

LINE TODAY — Masthead Ad

單日最大觸及方案

LINE TODAY 首頁特開置頂大版位

Masthead Ad — TODAY最前線

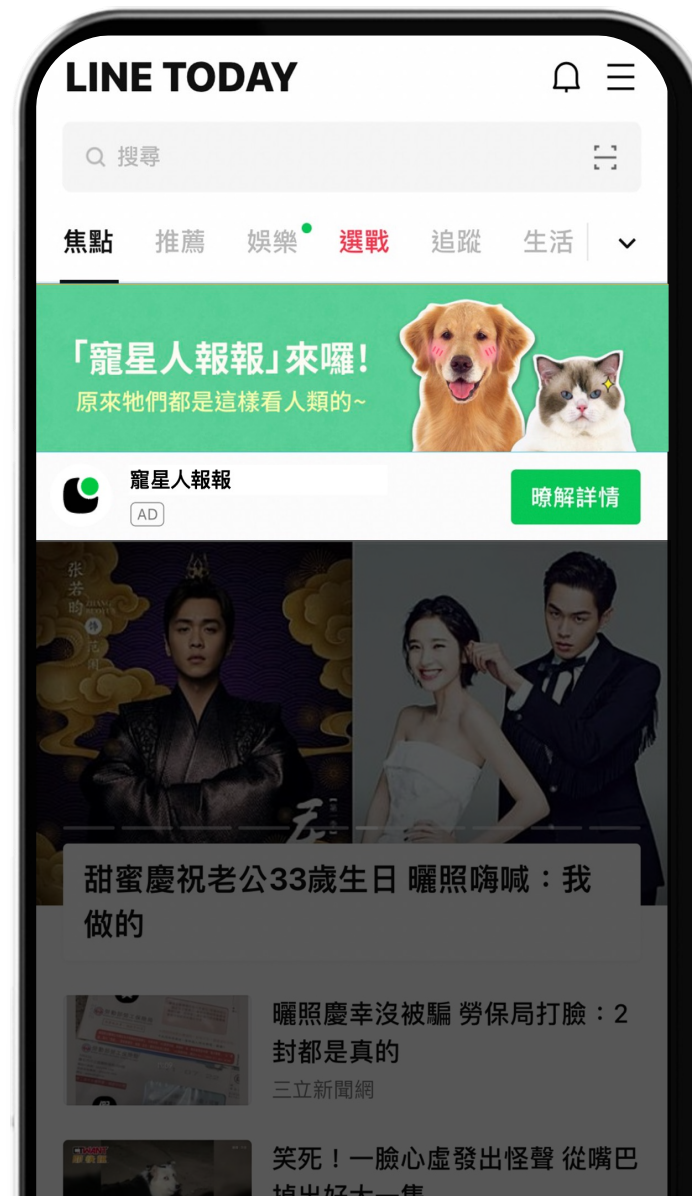
新聞平台首頁單日最大觸及 網羅當天想看新聞的全台觀眾！
民生品牌重點檔期強勢版位

新聞首頁
特開版位

頂級展示
絕佳吸睛

單日4百萬
最大觸及

* 版面僅為示意，實際呈現方式請以上線版型為準。



LINE TODAY Ads 推薦適用行銷目的

Video

Image

單日最大觸及

首頁置頂 Masthead

多日重點曝光

首頁 Billboard

文章 Scroller Ad

文章 In-read Ad

影片 Pre-roll

首頁廣編 Headline

全站輪播 LAP

建立知名度

大曝光、用戶第一站

引起消費意圖

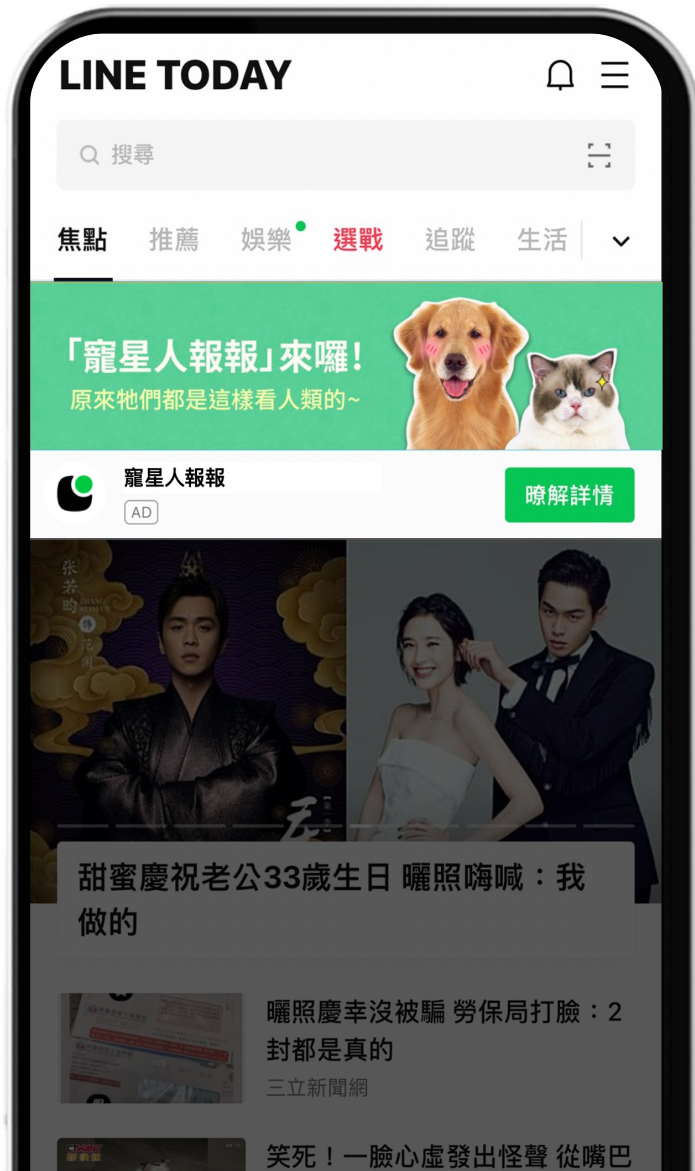
吸睛版位配規模化精準

行動呼籲

導購行動

LINE

TODAY Masthead Ad – 單日最大觸及方案



銷售規格

- 每日獨家一檔，每檔走期為當日AM10:00 – 隔日AM09:59，共24小時
- 每檔走期內，所有進入TODAY焦點首頁的使用者，每人將看到一次廣告
- 預計每檔不重複觸及數/曝光數：400萬至450萬
- 每週銷售檔次限制：限量一檔（限工作日上線）

廣告版位

- TODAY「焦點」首頁置頂版位，如左方示意圖

產品售價

- 原價 \$60萬/檔

注意事項：

- * Masthead Ad上方Breaking news為編輯操作版位，無法保證出現時間，請知悉。
- * 預估值僅供參考，實際曝光量以上線當天數據為準。
- * 廣告僅投放於Mobile裝置，版面僅為示意，廣告呈現會依據行動裝置所設定深色模式或淺色模式而調整背景底色，實際呈現方式請以上線版型為準。
- * 以上為台幣未稅價，LINE保留價格異動之權利。
- * 請於走期開始前5個工作天提供素材。

TODAY Masthead Ad — 賣法比較

	現有賣法 — 時段包版	新增賣法 — 單日最大觸及
購買門檻	<p>須符合下列條件之一方可購買：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 首頁雙包版促銷方案 \$100萬 ■ IO單次購買金額達100萬以上(不含Masthead Ad、LAP)，且與Masthead同一張IO回簽，並於當季執行完畢 ■ 達TODAY保證制廣告年度投資量門檻250萬以上 ■ Display 保證制廣告年度投資量門檻450萬以上 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 首次開放無門檻即可購買
販售規格	<ul style="list-style-type: none"> ■ 獨家2小時包版 <ul style="list-style-type: none"> ■ 廣告曝光時段：12-14、15-17、18-20、21-23 (四選一) ■ 曝光量 <ul style="list-style-type: none"> ■ 平日：300~440萬次 ■ 週末：250~400萬次 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 每日獨家一檔，每檔走期內，所有進入TODAY焦點首頁的使用者，每人將看到一次廣告 ■ 限平日工作天檔次，每週僅銷售一檔
單價	<ul style="list-style-type: none"> ■ \$55萬/檔 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 原價 \$60萬/檔

* 以上為台幣未稅價，LINE保留價格異動之權利。

* 優惠適用走期：自即日起至2023/9/30，須於2023/9/30前簽回並執行完畢。優惠不追溯已執行&執行中版面。

廣告素材規範

黑底標題



品牌LOGO

白底標題



圖片	尺寸	1,125 x 294 / JPG、PNG (註：廣告呈現將因不同裝置進行縮放)
	大小	最大950KB
品牌LOGO	尺寸	144 x 144 / JPG、PNG (註：實際顯示為圓型，請注意品牌LOGO呈現範圍)
	大小	最大950KB
標題	字數	至多不超過11個字元，全形/半形/標點符號/空格皆算一個字元，不得斷行。文案規範請參考下頁。
	底色	將依用戶手機裝置設定之淺/深色模式及其他相關設定而異，黑底白字及白底黑字皆有機會出現。
CTA按鈕	二選一	瞭解詳情；立即下載
其他	連結URL	請提供https://開頭格式，支援Click / Impression 第三方追蹤URL，詳細資訊請洽業務。支援LINE Tag 作為Imp tracking code，詳細設定請參考LINE TODAY 曝光受眾LINE Tag 再行銷受眾設定說明文件。
	素材繳交	上線前5個工作日
	素材	以1組為限

*廣告規範：請參閱Sales Kit-Appendix 產業、產品刊登標準及廣告規範
https://terms.line.me/line_AD_LTL?lang=en。

文案規範：建議使用的符號


類型	符號 (全形 / 半形)
Parentheses	() [] 「 」 『 』 { } < > <<>> (全形) () (半形)
Tilde	~ (全形)
Hyphen	— (全形) - (半形)
Calculations	+ - ± × ÷ = ≤ ≥ ≠ ∞ (全形) - + (半形)
Quotation Marks	‘ ’ ‚ ` (全形) “ ” (全形)
Punctuation Marks	。 、 (全形)
Middle Dot	· (全形)
Comma	， (全形) , (半形)
Period	。 (全形) . (半形)
Underscore	— (全形) _ (半形)
Percent Sign	% (全形) % (半形)
Ampersand	& (全形) & (半形)
Colon, Semicolon	: ; (全形) : ; (半形)
Ellipses	… (全形)
Slash	/ \ (全形) / (半形)
Question Mark / Exclamation Mark	? ! (全形) ? ! (半形)
Other	¥ \$ @ 〒 (全形) \ \$ @ (半形)

- 為確保特殊符號正常顯示，建議一律使用上表中的符號。若要使用其他特殊符號，恕不保證廣告內容可於所有行動裝置中正常顯示。
- 符號使用必須遵守文法邏輯
- 可使用當地的貨幣符號
- 如果使用引號，必須在強調的文字前後各使用一個引號，示意開始和結束
- 不得在文案開頭或結束使用空格（試圖引起注意，而不是文案的自然呈現）

廣告刊登流程



廣告設定完成：截圖範例

Name	Status ? ↑	Type ?	Priority	Start time	End time
Masthead ID: 4718035650 Responsive Banner Direct	 Ready	Standard Normal	8	Jul 1, 2018 10:00 AM CST	Jul 8, 2018 10:59 PM CST

廣告報表示意圖

Line Item	Total impressions	Total clicks	Total CTR

* 此為報表示意圖，實際版型請以收到的報表格式為主。

Appendix

產業及產品刊登標準

產業及產品刊登標準

禁止產業及產品

- 宗教相關（除魔相關、靈媒、神社佛寺等）
- 暗示或藉由人的自卑感來推銷的產品及服務（部份例外）
- 健康食品（部份例外）
- 郵購保養品（部份例外）
- 美體美容沙龍
- 博弈相關（含遊戲軟體）、小鋼珠等（部份公營事業例外）
- 成人商品及服務（以成人為對象的性產品及服務、涉及性暗示的產品及服務、引人聯想兒童情色等違反青少年保護及發展的產品及服務、壯陽相關食品或藥物等）
- 金字塔式傳銷、多層次傳直銷
- 徵信服務
- 鐘點清潔管家、看護服務
- 菸品、電子菸
- 女性用品（避孕產品、女性體溫計）
- 武器、毒品
- 不符合政黨相關規範的政黨及政治團體
- 公益法人、NPO/NGO、社團法人
- 人體器官販售
- 殯葬業
- 醫療系統、醫學美容及整形機構、美白（指醫療行為及食品）、醫院、診所、特定疾病相關網站
- 不動產投資
- 群眾募資
- 拍賣、涉及出價模式的競標
- 入口網站、論壇
- 資訊比較網站（部份例外）
- 點數相關網站（以點數收集及交換服務為主的網站）
- 競品
- 跨國婚姻媒合
- 當舖
- 聯盟行銷（Affiliate site）
- 限制級遊戲軟體

產業及產品刊登標準

限制產業及產品

酒/酒精

- 須符合相關法規-菸酒管理法
- 應明顯標示「禁止酒駕」、「飲酒過量，有礙健康」或其他警語。應明顯標示「禁止酒駕」、「飲酒過量，有礙健康」或其他警語。（每一個呈現的影格，都需加上警語）。
- 標示健康警語時，應至少以版面百分之十連續獨立之面積刊登，且警語字體的面積不得小於警語背景面積二分之一，標示健康警語所用顏色應與廣告或促銷版面的底色互為對比。除附圖外，不得標示與該警語無關之文字或圖像。為電視或其他影像廣告或促銷者，並應全程疊印。僅為有聲廣告或促銷者，應以聲音清晰揭示警語。
- 不得鼓勵或提倡飲酒。

限制級電影宣傳廣告

- 須符合相關法規-電影片與其廣告片審議分級處理及廣告宣傳品使用辦法
- 廣告宣傳品內容應符合電影片內容，並適合一般觀眾觀賞，且不得有下列情形之一：
 - 一、違反法律強制或禁止規定者。
 - 二、涉及性、暴力、恐怖、血腥或其他對兒童、少年之行為或心理有不良影響之虞者。

交友

- 交友相關廣告主需經審核人員確認其服務無任何不當內容。例如：內含情色露骨、暴力、人身攻擊或偏見等爭議內容。
- 禁止以「性」為目的或與其相關的成人交友等服務。
- 禁止仲介新娘相關服務。

產業及產品刊登標準

限制產業及產品

醫藥品

- 符合藥事法
- 廣告應經主管機關核准，媒體不得刊播未經核准、與核准事項不符、已廢止或經令立即停止刊播並限期改善而尚未改善之藥物廣告。違反者處20萬元以上500萬元以下罰鍰。
- 其經衛生主管機關通知限期停止而仍繼續刊播者，處60萬元以上2,500萬元以下罰鍰，並應按次連續處罰，至其停止刊播為止。
- 上刊資格及素材須經由LINE TODAY 團隊事先審核並同意

金融投資、外匯

- 投資型產品之廣告僅限各大銀行、壽險公司及上市上櫃投信公司提供之投資型產品
- 廣告主需取得政府核准及任何必要之相關執照且廣告內容需符合所有相關法規規範。
- 禁止二元期權、首次代幣發行、虛擬貨幣等投資型產品。禁止（宣稱）可提供內線消息的廣告。

信用卡

- 必須符合相關法規，包含但不限於《信用卡業務機構管理辦法》。
- 各發卡機構製作之網路靜態、動態圖像式廣告應分別以三分之一版面刊登或全程刊登「謹慎理財、信用至上」或「謹慎理財、信用無價」醒語，其字體須顯明且不得小於14 號字。

貸款相關

- 廣告主本身需為設立於台灣的銀行及壽險公司，僅限宣傳自家公司所提供的個人貸款相關產品及服務，且其廣告內容需符合相關法規。
- 廣告內容禁止推廣薪水支票預借現金、發薪日貸款等。

廣告呈現方式須知及限制 – 1

請務必遵守相關法規及各產業規範。

為避免法律風險及基於保護使用者的立場，LINE訂定了以下與廣告呈現方式相關的規範。

Landing Page及素材必須事先審核

易混淆或誤導使用者認為與LINE有合作之廣告內容

禁止未經允許及授權擅自使用LINE之logo、角色、服務或其他內容而混淆或誤導使用者認為此廣告與LINE有合作關係。

LINE logo相關規範請參考：<https://line.me/en/logo/guideline>

Landing Page限制

禁止連至與廣告內容無直接關聯的網頁。

禁止任何無法於行動裝置瀏覽或開啟的landing page

請務必確認連結網頁可於行動裝置上正常運作。此外，網頁內文字過小、不易閱讀，或圖像超出網頁而導致圖像不完整也是不被允許的。

禁止可能令使用者感到不舒服或冒犯的內容

禁止過於暴露的圖片(※ 1)、可能令使用者感到不舒服或冒犯的內容(※ 2)。

※ 1 禁止與廣告無關的泳衣或內衣穿著圖片。

※ 2 禁止腥羶色、歧視、人身攻擊及傷害、暴力、驚悚、不雅文字及其他可能聯想至反社會行為的呈現方式。

禁止廣告不實

禁止誤導使用者相信此產品或服務擁有比實際上更好的優惠或品質等。

廣告呈現方式須知及限制 – 2

請務必遵守相關法規及各產業規範。

為避免法律風險及基於保護使用者的立場，LINE訂定了以下與廣告呈現方式相關的規範。

Landing Page及素材必須事先審核

禁止最高級形容詞句

禁止使用如「第一」、「冠軍」、「最多」、「最大」、「唯一」...等形容字句，如有使用任何最高級形容詞句需補充相關數據、調查等資料來源

遊戲軟體分級標示

遊戲軟體廣告素材上應明顯標示分級標識；除限級之標示不得小於五十像素乘以五十像素外，其餘級別之標示不得小於四十五像素乘以四十五像素。

但因體積過小或性質特殊無法為標示者，應以文字標示分級級別：限制級、輔導十五歲級、輔導十二歲級、保護級、普遍級。

禁止第三方侵權行為

廣告內容禁止侵犯任何第三方權利，包括肖像權、商標或其他智慧財產權相關規範。如有使用第三方內容請提交相關證明文件。

禁止使用App Store或Google Play的標誌

THANK YOU

若對LINE TODAY Masthead Ad 有興趣，請洽您的LINE廣告業務窗口。