

ZONE X

SEASON 1

SPONSORSHIP PROPOSAL

2026 | PRESENTED BY CREATORHOOD

팀 카디오 스포츠 엔터테인먼트 시리즈

8개 팀. 10주. 1분이면 극한.

서로 다른 트레이닝을 하는 8개 팀/크루가
고강도 카디오 미션으로 10주간 맞붙는
팀 카디오 스포츠 엔터테인먼트 시리즈

8 TEAMS

크로스핏·하이록스·MMA·러닝 등

10 WEEKS

격주 리그 4R + 챔피언십 2R

78+ 콘텐츠

롱폼 26편 + 숏폼 52편

~~"하는 스포츠"~~는 폭발했다.

"보는 스포츠 엔터테인먼트"는 비어 있다.

HYROX는 전 세계 130만 명이 참가하는 글로벌 피트니스 시리즈로 성장했고, 한국에서만 매회 1,000명이 완판됩니다. '하는 시장'은 검증됐습니다.

그런데 HYROX는 '참가자의 기록 도전'입니다. 관전 드라마가 없고, 콘텐츠 시리즈가 없고, 팀 팬덤이 없습니다. '보는 스포츠 엔터테인먼트'는 아직 비어 있습니다.

	HYROX	ZONE X
본질	참가자의 기록 도전	시청자의 몰입 경험
구조	개인전 (1,000명 동시)	팀전 8팀 (서사·전략·팬덤)
기간	1일 이벤트	10주 시즌제 리그
포맷	매번 동일 8개 스테이션	매주 완전히 다른 게임
콘텐츠	하이라이트 몇 편	78편+ 시즌 시리즈
관전 드라마	없음	라이벌리, 연합과 배신
스폰서 가치	1일 이벤트 배너	IP 파트너십 (14주)

이 흐름은 이미 작동하고 있다

Kings League 스페인, 2022~

- 피케가 만든 7인제 축구 엔터테인먼트 리그
- 매출 90%가 스폰서십 (Adidas, Spotify, McDonald's)
- 2024년 소셜 70억 임프레션, \$63M 투자 유치
- 새로운 포맷 = 검증된 스폰서십 비즈니스 모델

Drone Racing League 미국, 2015~

- 완전히 새로운 종목 카테고리 창조
- 팬 70%가 기존 스포츠 안 봄, 83% 35세 미만
- Algorand \$1억 타이틀 스폰서, \$2.5억에 인수
- 새 종목 = 기존 스포츠가 닿지 못하는 오디언스

Black Combat 한국, 2022~

- 유튜브 기반 MMA 엔터테인먼트
- 총 4억뷰, 선수 서사 중심 콘텐츠
- TV·경기장 없이 콘텐츠만으로 시장 창출
- 한국에서 콘텐츠 퍼스트 스포츠 엔터가 작동

Zone X는 이 흐름의 다음 장(chapter)입니다.

차이점: 팀전 × 카디오 × 시즌 시리즈가 결합된 포맷은 아직 없습니다.

ZONE X — 한눈에 보기

"피지컬 트레이닝 버전의 스우파 × F1"

Xtreme 심폐 Zone 5를 넘어서는 극한의 카디오

미지수 X 이전에 없던 팀+리그+카디오 컴피티션

크로스오버 X 크로스핏·하이록스·MMA·러닝이 한 리그에서

기준 (하이록스/크로스핏)		Zone X
성격	기록 경쟁	몰입 관전
기간	1~2일 이벤트	격주 시즌제 (10주)
경기시간	~1시간	1~5분 미션
콘텐츠	하이라이트 몇 편	78편+ 시즌 시리즈
형태	개인 참가	팀전 (8팀)

핵심 차별 요소

- 매주 다른 게임 — 시청자가 '다음엔 뭐지?' 기대
- 팀 기반 드라마 — 연합, 배신, 라이벌리
- 1~5분 미션 — 솟풀 시대에 맞는 극적 승부
- 시즌제 리그 — 매 시즌 성장하는 IP
- 다종목 크로스오버 — 서로 다른 종목이 하나의 무대에서

10주 리그 구조

격주 리그 4R + 챔피언십 2R

W1 HEAD-TO-HEAD

1:1 팀색전 | 순수 체력 대결, 라인업 심리전

W3 KING OF THE HILL

1:1:1 영토전쟁 | 실시간 점령, 3팀 동맹↔배신

W5 THE VAULT

2:2 연합매치 | 협력과 배신, 기여도 경쟁

W7 AUCTION DRAFT

경매+실행 | 전략적 베팅, 손익 변동

▼ 상위 4팀 선발 ▼

W9 SEMI-FINALS

3-Stage Battle | 4팀 → 2팀

W10 FINALS

Best of 7 | Champion 탄생

- 모든 미션/승부 시간 5분 이내 – 스폿 시대에 최적화된 극적 구성
- 휴식 주제 콘텐츠 편집·배포 + 기획 콘텐츠 제작

~~스폰서십이 아닙니다.~~

콘텐츠 IP의 시즌1 파트너십입니다.

① Always-On Exposure

일회성 이벤트가 아닌, 14주에 걸친 78편 콘텐츠 시리즈 안에서의 브랜드 스토리텔링. 매주 새로운 콘텐츠에 브랜드가 등장합니다.

② Precision + Scale

8개 팀 × 다종목 크로스오버 = 정확한 타겟(피트니스 라이프스타일 2545) + 넓은 도달(각 팀 커뮤니티). 리스크 분산과 도달 범위를 동시에.

③ IP 성장 파트너

시즌1 파트너는 IP가 성장할수록 함께 성장합니다. F1 Drive to Survive 이후 스폰서십 가치 46% 상승, 팬 33% 증가. 시즌2부터는 선택할 수 없는 자리입니다.

~~10주 동안 만들어지는 것들~~

Phase	기간	롱폼	숏폼
PRE-SEASON	대회 4주 전	8편+	16편+
LEAGUE	10주 (격주 경기)	12편+	24편+
CHAMPIONSHIP	2주	4편+	8편+
POST-SEASON	대회 후 2주	2편+	4편+
합계	14주+	26편+	52편+

78편+

롱폼 26편 + 숏폼 52편

14주+

프리시즌 ~ 포스트시즌

같은 예산, 다른 결과

	인플루언서 1회	이벤트 1일	Zone X 시즌
노출 기간	1~3일	1일	14주+
콘텐츠 수	1~3편	1~2편	78편+
브랜드 통합	언급 수준	배너/로고	스토리 통합
2차 활용	제한적	제한적	자유 활용
IP 성장 연동			✓ (시즌제)

~~"처음"은 리스크가 아닙니다.~~

선택권입니다.

콘텐츠 품질은 대회 성패에 의존하지 않습니다

Zone X는 콘텐츠 스튜디오가 설계하는 하이브리드 모델입니다. 경기가 열리는 순간, 78편의 콘텐츠는 이미 제작 과정에 있습니다. Creatorhood는 콘텐츠 제작사입니다.

참가팀이 이미 영향력을 가지고 있습니다

1,000Cal Club, NED GYM 등 피트니스 커뮤니티에서 인지도 있는 크루가 참여합니다. 각 팀의 자체 팔로워와 커뮤니티가 자연스러운 노출 기반입니다.

글로벌 선례가 증명합니다

Kings League: 첫 시즌부터 Adidas·Spotify 참여. DRL: \$1억 타이틀 스폰서 → \$2.5억 인수. Black Combat: 유튜브만으로 4억뷰. 모두 '검증 전에 들어간' 브랜드가 최대 수혜자.

안전장치

- ✓ 78편 콘텐츠 제작 보장 – Creatorhood의 콘텐츠 스튜디오 역량
- ✓ 모든 콘텐츠 2차 활용권 포함 – 별도 콘텐츠 예산 절약
- ✓ 시즌2 우선협상권 – 성과를 보고 결정 가능

~~콘텐츠 스튜디오가 만드는~~

스포츠 엔터테인먼트

Creatorhood

- 스포츠 라이프스타일 미디어 & 콘텐츠 에이전시
- CH MAG (스포츠 라이프스타일 매거진) 운영
- 다큐멘터리 시리즈, 시네마틱 콘텐츠, 에디토리얼 전문

실적 하이라이트

국순당 3개 다큐멘터리 시리즈, 유료 광고 없이 오가닉 성장

페리카나 26년 헤리티지 브랜드 리포지셔닝, 월 15편+ 콘텐츠

CH MAG 스포츠 라이프스타일 에디토리얼 IP

Zone X는 이벤트 기획사가 만드는 대회가 아닙니다.

콘텐츠 스튜디오가 설계하는 스포츠 엔터테인먼트입니다.

SPONSORSHIP PACKAGES

	TOP SPONSOR	SUB SPONSOR
성격	타이틀 파트너	PPL / 현물 / 로케이션
수량	1개 브랜드 (독점)	3~5개 (카테고리별)
핵심	시즌 전체 브랜드 통합	카테고리별 노출

TOP SPONSOR – "ZONE X PRESENTED BY [브랜드]"

브랜딩	시즌 타이틀 네이밍, 모든 콘텐츠 오프닝/엔딩 로고, 메인 배너, 선수 유니폼
콘텐츠	모든 시리즈에 브랜드 스토리 통합, 전용 콘텐츠 2편, 2차 활용권 전체
현장	메인 스테이지 네이밍라이즈, 부스 운영권, 제품 배포권, VIP
확장	시즌2 우선협상권, 공동 마케팅 캠페인

SUB SPONSOR – 카테고리 파트너

PPL	경기 중 제품 노출, 콘텐츠 내 자연스러운 배치
현물	어패럴(훈련복/경기복), F&B, 운동 장비/용품
로케이션	체육관/트레이닝 시설 협찬, 시설 브랜딩

TIMELINE

2026년 2~3월 스폰서십 협의 & 팀 협의 본격화

2026년 4~5월 프리프로덕션 & 빌드업 콘텐츠

2026년 6월 시즌 1 시작 (10주)

2026년 8월 시즌 1 완료 & 시즌 리뷰

다음 단계

1. 미팅을 통한 상세 논의
2. 브랜드 맞춤 스폰서십 설계
3. 파트너십 계약

시즌1의 파트너는 시즌2부터 선택할 수 없습니다.

지금이 유일한 기회입니다.

ZONE X

SEASON 1

Presented by Creatorhood

정수현 | CEO & Director

sh.jung@teamcreatorhood.com

Instagram: @creatorhood_official