DIGITAL BROADCASTING
MARKET BRIEF



nasmedia

NEWS

유료방송업계 **유료 VOD 매출 고성장**

유료방송업계 유료 VOD 매출, 매년 연 평균 20%대 고성장

유료 VOD 매출이 고성장세를 이어가고 있는 가운데, VOD 요금제도가 신고제로 전환되면서 유료방송시장 내 새로운 변화가 나타날 것으로 전망된다.

* 기사출처 : 한국경제, 파이낸셜 뉴스

유료 VOD 매출 매년 고성장세

미래창조과학부와 정보통신정책연구원에 따르면 IPTV, 케이블TV, 위성방송 등 유료방송을 통한 유료 VOD의 매출이 매년 연 평균 20%대 고성장세를 이어가고 있다. 2013년 4,503억 원에서 2014년 5,408억 원으로 20.1% 증가했고, 2015년에는 6,302억 원으로 전년 대비 16.5%가 증가했다.

유료 VOD 가격 허가제에서 가격 신고제로 전환

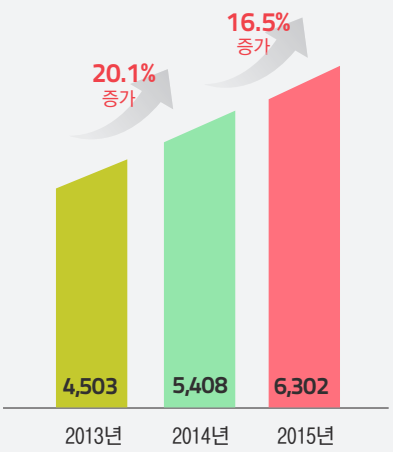
기존 정부 허가제로 일정하게 조정되던 유료 VOD 가격이 올해 7월부터 신고제로 전환되어, 각 유료방송사는 정부의 허가 절차 없이 신고만으로 차별적인 VOD 요금 책정이 가능해진다.

유료 VOD 신고제 적용 시 간소해진 요금 신고 절차로 유료방송사의 콘텐츠 출시 시기는 더욱 빨라지고, 시청자들은 콘텐츠 가격에 따른 선택권이 넓어질 것으로 기대된다.

미래부는 VOD 가격 신고제에 따른 요금 인상을 방지하기 위해 종합적인 신고제 완화 기준 방안을 마련할 계획이라고 밝혔다.

연도별 유료 VOD 매출 변화

(단위 : 억 원)



* 출처: 정보통신정책연구원

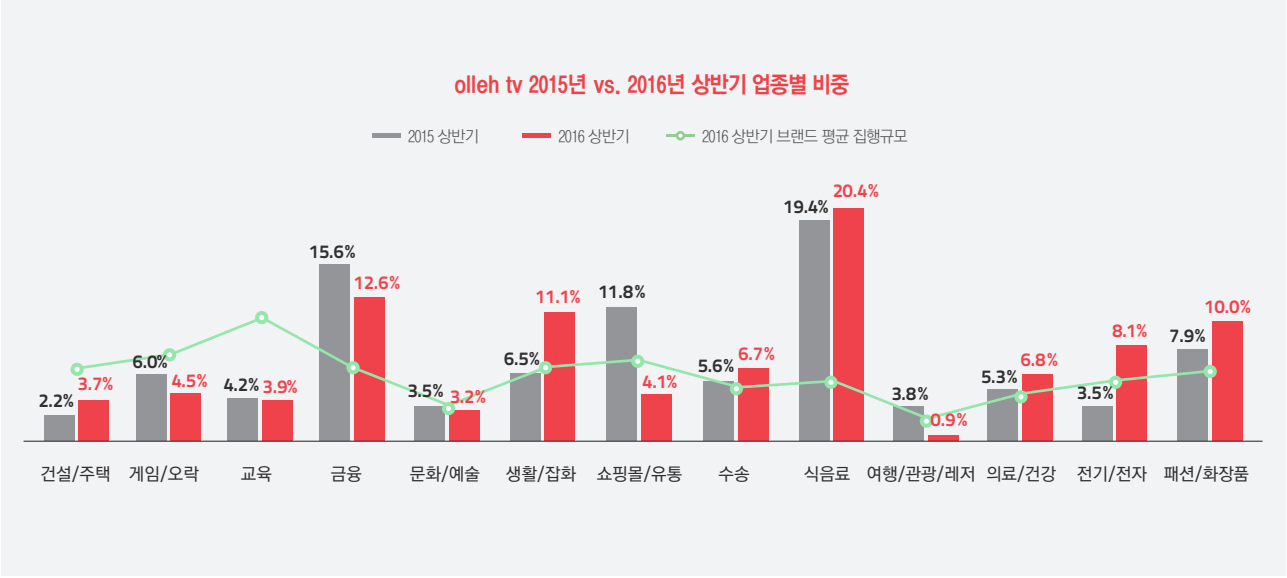
유료방송 VOD 요금제도 변화



IPTV
–
01

IPTV 광고 이야기
: 상반기 업종별 광고현황

2016년 상반기 방송광고 시장 정체로 IPTV 광고집행이 전년 동기 대비 다소 둔화했으나,
생활 · 잡화 및 전기 · 전자 업종이 대형광고주의 지속 집행 및 신규 집행 증가로 광고집행이 활발하게 이루어졌습니다.
한편, 교육 업종의 경우 비중은 감소했으나, 대형광고주의 장기집행 증가로 브랜드별 평균 집행규모가 가장 크게 나타났습니다.



| 교육 업종 |



SJW인터내셔널 | 시원스쿨



야나두 | 야나두

| 생활/잡화 업종 |



에이스침대 | 에이스침대



시몬스 | 시몬스침대

| 전기/전자 업종 |



삼성전자 | 삼성 애드워시



코웨이 | 마이한뼘 정수기

IPTV
–
02

IPTV VOD 이야기
: 인기 TV프로그램 순위

* 출처 : kt 광고분석시스템 (2016.6.1~6.18) * 7월 PrePlay+ 판매기준 단가(15초 기준)

지상파 VOD TOP 5



MBC 〈무한도전〉

순위	구분	프로그램	olleh tv PrePlay+ 단가
1	예능	MBC 〈무한도전〉	1,400만 원
2	드라마	KBS 〈태양의 후예〉	600만 원
3	예능	SBS 〈런닝맨〉	800만 원
4	예능	MBC 〈복면가왕〉	700만 원
5	드라마	KBS 〈천상의 약속〉	600만 원

종편 VOD TOP 5


JTBC 〈아는 형님〉

순위	구분	프로그램	olleh tv PrePlay+ 단가
1	예능	JTBC 〈아는 형님〉	600만 원
2	예능	JTBC 〈마녀보감〉	400만 원
3	예능	JTBC 〈님과 함께2 최고의 사랑〉	800만 원
4	시사/교양	MBN 〈기막힌 이야기 실제상황〉	400만 원
5	예능	JTBC 〈냉장고를 부탁해〉	600만 원

CJ E&M VOD TOP 5


tvN 〈또 오해영〉

순위	구분	프로그램	olleh tv PrePlay+ 단가
1	드라마	tvN 〈또 오해영〉	800만 원
2	드라마	tvN 〈시그널〉	400만 원
3	드라마	tvN 〈응답하라 1988〉	400만 원
4	예능	Mnet 〈프로듀스101〉	200만 원
5	예능	O tvN 〈어쩌다 어른〉	200만 원

IPTV
–
03

IPTV VOD 이야기
: 7월 HOT PROGRAM

KBS 신규 드라마
함부로 애틋하게

- KBS 신규 드라마 〈함부로 애틋하게〉 7월 6일 첫방송
- 김우빈, 수지 캐스팅으로 '태양의 후예'를 잇는 기대작으로 언급
- 온라인 배포된 티저 영상이 90만 조회수를 보이며 높은 화제성 기록
- '함부로 애틋하게' 콘텐츠 인기로 VOD 이용률 역시 증가 예상

* 출처 : 스포츠서울, 굿데이터코퍼레이션



함부로 애틋하게 PrePlay+ Package







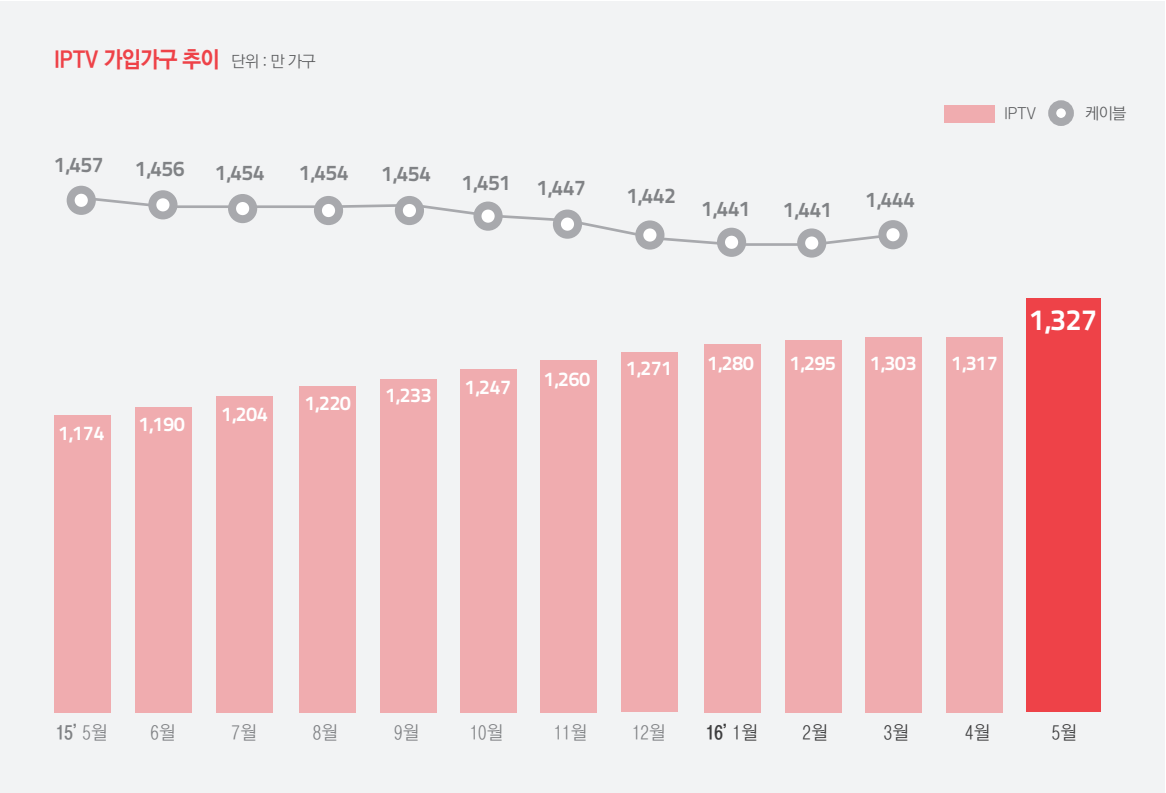
구분		프로그램	시청률(%)	판매단가	판매구좌	총 단가	노출량	CPM
드라마	KBS	**함부로 애틋하게**	신규	1,000만원	1	1,000만원	222,223	45,000원
	MBC	**운빨로맨스**	8.5	600만원	1	600만원	133,334	
		굿바이 미스터 블랙	6.8	400만원	1	400만원	88,890	
Sub total						**2,000만원**	444,447	
프로모션 제공(PP+)						400만원	88,889	
Grand Total						**2,000만원**	**533,336**	**37,500원**

* 단가 : 시청률 : nielsen Arianna 데이터 기준
* **함부로 애틋하게 프로그램 집행 시 패키지 구매 必** (함부로 애틋하게 외 프로그램 교체 가능) / 7월 보장노출량 미달 시 이월 보장
* 단가 : 15초 기준/1개월 (7월 기준 단가)
* 프로모션 20% 서비스율 포함 (PP교체 불가)

2016년 5월
: IPTV 가입가구 추이

IPTV 가입가구 1,327만

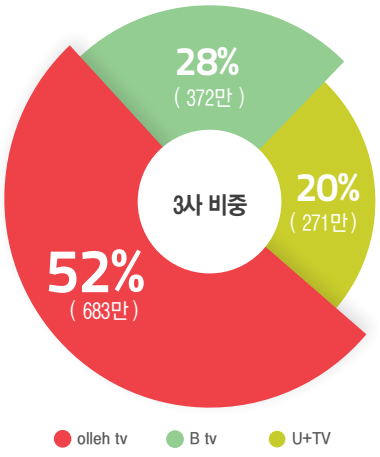
- 2016년 5월 기준 IPTV 총 가입가구 1,327만 가구 / 케이블TV 소폭 상승
- 2015년 5월 대비, 153만 가구 증가 (13% 성장)



olleh tv, 전체 IPTV 가입가구 중 52% 비중

IPTV 3사 가입자 및 콘텐츠 현황

구분	olleh tv	B tv	U+TV
전체 가입가구	683만	372만	271만
Live 채널 가입가구	682만	371만	271만
Live 채널 수	245개	203개	173개
제공 콘텐츠 수	19만여 편	21만 여 편	15만여 편



출처 : 케이블TV_한국케이블TV방송협회(3월)
IPTV_각 사 발표(5월)

NASMEDIA NEWS

디지털 방송광고 매체 : Skylife ARA, zapp

나스미디어가 Skylife ARA, zapp의 광고판매 파트너사로 선정되었습니다.
olleh tv VOD 광고와 함께 Digital TV플랫폼 내에서 시너지 효과를 낼 수 있는 광고 집행 방식을 제안합니다.

Skylife ARA 광고상품 소개

- 실시간 채널의 큐톤을 활용한 동영상 광고로 기존 방송광고와 달리 100% 완전시청과금 형태
- 광고 집행 가능 채널 : 종합편성채널, 지상파 계열 PP, CJ계열 채널(tvN, OCN, Mnet …) 등 100개 채널
- 초단위 시청 전수조사로 종량제 광고비 과금, 효율적인 전국 단위 TV 동영상 광고 집행 가능
- 광고단가

구분	소재	CPPV(Cost Per Perfect View)
100% 완전시청과금	15초	5,000원
	30초	10,000원
	60초	20,000원

ARA 소개서 Download

zapp 광고상품 소개

- 채널과 채널 이동 사이 블랙아웃 공간에 광고를 노출하는 이미지 광고 상품
- 시청자가 특정 프로그램을 3.5초 이상 시청 후 채널 전환한 경우만 광고 노출 및 과금
- 광고 집행 가능 플랫폼 : 디지털 케이블(딜라이브, 티브로드, JCN 울산중앙방송)(276만 가구), Skylife(130만 가구)

채널 지속적으로 변경하는 경우



ZAPP 서비스 대상가구 실측 데이터

- 1회 채널전환시 평균 소요시간 : 1~2.5초
- 가구당 일평균 임프레션 : 48회
- 임프레션 당 평균 노출시간 : 4.7초

채널 한개씩 짧게 변경하는 경우



zapp 소개서 Download

* zapp 단가의 경우, 플랫폼 · 시간대별로 상이하니 영업담당자에게 문의 부탁드립니다.

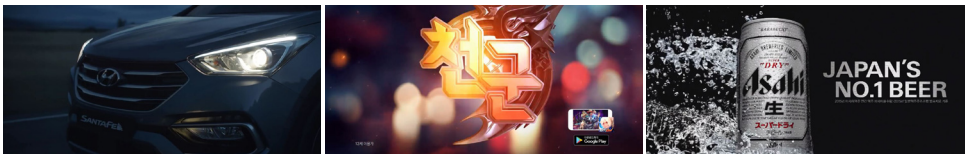
NASMEDIA
NEWS

디지털 방송광고 : 타겟 맞춤형 Package

olleh tv, Skylife ARA, zapp 광고상품을 결합한 디지털 방송광고 패키지 출시하였습니다.
실시간 채널 시청자와 VOD 이용자를 커버하는 타겟 맞춤 프로그램/채널 패키지로 효율적인 광고 집행이 가능합니다.

3040 남성 예능 Package

– 추천업종 : 자동차, 저도수 주류, 게임 업종



VOD (olleh tv PrePlay+)

• 남성 선호 예능 프로그램에 PrePlay+ 집행하여 타겟 맞춤 프로그램 집중 노출

• PrePlay+ 집행 프로그램 : 〈아는 형님〉, 〈김병만의 정글의 법칙〉, 〈황금어장–라디오스타〉



실시간 채널 (Skylife ARA / zapp)

• 남성 타겟 선호 채널(종편, 지상파 예능, 스포츠 채널) 타겟팅

종편	지상파 예능	스포츠
jtbc, MBN, CHANNEL A, TV조선	MBC every1, SBS funE, KBS joy	KBS N Sports, MBC SPORTS+, SBS Sports

구분	매체	상품	규정단가	서비스율	Package			비고
			CPM		보장CPM	보장노출량	제안 금액	
영상	olleh tv	PrePlay+	45,000 원	20%	37,500 원	53 만회	2,000 만원	아는형님, 정글의 법칙, 라디오스타 타겟팅
	ARA	–	5000 원	–	5,000 원	400 만회	2,000 만원	종편 및 지상파 예능 채널, 스포츠 채널 구성
	소계		**9,000 원**		**8,824 원**	**453 만회**	**4,000 만원**	
스틸컷	zapp		–	–	709 원	2,820 만회	2,000 만원	종편 및 지상파 예능 채널, 스포츠 채널 구성
	소계		–	–	**709 원**	**2,820 만회**	**2,000 만원**	
	합계					**3,273 만회**	**6,000 만원**	

* 동영상 광고상품 : 15초/1개월 기준
* olleh tv PP+ : 프로모션 20% 서비스율 포함 (PP교체 불가) / 7월 기준 단가
* zapp : 채널/장르 시급 구성에 따라 보장 노출량 변동 가능

디지털 방송광고 : 타겟 맞춤형 Package

3040 여성 드라마 Package

– 추천업종 : 화장품, 쇼핑몰, 생활/잡화 업종



VOD (olleh tv PrePlay+)

• 여성 선호 드라마 프로그램에 PrePlay+ 집행하여 타겟 맞춤 프로그램 집중 노출

• PrePlay+ 집행 프로그램 : 〈함부로 애틋하게〉, 〈운빨로맨스〉, 〈또 오해영〉



실시간 채널 (Skylife ARA / zapp)

• 여성 타겟 선호 채널(지상파 드라마, 드라마 전문 채널, 여성 및 라이프) 타겟팅

지상파 드라마	드라마 전문 채널	여성 / 라이프
MBC drama, KBS drama, SBS Plus	Dramax, DRAMAcube, Drama H	O'live, OnStyle

구분	매체	상품	규정단가	서비스율	Package			비고
			CPM		보장CPM	보장노출량	제안 금액	
영상	olleh tv	PrePlay+	45,000 원	20%	37,500 원	80 만회	3,000 만원	함부로 애틋하게, 운빨로맨스, 또 오해영 타겟팅
	ARA	–	5000 원	–	5,000 원	400 만회	2,000 만원	지상파 드라마, 드라마 전문, 여성/라이프 채널 구성
	소계		**10,714 원**		**10,417 원**	**480 만회**	**5,000 만원**	
스틸컷	zapp		–	–	709 원	2,820 만회	2,000 만원	지상파 드라마, 드라마 전문, 여성/라이프 채널 구성
	소계		–	–	**709 원**	**2,820 만회**	**2,000 만원**	
	합계					**3,300 만회**	**7,000 만원**	

* 동영상 광고상품 : 15초/1개월 기준

* olleh tv PP+ : 프로모션 20% 서비스율 포함 (PP교체 불가) / 7월 기준 단가

* zapp : 채널/장르 시급 구성에 따라 보장 노출량 변동 가능

nasmedia

DIGITAL BROADCASTING MARKET BRIEF

© 2016. nasmedia inc. all rights reserved