

'Giật mình' với bảng giá quảng cáo của VTV tại chung kết World Cup 2018

15:45 11/06/2018

Trung tâm quảng cáo và dịch vụ truyền hình - Đài truyền hình Việt Nam (TVad) vừa công bố bảng giá quảng cáo trong các chương trình trên sóng VTV dịp World Cup 2018. Cụ thể, để quảng cáo tại trận chung kết, doanh nghiệp phải trả số tiền 500 triệu đồng cho 30 giây, và 250 triệu đồng cho 10 giây. Mức giá này được xem là cao kỷ lục nếu so với những kỳ World Cup gần đây.



Để quảng cáo tại trận chung kết, doanh nghiệp phải trả số tiền 500 triệu đồng cho 30 giây, và 250 triệu đồng cho 10 giây

Mức giá cao nhất dành cho trận chung kết với 250 triệu đồng cho 10 giây, 300 triệu đồng cho 15 giây và 375 triệu đồng cho 20 giây và 500 triệu đồng cho 30 giây. Như vậy, mỗi phút quảng cáo ở trận chung kết sẽ mang lại cho VTV từ 1-1,5 tỷ đồng.

So với kỳ World Cup trước, mức giá trận chung kết quảng cáo được VTV chào các nhãn hàng đã tăng khoảng 40%.

Phần bình luận và lễ bế mạc của giải đấu cũng có giá bán cao với mức từ 225 triệu đồng đến 450 triệu đồng cho các slot 10 giây và 30 giây.

Trong khi đó, với các trận đấu vòng bảng, giá quảng cáo cho 10 giây là 100 triệu đồng, 15 giây là 120 triệu đồng, 20 giây là 150 triệu đồng và 30 giây là 200 triệu đồng. Nói cách khác, mỗi phút quảng cáo ở vòng bảng sẽ thu về 400 - 600 triệu đồng. Phần thu về từ quảng cáo với nội dung bình luận vòng bảng và lễ khai mạc thấp hơn, từ 300 - 450 triệu mỗi phút.

Tới vòng 16 đội, giá quảng cáo thấp nhất là 125 triệu đồng cho 10 giây và 250 triệu cho 30 giây, đồng nghĩa với 500-750 triệu đồng cho mỗi phút quảng cáo.

Vào đến vòng tứ kết, giá bán quảng cáo lần lượt là 150 triệu, 180 triệu, 225 triệu, 300 triệu cho 10 giây, 15 giây, 20 giây và 30 giây. Điều này đồng nghĩa với việc mỗi phút quảng cáo ở vòng tứ kết, VTV sẽ thu về 600-900 triệu đồng.

Trước đó, World Cup 2014 đánh dấu mức giá quảng cáo kỷ lục của VTV đối với các sự kiện thể thao. Vào thời điểm đó, doanh nghiệp muốn đăng quảng cáo 30 giây trong trận chung kết giải bóng đá World Cup tại Brazil sẽ phải chi 350 triệu đồng.

Trước đó, trao đổi với báo giới, ông Nguyễn Hà Nam, Trưởng ban thư ký biên tập VTV, cho biết ở các giải bóng đá lớn của thế giới VTV mua bản quyền như Euro và World Cup, nhà đài thường xuyên chịu lỗ 40-50%.

Với mức giá được VTV đưa ra thời điểm ngày 29/5, khi chưa được Vingroup hỗ trợ 5 triệu USD, con số lỗ của VTV tính toán lên tới 90%. Vào thời điểm đó, nhà đài cho rằng nếu giá cả tiếp tục tăng thì VTV khó đáp ứng được.

Ngày 8/6, VTV thông báo đã cùng Viettel đạt thỏa thuận với Infront Sports & Media về bản quyền phát sóng World Cup. Trị giá thương vụ theo chia sẻ của đại diện Viettel lên tới 14-15 triệu USD, gấp 2 lần năm 2014, và là mức VTV trước đó cho là đắt đỏ, vượt khả năng chi trả của nhà đài. Thương vụ đạt được ở phút 89 nhờ sự hỗ trợ của Vingroup với 5 triệu USD. Số tiền còn lại là VTV và Viettel chung tay mua.

Đại diện Vingroup cũng cho biết đã cam kết chi 1 triệu USD để mua quảng cáo trên VTV ngoài số tiền hỗ trợ.

Ngày 10/6, VTV cho biết đã đồng ý chia sẻ bản quyền với nhiều đơn vị truyền thông, bao gồm sóng sạch cho HTV và quyền tiếp sóng cho Viettel, FPT và VNPT.

Bảo Ngọc T/h