

LINE Biz - Solutions

LINE 樂兌

擁有無限可能的SP活動模組
LINE Sales Promotion

Jan. 2025



LINE

目錄

- 01 什麼是 LINE樂兌？
- 02 活動流程
- 03 成功應用案例
- 04 產品優勢
- 05 產品功能
- 06 銷售方案
- 07 聯賣優惠
- 08 產品規格
- 09 版位說明
- 10 附件

01.什麼是 LINE樂兌？

A hand holding a smartphone with a green screen and a white speech bubble containing the word 'LINE'. The background is a blurred outdoor scene with a white railing.

LINE

LINE for Business

以全方位行銷為基礎，為企業提供多種廣告行銷方案



LINE
Ads Platform



LINE
Sales Promotion



LINE
Account Connect

LINE for Business - LINE Sales Promotion

以全方位行銷為基礎，為企業提供多種廣告行銷方案



LINE
Ads Platform



LINE
Sales Promotion



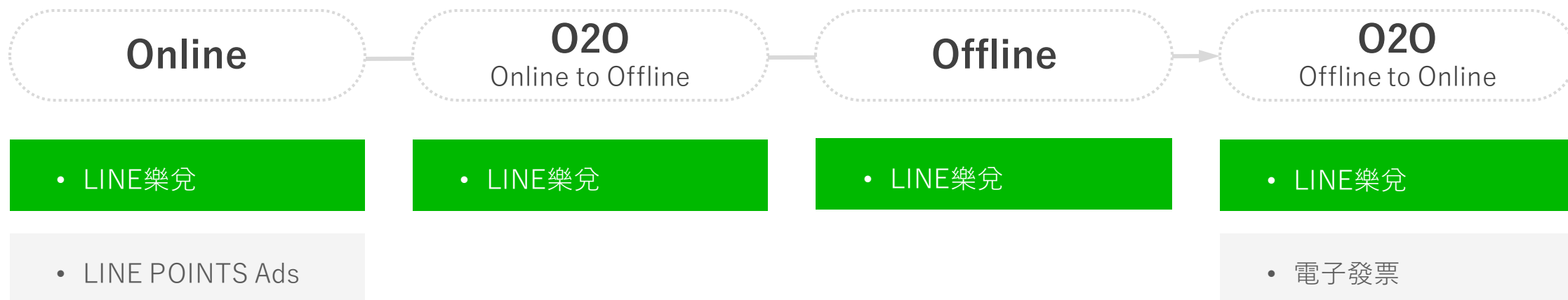
LINE
Account Connect

什麼是 LINE Sales Promotion ?

LINE Sales Promotion 是專為「促進產品銷售」所設計的廣告解決方案，藉由提供獎項、購買誘因，互動和指定任務，快速吸引大量消費者參與活動；短期就能看到顯著效果

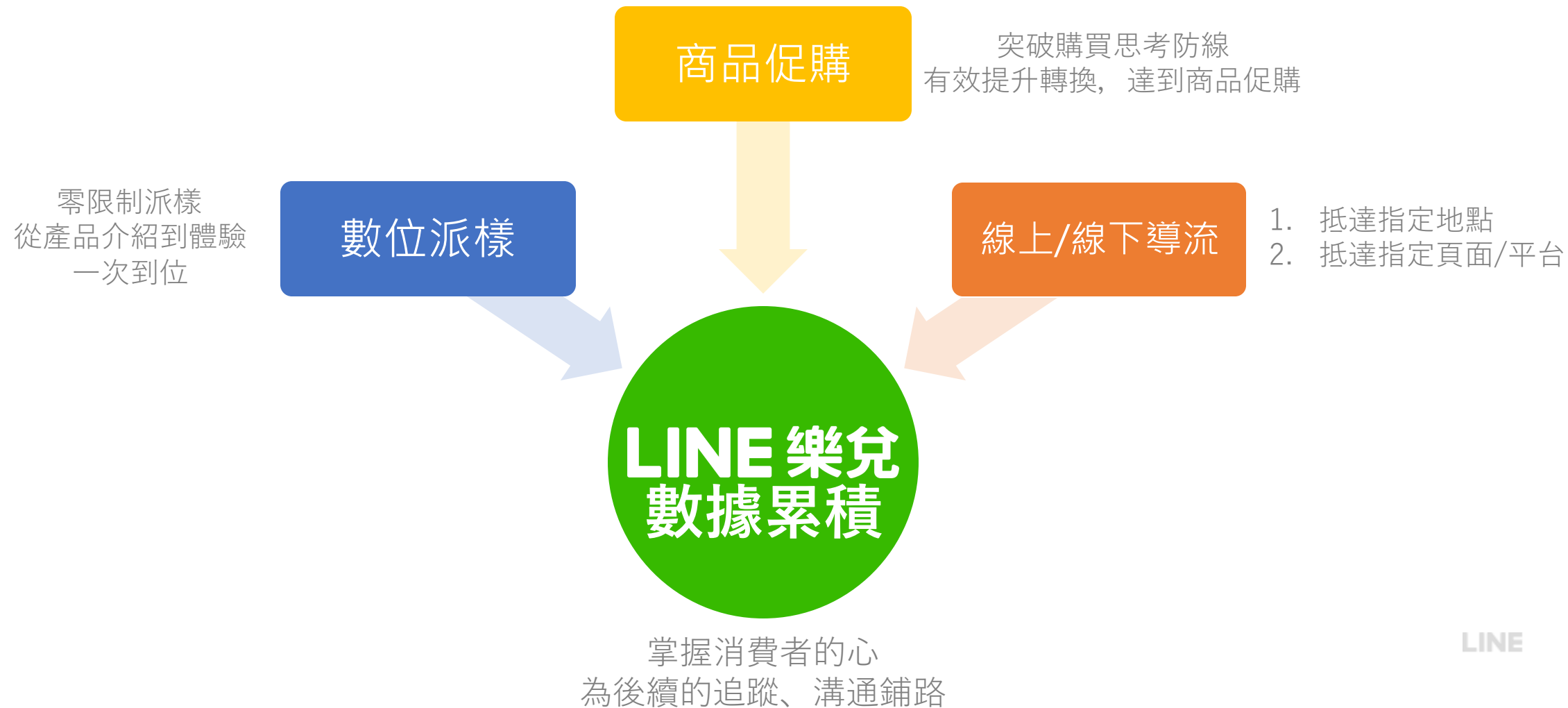
無論是線上或線下，**LINE Sales Promotion** 涵蓋完整行銷生態圈，提供全方位的促銷活動方案

品牌可以掌握消費者的購買行為、選擇偏好、潛在客群…等重要行銷數據，洞悉消費者的需求、延伸與消費者的溝通，為品牌後續的行銷規劃鋪路。



什麼是 LINE樂兌？支援三大常見SP活動

LINE樂兌 為 LSP 中，同時支援 Online & Offline，打造OMO虛實融合的廣告工具



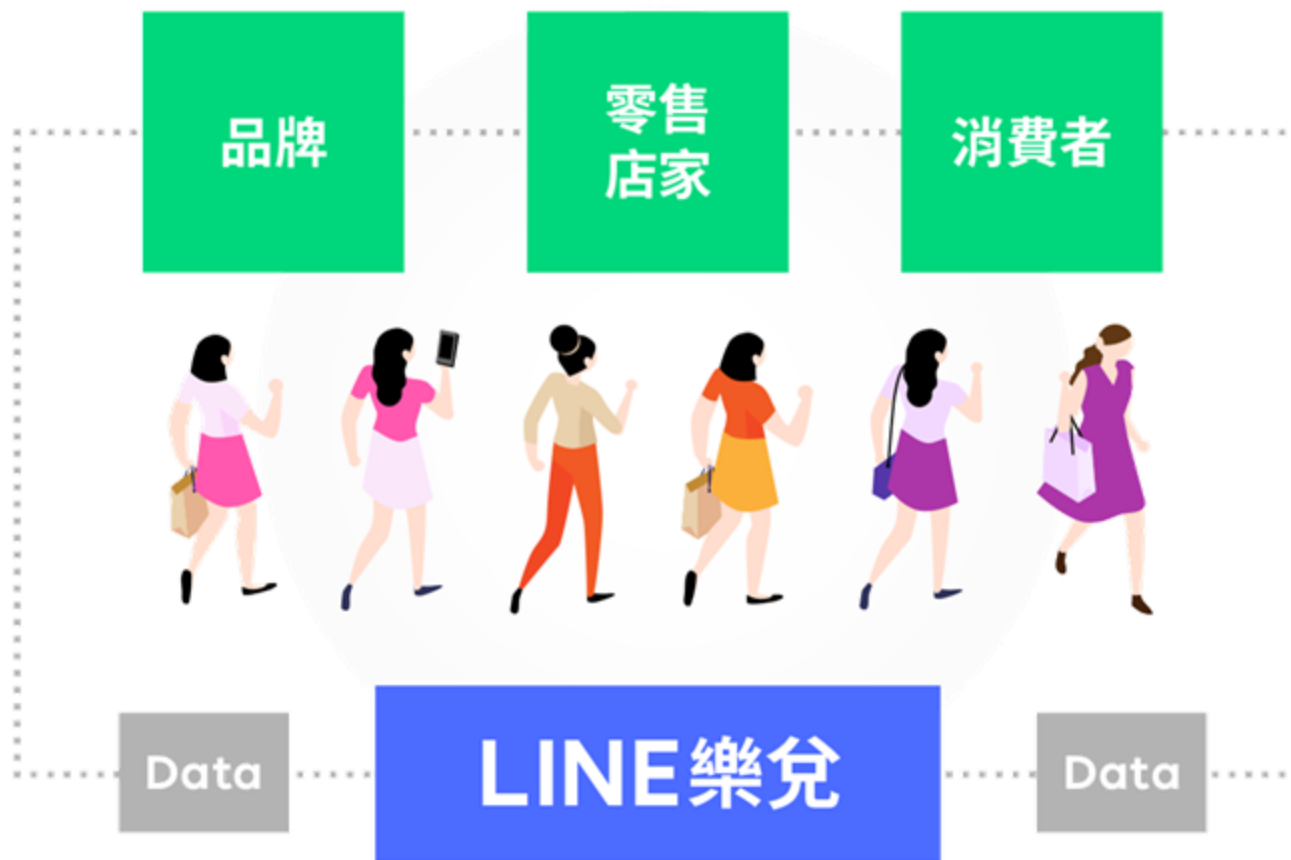
為什麼需要 LINE樂兌？

過去：破碎的行銷方式 消費者難以追蹤



為什麼需要 LINE樂兌？

現在：以 LINE樂兌 串起行銷活動最後一環



由「數據累積」出發，以全新 + 全數位 + 全方位的方式執行Sales Promotion行銷活動，完整保留使用者消費足跡

02. 活動流程

A hand holding a smartphone with a green screen displaying the LINE logo. The logo is a white speech bubble with the word "LINE" in green capital letters inside it. The background is a blurred indoor setting.

LINE

LINE樂兌 活動流程 – 廣告主視角

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

輕鬆串連線上線下，簡單參加、大量擴散、數據累積，持續追蹤再次行銷



- ✓ 活動URL容易分享、擴散
- ✓ 適用於各種線上、線下媒體
- ✓ 簡單百搭，玩出組合技

- ✓ 擴大好友數，活絡已封鎖好友
- ✓ 使用者行為搜集、累積數據
- ✓ 自動貼標、分眾
- ✓ 產品溝通、宣傳

- ✓ 線下通路已串連
- ✓ 線上適用官網、APP
- ✓ 獎項形式多元

- ✓ 再行銷利器
- ✓ 精準行銷必備
- ✓ 後續追蹤再溝通

LINE 跨產品精準行銷 (Cross Targeting)，連結 LINE官方帳號、LAP

LINE樂兌 – 詳細流程

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主



03. 成功應用案例

A hand holding a smartphone with the LINE app logo on the screen. The logo is a white speech bubble with the word "LINE" in green capital letters inside. The background of the phone screen is a solid light green color. The phone is held in a way that the screen is the central focus.

LINE

LINE樂兌成功案例 – 哈根達斯香草焦糖脆皮甜筒

天天送666份免費新品，社群病毒式自主分享，刷出新品上市聲勢



破 **100萬** 參加次數，近 **40萬** 參加人數，**70%** 兌換率

LINE樂兌成功案例 – IPSA淨化歸0前導精萃

LINE樂兌數據 結合 Cross Targeting, IPSA 挖掘100%高含金量新客

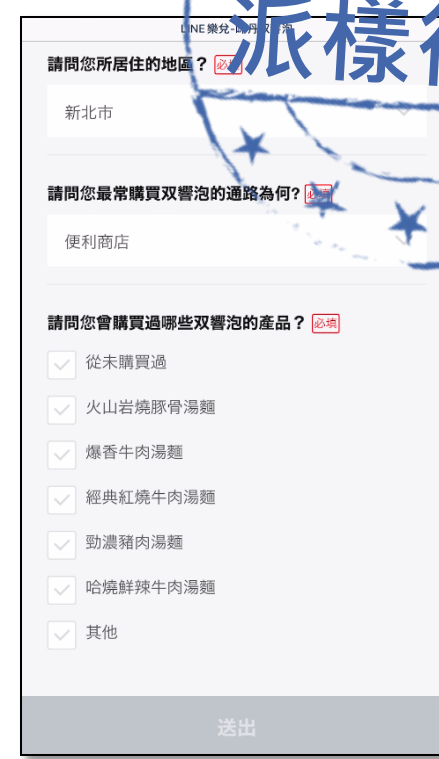


整合各專櫃官方帳號、LINE樂兌 **已分眾** 的參加者資料 (性別/年齡/地區/購買習慣), 實踐精準行銷
成功讓CPC降低 **40%**, 創造更高轉換, 平均客單價提升 **1.8** 倍, 好友數成長 **3.6** 倍

LINE

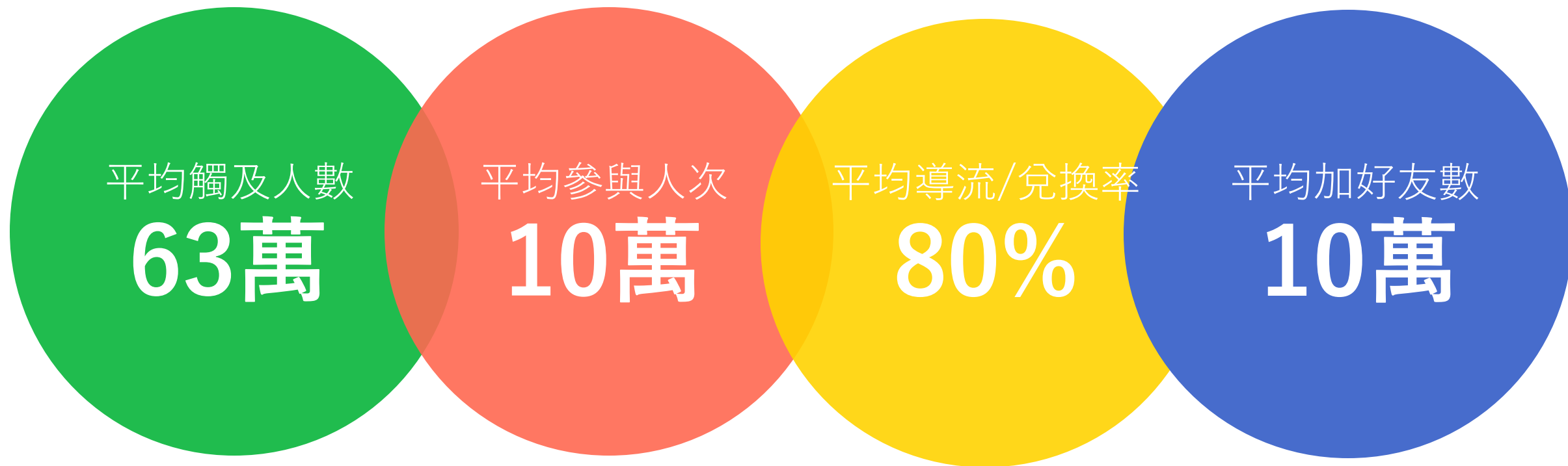
LINE樂兌成功案例 – 雙響泡

先試吃，再後測，搜集最真實準確的回饋，作為後續行銷、新產品的參考。



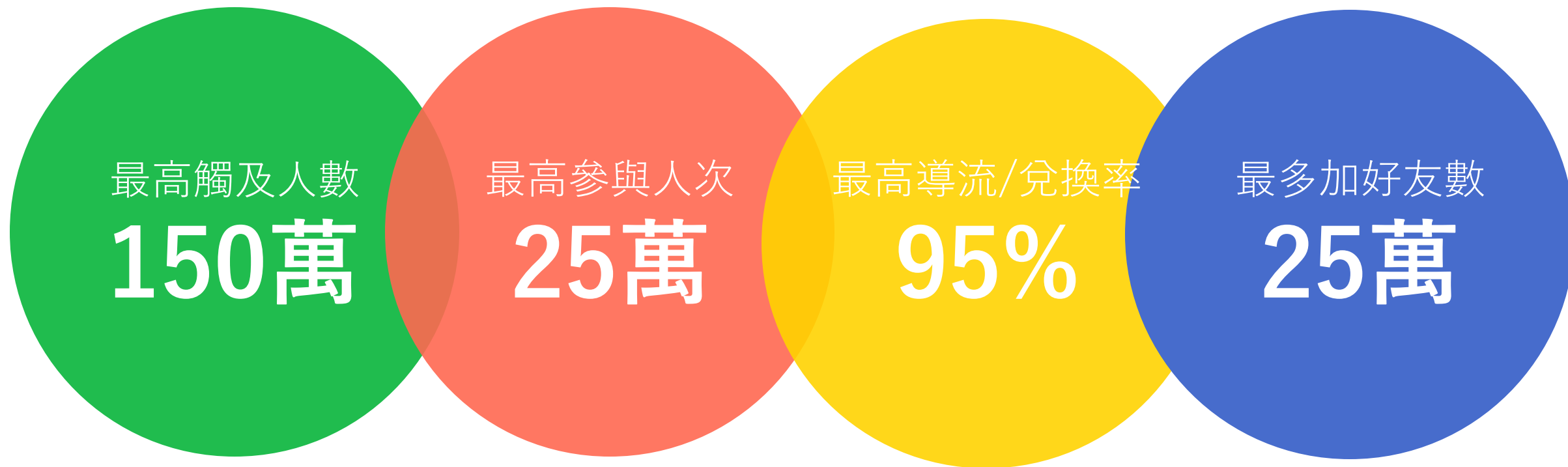
狂送 **10,000** 份新品，社群討論度加溫，創造話題性
消費者喜好/習慣問卷回收率 **100%**，產品兌換率達 **90%**

LINE樂兌 – 平均成效分享



- 資料來源：LINE 內部資料
- 資料週期：2020
- 平均活動週期：7天

LINE樂兌 – 最佳成效分享



- 資料來源 LINE 內部資料
- 資料週期：2020
- 每項數據來源為不同案例

04. 產品優勢

A hand holding a smartphone with a green screen displaying the LINE logo. The logo consists of a white speech bubble with the word "LINE" in green capital letters inside it. The background of the phone screen is a solid light green color. The phone is held in a way that the screen is the central focus of the image.

LINE



LINE 黏著度高、觸及度高

2,100萬+

台灣月活躍用戶數

各年齡分布平均具有高黏著度

86.8%

LINE使用率No.1

過去7天會使用的社群/通訊媒體

90%

單一帳號比例

LINE 樂兌 用戶/活動特色

- ✓ 忠誠度高，連續參加
- ✓ 不重複參加，全新用戶 +
- ✓ 商品誘因大，高行動力
- ✓ 有效產品溝通
- ✓ 準確數據蒐集、累積

1



40% 的參加者
同一活動連續參加 2 次以上

2



8分鐘 搶完 800份 大獎

3



累積 100萬+ 不重複參加者

4



影片觀看率 55%

5



問卷準確度 88%

04. 產品優勢

1

創新玩法 & 體驗



打破傳統SP玩法
創造使用者全新體驗
廣撒 or 精準推播都OK
數位足跡全記錄

2

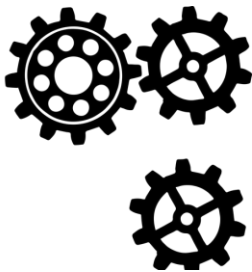
便利執行



不需 製作活動頁
不需 技術串接
不需 消耗訊息費
沒有 時間 / 地點限制

3

彈性使用



不只在LINE玩
可搭配其他媒體平台曝光
疊加各種LINE產品、功能
MGM / 核銷驚喜
LINE POINTS
LINE Beacon
...

4

產品溝通



主視覺
問卷
影片
開獎動畫
商品兌換

5

促購 & 導店



獲取二次接觸機會
提高轉單率
網友變人流
好友變顧客

6

完整UID



資料累積再應用
輪廓清晰辨別
可搜集性別/年齡/消費習
慣/商品喜好/個人資料

05. 產品功能

A hand holding a smartphone with a green screen displaying the LINE logo. The logo consists of a white speech bubble with the word "LINE" in green capital letters inside it. The background of the screen is a solid light green color. The phone is held in a way that the screen is the central focus.

LINE

LINE樂兌 – 八大特色功能

1



無痕加好友／解封鎖

2



活動URL任意分享

3



問卷蒐集用戶資訊、喜好

4



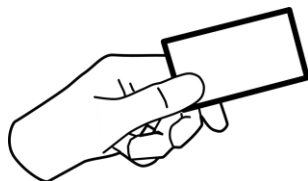
30秒可略/不可略影片

5



專屬獎項通知

6



5種獎項選擇

*reward type

7



支援5種獎項形式

*reward form

8



3種開獎動畫

功能說明 – 問卷

感謝您參加雀巢健康科學-立攝適均康雙益粉試用包兌換活動。請填寫下方問卷，完成活動參與囉！

基本問卷

請問您的性別？ **必填**

男性
 女性

請問您的年齡？ **必填**

請選擇

請問您所居住的地區？ **必填**

請選擇

請問您通常吃甚麼來保養身體？ **必填**

請選擇

請問您兌換立攝適均康雙益粉試用包後會拿給誰使用呢？ **必填**

請選擇

送出

自動貼標、分眾好幫手

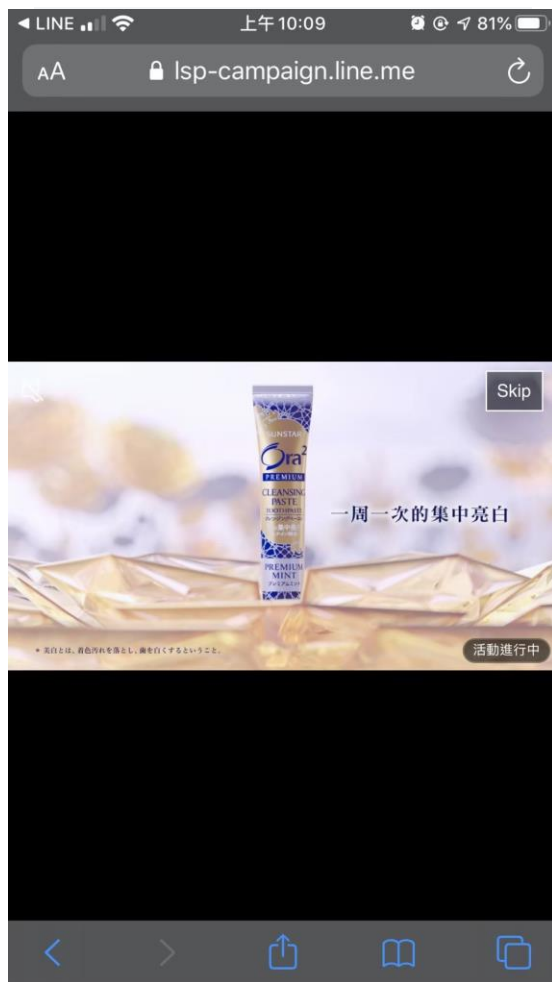
- 問卷僅於每位消費者第一次參加活動時出現
- 問卷內容共5題，其中含2題制式參加者基本資訊：性別/年齡；3題可自訂
- 問卷作答形式為選擇題（單選/複選）及開放式問答
- 開放式問答個資型（PII）問題僅限：手機號碼、電子郵件、會員編號

問卷填寫率**100%**

注意事項

1. 此為加價購功能，費用請參考「LINE樂兌 – 加購功能費用」
2. 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主
3. 複選題的選項限10個以內
4. LINE不保證收集資料之正確性
5. 依個資法，個資資料需於活動走期過後90天刪除，請客戶妥善存檔，不再二次提供

功能說明 – 影片



產品、活動宣傳利器

- 影片可選 可略 或 不可略
- 影片長度限制30秒內

影片完整觀看率55%

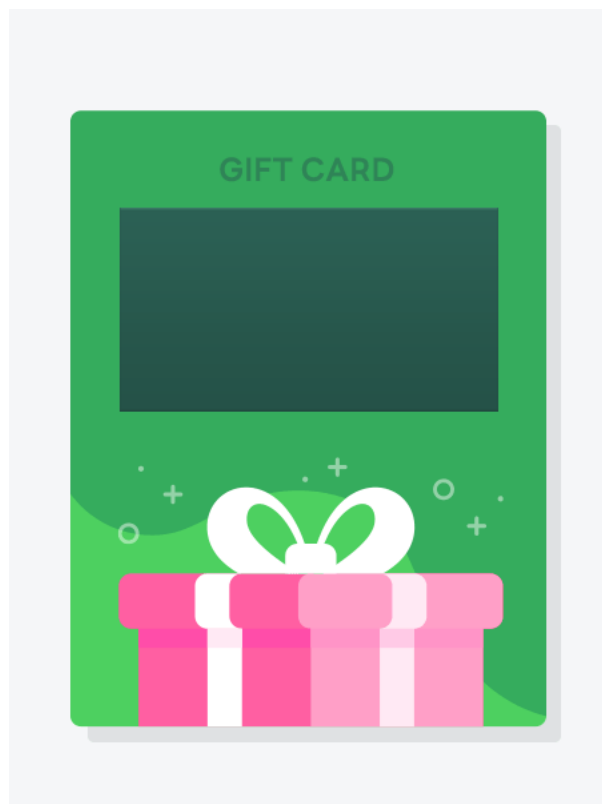
注意事項

1. 此為加價購功能，費用請參考「LINE樂兌 – 加購功能費用」
2. 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主
3. 影片實際規格請參考上架資料表

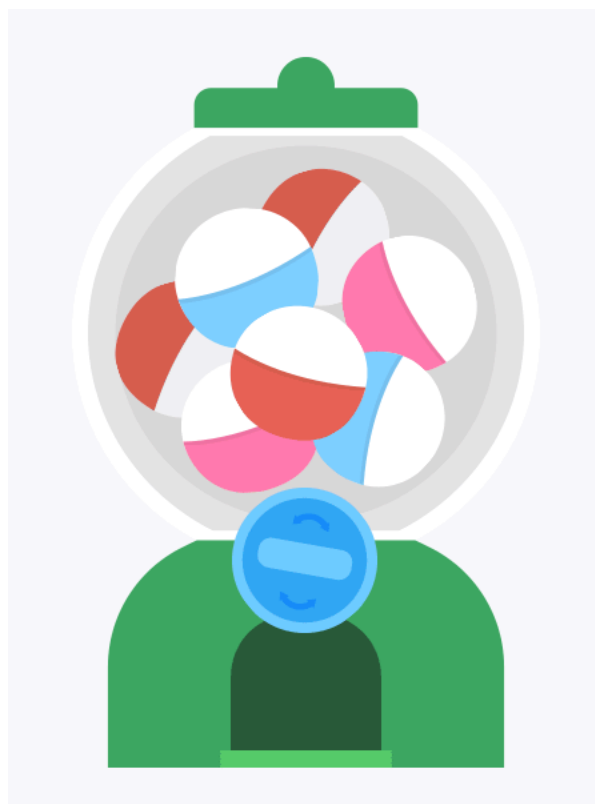
功能說明 – 三種開獎動畫

為獎品帶來趣味、期待感及互動性

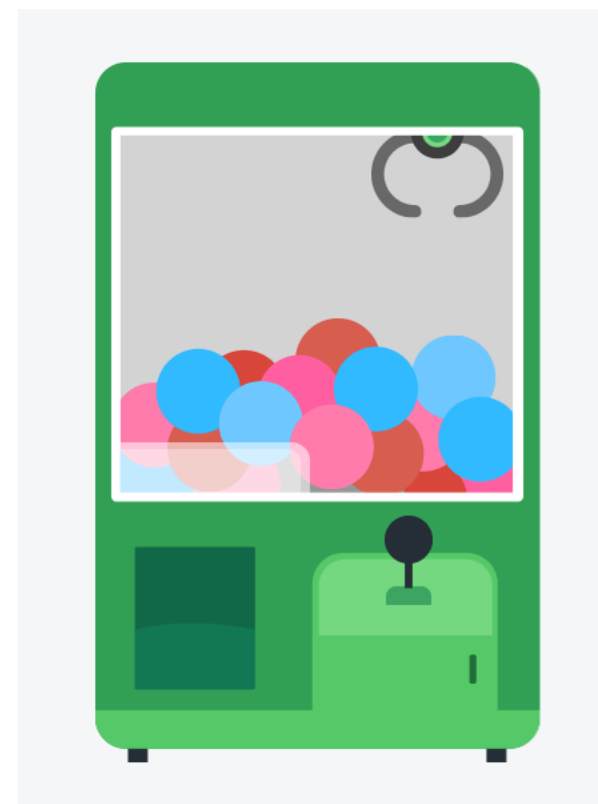
刮刮卡



扭蛋機



夾娃娃機



功能說明 – 獎項選擇 (reward type)

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

廣告主可依據行銷目的，選擇不同獎項，作為活動獎項

1. 正品



適合新品上市、長青品再出發的商品派樣活動
誘因高

2. 樣品



適合低預算活動，進行小包裝試吃、試用
誘因低

3. 現金券



適合用於線上/線下，容易提升轉換、導入人流
誘因高

4. 折價券



適合用於線上/線下，容易提升轉換、導入人流
誘因低

5. LINE POINTS



適合無實體商品、高單價商品品牌，易於社群創造自主分享
誘因高

LINE

功能說明 – 獎項形式 (reward form)

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

獎項形式分為：LINE POINTS、連結、序號

形式

1. LINE POINTS

2. 獨立序號

獨立連結

示意圖



說明

由LINE直接發點給使用者，可設定發點數量
易控管數量，適合作為大獎
1.2元/點

英數混合序號，每一序號僅能被兌換一次
適用環境廣泛，APP/官網/Kiosk機/連鎖通路/自有
通路...易控管數量，適合作為大獎
ex: POINT CODE 序號型，虛實兌換碼

每一獎項為獨立連結，每一連結僅能被兌換一次
易控管數量，適合作為大獎
ex: POINT CODE URL型/LINE代製電子票券

LINE

功能說明 – 獎項形式 (reward form)

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

獎項形式分為：LINE POINTS、連結、序號

形式

4. 單一連結

5. 單一序號

示意圖



說明

獎項為統一連結，不易控管數量
適合作為二、三獎或參加獎
ex: 指定網頁、隱形賣場

獎項為統一序號，不易控管數量，適合作為參加獎
ex: APP折扣碼

功能說明 – MGM

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主



Member Get Member = 好友拉好友

平均可將參與用戶有效擴散至 **2~4** 倍以上

2021 Q2 加碼功能：Smart Channel推播 將活動精準推薦給興趣使用者

注意事項

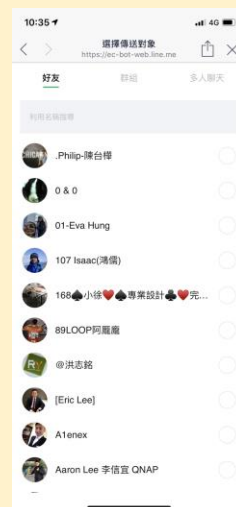
1. 此功能僅適用該檔LINE樂兌活動組合使用，且走期需與LINE樂兌活動對齊
2. 此加購功能成效為預估，非保證擴散效果，素材內容、獎項可能影響擴散效果、參與數
3. Smart Channel為加碼資源，非保證曝光次數，不得指定素材、文案且不提供成效報表
4. MGM詳細產品規格請參考「MGM產品規格」頁面

功能說明 – LINE樂兌 + MGM 用戶流程

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主



分享者



被分享者



06. 銷售方案

A hand holding a smartphone with a green screen and a white speech bubble containing the word 'LINE'. The background is a blurred indoor setting.

LINE

LINE樂兌 – 基本方案

此方案適用2025/06/30前執行之專案

服務	項目	內容	數量	專案價 (未稅)
LINE樂兌	行銷工具	平台費	一式	\$300,000
	行銷版位 (三選一)	REV Ad	3 天	
		In-read Ad	400 萬次曝光	
		Billboard	125 萬次曝光	
	活動獎項	LINE POINTS	50,000點	

加碼：購買基本方案，即可申請以下 LINE Family Service 媒體資源

服務	項目	內容	數量	補充說明
LINE POINTS 任務牆	行銷版位	LINE POINTS 好康情報置頂橫幅 Banner	2週	-
MGM		LINE Smart Channel	依使用者喜好推薦	LINE 樂兌 + MGM 獨家資源

- 以上專案內含之 LINE POINTS 50,000點 若於活動期間未使用完畢，不予以退費或折讓專案費用
- 以上專案價不包含票券費、商品費和其他獎項費用，若要加購LINE POINTS，各獎項費用請參考「LINE樂兌 – 獎項費用」
- 詳細注意事項請參考「LINE樂兌 – 產品規格」頁面說明

LINE樂兌 – 獎項費用

項目	說明	數量	單價	金額	申請門檻
LINE代製 電子票券	• 由LINE協助製作，產生指定通路 + 指定商品的電子票券	大獎贈送數	12元/張	- 大獎贈送數 x \$12	<ul style="list-style-type: none"> - 限單一商品 - 連鎖通路正品：3,000份以上 - 自有通路正品/樣品：2,500份以上
	• 商品於指定通路之售價，將支付給通路	大獎實際兌換數	通路售價	- 大獎實際兌換數 × 通路售價	
獎項特規	• 增加大獎項目	一項	\$15,000	- \$15,000	-
	• 增加兌換通路	一項	\$15,000	- \$15,000	-
LINE POINTS	• 由LINE協助發點	-	1.2元/點	-	-

注意事項

- 以上LINE代製電子票券報價限1種品項，如欲執行多獎項，需加購 – 增加大獎數
- LINE代製電子票券依通路有不同票券形式，請洽LINE業務詢問。
- LINE代製電子票券分為2種形式：POS條碼、電子章票券
 - POS條碼
 - 適用通路：7-11、全家、萊爾富、家樂福、屈臣氏、美廉社、丁丁藥局
 - 如欲執行多通路，需加購 – 增加兌換通路（超商算同一通路）
 - 全新品項於連鎖通路兌換時，需先確認該品項是否已於通路建立產品品號，需待產品品號生效後，才可進行LINE樂兌相關進稿作業。
 - 超商通路須於上線前五週確認合作
 - 電子章票券
 - 適用通路：自有通路，ex: 百貨櫃點
 - 各專案內含40顆以內之電子章，電子章需妥善保管，如遺失或損毀，每個電子章之賠償費用為\$3,000(未稅)
- 大獎兌換期限最長為活動期間結束後30天。

LINE樂兌 – 加價購功能

項目	行銷目的	加購價（未稅）
客製化需求	變形玩法	\$50,000
MGM	病毒擴散	\$80,000
問卷	自動貼標	\$50,000
影片	溝通宣傳	\$50,000

07. 聯賣優惠

A hand holding a smartphone with a green screen displaying the LINE logo in a white speech bubble.

LINE

專案優惠：POINT CODE

- LINE樂兌專案加購POINT CODE，單筆採購超過30萬點LINE POINTS，依據下列門檻提供對應的點數單價折扣（原單價為NT\$1.2未稅）

單筆採購點數	優惠單價
300,000 ~ 599,999點	NT\$ 1.18
600,000 ~ 999,999點	NT\$ 1.16
1,000,000 ~ 1,500,000點	NT\$ 1.14

注意事項

- 以上優惠價格僅適用於LSP產品加購，客戶需一次性回簽委刊單集單筆產出LINE POINT CODE，不可分批申請及領取。
- 以上優惠價格POINT CODE不得與其他優惠、專案疊加使用
- 此優惠資源僅適用於2025年6月30日前執行之專案。

08. 產品規格

LINE

LINE樂兌 – 產品規格

活動走期	不限天數，活動走期可重疊，一檔活動最長為15天
上線時間	活動首日需為週一至週五（不含國定假日） 活動設定為首日 10:00 開始、最後日 22:59 結束
活動規則	每一用戶每天可參加一次活動，每人限獲得一次大獎，若想更改活動規則請依加購功能之客製化需求加購
獎項品項&數量	正式獎，最多兩項，有無數量限制皆可 參加獎，只限一項，必須無數量限制 大獎兌換期限最長為活動期間結束後30天
平台	基本功能：無痕加好友/解封鎖（需為認證帳號）、UID名單提供、獎項通知訊息費、動畫三選一，影片/問卷/MGM為加價購功能
問卷	問卷內容共5題，其中含2題制式參加者基本資訊: 性別/年齡；3題可自訂 問卷作答形式為選擇題（單選/複選）及開放式問答 問卷選項最多10個 開放式問答個資型（PII）問題僅限：手機號碼、電子郵件、會員編號
影片	影片可選 可略 或 不可略 影片長度限制30秒內
注意事項	<ul style="list-style-type: none">※ 基本方案專案價僅適用於2025.06.30回簽訂單※ 不包含獎項費用及使用獎項產生之票券費、商品費和獎項費用；各獎項費用請參考「LINE樂兌 – 獎項費用」※ 不包含活動宣傳及後續追蹤宣傳※ 行銷版位需於在活動走期內執行，限定曝光該檔活動，訂版、進稿流程遵照個資源之規範※ 洽詢時請先告知欲進行兌換之通路及獎品形式，以確認可行性及核銷方式※ 活動宣傳素材圖片及文案中需註明人人有獎，禁止使用抽獎、中獎等相關字眼※ LINE樂兌專案進稿時間為四週，可能依獎項內容有所調整，請洽LINE業務確認※ 以上產品規格及販賣方式，LINE保留異動權利，如有調整將以公告版本為主※ 本Sales Kit資訊僅供參考，不具效力，雙方如欲締約，應以實際簽署之合約內容為準

MGM – 產品規格

活動走期	需與LINE樂兌活動相同
上線時間	需與LINE樂兌活動相同
獎項品項&數量	正式獎，最多兩項，有無數量限制皆可 參加獎，只限一項，必須無數量限制 大獎兌換期限最長為活動期間結束後30天
活動規則	A分享給B，B成功進入LINE樂兌活動頁面，A獲得彩券一張，A使用彩券即有機會獲得正式獎或參加獎
注意事項	<ul style="list-style-type: none">※ MGM活動為一獨立之連結，客戶可另行曝光。※ MGM活動為LSP產品之加購項目，分享之活動內容限定為原購買之LSP活動，不可為其他連結，例如官網導流等。※ MGM活動產生之彩券及獎項通知訊息，將由「LINE生活圈」官方帳號發送，而非客戶官方帳號。※ MGM活動期間，每個UID最多可透過分享機制獲得十張彩券。※ 因MGM活動為LSP產品之加購項目，簽約後兩者即同步執行，恕無法單獨暫停或取消其一。若需暫停或取消活動，請參考LSP產品之產品規格，收取之費用以LSP產品原售價加上MGM加購價合併計算。※ 以上產品規格及販賣方式，LINE保留異動權利，如有調整將以公告版本為主※ 本Sales Kit資訊僅供參考，不具效力，雙方如欲締約，應以實際簽署之合約內容為準

09. 版位說明

A hand holding a smartphone with a green screen displaying the LINE logo. The logo consists of a white speech bubble with the word "LINE" in green capital letters inside it. The background of the phone screen is a solid light green color. The phone is held in a way that the screen is the central focus of the image.

LINE

行銷版位：LINE POINTS 任務牆 REV (Review Ad)

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

LINE POINTS 任務牆

REV (Review Ad)

預估可獲得：40,000~45,000點擊數！

1. 於LINE POINTS任務牆中，享有免費專屬廣告版位「REV」3天
2. 點擊「REV」廣告任務，將直接外導至LINE樂兌活動頁面

版位價值
\$10萬

注意事項

1. REV廣告型態為直接外導連結，無LINE POINTS點數贈送。
2. 點擊數為預估不保證，需依實際執行數字為主。素材內容可能影響點擊率及點擊數。
3. 此行銷版位會出現在LINE POINTS任務牆「優惠卷」專區。
4. 此行銷版位僅適用於2025年6月30日前執行之專案，且限使用於該檔LINE樂兌活動之宣傳。
5. 此行銷版位走期須於LINE樂兌活動走期期間，限週一至週五上線。
6. REV版位之相關進稿流程及注意事項須遵循該產品之規範，請洽LINE業務索取相關檔案。



LINE

行銷版位：LINE TODAY In-read Ad 廣告版位

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

In-read Ad 400萬次曝光

預估可獲得：4,000-8,000點擊數！*

版位價值
\$10萬

In-read
高可見度

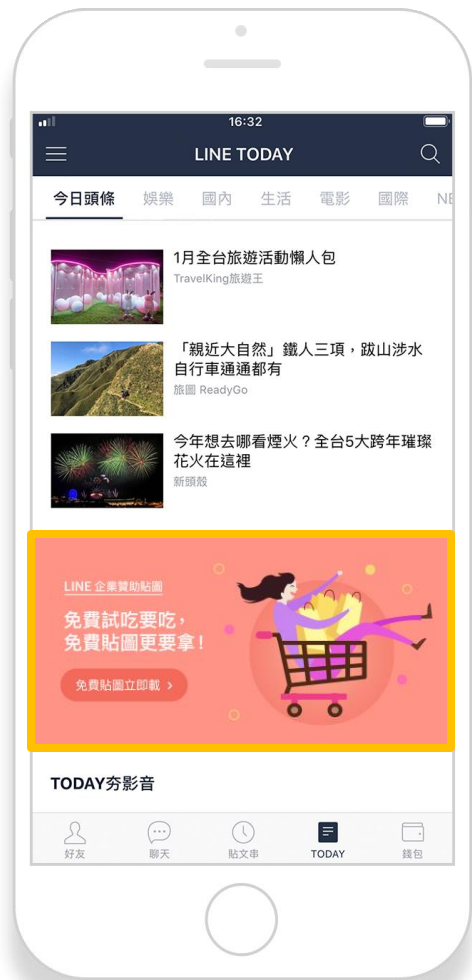
規模化
精準曝光

1. 點擊數為預估不保證，需依實際執行數字為主。素材內容可能影響點擊率及點擊數。
2. 此優惠資源僅適用於2025年6月30日前前執行之專案，且限使用於該檔LINE樂兌活動之宣傳。
3. 此優惠資源版位不包含條件鎖定，若增加鎖定條件須額外加價，詳請參閱TODAY In-read Ad Sales kit。
4. In-read Ad 之相關進稿流程及注意事項須遵循該產品之Sales kit，請洽LINE業務索取相關檔案。

文章中高吸睛度版位
跟隨新聞熱潮締造品牌話題、影響消費者決策



行銷版位：加碼 LINE TODAY 首頁告示牌 Billboard 增加曝光、點擊！



圖像式Image素材

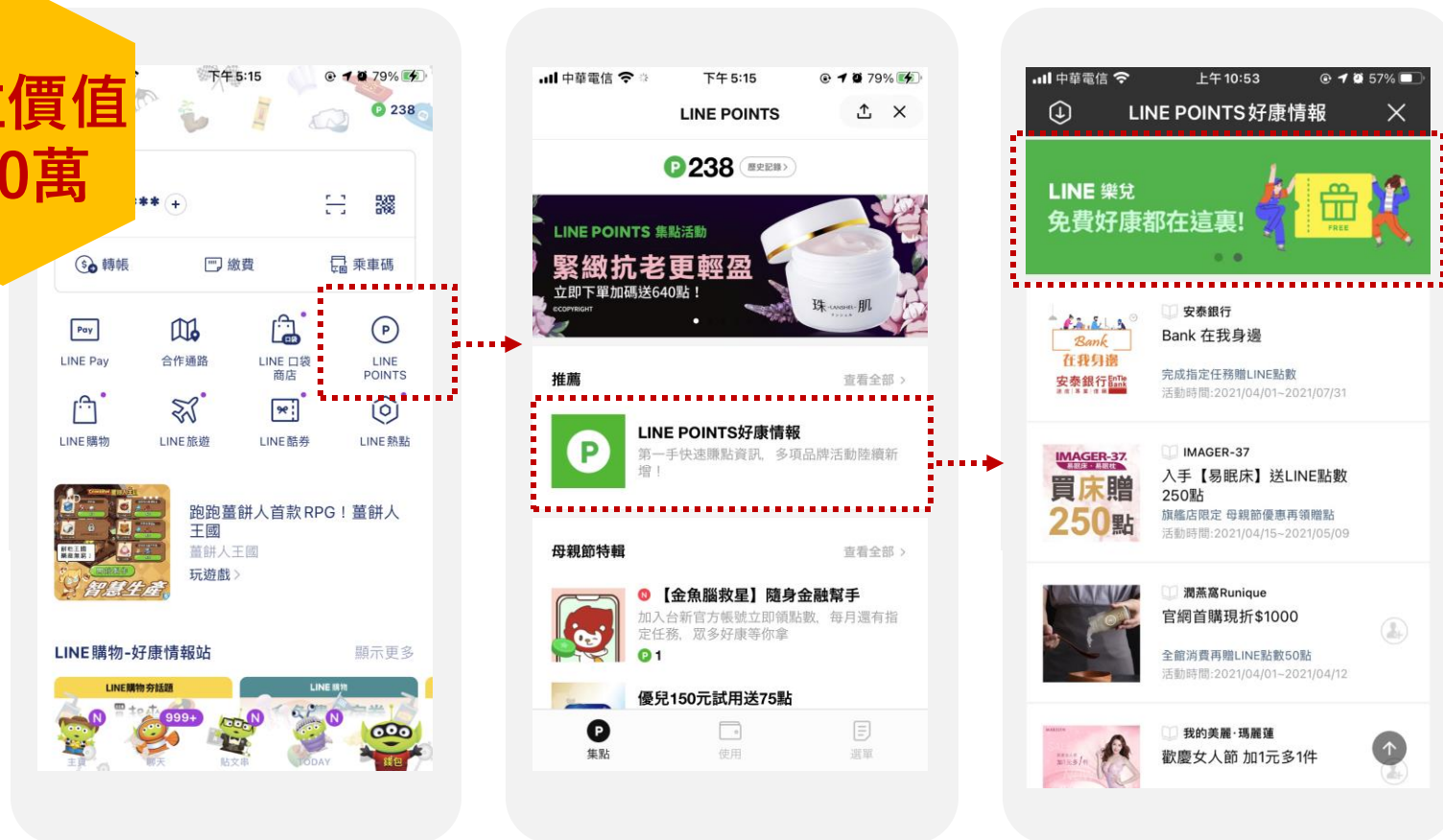
- \$10萬元(未稅) ▶ 保證125萬次曝光，預估可獲得2,500-3,000點擊！
(若希望鎖定條件，需另外加價，增加一個條件加價20%)

注意事項

1. 此優惠資源僅適用於2025年6月30日前執行之專案，且限使用於該檔LINE樂兌活動之宣傳。
2. 此優惠資源點擊數僅為預估不保證，素材內容可能影響點擊數及點擊率。
3. Billboard之相關進稿流程及注意事項須遵循該產品之Sales kit，請洽LINE業務索取相關檔案。

專案加碼：LINE POINTS 好康情報 Banner 2週

版位價值
\$20萬



活動固定入口！

透過 LINE POINTS 任務牆

每週約2,000萬曝光量

導流至「LINE POINTS 好康情報」

活動專區，獲得有效曝光。

注意事項

1. 此行銷版位檔數有限，非保證式廣告產品，訂版流程比照原有規範
2. 此行銷版位預設使用制式素材（如示意圖），如需使用自訂素材，請參考媒體資源既有規範與進稿作業工時
3. 此行銷版位僅適用於2024年2025年6月30日前前執行之LINE樂兌專案，且限使用於該檔LINE樂兌活動之宣傳。
4. 此行銷版位走期對齊LINE樂兌活動，最長為2週
5. 此行銷版位不提供成效報表。

LINE樂兌 常見問題集

- LINE樂兌目前可以合作的通路有哪些？

不限，只要廣告主提供獎項可行的領取/兌換方式，即沒有通路限制

如果需要LINE代為洽談、協助，LINE僅支援以下通路：

連鎖零售通路：7-11、全家、萊爾富、家樂福、屈臣氏、美廉社、丁丁藥局

品牌自有通路：不限，但需依品牌確認可進行的兌換機制

- LINE樂兌的獎項一定要「正品」嗎？

不限，目前已支援多獎項，可依行銷目的彈性選擇、搭配；如欲在連鎖零售通路，即限定正品

- 為什麼要收商品費？

如果由LINE代為與通路洽談，即會收取票券費、商品費

票券費：支付給票券製作廠商

商品費：支付給通路，LINE為代收代付；因為用戶會至通路賣場免費取走銷售中的商品，需要以零售價支付通路商品費用。

- 品牌一定要有官方帳號才能使用LINE樂兌嗎？

LINE樂兌活動一URL，即使沒有官方帳號亦能使用LINE樂兌服務，但唯在有官方帳號的情形下才可有加好友、UID名單等強勢功能

LINE樂兌 活動報表

- Campaign Report
 - LINE將於活動走期結束後15個工作天內提供活動報告，包含以下資訊：
 - 活動參加人數
 - 活動不重複參加人數 (UU)
 - 活動首頁 PV 數

Action Time	User Id	Reward Type	
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	PRIZE	https://poin
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	PRIZE	https://poin
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	INCENTIVE	https://liff.li
2020/10/26	Uxxxxxxxxxx	PRIZE	https://poin

※ 報表項目有可能變更，恕不另行通知。

※ 依個資法，個資資料需於活動走期過後90天刪除，請客戶妥善存檔，不再二次提供報表