

ism

2019년 결산 IPTV 시장 동향 리포트
실시간 방송광고, 타겟 맞춤형 기술로 디지털화

ism [ɪzəm]

1. 명사나 형용사의 뒤에 붙여 그것을 내세우거나 따르는 주의 또는 주장이라는 뜻을 더해 주는 접미사.
2. IPTV SALES MAGAZINE.



Market Brief가 IPTV SALES MAGAZINE을 의미하는 <ism>이라는 제호로 새롭게 출발합니다. IPTV 미디어 트렌드에 대한 정보 제공과 더불어, 효율적인 광고 집행에 도움을 드릴 수 있는 세일즈 가이드로서의 역할을 해 나가겠습니다.

NEWS BRIEFING	IPTV & 방송·광고계 소식
CASE STUDY	I. 콘텐츠 시청 이력을 활용한 브랜드 코어 타겟 집중 사례
ISM REPORT	2019년 결산 IPTV 시장 동향 리포트
FOCUS ON	I. IPTV 실시간 방송 광고, 타겟 맞춤형 기술로 디지털화 거듭난다 II. olleh tv Live AD를 소개합니다
SALES GUIDE	IPTV VOD / 큐톤 판매 가이드
MEDIA DATA	IPTV 가입가구 & VOD 차트 데이터

유료방송시장 1~3위 싸움이

승승장구하는 IPTV 3사

*출처: 연합뉴스

상반기 유료방송 시장점유율, KT → SK → LG 순

과학기술정보통신부는 방송법 제8조, IPTV법 제13조에 따라 종합유선방송(SO), 위성방송, IPTV의 2019년 상반기 가입자 수 조사·검증 및 시장점유율 산정 결과를 확정해 발표했다. 발표에 따르면 올 상반기 기준 유료방송 가입자 수는 지난해 하반기보다 54만명 증가하였다.

IPTV와 케이블TV간 가입자 격차는 지난해 상반기보다 두 배 이상 벌어지면서 IPTV의 대세론을 입증했다. 특히 IPTV 3사의 가입자 수와 점유율은 꾸준히 늘어 2015년 하반기 가입자 수 조사·검증을 시행한 이후 처음으로 IPTV 3사가 1~3위를 차지했다. 사업자별로 살펴보면 KT가 점유율 1위에 올랐으며, 그 뒤를 이어 SK, LG순으로 집계되었다.

IPTV 3사의 유료방송 시장 점유율이 상위 1~3위를 독차지하며 유료방송 시장의 대세로 자리잡았다.



기사 원문 바로보기

olleh tv, AI 기반 개인화

나만을 위한 IPTV

*출처: 파이낸셜신문, 일간스포츠

‘olleh tv’ 셋톱박스부터 플랫폼까지 AI로 개인화

미디어 이용행태가 개인 중심으로 변화하는데 맞춰 KT가 IPTV를 ‘나만을 위한 TV’로 거듭나게 할 것이라고 밝혔다. KT는 VR로 구현한 색다른 나만의 TV ‘슈퍼 VR tv’, 내 마음대로 이동이 가능한 초소형 무선 셋톱박스 ‘올레tv UHD IV(이하 UHD4)’, 나를 위한 콘텐츠 추천 ‘AI 큐레이션’등을 공개했다.

그동안 전통적인 가구 단위 서비스로 인식해왔던 올레 tv가 이제 개인화라는 미디어 트렌드에 맞춰 IPTV에 개인화 서비스를 대폭 강화했으며, KT가 가진 AI 역량과 IPTV 노하우를 바탕으로 새로운 미디어 생태계를 조성하고 활성화시킬 수 있도록 노력 할 예정이다.

안방극장 옛말, TV도 개인화 시대, 슈퍼VR tv·UHD4셋톱박스·AI 큐레이션 서비스 도입



기사 원문 바로보기



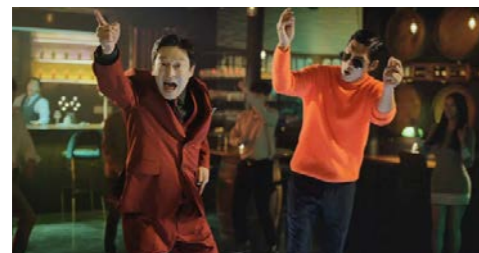
공정위, IPTV-케이블TV M&A 조건부 승인
#이통_3사_삼국지

공정거래위원회가 SK브로드밴드와 티브로드의 합병과 LG유플러스의 CJ헬로 인수를 조건부로 승인했다. 공정위의 기업결합 승인 결정에 따라 기존 케이블SO 중심이었던 유료방송 시장이 IPTV를 중심으로 재편될 예정이다.



2020년 1월 광고 시장 ‘보합세’ 출발
#식음료_업종_강세_전망

2020년 새해, 국내 광고시장 경기는 약보합세로 시작될 전망이다. 또한 설명절 대목을 앞둔 ‘식료품 및 비주류음료’ 업종과 신제품 출시 및 신규 캠페인이 시작되는 ‘가정용품 및 가사 서비스’ 업종의 상승세가 두드러지게 나타났다.



레트로 열풍에 시간을 달리는 광고
#다시_만난_그때_그_광고

과거 히트 상품을 재출시하거나 옛 추억을 떠올리는 브랜드를 내세우는 레트로 마케팅이 달아오르고 있다. 여기에 광고도 옛날 감성을 담아내는 것부터 자사 광고를 패러디 하는 등 다양한 방식으로 향수를 불러일으키고 있다.



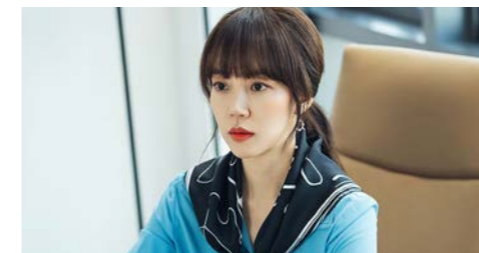
KT, OTT 서비스 ‘시즌’ 출시
#Play_your_Seezn

KT가 차세대 모바일 미디어 서비스 ‘시즌’을 선보였다. ‘시즌’은 5G와 AI를 바탕으로 모바일에서 영상 콘텐츠를 실감나고 편하게 즐기는 것을 목표로 초고화질, 초저지연, 슈퍼사운드 등 다른 OTT와 차원이 다른 시청환경을 구현했다.



2019년 방송 결산, 지상파 드라마의 약진
#MBC #KBS #SBS

어김없이 수많은 드라마가 안방극장에 쏟아졌으며 올해는 지상파 드라마의 활약이 두드러졌다. 케이블 채널에 밀렸던 지상파 드라마가 스타 캐스팅보다는 이야기에 충실하면서 떠났던 시청자들의 마음을 붙잡았다.



2019 방송 키워드는 ‘여성’
#여성_주연 #여성_서사

2019년은 방송 콘텐츠에서 ‘여성 서사’가 두드러진 키워드로 손 꼽히고 있다. 특히 ‘여성 주연’의 드라마가 강세를 보였으며 JTBC ‘스카이캐슬’, tvN ‘검색어를 입력하세요 WWW’ 등 여성 원톱 주연을 내세우며 시선을 모았다.

FINUP

콘텐츠 시청 이력을 활용한 브랜드 코어 타겟 집중 사례

에이제이케이 핀업 olleh tv & U+tv 캠페인

CAMPAIGN INFO

광고주 브랜드 에이제이케이-핀업
 집행기간 2019년 10월 ~ 12월
 집행 매체 및 상품 olleh tv Like 타겟팅, U+tv 빅데이터 타겟팅



CAMPAIGN STRATEGY

홈쇼핑/실시간 채널/VOD 등 IPTV 시청 이력으로 투자 관련 앱 브랜드에
 최적화된 코어 타겟 선별 후 캠페인 운영해 광고 효과 제고

홈쇼핑 시청 이력	실시간 채널 시청 이력	VOD 시청 이력
금융/보험 상품 관련 홈쇼핑 시청자	JTBC, MBN, 채널A 등 보도/경제/중편 채널 시청자	<이규연의 스포트라이트>, <시사매거진 2580> 등 시사/뉴스/금융/경제 관련 VOD 시청자

브랜드와 관련해 각기 다른 메시지를 담은 총 3개의 소재
 (투자편/내집마련편/노후편) 동시 운영



CAMPAIGN OVERVIEW



투자 플랫폼 캠페인에 알맞은 코어 타겟에만 노출하여 광고 효율 최적화

2019년 결산

IPTV 시장 동향 리포트

새롭게 단장한 <ism>이 지난 2019년 한 해를 되돌아 보며 IPTV 시장을 결산하는 자리를 마련했다. 공정거래위원회의 IPTV-케이블SO 인수합병 승인에 따라 케이블SO 가입자의 IPTV 전환이 본격화될 것으로 전망되는 가운데, IPTV 3사는 가구 단위 시청 플랫폼이라는 기존의 틀을 깨고 개인 맞춤형 서비스를 새롭게 선보이는 한편, 5G 기반의 서비스를 강화해 나갔다.

IPTV 광고 시장 역시 매년 꾸준한 집행을 이어오고 있는 식음료, 전기/전자, 금융 업종을 중심으로 꾸준한 성장세를 이어갔다.

IPTV 3사 개인 맞춤형 서비스 강화

- IPTV 3사는 가족 단위에서 개인 단위로 변화해 가고 있는 미디어 이용 행태에 발맞춰 개인 중심 서비스 제공 본격화
- 개개인의 특성에 따른 콘텐츠 큐레이션 뿐만 아니라 다양한 라이프 스타일에 알맞은 서비스 연이어 출시



olleh tv 'AI 큐레이션'

- VOD·실시간 채널·모바일 AI 큐레이션 서비스
- 홈쇼핑/광고 시청 이력 분석으로 개인 맞춤형 광고 제공 예정



B tv x 'FitDay'

- 정확한 운동 자세를 음성으로 설명해주는 Full Voice 기능
- 고객의 모바일 기기와 연동되어 개인 운동 상태와 기록 관리 가능



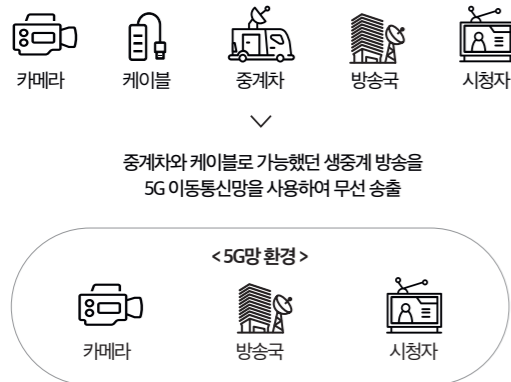
U+tv '아이들나라 3.0'

- 성향 분석 결과에 따라 아동 심리 치료 전문가가 필요한 책 추천
- YBM에서 만든 영유아 영어능력평가시험 기반 레벨 테스트 제공

5G 기반 생중계 서비스 강화

- LTE 대비 20배 빠른 전송 속도와 초저지연을 자랑하는 5G 통신망 기반의 초고화질 생중계 서비스 강화
- 이동통신 3사, IPTV와 모바일 통해 콘서트/스포츠 등 현장감 넘치는 콘텐츠 제공 이어나갈 것으로 전망

5G 생중계 프로세스



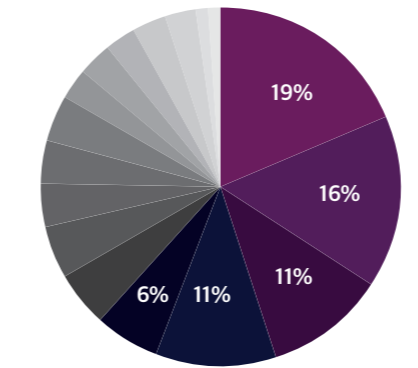
이동통신 3사 생중계 서비스 현황

- KT** K-POP 글로벌 생중계
 - K-POP 아이돌 데뷔 무대 'KT Live Stage' 한국-홍콩 동시 생중계
 - olleh tv와 시즌(Seezn) 통해 VOD 및 VR 서비스 제공
- SKT** 5G 이동통신망으로 골프대회 생중계
 - 5G 통신망과 무선 카메라 이용해 골프대회 매 라운드 생중계
 - SKT & 지상파 연합 OTT '웨이브' 통해 해당 서비스 지속 제공 예정
- LG U+** 예술의 전당과 MOU 체결해 공연 실황 중계
 - 예술의 전당 공연 실황 중계 및 VOD 서비스 협력 예정
 - 공연 실감형 VR 콘텐츠 공동 제작 및 기획

업종별 IPTV 광고 현황

- 매년 꾸준한 IPTV 광고 집행을 이어오고 있는 식음료, 전기/전자, 금융 업종이 전체 취급고의 45% 비중 차지
- 19년 하반기 리니지2M, V4 등 RPG 장르의 대형 신작 게임 잇따라 출시하며 게임 업종이 업종 TOP5 랭크인

IPTV 광고주 업종별 현황

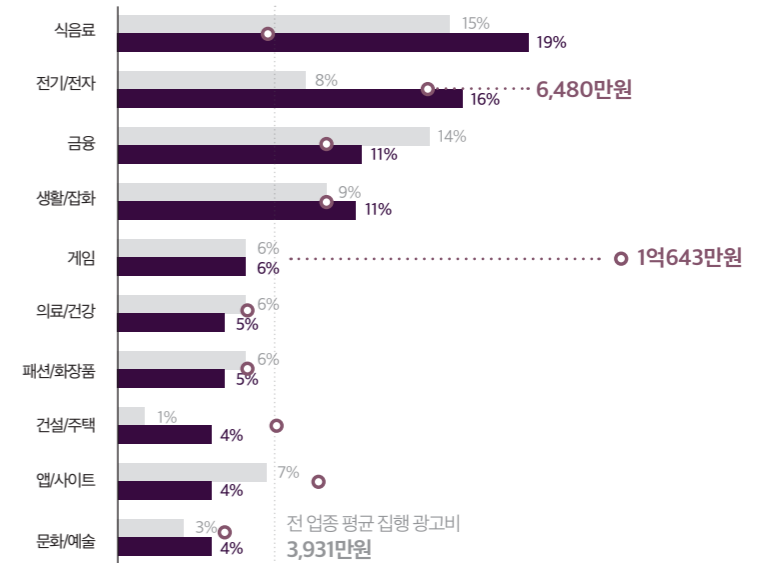


● 식음료	19%
● 전기/전자	16%
● 금융	11%
● 생활/잡화	11%
● 게임	6%

※ 기준 : olleh tv & U+tv
 ※ 일부 앱 광고주 업종 분류 기준 변경으로 인하여 이전 보고서와 상이할수있음

상위 10개 업종 평균 광고비 현황

■ 2018년 비중 ■ 2019년 비중 ○ 캠페인 평균 광고비

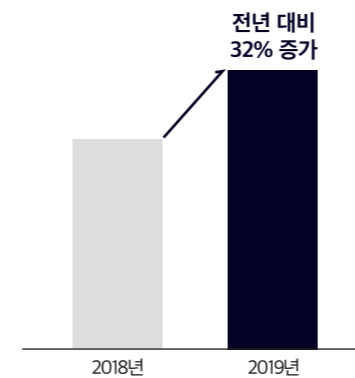


시장 성장에 따른 홈퍼니싱/건설 업종 증가

- 1인 가구 보편화 및 워라밸 문화 확산에 따라 홈퍼니싱 시장 성장하며 IPTV 광고 역시 전년 대비 32% 취급고 증가
- 침체된 부동산 시장 내 아파트 브랜드 마케팅 경쟁 심화되며 건설 업종 IPTV 광고 집행 증가

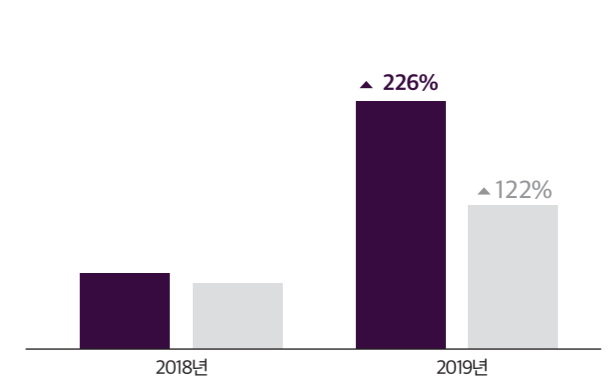
가구 브랜드 IPTV 광고 현황

■ 2018년 취급고 ■ 2019년 취급고



건설/주택 업종 IPTV 광고 현황

■ 취급고 ■ 브랜드수



2020년 전망

IPTV 실시간 방송 광고, 타겟 맞춤형 기술로 디지털화 거듭난다

2020년, IPTV 실시간 방송 광고가 '고객 맞춤형 타겟팅 기술'을 통해 한 단계 진화하면서 TV 광고의 디지털화가 가속화될 것으로 전망된다.

어드레서블(Addressable) TV 광고 송출 기술을 통한 셋탑별 광고 제어가 가능해지는 한편, 통신사 빅데이터를 활용한 맞춤형 광고까지 가능해질 계획이다.

또한, 다양한 PP사와의 업무협약을 통해 기존 큐톤 광고 영역에 한정되었던 인벤토리가 제휴 PP사 프로그램 전후 광고로까지 확장될 것으로 기대되고 있다.

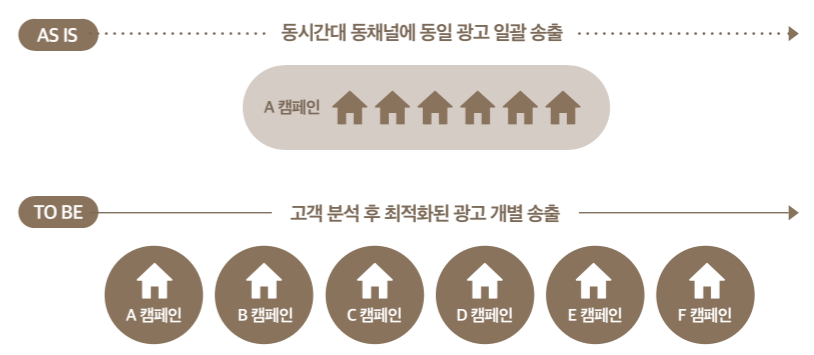
*출처 : 비즈니스코리아

맞춤형 타겟팅으로 TV 광고 디지털화

스트리밍 방식의 어드레서블 TV 기술을 통해 시청 이력과 관심사에 따른 연관성 높은 광고 송출 가능

IPTV 실시간 채널 광고가 어드레서블(Addressable) TV 광고 송출 기술*을 통한 셋탑별 광고 제어가 가능해지면서 TV 광고의 디지털화에 가속도가 붙고 있다. 같은 시간에 같은 채널을 시청하는 사람들에게 동일한 광고가 송출되는 기존의 실시간 방송 광고와는 달리, IPTV 업계가 주목하고 있는 스트리밍 방식의 어드레서블 TV 기술을 통해 가구별 시청이력과 특성, 관심사에 따라 실시간으로 연관성이 높은 광고가 송출 된다. 이를 통해, 방송 광고의 약점으로 지적되어 왔던 타겟팅 기능과 효과 분석 측면을 개선하면서 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

고객 맞춤형 타겟팅이 가능해진 IPTV 실시간 방송 광고



PP사 제휴 통해 광고 인벤토리 확장

IPTV 사업자-PP사 간 업무 협약 통해 실시간 채널 광고 인벤토리 확장 예정

KT는 16개 중소 방송채널사업자(PP)와 '채널 AD-Network 공동 사업'을 위한 업무협약을 체결해 IPTV 실시간 방송 광고의 인벤토리를 확장해 나갈 계획이다. '채널 AD-Network'는 PP사의 광고를 한 곳에 통합해 판매 및 운영하는 시스템으로 다수의 사업자와 데이터를 공유, 다양한 광고 상품을 구성할 수 있어 상호 시너지를 얻을 수 있다는 장점이 있다.

SK브로드밴드 역시 지난해 9월 SBS와 TV광고 사업 협력을 위한 업무협약을 체결해, 고객 맞춤형 타겟팅 광고 송출 시스템을 함께 구현해 나갈 것이라고 밝혔다. 이처럼 IPTV 실시간 방송 광고가 기존에 국한되어 있던 큐톤 광고 영역을 벗어나 채널사 프로그램 전·후 광고 지면까지 활용할 수 있게 되면서 상품 가치는 한층 제고될 것으로 전망된다.

KT-16개사 PP, 채널 AD-Network 구축 업무 협약 체결



IPTV 실시간 방송 광고 영역 확장



어드레서블(Addressable) TV 광고 송출 기술*
 실시간 방송 채널에서 TV를 시청하는 가구의 특성과 관심사에 맞는 광고를 타겟팅해 내보낼 수 있는 방송 광고 기법

KT 실시간 방송 광고의 새 출발

olleh tv Live AD를 소개합니다

KT의 로컬 타겟팅 맞춤형 실시간 방송 광고 'VACAS'가 'olleh tv Live AD'라는 이름으로 새롭게 리뉴얼 되면서 전국 커버리지를 소화할 수 있는 실시간 방송 광고 상품으로 재탄생 하였다.

Live AD 상품 소개

로컬 맞춤 노출 제어형 실시간 방송 광고 'VACAS'에서 전국 커버형 타겟팅 실시간 방송 광고 'Live AD'로 상품 리뉴얼

IPTV 실시간 방송 광고 영역 확장

구분	VACAS	Live AD
채널	7개	100개
과금 기준	완전 시청 기준	완전 시청 기준
셋탑 타겟팅 유무	가능	가능
전국 단위 송출	불가	가능
실시간 모니터링	불가	가능
세그먼트 타겟팅 유무	불가	가능

최고의 KT 유선 인프라를 기반으로 한 국내 최대/최고의 방송 광고 서비스

국내 1위 커버리지	송출 채널 100개로 확대	고도화된 리포팅 기능
Live AD 노출가구 660만	주요 채널 포함한 100개 채널 커버리지	실시간/종합 리포트 가능 송출된 광고 전수 녹화 (1월중 적용 예정)
정교한 타겟팅 플랫폼	국내 최고 인프라 환경	
빅데이터 기반의 정교한 타겟팅 가능	스트리밍 소재 전송으로 전국을 커버하는 인프라	

Live AD 광고 노출 위치

주요 채널 포함 총 100개 채널 내 실시간 방송 광고 중 120초 노출
전국 및 지역 단위 & 세그먼트 타겟팅 가능



Live AD 상품 경쟁력

국내 유일의 방송 광고 스트리밍 플랫폼으로 다양한 광고주 수용 가능
KT 보유 빅데이터 활용한 타겟팅과 실시간 모니터링 및 리포트 제공

스트리밍 송출 방식으로 전국 단위 운영되는 Live AD



IP 기반의 인프라와 KT 보유 빅데이터를 활용한 다양한 타겟팅 가능

채널/프로그램 시청이력	가입자 정보 데이터	홈쇼핑 기반 선호도 데이터
쇼핑 App. 검색 이력 (추가 예정)	정형 세그먼트	GOI 세그먼트

다차원 분석의 통합 리포트 제공과 실시간 모니터링 기능 강화

통합 리포트 제공	· 통합 리포트 및 RAW 데이터 제공 · EPG데이터에 근거한 노출정보 표시 기능 개발 · 캠페인 간 통합 분석 기능 제공
리포트 메일링 기능 신설	· 캠페인별 리포트 송출 가능 및 수신자 지정 가능
실시간 모니터링 및 전수 녹화 기능	· 캠페인 전수 녹화 기능 신설('20년 1월 중 오픈 예정) · 캠페인별 모니터링 자료 매칭해 EPG데이터와 함께 리포트 게재

※ olleh tv Live AD의 상세 정책 내용은 17 페이지 내 1Q 단가 및 할증/보너스 정책 통해 확인 부탁드립니다.

IPTV VOD 판매 가이드

olleh tv VOD 상품 단가 및 할증

기본 단가 & 타겟팅 할증 안내

소재 길이	CPM		
	PrePlay	PrePlay + (프로그램 타겟팅)	PrePlay S (단초수)
3초			10,000원
5초			15,000원
15초	30,000원	45,000원	
20초	40,000원	60,000원	
30초	60,000원	90,000원	
40초	80,000원		
60초	120,000원		

※ PrePlay+는 구좌제 상품으로 프로그램별 개런티 보장 / 30초 초과 소재 집행 불가

타겟팅	구분	내용	할증률
카테고리	1 Depth	TV다시보기, 영화/시리즈, 오늘의 추천, 음악/교육/다큐, 애니메이션	20%
	2 Depth	드라마, 예능, 지상파 3사, CJ E&M, 종편 등	30%
지역	도 단위	전국 도 단위	20%
	광역시 단위	6대 광역시 및 특별시, 수도권	30%
	도 단위 하위	전국 도 단위 하위 시/군	40%
	광역시 단위 하위	특별시 및 6대 광역시, 수도권 하위	50%
	프리미엄	서울 4구(강남/서초/송파/용산), 분당구	협의
Like 타겟팅		홈쇼핑 및 콘텐츠(VOD/실시간 채널) 시청이력 등 관심사 기반 셋탑그룹 타겟팅	협의
시간		최소 6시간 이상 시간 선택	30%
요일		요일 구분 없이 적용	30%
유료 VOD		-	30%

※ 타겟팅 집행 시 사전 인벤토리 확인 필수 / 카테고리 타겟팅 집행 시 특정 카테고리 제외 할증률은 별도 협의 필요

업프론트 및 신규 광고주 정의

구분	정의 및 기준	내용
업프론트 광고주	정의	· 일정 기간 내 특정 금액 이상 광고 집행을 선약정한 광고주 · 집행 전 업프론트 청약서 작성 필수
	기준	· 3개월 이상 집행을 선약정한 광고주(청약서 기준) · 총 집행금액 1억원 이상 · 월 최소 1천만원 이상 유지
신규 광고주	정의	· 집행 월 기준 1년 이상 집행 이력이 없는 광고주

※ 업프론트 보너스 및 혜택은 상세 정책 참조 / 기타 내용은 청약서에서 정의한 내용에 따름

IPTV VOD 판매 가이드

olleh tv VOD 보너스 정책

보너스율 안내

구분	기준	보너스율	비고			
블룸 보너스	3천만원 미만	-	월 집행 광고비 기준으로 보너스 제공			
	3천만원 이상	10%				
	5천만원 이상	20%				
	7천만원 이상	30%				
	9천만원 이상	40%				
	1.1억원 이상	50%				
	1.3억원 이상	55%				
	1.5억원 이상	60%				
	1.8억원 이상	65%				
	2.0억원 이상	70%				
	2.3억원 이상	75%				
	2.5억원 이상	80%				
	2.8억원 이상	85%				
3억원 이상	90%					
3.3억원 이상	95%					
3.5억원 이상	100%					
신규 광고주 보너스	집행월 기준 1년 이상 미집행	20% x 6개월	광고주 집행 이력 확인 필수			
업프론트 보너스	장기 집행 약정 광고주	3개월	6개월	9개월	12개월	사전 청약서 작성 필수
		10%	20%	30%	40%	

Appendix. 광고 노출 정책

구분	광고 노출 슬롯 수	기타
무료 VOD	최대 3개 + 1개(PrePlay S)	· 정액제 가입자의 경우 유/무료 기본 정책과 동일하게 노출 · PrePlay S의 경우 PrePlay와 동일하게 노출
유료 VOD	1개 + 1개(PrePlay S)	
무료 이어보기	1개 + 1개(PrePlay S)	

※ 광고 슬롯은 사업적 판단에 따라 증감 가능

IPTV VOD 판매 가이드

U+tv VOD 상품 단가 및 할증

※ 現 정책 단가는 1Q 기간 내 청약 완료된 캠페인에만 적용, 20년 2Q 단가 인상 예정

기본 단가 & 타겟팅 할증 안내

소재 길이	CPM		
	프리롤 (일반)	프리롤 (키즈/애니)	숏타임 (단초수)
3초			10,000원
5초			15,000원
15초	25,000원	20,000원	
20초	30,000원	25,000원	
30초	40,000원	30,000원	
40초	50,000원		
60초	70,000원		

※ 프리롤(키즈/애니) 집행 시 30초 초과 소재 집행 불가

타겟팅	구분	내용	할증률
카테고리	1 Depth	TV다시보기, 영화/다큐	20%
	2 Depth	드라마, 연예/오락, 지상파 3사 등	30%
지역	광역시/도 단위	6대 광역시 및 도 단위	20%
	시/군/구 단위	광역시/도 하위 시/군/구 단위	40%
	프리미엄	서울 3구(강남/서초/송파), 분당구 등	60%
빅데이터 타겟팅		홈쇼핑, 콘텐츠(VOD/실시간 채널) 시청이력 및 U+ 멤버십 사용이력 등 관심사 기반 셋탑그룹 타겟팅	20%
시간		최소 6시간 이상 시간 선택	20%
요일		주중/주말/공휴일 등 일자별 구분 청약	20%
콘텐츠	프로그램	프로그램 최소 5개 이상 필수(프로그램별 개런티 불가), 단일 프로그램 타겟팅 시 추가 할증	40%
	1 Slot	프로그램 독점 1 Slot 노출 (1개월 기준 구좌제 선착순 판매 방식) ※ 개런티 미달 시 이월 집행 혹은 타 프로그램 대체 운영 / 프로그램별 인벤토리의 50% 만 점유	별도 문의
유료 VOD		-	20%

※ 타겟팅 집행 시 사전 인벤토리 확인 필수 / 콘텐츠 1Slot 타겟팅 집행 시 30초 초과 소재 집행 불가

업프론트 및 신규 광고주 정의

구분	정의 및 기준	내용
업프론트 광고주	정의	· 일정 기간 내 특정 금액 이상 광고 집행을 선약정한 광고주 · 집행 전 업프론트 청약서 작성 필수
	기준	· 3개월 이상 집행을 선약정한 광고주(청약서 기준) · 총 집행금액 5천만원 이상, 월 최소 5백만원 이상 유지
신규 광고주	정의	· 집행 월 기준 최근 6개월 내 집행 이력이 없는 광고주, 월 최소 1천만원 이상 집행

※ 업프론트 보너스 및 혜택은 상세 정책 참조 / 기타 내용은 청약서에서 정의한 내용에 따름

IPTV VOD 판매 가이드

U+tv VOD 보너스 정책

보너스율 안내

구분	기준	보너스율				비고
블룸 보너스	3천만원 미만	-				월 집행 광고비 기준으로 보너스 제공
	3천만원 이상	10%				
	5천만원 이상	20%				
	7천만원 이상	30%				
	9천만원 이상	40%				
	1.1억원 이상	50%				
	1.3억원 이상	55%				
	1.5억원 이상	60%				
	1.8억원 이상	65%				
	2.0억원 이상	70%				
	2.3억원 이상	75%				
	2.5억원 이상	80%				
	2.8억원 이상	85%				
3억원 이상	90%					
	테이블 외 집행 금액	별도 협의				
신규 광고주 보너스	집행월 기준 6개월 이상 미집행	20%				광고주 집행 이력 확인 필수
업프론트 보너스	장기 집행 약정 광고주	3개월	6개월	9개월	12개월	사전 청약서 작성 필수
		10%	20%	30%	40%	

※ 신규 광고주 보너스의 경우 기존 장기계약 및 프로그램 독점 캠페인의 경우 대상에서 제외

'20년 1Q 한정 추가 보너스

구분	대상	보너스율	비고
'20년 1Q	설, 기념일, 신학기, 아웃도어 관련 광고주	20%	'20년 1월~3월 집행 광고주 대상 제공

IPTV 큐톤 판매 가이드

olleh tv Live AD 단가 및 할증/보너스 정책 (1Q)

※ 現 정책 단가는 1Q 기간 내 청약 완료된 캠페인에만 적용, 추후 조정 가능 / Live AD 보너스 정책은 영업 담당자 통해 별도 문의

기본 패키지 및 단가 & 타겟팅 할증 안내

소재 길이	CPV		
	기본 패키지(베이직, 프리미엄 10/30) & 소상공인 패키지 (베이직, 프리미엄30)	기본 패키지(브랜드 프리미엄 30) & Like 패키지	스페셜 패키지 & 소상공인 패키지 (나이트 프리미엄)
15초	5원	6원	4원
20초	7원	8원	5원
30초	10원	12원	8원
60초	20원	24원	16원

구분	상품명	노출 채널	운영시간	추가 보너스*	비고
기본 패키지	베이직	전체 93개 채널	07:00 ~ 25:59	50%	-
	프리미엄 10	시청률 상위 10개 채널		20%	
	프리미엄 30	시청률 상위 30개 채널		30%	
	브랜드 프리미엄 30	시청률 상위 30개 채널 브랜드 광고 카테고리 대상으로 송출		20%	
스페셜 패키지	나이트 프리미엄	전체 94개 채널	22:00 ~ 06:59	50%	-
	키즈/애니	키즈/애니 7개 채널 대상 ※ 사전 소재 심의 필요	07:00 ~ 25:59		
소상공인 패키지	베이직	전체 93개 채널	07:00 ~ 25:59	3개월 청약 시 1개월 무상 집행	· 월 최소 50만원 이상 집행 · 증빙자료* 제출한 소상공인 대상 (브랜드/분양/지자체 광고주 집행 불가)
	프리미엄 30	시청률 상위 30개 채널			
	나이트 프리미엄	전체 93개 채널			
Like 패키지	베이직	전체 93개 채널	07:00 ~ 25:59	-	· 채널/VOD/시간대/관심사 등 조건으로 셋탑그룹 추출하여 타겟팅
	프리미엄 10	시청률 상위 30개 채널			
	프리미엄 30	전체 93개 채널			
독점 패키지 (1 Slot 독점/단독 노출)		전체 93개 채널	종일	-	· 1주 3천만원 / 2주 5천만원 (15초 기준) · 보너스 제공 불가 · 주류 및 대부업 집행 불가 · 키즈 채널 7개 제외

※ 패키지별 추가 보너스는 타겟팅 옵션 적용 시 제공 불가 ※ 소상공인 증빙자료의 경우, 중소기업 확인 시스템을 통한 중소기업확인서(소기업/소상공) 제출 필요

타겟팅	구분	내용	할증률	'20년 1Q 프로모션 할증률
세그먼트	정형 세그먼트	22개 정형 세그먼트 중 택1	20%	20%
	GO(Goods Of Interest) 세그먼트	약 140개 정형 세그먼트 중 택1	40%	
지역	일반상품 집중 지역	서울시 강남/송파/서초구, 경기도 분당/일산구, 부산 해운대구, 대구 달서구	60%	40%
	소상공인 패키지 집중 지역		30%	20%

※ 타겟팅 집행 시 사전 인벤토리 확인 필수 / 집중 지역 외 지역 타겟팅의 경우 별도 할증 없음

IPTV 큐톤 판매 가이드

U+tv ART 단가 및 할증/보너스 정책 (1Q)

※ 現 정책 단가는 1Q 기간 내 청약 완료된 캠페인에만 적용, '20년 2Q 단가 인상 예정

기본 패키지 및 단가 & 타겟팅 할증 안내

소재 길이	15초	20초	30초	60초	120초
CPM	5원	7원	10원	20원	40원

구분	노출 채널	운영시간	추가 보너스*	비고
일반	전체 87개 채널	07:00 ~ 25:59	50%	-
프리미엄 30	시청률 상위 30개 채널		30%	
프리미엄 10	시청률 상위 10개 채널		20%	
나이트 프리미엄	전체 87개 채널	22:00 ~ 06:59	50%	CPV 4원

※ 패키지별 추가 보너스는 타겟팅 옵션 적용 시 제공 불가 ※ 키즈/유아채널은 요청 시 매체사 정책에 따라 노출 가능한 광고주 선별

타겟팅	구분	내용	할증률
지역	과청약지역	서울시 강남/송파/서초구, 경기도 분당/일산구, 부산 해운대구, 대구 달서구	60%
	준 과청약지역	경기도 수원/용인/안양/김포/부천시, 인천 연수구	40%
	과청약지역 동단위 포함	군/구 단위 이하 타겟팅 시 과청약지역 동단위(e.g. 강남구 삼성동) 포함되어 있을 경우	60%
시간	시간대	연속 8시간 이상 시간 선택 기본	20%
오디언스	시청이력 세그먼트	채널 및 VOD 시청이력 기반으로 셋탑그룹 추출하여 타겟팅	30%
	GO(Goods Of Interest) 세그먼트	홈쇼핑 17개 채널 140개 세그먼트 중 선택	20%

※ 타겟팅 집행 시 사전 인벤토리 확인 필수 / 집중 지역 외 지역 타겟팅의 경우 별도 할증 없음

'20년 1Q 한정 추가 보너스

구분	대상	보너스율	비고
'20년 1Q	설, 기념일, 신학기, 아웃도어 관련 광고주	20%	'20년 1월~3월 집행 광고주 대상 제공

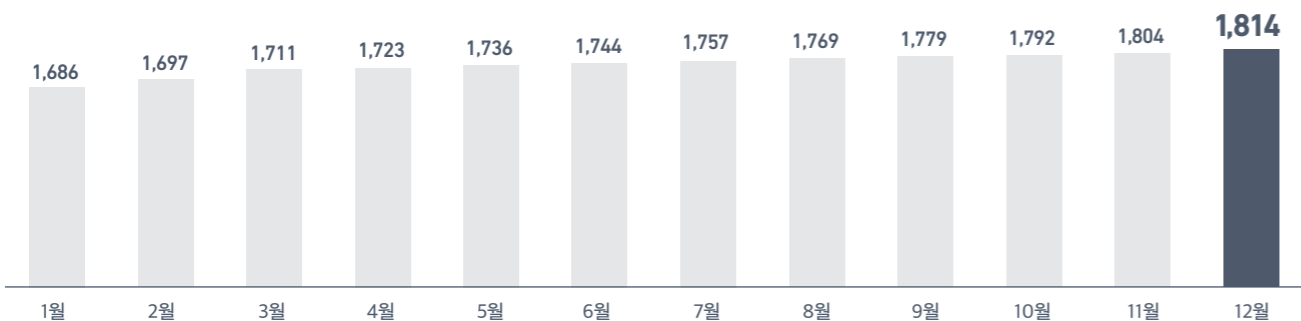
IPTV 가입자수 및 VOD 차트 데이터

2019년 12월 기준
IPTV 총 가입가구 1,814만

전년 동월 대비 9% 성장
143만 가구 증가

전체 IPTV 가입가구 중
O&U 71% 비중

IPTV 가입가구 현황



IPTV 가입가구 3사비중



IPTV VOD 차트

:드라마 부문

순위	구분	방송사	프로그램명
1	지상파	KBS	동백꽃 필 무렵
2	지상파	SBS	VIP
3	종편	JTBC	멜로가 체질
4	지상파	MBC	어쩌다 발견한 하루
5	지상파	SBS	배가본드
6	CJ ENM	tvN	사랑의 불시착
7	지상파	KBS	우아한 모녀
8	지상파	KBS	99억의 여자
9	지상파	KBS	사랑은 뷰티풀 인생은 원더풀
10	지상파	SBS	스토브리그

:예능 부문

순위	구분	방송사	프로그램명
1	지상파	SBS	런닝맨
2	지상파	MBC	나 혼자 산다
3	종편	JTBC	아는 형님
4	CJ ENM	tvN	신서유기7
5	지상파	KBS	슈퍼맨이 돌아왔다
6	종편	JTBC	뭉쳐야 찬다
7	지상파	MBC	놀면 뭐하니?
8	지상파	SBS	미운 우리 새끼
9	지상파	MBC	구해줘! 홈즈
10	지상파	KBS	사장님 귀는 당나귀 귀

※ olleh tv & U+tv VOD 이용횟수 (2019. 12. 1 ~ 12. 31)

ism vol.34

모바일 보기

하단의 QR코드를 통해 ism의
지난 호들을 확인해 보세요!



IPTV 광고상품
소개서

olleh tv 광고상품소개서

Download

U+tv 광고상품소개서

Download

문의

나스미디어 디지털방송팀
mbiz@nasmedia.co.kr