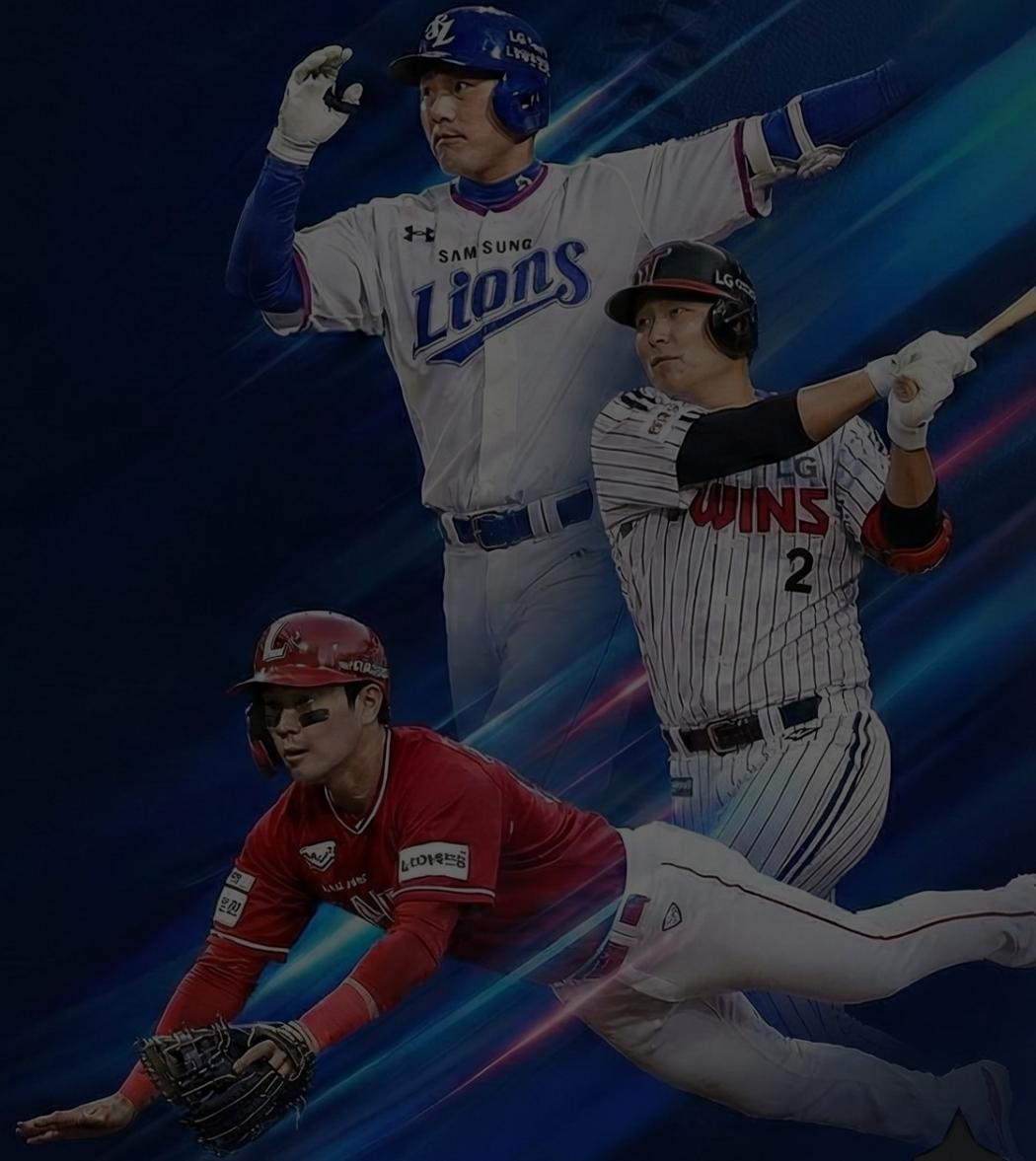


TVING

2026 KBO리그 광고 판매안

2026. 04. 22 Updated

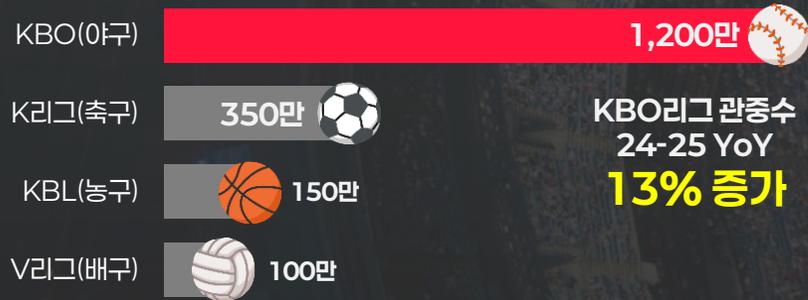


KBO리그, 현재 대한민국에서 가장 압도적인 대중 스포츠 IP

현장 관중, 온라인 검색량, 대중적 파급력까지
KBO리그는 대한민국에서 가장 강력한 스포츠 콘텐츠 IP로 자리잡았습니다.

2025 시즌 관중 규모로 본 스포츠 IP 영향력

프로 스포츠 별 관중수 비교
(2025년 정규 시즌 기준)



→ 대한민국 역사상 처음으로 단일 리그 기준
관중 수 1,200만 명을 돌파한 유일한 스포츠 종목

온라인 검색 지표로 확인한 스포츠 콘텐츠 영향력

프로 스포츠 별 온라인 검색 지표 비교



- 출처: NAVER DATA LAB
- 비교 종목: 야구, 축구, 농구, 배구
- 검색 지표: ▲ 검색 체급 ▲ 시즌 지속성 ▲ 피크 빈도 ▲ 일상 침투력

→ 검색량, 시즌 지속성, 피크 빈도, 일상 침투력 등
모든 지표 항목에서 압도적 우위를 보이는 KBO리그

2025 KBO리그 시청·흥행도·광고 성과로 입증된 성장세

2025년에는 시청과 관심도의 확대는 물론, 광고 성과까지 동반 성장 지표를 통해 TVING X KBO리그의 경쟁력을 확인했습니다.



*자료 출처: TVING 내부 데이터 (2024-2025 비교)

세대를 넘어 확장되는 KBO리그 팬덤 구조

이러한 KBO리그의 성장 흐름은 기존의 중장년 남성 중심의 팬층을 넘어, 20대 여성을 중심으로 한 젊은 팬층 유입 확대에 힘입은 결과이며 현재 KBO리그는 다양한 세대가 함께 소비하는 전국민적 팬덤 구조로 진화하고 있습니다.

KBO리그의 성장을 이끄는 팬덤 구조의 변화

중장년 남성 중심



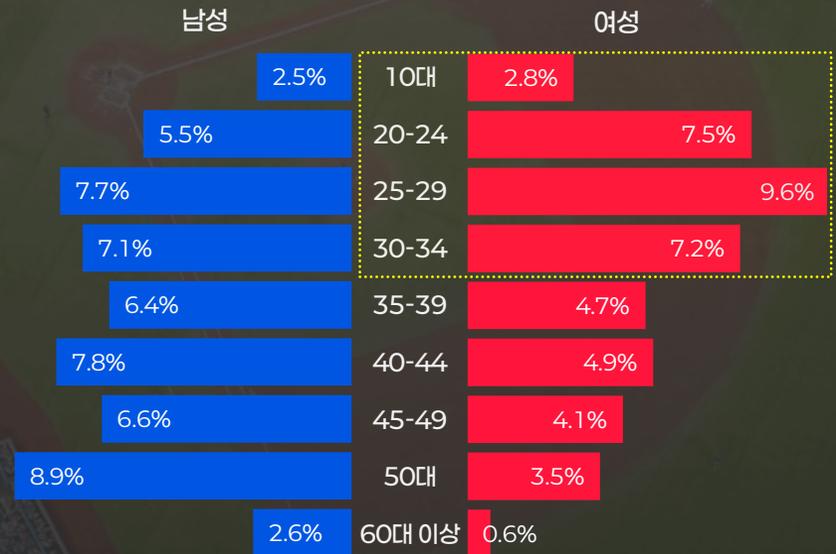
- 지역 연고 중심의 높은 충성도
- 팀·선수에 대한 장기적 애정과 반복 시청
- 현장 관람 및 정통 중계 선호 성향

20대 여성 중심 영팬 유입 확대



- 모바일·OTT 중심 디지털 친화적 시청 패턴
- 응원·굿즈·ميم 소비에 적극적인 참여 성향
(응원용품 구입비 전체 연령 대비 10% 이상 높음)

[참고] 2025 TVING KBO리그 유저 Demography



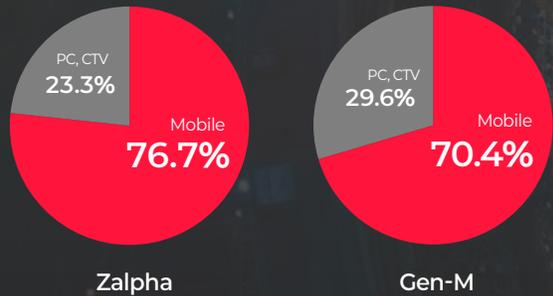
*자료 출처: KBO 공식 현장 관람객 조사(2025), TVING KBO 이용자 분석 자료(2025), 관련 언론 보도 종합

확장된 팬층과 함께 진화한 KBO리그 시청 경험

세대를 아우르는 팬 구조의 확장으로
TVING에서의 KBO리그 시청은 '자주 접속되고, 깊게 머무는' 경험으로 진화하고 있습니다.

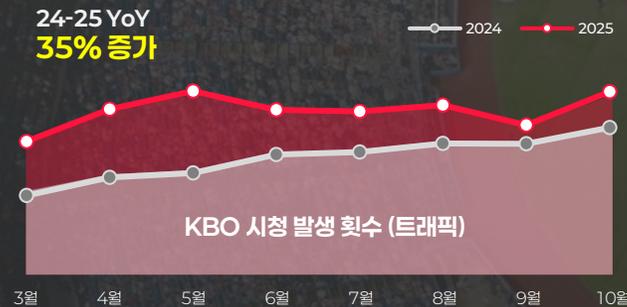
TVING과 함께 진화한 시청 경험

모바일(TVING) 중심으로 확장된 시청 접근성



→ 모바일 중심 환경으로 특정 시간·공간에 제한되지 않고 일상 속에서 자연스럽게 KBO리그에 반복 접근 가능

장기 시즌 동안 지속되는 열기



→ 약 7개월간 이어지는 장기 시즌 구조 속에서도 KBO리그에 대한 관심과 접속 빈도 꾸준히 확대

전년 대비 더욱 깊어진 시청 몰입



→ 한 경기당 체류 시간이 길어지며 고평립 시청 구조가 전년대비 더 강화됨

*9~10월 경기수 감소로 인한 총 시청시간 하락

*자료 출처: KBO, 「2025 온,오프라인 팬 성향 조사」(2025, 2026), TVING 내부 데이터(2024~2025)

감정 몰입이 소비로 확장되는 '필코노미' 구조

장시간 몰입과 반복 시청으로 축적된 감정은 KBO리그 팬의 소비와 참여로 이어지며, TVING KBO리그 광고는 이러한 순간에 브랜드가 자연스럽게 반응을 만들어낼 수 있는 환경을 제공합니다.

고몰입 시청이 소비로 전환되는 메커니즘

💡 필코노미 (Feel + Economy)란?

: 소비자가 자신의 '감정'을 관리하며 이를 전환시키기 위해 재화와 서비스를 구매하는 행위

감정 몰입 발생

경기 시청 중



특점, 위기, 승부처에서
팬의 긴장, 환호, 공감 감정이
즉각적으로 발생
(긴장, 환호, 분노, 응원 등)

감정 축적

경기 종료 직후 ~ 시즌 누적



반복 시청과 정기 시즌을 통해
감정이 누적되며 팀, 선수, 콘텐츠에
대한 정서적 유대감이 강화
(애착 형성)

소비·참여로 전환

광고&프로모션 개입 지점



축적된 감정을 유지 및 확장하기 위한
행동으로 굿즈 구매, 이벤트 참여,
브랜드 반응이 발생
(굿즈, 혜택, 참여, 브랜드경험)

[참고] 필코노미를 활용한 커뮤니케이션 전략 방향

광고 소재 메시지 활용 예시

- 금융** "오늘의 경기처럼, 내일의 자산도 준비할 시간"
- 식음료** "승부 끝. 이제 맛있는 마무리의 차례"
- 수송** "경기만큼 짜릿한 주행"
- 뷰티** "경기는 끝났어도, 나를 위한 루틴은 계속됩니다"

감정 피크 타이밍을 활용한 프로모션 기획 예시

①.....→②.....→③

감정 피크 발생	즉시 행동 제언	전환 경험 제공
경기 종료 승부 확정 하이라이트 직후	"지금 이 순간, 팬에게만 열리는 혜택"	CTA 또는 가상광고 QR 삽입 등을 활용

| 2026 TVING KBO리그 중계 방식

TVING이 제공하는
2026 KBO리그 정규 시즌의 운영 구조 및 중계 요소 편성 방식 안내

2026 TVING KBO리그 중계 방식

연간

- 정규시즌 (3월 말~9월) : 10개 구단이 약 6개월 간 순위 경쟁을 펼치며 총 720경기를 치르는 장기 리그
- 포스트시즌 (10월=가을야구) : 정규시즌 상위 5개 구단이 진출하여 단기 토너먼트 방식으로 진행되는 우승 결정전



주간

- KBO 생중계 : 주 6일 간 매일 5경기 (KBS N, MBC SPORTS, SBS SPORTS, SPOTV1, SPOTV)
- **TVING** 추가 편성 : 팬덤중계(토, 일), 슈퍼매치(화, 금)

월	화	수	목	금	토	일
Off-day	● KBO 경기 1~5 ● 슈퍼매치 	● KBO 경기 1~5	● KBO 경기 1~5	● KBO 경기 1~5 ● 슈퍼매치 	● KBO 경기 1~5 ● 팬덤중계 A/B 	● KBO 경기 1~5 ● 팬덤중계 C/D 

| 2026 TVING KBO리그 광고 상품

TVING KBO리그 중계 환경 전반을 다채롭게 활용할 수 있는
2026 정규 시즌 광고 상품 Line-up을 소개합니다

2026 TVING KBO리그 광고 상품 구성

TVING은 지난 2년 간의 KBO리그 중계 운영 경험을 통해 축적된 인사이트를 바탕으로 노출형부터 기획형까지 광고주의 다양한 니즈를 반영한 광고 솔루션을 보다 체계적으로 확장했습니다.

노출형 (KBO STANDARD AD)

KBO리그 생중계와 클립 등 안정적인 시청 환경에서 예측 가능한 노출 성과를 확보하는 표준 광고 솔루션

베이직 노출형

- 1개월 노출 보장 PKG (일반 / 제한 업종)

프리미엄 노출형

- 1주 퍼스트 뷰 독점 PKG
- 7이닝 장초수 독점 PKG
- 팬덤 PKG (구단 타겟팅) N
- 1주 집중 임팩트 PKG N

- 2026 정규 시즌 패스 N

기획형 (KBO DEEP-ENGAGEMENT AD)

경기·콘텐츠·이벤트를 유기적으로 연결해 시청자의 몰입 흐름 안에서 브랜드 경험을 설계하는 광고 솔루션

프로그램 연계형



- PPL
 - 기획
 - 이벤트 N
 - 기능
 - 단순
 - 메인 디스플레이 (슈퍼매치) N
- 가상광고
 - 풀 프레임 N
 - 빅
- 협찬고지
- 라이선스

콘텐츠 확산형

- 하이라이트 클립 범퍼 N

2026 TVING KBO 리그 광고 상품

노출형 상품 전체 Overview

	상품 유형	판매 단위	구좌 금액 (만 원)	노출량	활용 목적
베이직	노출 보장 PKG	월	7,000	5,000,000	월 500만 노출 기반 안정 운영
	노출 보장 PKG - 제한 업종	월	7,000	1,750,000	제한 업종 월간 노출 확보
프리미엄	퍼스트뷰 독점 PKG	주 (독점)	10,000	7,000,000 (e)	중계 진입 시 첫 광고 단독 점유
	70닝 장초수 독점 PKG	월 (독점)	25,000	2,500,000 (e)	고몰입 구간 장초수 브랜딩
	팬덤 PKG (구단 타겟팅) N	월	3,000	1,200,000	특정 구단 팬 타겟 집중 노출
	1주 집중 임팩트 PKG N	주	3,000	1,200,000	1주 120만 노출 집중 활용
N 2026 KBO 정규 시즌 패스 N		연	60,000	정규 시즌 노출형 상품 유연 운영 (1억원 value 추가 제공)	

베이직 노출형

노출 보장 PKG

월 기준으로 안정적인 브랜드 노출을 확보하는 기본 노출 상품

상품 상세 내용

상품 설명	KBO 리그 인스트림 광고 영역에 1개월 내 총 노출량 기준으로 집행되는 노출 보장 상품
광고 유형	동영상(VA) / 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip), 클립
집행 기간	1개월 (매월 1일~말일) <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 단가	[2025 시즌 가격 유지] 7천만원 (vat 별도)
보장 노출량	5,000,000 Imps (15초 기준)
소재 길이	15초, 30초 <small>*30초 진행 시 2구좌 청약 필요 (보장 노출량 500만 동일)</small>
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회), KBO 클립

광고 노출 영역

- 생중계 대체광고**
: 경기 시작 전후, 이닝 교체, 투수 교체 등 중계 흐름 상 방송 광고가 송출되는 동일한 구간에 노출되는 광고로, 기존 방송 광고 구간을 TVING 시청 환경에 맞게 대체하여 송출
- 클립 (다시보기, 하이라이트 등)**
: 클립 재생 시 프리롤 노출



참고 사항

- 본 상품은 월 노출량 보장 상품으로, 일자별 균등 노출을 보장하지 않으며, 특정 일자 또는 특정 경기의 광고 노출을 보장하지 않습니다.
- KBO 리그 중계 특성 상 경기 일정, 중계 편성, 우천 취소 또는 기타 운영 상의 사유로 인해 일부 일자에 광고 노출이 발생하지 않거나 노출 편차가 발생할 수 있으며, 월 내 보장 노출량이 충족되는 경우 해당 일자의 미노출 또는 노출 편차는 컴플레인 또는 보상 대상이 아닙니다.
- 감소 또는 미노출 된 일자 노출량은 동일 월 내 다른 경기 일정에 분산 집행되어 월간 보장 노출량을 충족하도록 운영됩니다.
- 광고 노출은 시스템 상 월말까지 고르게 분산 집행되도록 설정되어 있으나, 특정 일자에 중계 트래픽이 급증하는 경우 해당 일자에 노출이 집중되어 월말 이전에 월간 보장 노출량이 조기 달성될 수 있으며, 이 경우 캠페인은 말일 이전에 종료될 수 있습니다.
- 이러한 월말 이전 조기 종료는 트래픽 변동에 따른 정상적인 운영 범위에 해당하며, 환불, 보상 또는 컴플레인 사유에 해당하지 않습니다.
- 광고주 요청에 따른 캠페인 기간 단축은 원칙적으로 불가합니다.
- 대체광고 노출 특성 상 광고 구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 잘림 현상이 나타날 수 있으며, 이는 상품 특성에 따른 정상적인 노출 현상입니다.

베이직 노출형

노출 보장 PKG – 제한 업종 N

주류, 청불 게임 등 광고 집행에 제한이 있는 업종 전용 월 노출 보장 상품

상품 상세 내용

상품 설명	주류, 청불 게임 등 광고 집행에 제한이 있는 업종을 위한 KBO 리그 인스트림 광고 노출 보장 상품 (성인 연령 타겟팅 필수 적용)
광고 유형	동영상(VA) / 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip), 클립
집행 기간	1개월 (매월 1일~말일) <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 단가	7천만원 (vat 별도)
보장 노출량	1,750,000 Imps / 구좌 (15초 기준)
소재 길이	15초, 30초 <small>*30초 진행 시 2구좌 청약 필요 (보장 노출량 175만 동일)</small>
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회), KBO 클립

광고 노출 영역

- 생중계 대체광고**
: 경기 시작 전후, 이닝 교체, 투수 교체 등 중계 흐름 상 방송 광고가 송출되는 동일한 구간에 노출되는 광고로, 기존 방송 광고 구간을 TVING 시청 환경에 맞게 대체하여 송출
- 클립 (다시보기, 하이라이트 등)**
: 클립 재생 시 프리롤 노출



참고사항

- 본 상품은 성인 대상 광고로 연령 타겟팅(20세 이상)이 의무 적용되며, 데모 타겟팅 적용 시 개인 정보 마케팅 이용에 동의한 이용자에게만 노출됩니다.
- 본 상품은 월 노출량 보장 상품으로, 일자별 균등 노출을 보장하지 않으며, 특정 일자 또는 특정 경기의 광고 노출을 보장하지 않습니다.
- KBO 리그 중계 특성 상 경기 일정, 중계 편성, 우천 취소 또는 기타 운영 상의 사유로 인해 일부 일자에 광고 노출이 발생하지 않거나 노출 편차가 발생할 수 있으며, 월 내 보장 노출량이 충족되는 경우 해당 일자의 미노출 또는 노출 편차는 컴플레인 또는 보상 대상이 아닙니다.
- 감소 또는 미노출 된 일자 노출량은 동일 월 내 다른 경기 일정에 분산 집행되어 월간 보장 노출량을 충족하도록 운영됩니다.
- 광고 노출은 시스템 상 월말까지 고르게 분산 집행되도록 설정되어 있으나, 특정 일자에 중계 트래픽이 급증하는 경우 해당 일자에 노출이 집중되어 월말 이전에 월간 보장 노출량이 조기 달성될 수 있으며, 이 경우 캠페인은 말일 이전에 종료될 수 있습니다.
- 이러한 월말 이전 조기 종료는 트래픽 변동에 따른 정상적인 운영 범위에 해당하며, 환불, 보상 또는 컴플레인 사유에 해당하지 않습니다.
- 광고주 요청에 따른 캠페인 기간 단축은 원칙적으로 불가합니다. 대체광고 노출 특성 상 광고 구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 잠림 현상이 나타날 수 있으며, 이는 상품 특성에 따른 정상적인 노출 현상입니다.

프리미엄 노출형

1주 퍼스트뷰 독점 PKG

가장 먼저 노출되어 강한 첫 인상을 만드는 주간 독점 상품

상품 상세 내용

상품 설명	KBO 리그 시청자가 '야구를 보러 들어오는 첫 순간'을 영상과 배너 광고로 동시에 점유하는 결합형 상품 (ID당 1일 1회)
광고 유형	① 동영상(VA) - 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip), 클립 ② 배너(DA) - KBO 리그 전용관 내 띠배너
집행 기간	1주 (월요일~일요일) 독점 <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 단가	[2025 시즌 가격 유지] 1억원 (vat 별도)
예상 노출량	VA 약 3,000,000 Imp + DA 약 4,000,000 Imps / 1주
소재 길이(VA)	15초, 30초 <small>*30초 진행 시 2개 구좌 청약 필요 (노출량은 15초 1구좌와 동일)</small>
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회), KBO 클립

광고 노출 영역

- 동영상(VA)**
: 생중계 및 클립 재생 시 시청자가 가장 먼저 마주하는 첫 영상 광고 슬롯에 단독 노출
- 배너(DA)**
: KBO 리그 전용관 내 띠배너 영역에 최초로 노출되는 슬롯을 단독 점유



참고 사항

- 본 상품은 독점 상품으로 1주 기준 1개 광고주만 구매할 수 있습니다.
- 본 상품은 월요일~일요일까지의 1주 집행을 전제로 하며, 광고주 요청에 따른 기간 단축은 원칙적으로 불가능합니다.
- 본 상품은 동영상과 배너 결합 상품이며 각 지면만 별도 퍼스트뷰 집행은 불가능합니다.
- 배너 광고는 무료, AVOD(광고형 스탠다드) 유저에게만 노출됩니다.
- 본 상품은 노출량을 보장하지 않으며 기재된 노출량은 예상 수치입니다.
- 우천 취소, 경기 연기 등 외부 변수로 인한 일차별 노출 감소는 정상적인 운영 범위에 해당합니다.
- 대체광고 특성상 광고구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 잘림 현상이 나타날 수 있습니다.

Best Case

컴투스 프로야구
최초 노출 임팩트를 활용하여 높은 브랜드 성과를 만든 사례

[바로가기]

프리미엄 노출형

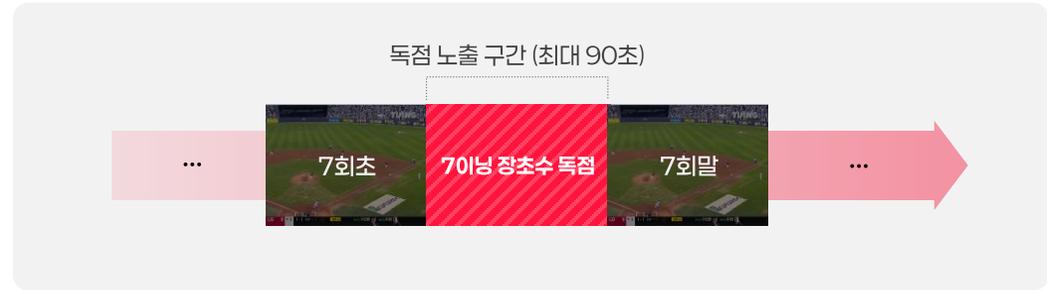
7이닝 장초수 독점 PKG

경기 몰입도가 가장 높은 순간을 긴 호흡의 소재로 단독 점유하는 프리미엄 상품

상품 상세 내용

상품 설명	7회 이닝 교체 타임 광고 구간을 단독 점유 하여, 장초수(최대 90초) 광고를 집행하는 월간 독점 상품
광고 유형	동영상(VA) / 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip)
집행 기간	1개월 (매월 1일~말일) 독점 <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 단가	[2025 시즌 가격 유지] 2억 5천만원 (vat 별도)
예상 노출량	2,500,000 Imps / 구좌
소재 길이	60초~90초
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회) 7회 이닝 교체

광고 노출 영역



참고 사항

- 본 상품은 독점 상품으로 1개월 기준 1개 광고주만 구매할 수 있습니다.
- 야구 중계 맥락을 활용한 소재 사용을 권장합니다.
- 광고주 요청에 따른 기간 단축은 원칙적으로 불가합니다.
- 본 상품은 노출량을 보장하지 않으며 기재된 노출량은 예상 수치입니다.
- 우천 취소, 경기 연기 등 외부 변수로 인한 일자별 노출 감소는 정상적인 운영 범위에 해당합니다.
- 대체광고 노출 특성 상 광고구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 잘림 현상이 나타날 수 있습니다. (방송사 별 7이닝 광고 구간이 60초/75초/90초로 유동적)

Best Case

MG새마을금고
장초수 광고로 성공적인 Brand Recall을 이끌어 낸 사례

[\[바로가기\]](#)

프리미엄 노출형

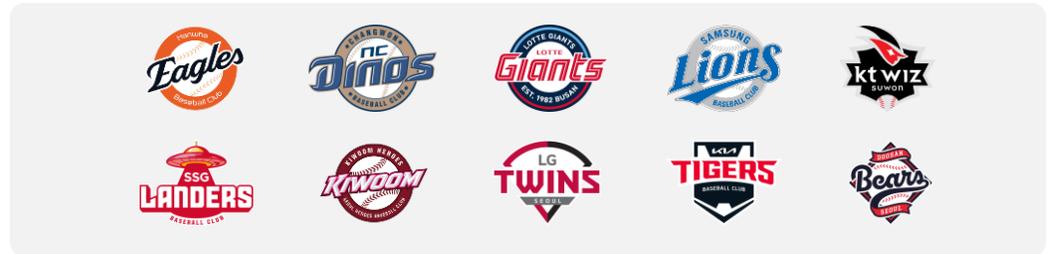
팬덤 PKG (구단 타겟팅) N

특정 구단 팬 시청 환경에 집중 노출하는 월간 타겟 노출 상품

상품 상세 내용

상품 설명	KBO 리그 인스트림 광고 영역 내 특정 구단(1개)을 지정해 해당 구단 경기 시청 환경을 중심으로 집행되는 월간 노출 상품
광고 유형	동영상(VA) / 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip), 클립
집행 기간	1개월 (매월 1일~말일) <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 수/단가	월별 각 구단 당 5구좌 / 3천만원 (vat별도)
보장 노출량	1,200,000 Imps / 구좌 (15초 기준)
소재 길이	15초, 30초 <small>*30초 진행 시 2개 구좌 청약 필요 (보장 노출량 120만 동일)</small>
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회) 중 선택한 구단에만 노출

타겟팅 옵션 (10개 구단)



참고 사항

- 본 상품은 특정 구단 경기에 SOV를 높여 집중 노출 가능한 상품이며, 해당 구단의 모든 인벤토리를 독점하는 상품이 아닙니다.
- 본 상품은 월 노출량 보장 상품으로, 일자별 균등 노출을 보장하지 않으며, 특정 일자 또는 특정 경기의 광고 노출을 보장하지 않습니다.
- KBO 리그 중계 특성 상 경기 일정, 중계 편성, 우천 취소 또는 기타 운영 상의 사유로 인해 일부 일자에 광고 노출이 발생하지 않거나 노출 편차가 발생할 수 있으며, 월 내 보장 노출량이 충족되는 경우 해당 일자의 미노출 또는 노출 편차는 컴플레인 또는 보상 대상이 아닙니다.
- 감소 또는 미노출된 일자 노출량은 동일 월 내 다른 경기 일정에 분산 집행되어 월간 보장 노출량을 충족하도록 운영됩니다.
- 광고 노출은 시스템 상 월말까지 고르게 분산 집행되도록 설정되어 있으나, 특정 일자에 중계 트래픽이 급증하는 경우 해당 일자에 노출이 집중되어 월말 이전에 월간 보장 노출량이 조기 달성될 수 있으며, 이 경우 캠페인은 말일 이전에 종료될 수 있습니다.
- 이러한 월말 이전 조기 종료는 트래픽 변동에 따른 정상적인 운영 범위에 해당하며, 환불, 보상 또는 컴플레인 사유에 해당하지 않습니다.
- 광고주 요청에 따른 캠페인 기간 단축은 원칙적으로 불가합니다. 대체광고 노출 특성 상 광고 구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 질립 현상이 나타날 수 있으며, 이는 상품 특성에 따른 정상적인 노출 현상입니다.
- 클립의 경우 '구단 정보'가 구분되는 콘텐츠에 한해서 노출됩니다.

프리미엄 노출형

1주 집중 임팩트 PKG N

짧은 기간 동안 브랜드 존재감을 집중적으로 형성하는 상품

상품 상세 내용

상품 설명	KBO 리그 인스트림 광고 영역 내에서 1주간 정해진 노출량을 확보 가능한 단기 집중형 노출 상품
광고 유형	동영상(VA) / 실시간 생중계 대체광고 (Non-Skip), 클립
집행 기간	1주 (월요일~일요일) <small>*월요일은 일반적으로 경기 없음, 클립 등에서 소량 노출 발생할 수 있음</small>
구좌 단가	3천만원 (vat 별도)
보장 노출량	1,200,000 Imps / 구좌 (15초 기준)
소재 길이	15초, 30초 <small>*30초 진행 시 2개 구좌 청약 필요 (보장 노출량 120만 동일)</small>
노출 지면	KBO 생중계 5개 채널(주 6회), 티빙슈퍼매치 채널(주 2회), KBO 클립

광고 노출 영역

• 생중계 대체광고

: 경기 시작 전후, 이닝 교체, 투수 교체 등 중계 흐름 상 방송 광고가 송출되는 동일한 구간에 노출되는 광고로, 기존 방송 광고 구간을 TVING 시청 환경에 맞게 대체하여 송출

• 클립 (다시보기, 하이라이트 등)

: KBO 클립 재생 시 프리롤/미드를 노출

[대체광고 송출 구조]



참고 사항

- 본 상품은 주간 노출량(120만)을 보장하는 상품으로, 일자별 균등 노출을 보장하지 않습니다.
- 감소 또는 미노출 된 일자 노출량은 주차 내 다른 경기 일정에 분산 집행되어 주간 보장 노출량을 충족하도록 운영됩니다.
- 본 상품은 월요일~일요일까지의 1주 집행을 전제로 하며, 시작 및 종료 요일 조정은 불가합니다.
- 정마 등 우천이 지속됨에 따라 경기가 주차 내 절반 이하로 진행되어 보장 노출량이 미달된 경우 별도 협의 하에 기간 및 정산금이 조정될 수 있습니다.
- 대체광고 노출 특성 상 광고구간 종료 후 경기 구간 진입 시 일부 광고 잘림 현상이 나타날 수 있습니다.

SPECIAL PASS

2026 정규 시즌 패스 N

정규 시즌 전체 노출형 상품을 유연하게 운영하는 시즌 이용권

패스 금액

- 6억 원 + KBO 리그 전용 무상 Credit 1억 원 추가 제공

청구 방식 (택1)

*청구 방식은 내부 정책에 따라 변동될 수 있습니다.

- ① 일괄 청구 (4월) ② 2회 분할 청구 (4월, 7월)

패스 혜택

- Credit 포함 총 7억원 Value 내에서 2026 KBO 리그 정규 시즌 전체 노출형 상품을 자유롭게 구매할 수 있는 시즌 이용권
- 구매 가능 상품 : 노출 보장 PKG (일반/제한), 퍼스트뷰 독점 PKG, 7이닝 장초수 독점 PKG, 팬덤 PKG, 1주 집중 임팩트 PKG
- 월별 의무 집행 없이 필요 시점에 집중 집행 가능
 - ex) 3-4월 3억 집행, 5월 미집행, 6~9월 1개월씩 집행

유의사항

- 정규 시즌 패스는 광고주 단위로 1회 구매만 가능합니다.
- 정규 시즌 패스 구매 확정 시, 중도 취소 및 환불이 불가합니다.
- 불가피한 사유로 정규 시즌 종료 시점까지 7억원 전액 소진을 하지 못할 경우, 담당자와 별도 협의 후 기획형 또는 일반 예약형 상품 등으로 대체 사용 가능합니다.
- 본 패스 잔여 금액은 포스트 시즌 구매에는 활용할 수 없으며, 대체 사용하지 않은 미사용 Credit은 정규 시즌 종료 시 자동 소멸됩니다.



2026 TVING KBO 리그 광고 상품

| 기획형 광고

경기·콘텐츠·이벤트를 유기적으로 연결해
시청자의 몰입 흐름 안에서 브랜드 경험을 설계하는 광고 솔루션



KBO리그, 콘텐츠로 확장되다

TVING은 KBO리그라는 IP를 기반으로 OTT 환경에 최적화된 자체 콘텐츠를 확장해 오직 TVING에서만 가능한 기획형 광고 솔루션을 설계했습니다



5개 기본 중계 채널

KBS N

MBC SPORTS

SBS SPORTS

SPOTV1

SPOTV2



KBO리그 IP를 활용한 티빙 오리지널 편성 콘텐츠 라인업



팬덤중계

매주 토요일, 일요일

우리팀 경기를 응원하는 팀의 언어로 함께 보는 중계 콘텐츠



슈퍼매치

매주 화요일, 금요일

경기 전·중·후를 아우르는 TVING 오리지널 확장 중계



*슈퍼매치의 경우 기본 중계 채널 경기와 슈퍼매치가 동시 편성되어 오로지 티빙에서만 한 경기를 두가지 중계로 즐길 수 있습니다



TVING 팬덤중계 매주 토요일, 일요일(일2편/주4편편성)

KBO리그 팬 조사에서 가장 강력한 요구였던 '내 팀 중심 중계'를 실현시키다!
 찐팬 인증된 셀럽 호스트들과 실시간 소통하며 '함께' 경기를 응원하고 즐기는 인터랙티브 시청 서비스

팬덤중계란?

응원 팀의 팬 시선으로 경기를 함께 해석하고 즐기는 TVING 오리지널 참여형 중계 콘텐츠입니다.



셀럽 팬 호스트와 실시간 소통하며 함께 응원하는 라이브 중계

팬덤중계 차별 포인트

- 응원 팀 기준 중계 → 팬이 원하는 관점에 집중 가능
- TVING 오리지널 제작 → PPL 등 브랜드 연계 기획 가능
- 티빙톡 실시간 소통 → 시청자의 즉각적인 반응 확인 가능

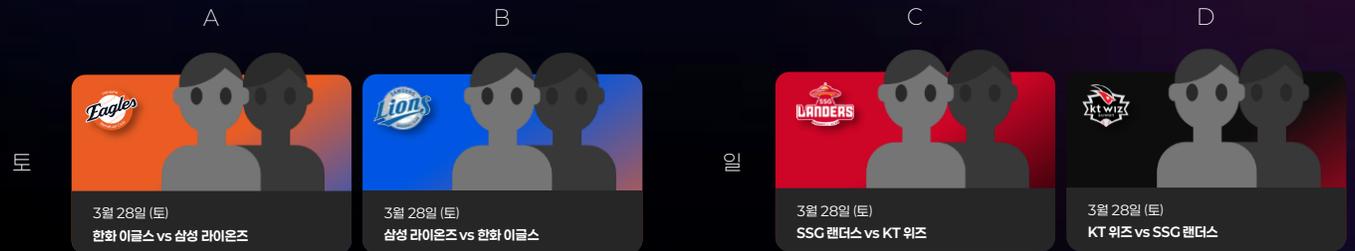
편성 정보

- 주 2일 (토, 일) 각각 일일 1개 대진 촬영 진행 → 양일간 총 4편 편성 (토 A팀 vs B팀, 일 C팀 vs D팀)
 (변동될 수 있으며, 광고주 니즈에 따라 사전 논의 후 **주중 편성도 협의 가능**)

출연진

- 야구를 진심으로 사랑하는 '찐팬' 셀럽 군단
 (참고) 2025년 출연진 : 최강창민, 이종혁, 지상렬, 정호영 셰프, 나폴리맛피아, 매직박, 스위트로우 인호진 등

(2026년 라인업 협의 중)



※ 프로그램 특성 상 현장 상황, 캐스팅 현황 등에 따라 편성 정보는 경기 별 상이할 수 있습니다.
 PPL/가상광고 제안 시 컨디션 사전 확인을 필수로 부탁드립니다. 컨디션 확인 전 임의 제안으로 인한 불이익은 당사가 책임지지 않습니다.



TVING 슈퍼매치 매주화요일, 금요일 (주2회편성)

주 2회 KBO리그의 빅 매치를 TVING이 직접 선정하여 TVING만의 특별한 중계를 새롭게 편성하다!
경기에서 볼 수 없는 선수들의 비하인드 인터뷰, 리니어에서는 제공하지 않는 특수캠 및 전문 데이터를 기반으로 한 고퀄리티 스페셜 중계

- 출연진 : 박지영 아나운서, 이택근, 정근우, 윤석민, 황재균

① WAR밍업 경기 1시간 전

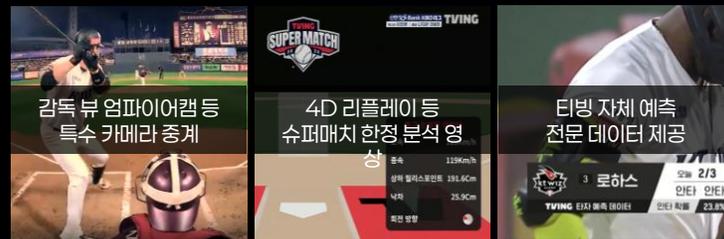
경기 관전 포인트, 주요 선수 매치업, 우승팀 예상 등 패널과 함께하는 사전 프리뷰 토크쇼

출연진: 이택근, 황재균, 정근우, 윤석민, 박지영



② 슈퍼매치 LIVE

가장 주목도 높은 경기를 선정해 티빙만의 기술로 리니어에서는 경험할 수 없는 몰입감 높은 프리미엄 스포츠 중계



③ 하이라이트 리뷰 경기 종료 후

경기 종료 후 선수 인터뷰, 간단한 중계석 리뷰 하이라이트 리뷰 등 진행



*슈퍼매치의 경우 기본 중계 채널 경기와 슈퍼매치가 동시 편성되어 오로지 티빙에서만 한 경기를 두가지 중계로 즐길 수 있는 프로그램입니다



야구의 시작 WAR밍업 매주화요일, 금요일 (주2회편성)

경기 시작 전 관전 포인트와 주요 스토리를 짚어주어 KBO 정규리그 경기를 '그냥 보는 경기'가 아닌 '특별한 이벤트'로 인식시키고 라이브 시청을 유도하는 프리뷰 프로그램

WAR밍업이란?

국가대표 라인업! 분야별 정상들과 방구석 전문가 '티빙톡 부대'가 함께 토론하는 그들만의 자존심, 야구 커리어를 건 KBO판 현장 야구 정상회담



편성 정보

- 주 2일 (화, 금)

출연진

- 이택근, 황재균, 정근우, 윤석민, 박지영 (아나운서/야구여신)



이택근
(외야수, 탐급 해설위원)



황재균
(우타자, 국가대표 우승팀 주장)



정근우
(2루수, KBO 레전드 40인)



윤석민
(투수, 국가대표 최다승 1위)



박지영
(아나운서, 진행 담당)

세부 구성

- 1) 리얼야구 토크쇼 KBO 레전드 4인의 케미를 적극 활용한 논스크립트 리얼 야구 토크쇼
- 2) 분야별 정상들의 집중 분석 뉴스 티커 활용을 통한 인포자막 송출로 경기 붐업 및 분야별 정상들의 슈퍼매치 집중 분석 시타, 시투 등을 적극 활용한 코너 신설로 정상회담 분위기 고조 및 전문성 극대화
- 3) 인터랙티브 강화 야구여신에서 티빙톡 여신으로 실시간 티빙톡 읽어주는 야구여신을 통한 구독자와 함께하는 신개념 인터랙티브 진행

*슈퍼매치의 경우 기본 중계 채널 경기와 슈퍼매치가 동시 편성되어 오로지 티빙에서만 한 경기를 두가지 중계로 즐길 수 있는 프로그램입니다



SUPERMATCH 매주 화요일, 금요일 (주 2회 편성)

KBO 시즌 내 '가장 주목도 높은 경기'를 선별해 프리미엄화 하고, TVING만의 기술로 몰입과 감정 피크를 극대화해 프리미엄 스포츠 경험을 제공하기 위해 기획한 'TVING만의 스페셜 중계'

TVING SUPERMATCH

차별화된 고품질 중계(신규 탐티어 해설위원 영입, 자체 제작 AR도입으로 그래픽 고도화 등)를 통한 차별화된 KBO 정규리그 중계 진행



편성 정보

- 주 2일 (화, 금)

출연진

- 캐스터 정용겸(인지도 높은 베테랑 캐스터), 해설위원 황재균(대한민국 대표 타자)
- 캐스터 이인환, 해설위원 이택근(정상급 해설위원)

특장점

- 국내 스포츠 방송사 유일 AR그래픽 및 특수카메라 활용 시각요소 극대화
- 티빙독 활용한 인터랙티브 중계



*슈퍼매치의 경우 기본 중계 채널 경기와 슈퍼매치가 동시 편성되어 오로지 티빙에서만 한 경기를 두가지 중계로 즐길 수 있는 프로그램입니다

2026 TVING KBO 리그 광고 상품

기획형 상품 전체 Overview



상품 유형		금액(만원)	횟수	비고
PPL	기획	4,000	1회	
	이벤트 N	3,000	1회	
	기능/단순	2,000	1회	
풀프레임 가상광고 N		3,000	1회	-소재 제작비 별도
협찬고지 N		300	1회	
타이틀 브랜드 ID <small>Beta</small>		개별 구매 불가		-패키지로만 구매 가능 -제작비 별도



상품 유형		금액(만원)	횟수	비고
PPL	기획	2,000	1회	
	이벤트 N	3,000	1회	-프리뷰쇼/퇴근길쇼 한정
	기능/단순	2,000	1회	
	메인 디스플레이 N	5,000	1회	
빅 가상광고		3,000	약 48회	-소재 제작 지원 가능 (제작비 별도)
타이틀 브랜드 ID <small>Beta</small>		개별 구매 불가		-패키지로만 구매 가능 -제작비 별도

기타

상품 유형	금액(만원)	구매 단위	비고
하이라이트 클립 범퍼 N	10,000	1개월 독점	클립 20개 단위로도 구매 가능 (2,000만원)

PPL - 기획 / 이벤트

기획 PPL

- 대상 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> 2천만원

✓ 기획 + 이벤트 PPL 집행 사례 (실시간 티빙특반응)



- 슈퍼매치 PPL은 경기 전후 오리지널 구성 구간인 프리뷰쇼와 라이브 티그릴쇼 내 진행 가능하며, 실제 경기 중에는 진행이 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)

이벤트 PPL N

- 대상 프로그램 팬덤중계, 슈퍼매치
- 상품 소개 시청자대상 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 3천만원

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!"



- 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 인물이라 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 브랜드-콘텐츠 연계 공식 보도자료 배포 활동에 한해 제공되며, 마케팅 활용 시 반드시 사전 공유 필요합니다. (초상권 및 푸티지 활용 별도 협의)

※ 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.

PPL - 기능 / 단순

기능 PPL

- 대상 프로그램 팬덤중계, 슈퍼매치
- 상품 소개 브랜드/제품의 기능을 직접 소개하는 PPL
- 상품 특징 제품 음용, 제품 기능 활용 등 제품의 소구 포인트를 출연자가 직접 사용하며 멘트와 함께 노출 가능
- 상품 단가 2천만원

✓ 기능 PPL 집행 사례



- PPL 집행 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 집행에 필요한 제품을 라이브 일정에 맞춰 제공해야 하며 PPL 집행과 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-콘텐츠 연계 공식 보도자료 배포 활동에 한해 제공되며, 마케팅 활용 시 반드시 사전 공유 필요합니다. (초상권 및 푸티지 활용 별도 협의)

단순 PPL

- 대상 프로그램 팬덤중계, 슈퍼매치
- 상품 소개 브랜드 로고 및 제품 단순 배치 PPL
- 상품 특징 지속적으로 활용되는 소품(마이크) 혹은 지속 노출되는 테이블 상단 비치 등을 통해 제품 및 브랜드 로고 노출
- 상품 단가 2천만원

✓ 단순 PPL 집행 사례



마이크 PPL 예시



- 슈퍼매치 PPL은 경기 전후 오리지널 구성 구간의 프리뷰쇼와 라이브 퇴근길쇼 내 진행 가능하며, 실제 경기 중에는 진행이 불가합니다.
- PPL 집행 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 집행에 필요한 제품을 라이브 일정에 맞춰 제공해야 하며 PPL 집행과 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)

PPL - 슈퍼매치 메인 디스플레이 ^N



- 대상 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 길이: 최소 10분)
- 브랜드 로고, 슬로건, 제품 이미지 등 캠페인 목적에 맞는 다양한 크리에이티브 형태로 노출 가능
- 상품 단가 5천만원

슈퍼매치 메인 디스플레이 PPL 예시



티빙슈퍼매치 로고 + 제품 이미지 좌우 배치 버전



디스플레이 전면 활용 버전 (수송 / 게임 / 건기식)

- 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.

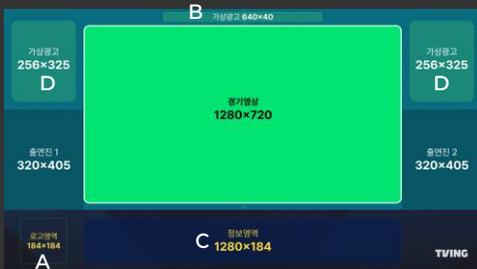
가상광고 (Virtual AD)



팬덤중계 풀프레임 가상광고 N

- **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
- **상품 단가** **3천만원 (제작비 별도)**

팬덤중계 풀프레임 가상광고 노출 영역 (호스트 2인 기준)



일반형 (상시 노출)

- A. 브랜드 로고
- B. 텍스트형 가상광고

맥락형 (홀런, 아웃 등 특정 순간에 추가 노출)

- C. 정보 영역
- D. 출연진 상단 가상광고 (좌/우)

- 팬덤중계 특성 상 호스트 인원 수나 구성 등은 상황에 따라 변동될 수 있습니다. 진행을 희망하는 일정의 사전 컨디션을 반드시 조율 후 확정 부탁드립니다.
 - 티빙 측의 한이 없이 임의로 제한된 내용에 대해 해당 제한 내용을 당사는 개런티 하지 않습니다.
 - 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
 - 프로그램 특성 상 특정 구간 경기예만 가상광고가 노출되므로 여러 구간에 동일한 소재를 활용할 경우 이를 고려하여 제작해야 합니다.
 - 원활한 집행을 위해 티빙에서 소재 제작을 기본으로 하되, 광고주 니즈에 따라 직접 소재 제작 협의의 가능합니다.
 - 모든 영역의 소재를 제작하지 않아도 되며, 노출 희망하는 영역 소재만 제작/전달하여도 무방합니다.



슈퍼매치 빅가상광고

- **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
- **상품 단가** **3천만원 (4주 간 약 48회 노출 / 경기당 6회)**

✓ 슈퍼매치 가상광고 집행 사례



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

협찬고지 / 라이선스



협찬고지 N

- 대상 프로그램 팬덤중계
- 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 **3백만원**

협찬고지 예시



- 구성 및 이미지는 이해를 돕기 위한 예시로, 실제 노출은 본 예시 이미지와 상이할 수 있습니다.

라이선스 N

- 대상 프로그램 슈퍼매치, 팬덤중계
- 상품 소개 프로그램 내 브랜드 노출 결과물을 마케팅 자산으로 활용할 수 있는 권한 상품
- 상품 특징
 - 기본 라이선스 <팬덤중계> IP명과 로고를 활용한 해당 브랜드 향의 보도 자료 및 SNS 게시물 배포
 - 세일즈 라이선스 구매 전환을 목적으로 한 모든 마케팅·커머스 채널에서 활용 가능한 확장 권한 (쇼츠 포함)
- 상품 단가
 - 기본 라이선스 : PPL 구매 시 기본 제공 (초상권 및 푸티지 미포함)
 - 세일즈 라이선스 : 별도 협의

라이선스 활용 예시



PPL 진행



PPL 영상 활용하여 SNS용 쇼츠 제작

세일즈 라이선스 (별도 구매)



제품 구매 페이지에서 활용

타이틀 브랜드 ID Beta

※ 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)



- **대상 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** **단독 집행 불가**

- **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 Beta

※ 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)



자막/NA: 시동이 걸리면 경기가 시작된다

자막/NA: 승부는 필드에서, 질주는 도로에서

자막/NA: 장교한 플레이, 장교한 주행

자막/NA: Drive the Moment

제작방식 및 비용 가이드

1. 단순 컷편집	2. AI 소재 제작	3. 맞춤 기획 및 촬영
1천만원	2천만원~	8천만원~
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

※ 모델/출연진 섭외 시
개런티는 제작비와 별도 협의

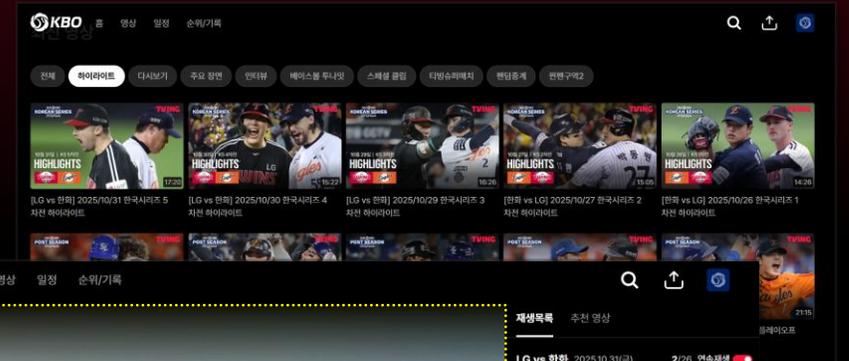
- 본 상품은 방송 심의 대상 프로그램이 아니므로 프로그램 타이틀 및 오프닝 구성에 대한 유연한 기획이 가능하나, 브랜드/제품의 직접적인 세일즈 표현, 과도한 홍보 문구는 제한될 수 있습니다.
- 타이틀 영상 기획 시 프로그램의 맥락을 기본적으로 고려해야 하며, 특정 선수나 구단이 강조되거나 KBO 리그의 메인 스폰서십으로 보일 수 있는 요청 사항은 반영 불가합니다.
- 본 상품은 집행 전 단계에서 다수의 사전 협의가 필수적으로 요구되며, 광고주-제작사-광고팀 간 합의 완료 후 최종 진행이 확정됩니다.
- 협의 범위에는 제작 방식, 일정, 오프닝 연출, 브랜드 표현 수위 등이 포함되며, 협의 기간 및 제작 일정으로 인해 단기 또는 즉시 집행은 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 ^N

■ 상품 상세

- **대상 프로그램** KBO 리그 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 취소 시 미편성)
 - 광고 소재 형태: 이미지, 동영상(5초)
 - 노출 길이: 5초
 - 노출 위치: 클립 업로드 위치 : 유튜브 [TVING SPORTS], TVING
- **상품 단가** 1개월 독점 시 1억원
클립 20개 단위로 구매 시 2천만원

구독자 44.4만명



- 본 상품은 광고 플랫폼을 통한 송출 및 집계 구조가 아니므로 광고 플랫폼 내 노출 리포트가 제공되지 않습니다.
 - 특정 선수나 구단이 강조되거나 KBO 리그의 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.



팬덤중계 정규시즌 구단 독점 협찬 PKG

하나의 구단을 선택해 해당 팬덤에 집중 노출하는 협찬 패키지 (정규시즌 전체) / 구좌 수: 정규시즌 내 총 10개

팬덤중계 정규시즌 구단 독점 협찬 PKG: 5억원(정규시즌 전체/4월~9월)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
팬덤중계 (1구단 선택)	타이틀 브랜드 ID	추후 협의	3,000	30	90,000	1,000	91,000	제작비는 컷편집 기준, 제작 옵션에 따라 추가될 수 있음
	풀프레임 가상광고 - 맥락형	추후 협의	3,000	20	60,000	7,000	67,000	
	기획 PPL	1분 이내	4,000	10	40,000	-	40,000	프로그램 구성에 따라 자연스럽게 진행
	이벤트 PPL	15초 이내	3,000	10	30,000	-	30,000	기획PPL 직후 이벤트 PPL로 이어서 진행할 수 있음
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	20	40,000	-	40,000	
	협찬고지	5초 이내	300	20	6,000	-	6,000	
합계							274,000	
제안 금액							50,000	

- 대상 콘텐츠: 팬덤중계 중 1개 구단 선택
- 팬덤중계는 토요일, 일요일 각각 1경기 2개 팀, 1주 총 4개 중계 방송이 진행 (토 A팀 vs B팀, 일 C팀 vs D팀)



팬덤중계 정규시즌 구단 독점 협찬 PKG (가상광고 제외)

하나의 구단을 선택해 해당 팬덤에 집중 노출하는 협찬 패키지 (정규시즌 전체) / 구좌 수: 정규시즌 내 총 10개

팬덤중계 정규시즌 구단 독점 협찬 PKG: 4억 원 (정규시즌 전체/4월~9월)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
팬덤중계 (1구단 선택)	타이틀 브랜드 ID	추후 협의	3,000	30	90,000	1,000	91,000	제작비는 컷편집 기준, 제작 옵션에 따라 추가될 수 있음
	기획 PPL	1분 이내	4,000	10	40,000	-	40,000	프로그램 구성에 따라 자연스럽게 진행
	이벤트 PPL	15초 이내	3,000	10	30,000	-	30,000	기획PPL 직 후 이벤트 PPL로 이어서 진행할 수 있음
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	20	40,000	-	40,000	
	협찬고지	5초 이내	300	20	6,000	-	6,000	
합계							207,000	
제안 금액							40,000	

- 구단 리스트: LG트윈스, 한화이글스, SSG랜더스, 삼성라이온즈, NC다이노스, KT위즈, 키움히어로즈, 두산베어스, KIA 타이거즈
- 정규시즌 구단 별 46경기 내외 진행
- 대상 콘텐츠: 팬덤중계 중 1개 구단 선택(선착순 마감)
- 팬덤중계는 토요일, 일요일 각각 1경기 2개 팀, 1주 총 4개 중계 방송이 진행 (토 A팀 vs B팀, 일 C팀 vs D팀)



팬덤중계 월 구단 독점 협찬 PKG

하나의 구단을 선택해 해당 팬덤에 집중 노출하는 협찬 패키지 (4주)

팬덤중계 월 구단 독점 협찬 PKG: 1.5억원 (4주 기준)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
팬덤중계 (1구단 선택)	타이틀 브랜드 ID	추후 협의	3,000	2	6,000	3,000	9,000	제작비는 컷편집 기준, 제작 옵션에 따라 추가될 수 있음
	풀프레임 가상광고 - 일반형	추후 협의	3,000	2	6,000	5,000	11,000	
	이벤트 PPL	15초 이내	3,000	1	3,000	-	3,000	
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	1	2,000	-	2,000	
	협찬고지	5초 이내	300	2	600	-	600	
합계							25,600	
패키지 최종 금액 (VAT 별도)							15,000	👉 패키지 집행 시, 정가 대비 22% 할인!

- 대상 콘텐츠 : 팬덤중계 중 1개 구단 선택
- 팬덤중계는 토요일, 일요일 각각 1경기 2개 팀, 1주 총 4개 중계 방송이 진행 (토 A팀 vs B팀, 일 C팀 vs D팀)



팬덤중계 월 구단 독점 협찬 PKG(가상광고제외)

하나의 구단을 선택해 해당 팬덤에 집중 노출하는 협찬 패키지 (4주) / 구좌 수: 월 별 10개

팬덤중계 월 구단 독점 협찬 PKG: 1억원 (4주기준)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
팬덤중계 (1구단 선택)	타이틀 브랜드 ID	추후 협의	3,000	2	6,000	10,000	16,000	제작비는 컷편집 기준, 제작 옵션에 따라 추가될 수 있음
	기획 PPL	15초 이내	3,000	1	3,000	-	3,000	
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	1	2,000	-	2,000	
	협찬고지	5초 이내	300	2	600	-	600	
합계							21,600	
제안 금액							10,000	

- 구단 리스트: LG트윈스, 한화이글스, SSG랜더스, 삼성라이온즈, NCC다이노스, KT위즈, 키움히어로즈, 두산베어스, KIA 타이거즈
- 대상 콘텐츠: 팬덤중계 중 1개 구단 선택(선착순 마감)
- 팬덤중계는 토요일, 일요일 각각 1경기 2개 팀, 1주 총 4개 중계 방송이 진행 (토 A팀 vs B팀, 일 C팀 vs D팀)



슈퍼매치 풀커버 PKG

TVING 슈퍼매치의 오리지널 구성 구간을 활용한 중계 연계형 프리미엄 협찬 패키지

슈퍼매치 협찬 PKG: 2억원 (4주기준)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
슈퍼매치	타이틀 브랜드 ID	15초 내외	3,000	5	15,000	3,000	18,000	제작비는 컷편집 기준, 제작 옵션에 따라 추가될 수 있음
	기획 PPL	1분 이내	2,500	2	5,000	-	5,000	프로그램 구성에 따라, 기획 PPL 직후 자연스럽게 이벤트 PPL로 이어서 진행 가능
	이벤트 PPL	15초 이내	3,000	2	6,000	-	6,000	
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	2	10,000	-	10,000	마이크 PPL 포함
	메인 디스플레이 PPL	10분 이내	5,000	5	25,000	-	25,000	소재 제작비 포함 X (희망 시 별도 청구)
합계							64,000	
패키지 최종 금액 (VAT 별도)							20,000	패키지 집행 시, 정가 대비 70% 할인!

- 집행 기간: 4주 이내
- 대상 콘텐츠: KBO 슈퍼매치 [프리뷰쇼] OR [퇴근길 라이브쇼] → 제작진과 최종 협의 후 협찬 진행 영역 확정
- 슈퍼매치는 화요일, 금요일에 주 2회 편성되며, 우천 취소 감안하여 4주간 월 최소 5회~최대 8회 편성 예정
- 타이틀 브랜드 ID 협찬 확정 전 최종 영상은 KBO 측에 확인이 필요하며, KBO 측의 의견에 따라 수정이 필요할 수 있음



슈퍼매치 일반 협찬 PKG

TVING 슈퍼매치의 오리지널 구성 구간을 활용한 중계 연계형 프리미엄 협찬 패키지

슈퍼매치 일반 협찬 PKG: 8천만원 (2주기준)

(단위 : 만 원/VAT 별도)

프로그램	상품명	길이	단가	총 횟수	총 매체비	제작비	총 금액	비고
슈퍼매치	기획 PPL	1분 이내	2,500	1	2,500	-	2,500	
	기능/단순 PPL (택1)	15초 이내	2,000	2	4,000	-	4,000	마이크 PPL 미포함
	메인 디스플레이 PPL	10분 이내	5,000	2	10,000	-	10,000	소재 제작비 포함 X (희망 시 별도 청구)
합계							16,500	
패키지 최종 금액 (VAT 별도)							8,000	패키지 집행 시, 정가 대비 약 50% 할인!

- 집행 기간 : 2주 이내
- 대상 콘텐츠 : KBO 슈퍼매치 [프리뷰쇼] OR [퇴근길 라이브쇼] → 제작진과 최종 협의 후 협찬 진행 영역 확정
- 슈퍼매치는 화요일, 금요일에 주 2회 편성되며, 우선 취소 감안하여 4주 간 월 최소 5회~최대 8회 편성 예정
- 타이틀 브랜드 ID 협찬 확정 전 최종 영상은 KBO 측에 확인이 필요하며, KBO 측의 의견에 따라 수정이 필요할 수 있음

2026 KBO 정규시즌 광고 판매 가이드

본 가이드는 TVING KBO리그 광고 상품의 판매 및 운영 기준을 명확히 하기 위한 것으로, 모든 광고주는 본 가이드에 동의한 경우에 한해 캠페인 집행이 가능합니다.

📣 노출형 광고 판매 및 운영 가이드

1. 청약 일정 및 접수 방식

[청약 요청 양식 바로가기](#)

- 노출형 광고 상품은 집행 단위(월/주)와 관계없이 모두 월 청약 접수를 진행합니다.
- 청약 접수는 사전 공지된 특정 일자 및 시간에 일괄 오픈되며, 광고주(대행사)는 해당 시점에 규정된 방식으로 청약 접수를 제출합니다.
- 접수된 청약을 기준으로 낙찰 여부를 티빙 광고팀에서 순차 검토 및 확정합니다.

👑 우선청약권 운영 방식

- 모든 광고주는 동일한 시점에 청약을 접수합니다.
- 접수된 청약 중 KBO 우선청약권을 보유한 JBP 광고주를 우선 낙찰하며, 잔여 구좌에 한해 일반 광고주를 선착순 낙찰합니다.

2. 상품 구성 및 보장 기준

- 상품 소개서에 명시된 패키지 구성은 표준 상품 기준으로, 개별 협의를 통한 구성 변경은 불가합니다.
- 노출 보장이 명시된 상품을 제외하고, 노출량·노출 일자·노출 빈도에 대한 추가 보장은 제공되지 않습니다.
- 경기 일정, 중계 편성, 우천 취소 등 운영 여건에 따라 일부 일자에 노출이 발생하지 않을 수 있으며, 월 내 보장 노출량이 충족되는 경우 이는 컴플레인 또는 보상 사유가 되지 않습니다.
- 기간 내 보장 노출량이 조기 달성될 경우, 해당 캠페인은 자동 종료되며 추가 노출은 제공되지 않습니다. 이 또한 환불 및 보상 대상이 아닙니다.
- 특정 기간을 단위로 판매되는 상품은 해당 기간 전체를 전제로 설계된 상품입니다. 광고주 요청에 따라 1주 또는 1개월 미만 기간으로 집행할 경우, 설정된 보장 노출량은 동일하게 보장되지 않습니다.

3. 소재 운영 기준

- 소재는 개수 제한 없이 등록 가능합니다. (2026 Updated)
- 단, 소재 교체는 캠페인 당 주 1회로 제한됩니다.
- 30초 소재 집행시 2구좌 구매가 필수입니다. (30초 소재는 2구좌 구매 시, 15초 기준 1구좌와 동일한 노출량 제공)

4. 취소 및 위약금 가이드

- 라이브 후에는 캠페인 취소 및 환불, 청구처 변경이 일체 불가합니다.
- 낙찰 후 라이브 전까지는 광고주의 불가피한 사정으로 취소가 필요한 경우 광고주 측의 취소 사유에 대한 공문 제출 시 낙찰 취소 가능합니다.

[티빙 광고정보센터 바로가기](#)

2026 KBO 정규시즌 광고 판매 가이드

본 가이드는 TVING KBO리그 광고 상품의 판매 및 운영 기준을 명확히 하기 위한 것으로, 모든 광고주는 본 가이드에 동의한 경우에 한해 캠페인 집행이 가능합니다.

📣 기획형 광고 판매 및 운영 가이드

1. 기획형 광고 청약 접수 및 우선권 기준

- 기획형 광고는 상품은 **3월 4일 오전 10시**부터 일괄 청약 오픈됩니다.
- 모든 상품은 청약 오픈 시점부터 **선착순 마감**을 원칙으로 합니다.
- JBP 광고주는 우선 청약권을 보유하며, 일반 광고주는 잔여 구좌에 한해 선착순으로 진행됩니다. (JBP 간 중복 신청 시 그 중 선착순)
- 상품 진행 우선권에 대한 별도 협의는 불가합니다.
- 최종 집행 확정 이후 취소, 환불, 일정 변경은 일체 불가합니다.

2. 제작 협의 및 승인 절차

- 기획형 광고는 KBO 리그 및 프로그램 이미지에 직접적인 영향을 미치는 상품으로, **광고 집행 확정 시 KBOP 측과 프로그램 제작진의 사전 승인 절차가 반드시 필요합니다.** (청약 접수 자체만으로 집행이 확정되지 않습니다)
- 기획형 광고는 진행 과정에서 광고주 요청사항과 제작진 간의 협의 및 조율이 필수이며, 협의 과정에서 기획 방향, 연출, 퀄리티 등이 프로그램 성격에 부합하지 않을 경우 광고 집행이 제한되거나 무산될 수 있습니다.
- OTT 특성상 방송 심의 적용 대상은 아니나, 사회 통념에 어긋나는 기획은 내부 심의를 통해 제한될 수 있습니다.
- 콘텐츠 기획, 연출, 제작 방식 협의에 상당한 시간이 소요될 수 있으므로 충분한 사전 준비 기간 확보를 권장합니다.

3. 제작비 및 비용 산정 기준

- 기획형 광고는 상품에 따라 제작이 포함되는 경우가 있으며, 상품안에 기재된 제작비는 '기본' 기준 금액입니다.
- 광고주 요청사항(연출 확장, 분량 증가, 수정 반복 등)에 따라 추가 제작비가 발생할 수 있습니다.
- 제작 범위 및 최종 제작비는 광고주-TVING-프로그램 제작진 간 협의 후 최종 확정됩니다.
- 일부 상품의 경우 제작 리소스가 선투입되므로, 집행 확정 이후 광고주 사유로 인한 집행 무산 시 제작비 또는 기획료가 청구될 수 있습니다.

4. 모델/출연진 및 섭외 관련

- 모든 상품은 특정 구단, 선수 또는 출연진의 진행을 보장하지 않습니다.
- 출연자 관련 사회적 이슈 발생 시 당사는 이에 대한 보상 책임을 지지 않습니다.
- 광고주 요청으로 특정 인물 섭외를 희망할 경우, 섭외 가능 여부는 제작진과 사전 협의가 필요하며 섭외 개런티, 거마비 및 부대 비용은 전액 광고주가 부담합니다. (해당 비용은 제작비 별도)

5. 라이선스 사전 고지 의무 및 활용 범위

- 기획형 광고 결과물(영상, 이미지, 캡처 등)을 활용하려는 경우 반드시 사전에 라이선스 범위에 대한 합의 및 고지가 필요합니다.
- 라이선스 범위에 대한 사전 합의 없이 결과물을 임의 활용하는 것은 허용되지 않습니다.
- 라이선스 구매 여부와 무관하게 출연자(선수, 모델, 크리에이터 등)의 초상권은 라이선스 범위에 포함되지 않으며, 초상권 관련 협의 및 비용은 광고주가 별도로 부담해야 합니다.

기본 라이선스 (기본 제공)	세일즈 라이선스 (별도 구매)
프로그램 IP명, 로고를 활용한 브랜드 향의 보도자료 및 SNS 게시물	구매 전환을 목적으로 한 모든 마케팅, 커머스 채널에서 활용 가능한 확장 권한 (SNS 게시물(사진/영상), 커머스 페이지 인용 등)

5. 취소 및 위약금 가이드

- 기획형 광고는 제작 리소스가 선투입되는 상품으로, 집행 확정 이후 광고주 사유로 인한 취소, 환불은 불가합니다.
- 기획 및 제작 이후 중도 무산 시 기획료, 제작 진행 비용, 이미 발생한 외부 비용이 청구될 수 있습니다.

[🔗 티빙 광고정보센터 바로가기](#)

E.O.D

광고 청약 및 집행 문의
tving.advertising@cj.net

TVING

