

NETFLIX

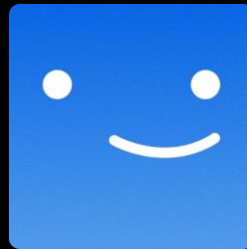
2026년

넷플릭스 광고 상품 소개서

kt nasmedia

Copyright © kt nasmedia Co., LTD. All Rights Reserved.

About Netflix



이용자 현황



이용자 행태

국내에서도 가장 많은 이용자를 보유한 NO.1 OTT 서비스!

1,380만명 이상의 순이용자를 보유하고 있으며, 국내 OTT 순이용자의 약 70%를 점유하고 있습니다.

국내 OTT 순이용자 수



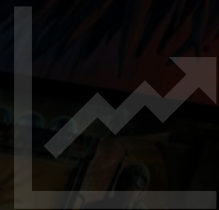
넷플릭스 광고 요금제 현황

월간 활성 시청자, MAV(Monthly Active Viewers) : 해당 월에 넷플릭스에서 광고를 최소 1분 이상 시청한 회원 수 x 넷플릭스 내부 분석을 통해 산출한 가구당 평균 시청 인원수



12

광고요금제 지원 국가

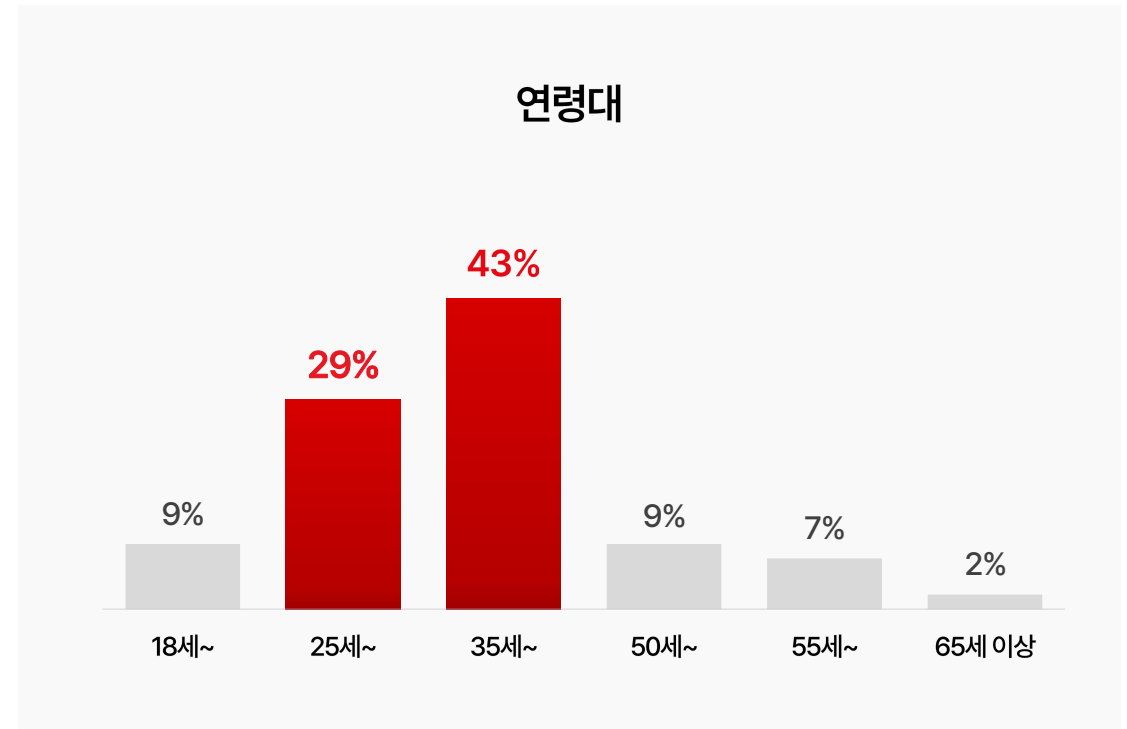
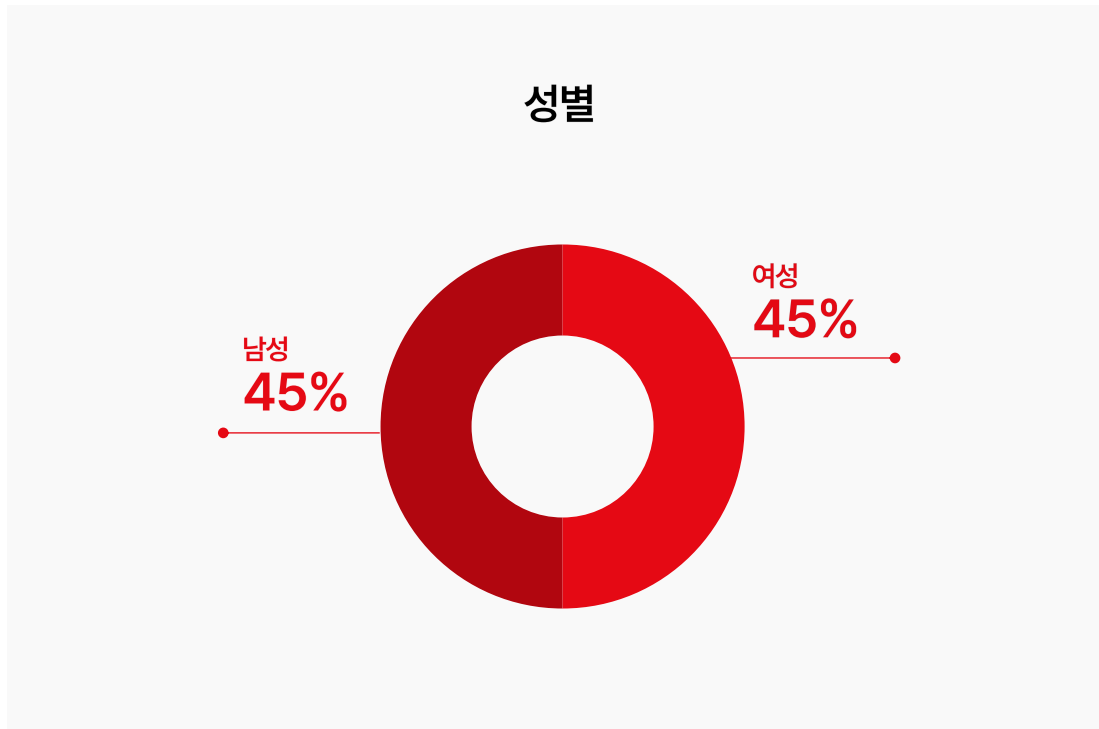


1,080만

월간 활성 시청자(MAV, 한국기준)

넷플릭스 광고 요금제 주요 가입자는 2549세

넷플릭스 광고 요금제 주요 가입자는 2549세이며, 남·여성 모두 활발하게 이용중 입니다.



인터넷 평균 사용자 대비

+ 42%

작년에 명품 브랜드를 구매한 비율

+ 30%

고관여 제품을 구매할 계획

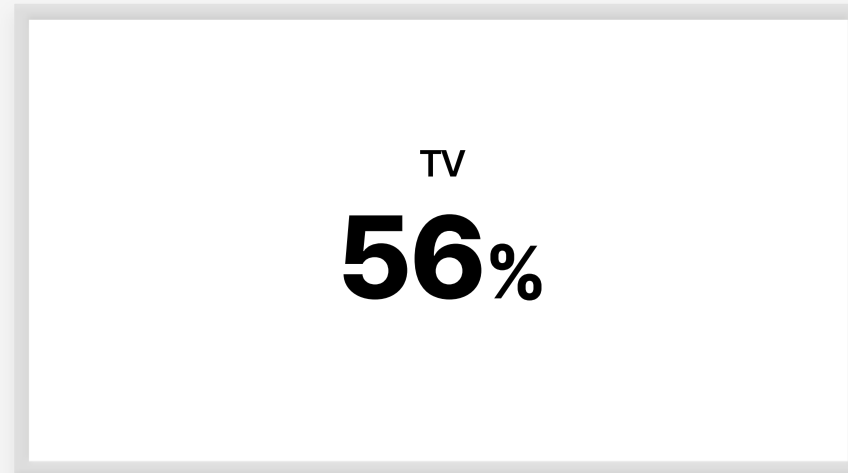
(전자제품, 금융상품, 자동차 등)

높은 구매력의 넷플릭스 광고 요금제 사용자

넷플릭스 콘텐츠는 주로 TV에서 시청

TV 56%, 모바일 36%, 데스크톱 8%로
TV를 통한 콘텐츠 시청이 가장 높습니다.

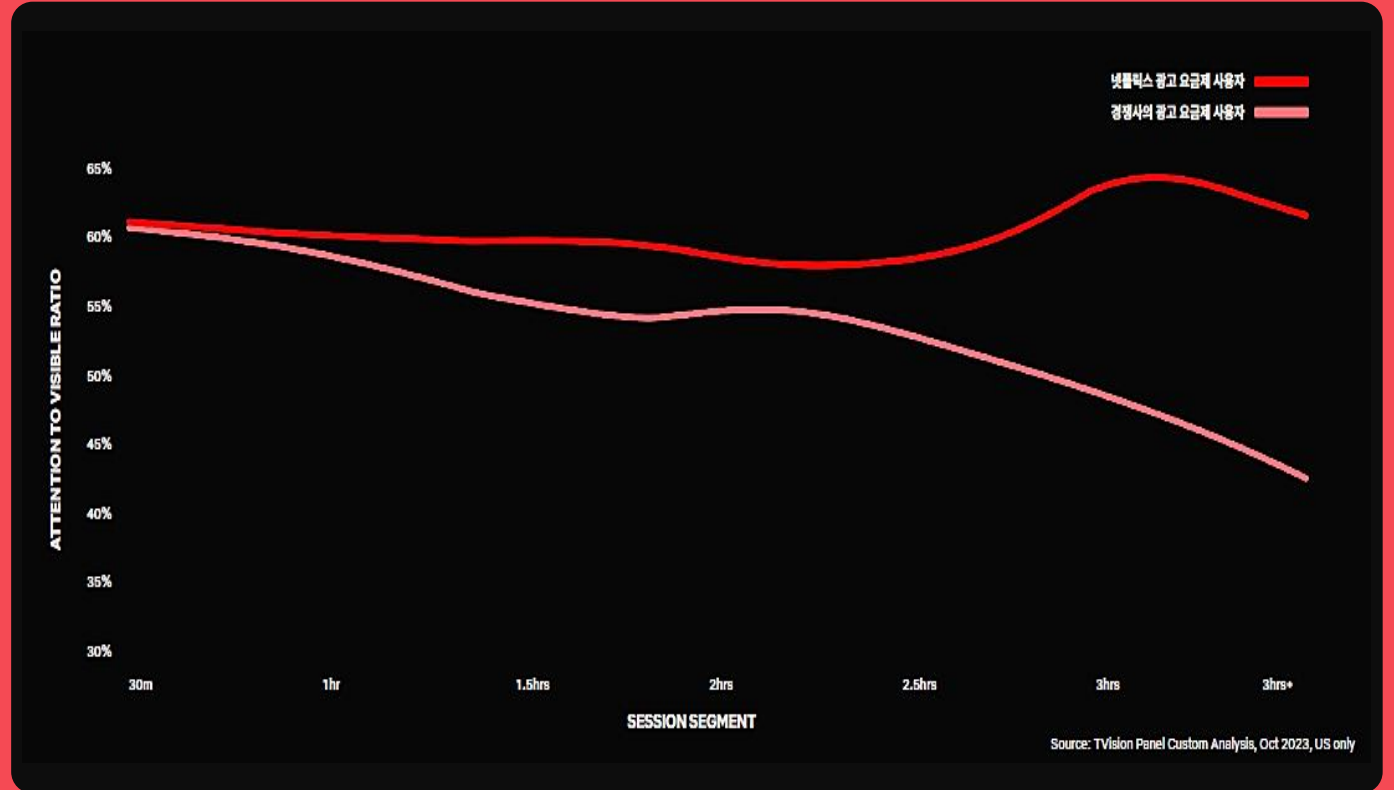
넷플릭스 주 시청 기기



넷플릭스 이용자의 압도적인 몰입

넷플릭스 이용자는 월 평균 36시간을 시청하며,
타 플랫폼 대비 3시간 이상 지속되는 압도적인 몰입으로 콘텐츠를 이용하고 있습니다.

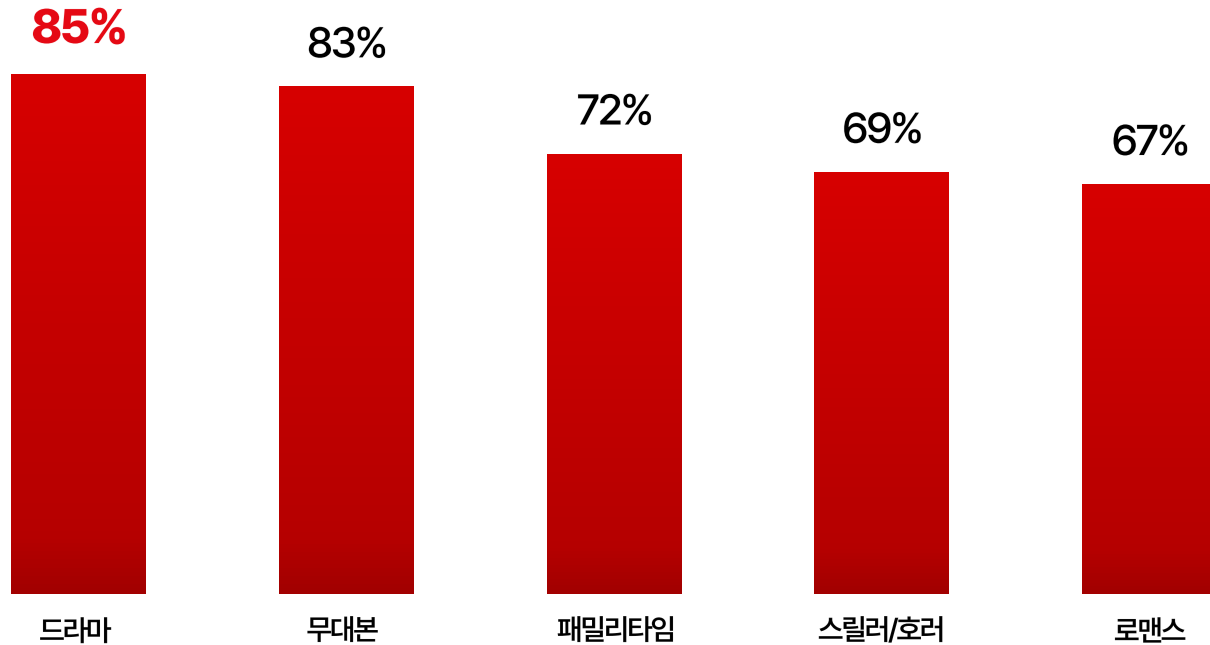
월 평균
36시간



다양한 장르를 즐기는 넷플릭스 이용자

매 월 평균 5개 장르를 시청

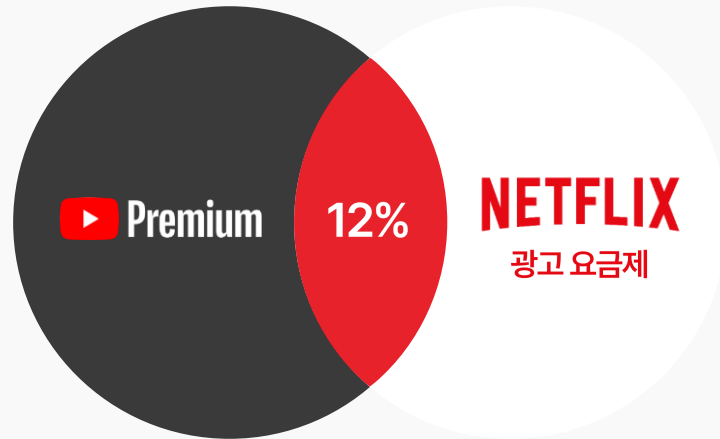
넷플릭스 이용자의 Top 5 시청 장르



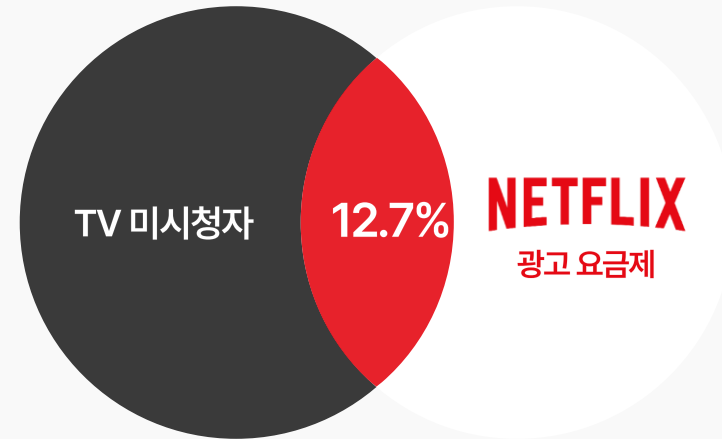
타매체에서는 불가능한 타깃까지 도달 가능

유튜브 프리미엄 이용자의 12%, TV 미시청 이용자의 12.7%는 넷플릭스 광고로 빈틈없이 커버합니다.

유튜브 프리미엄 이용자의 넷플릭스 광고 요금제 이용률



TV 미시청자의 넷플릭스 광고 요금제 이용률



광고 상품



광고 상품



광고 단가



타기팅

노출형 광고(non-skip)

노출 예시 *나스미디어 집행 사례입니다.



프리롤 광고

콘텐츠 시작 전 광고 노출



미드롤 광고

콘텐츠 재생 중간 광고 노출



광고 단가 (CPM)

10초	15초	20초	30초	45초	60초	75초
18,000원	23,000원	26,000원	31,000원	47,000원	62,000원	78,000원

상품 특징

- 넷플릭스 기본 영상 광고 상품
- 콘텐츠 시작 전(프리롤), 시청 중(미드롤) 광고가 노출되는 상품
- (※영화의 경우 출시 18개월 동안은 프리롤에만 광고가 노출)

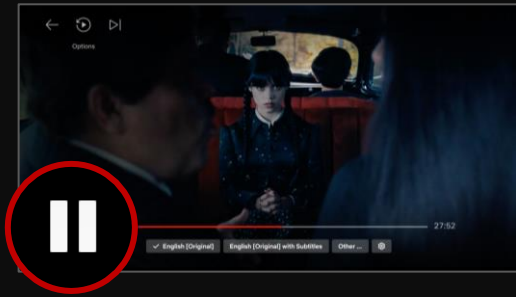
노출 시간 약 1시간 콘텐츠 기준 약 4~6분 노출

노출 빈도

- 브랜드 : 1회/시간, 3회/일, 14회/주, 40회/월
- 소재 : 1회/시간, 3회/일, 14회/주, 40회/월
- 상품 카테고리 : 3회/시간, 9회/일, 42회/주, 120회/월

일시정지 광고(Pause Ads)

노출 예시 *나스미디어 집행 사례입니다.



콘텐츠 시청 중 일시정지 5초



일시정지 광고

브랜드 안정성이 확보된 키아트와 노출



이용자가 광고에 반응 및 액션 시, 시청했던 콘텐츠 다시 재생



광고 단가 (CPM)

소재 형태	이미지
단가 (CPM)	11,000원

상품 특징

- 넷플릭스 광고 상품 중 유일한 이미지 광고
- 유저가 콘텐츠를 일시정지한 시점을 기준으로 5초간 활동이 없을 경우 광고 노출
- 시청중에 있던 콘텐츠의 키아트는 좌측에 함께 노출
- 이용자 일시정지 횟수 일 평균 5회, 월 평균 1억 1,500만회 이상 (*출처: 넷플릭스 24.1월)

노출 시간

· 유저가 일시정지한 시간 동안 지속 노출

노출 빈도

- 브랜드 : 1회/시간, 3회/일, 14회/주, 40회/월
- 소재 : 1회/시간, 3회/일, 14회/주, 40회/월
- 상품 카테고리 : 3회/시간, 9회/일, 42회/주, 120회/월

QR 코드 광고

노출 예시 *나스미디어 집행 사례입니다.



① 기본 노출형 광고: 프리롤, 미드롤

콘텐츠 시청 전, 시청 중 광고 노출

- CTV: QR 코드 노출 / PC&Mobile: QR 코드 미노출 (Clickable Link 미제공)



② Pause Ads(일시정지 광고)

콘텐츠 일시정지 5초뒤, 광고 노출

- CTV: QR 코드 노출 / PC&Mobile: Clickable Link로 제공

광고 단가 (CPM)

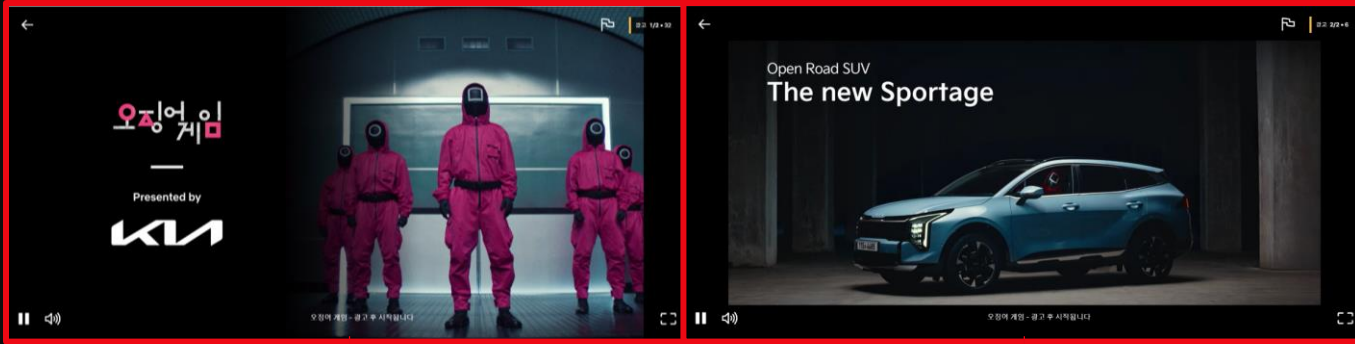
구분	10초	15초	20초	30초	45초	60초	75초
① 비디오+QR	19,800원	25,300원	28,600원	34,100원	51,800원	68,300원	85,800원
② 일시정지+QR	12,000원 (only 이미지)						

참고 사항

- 모든 QR코드의 URL 활용은 [넷플릭스 광고 정책](#)에 따름
- 넷플릭스 제한/금지 업종에 QR코드 소재 사용은 일부 제한될 수 있음
- QR코드 URL 활용 가이드 예시:
 - ✓ 가능: 공식 웹사이트, 앱 다운로드 페이지, 앱 랜딩 페이지 등
 - ✗ 불가: UTM 및 파라미터 포함 링크, 축약된 링크, 유튜브링크 등

싱글 타이틀 스폰서십(STS)

노출 예시 *나스미디어 집행 사례입니다.



범퍼 광고(6초)

콘텐츠 시작 전 6초간 노출

프리롤 광고

범퍼 뒤 노출 (하루 1회 노출)



* 1일 1유저 프리롤 광고 노출빈도 도달 시, 범퍼 지속 노출
범퍼광고(6초)

광고 단가 (CPM)

- 콘텐츠 프리롤 독점 상품으로 넷플릭스 오리지널 콘텐츠 기준의 상품
- 콘텐츠마다 비용 상이하하며 별도 문의 필수

노출 시간

- 범퍼 영역 : 총 6초
- 프리롤 & 미드롤 영역 : 최대 30초

상품 특징

- 콘텐츠 공개일로부터 28일간 노출되는 광고 상품
- 광고 상품 노출빈도 가이드에 따라 프리롤 광고 빈도 도달 시, 범퍼 지속 노출
- 미드롤 애드온 확장 상품의 경우 미드롤 구간에서 첫번째로 노출 보장
- 일반 노출형 광고와 패키지 상품으로 제공 예정(STS 단독 구매 불가)

노출 빈도

- 범퍼 & 미드롤 애드온 : 빈도 제한 없음
- 프리롤 영역 : 최대 1회/일
- * 1일 빈도 도달 시, 범퍼 지속 노출

넷플릭스 광고 단가 및 최소집행금액

넷플릭스 광고는 광고 요금제 구독 이용자에게만 노출됩니다.

노출형 광고 상품

소재 길이	10초	15초	20초	30초	45초	60초	75초
단가 (CPM)	18,000원	23,000원	26,000원	31,000원	47,000원	62,000원	78,000원
노출 디바이스	TV, 모바일(태블릿), 데스크톱						
노출 콘텐츠	제휴 콘텐츠 및 넷플릭스 오리지널 영화/시리즈 <small>* 단, 넷플릭스 오리지널 영화의 경우 공개 후 18개월까지 프리롤 광고만 노출</small>						
소재 비율	16:9						
소재 화질	1080p(FHD) <small>* 2023년 4월 기준 화질 개선</small>						
Skip 가능여부	불가						

일시정지 및 QR 광고

Pause Ads(일시정지 광고)		11,000원	
QR 코드 광고	In Pause Ads (일시정지 광고)		12,000원
	In Video(비디오)	10초	19,800원
		15초	25,300원
		20초	28,600원
		30초	34,100원
		45초	51,800원
		60초	68,300원
		75초	85,800원

최소집행금액 5,000만원 (30일 단일캠페인 기준, vat별도)

타기팅 및 할증 (2026년 기준)

타기팅명	할증률	상세내용
TOP10	40%	작일의 가장 인기있는 시리즈 TOP10 + 영화 TOP10 콘텐츠에만 노출 (QR코드상품+민감콘텐츠블락 동시 적용시 최소 16일 집행 필수)
타이틀 셀렉션	10%	넷플릭스 상위 400개 타이틀 중 75개의 타이틀 선택 하여 노출(최소집행금액 별도 충족 필요)
성·연령	15%	성별: 남 / 여, 연령: 18-24 / 25-34 / 35-49 / 50-54 / 55-64 / 65+ (연령 구간 커스텀 선택 가능, 예: 20~30세)
콘텐츠 장르	10%	메인 장르 : Drama / Comedy / Romance / Action / Thriller&Horror / Unscripted /Sci-Fi&Fantasy / Anime 2차 장르 : Family Time / Food / Gaming / Home Improvement / Holiday / Music / Sports / Travel / Wellness / K Drama
시청 무드	15%	아드레날린/탈출/유머/학습/리얼리즘/로맨스/공포/서스펜스/휴식
관심사	15%	유저의 취향 및 관심사 기반 타기팅 (시청무드와 함께 타기팅 할 경우 라인 분리 필수)
지역	10%	서울특별시/경기도/인천광역시/제주도/전라북도/충청북도/강원도/부산광역시/세종특별자치시/ 경상북도/대구광역시/전라남도/충청남도/광주광역시/대전광역시/경상남도/울산광역시
첫 시청 노출	50%	유저가 넷플릭스를 처음 실행시키고 첫 시청하는 콘텐츠의 프리롤 또는 미드롤에 노출, 최소 1주 이상 필수
요일/시간대	15%	Mon~Sun/6am~10am / 10am~4pm / 4pm~8pm / 8pm~mid / mid~6am
민감 콘텐츠 블락	5%	Sex / Nudity / Suicide&Self-Harm / Sexual Violence / Graphic Violence / Stand Up(Comedy) / Animation&Anime / Airline Disaster Hijack / Substance Abuse(Including Alcohol)
디바이스	10%	CTV / 모바일(태블릿) / 데스크탑
노출 위치	20%	프리롤 / 미드롤
언어	10%	한국어/영어/일본어/프랑스어/독일어/이탈리아어/포르투갈어/스페인어 (별도 문의 필수)
1 st Party 광고주 오디언스 (DIO/PMP)	0%	광고주의 1 st Party 오디언스 데이터를 AWS(Amazon Web Services)를 통해 업로드하여 타기팅에 활용
Google Affinity 오디언스 (PMP)	0%	PMP 구매 방식을 통해 Google Affinity Audience 기능을 지원 (DV360 only)

Appendix



주요 클라이언트



광고 운영 가이드



소재 가이드



FAQ

넷플릭스 주요 클라이언트

게임/통신	금융	생활/건강	레저/항공/쇼핑	수송	식음료	주류	가전/가구	패션	화장품	공공/교육	단체/기업PR
NEXON	MIRAE ASSET 미래에셋증권	피죤	모두투어	KIA	McDonald's	HITEJINRO	SAMSUNG	GUCCI	TIRTIR	보건복지부	(주)한화
BLIZZARD ENTERTAINMENT	MIRAE ASSET 미래에셋생명	FIVE BEANS	Caribbean Bay	HYUNDAI	BURGER KING	Heineken	CUCHEN*	LACOSTE	innisfree	여성가족부	HYUNDAI GLOVIS
WEMADE	KB 손해보험	DENTISTE'	THE ANANTI	CHEVROLET	비비빅	거울처럼	BRAMS	NATIONAL GEOGRAPHIC	Dr.G	국립농산물품질관리원	현대엘리베이터
GRAVITY	신한투자증권	HUGGIES	INSPIRE	MINI	Maxim	CASS	CERAGEM	YVES SAINT LAURENT	SWISS PERFECTION	경기도교육청	대상주식회사
kakao games	신한카드	푸름윌니스	GDR ACADEMY	Jeep	SAMYANG	HANMAC	DUALSONIC	VONESTIS	LANEIGE	제천시	SK enmove
NC SOFT	신한은행	zigbang	CATHAY PACIFIC	HANKOOK	Domino's	Budweiser	Kiturami	KOLON MALL	d'Alba	KADA	DB
KRAFTON	monimo	HAN/DOK	Emirates	T'Station	농심	Beam SUNTORY	PHILIPS	THE HANDSOME	MEDIHEAL	HRDK 한국산업인력공단	unicef for every child
DIGAMES	삼성증권	JW 중외제약	AIR PREMIA	EUROX	paldo	Maker's Mark	best sleep	LOUIS CASTEL	The history of	한국관광공사	UNHCR 유엔난민기구
NUVERSE	Samsung Card	뉴트리코어*	ASIANA AIRLINES	BOSCH	HERSHEY'S	WINDSOR GLOBAL	IKEA	ScalpMed	BIOME ACTIVATE	초록우산	Los Angeles
Nintendo	LOTTE CARD	동화약품	t'way	hey dealer	SNICKERS	Asahi	Simmons	BIOME ACTIVATE	POLA	lemonade	오주청정무
kt	NH농협은행	타이레놀	HYUNDAI DEPARTMENT STORE	KB차차차	I'M ALIVE	JAMESON	JAKOMO	THE NORTH FACE	BEAUTY Kurly	SPARTA	EUROPEAN COMMISSION
LG U+	OK! 캐피탈	이지오영	11	롯데렌터카 My car	you are what you eat	IRISH WHISKEY	Carrier	TOMMY HILFINGER	POIRET	말해보카	EUROPEAN COMMISSION
Pokémon GO	대명아임레디	KD 경동제약	tinder	kakao mobility	두장	Carlsberg	Glampalm	allbirds	BENOW	Mbest	한국국제협력단
	하나은행	Lifill	Hotels.com	SOCAR	연세우유	Stella Artois	청호나이스	BUDHI MUDRA	CHANEL	MADRID TURISMO	
	한화손해보험	ac 애경	Trip.com	GENESIS	theVenti	빙그레	Canon				
	KDB산업은행	modern house home coordinator									

광고 운영 가이드

<p>집행 불가/제한 업종</p>	<p>· 넷플릭스 광고 정책 가이드 준수</p>
<p>소재 롤링 및 교체 가이드</p>	<p>· 소재 롤링 및 교체 가능 - 노출형 광고(non-skip) : 소재 롤링 제한 없음, 소재 교체 최대 3회/1개월 - 일시정지 광고(Pause Ads) : 소재 롤링 최대 3개, 소재 교체 최대 1회/1개월</p>
<p>소재 심의 가이드</p>	<p>· 넷플릭스 자체 심의 가이드 준수</p>
<p>캠페인 부킹 가이드</p>	<p>1) PG 캠페인 : 라이브일 이전 5영업일 전 부킹요청서 제출 (소재는 3영업일 이전 제출) 2) IO 캠페인 : 라이브일 이전 7영업일 전 부킹요청서 제출 (소재는 5영업일 이전 제출) *제한된 광고 카테고리인 경우 2~3영업일 여유 있는 리드타임으로 진행 권장 *부킹 가이드 미준수 시, 라이브 일정 변경 불가피함으로 가이드 준수 요망</p>
<p>위약금 가이드(2026년)</p>	<p>· 라이브 14일 전까지 취소 통보시 위약금 없이 취소 가능합니다. 단, 14일 이내에 취소 통보할 경우, 14일분에 해당하는 금액이 위약금으로 청구됩니다. · 캠페인 일정 변경 또는 연기의 경우 위약금이 발생하지 않으며 담당팀으로 협의 문의 부탁드립니다. · STS 상품 등 브랜드 파트너십 상품의 경우 취소 불가할 수 있으니 사전 담당팀으로 문의 부탁드립니다. · PMP는 위약금 정책이 적용되지 않습니다.</p>

영상공통_파일	
소재 길이	10초, 15초, 20초, 30초, 45초, 60초, 75초
트랙 적합 조건	1개의 파일은 반드시 1개의 오디오 트랙과 1개의 비디오 트랙을 포함해야 함.
소재 길이 적합 조건	비디오 및 오디오 트랙 길이는 500ms내 허용 오차 범위 내에 해당되어야 함.
파일 형식	MP4, MOV
Mime 타입	Video/mp4 (MP4) Video/quicktime (MOV)
QR 코드 * QR코드 활용시, 상세 제작가이드(링크) 참고	QR코드 활용시 아래 두 가지 에셋 전달 1. URL 2.1. 비디오+QR 진행시: QR코드가 없는 영상 원본 2.2. 일시정지+QR 진행시: QR코드가 없는 이미지 *만약 영상 내 자체 QR코드가 포함된 경우, 해당 영역 위에 넷플릭스에서 제작된 QR코드가 레이어되어 진행됩니다.
QR 코드 랜딩 URL	1) 가능한 링크 예시 · 공식 웹사이트 (권장사항) · 일반 랜딩 페이지 (UTM 및 파라미터 미포함된 제품 구매 페이지, 이벤트 페이지) · 앱 다운로드 페이지 / 앱 랜딩 페이지 · 주류 광고주일 경우, 연령 확인 절차가 포함된 링크 2) 불가한 링크 예시 · 축약된 링크 (ex. bit.ly) · 유튜브 영상 링크, 유튜브 브랜드 채널 링크 · 집약형, 삽입형 웹사이트 (ex. 링크트리, MikMak) · UTM 등 추적 파라미터가 붙어있는 링크 · 좋아요/댓글/공유가 가능한 소셜 기능이 있는 링크

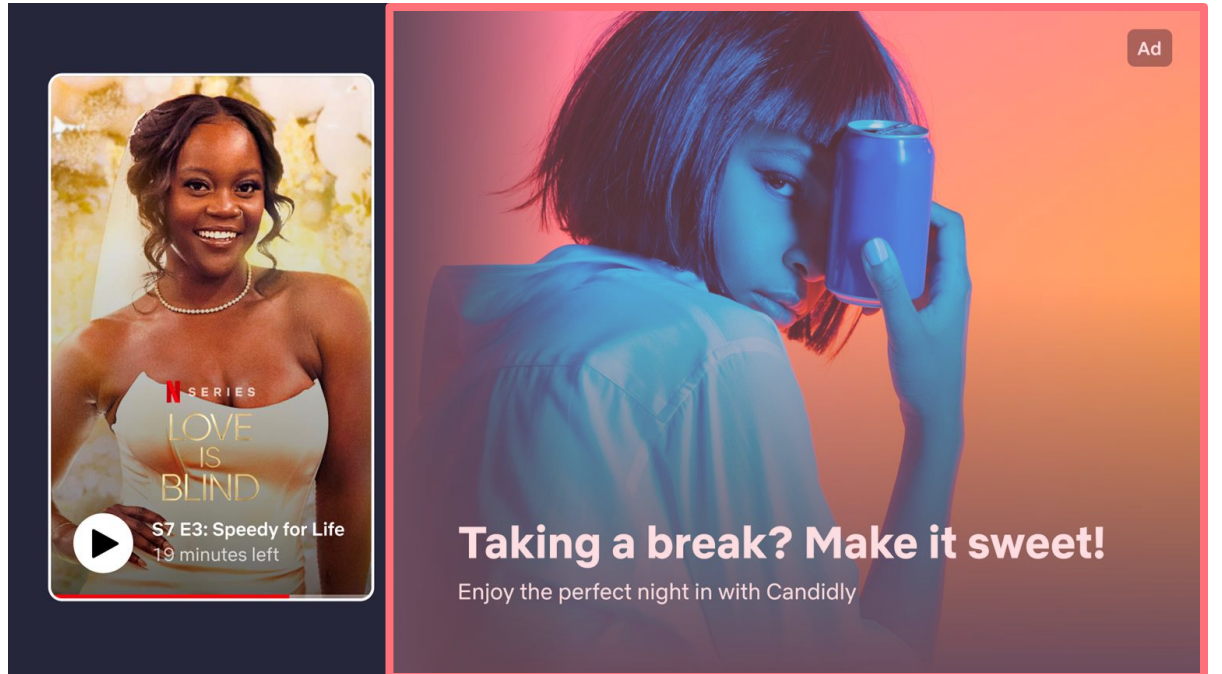
영상공통_오디오	
코덱	권장: PCM(Text Wrapping Break) / 허용: AAC-LC
채널	2 channel 스테레오
오디오 비트레이트	최소 192kbps (AAC-LC에 적용 가능)
오디오 샘플 비트 뎀스	16 또는 24 bit (PCM에 적용 가능)
오디오 샘플 레이트	48kHz
표준 음량	-24LKFS(평균 음량) ±2dB 이내(허용오차)

영상			
코덱(Codec)	권장: Apple ProRes(Text Wrapping Break) / 허용: H.264	GOP 구조	폐쇄형 GOP(Closed GOP)만 가능
크로마 서브샘플링 (Chroma Subsampling)	Prores : 4:2:2 / H.264 : 4:2:0	색상 표준 (Color Primaries)	BT.709
변환 함수 (Transfer function)	BT.709	비트 심도 (Bit Depth)	H.264 in MP4 : 8 / Prores in MOV : 8, 10, 12, 16
프레임 레이트 (Frame Rate)	23.976, 24, 25, 29.97, 30	프레임 레이트 모드 (Frame Rate Mode)	Constant
프로파일(Profile) - MOV	Apple ProRes 422 (HQ), Apple ProRes 422, Apple ProRes 422(LT)	프로파일(Profile) - H.264	Baseline, Main, High
영상 비율 (Video ratio)	16 : 9	해상도	1920x1080 (FHD) *2023년 4월 기준 화질 개선
스캔 타입 (Scan type)	프로그레시브(Progressive)	비트 레이트(Bit rate) - H.264	1080p - 최소 12Mbps 이상 (1080p 권장) 720p - 최소 8Mbps 이상
비트 레이트(Bit rate) - MOV	1080p - 최소 80Mbps 이상	레터 박스/필러 박스	· 레터 박스(Letter box)나 필러 박스(Pillar box) 미권장 (불가피한 경우 사전 소재 검수 필수) · 레터박스 내 자막 포함 불가 (단, 법적 고지 및 약관 제외)
화질 (Video Quality)	광고 소재는 인코딩 아티팩트가 보이지 않도록 충분한 비트 전송률을 가져야 함		
	광고 소재가 넷플릭스의 프리미엄 콘텐츠와 함께 대형 화면에서 실행될 수 있으므로, 비슷한 품질의 소재 사용을 권장		

[넷플릭스 제공 상세 제작 가이드 참고](#)

일시정지(PAUSE ADS)	
파일 형식	투명 PNG 또는 JPEG / 이미지
사이즈	권장 규격: 2592x2157, 72dpi 최소 규격: 1728x1440, 72dpi * 최대 사이즈 제한은 없음
크리에이티브 가이드	<ul style="list-style-type: none"> · 넷플릭스 UI 요소 배제 <ul style="list-style-type: none"> - 시청자에게 혼란을 줄 수 있는 요소 사용 불가 (재생 아이콘 & 레이어 컨트롤 등) · 주목도를 높일 수 있는 1개의 크리에이티브 위주의 제작 권장 · 단색 배경 권장 · 브랜드의 로고가 화면의 30% 이상 차지하면 안됨 · 텍스트 폰트 사이즈 14pt 이상 필요, 단, 텍스트 영역이 화면의 50% 이상일 경우 불가 · 텍스트 색상 <ul style="list-style-type: none"> - 검은색 사용 가능 - 그라데이션 배경 색상과 텍스트의 명암비는 3:1 을 초과해야 함 흰색 또는 다른 밝은 색상일 경우 사용 불가 · 넷플릭스 정책을 위반하는 크리에이티브일 경우 승인 불가 (범죄, 부적절한 행동 미화 또는 조장, 폭력, 노골적 성표현, 노출, 음란 등)
참고사항	<ul style="list-style-type: none"> · 넷플릭스에서 자동 최적화 진행 1) 각 디바이스에 최적화 사이즈 재조정 2) 소재에 알맞은 그라데이션 색상 자동 조정

Tip. 일시정지 광고 상품의 특성을 적극 활용 하세요.
시선을 사로잡는 비주얼이나 관련성 높은 텍스트로 크리에이티브의 창의성을 발휘할 수 있습니다.
또는 타기팅(장르, 인구 통계, 성별)에 부합된 크리에이티브를 제공하여 시청자의 참여를 적극 유도하세요.



NETFLIX

kt nasmedia

넷플릭스 광고는 케이티 나스미디어와 함께

netflix@nasmedia.co.kr