약금액 제외

· AD Sales Guide ·

1. 일반광고(채널A플러스)

CPRP효율 보장

| 구분 | 제공 내역 |
|----------------|-------------------------|
| CPRP 효율 보장 패키지 | 2049남녀 기준 CPRP 150만원 보장 |

* 선착순 마감 / 담당자 사전 협의 必
* 2049남녀 타킷 이외 보장 CPRP 협의 必

중CM 패키지

| 프로그램 | 판매 금액 | 보너스율 | 제공 내역 |
|--|-------|-------|--------------|
| <애프터시그널> <강철부대3> <도시어부5> <금쪽같은 내 새끼> 등 채널A 대표 예능 | 1천만 원 | 1300% | 15초 중CM 200회 |
| | | | 30초 중CM 100회 |
| | | | 60초 중CM 50회 |

* VAT별도
* <2023년 K리그2> 제외(12~24시 프로그램 중CM)
* 각 초수별 1구좌 한정 / 담당자 사전 협의 必

채널A플러스 X K리그2 패키지

| 프로그램 | 판매 금액 | 제공 내역 |
|---------------------------------|----------|--|
| <2023년 K리그2> + 채널A 대표 콘텐츠 | 1천만 원 | <K리그2> 모든 경기당 중CM, PIB 2회씩 + 12~24시 예능 프로그램 중CM 5회 + 기타 프로그램 전PIB 150회, 전CM 200회 |
| | 1천 5백만 원 | <K리그2> 모든 경기당 중CM, PIB 2회씩 + 12~24시 예능 프로그램 중CM 5회 + 기타 프로그램 전PIB 150회, 전CM 200회 + 가상광고 16회(전/후반 각 1회씩 / 8경기) ※ 단 경기 수는 월에 따라 달라질 수 있음 |

* VAT별도
* 2구좌 한정 / 담당자 사전 협의 必

· AD Sales Guide ·

2. IMC

NEW 프로그램별 단가


| 구분 | 프로그램 | PPL | | | 가상광고(4회차 기준) | | |
|-----|---------------------|----------|-------|----------|----------------|---------------|----------------|
| | | 기획 | 기능 | 단순 | 하이라이트 7초 내외 | 장면전환 5초 내외 | 등급고지 5초 내외 |
| 예 | 강철부대3 | 6천만 원 | 5천만 원 | - | 4천만 원 | - | 3천만 원 |
| | 애프터시그널 | SOLD OUT | | | 6천만 원 (6회차) | - | 4천만 원 (6회차) |
| | 일타 비법 | 6천만 원 | 4천만 원 | 2천만 원 | 4천만 원 | - | 3천만 원 |
| | 도시어부5 | 5천만 원 | 3천만 원 | 1천 5백만 원 | 4천만 원 | 5천만 원 | 3천만 원 |
| | 금쪽같은 내 새끼 | 6천만 원 | - | - | 4천만 원 | 4천만 원 | 3천만 원 |
| | 금쪽 상담소 | 3천만 원 | 2천만 원 | 1천만 원 | - | - | - |
| | 신랑수업 | 4천만 원 | 2천만 원 | 1천만 원 | 4천만 원 | 4천만 원 | 3천만 원 |
| | 아이세프 (임시 단가) | - | 1천만 원 | 1천만 원 | 2천만 원 | - | 1천만 원 |
| | 선 넘은 패밀리 (임시 단가) | - | 2천만 원 | 1천만 원 | 2천만 원 | - | 1천만 원 |
| 교양 | 4인용 식탁 (임시 단가) | - | 2천만 원 | 1천만 원 | 2천만 원 | - | 1천만 원 |
| 드라마 | 남과 여 | 3천만 원 | 2천만 원 | 1천만 원 | 3천만 원 | - | 2천만 원 |


* VAT 별도
 * PPL 및 가상광고는 집행 전 협의의 必
 * 가상광고 길이는 프로그램별로 다를 수 있음
 * 가상광고는 이미지, 영상 등 소스 제공 시 제작 가능(제작비 별도)
 * 개별 구매 시 단가 상이


· AD Sales Guide ·


3. 디지털


채널A 유튜브 채널


| | | |
|---|--|-------------|
|  | 채널A 캔버스 | 구독자 : 252만명 |
| | 채널A 공식 유튜브 채널 드라마, 예능, 교양 클립 게시 다양한 연령대 구독자 보유 | |


| | | |
|---|--|-------------|
|  | 채널A 뉴스 | 구독자 : 222만명 |
| | 많은 구독자를 보유한 채널A 뉴스 프로그램 채널 주요 뉴스 클립 게시 | |


| | | |
|---|---|--------------|
|  | 채널A 김진의 돌직구 쇼 | 구독자 : 42.7만명 |
| | 채널A 인기 시사교양 <김진의 돌직구쇼> 유튜브 채널 주요 클립 및 다시보기 게시 | |


| | | |
|---|--|--------------|
|  | 채널A 뉴스TOP10 | 구독자 : 97.4만명 |
| | 채널A 인기 보도 프로그램 <뉴스TOP10>의 유튜브 채널 주요 클립 및 다시보기 게시 | |


| | | |
|---|--|--------------|
|  | 채널A에이드: 채널A Drama & Enjoy | 구독자 : 67.6만명 |
| | 드라마, 스토리 예능 전용 채널로 구독자 대부분 18~34세이며 여성 비율 70% 이상 | |

| | | |
|---|---|--------------|
|  | 채널아하: 채널A Health & Asset | 구독자 : 26.9만명 |
| | <나는 몸신이다>, <행복한 아침> 등 정보 중심 프로그램 클립 게시 구독자 대부분 45~64세 | |

| | | |
|---|--|--------------|
|  | 도시어부 Grrr | 구독자 : 32.4만명 |
| | <도시어부> 유튜브 채널로 시즌 주요 클립, 생중계, 스페셜 프로그램까지 업로드 되는 <도시어부> 전용 채널 | |

| | | |
|---|--|--------------|
|  | 하트시그널 라비티비 | 구독자 : 14.2만명 |
| | <하트시그널> 유튜브 채널로 시즌별 주요 클립, 디지털 스페셜 프로그램 등 업로드 구독자 대부분 18세~34세 여성 | |

| | | |
|---|--|--------------|
|  | 빨리요 | 구독자 : 8.21만명 |
| | 다나카 진행 웹 예능 <빨아빠리뽀> 채널 '이미지 세탁' 컨셉의 콘텐츠로 아이돌, 셀럽 출연해 MZ세대 겨냥 | |

| | | |
|---|--|--------------|
|  | AYO 에이요 | 구독자 : 20.2만명 |
| | 10대를 위한 디지털 전용 채널로 채널A가 제작한 웹드라마, 웹예능 등 게시 구독자 대부분 18~35세 여성 | |

* 2023년 8월 3일 기준

· AD Sales Guide ·

3. 디지털

채널A 유튜브 프리롤 광고

| 상품명 | 소개 | 노출 채널 | 노출 콘텐츠 | 노출 위치 | CPM |
|-------------|--|-------|--|-------|------------------------------------|
| 유튜브 파트너 세일즈 | 채널A 콘텐츠 중 특정 프로그램 지정, 해당 프로그램에만 광고 집행하는 상품 | 협의 | 희망 콘텐츠 지정 * 다시보기, 10분 이상 영상에는 프리롤 외 중간 광고 배치 가능 | 프리롤 | 협의 * 청약 시점에 따라 CPM 변경될 수 있음 |

채널A 유튜브 가상광고

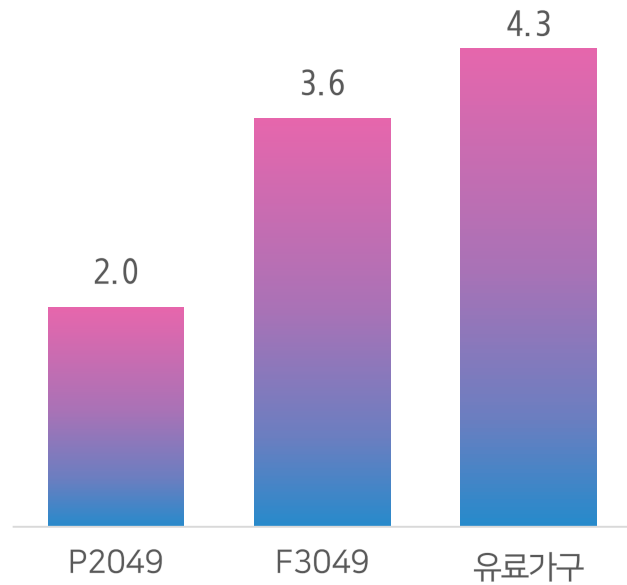
| | 전면 광고 | 팝업 광고 | PIP 광고 |
|----------|---|--|---|
| 화면 예시 |  |  |  |
| 설명 | 프리롤/범퍼 또는 최종화면 형태로 콘텐츠 전후 전체화면으로 재생되는 영상 광고 | 콘텐츠 전후 화면 일부분(우측하단)에 노출되는 영상 광고 | 콘텐츠의 배경으로 들어가는 스틸 이미지 또는 영상 광고 |
| 적용 영상 | 하이라이트(8분 이상) 영상 | 하이라이트(8분 이상) 영상 | 예고/다음 이야기/티저(15초~1분 이내) 영상 |
| 소재 세부 사항 | 3~5초 길이의 광고 영상 1920*1080, 최소 10MB | 3~5초 길이의 광고 영상 1920*1080, 최소 10MB 사운드 삽입 불가능 배경은 투명(aep, mov파일) | 1920*1080, 최소 10MB 사운드 삽입 불가능 콘텐츠 길이에 따라 광고 노출 시간 상이 |
| 판매 금액 | 1천만 원 / 영상 4개(100만 뷰 보장) | 1천만 원 / 영상 4개(100만 뷰 보장) | 1천만 원 / 영상 6개 |

* VAT 별도
 * 디지털 광고는 <방송 광고 판매 대행 등에 관한 법률>에 따라 디유넷에서 판매하는 상품으로 미디어렐A는 판매 또는 판매 대행과 무관합니다.
 * 디유넷 영업 담당 : 02-6380-7200
 * 콘텐츠 사전 협의 필요, 소재 별도 제공 필요

· Data Profile ·

‘도시어부’ 시청률 및 화제성

최고 시청률(%)



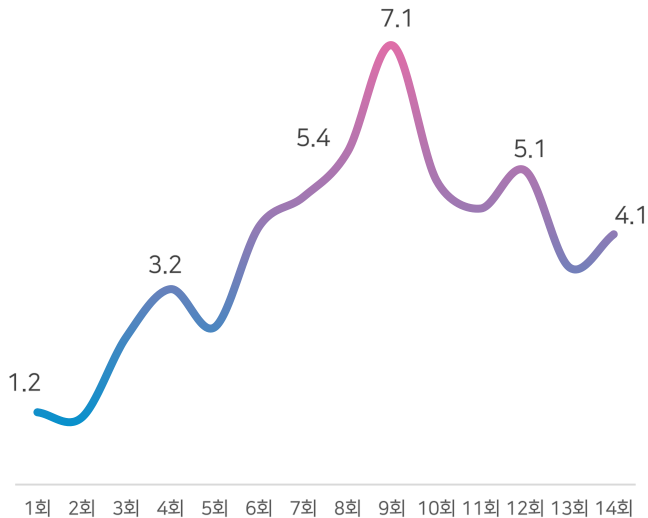
* 자료원 : 닐슨코리아 / 시즌 통합

신규 출연진 합류



‘강철부대’ 시청률 및 화제성

높은 여성 타겟 시청률



* 자료원 : 닐슨코리아 / F3049, 수도권, 시즌1 기준

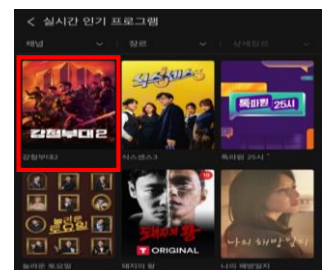
화제성, OTT 순위 상위권

■ 비드라마 TV화제성 TOP3

| 순위 | 채널 | 프로그램명 |
|----|------|-------------|
| 1 | 채널A | 강철부대 |
| 2 | Mnet | 킹덤 : 레전더리 워 |
| 3 | MBC | 놀면 뭐하니? |

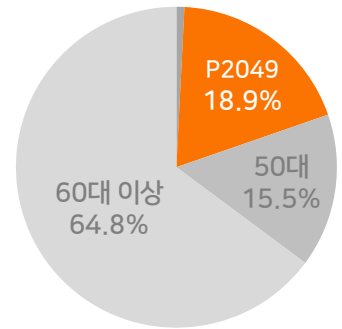
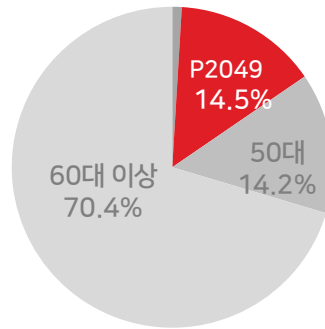
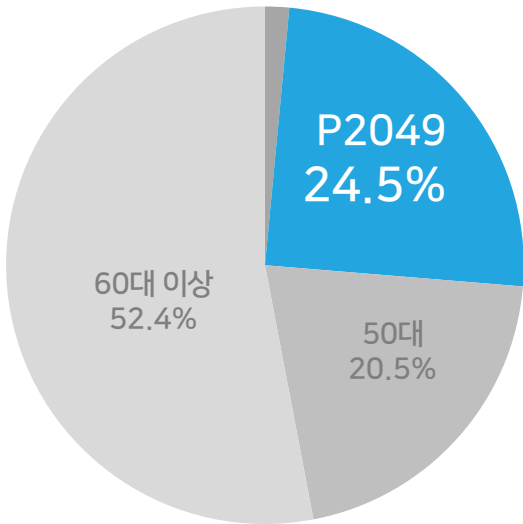
* 자료원 : 굿데이터코퍼레이션 / 2021년 5월 2주차

■ OTT 순위

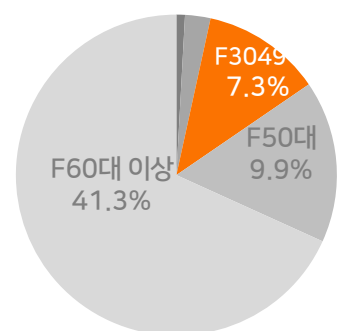
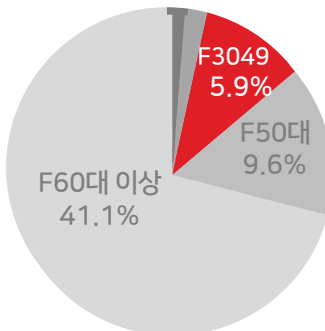
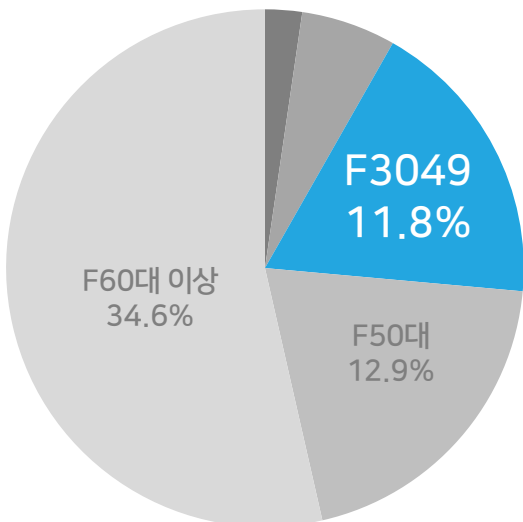


· Data Profile ·

P2049 종편 3사 시청자 구성비



F3049 종편 3사 시청자 구성비



* 자료원 : 닐슨코리아 / 2023년 7월, 수도권, 20시~25시 기준

나는 몸인 **미즈리** 이다

매주 목요일 저녁 8시 10분



Story·A

CHANNEL A AD SALES GUIDE BOOK

A circular badge with a thin black border. Inside, the number '09' is at the top, a horizontal line is in the middle, and the text '2023 September' is at the bottom.