



TVING CJ ENM

2026 KBO 정규리그 기획형 상품안

26.06

TVING Ad Business & Platform

© 2026. TVING Corp. All right reserved.

TVING

2026 KBO 정규리그 기획형 상품

MARKETING CASE STUDY



<슈퍼매치> 기획 PPL

메디힐

TVING KBO TSM <WAR밍업> 협찬 사례



<팬덤중계> 기획 PPL, 가상광고

카카오페이증권

TVING 2026 WBC <팬덤중계> 협찬 사례

메디힐 × KBO 콜라보 에디션

| TVING <WAR밍업> PPL 사례

캠페인 개요

KBO 에디션 출시 시점에 맞춰 TVING SUPER MATCH를 브랜드 경험의 무대로 활용했다.

경기 중계와 <WAR밍업>을 유기적으로 연계해 메디힐 × KBO 에디션을 콘텐츠 안에 자연스럽게 스며들게 했으며, 야구 팬들의 몰입을 유지하는 동시에 브랜드 인지도와 제품 관심도를 효과적으로 확대했다.

캠페인 전략

광고는 짧았지만, 브랜드 경험은 길어야 했다. 경기 전의 기대감부터 경기 중의 몰입, 경기 후의 여운까지. 시청 동선을 따라 4단계 PPL을 설계해 제품을 '보여주는 것'이 아닌 '자연스럽게 경험하게 하는 것'에 집중했다.

- 1 <WAR밍업> 프로그램 내 제품 소구
- 2 출연진 직접 체험 및 소구
- 3 구단 선수 인터뷰 연계
- 4 LIVE 현장 연출(관중석+캐스터 멘트)
- 5 사후 바이얼 확장

PROCESS 콘텐츠의 흐름 안에 브랜드를 녹여, 광고의 존재감을 줄이는 대신 제품이 사용되는 맥락을 극대화, 자연스러운 브랜드 경험 완성

1 경기 선정

메디힐 × KBO 구단 패키지
프로모션 일정에 맞춰,
제품 노출 효과를 극대화할 수 있는
경기와 콘텐츠를 전략적으로 선정

MEDIHEAL × KBO

2 <WAR밍업> 내 제품 소구

해설진 4인의 자연스러운 사용 맥락을 통해 제품의 핵심 베네핏을 설득력 있게 전달



3 키 플레이 인터뷰 연계

키 플레이어에게 제품 제공,
경기 외 콘텐츠에서도 자연스러운 추가 노출 확보



메디힐 × KBO 콜라보 에디션 | TVING <WAR밍업> PPL 사례

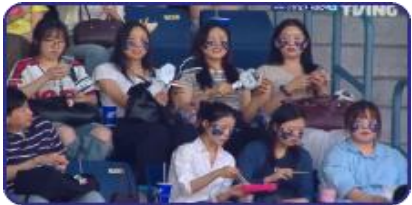
CAMPAIGN INSIGHT

브랜드를 보여주는 대신 경험하게 했다. 직관과 응원이라는 콘텐츠의 맥락에 제품 배너를 자연스럽게 연결하고, 경기 전·중·후를 아우르는 다층적 브랜드 경험을 설계해 팬덤의 자발적인 관심과 참여를 이끌어냈다.

PROCESS 콘텐츠의 흐름 안에 브랜드를 녹여, 광고의 존재감을 줄이는 대신 제품이 사용되는 맥락을 극대화, 자연스러운 브랜드 경험 완성

4 경기 중계 LIVE_관중석 노출

관중석 속 자연스러운 제품 노출에 이어 캐스터 멘트로 핵심 메시지를 연결하며, 브랜드 인지 효과 극대화



5 경기 종료 후

경기 종료 후 MVP 인터뷰 시 브랜드 제품을 선물로 제공하며 소구 포인트 재연급



6 PPL 이후 바이럴 확산

• 티빙톡, 현장 이벤트 영상 바이럴 확대

→ 브랜드를 노출하는 대신, 팬들이 브랜드를 자연스럽게 경험하도록 설계



카카오페이증권 | TVING 2026 WBC <팬덤중계> 협찬 사례

GOAL

- 브랜드 자연 노출 및 서비스 강화
- 시청 몰입은 유지하면서 브랜드 노출 효과 극대화

INSIGHT

- 경기 이벤트와 광고 메시지 연결
- 홈런 • 안타 • 삼진 등 상황별 전용 소재 운영

CAMPAIGN RESULT

- 시청 흐름 방해 없는 자연 노출로 몰입도와 주목도 향상
- 경기 맥락과 연결된 브랜드 인지도 및 친숙도 강화

PROCESS

경기 흐름과 연결된 맥락형 광고를 통한 브랜드 노출 효과 극대화

기획 / 단순 PPL

서비스 언급 및
자연스럽게 광고주 캐릭터 노출



맥락형 가상광고

경기 흐름에 맞춰 다양한 광고 소재 활용

기본 중계

기본 배너 광고에 브랜드 로고 및 메시지 노출



경기 맥락

삼진, 홈런, 안타 상황(맥락)에 맞춰
전용 크리에이티브 소재 운영



TVING

2026 KBO 정규리그 기획형 상품

LINE - UP

PPL	기획 PPL	가상광고	<팬덤중계> 폴프레임 가상광고
	이벤트 PPL		<슈퍼매치> 빅 가상광고
	기능 PPL		<슈퍼매치> 베이직 가상광고
	단순 PPL		<슈퍼매치> 이닝 하이라이트 가상광고 N
	<슈퍼매치> 하이라이트 쇼츠 PPL N		<슈퍼매치> 투수&투구 정보 가상광고 N
	<슈퍼매치> 메인 디스플레이 PPL		<슈퍼매치> DUE UP 가상광고 N

타이틀 브랜드 ID

하이라이트 클립 범퍼

협찬고지

라이선스

기획 PPL

※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 세부 컨디션은 모두 상이할 수 있습니다.
제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의의 제안으로 인한 불이익은 당사가 책임지지 않습니다.



프로그램

팬덤중계, 슈퍼매치

상품 소개

브랜드/제품 USP 소구를 위한 별도 기획 구성 및 연출이 포함된 PPL

상품 특징

프로그램 내용 상 자연스럽게 제품을 소구하기 위한 구성과 멘트를
직접 기획하고 연출 가능

상품 단가

<팬덤중계> 4천만원, <슈퍼매치> 2천만 원

- 슈퍼매치 PPL은 경기 전후 오리지널 구성 구간인 <WAR밍업쇼> 내 진행 가능하며, 실제 경기 중 PPL 진행은 불가합니다.
- PPL 진행 일정은 중계 편성에 따라 우선 취소, 편성 변경 등 불가피한 사유로 조정될 수 있습니다.
- 광고주의 요청에 의한 일정 변경, 연출 변경, 진행 취소 시 발생하는 추가 비용은 광고주 부담으로 진행됩니다.
- PPL 특성 상 진행되는 내용은 제작진과 사전 협의 및 상호 동의 하에 최종 진행됩니다.
- 광고주는 PPL 진행에 필요한 제품을 라이브 일정에 맞춰 제공해야 하며 PPL 진행과 직접적으로 연관된 제품 제공, 배송, 소모비는 광고주 부담입니다.
- 라이선스는 브랜드-콘텐츠 연계 공식 보도자료 배포 활동에 한해 제공되며, 마케팅 활용 시 반드시 사전 공유 필요합니다. (초상권 및 푸티지 활용 별도 협의)

✓ 기획 집행 사례 (실시간 티빙특 반응)



이벤트 PPL

※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 세부 컨디션은 모두 상이할 수 있습니다.
제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의의 제안으로 인한 불이익은 당사가 책임지지 않습니다.



프로그램

팬덤중계, 슈퍼매치

상품 소개

시청자 대상 이벤트 병행 홍보 PPL

상품 특징

시청자들이 직접 참여할 수 있는 이벤트를 기획하고 참여를 유도하는
멘트 및 자막(QR) 등을 함께 노출하여 즉각적인
유저 인게이지먼트 확산이 가능

상품 단가

3천만 원

- PPL 진행 일정은 중계 편성에 따라 우선 취소, 편성 변경 등 불가피한 사유로 조정될 수 있습니다.
- 구성 및 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로, PPL 특성 상 진행되는 내용은 제작진과 사전 협의 및 상호 동의 하에 최종 진행됩니다.
- <팬덤중계> 진행자는 광고주 요청에 따라 지정 인물로 섭외 협의가 가능하나, 야구 중계 이해도 및 해당 구단 팬덤에 대한 충분한 이해를 갖춘 호스트에 한해 진행 가능합니다.
- 진행자 섭외 가능 여부는 제작진 검토 및 내부 협의를 통해 최종 확정되며, 요청 인물이 아니라 하더라도 제작 컨셉 및 운영 여건에 따라 섭외가 제한될 수 있습니다.
- 내부 기준 섭외비를 초과하는 진행자 섭외가 필요한 경우, 추가 발생 비용에 대한 광고주 부담 및 사전 협의가 필수적으로 요구됩니다.
- 라이선스는 브랜즈-콘텐츠 연계 공식 보도자료 배포 활동에 한해 제공되며, 마케팅 활용 시 반드시 사전 공유 필요합니다. (초상권 및 푸티지 활용 별도 협의)

이벤트 PPL 예시 (팬덤중계)



진행자 멘트 :

“아 여러분~! 야구 볼 때 치킨이 빠지면 되겠습니까?
오늘 이 슈퍼매치를 시청하시는 여러분들 전용
할인 쿠폰 아래 자막으로 나가고 있죠!
지금 바로 주문하세요!”

기능/단순 PPL

※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 세부 컨디션은 모두 상이할 수 있습니다.
제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의의 제안으로 인한 불이익은 당사 책임지지 않습니다.



프로그램

팬덤중계, 슈퍼매치

상품 소개

브랜드/제품의 기능을 직접 소개하는 PPL

상품 특징

단순 제품 비치 및 제품의 기능을 보여줄 수 있는 PPL 진행하여
브랜드 및 제품의 자연스러운 반복 노출 진행

상품 단가

2천만 원

- PPL 진행 일정은 중계 편성에 따라 우선 취소, 편성 변경 등 불가피한 사유로 조정될 수 있습니다.
- 광고주의 요청에 의한 일정 변경, 연출 변경, 진행 취소 시 발생하는 추가 비용은 광고주 부담으로 진행됩니다.
- 광고주는 PPL 진행에 필요한 제품을 라이브 일정에 맞춰 제공해야 하며 PPL 진행과 직접적으로 연관된 제품 제공, 배송, 소모비는 광고주 부담입니다.
- 노출 범위 및 세부 멘트와 표현 수위는 제작진과의 사전 협의를 통해 결정되며, 콘텐츠 흐름 및 제작 방향성에 따라 일부 조정될 수 있습니다.
- 콘텐츠 성격 상 광고주의 모든 요청사항이 반영되지 않을 수 있으며, 이는 제작상 정상적인 범위로 간주됩니다.
- 라이선스는 브랜드-콘텐츠연계 공식 보도자료 배포 활동에 한해 제공되며, 마케팅 활용 시 반드시 사전 공유 필요합니다. (초상권 및 푸티지 활용 별도 협의)

✓ 단순 PPL 집행 사례



슈퍼매치 하이라이트 쇼츠 PPL^N

※ 상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



상품 소개

TVING 슈퍼매치 하이라이트 쇼츠를 활용한 독점 브랜딩 상품

TVING 및 YouTube TVING SPORTS 채널에 업로드 되는
쇼츠 콘텐츠 하단 영역을 활용하여,
광고주 로고·슬로건·고정형 이미지 등을 노출하는 스포츠 브랜딩 상품

상품 특징

타 플랫폼과 달리 KBO 영상을 활용할 수 있는
독점성을 기반으로 한 차별화 상품
짧고 자연스러운 노출 및 알고리즘 기반 확산을 통해
브랜드 핵심 메시지 빠르게 각인 가능

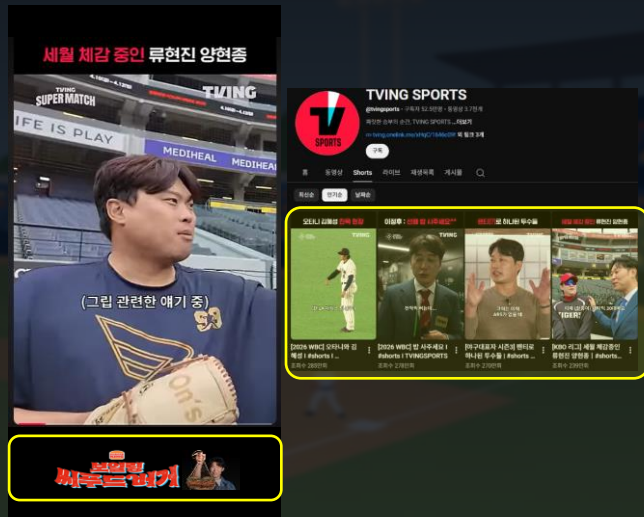
업로드 위치

TVING
YouTube_TVING SPORTS 채널(구독자 52.5만 명)

상품 단가

월 3천만 원(월 간 8개 업로드 기준, 주 2회 업로드) **월 1구좌 한정**
개별 집행 시 **편당 500만 원**

슈퍼매치 하이라이트 쇼츠 PPL 예시



- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 광고 배너 영역 사이즈는 하단이며, 광고 소재 사이즈는 600*140, 700*140, 700*180 중 택 1 가능합니다.

- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 무방이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규(Social rule)에 어긋날 경우 진행이 불가합니다.

슈퍼매치 빅가상광고

※상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



✓ 슈퍼매치 빅가상광고 집행 사례

상품 소개

경기 화면 위에 **디지털 오버레이** 방식으로 송출하는
5초 분량의 플래시 형태의 광고

상품 특징

시청 흐름을 방해하지 않는 자연스러운 구간에
TVC 대비 2배 확장된 사이즈로 주목도 있는 노출 가능

노출 횟수

4주 간 약 48회 노출 (경기당 6회)

상품 단가

3천만 원 / 월

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 1회 집행 시 최대 3구좌까지 집행 가능합니다. (3구좌 집행 시 약 144회 송출)
- 원활한 집행을 위해 광고 라이브 3명업일 전 소재 전달 필요합니다.



- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주측 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 우빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규 (Social rule)에 어긋날 경우 집행이 불가합니다.

슈퍼매치 베이직 가상광고

※상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



상품 소개

화면 우하단 1/4 영역을 활용해 광고주 로고 및 메시지를
5초 플래시 형태로 노출하는 가상광고 상품

상품 특징

중계 화면을 해치지 않는 우하단 세이프존 영역에 노출되는
가상광고로, 기존 '빅 가상광고' 상품보다 경기당 1회 추가노출 가능

노출 횟수

4주 간 약 56회 노출 (경기당 7회)

상품 단가

3천만 원 / 월

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 1회 집행 시 최대 3구좌까지 집행 가능합니다. (3구좌 집행 시 약 144회 송출)
- 원활한 집행을 위해 광고 라이브 3명업일 전 소재 전달 필요합니다.

✓ 슈퍼매치 베이직 가상광고 집행 예시



- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주측 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 무빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규(Social rule)에 어긋날 경우 집행이 불가합니다.

TSM 이닝 하이라이트 가상광고 ^N

※상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



상품 소개

이닝 하이라이트 구간에 **하단 배너 영역**을 활용해
광고주 로고 및 슬로건을 노출하는 가상광고 상품

상품 특징

경기 핵심 장면인 이닝 별 주요 플레이 및 하이라이트에
노출하여 높은 주목도와 광고 집중도 확보 가능

노출 횟수

4주 간 약 48회 노출 (경기당 6회)

상품 단가

5천만 원 / 월 **1구좌 한정**
7월 한정 2,500만 원(단, 7월 내 운행 기준)

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 원활한 집행을 위해 광고 라이브 3영업일 전 소재 전달 필요합니다.
- 광고 소재는 당사에서도 제작 가능합니다.

✓ TSM 이닝 하이라이트 가상광고 예시



TikTok

틱톡에서 더 넓은 세상을 만나보세요.

- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주측 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 무빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규(Social rule)에 어긋날 경우 진행이 불가합니다.

투수&투구 정보 가상광고 ^N

※상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



✓ 투수&투구 정보 가상광고 집행 사례

상품 소개

투수 및 투구 정보 CG 상단에 광고주 로고를 노출하는
가상광고 상품

상품 특징

시청자가 경기 정보를 확인하기 위해 실제로 주목하는 영역에
노출되어 일반 배너 대비 높은 시선 체류 가능성과 주목도 확보 가능

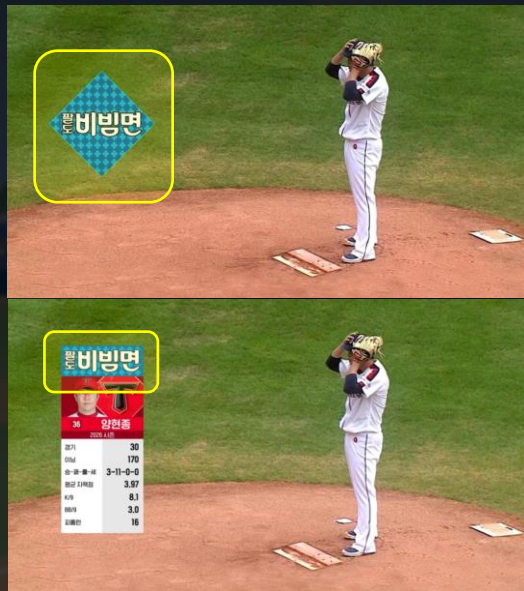
노출 횟수

4주 간 최소 32회 노출 (경기당 최소 각 2회씩 4회)

상품 단가

2천만 원 / 월 **1구좌 한정**
7월 한정 1천만 원(단, 7월 내 운행 기준)

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 상품 운영 특성 상, 광고 소재는 당사에서 직접 제작합니다. 제작 기간은 영업일 기준 최대 7일 소요될 수 있으며, 제작 예상 일정은 변동될 수 있습니다.
- 필요 소스: 광고주 CI or BI, 디자인 가이드(제품패키지 등) ai파일



- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 우빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규 (Social rule)에 어긋날 경우 진행이 불가합니다.

DUE UP 가상광고 ^N

다음 이닝 예정 타자 CG

※상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



✓ DUE UP 가상광고 집행 사례



상품 소개

이닝 전환 시점에 노출되는 **DUE UP AR 그래픽** 내에
광고주 브랜드 로고를 노출하는 프리미엄 가상광고 상품

상품 특징

전체 중계사 중 TVING TSM에만 제공하는 차별화된
중계 그래픽으로, 브랜드를 결합해 이닝 전환 시점마다
주목도 높은 반복 노출이 가능

노출 횟수

4주 간 최소 112회 노출 (경기당 14~18회)

상품 단가

3천만 원 / 월 **1구좌 한정**
7월 한정 1,500만 원(단, 7월 내 운행 기준)

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 상품 운영 특성 상, 광고 소재는 당사에서 직접 제작합니다. 제작 기간은 영업일 기준 최대 7일 소요될 수 있으며, 제작 예상 일정은 변동될 수 있습니다.
- 요청 소스: 로고 파일, 브랜드 폰트(있을 경우), 그 외 디자인 가이드

- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주측 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 삽입되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 무빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의 필요합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규(Social rule)에 어긋날 경우 진행이 불가합니다.

슈퍼매치 메인 디스플레이 PPL

※ 상품별 횟수는 편성 경기 수 기준으로 산정한 예상 횟수이며,
우천 및 폭염 등의 이슈로 경기 취소 시 변동될 수 있습니다.



프로그램

슈퍼매치 ONLY

상품 소개

메인 데스크 중앙 디스플레이에 브랜드 요소를 롤링 방식으로
지속 노출하는 프리미엄 단순 PPL

상품 특징

- 브랜드 및 제품의 핵심 메시지를 프리미엄 대형 스크린을 통해
장시간 노출 가능 (노출 길아: 최소 10분)
- 브랜드 로고, 슬로건, 제품 이미지 등 캠페인 목적에 맞는
다양한 크리에이티브 형태로 노출 가능

상품 단가

5천만 원

7월 한정 3천만 원(단, 7월 내 운행 기준/운행 시작 일정 사전 협의 必)

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 8경기(4주) 기준으로 노출되며 우천 취소에 따라 경기 수가 기간 내 경기 수가 감소될 수 있습니다.
- 원활한 집행을 위해 광고 라이브 3명업일 전 소재 전달 필요합니다.
- 소재는 사전 검수 필요하며, 검수 결과에 따라 소재 수정 필요할 수 있습니다.
- 광고 소재는 당사에서도 제작 가능합니다.

슈퍼매치 메인 디스플레이 PPL 예시



- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.
- 소재는 가이드에 맞춰 광고주측 제작 필요하지만, 필요 시 제작 지원 가능합니다. (제작비는 별도 청구)
- 상임되는 소재는 시청에 방해되지 않는 선의 무빙이 있는 소재도 가능하며, 최종 가능 여부는 협의합니다.
- OTT 특성 상, 방송 심의 대상은 아니나, 노출 희망하는 소재/문구 등이 사회 상규(Social rule)에 어긋날 경우 진행이 불가합니다.

팬덤중계 풀프레임 가상광고

※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 세부 컨디션은 모두 상이할 수 있습니다.
제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의의 제안으로 인한 불이익은 당사가 책임지지 않습니다.



프로그램

팬덤중계 ONLY

상품 소개

팬덤중계 화면 내 가상광고 영역을 활용한 래핑

상품 특징

특정 팬덤들이 집중 시청하는 중계화면에
해당 팬덤을 타겟으로
주목도 높은 래핑 광고 노출 가능

가상광고 영역



상품 단가

3천만 원 (제작비 별도)

- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 프로그램 특성 상 특정 구단 경기에만 가상광고가 노출되므로 여러 구단에 동일한 소재를 활용할 경우 이를 고려하여 제작해야 합니다.
- 원활한 집행을 위해 티빙에서 소재 제작을 기본으로 하되, 광고주 니즈에 따라 직접 소재 제작 협의 가능합니다.
- 모든 영역의 소재를 제작하지 않아도 되며, 노출 희망하는 영역 소재만 제작/전달하여도 무방합니다.

✓ 풀프레임 가상광고 집행 사례

일반형 (상시 노출)

- A. 브랜드 로고
- B. 텍스트형 가상광고
- C. 크로마키 배경



맥락형 (출런, 아웃 등 특정 순간에 추가 노출)

- D. 정보 영역
- E. 출연진 상단 가상광고 (좌/우)



타이틀 브랜드 ID

※ 본 상품은 베타 형태로 운영되는 실험 상품으로, 집행 전 충분한 사전 협의와 조건 확인이 필수적으로 요구됩니다.



프로그램

슈퍼매치, 팬덤중계

상품 소개

프로그램 타이틀 오프닝 영상을 브랜드 제품 및 마케팅 소구 포인트를 자연스럽게 연계하여 제작 및 노출하는 기획/협찬형 광고 상품

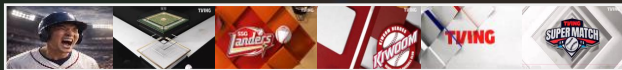
상품 특징

방송 심의를 적용 받지 않는 OTT 콘텐츠 특성을 살려, 프로그램의 오프닝 영상을 통해 자연스럽게 브랜딩 가능

상품 단가

~~월 5천만 원~~ (제작비 별도) **1구좌 한정**
7월 한정 3천만 원(단, 7월 내 운행 기준/운행 시작 일정 사전 협의 必)

기존 슈퍼매치 타이틀



브랜드 ID - 슈퍼매치 타이틀 (예시: 가상 자동차 브랜드)



슈퍼매치

- 노출 위치 슈퍼매치 프리뷰쇼 오프닝 (17:30~)
- 상품 소개 슈퍼매치 프리뷰쇼 타이틀 오프닝 영상에 브랜드의 마케팅 소구 포인트를 자연스럽게 연계하여 제작 및 노출

팬덤중계

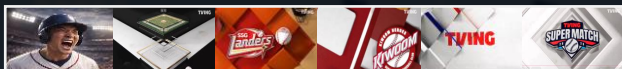
- 노출 위치 팬덤중계 오프닝
- 상품 소개 팬덤중계 오프닝 영상에 브랜드의 마케팅 소구 포인트를 자연스럽게 연계하여 제작 및 노출

타이틀 브랜드 ID

※ 본 상품은 베타 형태로 운영되는 실험 상품으로, 집행 전 충분한 사전 협의와 조건 확인이 필수적으로 요구됩니다.



기존 슈퍼매치 타이틀



브랜드 ID - 슈퍼매치 타이틀 (예시: 가상 자동차 브랜드)



제작 방식 및 비용 가이드

※ 모델/출연진 섭외 시 개런티는 제작비와 별도 협의

1. 단순 컷편집	2. AI 소재 제작	3. 맞춤 기획 및 촬영
~1천만 원	2천만 원~	8천만 원~
광고주 보유 소재를 활용해 기존 프로그램 타이틀에 나레이션, 자막 등을 추가하여 브랜드를 자연스럽게 믹스하는 방식	AI 영상 제작 툴을 활용해 브랜드 콘셉트와 요구사항을 반영한 맞춤형 프로그램 타이틀을 제작하는 방식	브랜드를 중심으로 프로그램 타이틀 구성을 처음부터 기획하고 촬영·편집·후반 제작까지 전 과정을 진행하는 방식

- 본 상품은 방송 심의 대상 프로그램이 아니므로 프로그램 타이틀 및 오프닝 구성에 대한 유연한 기획이 가능하나, 브랜드/제품의 직접적인 세일즈 표현, 과도한 홍보 문구는 제한될 수 있습니다.
- 타이틀 영상 기획 시 프로그램의 맥락을 기본적으로 고려해야하며, 특정 선수나 구단이 강조되거나 KBO리그의 메인 스폰서십으로 보일 수 있는 요청 사항은 반영 불가합니다.
- 본 상품은 집행 전 단계에서 다수의 사전 협의가 필수적으로 요구되며, 광고주-제작진-광고팀 간 합의 완료 후 최종 진행이 확정됩니다.
- 협의 범위에는 제작 방식, 일정, 오프닝 연출, 브랜드 표현 수위 등이 포함되며, 협의 기간 및 제작 일정으로 인해 단기 또는 즉시 집행을 불가할 수 있습니다.
- 제작 및 운영 과정에서 내부 검토 결과에 따라 기획 방향이 조정되거나 집행이 제한될 수 있으며, 이는 베타상품의 정상적인 운영 범위로 간주됩니다.
- 협의 완료 이후에도 외부 환경, 운영 정책 내부 판단에 따라 일부 수정 및 집행 취소가 발생할 수 있습니다.

하이라이트 클립 범퍼

프로그램

KBO리그 정규시즌 하이라이트 클립

상품 소개

정규시즌 경기 1개 당 제작되는 경기 하이라이트 클립 콘텐츠
인트로에 삽입되는 범퍼형 광고

상품 특징

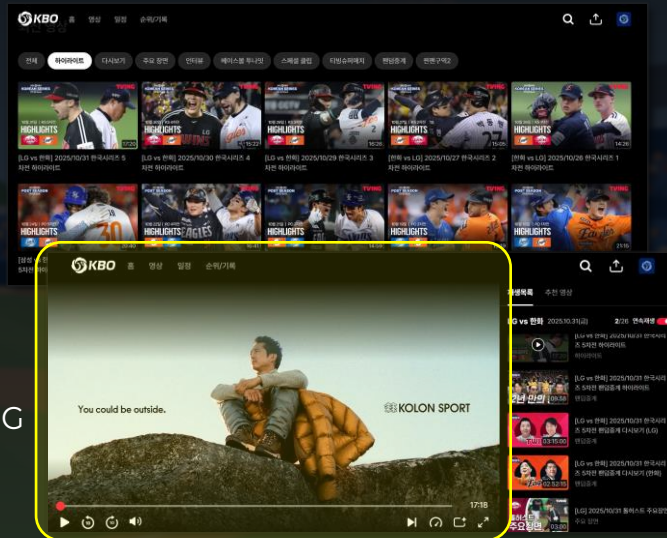
광고 송출 형태가 아닌 클립 콘텐츠에 직접 삽입되는 형태로,
프리미엄 요금제 유저에게도 모두 보여지는 주목도 높은 상품

- 하이라이트 영상 개수: 경기 당 1개씩 업로드 (우천 최소 시 미편성)
- 광고 소재 형태: 이미지, 동영상(5초)
- 노출 길이: 5초
- 노출 위치: 클립 업로드 위치 : 유튜브 [TVING SPORTS], TVING

구독자 55.2만명

상품 단가

1개월 독점 시 1억 원
클립 20개 단위로 구매 시 2천만 원



- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
- 특정 선수나 구단이 강조되거나 KBO리그의 메인 스폰서십으로 보일 수 있는 소재는 삽입 반려될 수 있습니다.
- 클립은 본 시즌이 종료된 후에도 티빙 스포츠 유튜브 및 티빙 서비스 내 아카이브 형태로 게시가 유지됩니다.

협찬고지

※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 세부 컨디션은 모두 상이할 수 있습니다.
제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의의 제안으로 인한 불이익은 당사가 책임지지 않습니다.



프로그램

팬덤중계 ONLY

상품 소개

프로그램 엔딩에 브랜드 로고를 노출하는 협찬 고지 상품

상품 특징

콘텐츠 흐름을 방해하지 않고 최소 개입 방식으로
브랜드 인지 확보 가능

상품 단가

3백만 원

협찬고지 예시



- 해당 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로 실제 구현은 예시와 정확히 동일하지 않을 수 있습니다.



TVING CJ ENM

© 2026. TVING Corp. All right reserved.