



SBS 금토드라마

컨원자키 변호사

SBS M&C MONTHLY MAGAZINE

cream

플친맺고 cream을
1등으로 받아보자!



SBS 굿모닝라디오
현원자키 변호사

CONTENTS 09

Trend & Focus

- 04 SBS 광고상품 라인업
- 06 TREND : 개인정보보호 강화로 디지털 광고시장이 당연한 한계
- 08 TREND : 왜 지금, SBS 라디오인가? - 라디오 다시보기
- 12 FOCUS : 당신이혹하는사이4
- 14 FOCUS : 심포레스트2
- 16 영주세계풍기인삼엑스포

Contents Line-up

- 18 2022 라인업
- 19 IMC 간접/가상 판매 라인업
- 20 콘텐츠 라인업 / IMC PKG
- 30 Digital 라인업

Sales Guide

- 32 SBS TV 판매안
- 46 토막/시보/자막/판매안
- 48 SBS 플러스 판매안
- 52 SBS RD 판매안

SBS Digital

- 54 SBS-YouTube TOP 10 채널
- 55 SBS-YouTube 패키지 가이드
- 56 SBS 디지털 콘텐츠 : 스포츠뉴스 가이드
- 57 SBS 디지털 콘텐츠 : 문명특급 가이드
- 58 SBS 디지털 콘텐츠 : 모비딕 가이드

Program Table

- 61 매체 별 편성표
- 66 혁신형중소기업 방송광고 지원 안내



플친맺고 cream을
1등으로 받아보자!

TREND & FOCUS

SEPTEMBER 2022



SBS 광고상품 라인업

SBS-TV 이달의 특별 혜택 - 32P~

기본 가이드

9월 보너스율 100%

킬러콘텐츠 중 CM 패키지가
 미우새 3.0억 / 금토<천.변> 2.5억
 런닝맨 2.0억 / 8뉴스 PKG 2.0억

드라마 런칭 이벤트

금토 <천원짜리 변호사>
 2.5억 → 1.5억

월화 <치얼업> 2.0억 → 1.0억

**1~2회차
1억 할인**

* 해당 패키지 최상위 프로그램 드라마로 대체 제공 / 그 외 1.5억 패키지 가이드에 준함
 * 해당 패키지 최상위 프로그램 드라마로 대체 제공 / 그 외 1.0억 패키지 가이드에 준함
 * 판매 패키지는 정액금액 가이드에 준함

MS 우대 가이드

(혜택 중복 적용 불가) *상위 혜택 제공

5억 **SBS 슈퍼 5 PACK**
 미우새 + 금토(천.변) + 골때녀 + 런닝맨 + 궁금한이야기Y + 꼬꼬무

*지상파 MS 100% 광고주 1.0억 할인 → 4.0억 제공
 *지상파 MS 50% 이상 광고주 대상 / TOP 3 이하 프로그램은 3억 패키지 가이드에 준함 / 프로그램 교체 불가
 *SBS 슈퍼 5 패키지는 업프론트 혜택 불가 (정기물 가이드에 준함)

지상파 MS 100%

- 추가 보너스 + 30%
- 패키지가 0.5억 할인 (ex. 미우새 3.0억 → 2.5억)
- SBS 100 패키지 3억 (80회/선착순 4구좌)
 (미우새 + 금토(오.월) + 골때녀 + TV동물농장 + 꼬꼬무) + ☐
- 중 CM 구성비 + 15% UP

(SBS 100 패키지는 할인 및 추가 보너스 제공 불가)

지상파 MS우대 혜택

- 추가 보너스 + 20%
- SBS 50 패키지 2억 (50회/선착순 4구좌)
 (금토 (천.변) + 골때녀 + TV 동물농장 & 런닝맨 PCM) + ☐
- 중 CM 구성비 + 10% UP

(SBS 50 패키지는 할인 및 추가 보너스 제공 불가)

[M/S 우대 조건 기준]
 *광고주 대상 : 지상파 3사 내 M/S 50% 이상 *광고회사 대상 : 해당 에이전시 지상파 TV 발령액 내 M/S 60% 이상 → 대행 광고주 전체 혜택 M/S 우대 혜택 적용
 *SBS 신규 광고주 (최근 6개월간 SBS 미집행) : 추가 보너스 +30% (MS 보너스와 중복 가능) *중 CM 구성비 +UP 제공 프로그램은 TOP.3 이하 기타 프로그램 내 제공 가능 (금액 기준)

SBS-라디오 광고 대표 상품 - 52P~

채널	구분	대상 프로그램	세부 내용	총 금액
파워FM	Power Pack	빅3 PIB	<컬투>+<김영철>+<박소현> (빅3 프로그램 TOP1 위치지정 보장)	8.5천만
		빅3	<컬투>+ <김영철>+<박소현>	8.0천만
		빅2	<컬투> + (김영철 or 박소현)	6.0천만
		출퇴근	<김영철> + <박소현>	5.0천만
	Only Pack	컬투	두시탈출 컬투쇼	4.0천만
		출근	김영철의 파워FM 1부	3.5천만
		퇴근	박소현의 러브게임	2.5천만
	4PM Pack		FM 황제성의 황제파워 + AM 뜨거우먼 지상열	2.5천만
Efficiency DIY Pack		FM A시급 프로그램 포함 ※고릴라 결합 집행시 고릴라 집행 금액만큼 FM+AM 보너스 추가 제공	2.0천만	

*FM 보너스 산정 기준 : 프로그램 금액 기준 산정 (AM 보너스 기본 100%제공) *각 패키지 경험 시 ① 월 청약 불륨 ② SBS 기여도 순

채널	상품명	메인 프로그램	총금액(IMC)
러브FM	출퇴근 패키지	출근(이숙영의 러브FM) + 퇴근(정엽의 LP카페) 프로그램 or SB	1.0천만
	횡수보장 패키지	A,B 시급 프로그램 및 SB	1.0천만
	시사 1+2 패키지	정치쇼, 정철진의 목돈연구소, 하지용쇼	0.5천만
	예능 1+2 패키지	윤수현의 천태만상, 뜨거우먼 지상열, 간미연의 러브나잇	0.5천만

*패키지별 보너스는 러브FM만 청약하는 광고주에 한함 *횡수보장 패키지 : 메소디아 신청절차 라디오 담당 영업사원이 진행, 진행 시 사전 협의

SBS-TV 킬러콘텐츠 패키지 가이드 - 37P~ 주요 프로그램 노출 보장, 캠페인 볼륨에 따라 다양하게 활용 가능

(15초 기준 횟수)

▶ 킬러 콘텐츠 중CM/PIB/전후 패키지 가이드

Tier.	장르	메인 콘텐츠	중CM 최소 청약 금액	중CM 패키지							PIB 최소 청약 금액	PIB 패키지			전/후 최소 청약 금액	전/후 CM 패키지가	
				3.0억	2.5억	2.0억	1.5억 (추석)	1.5억	1.0억	1.0억 (추석)		2.0억	1.5억	1.0억		1.0억	1.0억
총 보장 횟수				20	19	18	9	16	15	5		18	16	15		20	15
TOP.1	예능	[미운우리새끼] (일)	3.0억	1							2.0억	1			1.0억	1	
	드라마	금토드라마 [천원짜리 변호사] (9/23~)	2.5억		1						1.5억		1		0.7억		1
TOP.2	예능	[골때리는 그녀들] (수)	2.0억								1.0억				0.5억		
		[런닝맨] (일)	2.0억	1	1	1					1.0억	2	1	1	후 0.7억/ 전 0.5억	2	1
	드라마	금토드라마 [오늘의웹툰] (~9/17)	2.0억								1.0억				0.5억		
		월화드라마 [치얼업] (9/26~)	2.0억								1.0억				0.5억		
	특집	추석특집 [김호중 한가위 판타지아]	1.5억				1				-				-		
	교양	[꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기] (목)	1.5억								1.0억				0.5억		
		[궁금한이야기 Y] (금)	1.5억		1	1			1		1.0억	1	1	1	0.5억	1	1
[TV 동물농장] (일)		1.5억								1.0억				0.5억			
TOP.3	예능	[동상이몽2 너는 내운명] (월)	1.0억								0.5억				-		
		[신발벗고 돌싱포맨] (화)	1.0억								0.5억				-		
		[집사부일체] (일)	1.0억								0.5억				-		
	교양	[생활의 달인] (월)	1.0억	2	2	2			2	2	0.5억	3	3	3	-	2	2
		[순간포착세상에 이런일이] (화)	1.0억								0.5억				-		
		[그것이 알고 싶다] (토)	1.0억								0.5억				-		
		[당신이 훔치는 사이 4] (토) (8/27~)	1.0억								0.5억				-		
	특집	추석영화 [킹메이커]	1.0억							1	-				-		
추석영화 [장르만 로맨스]		0.7억								-				-			
기타	예능	[편먹고 공치리 4.진검승부] (수)	0.5억								0.3억				-		
		[판타스틱패밀리.DNA 싱어] (목) (~9/15)	0.5억								0.5억				-		
		[싱포폴드] (목) (9월 中)	0.5억	1	1	2			2	2	0.3억	2	1	1	-	2	1
	교양	[상포레스트] (금) (8/26~)	0.5억												-		
		[접속무비월드] (토)	0.5억								0.3억				-		
	예능	[식자회담] (화) (~9/13)	-								-				-	2	
		[월요 예능 스페셜] (월)	-								-				-		
		[토요 예능 스페셜] (토)	-	1	1	1			1	2	-	2	2	2	-		2
		[일요 예능 스페셜] (일)	-								-				-		
	교양	[SBS 인기가요] (일)	-								-				-		
모닝와이드 2~3부 / 좋은아침		-	4	2	1			2	2	-	2	2	2	-	2	1	
기타	뉴스브리핑 / 18시 재방 / 생방송투데이	-	3	3	3			2	2	-	2	2	2	-	3	1	
재방	기타 재방 (평일/주말)	-	7	7	7	8	6	5	4	-	3	3	3	-	5	5	

개인정보보호 강화로 디지털 광고시장이 당면한 한계

•SBS M&C 기획팀



빅 테크 기업들의 데이터 수집 열풍

“Facebook 앱을 계속 사용하려면 업데이트를 검토하고 동의하세요”

최근 메타의 페이스북을 사용해본신 분들은 이용 중에 위와 같은 자신의 <개인정보 수집 및 이용>에 동의하라는 팝업 창이 뜨면서 미 동의시 향후 페이스북 앱 사용이 어렵다는 경고 메시지를 접하셨을 것입니다. 페이스북(메타)은 자사가 운영하는 다른 SNS인 인스타그램(Instagram)에서도 새로운 정보제공 정책에 동의하라는 동일한 요구를 하고 있습니다. 이는 단순히 페이스북이나 인스타그램 앱에서 사용 행태뿐만 아니라 이용자와 연결된 페이스북 이외 외부의 다른 앱 활동이나 웹을 방문한 기록이나 관심사, 행동 등 사용자의 모든 활동을 24시간 빠짐없이 기록할 수 있도록 하는 권한을 요구하고 있습니다. 11번가에 접속해서 상품을 검색하고 장바구니에 담고 구매하고 배민 앱을 켜고 어떤 음식을 검색하고 주문하는지 하나하나 수집하고 있습니다.

이용자의 수많은 정보가 필요한 이유는 단 하나, 페이스북, 구글을 비롯한 빅 테크 광고 플랫폼들의 디지털 맞춤형 광고 수익을 위해서입니다. 이용자에게 더 나은 편의 제공을 위해 개인정보를 수집하고 사용하려는 것이 아니라 이용자의 행태를 파악하고 추적하여 맞춤형 광고 수익을 확보하고자 하는 의도가 상당 부분 차지하고 있습니다. 2020년 독일 연방대법원은 ‘페이스북이 이용자에게 필요하지 않은 집중화된 개인화 서비스를 강요하고 있다’며 이러한 무제한의 정보 요구는 이용자의 자기결정권을 침해한다고 판결했습니다¹⁾. 페이스북(메타)의 개인정보 수집을 활용한 맞춤형 광고 논란은 이미 디지털 광고시장에서 불거져 온 이 슈인 <개인정보 보호>문제와 연결된다고 할 수 있습니다.

개인정보보호 법의 등장

디지털 광고는 인터넷에서 제3자쿠키 (3rd party cookies)를 활용하여 고객들의 행동 추적으로 맞춤형 광고를 제공하고 광고비 투입 대비 광고효과를 Data(ROI)로 제공하면서 과거 10년간 급격하게 성장했습니다²⁾.

하지만, 최근 수년간 유럽 개인정보보호법(GDPR, 2018), 캘리포니아 소비자개인정보법(CCPA, 2020) 등 개인정보보호법이 등장하게 되면서 디지털 광고는 성장에 한계를 맞이했습니다. 애플, 구글 등 빅 테크 기업들은 개인정보보호와 반독점 규제 강화로 인해 어쩔 수 없이 자사의 웹브라우저에서 서드파티 쿠키 (3rd party cookies) 지원을 중단하거나 중단 예정에 있고, Meta(舊, 페이스북) 등 제3자 쿠키를 바탕으로 광고를 집행해오던 애드 테크 기업들은 서드파티 쿠키 대체 기술 개발을 도모하거나 자사 이용자 데이터 사용에 대한 동의를 받기 위해 노력하고 있습니다. 특히 GDPR은 소비자의 동의 없는 개인정보 (Personally Identifiable Information, PII)의 수집 및 공유를 금지하여, 가명화(pseudonymization)되거나 식별이 어려운 데이터라도 개인과 연결된 쿠키와 광고ID의 사용은 금지하고 있어 디지털 광고시장에 미치는 영향은 크다고 할 수 있습니다.

빅 테크기업들의 개인정보보호 정책 변화

애플은 2017년부터 광고 타겟팅 목적으로 서드파티 쿠키 사용을 제한했으며, 2021년부터는 ATT(App Tracking Transparency) 정책을 통해 ‘iOS에서 구동되는 앱이 사용자 활동을 추적하거나 기기 식별자에 접근할 권한을 사용자에게 명시적으로 요청하는 옵트인(Opt-In)기능을 탑재’하여 개인이 광고를 위한 정보 추적을 거부할 수 있게 함으로써 맞춤형 광고의 근간을 흔들었습니다. 실제 ATT정책 시행 후 6개월간 개인정보추적을 허용한 수치는 8%에 불과할 정도로 이제 세계를 휩쓸었던 개인 정보 추적을 통한 맞춤형 광고 제공 방식은 한계 상황에 직면했으며 그 효과가 현저하게 줄었다고 할 수 있습니다.

구글도 2021년까지 서드파티 쿠키 지원을 종료할 것이라고 했으나 이후 이를 2023년까지로 연기하였고 최근 7월에는 2024년 하반기로 세 차례 연기하였습니



다. 구글조차도 서드파티 쿠키 지원 종료 이후의 대안으로서 최소한의 개인정보보호 정책을 유지하면서 광고수익을 확보할 방안에도달할 방법을 아직 찾지 못했고 이전보다 훨씬 낮은 수준의 타겟팅만 가능한 상황이라고 업계 관계자는 의견을 내고 있습니다³⁾.

디지털광고가 전체 수익의 95%인 페이스북과 인스타그램을 운영하고 있는 메타는 구글과 애플의 쿠키 지원 서비스 종료를 디지털 광고 생태계를 말살하는 행위라고 공식적으로 비난해왔으나, 개인정보 보호의 세계적 추세 속에서 자사가 회피할 수 있는 대안을 지속적으로 고민하면서 다른 한편으로는 미래 먹거리를 <메타버스>로 설정하고 전사 역량을 집중하고 있는 상황입니다.

한편, 구글 및 애플을 제외한 애드테크 기업들은 구글, 애플이 폐쇄적인 광고 생태계를 구축하고시장을 독점하고 있으며 개인정보 명분으로 시장에 소비자 정보를 차단하고 있다고 비난하면서도 서드파티 쿠키를 대체할 수 있는 기술을 독자적으로 확보하기 위해 다방면에서 노력하고 있습니다. The Trade Desk 등은 이메일을 암호화해 광고 타겟팅에 활용하려고 하고 있으며 Yahoo 등은 플랫폼에 로그인하는 아이디를 활용하여 타겟팅을 하려는 방법을 준비중에 있습니다만⁴⁾, 서드파티 데이터로 활용할 때와 달리 이제는 누구인지 식별이 불가능한 상황이기 때문에 어느 것도 이전과 같은 맞춤형 타겟팅 광고를 이끌어내는 어려워 보입니다.

맞춤형 타겟 광고 시대의 종말

쿠키에 크게 의존하고 있는 현재의 디지털 광고 환경에서 맞춤형 타겟 광고에 사용되는 서드파티 쿠키 데이터가 종료되면 사실상 개인 타겟팅은 불가능하게 됩니다. 이제 서드파티 쿠키 데이터 제공이 완전히 사라지게 되면 자사 웹사이트내에서의 행동만을 추적 가능한 퍼스트파티(1st party) 데이터만 존재하게 됩니다. 서드파티 데이터가 자사 사이트를 방문한 사용자의 자사 외 사이트에서의 행동을 끊임없이 추적할 수 있는 반면에 퍼스트파티 데이터는 오직 자사내 사이트에서의 활동만 확인이 가능합니다. 소위 고객의 주의를 끌고, 관심을 가지며, 검색하고 구매하며 공유하는 과정을 따라가며 타겟팅을 주장하는 ‘고객 여정(Customer Journey)’ 방식의 디지털 광고 방식은 더 이상 유효하지 않습니다. 이제는 서드파티 데이터에 의존하지 않고 자사 고유의 퍼스트파티 데이터를 가진 기업들만이 과거와 달리 제한된 형태의 광고를 제공할 수 있는 상황이 됩니다. 그래서 페이스북도 구글 크롬의 서드파티 데이터를 기반으로 한 자사 맞춤형 광고가 개인정보 보호로 제한되는 한계를 극복하고자 자사 앱에 접속하는 사용자들의 정보를 무작위로 요구하는 것이지요.

결국 개인정보보호 이슈로 인한 서드파티 쿠키 수집 제약은 디지털광고의 맞춤형 타겟팅을 위한 생태계를 위해 시금과 동시에 맞춤형 타겟 광고가 소멸되는 결과를 맞이하게 될 것입니다. 서드파티 쿠키 데이터 없이는 타겟 이용자의 타사 사이트나 앱에 대한 방문 이력이나 행동 정보를 더 이상 확인할 수 없고 각 구매 과정에 이르는 매체나 사이트 별 기여도를 확인하기 어려울 뿐 아니라 고객 타겟팅의 정밀도와 효율성이 급격히 하락하게 되는 것입니다.

1) “개인정보 ‘약탈’ 논란 맞춤형 광고, 폐북만이 문제 아니다” (2022-0727, 미디어오늘)

2) “2020년 글로벌 광고 시장 규모는 전년 대비 4.2% 감소한 5,690억 달러였으나 디지털 광고시장은 8% 증가하며 3,360억 달러를 기록, 서드파티 쿠키 기반(3rd party cookies based) 프로그래매틱 방식 디지털 광고의 미국 시장 점유율은 2013년 30%에서 2020년 78%까지 성장” (“애플과 구글의 개인정보보호 강화 조치 이해 및 디지털 광고 시장에 미치는 영향”, 2021, 제인용)

3) Why Google’s cookie confusion is splitting the ad industry (adage.com, 2022-07-28)

<https://adage.com/article/digital-marketing-ad-tech-news/googles-cookie-strategy-splits-ad-industry/2424851>

4) A guide to the top 10 ID alternatives for publishers (digiday.com, 2022-06-09) <https://digiday.com/media/digiday-research-a-guide-to-the-top-10-id-alternatives-for-publishers/>

왜 지금, SBS 라디오인가? - 라디오 다시보기



•SBS M&C 네트워크팀

Part 1. 우리가 본 라디오의 역할과 역량

Part 2. 현장에서 들어본 라디오의 역할과 역량

Part 3. 시장이 본 라디오의 역할과 역량

지난 이야기

매체 다변화 속에서 라디오 광고 집행의 효과를 되짚어보고, SBS 라디오의 매체 가치를 재발견해 보는 기획 연재 3부작. 1편에서 판매자 입장에서 짚어 본 라디오의 역할과 역량에 대해, 지난 2편에서는 현재 라디오 광고를 활발히 집행하고 있는 광고주 및 광고회사와의 심층 인터뷰를 통해 현장이 체감하는 라디오 광고의 역할과 실제적 효과를 살펴 보았다.

Q. “SBS 라디오 광고를 왜 집행하시나요?”

A. 더 넓고, 효율적이며, 믿을 수 있는 매체에서 확실하고 지속적으로 브랜드를 각인시키기 위해

이번 라디오 기획 연재 3부작을 진행하게 된 취지는 한마디로 위의 질문을 객관적으로 확인하기 위해서였다. SBS 라디오 광고를 판매하는 입장에서 무척 새삼스럽고 능히 짐작되는 내용이지만, 광고주와 광고회사 등 고객사가 생각하는 라디오 광고의 니즈와 기대 효과가 판매자가 확인하고자 하는 라디오 광고의 가치와 일치하는지를 확인할 수 있는 문답이었기 때문이다. 그간 새삼스럽게 묻지 않았던 라디오 광고의 가치와 활용도에 대한 시장의 인식은 어쩌면 당연스럽고 관성적일 수 있었겠지만, 가치는 확인할 때 더 빛을 발하는 법이다. 당장 수치화할 수 없어도 가능한 많은 의견들을 청취해 라디오 광고의 정성적 효과를 검증해 보자는 취지는, 판매자 입장에서 라디오 광고의 효과에 대한 일종의 주장을 담은 첫번째 글에서 출발해 시장의 의견을 본격적으로 청취하여 라디오 광고의 효과를 재확인 보는 이번 세번째 글에까지 이르게 되었다. 다만 세번째 글에 이르러 한 걸음 더 나아가간 점이 있는데, 짐작되던 전통적 가치를 넘어 미래에 부응하는 새로운 가치를 발견하게 되었다는 것이다.

SBS M&C는 지난 7월 한 달 간 한국리서치와의 협업을 통해 라디오 광고의 정성적 효과에 대한 검증 조사를 In-Depth Interview 형태로 진행하였다. 라디오 광고를 집행한 경험이 있는 광고주 및 광고회사 담당자를 대상으로 진행한 이번 조사 결과를 통해 라디오 광고의 고유한 특성과 효과, 전망에 대한 시장의 인식을 확인하고, 이를 통해 짐작하던 라디오 광고 고유의 가치는 물론 더 나아가야 할 라디오 광고의 가능성에 대한 인사이트를 전하고자 한다.



조사 개요

- 조사 기관 : 한국리서치 / 조사 기간 : 2022. 6. 27 ~ 2022. 7. 19
- 조사 방법 : In-Depth Interview
- 조사 대상 : 라디오 광고 집행 경험 보유 광고주 및 광고회사 담당자
- 샘플 수 : 총 15개사 - 업종 : 가전, 운송기기, 생활용품, 건설, 프랜차이즈, 서비스, 금융, 가구, 식품, 의약품 등

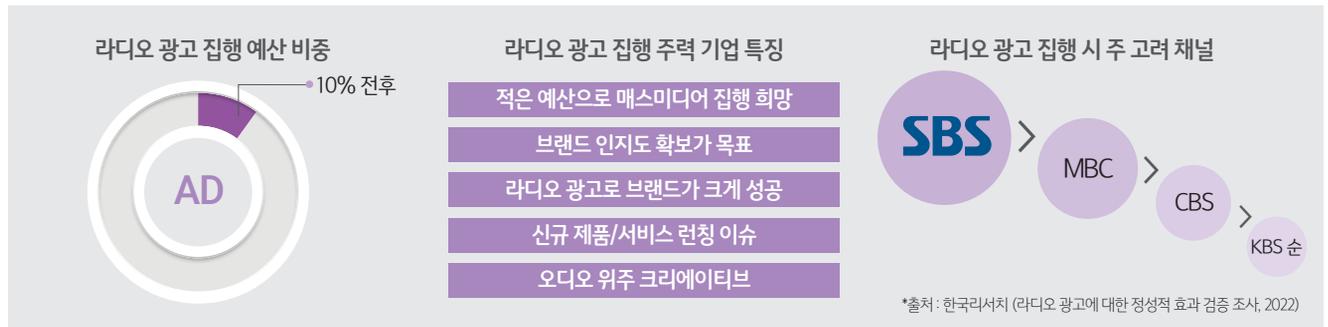
조사 결과로 본 인사이트 요약

- ☞ 라디오 광고 예산은 전체 광고 예산의 10% 전후, 라디오는 신뢰도 기반의 효율적 브랜딩이 가능한 매스미디어... 1순위 고려 채널은 SBS
 - 라디오 광고 소재 제작 감소, 디지털 광고 수요 증가 등의 상황에도 청취율 자료 기반으로 지속적 제안, 채널 중 청취율 1위인 SBS 채널을 가장 선호
- ☞ 장기/반복 집행을 통한 브랜딩 효과 유지 및 브랜딩을 통한 매출 상승도 기대할 수 있는 비용 효율적 매체
 - 반복적 노출이 가능해 광고 비수기 브랜딩 유지에 용이, 광고 성수기 기간에는 TV와의 시너지 효과
 - 저비용으로 많은 대중에게 노출되는 매스미디어, 반복 노출을 통한 각인 효과
- ☞ 라디오 광고 효과는 최소 현재 수준 유지 전망... 미래지향적 판매 상품 개선으로 시장성 강화와 도약 기대
 - 정상적 효과 지표는 없으나 정성적인 라디오 광고효과를 체감, 보장된 광고 효과를 누리고 있다는 데 동의
 - 고정 청취층 확보로 라디오 광고 시장은 향후에도 최소 동일 수준 유지 전망. 진화하는 라디오 매체에 걸맞은 판매 상품 개선으로 시장성 강화 기대
- ☞ 조사 결과가 말하는 라디오 광고를 집행해야 하는 이유 4가지

매일 라디오를 듣는 고정 청취층	동일 채널/시간대 청취자 층이 확고하여 청취율* 23.3% 수준의 커버리지가 꾸준히 확보되는 매체
귀에 쏙 들어오는 오디오 브랜딩	장기적 반복적 청각정보에 대한 높은 집중력으로 기억에 오래 남고, 각인 효과 높음
콘텐츠로 인식되는 광고	특정 시간대, 특정 라디오 광고는 광고보다 일상의 루틴을 환기시키는 콘텐츠로 청취자가 인식
효율성과 공신력의 매스미디어	장기적 안정적 광고 효과 소구 증가, 저렴한 비용으로 광범위한 청취자들에게 안정적 광고 노출 가능

*어제 라디오 5분 이상 청취자의 비율, Metro Radio Study 2022-2R, 한국리서치

조사 결과 분석 ① 예산은 효율적으로, 집행은 지속적으로, 채널은 1등으로

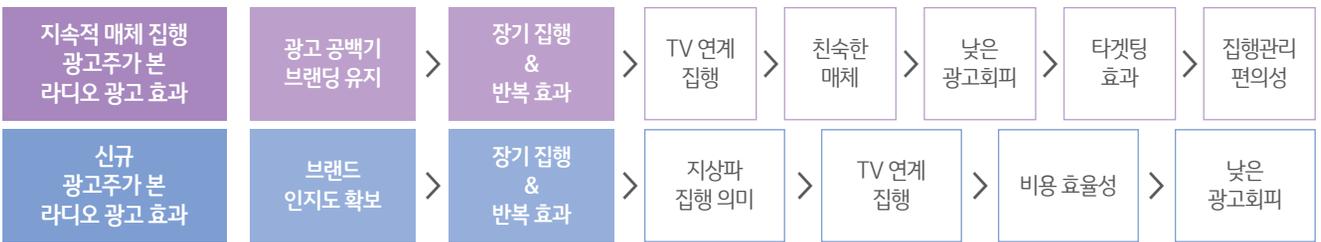


광고 업계 실무자들이 체감하는 라디오 광고 집행 비중은 10% 전후 수준으로 TV 대비 다소 낮은 편이었다. 특히 코로나19 전 대매체 시대에 들어서며 지상파 TV와 함께 라디오 이용률이 감소하여 방송 광고비 전체적으로 감소하는 경향을 보였다고 밝혔다. 이런 가운데에서도 라디오 광고를 지속적으로 집행하는 기업은 대체로 안정적인 광고 예산, 신제품이나 서비스를 비롯한 브랜드 인지도 제고의 목적, 과거 성공적인 라디오 집행 경험'으로 그 특징을 요약할 수 있었다. 조사에 참여한 광고 업계 실무자들의 의견에 따르면 마케팅 상황상으로는 집행 예산이 적을 때, 광고 예산이 증가하는 업종 성수기 때 TV 광고와 병행하면서, 단기간 내 인지도를 끌어올려야 하는 신규 브랜드 캠페인 시 라디오를 광고를 집행하게 되는 것으로 나타났다. 한편 마케팅 목적상으로는 브랜드 인지도 확보, 광고 집행 비수기 중 브랜드 노출 유지, 장기 집행과 반복 노출, 운전자나 30대 이상 등 특정 타깃 맞춤 마케팅을 위해 라디오 광고를 집행한다는 의견을 들을 수 있었다.

한편 광고 업계 실무자들이 라디오 광고 집행 시 가장 우선적으로 고려하는 채널은 SBS 라디오였다. 이는 청취율 자료를 기준으로 집행 채널을 선정하는 특성상 절대우위의 1위 채널인 SBS 라디오가 높은 선호를 얻고 있기 때문이기도 하지만, 프로그램의 경쟁력 측면에서도 SBS 라디오를 선택한다는 의견 또한 들을 수 있었다. 더불어 프로그램의 정통성, 청취 타깃 등 콘텐츠적 요소를 고려하여 채널을 선정한다는 의견도 있었는데, 지상파 채널인 MBC, KBS와 함께 음악 전문 채널인 CBS FM을 복수의 대행사가 언급한 점이 이를 나타냈다.



조사 결과 분석 ② 피부로 느껴지는 라디오 광고의 정성적 효과



*언급량순 *출처: 한국리서치 (라디오 광고에 대한 정성적 효과 검증 조사, 2022)

라디오 광고 집행 시 기대하는 효과는 전통적으로 매체 집행을 이어 온 광고주와 신규 시장 진입 광고주(또는 그 대행 광고회사)에 따라 차별점을 보였다. 이미 브랜드 인지도를 충분히 확보한 전통적 매체 집행 광고주의 경우, 장기적 반복적 노출의 특성을 이용해 예산 등의 이슈로 공백기가 생길 수밖에 없는 TVC를 보조하는 수단으로 라디오를 주로 활용한다는 의견이 많았다. 반면 새롭게 시장에 진입하는 광고주는 브랜드명 반복 노출이나 CM송을 통한 직접적인 브랜딩 효과를 가장 기대하는 경향을 보였다. 이러한 라디오 광고의 효과를 정량적으로 측정 보고하기는 어렵다는 것이 광고 업계 실무자들의 솔직한 의견이었다. 다만 기업 내부나 업계에서 회자되는 정성적 바이럴, CM송으로 강렬한 인상을 남긴 브랜드들의 성공 사례, 대중교통 내 자연스러운 라디오 광고 청취 경험 등 정성적으로 체감할 수밖에 없는 효과들이 있다는 것 또한 인지하고 있었다. 시장이 동의하고 있는 정성적 효과를 정량적 효과 측정으로 발전시켜 라디오 광고 효과에 대한 기대감을 높여야 하는 과제가 남아 있음을 알려주는 대목이다.

광고 시장을 이끌고 있는 TV와 디지털 매체의 보완 매체로서 라디오만의 돋보이는 효과에 대한 유의미한 의견도 얻을 수 있었다. TV에 비해 더 저렴한 대중매체로서 청각적으로 브랜드 상기도와 각인 측면에서 우수하다는 점, 디지털에 비해 더 광범위한 타겟에 대한 장기적 반복적 노출과 광고 친화적인 콘텐츠로 광고 회피도가 비교적 낮은 점은 효과적 인 부분으로 꼽았다. 이러한 의견들을 바탕으로 광고 업계 실무 관계자들이 꼽은 '라디오 광고를 집행하는 이유'는 아래와 같이 5가지로 정리할 수 있었다.

광고주 및 광고회사 관계자들이 말한 "라디오 광고를 집행하는 이유" 5가지

- ☞ 예산 대비 효율적인 가성비 매스미디어 TV광고 대비 1/10 수준 예산으로 대중 매체 집행 효과
- ☞ 늘 같은 시간, 같은 위치에 나오는 또 하나의 콘텐츠 친밀도가 높고, 청취자 본인의 Lifecycle과 함께 하는 콘텐츠로서의 광고
- ☞ TV 및 디지털 광고와 차별화된 역할 수행 청각 정보 집중으로 높은 브랜드 상기도, 장기적 지속적 집행과 넓은 커버리지로 차별화
- ☞ 이탈과 재핑(Zapping)이 낮은 매체 멀티 태스킹이 가능해 계속 플레이 가능한 매체
- ☞ 극적인 매출 상승 효과 (중소기업 특화) 리딩 브랜드 부재 업종에서 업계 1위 인지도 확보에 용이

조사 결과 분석 ③ 시장은 라디오의 내일을 기대하고 있다

코로나19 팬데믹, 원자재 가격 상승, 인플레이션 등 요동치는 외부 요인과 업종별 성비수기 등의 내부 요인으로 요동치는 광고 시장 속에서도, 조사에 응한 광고 업계 실무 관계자들은 대부분 라디오 시장이 현재 수준을 유지할 것이라 내다봤다. 코로나19로 인해 일시적으로 상승했던 지상파 매체 이용률이 다시 줄어들 것이라는 의견도 있지만, 반대로 디지털 광고에 대한 이용자와 시장의 피로가 누적되면서 커버리지는 넓고 신뢰도는 높으며 회피도는 낮은 매스미디어 집행에 대한 관심이 점차 높아질 것이라는 의견을 들을 수 있었다. 이런 가운데 집행 관리가 쉽고 저렴한 비용에 최소한의 효과가 보장되는 라디오는 광고비 예산 조정 이슈가 발생해도 유지되는 경향을 띠 것이라는 전망을 얻을 수 있었다. 시장 안정성 측면에서 라디오 광고가 높은 평가를 받고 있음을 알 수 있는 대목이다.



마케팅의 방향성이 브랜딩과 퍼포먼스로 양립하는 시대, 브랜딩 전략 매체로서 SBS 라디오의 역할에 대한 업계의 기대도 컸다. 인터뷰에 참여한 업계 관계자들 다수는 브랜딩과 퍼포먼스 마케팅이 각기 독립적인 마케팅 전략임을 인정하면서도, 일시적인 붐업 효과를 넘어 안정적인 매출 상승을 위해서는 결국 브랜딩 전략에 더 비중을 두어야 한다는 의견을 공통적으로 피력했다. 지상파 매체 고유의 신뢰성과 공신력이 전이될 수 있는 매체로서, 프로그램에 이어서 나오기에 광고가 마치 또 하나의 콘텐츠처럼 인식되는 매체로서 라디오가 브랜딩 전략에 효과적이라는 것이다.

이처럼 단단한 브랜딩 매체로서의 토양 위에 선 SBS 라디오는, 시장의 니즈에 부응하여 브랜딩은 물론 퍼포먼스의 효과까지 함께 얻을 수 있는 매체로 진화를 도모하고 있다. 실시간 상호작용과 다양한 부가서비스로 영타겟 이용자 유입이 활발한 인터넷 라디오 '고릴라', 더 많은 프로그램들로 활성화되고 있는 '보는 라디오', 취미생활과 라이프스타일을 예리하게 공략하는 팟캐스트와 같은 오디오 콘텐츠까지, SBS 라디오는 어느 매체 못지 않게 디지털 영역을 공략하며 수치화 가능한 퍼포먼스 마케팅 매체로서의 역할을 할 수 있도록 진화하고 있다.



내일이 기다려지는 SBS의 오디오 콘텐츠

Q. “SBS 라디오 광고를 왜 집행하시나요?”

A. 공인된 브랜딩 효과는 물론 퍼포먼스 효과까지 입증할 수 있으니까

라디오 광고 집행 유경험 광고주 및 광고회사 15개사와의 인터뷰를 통해 진행된 이번 조사에 이르기까지, 3회에 걸친 본 기획에서 확인하고자 했던 당연한 문답은, 거기서 만족하지 않고 이처럼 아심찬 문답으로 업데이트되었다. 라디오 광고의 장기적 지속적 집행과 TV와의 동반 집행을 통해 얻을 수 있는 브랜딩 효과를 재발견하고자 했던 본 기획의 취지를 입증함은 물론, 다음 발걸음을 위한 준비를 다짐하게 된 것이다. 시장이 인정하는 브랜딩 효과에 머무르지 않고 시장이 발견하게 될 퍼포먼스 효과로까지 나아갈 SBS 라디오 광고의 발걸음이다.

SBS M&C는 이번 인터뷰를 비롯해 광고 업계 실무 관계자들로부터 청취한 소중한 의견들을 바탕으로, 관성과 루틴에 안주하지 않고 시장의 니즈를 충실히 반영한 라디오 상품 개발과 가격 정책 개선을 거듭하며 라디오 광고의 진화에 일조하고자 한다. 뿐만 아니라 현재 판매중인 고릴라 상품의 다양화, 팟캐스트 등 오디오 콘텐츠 활용 등 디지털 영역으로 뻗어 나가고 있는 SBS 라디오의 시장 가치를 포착하여, 라디오 매체의 진화에 부응하는 라디오 광고 시장의 진화를 이끌어 갈 예정이다. '예전부터 이랬으니까'라는 습관을 넘어서 '앞으로 이럴테니까'라는 기대감으로 선택할 수 있는 상품이 될 수 있도록, SBS 라디오는 이번 기획을 자양분삼아 성장을 멈추지 않는 매체로 시장에 다가갈 것이다.

음모론 속, 숨겨진 진실을 파헤쳐보는 신개념 토크쇼 SBS <당신이혹하는사이4>

'혹'하는 이야기들로 매주 뜨거운 화제를 모은 당.혹.사가 시즌 4로 돌아옵니다.

당신이 **혹**하는 사이 4

방송 22년 8월 27일 (첫방송) 토요일 저녁 8시 35분~

출연 전현무, 변영주, 송은이, 봉태규

장르 스튜디오 토크쇼 편성 10부작

가짜뉴스와 음모론이 맹렬하게 퍼지고 있다. 음모론은 처음엔 황당하지만 하나하나 그 근거들을 따라가다 보면, 묘하게 빠져든다는 데 치명적인 매력이 있다.

오늘 밤 이 만찬이 끝날 즈음 당신은 과연 '혹하게' 될까?

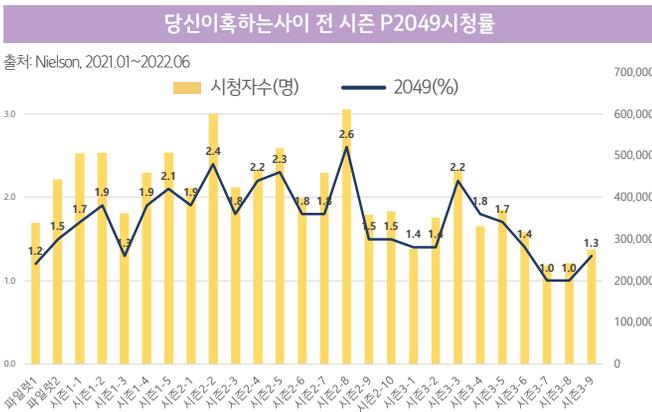
'당신이 혹하는 사이3' 5.18 음모론의 진실을 다룬다.. **당신이 혹하는 사이3 '청주에서 발견된 430여구 유골의 정체,**

'당신이 혹하는 사이3' 청주 유골 430구의 비밀을 파헤치다 (1)

'당신이 혹하는 사이 시즌3' 위휘소 박사 죽음은 암살?

'킹메이커', '당신이 혹하는 사이3' 방송으로 다시 한 번 화제

프로그램 소개 및 화제성



세상에 존재하는 다양한 의심과 음모론에 대한 진실을 논하는 토크쇼 <당신의 혹하는사이>는 전시즌 P2049 평균시청률 **1.76**, 스토리텔링 프로그램 P2049 시청률 **2위**로 파일럿 방송부터 <당신이혹하는사이3>까지 전 시즌에 걸쳐 견고한 시청층 확보하고 있다. 더불어, 매회 업로드되는 SBSYoutube <당혹사> 요약본의 누적 조회수는 **44,528,658회** (2022.06.27기준) 로 <당신이 혹하는사이>의 콘텐츠는 본방송 이후 디지털 플랫폼에서 지속적으로 소비 및 확장되고 있다.

프로그램 및 출연진 소개



전현무



변영주 감독



송은이



봉태규

프로그램 주요 포인트



“혹시 이런 이야기 들어봤니?”

도시괴담을 치부할 수 없는 음모론 어디까지가 진실일까
세간에 퍼져있는 음모론을 하나씩 세세하게 재조명한다.

음모론을 단순한 가식으로 다루지 않고 음모론이 탄생하게 된 시대적 배경과 사회적 맥락을 짚어본다.

1%의 진실과 99%의 거짓으로 만들어진 이야기 속에서 진실과 거짓을 구분하고 음모론 확산의 정체와 의도를 추적한다

전문가 및 관련사건 목격자 인터뷰 각종 자료 등을 통한 음모의 팩트 체크

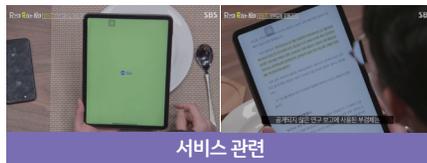
한달 더 나아가 사람들이 진실을 두고 음모론을 믿고 싶은 이유를 따져보며 투명하고 건강한 사회를 위한 대안을 고민하는 우리의 만찬에 당신을 초대합니다.

프로그램 간접광고



전자기기/가전

프로그램 중 출연진의 제품활용을 통한 제품 기능 연출



서비스 관련

브랜드 관련 서비스 사용장면 에피소드 노출



식음료

Lv.1 스튜디오 제품 및 제품 패키지 비치하여 꾸준하게 노출
Lv.2 제품 및 식음 장면 노출

프로그램 가상광고

▶ 등급고지 - 진행 예시



▶ 장면전환 - 진행 예시



▶ 에필로그 - 진행 예시





과거를 품이었던 추억의 노래방 명곡을 후배들이 새롭게 재해석하다!
그냥 요즘 노래, 그저 아이돌 음악이 아닌
모든 세대가 공감하고 즐길 음악을 선보이다.

매회 다른 컨셉과 장르의 명곡에 도전하는 가수들의 리얼리티,
그리고 MC들과 함께하는 야외 콘서트까지!

색다른 감성으로 온 가족이 즐기는 리뷰트 뮤직 차트쇼,
싱포레스트 시즌2

싱포레스트

제작 편수 4회

출연 MC : 백지영

방송 기간 2022년 8월 26일~ 9월 23일

편성 시간 금요일 밤 11시 20분

프로그램 및 출연진 소개

• MC



백지영

• 가수 후보 - MZ세대 가수 10인



박봄



헤이즈



정에인(리블리즈)



유주(여자친구)



나나(woolah)



김필



남우현(인피니트)



펜타곤



정세운



바닐라 어쿠스틱

프로그램 주요 포인트

1. 90 ~ 00년대 전설의 곡을 MZ세대 감성으로 부활시킨 트리뷰트 무대
2. 아름다운 자연, 야외무대에서 펼쳐는 감성 뮤직 리얼리티
3. 매회 다른 테마의 콘서트로 다양한 음악을 즐길 수 있는 뮤직쇼
4. 싱포레스트 시즌2만의 리메이크 곡 대공개!



시흥 (1~2회)



[1회]
떠나고 싶은 여름

- 사람은 창밖에 빗물 같아요
- 양수경
- 반디
- UP
- 피도
- 유엔
- 애상
- 풀
- 미소를 띄우며 나를 보낸
- 이은하
- 그 모습처럼
- ...

[2회]
첫사랑의 설레임

- 겨울
- 엑스키스
- 사랑하기 때문에
- 유재하
- 나에게 난 나에게 난
- 자전거 탄 풍
- 경
- 비 오는 날의 수채화
- SG워너비
- 아스피린
- 걸
- ...

인제 (3~4회)



[3회]
우리들의 사랑

- 그대와 영원히
- 이문세
- 캔디
- H.O.T
- 원하고 원망하죠
- 매즈윈
- 로맨틱 사랑
- 마르니에
- 아주 오래된 연인들
- 015B
- ...

[4회]
가슴 아픈 이별

- 연재가는
- 이상은
- 벌써 일 년
- 브라운 아이즈
- 귀로
- 나일
- 잠 못드는 밤 비는 내리고
- 김건모
- Endless
- 플라워
- ...

프로그램 간접광고

▶ 기획PPL 제품 배치 및 직접 취식, 사용을 통한 로고 노출



프로그램 가상광고

▶ 프로그램 내 그래픽 형태로 진행되는 광고



프로그램 연령고지 시, 등급고지 노출



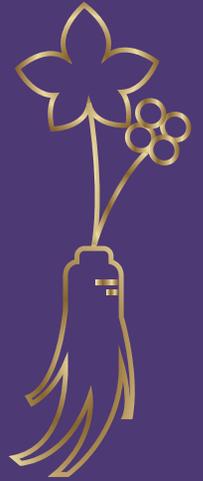
장면전환 및 구성전환 시 소재 노출



프로그램 엔딩 시 소재 노출

언택트(Untact)에서 다시 컨택트(Contact)로

- 영주세계풍기인삼엑스포 대면 행사로 9월 개최



코로나19 상황으로 잠시 멈추었던 대면 행사가 돌아온다. 서울재즈페스티벌, 싸이의 흠뻑쇼 등 야외 음악 공연이 다시 열리며 연일 매진 소식을 알렸고, 전국 곳곳에서 다양한 행사와 축제들의 개최 소식이 이어지고 있다. SBS M&C 콘텐츠사업팀에서 진행하는 2022 영주세계풍기인삼엑스포 역시 오는 9월 개최를 위해 막바지 준비 작업에 박차를 가하고 있다.

풍기인견으로 널리 알려진 경북 영주의 풍기 지역은 지난 500년간 가삼의 재배지이자, 고려인삼의 최초 시배지이다. 이러한 역사적 배경을 토대로 매년 풍기인삼축제를 개최해왔고, 금년에는 인삼 산업의 글로벌 경쟁력 확보와 풍기인삼의 세계적 홍보를 위해 엑스포 형태로 개최된다. 공연, 이벤트, 인삼 판매 등의 기존 축제 프로그램에 전시와 컨벤션, 학술회의 등의 프로그램을 더해 산업적인 측면을 강화했다고 볼 수 있다.

풍기인삼엑스포는 오는 9월 30일부터 10월 23일까지 24일간 개최되며, 인삼의 '생명력', '인류행복', '미래 산업' 등 3가지 핵심 가치를 바탕으로 주제관, 생활과학관, 인삼미래관, 인삼홍보관, 인삼교역관 등 5개 전시관을 메인으로 인삼 산업의 과거와 현재, 미래가치를 확인한다. 특히 정관장, 한삼인 등 50여 개 이상의 주요 기업이 입점하는 '인삼교역관'은 국내외 인삼 관련 기업의 전시 홍보, 판매 및 바이어 상담을 통해 전 세계로 뻗어나갈 풍기인삼의 해외 진출의 교두보가 될 전망이다.

또한 축제장을 방문하는 가족 단위 관람객들의 즐거운 힐링 가을관광 스팟이 되기 위해 주무대와 상설무대에서 각종 공연과 문화행사로 색다른 볼거리를 제공하고, 숲 속 힐링체험, 숲 속 놀이체험, 아트 플라마켓 등에서는 다양한 체험행사를 진행해 오감만족 엑스포로 준비하고 있다.



 **인삼, 세계를 품고 미래를 열다!**

풍기인삼엑스포

2022 영주

세계풍기인삼엑스포

WORLD PUNGGI GINSENG EXPO, YEONGJU, KOREA

2022. 9. 30. ~ 10. 23. (24일간) 경북 영주시 풍기인삼문화팝업공원 일원

주최·주관  영주시  (재)영주세계풍기인삼엑스포조직위원회

후원

 농림축산식품부  문화재청  농촌진흥청  경상북도  GYEONGBUK-GO  한국관공사  KRIS  한국농수산식품유통공사  aT  한국농수산식품유통공사  한국인삼협회  풍기인삼농협  농협

 KYOCHON 1991

2022 LINE UP

드라마	8월	9월	10월
-----	----	----	-----

월화	치얼업 (9/26~)		
----	-------------	--	--

금토	오늘의 웹툰 (~9/17)	천원짜리변호사(9/23~)	
----	----------------	----------------	--

예능/교양	월	화	수	목	금	토	일
-------	---	---	---	---	---	---	---

6시	모닝와이드						9시 30분 TV 동물농장
----	-------	--	--	--	--	--	-------------------

9시	좋은아침						15시 50분 인기가요
----	------	--	--	--	--	--	-----------------

10시 30분	살맛나는오늘				브런치톡	11시 접속 무비월드	17시 런닝맨
---------	--------	--	--	--	------	----------------	------------

19시	생방송 투데이						18시 30분 집사부일체
-----	---------	--	--	--	--	--	------------------

21시	생활의 달인	순간포착	꿀 때리는 그녀들	판타스틱 패밀리	궁금한 이야기 Y	당신이 혹하는사이4	20시 45분 맨인블랙박스
-----	--------	------	-----------	----------	-----------	---------------	-------------------

22시	동상이몽	신발벗고 돌싱포맨			오늘의 웹툰		미운우리새끼
-----	------	-----------	--	--	--------	--	--------

23시	식자회담		편먹고 공치리4	꼬꼬무	싱포레스트	그것이알고싶다	
-----	------	--	----------	-----	-------	---------	--

9월 SBS 간접/가상 판매라인업

▶ 드라마 ■ 교양 ■ 예능 ■

단위 : 만원

월	화	수	목	금	토	일
월화<치얼업> 간접광고 Lv1. 2000 Lv2. 4000 가상광고 등급고지 16,000 에필로그 판매완료 에필로그 22,000				금토 <천원짜리 변호사> 간접광고 Lv1. 2000 Lv2. 4000 가상광고 등급고지 16,500 에필로그 판매완료 에필로그 22,000		
		모닝와이드 3부 협찬/간접광고 Lv2. 2000 ↑				TV동물농장 간접광고 Lv2. 4000 ↑ 가상광고 등급고지 800 장면전환 1500 에필로그 2000
		좋은 아침 협찬/간접광고 Lv2. 6000 ↑			접속무비월드 간접광고 Lv2. 1500 ↑ 가상광고 등급고지 500 에필로그 1000 ↑	인기가요 간접광고 Lv2. 4000 ↑ 가상광고 등급고지 750
생방송투데이 협찬/간접광고 Lv2. 2000 ↑		경아윤아의 브런치톡 협찬/간접광고 Lv2. 2500 ↑				런닝맨 간접광고 Lv2. 7000 ↑ 가상광고 등급고지 1000 에필로그 2500
						집사부일체 간접광고 Lv2. 4000 ↑ 가상광고 등급고지 800 에필로그 2000
		꽃매리는 그녀들 간접광고 Lv2. 6000 가상광고 등급고지 1000 장면전환 2000 에필로그 2500	판타스틱매일리 간접광고 Lv2. 5000 가상광고 등급고지 800 프롤로그 1500 장면전환 1500 에필로그 2000	당신이 훔치는사이4 간접광고 Lv2. 3000 ↑ 가상광고 등급고지 800 장면전환 1500 에필로그 2000		맨인블랙박스 간접광고 Lv2. 2000 ↑ 가상광고 등급고지 500 에필로그 1000
동상이몽2 간접광고 Lv2. 5000 가상광고 등급고지 800 에필로그 2000	신발벗고 돌싱포맨 간접광고 Lv2. 4000 ↑ 가상광고 등급고지 800 에필로그 판매완료	편먹고 공치리4 가상광고 등급고지 판매완료 장면전환 1500 에필로그 2000	꼬꼬무 간접광고 Lv2. 4000 ↑ 가상광고 등급고지 800 장면전환 1500 에필로그 2000	싱apore스트2 간접광고 Lv2. 3000 ↑ 가상광고 등급고지 700 장면전환 1000 에필로그 1500		미운우리새끼 간접광고 Lv2. 6000 ↑ 가상광고 등급고지 판매완료 장면전환 판매완료 에필로그 판매완료
		식자회담	편먹고 공치리4			

※ 정초수 가상광고는 후면 별도 패키지 설명 참조



매일 <오늘의 웹툰>을 업로드하기 위한 웹툰 업계의 다이내믹
오피스 라이프, 그 세계에 발을 들인 유도 선수 출신 새내기 웹툰
편집자 온마음의 고군분투 성장 드라마

가상광고 PKG

등급고지	1.9억
에필로그1	판매완료
에필로그2	판매완료

• Contents Line UP

천원짜리 변호사

매주 금토 22시
9/23 첫방송



SBS 금토드라마

천원짜리 변호사

수임료는 단돈 천원, 실력은 단연 최고인 '천원짜리 변호사' 천지훈이
돈 많은 법꾸라지들과 몸값 비싼 변호사들과 맞서 싸우는 통쾌한 법정 활극

가상광고 PKG

등급고지	1.65억	
에필로그1	판매완료	
에필로그2	판매완료	

치얼업

매주 월화 22시
9/26 첫방송



찬란한 역사를 뒤로 하고 망해가는 대학 응원단에 모인
청춘들의 뜨겁고 서늘한 캠퍼스 미스터리 로코

가상광고 PKG

등급고지	1.6억
에필로그1	2.2억
에필로그2	2.2억

싱포골드

9월 中



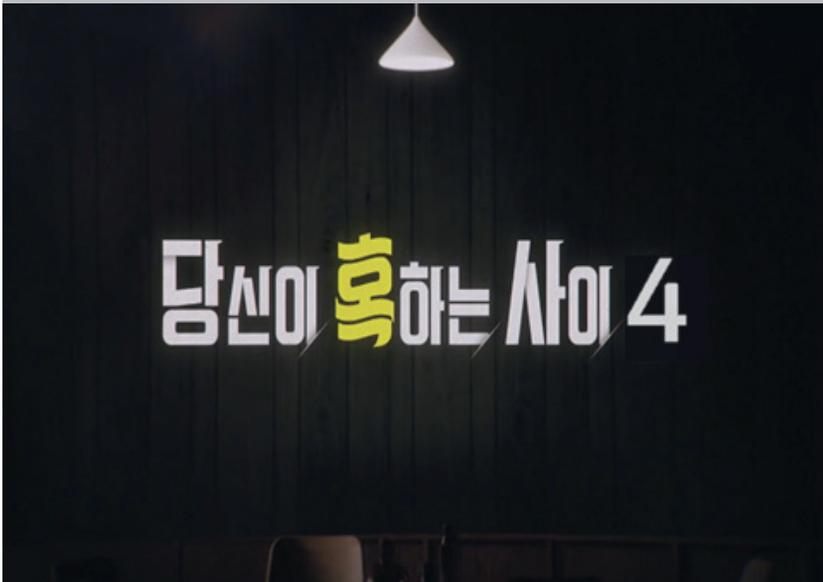
CONTENTS LINE-UP

국내 최초 '쇼콰이어' 배틀 오디션 프로그램 <싱포골드>
프로듀서 박진영과 각 분야 최고의 전문가들이 함께 만드는 'K-합창단'의
신나고 감동적인 국제 합창 올림픽 도전기!

가상광고 PKG	
등급고지	1천
에필로그	판매완료 
프롤로그	2천

당신이 혹하는 사이4

토 20:35



출연: 전현무, 변영주, 봉태규, 주우재

항간에 떠도는 다양한 음모론과
미스터리 에피소드들의
혹하는 근거들을 하나씩 훑아보는
스토리텔링 프로그램

편먹고 공치리 4 진검승부

수 22:40



출연: 이경규, 이승엽, 이승기

연예계 최강 골퍼 12인과 함께하는 진짜 골프 리그!
편먹기부터 치열하고,
라운딩은 더욱 뜨거워진
편먹고 공치리 진검승부

• Contents Line UP

CONTENTS LINE-UP

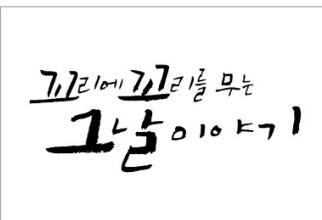
<h2>싱포레스트</h2>	금 23:10
 <p>트리뷰트 뮤직 차트쇼</p> <p>싱포레스트</p> <p>Sing Forest</p> <p>시즌 2</p>	<p>출연: 백지영, 헤이즈, 김필, 정세운, 박봄</p> <p>추억의 노래가 MZ세대 가수를 만나면? 색다른 감성으로 전세대가 즐기는 트리뷰트 뮤직 차트쇼</p>

<h2>식자회담-국가발전 프로젝트</h2>	화 23:20
 <p>식자회담</p> <p>국가발전 프로젝트</p>	<p>MC : 최태원, 전현무, 이찬원 패널 : 홍신애, 타일러 라쉬</p> <p>K-Culture 의 글로벌 유행으로 한국 음식이 전 세계인의 주목을 받고 있다! 한식의 산업화를 통한 세계화의 방법은 무엇일까? 食(음식)과 識(지식)이 함께 하는 신개념 경제 토크쇼!</p>



		중CM/PKG 가격	IMC PKG		
	모닝와이드 월-토요일 6시		제작 협찬 1회 (건기식은 별도협약)	0.2억 (VAT별도)	
	생방송 투데이 평일 18시 50분		제작 협찬 1회 (건기식은 별도협약)	0.2억 (VAT별도)	
	살맛나는오늘 월-수요일 10시 30분		브랜드 프로그램 기획 구성	0.4억+ (VAT별도)	
	SBS 8뉴스 월~토 19시 50분 일요일 20시	8뉴스 중CM PKG 판매금액: 2.0억 (4구좌 한정)			
	맨인블랙박스 일요일 20시 45분		TV 간접/협찬 1회	+ 유튜브 맨인블랙 협찬 1회	0.3억 (VAT별도)
	생활의 달인 월요일 21시	중 CM : 1.0억 PIB : 0.5억			
	동상이몽2_너는 내운명 월요일 22시	중 CM : 1.0억 PIB : 0.5억	간접광고 1회	+ 등급고지(5초) 1회	0.55억 (소재제작별도)

Contents Line UP

		중CM/PKG 가격	IMC PKG			
	<p>순간포착 세상에 이런일이 화요일 2시</p>	<p>중 CM: 1.0억 PIB: 0.5억</p>	<p>TV 간접/협찬 1회</p>	<p>+</p> <p>유튜브 우와한 비디오 협찬 1회</p>	<p>0.4억 (VAT 별도)</p>	
	<p>신발벗고 돌싱포맨 화요일 23시 10분</p>	<p>중 CM: 1.0억 PIB: 0.5억</p>	<p>PPL 1회</p>	<p>+</p> <p>SMR 클립 업로드</p>	<p>0.45억 (VAT 별도)</p>	
	<p>골 때리는 그녀들 수요일 21시</p>	<p>중 CM: 2.0억 PIB: 1.0억 전후CM: 0.5억</p>	<p>A보드 10회</p>	<p>→</p>	<p>2.5억</p>	
	<p>꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기 목요일 22시 30분</p>	<p>중 CM: 1.5억 PIB: 1.0억 전후CM: 0.5억</p>	<p>간접광고 (레벨2)1회 = 0.4억</p>	<p>+</p>	<p>가상광고 (에필로그 15초) 4회 = 0.7억 (소재 제작 별도)</p>	
	<p>런닝맨 일요일 17시</p>	<p>중 CM: 2.0억 PIB: 1.0억 후 PCM: 0.7억 / 전: 0.5억</p>				
	<p>집사부일체 일요일 18시 30분</p>	<p>중 CM: 1.0억 PIB: 0.5억</p>	<p>PPL 1회</p>	<p>+</p> <p>SMR, SBS 유튜브 클립업로드 1회</p>	<p>+</p> <p>IP 1컷 프로그램 로그인</p>	<p>0.5억 (VAT 별도)</p>

CONTENTS LINE-UP

		중CM/PKG 가격	IMC PKG	
	경아윤아의 브런치톡 금요일 10시 30분		제작협찬 1회	0.25억 (VAT별도)
	그것이 알고싶다 토요일 23시 10분	중 CM: 1.0억 PIB: 0.5억		
	미운우리새끼 일요일 21시 05분	중 CM: 3.0억 PIB: 2.0억 전후CM: 1.0억		
	TV 동물농장 일요일 9시 30분	중 CM: 1.5억 PIB: 1.0억 전후CM: 0.5억	TV 간접 1회 + 애니멀봐 협찬 1회	0.45억 (VAT별도)

SBS Plus



나는 SOLO 수요일 22시 30분

美친 상승세 <나는 솔로>
안 본 사람은 있어도 한번만 본 사람은 없다



오픈런 월~금 오전 9시

먹고 마시고 즐기는 모든 것을 리뷰하다!
가장 트렌드한 초고속 리뷰쇼 <오픈런>

afreecaTV
PBA & GOLF



<2022 LoL 월드 챔피언십>

리그 오브 레전드 세계 최강팀을 가리는 국제 대회
9~11월 중 생방송 (9/29~)



<PBA TOUR>

PBA-LPBA TOUR Contents Power 2위!
• 2020-2021 시즌 PBA TOUR 콘텐츠 도달률 44%
• 국내 프로스포츠 중 콘텐츠 도달률 연속 2위

Contents Line UP

파워FM 107.7Mhz

		청취점유율	Only Package	Power Package
	김영철의 파워FM 매일 7시-9시	동시간대 1위 2위와 2배 격차	35백만원 (1부)	컬3 Pack 컬투+김영철+박소현 80백만원
	두시탈출 컬투쇼 매일 14시-16시	동시간대 1위 2위와 3배 격차	35백만원 (4부)	컬2 Pack 컬투+김영철 or 컬투+박소현 60백만원
	박소현의 러브게임 매일 18시-20시	동시간대 1위	25백만원	출퇴근 Pack 김영철+박소현 50백만원

* 패키지 세부 내용은 SBS-RD 판매안 참조

청취점유율 출처 : 한국리서치 MRS 2022-2R 2049 기준

러브FM 103.5Mhz



이숙영의 러브 FM
매일 7시-9시

베테랑 아침 DJ 이숙영과 함께
활기찬 출근길



허지웅쇼
매일 12시 5분-14시

프로 공금러 허지웅 작가의
시사문화 파헤치기



뜨거우면 지상렬
매일 16시-18시

언어의 연금술사 지상렬과 함께
'어른이'들을 위한 매콤한 라디오!



정엽의 LP카페
매일 18시 5분 -20시

지친 퇴근길, LP로 들려드리는
감성 레트로 카페!

Digital Line UP

에능D스튜디오



스브스 예능맛집 (237만)

SBS 예능 프로그램의 모든 것이 담긴 SBS 공식 예능 디지털 스튜디오



스브스케이팝 (678만)

인기가요 클립은 물론 미공개 독점 스페셜 영상까지!
SBS 공식 디지털 KPOP 채널

교양D스튜디오



우와한 비디오 (120만)

순간포착 세상에 이런일이와 영재발굴단의 디지털판 콘텐츠



애니멀봐 (464만)

동물과 교감해온 동물농장의 모든 순간을 만날 수 있는 채널



그알 (139만)

그알 PD들의 취재 뒷이야기, 그알 관계자들이 말해주는 사건 비화를 직접 들을 수 있는 채널



한밤 자료실 (37만)

지상파TV에 공개되지 않은 미공개 영상 독점공개! 그동안 숨겨놓은 연예계 핵골 소스를 모두 확인할 수 있는 채널

드라마D스튜디오



스브스캐치 (270만)

스브스드라마의 모든 재미를 캐치하다! 스브스 드라마의 모든 것을 모아보는 채널



백드-스트로 (37만)

SBS 드라마 중 많은 사랑을 받았던 히트작을 볼 수 있는 채널



SBS Drama (623만)

SBS 공식 드라마 채널 드라마 프로그램을 클럽별로 제공

SBS 모바일 24



SBS NEWS (278만)

SBS뉴스와 SBS 보도국의 오리지널 콘텐츠를 실시간으로 만나볼 수 있는 채널

• 모바일 24 오리지널 콘텐츠 라인업



미스트리트



윤춘홍양민희의그사람



정하석의 이슈블라



박병일의 후스토리

CHANNEL LINE UP



스브스스포츠 (33만)

SBS 스포츠국에서 직접 제작 및 업로드하는 스포츠 광고주 타겟 유튜브 채널



스포츠머그 (26만)

전 세계 스포츠팬들과 소통하는 SBS의 스포츠 채널



모비딕 (130만)

SBS의 다양한 오리지널 콘텐츠를 만나볼 수 있는 채널



스브스뉴스 (79만)

신뢰도, 공정성을 기반으로 말레니얼 세대와 공감하는 콘텐츠



문명특급 (184만)

힘하고 핫한것은 다 하는 글로벌 신문물 전파 프로젝트



비디오머그 (116만)

국내외 다양한 스토리와 뉴스를 감각적인 영상과 흥미로운 스토리텔링으로 전달하는 소셜 동영상 미디어

DIGITAL CONTENTS SBS - CATV



SBS TALK Plus (25만)

SBSPLUS의 토크쇼는 계속된다. 이야기를 묻고 다닐 채널.



SBS Plus (7만)

오리지널 방송 프로그램 클립, 현장 비하인드 컷 등 다양한 콘텐츠 제공

Creative
Solution
Tools

RADIO



한국거래소 KRX 금거래시장
홍보모델 배우 진선규 (20초)



한국산업안전공단
'올바른 마스크 착용' 캠페인 (40초)

PORTFOLIO



<http://www.vimeo.com/sbsmnc>

SALES GUIDE

2022.09

cream

SBS M&C Monthly Magazine

9월 SBS-TV 마케팅 가이드

기본 가이드

9월 보너스율	100%			
킬러콘텐츠 중 CM 패키지가	미우새 3.0억	금토 <천.변> 2.5억	런닝맨 2.0억	8뉴스 PKG 2.0억
드라마 런칭 이벤트	금토	월화	1~2회차 1억 할인	

* <천원짜리 변호사> 1회~2회차 9.23~24 (금/토) 2.5억 → 1.5억 제공 / 해당 패키지 최상위 프로그램 드라마로 대체 제공 / 그외 1.5억 패키지 가이드에 준함
 * <치얼업> 1회~2회차 9.26~27 (월/화) 2.0억 → 1.0억 제공 / 해당 패키지 최상위 프로그램 드라마로 대체 제공 / 그외 1.0억 패키지 가이드에 준함

MS 우대 가이드

(혜택 중복 적용 불가) *상위 혜택 제공

SBS 슈퍼 5 PACK	5억	미우새 + 금토(천.변) + 골때녀 + 런닝맨 + 궁금한이야기Y + 꼬꼬무
---------------	----	--

* 지상파 MS 100% 광고주 1.0억 할인 → 4.0억 제공
 * 지상파 MS 50% 이상 광고주 대상 / TOP.3 이하 프로그램은 3억 패키지 가이드에 준함 / 프로그램 교체 불가 * SBS 슈퍼 5 패키지는 업프론트 혜택 불가 (정기물 가이드에 준함)

지상파 MS 100%	<ol style="list-style-type: none"> 1. 추가 보너스 + 30% 2. 패키지가 0.5억 할인 (ex. 미우새 3.0억 → 2.5억) 3. SBS 100 패키지 3억 (80회/선착순 4구좌) (미우새 + 금토 (오.웹) + 골때녀 + TV동물농장 + 꼬꼬무) + ∞ 4. 중 CM 구성비 + 15% UP
-------------	---

(SBS 100 패키지는 할인 및 추가 보너스 제공 불가)

지상파 MS 우대 혜택	<ol style="list-style-type: none"> 1. 추가 보너스 + 20% 2. SBS 50 패키지 2억 (50회/선착순 4구좌) (금토 (천.변) + 골때녀 + TV 동물농장 & 런닝맨 PCM) + ∞ 3. 중 CM 구성비 + 10% UP
--------------	--

(SBS 50 패키지는 할인 및 추가 보너스 제공 불가)

[M/S 우대 조건 기준]

* 광고주 대상 : 지상파 3사 內 M/S 50% 이상 * 광고회사 대상 : 해당 에이전시 지상파 TV 발령액 內 M/S 60% 이상 → 대행 광고주 전체 혜택 M/S 우대 혜택 적용
 * SBS 신규 광고주 (최근 6개월간 SBS 미집행) : 추가 보너스 +30% (MS 보너스와 중복 가능) * 중 CM 구성비 +UP 제공 프로그램은 TOP.3 이하 기타 프로그램 內 제공 가능 (금액 기준)

9월 SBS-TV 마케팅 가이드

금액별 횟수 가이드

(15초 기준)

횟수 강화	중 CM 보장 횟수	3.0억 20회	2.5억 19회	1.0억 15회
	PIB 보장 횟수	2.0억 18회	1.5억 16회	1.0억 15회
	전후 CM 보장 횟수	1.0억 20회	0.7억 15회	0.5억 10회

3Q 시즌 업종



O2O/게임



의류/패션



여행



금융/보험

(15초 기준 / 캠페인 전체 기간 기준)

추가 보너스율	+30% ~ +50%		
중 CM 추가	Total +2회 ~ +5회	TOP.2 +1회 ~ +2회	TOP.3 +1회 ~ +3회

* 세부사항은 시즌 업종 업프론트 가이드 참조

SBS X SBS 플러스 콜라보 패키지

스브스 드라마 올인원 패키지 2.5억	SBS 금토 <천원짜리변호사> 월화 <치얼업>	SBS 플러스 금토 <천원짜리변호사> 월화 <치얼업>	YOUNG 타겟 패키지 2.0억	SBS 금토 <오늘의웹툰> 런닝맨 / 집사부	SBS 플러스 나는 SOLO 런닝맨
----------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	-------------------------	--------------------------------	---------------------------

9월 청약 일정

* 실청약 마감 : 8/22 (월) 18시 ▶ 실청약 오픈 : 8/23 (화) 18시

* 보너스 마감 : 8/24 (수) 18시 ▶ 보너스 오픈 : 8/25 (목) 18시

* CM지정 마감 : 8/29 (월) 18시 ▶ CM 지정 오픈 : 8/30 (화) 12시

SBS-TV Sales POINT

대한민국은 오늘도 SBS 시청 완료!

[주요 타겟별 시청률 순위]

순위	P2049	P1524	P2039	P2544	P3054	P3559
1위	SBS	SBS	SBS	SBS	SBS	SBS
2위	MBC	MBC	MBC	MBC	MBC	MBC
3위	KBS2	KBS2	tvN	tvN	KBS2	KBS2
4위	tvN	tvN	KBS2	KBS2	tvN	tvN
5위	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC

*닐슨코리아 / 22.07.01~22.07.31 / 전 시간대 / 타겟별 / 수도권 / 주요 5사 / 전체 플랫폼 기준

[요일별 채널 순위]

순위	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
1위	SBS	SBS	SBS	SBS	MBC	MBC	SBS
2위	MBC	KBS2	tvN	MBC	SBS	SBS	KBS2
3위	KBS2	MBC	MBC	KBS2	tvN	KBS2	MBC
4위	JTBC	tvN	KBS2	tvN	KBS2	tvN	tvN
5위	tvN	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC	JTBC

*닐슨코리아 / 22.07.01~22.07.31 / 전 시간대 / P2049 / 수도권 / 주요 5사 / 전체 플랫폼 기준

주요 타겟별 추천 프로그램

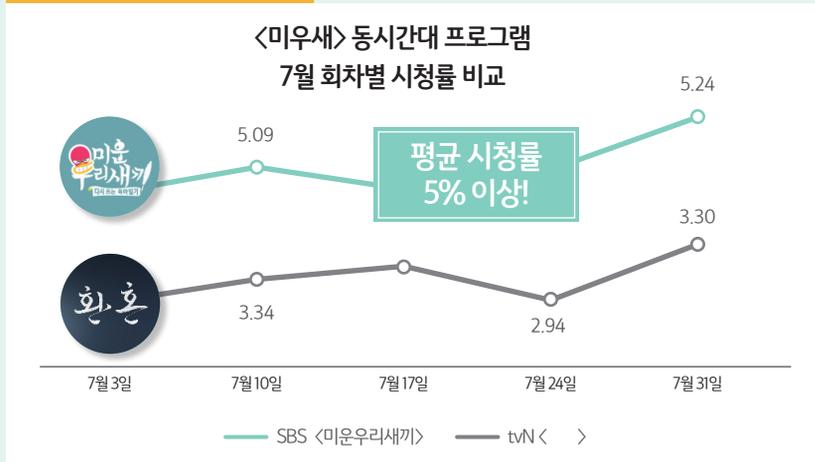
순위	P2049	P1524	P2039	P2544	P3054	P3559
1위	미운 우리새끼	런닝맨	미운 우리새끼	미운 우리새끼	미운 우리새끼	미운 우리새끼
2위	금토드라마	미운우리새끼	런닝맨	금토드라마	금토드라마	금토드라마
3위	골때리는 그녀들	꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기	금토드라마	런닝맨	골때리는 그녀들	골때리는 그녀들
4위	런닝맨	금토드라마	골때리는 그녀들	골때리는 그녀들	런닝맨	TV동물농장
5위	신발벗고 돌싱포맨	동상이몽2 너는 내 운명	TV동물농장	신발벗고 돌싱포맨	TV동물농장	신발벗고 돌싱포맨
6위	TV동물농장	신발벗고 돌싱포맨	신발벗고 돌싱포맨	꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기	신발벗고 돌싱포맨	런닝맨
7위	동상이몽2 너는 내 운명	궁금한 이야기Y	맨인블랙박스	TV동물농장	그것이 알고 싶다	궁금한 이야기Y
8위	궁금한 이야기Y	집사부일체	꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기	맨인블랙박스	궁금한 이야기Y	동상이몽2 너는 내 운명
9위	꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기	순간포착	SBS8뉴스	동상이몽2 너는 내 운명	동상이몽2 너는 내 운명	그것이 알고 싶다
10위	그것이 알고 싶다	골때리는 그녀들	동상이몽2 너는 내 운명	집사부일체	꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기	SBS8뉴스

SBS Sales POINT

흔들림 없는 **SBS** 예능, 새로워진다!

9월, 더 알차게! 더 신선하게! 돌아오는 **SBS** 예능

명불허전 **미.우.새**



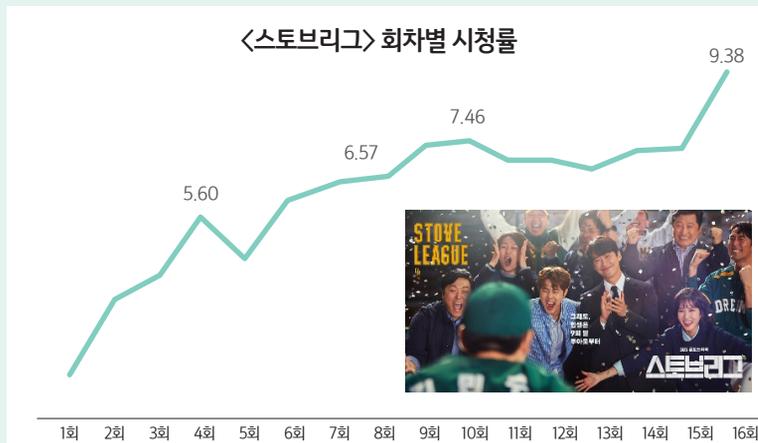
* 닐슨코리아 / 22.07.01~22.07.31 / P2049 / 수도권 / 전 플랫폼

9월 신규 예능



SBS 금토드라마 〈천원짜리 변호사〉

〈스토브리그〉 신드롬의 주역! 남궁민과 **SBS**가 다시 만나다!



* 닐슨코리아 / 19.12.01~20.02.29 / P2049 / 수도권

NEW



민보배우 남궁민이
선보이는
통쾌한 법정 활극



콘텐츠 패키지 가이드

주요 프로그램 중 CM/PIB/전후 가이드

15초 기준 / 단위 천원

Tier.	장르	메인 콘텐츠	중 CM 밴드	9월 단가		9월 패키지가			
				(전후 / 중)	중 CM	PIB	전후		
3% 보장	TOP.1	예능	[미운우리새끼] (일)	3	15,000 / 30,000	3.0억	2.0억	1.0억	
		드라마	금토드라마 [천원짜리 변호사] (9/23~)	2	15,000 / 30,000	2.5억	1.5억	0.7억	
2% 보장	TOP.2	예능	[골때리는 그녀들] (수)	3	15,000 / 30,000	2.0억	1.0억	0.5억	
			[런닝맨] (일)	3	13,500 / 24,000	2.0억	1.0억	후 PCM 0.7억 / 전 0.5억	
		드라마	금토드라마 [오늘의웹툰] (~9/17)	2	15,000 / 30,000	2.0억	1.0억	0.5억	
			월화드라마 [치열업] (9/26~)	2	15,000 / 30,000	2.0억	1.0억	0.5억	
		교양	[꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기] (목)	2	13,500 / 21,000	1.5억	1.0억	0.5억	
			[궁금한이야기 Y] (금)	1	13,500 / 21,000	1.5억	1.0억	0.5억	
1% 보장	TOP.3	예능	[동상이몽2 너는 내운명] (월)	2	12,000 / 18,000	1.0억	0.5억	-	
			[신발벗고 돌싱포맨] (화)	2	12,000 / 18,000	1.0억	0.5억	-	
		교양	[집사부일체] (일)	2	13,500 / 24,000	1.0억	0.5억	-	
			[생활의 달인] (월)	1	13,500 / 21,000	1.0억	0.5억	-	
			[순간포착세상에 이런일이] (화)	1	13,500 / 21,000	1.0억	0.5억	-	
			[그것이 알고 싶다] (토)	2	12,000 / 18,000	1.0억	0.5억	-	
			[당신이 훗하는 사이 4] (토) (8/27~)	2	12,000 / 18,000	1.0억	0.5억	-	
			[편먹고 공처리 4.진검승부] (수)	2	12,000 / 18,000	0.5억	0.3억	-	
		기타	예능	[판타스틱패밀리 DNA 싱어] (목) (~9/15)	2	13,500 / 21,000	0.5억	0.3억	-
				[싱포푸드] (목) (9월 中)	2	13,500 / 21,000	0.5억	0.3억	-
			교양	[싱포레스트] (금) (8/26~)	2	12,000 / 21,000	0.5억	0.3억	-
				[접속무비월드] (토)	2	7,500 / 12,000	0.5억	0.3억	-
				[식자회담] (화) (~9/13)	2	12,000 / 18,000	-	-	-
			예능	[월요 예능 스페셜] (월)	2	12,000 / 18,000	-	-	-
[토요 예능 스페셜] (토)	2			12,000 / 18,000	-	-	-		
[일요 예능 스페셜] (일)	1			12,000 / 18,000	-	-	-		
교양	[SBS 인기가요] (일)	2	7,500 / 12,000	-	-	-			
추석 특집	예능	모닝와이드 2~3부 / 좋은아침	1	-	-	-	-		
		[김호중의 한가위 판타지어]	3	39,000 / 19,500	1.5억	-	-		
	영화	[킹메이커]	4	24,000 / 13,500	1.0억	-	-		
		[장르만 로맨스]	3	24,000 / 13,500	0.7억	-	-		

* PIB: 전 END or 후 TOP / 런닝맨 후 CM은 PCM으로 운영

모닝와이드/좋은아침/인기가요 프로그램 중 CM 가이드

15초 기준 / 단위 천원

구분	장르	메인 콘텐츠	중 CM 밴드	단가 (전후 / 중)	제공 횟수	중 CM (보너스 제공 가능)
평일 오전	교양	모닝 와이드 2부	1	3,000 / 4,500	6	0.3억
		모닝와이드 3부	1	4,500 / 6,000	4	0.3억
		좋은 아침	1	4,500 / 6,000	8	0.3억
평일 오후	교양	생방송 투데이	1	7,500 / 12,000	4	0.3억
주말 예능	예능	SBS 인기가요	2	7,500 / 12,000	4	0.3억

[시청률 보장 미달성시 보상안] (해당 프로그램 시청약 구매시만 해당 → 보너스 입력 광고주는 보장 불가)

보장 대비 미달 수준	제공 벌류	예시
-20% ~ -30%	해당 프로그램 중 CM 구매 단가 금액의 200%	미우세 중 CM 30백만원 = 추가 보너스 60백만원 제공
-30% 이상	해당 프로그램 중 CM 구매 단가 금액의 300%	미우세 중 CM 30백만원 = 추가 보너스 90백만원 제공

* 기준: 닐슨코리아 / 수도권 / P2049 / 중 CM 시청률 * 중 CM 구매 구좌수 기준 : 1구좌 구매시, 1구좌 해당 벌류 / 2구좌 구매시 2구좌 해당 벌류 제공

콘텐츠 패키지 가이드

[패키지 = 각구간별 프로그램 선택 가능]

예시) 3.0억 중 CM 패키지 (총 20회) = TOP.1 중 CM 1회 + TOP.2 중 CM 1회 + TOP.3 중 CM 2회 + 기타 중 CM 16회
 = 미우새 1회 + 런닝맨 1회 + 동상이몽 1회 + 그것이 알고싶다 1회 + 기타 16회

킬러 콘텐츠 중CM / PIB / 전후 패키지 가이드

(15초 기준 횟수)

Tier	장르	메인 콘텐츠	중 CM 최소 청약 금액	중 CM 패키지							PIB 최소 청약 금액	PIB 패키지			전/후 최소 청약 금액	전/후 CM 패키지	
				3.0억	2.5억	2.0억	1.5억 (추석)	1.0억	1.0억 (추석)	2.0억		1.5억	1.0억	1.0억		0.7억	
총 보장 횟수																	
TOP.1	예능	[미운우리새끼] (일)	3.0억	1							2.0억	1		1.0억	1		
		드라마	금토드라마 [천원짜리 변호사] (9/23~)	2.5억		1						1.5억		1	0.7억		1
TOP.2	예능	[골때리는 그녀들] (수)	2.0억								1.0억			0.5억			
		[런닝맨] (일)	2.0억	1	1	1					1.0억	2	1	1	후 0.7억 / 전 0.5억	2	1
	드라마	금토드라마 [오늘의웹툰] (~9/17)	2.0억								1.0억				0.5억		
		월화드라마 [치열업] (9/26~)	2.0억								1.0억				0.5억		
	특집	추석특집 [김호중 한가위 판타지야]	1.5억				1				-			-			
	교양	[꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기] (목)	1.5억								1.0억				0.5억		
		[공금한이야기 Y] (금)	1.5억		1	1					1.0억	1	1	1	0.5억	1	1
		[TV 동물농장] (일)	1.5억								1.0억				0.5억		
	TOP.3	예능	[동상이몽2 너는 내운명] (월)	1.0억								0.5억				-	
			[신발벗고 돌싱포맨] (화)	1.0억								0.5억				-	
[집사부일체] (일)			1.0억								0.5억				-		
교양		[생활의 달인] (월)	1.0억	2	2	2			2	2	0.5억	3	3	3	-	2	2
		[순간포착세상에 이란일이] (화)	1.0억								0.5억				-		
		[그것이 알고 싶다] (토)	1.0억								0.5억				-		
		[당신이 훔치는 사이 4] (토) (8/27~)	1.0억								0.5억				-		
특집		추석영화 [캠페이커]	1.0억							1	-				-		
		추석영화 [장르만 로맨스]	0.7억								-				-		
기타		예능	[편먹고 공치리 4.진검승부] (수)	0.5억								0.3억				-	
	[판타스틱패밀리 DNA 싱어] (목) (~9/15)		0.5억								0.5억				-		
	[싱포폴드] (목) (9월 중)		0.5억	1	1	2			2	2	0.3억	2	1	1	-	2	1
	교양	[싱포레스트] (금) (8/26~)	0.5억												-		
		[접속무비월드] (토)	0.5억								0.3억				-		
	기타	[식자회담] (화) (~9/13)	-								-				-	2	
		[월요 예능 스페셜] (월)	-								-				-		
		[토요 예능 스페셜] (토)	-	1	1	1			1	2	-	2	2	2	-		2
		[일요 예능 스페셜] (일)	-								-				-		
		[SBS 인기가요] (일)	-								-				-		
교양		모닝와이드 2~3부 / 좋은아침	-	4	2	1			2	2	-	2	2	2	-	2	1
기타	뉴스브리핑 / 18시 재방 / 생방송투데이	-	3	3	3			2	2	-	2	2	2	-	3	1	
재방	기타 재방 (평일/주말)	-	7	7	7	8	6	5	4	-	3	3	3	-	5	5	

* 패키지 금액은 최소 청약 금액 기준

* 업프론트는 SBS 미디어그룹 총액 기준 패키지 최소 청약금액 인정 (월 마감 금액 기준) / SBS 미디어그룹 총액: SBS-TV (가상간접 포함) + SBS 플러스 + SBS 디지털

* 정기물은 SBS-TV 총액 기준 패키지 최소 청약금액 인정 (월 마감 금액 기준) / TV총액 (가상간접 제외): 프로그램+CM지정+지역MIX+SB+특집 전체 청약 금액

단, 중 CM / PIB / 기타 (8뉴스, 횡수보장 등) 패키지 구매 시 판매금액 누적 계산 (전후 CM 패키지는 제외) / 빅이벤트 등 대형 특집 별도 패키지 구매 시 판매금액 누적 계산

ex) <미운우리새끼> 킬러콘텐츠 패키지 3.0억 및 <8뉴스 중 CM> 패키지 2.0억 구매 시 총 5.0억 청약 필요 /

보너스 기준: ① <킬러콘텐츠> 패키지에 대해서는 정기물 보너스율을, <8뉴스 중 CM> 패키지에 대해서는 별도 패키지 보너스율을 적용 or ② 전체 청약 금액의 정기물 보너스율을 적용 중 상위 보너스율 제공

* 패키지 최상위 프로그램 청약 시, 최소 청약 금액 이상 청약 필수

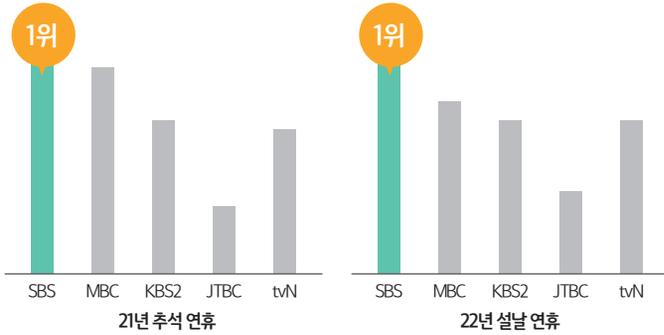
* 장초수 구매 시 15초 기준 패키지 판매금액 누적 계산 / * 중 CM 특정 프로그램 집중 불가 * PIB 패키지 구매 시 (전 END/후 TOP) 지정률: 패키지 1.0억 미만 120% 일괄 적용 / 패키지 1.0억 이상 130% 일괄 적용

* 패키지 및 프로그램 경합 시, ① 월 총액 청약 비율 ② SBS7기여도 / 주요 SB 경합 시: ① 해당 SB 전후 프로그램 미구매 광고주 ② 총액 비율 순 우선권 제공

* 런닝맨 후 CM 120초 PCM으로 운영 (SB 미운영) <최소 지정률 130%>

SBS-TV 2022년 추석 특집

[명절 기간 채널별 시청률 Index]



[명절 특집 Top. 5 프로그램]

연도	명절 특집 Top. 5 프로그램		
	순위	채널	프로그램
21년 추석 특집	1위	SBS	추석특선영화 (미나리)
	2위	KBS2	추석특선영화 (도굴)
	3위	MBC	추석특선영화 (담보)
	4위	KBS2	2021한가위대기획피어나나라대한민국심수봉
	5위	SBS	추석특선영화 (자산어보)
22년 설날 특집	1위	SBS	설날특선영화(싱크홀)
	2위	KBS2	2022설대기획여러분고맙습니다송해
	3위	SBS	설날특선영화(강릉)
	4위	SBS	DNASINGER판타스틱팜밀리
	5위	tvN	TVN시네마모가디슈<본>

*닐슨코리아 / 2021.09.18 ~ 2021.09.22, 2022.01.29 ~ 2022.02.02 / 전 시간대 / P2049 / 전 플랫폼

2022 SBS 추석 특집 POINT

- I. 오직 **SBS** 에서만 만날 수 있는 김호중 첫 단독 쇼! <김호중 한가위 판타지아>
- II. 최초 신작 영화 <킹메이커>, <장르만 로맨스>



[2022년 1월 개봉 / 관객수 78만명 /세이버 평점 8.08점]



[2021년 11월 개봉 / 관객수 51만명 /세이버 평점 7.06점]



2022년 추석 특집 판매안

- I. <김호중 판타지아 중 CM 패키지> 판매금액 **1.5억**
- II. <추석 영화 중CM 패키지> 판매금액 **1억~0.7억**

[패키지 가이드]

구분	프로그램	패키지가 단가		1.5억	1.0억	0.7억	0.3억	보너스율
		중 CM	전후 CM					
추석 특집	김호중의 한가위 판타지아	39,000	19,500	2(1)	1	1	1	150% (정기물 보너스 100% + 추석 특집 추가 보너스 50%)
	김호중의 한가위 판타지아 (재)	18,000	12,000	3(1)	1	1	1	
추석 영화 (초방)	킹메이커	24,000	13,500	4	3(1)	2(1)	1	
추석 영화 (재방)	장르만 로맨스	24,000	13,500	4	3(1)	2(1)	1	
추석 영화 (재방)	강릉, 싱크홀	18,000	12,000	6	4(2)	3(1)	2	
추석 영화 (재방)	자산어보	18,000	12,000	6	4(2)	3(1)	2	
주요 전후CM	미우세, 금도드라마, 런닝맨, 집사부 등	-	-	4	3	3	-	
	기타 추석 특집 및 재방	9,000	6,000	17(8)	11(4)	5(3)	2	
	합계			36	23	15	7	

* 15초 기준 * 괄호숫수는 중CM 횟수 (총 횟수에 포함) * 패키지 경합 시 ① 추석 특집 청약 금액 ② 9월 SBS-TV 청약 금액 ③ M/S순 * 편성상황에 따라 변동 가능 * 특정 프로그램 집중 불가

콘텐츠 패키지 가이드

SBS 주요 콘텐츠 및 시간대 집중 노출

SBS 8뉴스 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

<8뉴스 중CM 패키지> ▶ **중CM 10회** 포함 8뉴스 ALL 제공

판매금액 **2.0억** (4구좌 한정)

패키지	프로그램 구성	기본단가	횟수			보너스율
			실청약	보너스	Total	
			중 CM	후 CM		
8뉴스 중CM 패키지	SBS 8뉴스 중 CM	18,000	10		30	132%
	SBS 8뉴스 후 CM (주말)	15,000		8		
	SBS 8뉴스 후 CM (주중)	12,000		12		
	지역 민방 MIX					

<8뉴스 중CM 1/2 패키지> ▶ **중CM 5회** 포함 8뉴스 HALF 제공

판매금액 **1.0억** (4구좌 한정)

패키지	프로그램 구성	기본단가	횟수			보너스율
			실청약	보너스	Total	
			중 CM	전/후 CM		
8뉴스 중CM HALF 패키지	SBS 8뉴스 중 CM	18,000	5		15	132%
	SBS 8뉴스 전 CM (주말)	15,000		4		
	SBS 8뉴스 후 CM (주중)	12,000		6		
	지역 민방 MIX					

<8뉴스 2 후 TOP 패키지> ▶ **후 TOP 8회** 포함 8뉴스 ALL 제공

판매금액 **1.8억** (4구좌 한정)

패키지명	프로그램 구성	기본단가	횟수			Total	보너스율
			실청약		보너스		
			후 TOP	후 CM	후 CM		
8뉴스 2 후 TOP 패키지	SBS 8뉴스 2 후 CM (주말)	15,000	2	2	4	30	132%
	SBS 8뉴스 2 후 CM (평일)	12,000	6	1	15		
	지역 민방 MIX						

<8뉴스 1 전 END 패키지> ▶ **전 END 8회** 포함 8뉴스 ALL 제공

판매금액 **1.5억** (4구좌 한정)

패키지명	프로그램 구성	기본단가	횟수			Total	보너스율
			실청약		보너스		
			전 END	전 CM	전 CM		
8뉴스 1 전 END 패키지	SBS 8뉴스 1 전 CM (주말)	15,000	2	1	5	30	181%
	SBS 8뉴스 1 전 CM (평일)	12,000	6		16		
	지역 민방 MIX						

* 지정률 : 후 TOP 120% / 전 END 115%

* 후 TOP Half 패키지 : 1.0억 (TOP 3회 / 횟수 16회) / 전 END HALF 패키지 : 0.8억 (END 3회 / 횟수 16회) / 8뉴스 1 일반 패키지 : 1.3억 (횟수 31회)

* 각 패키지 결합 시 ① 청약 불륨 ② SBS 기여도 순 * 판매 마감 시, <8뉴스> 전/후 CM 보너스 상호 대체 가능

MS 집중 패키지

MS 집중 패키지

(단위: 천원 / 15초 기준)

<SBS 100 패키지> 판매금액 **3.0억**(지상파 MS 100% / 4구좌 선착순)

▶ **SBS** 킬러 중 CM: 미우새 + 금토드라마 + 골때녀 + 꼬꼬우 + TV동물농장 / 총 횟수 80회

패키지	프로그램 구성	단가		횟수				Total	보너스율
		중 CM	전후 CM	실청약		보너스			
		중 CM	전후 CM	중 CM	전후 CM	중 CM	전후 / SB		
SBS 100 PACK	[미운우리새끼] (일)	30,000	15,000	1	2			80	160%
	금토드라마 [오늘의 웹툰] (금,토)	30,000	15,000	1	2				
	[골때리는 그녀들] (수)	30,000	15,000	1					
	[런닝맨] (일)	24,000	13,500		2		1		
	[집사부일체] (일)	24,000	13,500		1		1		
	[꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기] (목)	21,000	13,500	1			1		
	[TV 동물농장] (일)	18,000	12,000	1	1		1		
	[동상이몽2 너는 내운명] (월)	18,000	12,000			1	2		
	[신발벗고 돌싱포맨] (화)	18,000	12,000			1	1		
	[그것이 알고 싶다] (토)	18,000	12,000			1	2		
	[편먹고 공치리 4 진검 승부] (수)	18,000	12,000			1	1		
	[판타스틱패밀리 DNA 싱어] (목)	21,000	13,500			1	1		
	[당신이 훗하는 사이 4] (토)	18,000	12,000				2		
	[싱포레스트] (금)	18,000	12,000				1		
	[생활의 달인] (월)	21,000	13,500				1		
	[순간포착 세상에 이런일이] (화)	21,000	13,500				1		
	[접속무비월드] (토)	12,000	7,500				1		
	[식자회담] (화)	18,000	12,000				2		
	[월요 드라마 스페셜] (월)	18,000	12,000				2		
	[토요 예능 스페셜] (토)	18,000	12,000				2		
	[일요 예능 스페셜] (일)	18,000	12,000				2		
	[SBS 인기가요] (일)	12,000	7,500				2		
	모닝와이드 2~3부 / 좋은아침	6,000	4,500			4	4		
평일 낮 재방 內	3,000	1,500			6	4			
평일 낮/심야 SB 內		200				15			
지역 민방 MIX (패키지 금액* 10%)									

<SBS 50 패키지> 판매금액 **2.0억**(지상파 MS 50% / 4구좌 선착순)

▶ **SBS** 킬러 중 CM: 금토드라마 + 골때녀 + TV 동물농장 & 런닝맨 PCM / 총 횟수 50회

패키지	프로그램 구성	단가		횟수				Total	보너스율
		중 CM	전후 CM	실청약		보너스			
		중 CM	전후 CM	중 CM	전후 CM	중 CM	전후 / SB		
SBS 50 PACK	금토드라마 [천원짜리 변호사] (금,토)	30,000	15,000	1	1			50	159%
	[골때리는 그녀들] (수)	30,000	15,000	1	1		1		
	[TV 동물농장] (일)	18,000	12,000	1			1		
	[런닝맨] (일) <후PCM1회 보장>	24,000	13,500		1		1		
	[미운우리새끼] (일)	30,000	15,000		2				
	[동상이몽2 너는 내운명] (월)	18,000	12,000	1			1		
	[그것이 알고 싶다] (토)	18,000	12,000			1	1		
	[꼬리에 꼬리를 무는 그날이야기] (목)	21,000	13,500		1		1		
	집사부일체 (일)	24,000	13,500				1		
	[판타스틱패밀리 DNA 싱어] (목)	21,000	13,500				2		
	[신발벗고 돌싱포맨] (화)	18,000	12,000				2		
	[생활의 달인] (월)	21,000	13,500				1		
	[접속무비월드] (토)	12,000	7,500				1		
	[식자회담] (화)	18,000	12,000			1	1		
	[월요 드라마 스페셜] (월)	18,000	12,000			1			
	[일요예능 스페셜] (일)	18,000	12,000				2		
	생방송투데이	12,000	7,500				2		
	모닝와이드 2~3부 / 좋은아침	6,000	4,500			4	2		
	평일 낮 재방 內	3,000	1,500			7			
	평일 낮/심야 SB 內		200				6		
지역 민방 MIX (패키지 금액* 10%)									

* 각 패키지 결합 시 ① SBS 100, 50 패키지 ONLY 청약 광고주 ② 타 패키지 동시 청약 광고주 / * 각 패키지 프로그램 변동 불가

SBS X SBS 플러스 콜라보 패키지

콜라보 패키지 (SBS X SBS 플러스)

(단위:천원, 15초 기준)

<스브스 드라마 올인원> 패키지 판매금액 **2.5억**(5구좌 선착순)

▶ **SBS-TV** 드라마 본방 중 4회 / 재방 16회 + **SBS Plus** 중 CM 16회 보장!

채널	프로그램	구분	단가		횟수				판매금액	보너스율	
			중CM	전후CM	실청약		보너스				합계
					중CM	전후CM	중CM	전후CM			
SBS-TV	금토드라마 <천원짜리 변호사>	본방	30,000	15,000	2	1		2	40	2.2억	110%
	월화드라마 <치얼업>		30,000	15,000	2	1		2			
	금토드라마 <천원짜리 변호사> (재)	재방	9,000	6,000	2	1	6	6			
	월화드라마 <치얼업> (재)		9,000	6,000	2	1	6	6			
지역 민방 MIX											
채널	프로그램	구분	단가		횟수				판매금액	보너스율	
SBS funE	금토드라마 <천원짜리 변호사>	본방/재방	800	400	8		18		50	0.3억	33%
	월화드라마 <치얼업>		800	400	8	16					

<YOUNG 타겟> 패키지 판매금액 **2억**(5구좌 선착순)

▶ **SBS-TV** 런닝맨 PCM & 중CM 3회 + **SBS Plus** 중 CM 32회 보장!

채널	프로그램	단가		횟수				판매금액	보너스율		
		중CM	전후CM	실청약		보너스				합계	
				중CM	전후CM	중CM	전후CM				
SBS-TV	금토 [오늘의웹툰] (금,토)	30,000	15,000	1	1		1	30	1.7억	143%	
	[런닝맨] (일)	24,000	13,500	1			1				
	[집사부일체] (일)	24,000	13,500	1		1	1				
	[꼬리에꼬리를무는그날이야기] (목)	24,000	13,500	1			1				
	[미운우리새끼] (일)	30,000	15,000		2						
	SBS 인기가요 (일)	12,000	7,500			4	2				
	TOP.2 프로그램	21,000	13,500				2				
	TOP.3 프로그램	18,000	12,000		1	1	2				
	기타 프로그램	9,000	6,000			6					
지역 민방 MIX											
채널	프로그램	구분		횟수				판매금액	보너스율		
SBS Plus	[나는 SOLO]	본방			2		8		50	0.2억	36%
		재방			8		8				
	기타 프로그램 재방				8		16				
SBS funE	[나는 SOLO]	본방/재방		2		8		38	0.1억	56%	
	[런닝맨] & [집사부일체]	본방/재방		8		8					
	기타 프로그램 재방				4		8				

* 패키지 금액은 최소 청약 금액 기준

* 장초수 구매 시 15초 기준 패키지 판매금액 누적 계산 / * 중 CM 특정 프로그램 집중 불가

* 패키지 및 프로그램 경합 시, ① 월 총액 청약 불륨 ② SBS 기여도

* 런닝맨 후 CM 최소 지정을 130%

효율 집중 패키지

합리적인 비용으로 최대 횟수 및 고효율 획득

횟수 보장 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

▶ 총 2.5억 이상 VALUE 제공 / 155% 보너스 제공

판매금액 1.0억 (5구좌 선착순)

패키지	프로그램 구성	단가 (전후 CM)	횟수			보너스율
			실청약	보너스	Total	
			전후 or SB	전/후 CM		
횟수 보장 1.0억 패키지	[미운우리새끼] (일)	15,000	1		70	155%
	금토드라마 [천원짜리 변호사] (금,토)	15,000	1			
	[골때리는 그녀들] (수)	15,000	1			
	[편먹고 공치리 4 진검승부] (수)	12,000	1			
	[신발벗고 돌싱포맨] (화)	12,000	1			
	[궁금한이야기Y] (금)	13,500	1			
	[TV동물농장] (일)	12,000		1		
	[동상이몽 2 너는 내운명] (월)	12,000		2		
	[판타스틱매일리_DNA 싱어] (목)	13,500		1		
	[식자회담] (화)	12,000		1		
	[모닝와이드 3부] (월~금)	4,500		5		
	주말 재방 內	6,000		6		
	[뉴스브리핑] (월~금)	1,500		6		
	평일 낮 재방 內	1,500		15		
	평일 낮/심야 SB 內	200	27			
지역 민방 MIX (패키지 금액*10%)						

▶ 총 1.2억 이상 VALUE 제공 / 148% 보너스 제공

판매금액 0.5억 (5구좌 선착순)

패키지	프로그램 구성	단가 (전후 CM)	횟수			보너스율
			실청약	보너스	Total	
			전/후 CM	전/후 CM		
횟수 보장 0.5억 패키지	금토드라마 [오늘의 웹툰] (금,토)	15,000	1		50	148%
	[런닝맨] (일)	13,500	1			
	[꼬리에꼬리를무는그날이야기] (목)	13,500	1			
	[생활의달인] (월) or [순간포착 세상에 이런일이] (화)	13,500		1		
	[편먹고 공치리 4] (수)	12,000		1		
	[싱포레스트] (금)	12,000		1		
	[접속무비월드] (토)	7,500		1		
	[좋은아침] (월~금)	3,000		4		
	[모닝와이드 2부] (월~금)	3,000	1	2		
	평일 낮 재방 內	1,500		8		
	평일 낮/심야 SB 內	200	28			

*편성 상황에 따른 프로그램 변경 가능

* 각 패키지 결합 시 ① 횟수보장 패키지 ONLY 청약광고주 ② 타 패키지 동시 청약광고주

효율 집중 패키지

합리적인 비용으로 최대 횟수 및 고효율 획득

SB 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

혜택 1 패키지 구매 광고주 선확정 (편성 변경에 의한 SB 이동/불방 시, 우선 조정 및 구좌 확보)

혜택 2 평일 오전/낮 프로그램 + SB 보너스 30회 이상 제공

청약구분	권역	프로그램명	요일	시급	단가	SB 패키지가			
						1.0억	5천만원	4천만원	2천만원
						3구좌	4구좌	4구좌	4구좌
실청약	선매	2059 생활의 달인	월	SA	2,860	2			
	선매	2059 판타스틱 패밀리 / 9/22~ 싱가포르	목	SA	2,860	3			
	서울	1949 8뉴스	수	A	1,400	2			
	서울	1949 8뉴스	목	A	1,400	2			
	서울	1949 8뉴스	토	SA	2,200	2			
	선매	0839 맨 인 블랙박스	월	A	1,820	2			
	선매	0839 맨 인 블랙박스	화	A	1,820	2			
	선매	0849 좋은아침	수	A	1,820	3			
	선매	0849 좋은아침	목	A	1,820	3			
	선매	1219 토요일재방 3	토	B	520	2			
	선매	2424 토요일 예능 스페셜	토	B	520	2			
	선매	1054 일요일재방 2	일	A	1,820	3			
	선매	1319 드라마재방 1	일	A	1,820	3			
	전국	2159 금토드라마 [~9/17 오늘의 웹툰 / 9/23~ 천원짜리 변호사]	금-토	SA	6,170	2	1	1	1
	전국	2104 미운 우리 새끼	일	SA	6,170		1	1	1
	전국	2309 그것이 알고싶다	토	SA	6,170	1	1	1	
	전국	1959 8뉴스	일	SA	6,170		1	1	1
	전국	2044 8뉴스 (후)	일	SA	6,170		1	1	
	전국	2304 일요일 예능 스페셜	일	SA	6,170	2	1		
	전국	1659 런닝맨	일	A	4,110	1			1
전국	2159 동상이몽 2	월	SA	6,170		1	1		
전국	2159 돌싱포맨	화	SA	6,170		1	1		
보너스	평일 오전/낮 시간대 보너스 (프로그램)				1,500	25	15	13	5
	평일/주말 오전/낮 시간대 SB 보너스 (*선매제외)				400	18	17	15	11
TOTAL					총 횟수	80	40	35	20
					제공금액	145,160	78,660	68,690	34,520
					판매금액	100,460	49,360	43,190	22,620

*선매율 일괄 30% 할증 *전 패키지 선착순 마감/1.0억 패키지 마감일: ~정기 선매 마감까지

*1.0억 패키지 지역민방 MIX (패키지 금액 10%) 포함

*벤처씨는 제공횟수에서 제외 *판매 상황 및 편성 변동에 따라 SB 구성/주차 조정 가능 *보너스 SB의 경우 사전 협의 필요

효율 집중 패키지

합리적인 비용으로 최대 횟수 및 고효율 획득

실속 화제성 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

판매금액 **5천만원** (3구좌 한정) ▶ <미운 우리새끼> SB + SBS 킬러 예능 & 교양 집중 노출

프로그램 구성	횟수		보너스율
	전후 or SB	Total	
2104 미운 우리새끼	1	13회	120%
런닝맨 전 CM (일) or 집사부일체 후 CM (일)	1		
그것이알고싶다 (토)	2 (1+1)		
접속무비월드 (토)	2 (1+1)		
생활의 달인 (월) or 순간포착 (화)	2 (1+1)		
기타 프로그램 (주말 재방)	5 (보너스)		

* SB 주차 변경 불가

비용 효율성 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

판매금액 **3천만원** (4구좌 한정) ▶ 오전 시간대 최고의 효율을 보장하는 최적의 구성

프로그램 구성	단가	횟수		보너스율
		전후 or SB	Total	
0839 맨 인 블랙박스 (평일) 선매 (30% 할증 포함)	1,820	5	22회	128%
0849 좋은 아침 (평일) 선매 (30% 할증 포함)	1,820	5		
모닝와이드 3부 (월~금)	4,500	6(2+4)		
좋은아침 (월~금)	4,500	6(1+5)		

* 판매 상황 및 편성 변동에 따라 SB구성 조정 가능 * 보너스 프로그램의 경우 사전 협의 필요

SB 횟수 보장 패키지

(단위:천원, 15초 기준)

판매금액 **1천만원** (2구좌 한정) ▶ 프로그램+토막 광고 총 50회 노출 보장 (보너스 강화)

광고 유형	노출 시간대 SB	요일	노출 시간대	시급	기본단가	횟수	보너스율
토막광고	주중 오전 SB	월~금	0954~1159	B	400	15	225%
	주중 낮시간 SB	월~금	1249~1659	C	200	20	
프로그램 (보너스 제공)		월~금	13시대/16시대 주요 예능/교양 프로		1,500	15	
Total						50	

* 판매상황 및 편성 변동에 따라 패키지 구성 조정 가능 * 보너스 프로그램의 경우 사전 협의 필요

효율 집중 패키지

합리적인 비용으로 최대 횟수 및 고효율 획득

시보 패키지

(단위 천원, 10초 기준)

판매금액 **5천만원 (1구좌 한정)** ▶ 주말 HOT 킬러 콘텐츠 <그것이 알고싶다>, <런닝맨> 시보

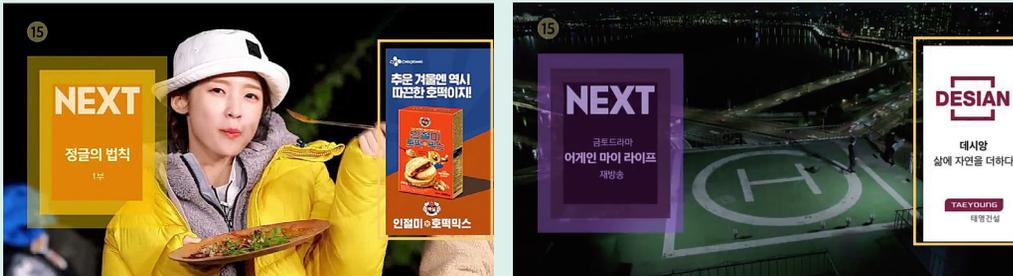
패키지명	프로그램 구성	시간	요일	횟수	단가	방송금액	판매금액
주말/평일 예능 시보	그것이 알고싶다	2309	토	4	8,000	32,000	32,000
	런닝맨	1659	일	4	9,000	36,000	18,000
	토요 예능 스페셜	1759	토	4	8,000	32,000	
	15시 재방	1559	월-금	22	1,000	22,000	
Total				34		122,000 →	50,000

* 기타 잔여 시보는 별도 협의

세로형 TV 배너 패키지

판매금액 **2천~6천만원 (선착순 판매)** ▶ 대상: 디지털, 옥외 OOH 집중 광고주 중 소액 집행으로 TV 확장을 원하는 광고주

<예시 화면>



(단위 천원, 10초 기준)

가이드	노출 시간대	노출 횟수(월)	판매금액
SOLD OUT 주말 전 시간 집중 패키지	12월 청약 가능 주말 전 시간대 커버 - 횟수강화, 150회 이상 노출	152 회	0.6억
SOLD OUT 주요 드라마/예능 프리미엄 패키지	12월 청약 가능 평일 주요 드라마/예능 시간대 커버 - 월화/금요 드라마 및 예능 프리미엄 시간대 노출	102 회	0.5억
SOLD OUT 뉴스 집중 패키지	10월 청약 가능 평일 SBS 8뉴스 시간대 커버 - 평일 SBS 8뉴스, 오뉴스 등 뉴스 집중 노출	165 회	0.2억
SOLD OUT 평일 오전 집중 패키지	12월 청약 가능 평일 오전 시간대 커버 - 평일 오전 주부 타깃 시간대 노출 (*수요일 제외)	154 회	0.2억

* 사전 구매 가능 (담당자와 협의의 必)

TV 토막광고 방송사별 요금

단위 : 원

구별	초수	시급			
		SA	A	B	C
전국	30"	9,850,000	6,610,000	2,410,000	1,120,000
	20"	7,420,000	4,950,000	1,820,000	840,000
	15"	6,170,000	4,110,000	1,500,000	700,000
권역 (서울, 전주, 울산, 청주, 강원, 제주)	30"	6,120,000	4,070,000	1,400,000	660,000
	20"	4,610,000	3,040,000	1,060,000	490,000
	15"	3,830,000	2,520,000	860,000	410,000
SBS	30"	3,520,000	2,240,000	640,000	320,000
	20"	2,640,000	1,680,000	480,000	240,000
	15"	2,200,000	1,400,000	400,000	200,000
KNN(부산)	30"	1,310,000	840,000	340,000	170,000
	20"	980,000	630,000	260,000	130,000
	15"	820,000	530,000	210,000	100,000
TBC(대구)	30"	1,100,000	770,000	280,000	120,000
	20"	830,000	580,000	210,000	90,000
	15"	690,000	480,000	180,000	80,000
KBC(광주)	30"	860,000	600,000	250,000	110,000
	20"	650,000	450,000	190,000	80,000
	15"	540,000	380,000	160,000	70,000
TJB(대전)	30"	460,000	330,000	140,000	60,000
	20"	350,000	250,000	100,000	50,000
	15"	290,000	200,000	90,000	40,000
JTV(전주)	30"	470,000	330,000	140,000	60,000
	20"	350,000	250,000	100,000	50,000
	15"	290,000	200,000	80,000	40,000
UBC(울산)	30"	390,000	280,000	120,000	50,000
	20"	300,000	210,000	90,000	40,000
	15"	250,000	170,000	70,000	30,000
CJB(청주)	30"	580,000	400,000	170,000	80,000
	20"	440,000	300,000	130,000	50,000
	15"	360,000	250,000	100,000	50,000
GI(강원)	30"	810,000	570,000	230,000	100,000
	20"	610,000	420,000	180,000	80,000
	15"	510,000	350,000	150,000	60,000
JBS(제주)	30"	350,000	250,000	100,000	50,000
	20"	270,000	180,000	80,000	30,000
	15"	220,000	150,000	60,000	30,000
OBS(경인)	30"	900,000	600,000	195,000	65,000
	20"	750,000	450,000	150,000	55,000
	15"	630,000	370,000	125,000	15,000

지역민방 라디오 토막광고 방송사별 요금

※ 20초 SB 기준/단위 : 원

구별	구분	시급		
		A급	B급	C급
KNN(부산)	AM	48,400	30,100	16,600
	FM	48,700	30,100	16,600
TBC(대구)	FM	38,300	23,600	13,000
KBC(광주)	FM	28,700	17,700	9,700
TJB(대전)	FM	22,800	14,100	7,700
JTV(전주)	FM	17,900	11,300	6,300
UBC(울산)	FM	17,900	11,300	6,300
CJB(청주)	FM	16,800	10,600	5,800
JBS(제주)	FM	14,900	9,500	5,800
GI(강원)	FM	24,300	15,800	10,100

TV 자막광고 방송사별 요금

단위 : 천원

구분	월		화		수		목		금		토		일		
조	1조		4조		7조		10조		13조		16조		19조		
오전 시간대	0559 C	0624 C	0559 C	0624 C	0559 C	0624 C	0559 C	0624 C	0559 C	0624 C	0559 C	0629 C	0609 C	0639 C	
	0739 B	0849 A	0739 B	0849 A	0739 B	0849 A	0739 B	0849 A	0739 B	0849 A	0714 B	0759 B	0709 C	0739 B	
	0954 B	1029 B	0954 B	1029 B	0954 B	1029 B	0954 B	1029 B	0954 B	1029 B	0829 A	0939 B	0834 A	0929 A	
	1059 B	1129 B	1059 B	1129 B	1059 B	1129 B	1129 B	1159 B	1129 B	1159 B	1059 B	1219 B	1054 A	1209 A	
횟수 (1개월)	단가(1주)	36	946	36	946	36	946	40	856	40	856	32	856	32	1,484
	단가(1개월)		3,784		3,784		3,784		4,280		4,280		3,424		5,936
판매유형	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	

조	2조		5조		8조		11조		14조		17조		20조		
오후/ 저녁 시간대	1249 C	1359 C	1249 C	1359 C	1249 C	1359 C	1249 C	1359 C	1249 C	1359 C	1319 B	1549 B	1319 A	1419 A	
	1559 C	1659 C	1559 C	1659 C	1559 C	1659 C	1559 C	1659 C	1559 C	1659 C	1649 B	1759 A	1549 A	1659 A	
	1749 C	1849 B	1749 C	1849 B	1749 C	1849 B	1749 C	1819 B	1749 C	1849 B	1959 SA	2034 SA	1959 SA	2044 SA	
	1949 A		1949 A		1949 A		1849 B	1949 A	1949 A						
횟수 (1개월)	단가(1주)	28	634	28	634	28	634	40	724	35	634	24	1,626	24	2,298
	단가(1개월)		2,536		2,536		2,536		3,620		3,170		6,504		9,192
판매유형	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	ID	골이어	

조	3조		6조		9조		12조		15조		18조		21조		
심야 시간대	2059 SA	2159 SA	2059 SA	2159 SA	2059 SA	2239 SA	2059 SA	2229 SA	2059 SA	2159 SA	2159 SA	2309 SA	2104 SA	2304 SA	
	2349 SA	2449 C	2319 SA	2429 B	2419 B	2449 C	2359 SA	2429 B	2309 SA	2419 B	2424 B	2529 C	2414 B	2524 C	
	2519 C		2459 C								2629 C	2729 C			
횟수 (1개월)	단가(1주)	20	1,655	20	1,699	16	1,178	20	1,653	20	1,653	24	1,270	16	1,178
	단가(1개월)		6,620		6,796		4,712		8,265		8,265		5,080		4,712
판매유형	ID	골이어													

- * ID / 골이어 단가 및 횟수 동일
- * 방송시간 연장/단축 및 추가 SB 신설 등에 따라 광고 요금 및 횟수가 변동될 수 있음
- * 공휴일 및 주요 스포츠 등 일부 특집의 경우, 불방 or 추가 전용될 수 있음
- * 주말 재방 시간대(16조 2시 재방/18조 26시, 27시 재방)의 경우, 자동 전용 처리되므로 별도 신청 필요 없음

방송사별 TV 자막광고 단가표

단위 : 원

구분	SA	A	B	C
SBS	521,000	314,000	90,000	46,000
KNN(부산)	197,000	126,000	51,000	24,000
TBC(대구)	166,000	116,000	42,000	18,000
KBC(광주)	129,000	99,000	37,000	16,000
TJB(대전)	69,000	48,000	20,000	9,000
JTV(전주)	71,000	50,000	20,000	9,000
ubc(울산)	59,000	41,000	17,000	7,000
CJB(청주)	87,000	61,000	25,000	11,000
G1(강원)	122,000	85,000	35,000	15,000
JIBS(제주)	53,000	37,000	15,000	6,000
OBS(경인)	125,000	75,000	22,000	11,000

콘텐츠 Line-Up

노출 횟수 강화 & 효율 개선 필요 광고주 강력 추천

SBS 플러스

[나는 솔로]

방송 : 수요일 밤 10시 30분
출연 : 데프콘, 이이경, 송해나



일반광고		가상광고 (1개월 기준)	
중 CM	3천만	등급고지	1천6백만
PIB	2천만	에필로그	4천만



[나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다]

8/11(목) 밤 10시 30분 첫방송!
방송 : 목요일 밤 10시 30분
출연 : 데프콘, 김가영

“나는 SOLO” 스펀오프 런칭
〈나는 SOLO〉출연진들의 출연 이후
사랑과 라이프를 보여주는 프로그램

[오픈런]

방송 : 월~금 오전 9시
출연 : 전진, 김지민, 신지훈, 정해진, 크리스 존슨



가상광고		협찬 or 간접	
등급고지	3천만	맞춤형코너	1천만
에필로그	4천만	라이브 커머스 + 5백만	

SBS 플러스 가이드

노출 횟수 강화 & 효율 개선 필요 광고주 강력 추천

9월 기본 가이드

1. 8월 SBS 플러스 보너스율 : SBS Plus 20% / SBS funE 30%

2. 중 CM+PIB 비율 30% 보장 (금액 기준)

3. 신규 / 단독 광고주 혜택 강화 (청약 금액 1천만원 이상)

• 신규 광고주 (최근 6개월 플러스 미집행) : +30% • 단독 광고주 (유료방송 M/S 100%) : +100%

청약 볼륨별 보너스 가이드

(1개월 기준)

채널	기준 보너스율	3천만원	4천만원	5천만원 이상
SBS Plus	20%	30%	40%	50%
SBS funE	30%	40%	50%	60%

3개월 이상 캠페인 보너스 가이드 + 광고주 캠페인 단위별 KPI 보장

(캠페인 기간 기준)

채널	1.5억 이상	2억 이상	3억 이상	5억 이상
SBS Plus	70%	80%	100%	별도 협의
SBS funE	80%	100%	120%	별도 협의
중CM/PIB 비중	40% 보장			
프리미엄워크 / 원데이 집중 보너스 제공 (3개월 내)	택 1회	택 2회	택 3회	택 4회 이상

* 보너스율: 청약금액 미포함 금액 기준 * 볼륨 / 캠페인 기간별 보너스 중복 적용 불가

SBS 플러스 채널별 단가

(단위:천원)

구분	시급	일반광고			변형광고					가상광고			
					범퍼		SB			에필로그		등급고지	엔딩 하단바
		전후 CM	중 CM	PIB(1~4)	전후	중	시보	자막	캠페인/필러 (채널협의)	예능	드라마	프로그램 시작	프로그램 종료
노출위치		전후	중	END/ TOP	전후	중	시보	자막	캠페인/필러 (채널협의)	예능	드라마	프로그램 시작	프로그램 종료
길이(초)		15			10			60		15	7	5	5
Plus	SSA	400	800	600	400	800	267	213	1,600	1,200	600	400	200
	SA	250	500	375	250	500	167	133	1,000	750	375	250	125
	A	150	300	225	150	300	100	80	600	450	225	150	75
	B	80	160	120	80	160	53	43	320	240	120	80	40
funE	SSA	300	600	450	300	600	200	161	1,200	900	450	300	150
	SA	188	375	281	188	375	125	101	752	563	282	188	95
	A	113	225	169	113	225	75	60	452	338	170	113	57
	B	60	120	90	60	120	40	32	240	180	90	60	30

* 오리지널 프로그램 가상광고 및 변형광고는 별도 협의

SBS 플러스 가이드

노출 횟수 강화 & 효율 개선 필요 광고주 강력 추천

나는 SOLO 패키지

(기준:15초, 단위:천원)

<나는 SOLO> 집중 패키지_ 중CM 3천만원 / PIB 2천만원

패키지	프로그램	방송	횟수			방송금액	판매금액
			중 CM	전후 CM	Total		
<나는 SOLO> 중 CM 패키지	<나는 SOLO>	본방	2	4	6	3,200	3천 만원 (+23%)
		재방	8	12	20	11,200	
	주요 예능 재방 (미우새, 골때녀 등)	8	40	48	22,400		
TOTAL			18	56	74	36,800	

패키지	프로그램	방송	횟수			방송금액	판매금액
			PIB (전END, 후TOP)	전후 CM	Total		
<나는 SOLO> PIB 패키지	<나는 SOLO>	본방	2	4	6	2,800	2천 만원 (+22%)
		재방	8	4	12	6,400	
	주요 예능 재방 (미우새, 골때녀 등)	4	32	36	15,200		
TOTAL			14	40	54	24,400	

SBS 플러스 킬러 콘텐츠 패키지

(기준:15초, 단위:천원)

<Plus> 3천만원 / <funE> 2천만원 (각 4구좌 선착순)

채널	프로그램	광고위치	횟수	방송금액	판매금액
Plus	<금토/월화 드라마> <미운우리새끼> <돌싱포맨> 등	중 CM(중 TOP)	12(4)	11,200	3천 만원 (+36%)
		전END/후TOP	12	7,200	
		전후 CM	56	22,400	
TOTAL			80	40,800	

채널	프로그램	광고위치	횟수	방송금액	판매금액
funE	<런닝맨> <미운우리새끼> <돌싱포맨> 등	중 CM(중TOP)	12(8)	9,600	2천 만원 (+32%)
		전END/후TOP	12	7,200	
		전후 CM	36	9,600	
TOTAL			60	26,400	

* 중 TOP 횟수는 중 CM 전체 횟수 內 포함

SBS 플러스 효율 패키지

<Plus + funE> 효율 패키지 1천만원 (5구좌 선착순)

채널	구분	광고위치	횟수	방송금액	판매금액
Plus	SSA 시급 (*19~23시대 제외)	중 CM	10	8,000	1천 만원 (+200%)
		전후 CM	40	18,000	
funE	SSA 시급	전후 CM	20	6,000	
TOTAL			75	30,000	

아프리카 TV / 빌리어즈 + PBA&골프 패키지

노출 횟수 강화 & 효율 개선 필요 광고주 강력 추천

아프리카TV 패키지

(기준:15초)

국내 e-Sports 채널의 NO.1

오직 아프리카 TV에서만 만날 수 있는 e-Sports를 대표하는 종목

<주요 생중계> 판매금액 1천 만원

- ▶ 2022 LoL 월드 챔피언십 (세계 챔피언을 가리는 최고 권위의 L.O.L 대회)
2022 GSL 시즌2 (블리자드 스타크래프트2 공식 리그) 등
- ▶ 생중계 전경기 중 CM 노출
- ▶ 판매금액 : 1천 만원 (총 1,000회 노출 / 보너스율 500%)



중계 대회	중 CM	전후 CM	보너스율	판매금액
(LIVE) 2022 ASL 시즌14	8.9 ~ 10.9	24	500%	1천만원
(LIVE) 2022 GSL 시즌3	8.22 ~ 10.13	29		
(LIVE/녹화) 2022 LoL BJ열망전 시즌 2	9.14 ~ 9.28	25		
(LIVE) 2022 LoL 월드 챔피언십 (롤드컵)	9.29 ~ 11.5	8		
중계 대회 재방	9.1 ~ 9.30	562		
총횟수	648	852	총 1,500회	

*편성상황에 따라 제공 횟수 변동 가능

BilliardsTV & PBA & GOLF 패키지

판매금액 1~1.5천 만원

- ▶ PBA & GOLF 2013~2018 방송콘텐츠 제작역량 평가 우수채널 선정
- ▶ BilliardsTV 2020~2021 방송콘텐츠 제작역량 평가 우수채널 선정
- ▶ 2022/23 시즌 PBA1부 7개 / LPBA 7개 + 월드 챔피언십



프로그램	채널/플랫폼	경기당 횟수	월 제공횟수			판매금액
			생중계	재방	총합계	
PBA LIVE 외	PBA & GOLF	2회	50회	150회	200회	1.5천만원
	Billiards TV	1회	40회	60회	100회	
	총 횟수 300회 이상					

프로그램	채널/플랫폼	경기당 횟수	월 제공횟수			판매금액
			생중계	재방	총합계	
PBA LIVE 외	Billiards TV	2회	50회	150회	200회	1천만원
	총 횟수 200회 이상					

*매체사의 중계 사정에 따라 일정 및 월 제공횟수 변동 가능성 있음

SBS 라디오 패키지 안내

9월 SBS 파워FM, SBS 러브FM 패키지, 보너스 및 추가 혜택 안내

BUYING POINT

한가위 귀성길에 더 바빠지는 SBS 라디오
1등 라디오와 함께 하는 넉넉한 명절, 확실한 효과

9월 패키지 안내

(단위: 천원/ 20초 기준)

구분	대상프로그램	총금액 (FM + AM)	FM	AM	기본 보너스 (FM)	부가 보너스 (FM)	시급별 보너스 비율	비고	
Power Pack	빅3 PIB	컬투+김영철+박소현 (빅3 프로그램 TOP1 위치지정 보장)	85,000	76,000	9,000	30%	-	A시급 70% 내외	1구좌 한정 1개월 이상 청약 조건
	빅3	컬투+김영철+박소현	80,000	71,000	9,000	30%	-	A시급 70% 내외	
	빅2	컬투+(김영철 or 박소현)	60,000	51,000	9,000	20%	10%(컬투+박소현)	A시급 50% 내외	
	출퇴근	김영철+박소현	50,000	41,000	9,000	20%	-		
Only Pack	컬투	두시탈출 컬투쇼	40,000	35,000	5,000	50%	-	A시급 40% 내외	
	출근	김영철의 파워FM1부	35,000	30,000	5,000				
	퇴근	박소현의 러브게임	25,000	20,000	5,000				
4PM Pack	FM 황제성의 황제파워 + AM 뜨거우면 지상렬	25,000	20,000	5,000	70%	-	A시급 40% 내외	추가 보너스 없음	
Efficiency DIY Pack	FM A시급 프로그램 포함 20,000 ※ 고릴라 결합 집행시 고릴라 집행 금액만큼 FM+AM 보너스 추가 제공				100% (FM+AM)	-	-	추가 보너스 없음 월 200회 수준 송출 예상 (FM+AM)	

※ FM 보너스 산정 기준: 프로그램 금액 기준 산정 (AM 보너스 기본 100% 제공) ※ 각 패키지 결합시 ① 월 청약 볼륨 ② SBS기여도 순

상품명	프로그램	금액	패키지 보너스	비고
출퇴근 패키지	출근(이숙영의 러브FM) + 퇴근(정영의 LP카페) 프로그램 or SB	10,000	150%	
횡수 보장 패키지	AB 시급 프로그램 및 SB	10,000	실청약 포함 월 250회 보장	5구좌 한정
시사 1+2 패키지	정치쇼, 정철진의 목돈연구소, 허지용쇼	5,000	시사 3피 포함	프로그램 간
예능 1+2 패키지	윤수현의 천태만상, 뜨거우면 지상렬, 간미연의 러브나잇	5,000	예능 3피 포함	교차 가능

※ 패키지별 보너스는 러브FM만 청약 하는 광고주에 한함 ※ 횡수보장 패키지: 메소디아 신청절차 라디오 담당 영업사원이 진행, 집행 시 사전 협의

보너스 및 추가 혜택 안내

패키지별 추가 보너스	Power Pack				Only Pack	4PM Pack
	빅3 (컬투+김영철+박소현)	빅2 (컬투+박소현)	빅2 (컬투+김영철)	출퇴근 (김영철+박소현)	컬투/출근/퇴근	황제성+지상렬
패키지 보너스	30%	30%	20%	20%	50%	70%
Power Pack	신규 집행	15%	0	0	0	
	SBS 단독 집행	50%	0	0	0	
	1개월 연장 집행	10%	0	0	0	
	*장기 집행	3~5개월: 15% 6개월~: 30% / 1년: 50%	0	0	0	
Only Pack	SBS 단독 집행	20%			0	
가능 보너스율	30%~120%		20%~120%	20%~120%	50%~70%	70%
*장기 집행 추가 혜택	- 월 5천만원 이상 + 6개월 이상 집행 광고주: FM 출퇴근 및 컬투 프로그램 CM 지정 서비스 제공(단, PIB 상품 구매 광고주 우선 지정) - 연간 집행: 보너스 항목별 합산 최대 120% 적용					

※ 신규 집행 보너스: 6개월 이상 무거래 광고주 대상 3개월까지 적용 / 신규 광고주 3개월 이상 집행 시 장기 집행 보너스만 적용 (신규 보너스 중복 적용 불가)

※ FM 보너스 지급 기준: 상기 패키지 또는 월 2,000만원 이상 집행 시 보너스 제공, 항목별 합산 최대 100%

※ FM, AM 보너스 대상 프로그램: FM, 컬출퇴/AM, 출퇴 제외 프로그램 중, 라디오 담당 영업사원과 개별 협의

※ FM 보너스는 프로그램 금액 기준으로 적용, FM+AM 패키지 구매 시 AM 보너스 기본 100% 제공

SBS 라디오 혜택안내

디지털 라디오(고릴라) 상품, 주요 프로그램 월 광고비 안내

디지털 라디오(고릴라) 상품 안내

상품명	프로그램 / 시간대	판매방식	판매가	보너스
디지털 라디오 (고릴라) 실시간 미드롤 광고	파워FM 및 러브FM 전 프로그램	기본 랜덤 노출 + 타겟팅 가능 (성별/연령, 직업, 지역, 프로그램)	CPM 4,000원~	신규 광고주 : 100% (최대 3개월) 월 500만원 이상 : 50% 캠페인 기준 1,000만원 이상 : 70% 혁신형 중소기업 : 70%
실시간 SB 광고	파워FM 및 러브FM 30분 띠 or 정시 띠	구좌별 판매, 별도 타겟팅 없음 매월 15일 익월 청약 1차 마감	30분 SB : 1,000만원 / 월 정시 SB : 1,050만원 / 월	3개월 이상 청약시 판매가 50만원 할인 6개월 이상 청약시 판매가 50만원 할인 + 미드롤 무료 제공 (100만+ 노출)
실시간 시보 광고	출수 시, 짝수 시 中 택1 [체널별 일 8회 노출]		30분 시보 : 1,100만원 / 월 정시 시보 : 1,150만원 / 월	

※ 구좌 현황 등 세부 사항은 별도 협의

(단위: 천원/20초 기준)

채널	구분	메인 프로그램	총금액	FM	AM	고릴라	패키지 보너스	혜택	비고	
결합 상품	파워FM	고릴라 미드롤 결합형	두시탈출 컬투쇼	45,000	35,000	5,000	5,000	50% (지상파)	- FM+고릴라 함께 기준 FM 보너스 제공 - 지역 불문 인터넷 라디오 송출로 커버리지 확대 - 미드롤 결합형 : 타겟팅 노출로 효율 보장 (성별/연령/직업 등) - SB 결합형 : 전 타겟 대상 정기 노출로 폭넓은 인지도 제고	구좌 한정 조기 마감 가능
			김영철의 파워FM 1부	40,000	30,000	5,000	5,000			
			박소현의 러브게임	30,000	20,000	5,000	5,000			
	고릴라 SB 결합형	두시탈출 컬투쇼	50,000 / 50,500	35,000	5,000	10,000 / 10,500				
		김영철의 파워FM 1부	45,000 / 45,500	30,000	5,000	10,000 / 10,500				
		박소현의 러브게임	35,000 / 35,500	20,000	5,000	10,000 / 10,500				
러브FM	고릴라 미드롤 결합 Pack	10,000	-	3,000	7,000	150% (지상파)				

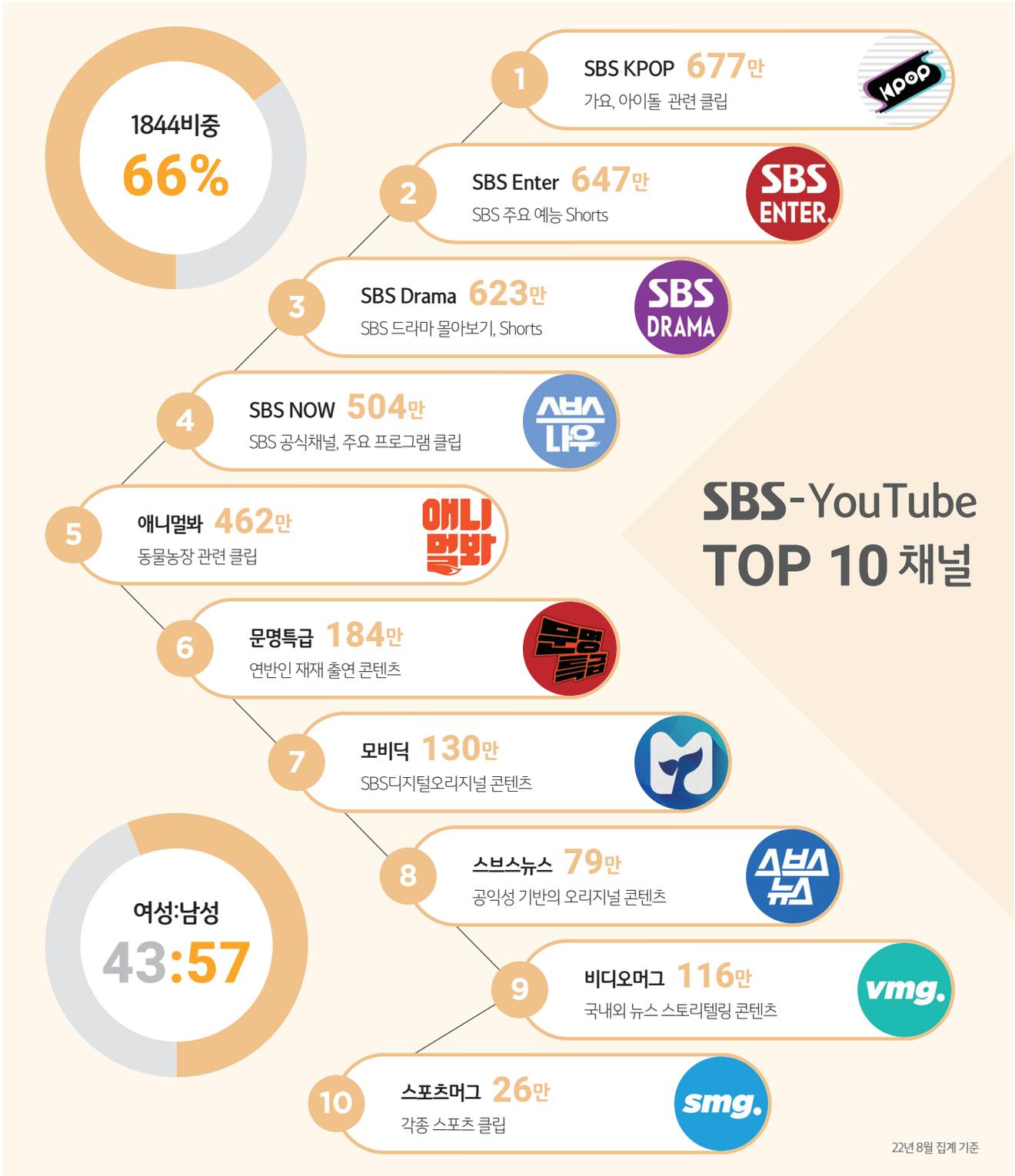
※ 파워FM 결합 상품: SBS 단독 집행시 FM 보너스 20% 추가 제공

※ 고릴라 보너스는 별도 판매 기준에 따라 적용 / 고릴라 구좌 현황 등 세부 사항은 별도 협의

주요 프로그램 월 광고비

채널	프로그램명	방송권역	실방송요금	월청구(9월기준)
파워FM	김영철의 파워FM	전국	600,000	18,000,000
	아름다운 이야기 김창완입니다	서울, 대구, 광주, 대전, 전주, 청주, 제주(주말)	400,000	12,000,000
	박하선의 씨네타운	서울, 대전, 부산(주말)	400,000	12,000,000
	최화정의 파워타임	전국	400,000	12,000,000
	두시탈출 컬투쇼	전국	900,000	27,000,000
	황제성의 황제파워	서울, 제주, 강원	500,000	15,000,000
	박소현의 러브게임	서울, 울산, 강원	500,000	15,500,000
러브FM	이숙영의 러브FM	서울, 부산	150,000	4,500,000
	김태현의 정치쇼	서울	150,000	4,500,000
	정철진의 목돈연구소	서울, 부산	150,000	4,500,000
	허지웅쇼	서울, 부산	150,000	4,500,000
	윤수현의 천태만상(주말동시간대)	서울	150,000	4,500,000
	뜨거운 언 지상렬	서울	150,000	4,500,000
정엽의 LP카페	서울, 부산	150,000	4,500,000	

SBS - YouTube TOP 10 채널



SBS - YouTube 패키지 가이드

1. 기본 판매 가이드

※ 마케팅 예산 및 타겟 설정에 따라 맞춤 MIX 제공 가능

기본 판매 단가	내용		
	15초 논스킵: CPM 13,000원 / 5초 스킵: CPM 11,000원 (타겟팅에 따른 추가 할증 적용)		
금액	0.1억	0.3억	0.5억
단가 할인률	5%	10%	15%

* 타겟팅 할증: 채널 인플, 요일 시간 지역 (할증없음), 연령 (+1천원), 콘텐츠 (+2천원), 퍼스트포지션 (+3천원)

* 추가 할인: 신규(10%), SBS TV 결합(10%), 업종(5%), 직거래(10%) * 예상효과: VTR 75%, CTR 0.12% 수준

2. 패키지 가이드

구분	상품명	타겟팅 옵션	판매가 (억) (VAT별도)	공시단가 (CPM / 노출량)	기본단가 (CPM / 노출량)	CPM 할인율 [신규 / 결합 / 업종 조건에 따라 제공] (CPM/노출량)						할인대상업종	
						①신규	②SBS-TV 결합	③업종	①+③ or ②+③	①+②	①+②+③		
						10%	10%	5%	15%	20%	25%		
킬러 콘텐츠 타겟팅 패키지	이달의 킬러	콘텐츠 타겟팅 (SBS 킬러 콘텐츠)	0.2	15,000	14,286	13,043	13,043	-	12,500	12,000	11,538		
				133만	140만	153만	153만	-	160만	167만	173만		
업종별 패키지	8월	혹서기 PKG	연령타겟팅	0.2	14,000	13,333	12,174	12,174	12,727	11,667	11,200	10,769	화장품, 레저, 관광
					143만	150만	164만	164만	157만	171만	179만	186만	
	9월	명절 PKG	퍼스트포지션 타겟팅 (추석 all day)	0.3	15,000	14,286	13,043	13,043	-	12,500	12,000	11,538	
					200만	210만	230만	230만	-	240만	250만	260만	
	10월	신혼부부 PKG	연령타겟팅 (P2535)	0.2	14,000	13,333	12,174	12,174	12,727	11,667	11,200	10,769	가구, 가전, 부동산, 임대업
					143만	150만	164만	164만	157만	171만	179만	186만	
	11월	빼빼로 PKG	연령타겟팅	0.2	14,000	13,333	12,174	12,174	12,727	11,667	11,200	10,769	식음료, 유통
					143만	150만	164만	164만	157만	171만	179만	186만	
	12월	연말 PKG	콘텐츠 타겟팅 (SBS 킬러 콘텐츠)	0.2	15,000	14,286	13,043	13,043	13,636	12,500	12,000	11,538	식음료, 외식업
					133만	140만	153만	153만	147만	160만	167만	173만	
	업종별 패키지	골프업종	채널타겟팅 (스포츠머그, 스포스스포츠)	0.1	13,000	12,381	11,304	11,304	11,818	10,833	10,400	10,000	
					77만	81만	88만	88만	85만	92만	96만	100만	
애견업종		채널타겟팅 (애니멀봐)	0.2	13,000	12,381	11,304	11,304	11,818	10,833	10,400	10,000		
				154만	162만	177만	177만	169만	185만	192만	200만		
게임업종		연령타겟팅	0.1	14,000	13,333	12,174	12,174	12,727	11,667	11,200	10,769		
				71만	75만	82만	82만	79만	86만	89만	93만		
주류업종		연령타겟팅, 콘텐츠 타겟팅 (성인연령, SBS 킬러 콘텐츠)	0.2	16,000	15,238	13,913	13,913	14,545	13,333	12,800	12,308		
				125만	131만	144만	144만	138만	150만	156만	163만		
음악		채널타겟팅 (SBS KPOP)	0.1	13,000	12,381	11,304	11,304	11,818	10,833	10,400	10,000		
				77만	81만	88만	88만	85만	92만	96만	100만		
분양		지역/연령타겟팅	0.1	14,000	13,333	12,174	12,174	12,727	11,667	11,200	10,769		
				71만	75만	82만	82만	79만	86만	89만	93만		

SBS 디지털 콘텐츠 : 스브스뉴스 가이드

- 🏆 제15회 대한민국 국회 대상 시사부문 대상
- 🏆 제4회 온라인 저널리즘 어워드 대상
- 🏆 제33회 관훈언론상 저널리즘 혁신부문상
- 🏆 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상 (2019년 5월)
- 🏆 민주언론시민연합 이달의 좋은 보도상 (2019년 6월)
- 🏆 제21회 양성평등 미디어상 (2019년 12월)



스브스뉴스는 공익적 목적의 캠페인과 프로모션을 진행하고자 하는 협찬사와 함께 브랜드 콘텐츠를 제작하고 있습니다.

스브스뉴스 브랜드 상품 소개

카드뉴스	캠페인·행사 제작/홍보	협찬/PPL
원조 카드뉴스의 명가가 만드는 카드형 이미지 콘텐츠	촬영본, 인터뷰 등을 활용한 리포트 영상 콘텐츠와 동일 주제 카드뉴스 구성 패키지	웹예능, 웹다큐 포맷의 고품질리티 기획 영상 콘텐츠
1,500만원	3,500만원	5,000만원
10-20장 분량 (*인스타그램 제외)	3~4분 내외 (리포트 영상) & 10장 내외 (카드뉴스)	6~8분 내외
약 2주 기간 소요	약 3-4주 기간 소요	약 5-6주 기간 소요
총 9개 플랫폼 업로드	총 11개 플랫폼 14회 업로드	총 11개 플랫폼 12회 업로드

스브스뉴스 브랜드 집행 사례

[카드뉴스 사례] 네이버



[리포트영상 사례] 농림수산식품교육문화정보원



[기획영상 사례-웹다큐] 국립아시아문화전당



[카드뉴스 사례] 네이버



[카드뉴스 패키지] 농림수산식품교육문화정보원



[기획영상 사례-웹예능] 바른생각



SBS 디지털 콘텐츠 : 문명특급 가이드

SBS의 대표 디지털 예능. 문명특급 ▶ 이 세상 모든 새로운 트렌드를 습득해 시청자들에게 신문물을 전파합니다.

- ✓ 골드버튼 보유 채널 문명특급 구독자수 180만 돌파
- ✓ 뉴미디어의 유재석, 강력한 팬덤을 확보한 연반인 MC 재재
- ✓ 오리지널 킬러 콘텐츠!, 편당 평균 200 만 TOTAL VIEW
- ✓ 제53회 휴스턴 국제 필름 페스티벌 뉴미디어 웹 시리즈 부문 동상
- ✓ 올해의 브랜드 대상 2년 연속 수상 프로그램(웹예능) 부문 (2020, 2021)

문명특급 플랫폼

-  180만 유튜브 구독자
-  10만 인스타그램 팔로워
-  49만 페이스북 팔로워

MZ세대의 압도적 지지를 받고 있는 MC 재재
뉴미디어계의 유재석, 재미있는 입담으로 모든 게스트와 환상의 케미를 자랑합니다.



문명특급 상품소개

광고주가 만족하는 문명인들의 강력한 팬덤
유튜브 172만 구독자, 편당 평균 200만 Total View로 디지털 콘텐츠의 트렌드를 이끕니다.

PPL
3,500만원
협찬사 제품/브랜드 노출
1분 내외
총 12개 플랫폼 업로드
4주 기간 소요

영화 홍보
2,000만원
영화 개봉 전 작품 소개 및 배우 인터뷰
총 10~20분 분량
총 12개 플랫폼 업로드
4주 기간 소요

브랜드
7,000만원
협찬사 제품/브랜드 중심 스토리텔링
총 10~20분 분량
총 12개 플랫폼 업로드
4주 기간 소요

Mc 시식 및 진열



문명특급 X 미나리



* KB국민카드 탐나는전 캠백맛집



SBS 디지털 콘텐츠 : 모비딕 가이드

모바일 트렌드를 이끌어갈
대세 웹예능과 숏폼 드라마, 스낵커블 영상을
모비딕만의 방식으로 제작



모비딕 플랫폼

✓ 방송중인 브랜드드 콘텐츠

- 팔아야 산다 - 수요일 PM 6:00
- 와이낫 크루 - 금요일 PM 6:00

✓ 방송예정 오리지널 콘텐츠

- 선미의 쇼터뷰 - 7월 중 런칭
- 뼈 때리는 도사들 - 7월 중 런칭
- 나의 대필일지 - 7월 중 런칭
- 스타메이커즈 - 9월 중 런칭

131만 유튜브 구독자

15만 페이스북 팔로워

482만 전체 재생 수

모비딕 상품 소개(상품별 단가)

구분	브랜드드	캠페인·행사 제작/홍보	협찬/PPL
내용	브랜드 메시지를 가장 효과적으로 전달할 신규 시리즈 기획/제작	안정적인 캠페인 및 행사 제작 및 홍보 효과 극대화	<선미의 쇼터뷰> 등 높은 화제성의 모비딕 콘텐츠 브랜드드 에피소드 제작
제안 금액	예산 맞춤 제작	예산 맞춤 제작	쇼터뷰 7천 / 지상형, 칼럼 35백 (프로그램별 광고주별 협의 가능) (EP당, VAT 별도)
기타		추가 라이선스/초상권 별도 협의 가능 푸티지 등 2차 활용 별도 협의 가능	

* 콘텐츠 추가 활용 시, 라이선스 및 초상권 비용 추가 발생 (별도 문의)
* 콘텐츠 제작비는 스텝 등급, 촬영 장소, 기법, 미술 퀄리티 등 제작 규모에 따라 달라질 수 있음
* 영화 홍보 이슈 출연 경우, 출연자 개런티에 따른 협찬 금액 별도 협의

* 영상 제작 컨셉 및 구성(편수, 분량)에 대한 사전 협의 가능
* PPL 노출 내용 및 수위는 제작진과 사전 협의 필요
* <선미의쇼터뷰> 등 모비딕 오리지널콘텐츠 관련 모든 제작물의 저작권은 SBS에 귀속

[브랜드드] 코지마



[캠페인·행사 제작/홍보] 영동대로 K-POP CONCERT



[협찬 PPL] 디자인오엔에 / 동방불패 모바일



SBS 디지털 콘텐츠 : 모비딕 가이드



방송 예정 콘텐츠 소개

7월 중 런칭



선미의 쇼터뷰

7월 14일 런칭

〈선미의 쇼터뷰〉

“바리스타 1급 자격증 보유자 ‘선미’
자신의 캐리어에 이야기 보따리를 담아 게스트를 찾아간다”

- 형식 : 예능 인터뷰쇼
- 편성&길이 : 주 1회 20분 내외의 Short-Form
- 출연자 구성 : 선미 + 게스트

7월 중 런칭



뼈 때리는 도사들

7월 중 런칭

〈뼈 때리는 도사들〉

“진정성이 있되 가감 없는 팩트 폭행 토크로
‘뼈’를 때려주는 두 도사가 있다”

- 형식 : 예능 인터뷰쇼
- 편성&길이 : 주 1회 15분 내외의 Short-Form
- 출연자 구성 : 2MC 지상렬/이상욱

7월 중 런칭



나의 대필 일지

7월 20일 런칭

〈나의 대필 일지〉

오래도록 기억하고 싶은
당신의 찬란한 ‘인생 한 페이지’를 ‘대필’ 해드립니다

- 형식 : 예능 인터뷰쇼(‘랄랄’의 작업실에 의뢰인이 방문)
- 편성&길이 : 15분 내외
- 대필자/ 의뢰인 구성 : 랄랄/ MZ 세대들이 ‘추앙’할 만한 인물

9월 중 런칭



스타메이커즈

9월 중 런칭

〈스타메이커즈-가제〉

새로운 K-POP 스타 탄생을 위해
국내 ‘최강’의 아티스트들이 뭉쳤다!

- 형식 : ALL ENG
- 편성&길이 : 9월 4주간(7월 중순~8월 본 촬영)
- 편성 : SBS-TV 4회 + SBS 모비딕 채널

PROGRAM TABLE

2022.09

cream

SBS M&C Monthly Magazine

▶ 107.7Mhz ▶ 시보요금 A:100,000 B:30,000 C:20,000

▶ [KNN]경남, [TBC]대구, [KBC]광주, [TJB]대전, [JTV]전주, [UBC]울산, [CJB]청주, [JIBS]제주, [G1]강원방송 릴레이

(22.07.18 기준)

급	시	분	월 - 일	실방송요금	SB				
					시간대	9월 단력율	적용 단가		
C	AM 5		조정식의 편편투데이 (1부)	[KNN,TBC,JTV,UBC,G1,JIBS]	100,000	0559	-75%	50,000	
			조정식의 편편투데이 (2부)	[KNN,TBC,KBC,JTV,UBC,G1,JIBS]	200,000	0629	-50%	100,000	
B	6	30	조정식의 편편투데이 (3부)	[KNN,TBC,KBC,JTV,UBC,G1,JIBS]	200,000	0659		100,000	
		7	30	김영철의 파워 FM (1부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	600,000	0729	+25%	250,000
	김영철의 파워 FM (2부)		[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	600,000	0759	250,000			
8	30	김영철의 파워 FM (3부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	600,000	0829	250,000			
		김영철의 파워 FM (4부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	600,000	0859	250,000			
9	30		아름다운 아침 김창완입니다 (1부)	[TBC,KBC,TJB,JTV,CJB,JIBS(평일 JIBS 릴레이 제외)]	400,000	0929	200,000		
			아름다운 아침 김창완입니다 (2부)	[TBC,KBC,TJB,JTV,CJB,JIBS(평일 JIBS 릴레이 제외)]	400,000	0959			
	10	30	아름다운 아침 김창완입니다 (3부)	[TBC,KBC,TJB,JTV,CJB,JIBS(평일 JIBS 릴레이 제외)]	400,000	1029			
			아름다운 아침 김창완입니다 (4부)	[TBC,KBC,TJB,JTV,CJB,JIBS(평일 JIBS 릴레이 제외)]	400,000	1059			
11	30		시네타운 (1부)	[KNN,TJB] (평일 KNN 릴레이 제외)	400,000	1129	200,000		
			시네타운 (2부)	[KNN,TJB] (평일 KNN 릴레이 제외)	400,000	1159			
PM 12	30		최화정의 파워타임 (1부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	400,000	1229	200,000		
			최화정의 파워타임 (2부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	400,000	1259			
	1	30	최화정의 파워타임 (3부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	400,000	1329			
			최화정의 파워타임 (4부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	400,000	1359			
2	30		두시탈출 컬투쇼 (1부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	900,000	1429	+100%	400,000	
			두시탈출 컬투쇼 (2부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	900,000	1459		400,000	
	3	30	두시탈출 컬투쇼 (3부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	900,000	1529		400,000	
			두시탈출 컬투쇼 (4부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	900,000	1559		400,000	
4	30		황제성의 황제파워 (1부)	[G1,JIBS]	500,000	1629	+25%	250,000	
			황제성의 황제파워 (2부)	[G1,JIBS]	500,000	1659		250,000	
	5	30	황제성의 황제파워 (3부)	[G1,JIBS]	500,000	1729		250,000	
			황제성의 황제파워 (4부)	[G1,JIBS]	500,000	1759		250,000	
6	30		박소현의 러브게임 (1부)	[UBC,G1]	500,000	1829	250,000		
			박소현의 러브게임 (2부)	[UBC,G1]	500,000	1859			
	7	30	박소현의 러브게임 (3부)	[UBC,G1]	500,000	1929			
			박소현의 러브게임 (4부)	[UBC,G1]	500,000	1959			
8	30		영스트리트 (1부)	[KNN(월,일),KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2029	200,000		
			영스트리트 (2부)	[KNN(월,일),KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2059			
9	30		영스트리트 (3부)	[KNN(월,주말),KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2129	100,000		
			영스트리트 (4부)	[KNN(월,주말),KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2159			
	10	30	배성재의 텐 (1부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2229		-50%	100,000
			배성재의 텐 (2부)	[KNN,TBC,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2259			100,000
11	30		뮤직하이 (1부)	[KNN,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2329	100,000		
			뮤직하이 (2부)	[KNN,KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,G1,JIBS]	200,000	2359		100,000	
C	AM 12		뮤직하이 (3부)	[KNN,TBC(일 제외),KBC,TJB,JTV,UBC,CJB,JIBS]	100,000	2459	-75%	50,000	
	1		애프터클럽 (1부)	[KNN,TBC,KBC,JTV,UBC,CJB,JIBS]	100,000	2559		50,000	
	2		애프터클럽 (2부)	[KNN,TBC,KBC,JTV,UBC,CJB,JIBS]	100,000	2659		50,000	
	3		김주우의 팍스테이션 (1부)	[KNN(주말 제외),TBC,TJB,CJB,G1]	100,000	2759		50,000	
	4		김주우의 팍스테이션 (2부)	[KNN(주말 제외),TBC,TJB,CJB,G1]	100,000	[SB 기준 요금 200,000]			

※ 벤처광고 : 0659, 1059, 1159, 2059, 2259

▶ FM 103.5 MHz / AM 792 KHz

▶ SB요금 A : 100,000 B : 50,000 C : 20,000

▶ 시보요금 A : 60,000 B : 30,000 C : 10,000

KNN 비 릴레이
(22.05.16 기준)

급	시	분	월 - 금	토 - 일	분	시	실방송요금	
C	AM	5	30	최영주의 아침편지	30	AM 5	30,000	
B	6	05	SBS뉴스(비매)	김선재의 책하고 놀자	30	6	70,000	
			고현준의 뉴스 브리핑					
A	7	30	1부	이숙영의 러브FM	1부	30	7	150,000
			2부		2부			
			3부		3부			
			4부		4부			
	8	30	05	SBS뉴스(비매)	DJ래피의 드라이브 뮤직	05	9	150,000
			30	정치쇼				
	9	30	05	SBS뉴스(비매)	DJ래피의 드라이브 뮤직	05	10	150,000
			30	정치쇼				
	10	30	05	SBS뉴스(비매)	DJ래피의 드라이브 뮤직	05	10	150,000
			30	정치쇼				
	11	30	05	SBS뉴스(비매)	정철진의 목돈연구소	30	11	150,000
			30	정치쇼				
PM	12	30	05	SBS뉴스(비매)	PM 12	12	150,000	
			30	정치쇼				30
1	30	05	SBS뉴스(비매)	허지용 쇼	30	1	150,000	
		30	정치쇼					30
2	20	05	SBS 뉴스(비매)	SBS 뉴스(비매)	05	2	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
3	30	05	SBS 뉴스(비매)	윤수현의 천태만상	30	3	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
4	30	05	SBS 뉴스(비매)	뜨거우면 지상열	30	4	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
5	30	05	SBS 뉴스(비매)	뜨거우면 지상열	30	5	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
6	30	05	SBS 뉴스(비매)	정엽의 LP 카페	30	6	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
7	30	05	SBS 뉴스(비매)	정엽의 LP 카페	30	7	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
8	30	05	SBS 뉴스(비매)	간미연의 러브나잇	30	8	150,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
9	30	05	SBS 뉴스(비매)	간미연의 러브나잇	30	9	70,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
B	10	30	05	SBS 뉴스(비매)	최백호의 낭만시대	30	10	70,000
			30	SBS 낮 종합뉴스				
11	30	05	SBS 뉴스(비매)	최백호의 낭만시대	30	11	70,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
AM	12	30	05	SBS 뉴스(비매)	박은경의 스위트 뮤직박스	30	AM 12	30,000
			30	SBS 낮 종합뉴스				
C	1	30	05	SBS 뉴스(비매)	박은경의 스위트 뮤직박스	30	1	30,000
			30	SBS 낮 종합뉴스				
2	30	05	SBS 뉴스(비매)	이현경의 뮤직토포아	30	2	30,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
3	30	05	SBS 뉴스(비매)	이현경의 뮤직토포아	30	3	30,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30
4	30	05	SBS 뉴스(비매)	김정일의 생생가요	30	4	30,000	
		30	SBS 낮 종합뉴스					30

※ 러브 FM : 5분, 10분, 15분 프로그램 - SB광고 미판매

※ 벤처광고띠 : 0759, 0859, 1059, 1159, 1459, 1859, 1959

▶ SSA SA A B

*15초 기준 단가이며 광고길이에 따라 요금 조정

시	분	월	화	수	목	금
4	30	동강아지들	동강아지들	나는 SOLO	나는 SOLO	나는 SOLO
5	20					
6	30	미운 우리 새끼	동상이몽2 너는 내운명	30 TV 동물농장	접속! 무비월드	신발벗고 돌싱포맨
7	20					
8	30	판타스틱 패밀리 - DNA 싱어	집사부일체	40 접속! 무비월드	TV 동물농장	편먹고 공치리 4
9	30	오픈런	오픈런	오픈런	오픈런 스페셜	오픈런 스페셜
10	30	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	미운 우리 새끼	동상이몽2 너는 내운명	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	당신이 혹하는 사이 4
11	20					
12	40	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	미운 우리 새끼	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	동상이몽2 너는 내운명
13	30	당신이 혹하는 사이 4	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사		신발벗고 돌싱포맨	20 나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다
14	20					
15	50	나는 SOLO	당신이 혹하는 사이 4	30 동상이몽2 너는 내운명	10 나는 SOLO	30 신발벗고 돌싱포맨
16	30	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사		40 꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	40 신발벗고 돌싱포맨	미운 우리 새끼
17	10					
18	30	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	미운 우리 새끼	10 미운 우리 새끼	동상이몽2 너는 내운명	10 꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기
19	30	미운 우리 새끼	동상이몽2 너는 내운명	20 신발벗고 돌싱포맨	50 골 때리는 그녀들	50 나는 SOLO
20	40					
21	40	오픈런	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	30 나는 SOLO	20 미운 우리 새끼	신발벗고 돌싱포맨
22	30	미운 우리 새끼	동상이몽2 너는 내운명	30 나는 SOLO	30 나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	40 꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기
23	50					
24	30	동상이몽2 너는 내운명	나는 SOLO	40 오픈런	10 나는 SOLO	40 나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다
1	30					
2	30	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	집사부일체	20 신발벗고 돌싱포맨	50 골 때리는 그녀들	50 미운 우리 새끼
3	30	접속! 무비월드	TV 동물농장	50 꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	50 TV 동물농장	

시	분	토	일	분	시
4	30	동상이몽2 너는 내운명	골 때리는 그녀들	30	4
5	40			40	5
6	30	골 때리는 그녀들	신발벗고 돌싱포맨	30	6
7	20				
8	30	TV 동물농장	집사부일체	30	7
9	30	오픈런 스페셜	오픈런 스페셜	30	8
10	30	미운 우리 새끼	접속! 무비월드	40	9
11	40				
12	30	동상이몽2 너는 내운명	동상이몽2 너는 내운명	30	10
13	20	골 때리는 그녀들	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	10	11
14	30	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	미운 우리 새끼	40	12
15	30	나는 SOLO	나는 SOLO	30	13
16	30	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	40	14
17	40	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	30	15
18	10	신발벗고 돌싱포맨	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	30	16
19	20	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	50	17
20	30	당신이 혹하는 사이 4	당신이 혹하는 사이 4	30	18
21	30	미운 우리 새끼	나는 SOLO	30	19
22	30	나는 SOLO	나는 SOLO	30	20
23	10	오늘의 웹툰 /천원짜리 변호사	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	10	21
24	30	신발벗고 돌싱포맨	미운 우리 새끼	30	22
1	30				
2	30	미운 우리 새끼	당신이 혹하는 사이 4	20	23
3	30				

▶ SSA SA A B

*15초 기준 단가이며 광고길이에 따라 요금 조정

시	분	월	화	수	목	금
4	30	나는 SOLO	나는 SOLO	나는 SOLO	나는 SOLO	나는 SOLO
5	20	런닝맨	접속! 무비월드	신발벗고 돌싱포맨	런닝맨	TV 동물농장
6	30		런닝맨	미운우리새끼	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	런닝맨
7	10	편먹고 공치리 4	미운우리새끼	집사부일체	신발벗고 돌싱포맨	골 때리는 그녀들
8	50		접속! 무비월드	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜
9	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
10	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
11	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
12	40	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
13	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
14	20	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
15	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
16	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
17	40	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
18	40	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
19	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
20	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
21	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
22	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
23	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
24	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
1	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
2	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜
3	30	오�픈런	오�픈런	오�픈런	오�픈런 스페셜	오�픈런 스페셜

시	분	토	일	분	시
4	30	골 때리는 그녀들	미운 우리 새끼	30	4
5	30	미운 우리 새끼	런닝맨	30	5
6	30	미운 우리 새끼	런닝맨	30	6
7	30	편먹고 공치리 4	골 때리는 그녀들	40	7
8	30	편먹고 공치리 4	골 때리는 그녀들	30	8
9	30	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	런닝맨	20	9
10	30	런닝맨	런닝맨	30	10
11	30	런닝맨	런닝맨	30	11
12	10	런닝맨	런닝맨	40	12
13	50	런닝맨	런닝맨	30	13
14	30	런닝맨	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	20	14
15	30	나는 SOLO	미운 우리 새끼	30	15
16	30	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	미운 우리 새끼	30	16
17	30	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	미운 우리 새끼	30	17
18	30	편먹고 공치리 4	나는 SOLO	10	18
19	40	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	30	19
20	10	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	런닝맨	30	20
21	20	런닝맨	나는 SOLO, 그 후 사랑은 계속된다	30	21
22	30	런닝맨	런닝맨	30	22
23	30	런닝맨	당신이 좋아하는 사이 4	30	23
24	40	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기	미운우리새끼	30	24
1	30	골 때리는 그녀들	TV 동물농장	30	1
2	10	골 때리는 그녀들	TV 동물농장	30	2
3	30	골 때리는 그녀들	TV 동물농장	30	3

중소기업 방송광고 및 광고소재제작 지원 안내

SBS M&C는 지상파 방송광고의 진입장벽을 낮춰, 우수중소기업의 마케팅 활동을 지원하고, 방송광고 시장의 활성화에 기여하고자 혁신형 중소기업 방송광고 지원 사업을 실시하고 있습니다. 성장가능성이 높은 중소기업의 든든한 마케팅 지원자로서 상생의 협력관계를 통해 함께 성장해 나갈 것을 기대합니다.

☑ 지원내용

구분	지원기간	지원내역		지원한도액
		벤처우선 시간대	TV 벤처우선 시간대 외	
내용	최초 On-air ~ 3년	정상기준 70% 할인	정상가구매+ 보너스 250% 지급	50억

※ 지원 한도는 실 구매액과 할인 받은 금액 및 보너스 방송광고 금액을 합한 금액

※ 라디오 집행 시 보너스를 100%이상 제공 (협의必)

☑ 지원매체 SBS-TV 및 SBS-RD

☑ 지원신청자격

- 벤처, 이노비즈, 메인비즈, 우수 그린비즈, 녹색인증 중소기업, 하이서울 브랜드 중소기업, IP스타기업, 지식재산경영인증기업 선정 중소기업
- 사회적 기업, 두뇌역량우수 전문기업 인증을 받은 중소기업
- 신청일 기준 최근 6개월 내 지상파 방송광고 집행 경험이 없는 기업

☑ 신청방법 및 일정

- 이메일 접수 (매월 27일까지)

전체 내용 보기



선정 제외대상 보기



☑ SBS M&C 방송광고 소재제작 지원 안내

목적 및 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나로 인해 어려워진 사업 환경에서 마케팅 활동 지원(방송광고 소재 제작 지원)을 통해 중소기업 성장에 기여하고, 방송광고시장과 중소기업간 성장의 선순환 구조 형성
지원 부분	<ul style="list-style-type: none"> • TV CF / 라디오 방송광고 소재 제작비 지원 (지원금 소진시까지)
지원 금액	<ul style="list-style-type: none"> • TV CF 소재 제작 지원: 제작 조건에 따라 결정되며, 최대 3천만원을 넘을 수 없음 • 라디오 소재 제작 지원 금액 250만원(A타입) / 500만원(B타입) (1건 기준)
지원 혜택 (선택 적용)	<ul style="list-style-type: none"> • SBS TV 광고 노출 할인 (일부 시간대 최대 70%), 보너스 250% 제공 • SBS-AM/FM 광고 노출 할인 (일부 시간대 최대 70%) • 광고 집행 시, 집행 희망 금액에 따라 제안서 제공

광고소재 제작지원 자세히 알아보기



☑ 방송광고 소재제작 지원 형태

- 제작 기관: SBS M&C 제작 스튜디오
- 필요 자료: 광고문구 및 제품 이미지 등 (제작 미팅 진행)
- TV 소재 제작의 경우, 제작물에 따라 비용 확인 필요 (모델비 및 기타 출연료 별도)
- 방송광고 소재 제작 후 6개월 내 방송광고 매체 집행 필요 (SBS 우선 집행)
- 라디오 제작의 경우, 아래 2가지 유형 중 선택 (추가 더빙 및 모델 이슈 발생시 별도 협의, 추가 금액 기업 부담)
- **유형별 혜택 지원 적용 가격으로 제작 진행**

A타입

성우 나레이션 전문 350만원 → **100만원**
(250만원 제작지원 + 광고주본인부담 100만원)

A타입 사례 들기!



*성우1명, 음악1곡, 소재1편(20초) 제작 기준

- 추천: 기업 또는 이벤트 광고
- 형태: 전달 하고자 하는 내용이 많을 경우, 성우를 활용하여 정보전달
- 성우 선정에 따라 지원 금액 변동 가능

B타입

라디오 CM송 제작: 800만원 → **300만원**
(500만원 제작지원 + 광고주본인부담 300만원)

B타입 사례 들기!



*CM송 소재1편(20초) 제작 기준

- 추천: 프랜차이즈, 식품 및 제품 광고
- 형태: 중독성 있는 브랜드가 필요한 경우, 다양한 용도로 사용 가능
- 성우 선정에 따라 지원금액 변동 가능

☑ 신청방법 및 일정

- 지원 마감 일정: 매월 마지막주 월요일_지원금 소진 시 까지
- 신청 방법: 아래 담당자에게 신청서 작성 후 메일 전달
- 신청서: SBS M&C_중소기업 광고제작 지원 신청서 1부 / 중소기업 관련 인증서(벤처, 이노리어 등) 1부 / 사업자등록증 1부
- 방송광고 소재 제작 후 6개월 내 방송광고 매체 집행 필요 (SBS 우선 집행)

☑ 문의사항

- SBS M&C 혁신형중소기업 방송광고 지원 담당자: AGILE팀 김도훈 프로 / 02-6262-2924 / dohoon.kim@sbs.co.kr

광고마케팅 본부 CONTACT POINT

SBS-TV / SBS Plus, SBS funE	양승요	프로	02-6262-2868	seoungyo@sbs.co.kr
	김도훈	프로	02-6262-2924	dohoon.kim@sbs.co.kr
	이세영	프로	02-6262-2883	lee230@sbs.co.kr
	김서영	프로	02-6262-2972	seyoungkim@sbs.co.kr
SBS Radio	김진만	프로	02-6262-2952	jimmani@sbs.co.kr
	이범주	프로	02-6262-2829	category@sbs.co.kr
IMC (드라마, 예능, 제작, BTL)	박진수	팀장	02-6262-2965	pjs0928@sbs.co.kr
IMC (교양, 캠페인, 협찬)	김태환	팀장	02-6262-2995	kth@sbs.co.kr
혁신형 중소기업 문의	김도훈	프로	02-6262-2924	dohoon.kim@sbs.co.kr
OBS	이범주	프로	02-6262-2829	category@sbs.co.kr
지역민방(부산, 울산, 제주)	최선하	프로	051-850-9940	csha0130@sbs.co.kr
지역민방(광주, 전주)	임진	프로	062-650-3330	jjin0612@sbs.co.kr
지역민방(대전, 청주)	유영수	프로	042-281-1171	zerosoo@sbs.co.kr
지역민방(대구, 강원)	김홍근	프로	053-760-2081	dgmicre@sbs.co.kr
SBS 광고팀 CM 송출 데스크	김양현	차장	02-2113-3232	edit72@sbs.co.kr
	최윤석	차장	02-2113-3232	yschoi@sbs.co.kr



플친맺고 cream을
1등으로 받아보자!

cream

2022년 9월호 (제 129호)

SBS M&C

광고문의: 서울특별시 종로구 종로1 교보생명빌딩 11층
02)6262 - 2929 www.methodia.co.kr

“2022년 우리,
다시 함께 모여 노래해볼까요?”

SING · FOR · GOLD
싱포골드

퍼포먼스 K-합창 배틀, SING FOR GOLD



2022년 9월 첫방송