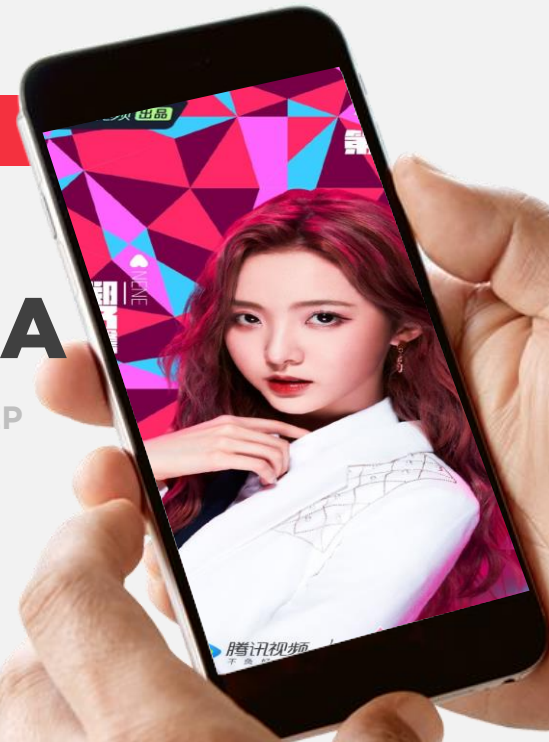


예능콘텐츠 PPL 시장 성장과 활용형태

# PPL Market Growth & Usage of Entertainment Contents in CHINA

2020.SEP



# I. 중국 디지털 PPL 시장현황

디지털 예능 협찬이 대세로! 중국광고주의 선택은 디지털환경의 성장에 집중!

TV 예능 협찬 금액이 디지털 대비 2배(139억 위안)로 규모는 크나 90% 이상의 광고주가 디지털 예능 PPL을 선택  
 전년 동기대비 디지털 PPL 시장은 16.8% 성장하였으며 2020년은 더 커졌을 것으로 전망됨

중국 예능 PPL 시장규모 현황

출처: 2019년 상반기 중국 예능 프로그램 보고서

PPL시장 규모	제작 프로그램 수	PPL 광고주 규모	업종별 규모
			
<p><b>예능PPL 시장규모 : 218억(위안)</b></p>	<p><b>제작 예능프로그램 : 210(개)</b></p>	<p><b>PPL 협찬광고주 : 546(개)</b></p>	<p><b>PPL 참여업종수 : 12(개)</b></p>
<p>TV예능 시장규모: 139억(위안)                  디지털예능 시장규모: 79억(위안)</p>	<p>협찬 수주프로그램: 84(개)                  협찬 브랜드: 294(개)                  협찬 금액규모: 100억(위안)</p>	<p>디지털예능 선택: 90%</p>	<p>PPL 협찬업종순위</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 유제품</li> <li>2. 식품</li> <li>3. 화장품</li> </ol>

# I. 중국 디지털 PPL 시장현황

## 높은 광고주의 선호로 디지털 예능 시장의 과집중

디지털 예능 인기는 중국 디지털 환경을 빠르게 인지하고 고객과 소통하려는 중국 기업의 선택에 따른 결과  
 디지털 예능에 대한 선호도가 높아짐에 따라 PPL 비용이 천정부지로 높아지고 있는 양상을 보임

### 디지털 예능의 과집중 및 과열양상

출처: 중국 현지 신문사 보도 뉴스



2013年,《爸爸去哪儿》冠名费2800万,因此很多人开始诟病它高达1100万的版权费用。

然而到了第三季冠名的... 2014年, 中国版“**아빠어디가?**”PPL 매출, 50억위안 돌파

爱奇艺首席内容官王晓晖曾说,“中国的网络自制综艺节目70%要依赖大明星,100%要依赖广告”。

显然,广告已然成为网络节目收入的主要来源

《奇葩说》则成为了 “**치파쉬**”PPL 제휴 비용, 광고주 당 3억위안

据媒体报道,《奇葩说》第一季直到开播前一个月才签下美特斯邦威这个金主,当时的价格为5000万。之后便开始一路飙升,第二季广告收入破亿,第三季破3亿,第四季破4亿。

不完全统计,《奇葩说》播到第五季时,总招商收入已经超过了15亿。

中国版 프로듀스101 “**명일지자 시즌2**”PPL 제휴 비용 7억 위안

九合数据统计,2019年上半年中国综艺节目广告市场同比增长17.2%。2019年上半年中国综艺节目植入品牌数量达到546个,同比增长15.19%,产品数量达到697个,增长22.06%。

招商费用也在潜移默化中成为了网综显示自己实力的一方面。

娱乐资本论 “**선언니들**” PPL 수익 5.36억위안 돌파

作为2020年的黑马,有证券研报显示,《姐姐》的赞助广告收入最佳情况可达5.46亿元,最少也有3.64亿元。

## II. 디지털 예능 PPL 마케팅 효과

### 디지털예능효과 사례

#### 이슈 확보의 용이성



광고수용도가 높은 중국시장 PPL = 이슈 극대화



[중국판 101] 디지털 예능에 유제품 “멍뉴” PPL을 통한 인기몰이



출처: 웨이보

#멍뉴, \*맛있다 해시태그  
누적 조회수 3.7억



방송관련 콘텐츠 누적 조회수 59억 이상  
브랜드 이벤트 조회수 3.7억 이상, 1,887만만 개 댓글수 달성

#### 매출 효과의 극대화



높은 단가만큼 매출도 높은 효과 입증, 약 30% 이상 증가



중국 인기 예능 [선언니들] 디지털 협찬 화장품 브랜드 Thanmellin 인기몰이



출처: 바이두

2015년 창립 이후 최고치의 인기지수 달성 (바이두 지수 10배 이상 증가)  
매출 방송 후 30% 성장











### III. 디지털 예능 PPL 사례

#### 중국 디지털예능 PPL이 한국과 가장 다른 점 : 직접적 & 강제적 노출 용이

세일즈 및 브랜딩을 위해 제품을 직접적으로 언급하는 것이 가능하기에 디지털 예능에 대한 선호도가 계속 높아짐  
 기획 단계부터 광고 중에도 제작진이 용이하게 PPL을 활용하는 것이 가능하도록 환경이 뒷받침 됨

#### 디지털 예능 PPL 활용방법

대놓고 PPL : 로고순환(상) / 고정노출(하)	브랜드 관계자 연계형	협찬/모델/촬영장/시연 ALL IN ONE	기획상품형
<p>영상보기</p>  <p>这个简单的例子</p>	<p>영상보기</p>  <p>Filming tips:          拍摄技巧tips:          拍摄半身或全身时镜头上扬          可以显得人物高大气场十足          When filming half or full body, face up the lens          Able to make the person seem tall and have a strong</p>	<p>영상보기</p>  <p>太空酵母安瓶          让你美上天          就让她自己看一下</p>	<p>영상보기</p>  <p>高棋路 是马老师</p>
<p>영상보기</p>  <p>钟汉良 它有一点比较复古感觉的一种编排</p>		 <p>快吃 你们 MAYSU 美素</p>	 <p>让油头爱上洗头          亲吕天天见~          洗我的油头了</p>

MezzoMedia

## CONTACT US

메조미디어 글로벌광고팀

[mezzoglobal@cj.net](mailto:mezzoglobal@cj.net)

02-6484-3605