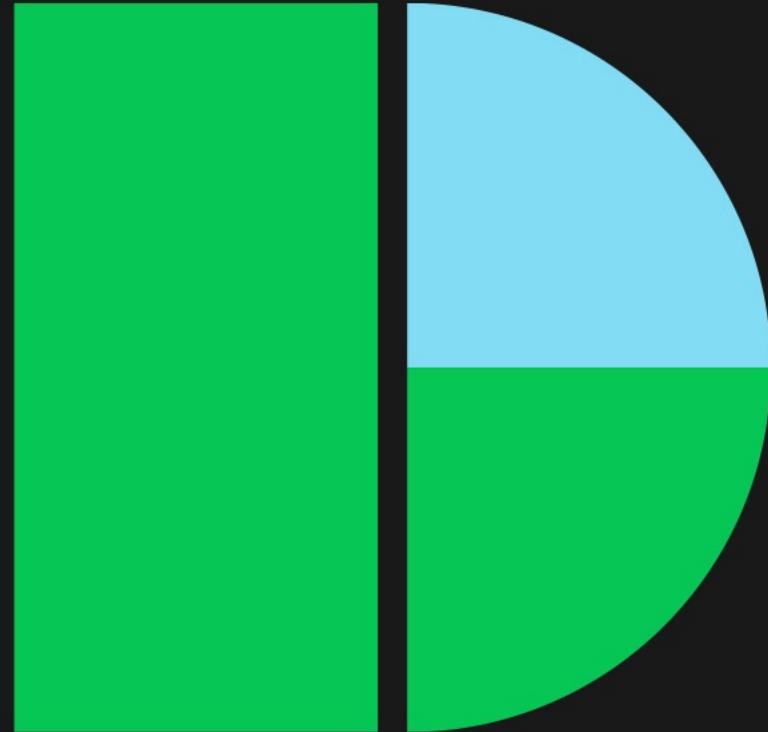


**LINE Biz - Solutions**

# 全新升級 LINE Beacon Network

2026 Q2 Sales Kit

最後更新日 : Jan 2, 2026





城市裡，各式戶外廣告林立  
搶佔消費者的目光



成效可否被量化

有多少人看到實體場域的廣告？

數據可否再應用

針對看到廣告的人，品牌是否可進一步接觸？

# 運用 LINE Beacon 將行銷延伸至實體接觸點，完美融入消費軌跡

以 LINE Beacon 為媒介，可以向訊號範圍內，有開啟藍牙與 GPS 的用戶傳送「場域限定」促銷資訊、店內服務等內容

Beacon 放置於實體線下場域/商店



(上為移動型場域範例)



用戶進入訊號範圍，就有機會收到線下限定內容

廣告內容

- 搭捷運無聊嗎？來一場遊戲對決吧
- 旅途才剛開始，旅平險保障不能少！
- 莎莉鞋品，全館5折優惠
- 饅頭人汽水，便利商店兩件79折



導客

到店軌跡

體驗

互動軌跡

轉換

消費軌跡

回流

線上軌跡

全新升級！

# LINE Beacon Network

實體場域精準觸及，將線下訪客轉為線上資產，實現 OMO 數據再應用

## • 樣式更吸睛

不論好友/非好友，皆以橫幅圖片，強勢曝光

## • 成效衡量更明確

以可視曝光遞送，擁有觸及與點擊相關指標，有效追蹤成效

## • 數據整合應用更深入

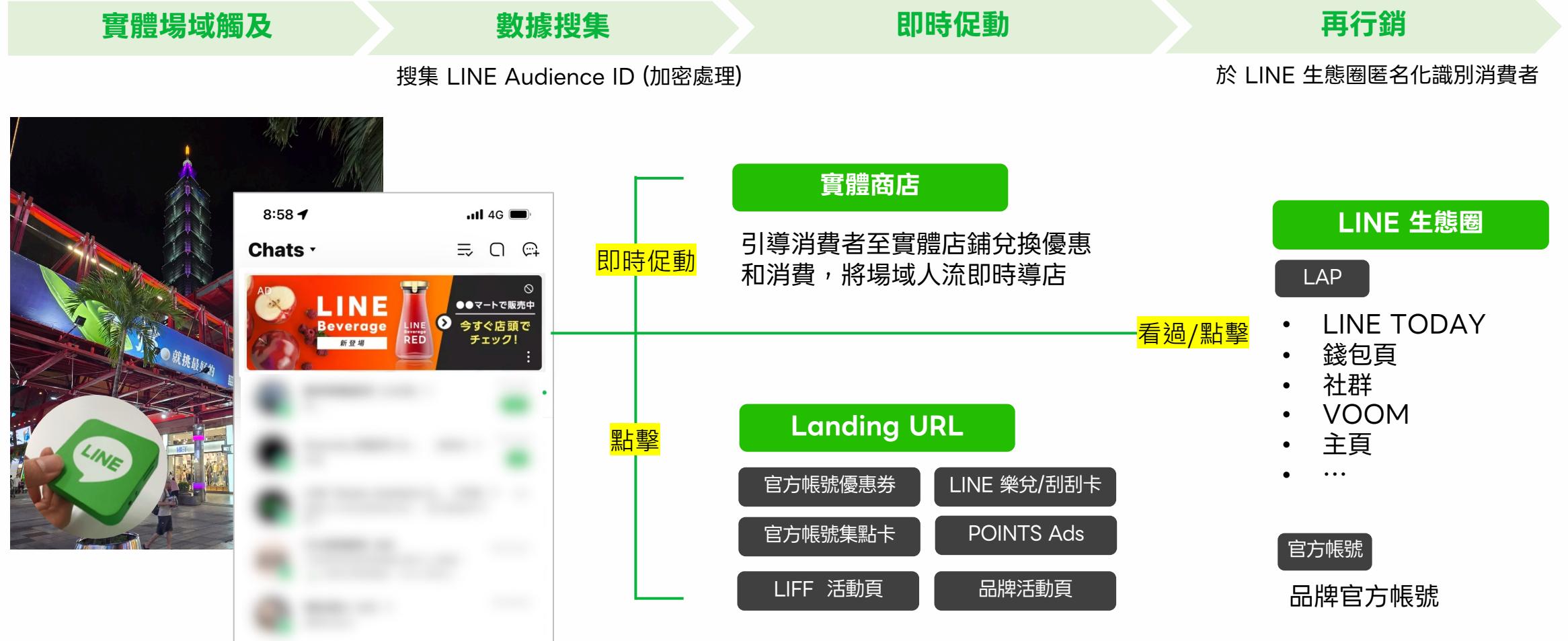
實體場域廣告曝光/點擊受眾於 LINE 生態系再行銷



- 廣告版型與圖片僅供流程示意，請以實際呈現為主
- 用戶需開啟手機GPS，並同意 LINE Beacon相關規範，就有機會看到 Beacon Banner
- 若要搜集曝光與點擊受眾，廣告主需具備 LINE 企業管理平台 (BM)，後續可透過 BM 將受眾分享於 LAP & OA 進行後續運用

## 升級版 LINE Beacon Network

# 用實體場域廣告 + 數據再行銷，打造真正 OMO 行銷循環



# OMO 應用情境：即時導櫃消費，線上持續再行銷

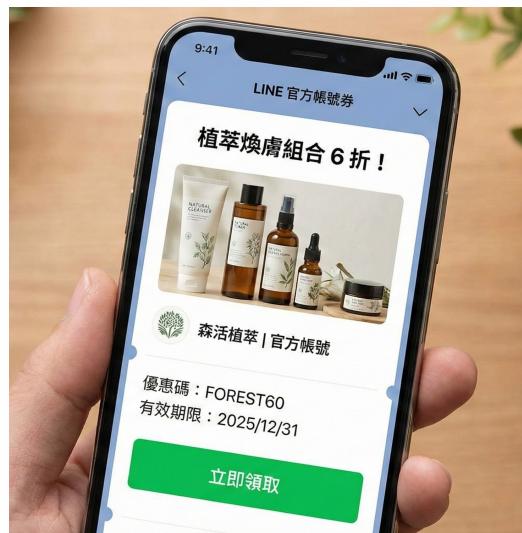
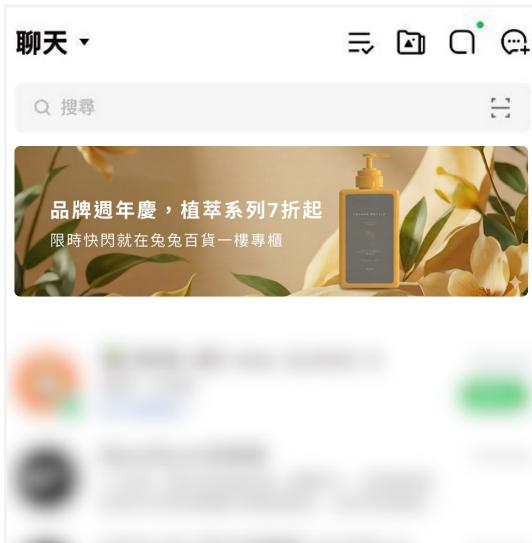
適合產業：通路/專櫃/品牌/消費性產品

消費者於人潮商圈看到廣告

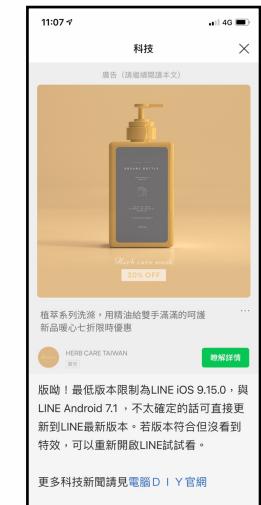
點擊廣告獲取優惠券

到店體驗/兌換優惠

LINE 生態圈再次接觸



針對已看過但未靠櫃兌換的消費者  
提供不同的優惠訊息



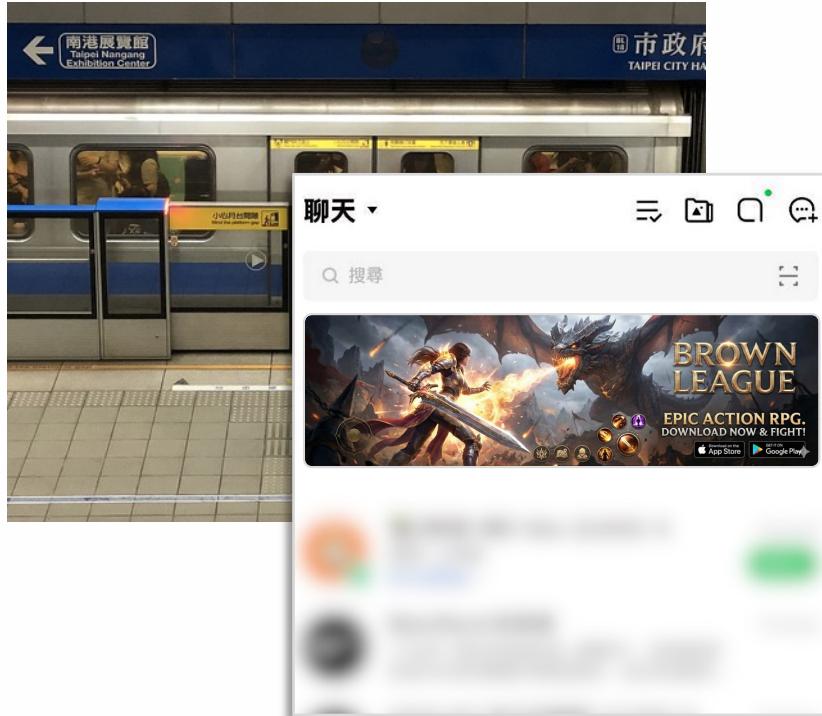
於 LAP 鎖定 LBN 曝光受眾  
&排除兌換優惠券之受眾

- LINE Beacon Network (LBN) 曝光受眾可分享至客戶的 LINE BM (LINE 企業管理平台)，進行後續應用
- 若要排除兌換優惠券之受眾，廣告主需自行透過API，搜集已兌換優惠券的用戶 UID
- 以上內容僅供情境示意參考，部分圖片為 AI 生成，非實際廣告版面與樣式

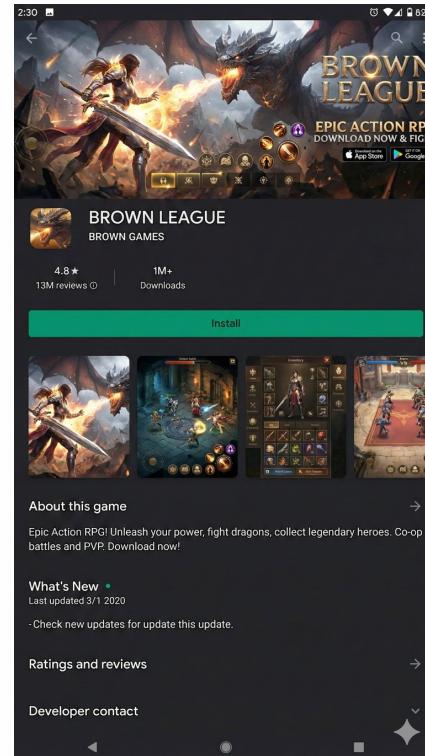
# OMO 應用情境：從「看到」到「下載」，打造無斷點的用戶體驗旅程

適合產業：遊戲/App應用

消費者於捷運場域看到廣告

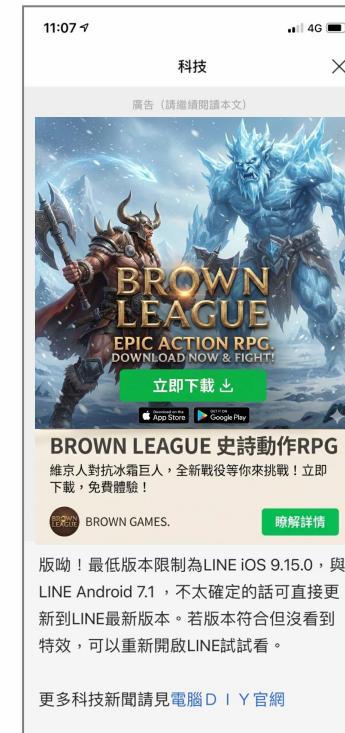


點擊廣告下載



LINE 生態圈再次接觸

針對已點擊但未安裝的高潛力用戶，  
以不同訊息再次喚醒



- LINE Beacon Network (LBN) 曝光受眾與點擊受眾可分享至客戶的 LINE BM (LINE 企業管理平台)，進行後續應用
- 以上內容僅供情境示意參考，部分圖片為 AI 生成，非實際廣告版面與樣式

# 場域 涵蓋全台

鎖定各種消費者族群

## 移動型場域

受眾通常移動中，不一定有特定消費目的，接受各種資訊的狀態。



台北捷運



人潮商圈



桃園機場



高鐵站

## 消費型場域

受眾已進入特定消費場域，帶有一定購物目的，可能尚未選定品項。



藥妝通路 敬請期待



便利商店 敬請期待

01

# 台北捷運





捷運站  
台北的城市櫥窗  
每月千萬人流  
穿梭過通道和月台

# 台北捷運 重點放置

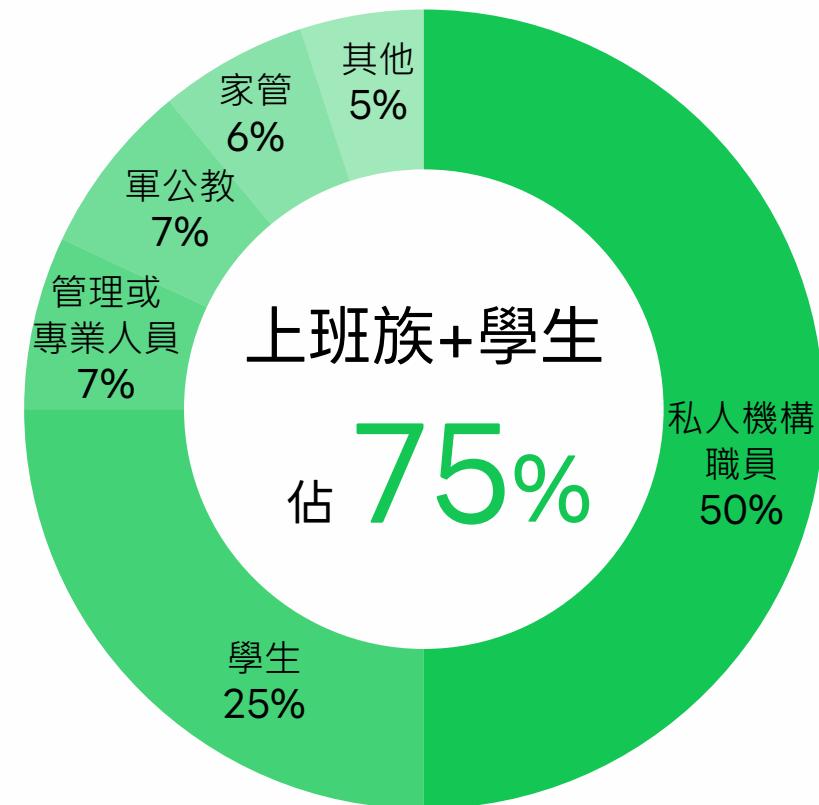
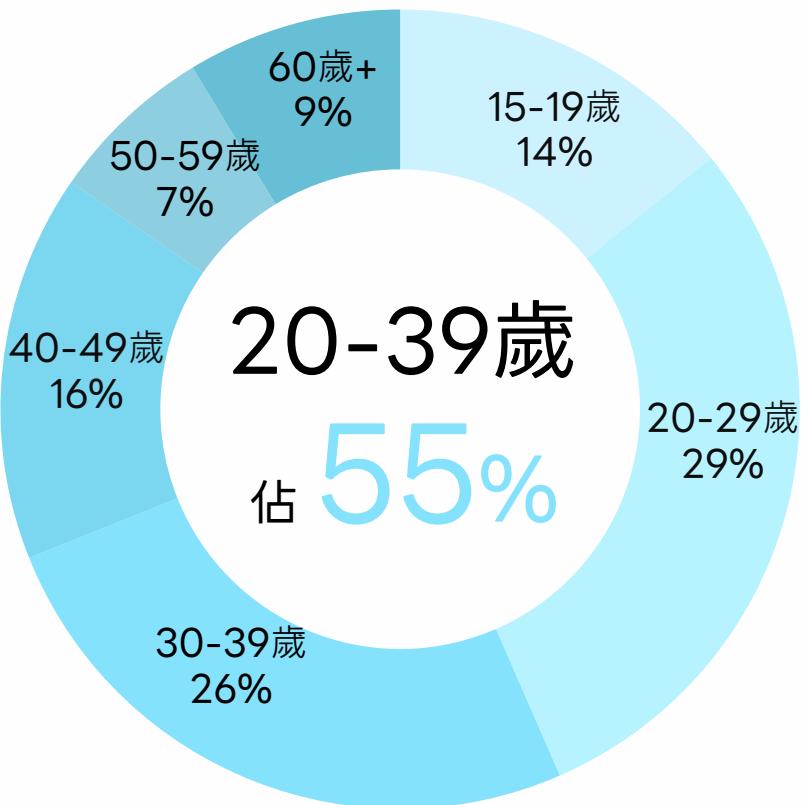
## 58站

- 板南線全線站點
- 台北車站、台北101/世貿、士林、大安、中山、中正紀念堂、北投、台大醫院、民權西路、石牌、東門、芝山、信義安和、淡水、圓山、劍潭、雙連
- 中山國小、大橋頭、民權西路、永安市場、行天宮、忠孝新生、松江南京、南勢角、頂溪、景安、古亭
- 西門、松山、松江南京、南京三民、南京復興、七張、大坪林、中山、公館、古亭、台北小巨蛋、台電大樓
- 大安、西湖、忠孝復興、南京復興、南港展覽館



# 上班族+學生，為捷客核心族群

青壯年世代和新世代匯集於此



02

# 人潮商圈





# 設置商店類別

商場  
零售商

38%

休閒娛樂場所

32%

餐館  
夜店、酒吧

30%

# 最強商圈曝光方式

商圈裡的三種人

數量多

逛街行人

聚會跑趴族

手機不離身

行動電源租借者



03

# 桃園機場



# 桃園機場

出入境旅客必經場所  
品牌掌握旅遊商機的絕佳時機

# 機場手機不離身

## 出境

### 候機時間當低頭族

- ✓ 查找當地旅遊行程資訊
- ✓ 確認住宿、保險是否已安排
- ✓ 找尋卡友或航空公司會員專屬休息室
- ✓ 滏覽免稅商品預先下訂

## 入境

### 抵達開機報平安

- ✓ 確認哪些免稅商品還沒買
- ✓ 準備叫車回家

04

# 高鐵站





# 高鐵站

每月600萬國旅遊客、商務客穿梭  
品牌與高消費力受眾溝通的絕佳時機

# 台灣高鐵

12站全台佈點

強勢觸及  
國旅遊客/商務族群



# LINE Beacon Network 方案售價

## 移動型場域

場域	方案優惠價格 (台幣)	方案走期	每加一天 加購價	單日可視曝光 (僅供預估參考，非保證曝光)
台北捷運	\$20萬 (原價50萬)	4天	\$50,000/天	預估每日 140,000 - 230,000 次曝光 (每日 Reach 數約 10萬-16萬 )
人潮商圈	\$10萬 (原價17萬)	7天	\$15,000/天	預估每日 45,000 - 70,000 次曝光 (每日 Reach 數約 3萬-5萬 )
桃園機場	\$12萬 (原價24萬)	14天	\$8,500/天	預估每日 30,000 - 50,000 次曝光 (每日 Reach 數約 1.5萬-3萬 )
高鐵站	\$6萬 (原價12萬)	14天	\$4,500/天	預估每日 8,000 - 13,000 次曝光 (每日 Reach 數約 0.7萬-1.2萬 )

- 以上報價適用執行期間：2026/4/1 – 2026/6/30
- 曝光數與 Reach 數皆為預估數字，且會受到節慶或其他因素導致場域人流浮動影響，請以實際量體為準。
- 廣告走期需為連續天數（包含加價購的天數），廣告上線日需為平日，廣告上線時間：00:00 (台灣時間)，廣告結束時間：最後一天23:59 (台灣時間)。
- LINE Beacon Network 一場域一天限定一席客戶投放，若欲訂版請洽 LINE 業務窗口。
- 用戶需進入 Beacon 偵測距離 (約50公尺)，同意 LINE Beacon 相關條款，並開啟手機藍牙、GPS 與相關設定 ([點此查看用戶設定](#))，即有機會接收到廣告。
- 因 Smart Channel 10 分鐘輪播機制，若用戶於觸發 Beacon 前已開啟聊天頁面，廣告將於下一次內容更新時顯示，不會即時覆蓋當前資訊。
- 若遇攸關社會安全之大事（如天災、重大事件）、LINE 服務重大消息，系統將優先顯示該類通知。若 Beacon Network 廣告與手機頭版 MVP 檔期重疊，系統將優先顯示頭版 MVP 廣告。
- LINE 保有廣告走期、刊登規範之最終審核權及價格異動之權利。以上價格均為新台幣未稅價。

# LINE Beacon Network 廣告受眾

LINE Beacon Network 受眾	受眾保存天數
曝光受眾	30天
圖片點擊受眾	180天
受眾同步 BM 所需時間	將於廣告上線前建立，36 小時內自動生成，即可於 LINE 企業管理平台中查看

- 廣告主須透過LINE企業管理平台 (LINE Business Manager)，分享 LINE Beacon Network 曝光受眾與圖片點擊受眾，並請於進稿時一併提供BM ID，以供綁定Business Manager 帳號，若客戶於進稿後或廣告結束後，再提供 BM ID，請自行留意受眾規格效期，避免屆時提供 BM ID時，對應受眾已無法完整回溯或失效
- 受眾保存天數以資料搜集起算

# LINE Beacon Network 廣告刊登流程

訂版確認及廣告主審核	1-3個工作天	<ul style="list-style-type: none"><li>廣告主及廣告走期審核通過才能進行以下流程</li><li>產業及產品刊登標準請參考：<a href="https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/#LBN">https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/#LBN</a></li></ul>
簽回委刊單 (IO) 及繳交素材		<ul style="list-style-type: none"><li>請務必簽回委刊單 (IO) 才可上稿</li></ul>
素材審核	廣告走期開始前 5個工作天提交	<ul style="list-style-type: none"><li>素材最多 2 組（靜態圖片）；Landing page 連結數量1個</li><li>素材製作請參照素材規範簡報與上架資料表，請務必提交素材上架表</li><li>素材審核規範請參考：<a href="https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/#LBN">https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/#LBN</a></li></ul>
廣告設定		
廣告走期開始		<ul style="list-style-type: none"><li>依照設定時間開始刊登</li><li>廣告上線時間: 00:00 (台灣時間)，廣告上線日需為平日</li><li>廣告結束時間: 最後一天23:59 (台灣時間)</li></ul>
報表提供	廣告走期結束後3 個工作天內	<ul style="list-style-type: none"><li>報表：曝光數/每日不重複觸及人數/連結點擊數/連結點擊率</li></ul>

1. 以上時程規劃 LINE 保有更動權利。
2. 請透過 LINE 業務窗口查詢可預訂檔期，並協助預訂版位。

# LINE Beacon Network 報表樣式

Date	Estimated Reach	Impression	Clicks	CTR

Estimated Reach 為每日推估之不重複觸及數（以天為單位）。以上為報表範例，請以實際報表為主

# THANK YOU

