

# LINE 企業贊助貼圖

## LINE Promotion Sticker

2026 Q1 Sales Kit

**LINE**

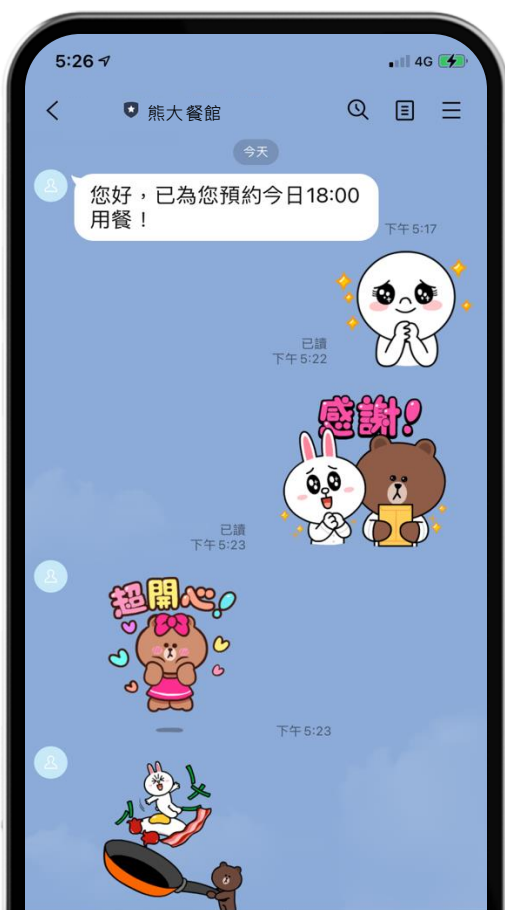
LINE Promotion Sticker

**LINE 企業贊助貼圖：介紹**

# 什麼是貼圖（Sticker）？

## 用情感對話，而不是單純用文字溝通

貼圖是在文字聊天中穿插的插畫圖檔，可以根據情境表達各種不同喜怒哀樂，將言語或文字難以表達的心情狀態，透過圖片/聲音/動作（類似肢體語言）將心情或當下的意境生動地傳達給對方，讓對方感同身受。



## 貼圖的種類

### 1. 預設貼圖 Default Sticker

敝公司製作。LINE App預設提供的免費貼圖。

### 2. 官方貼圖 Official Sticker

敝公司製作 或 與版權授權方分潤合作所提供的付費貼圖。

### 3. 原創貼圖 Creator Sticker

LINE原創市集上架的個人或公司原創付費貼圖。

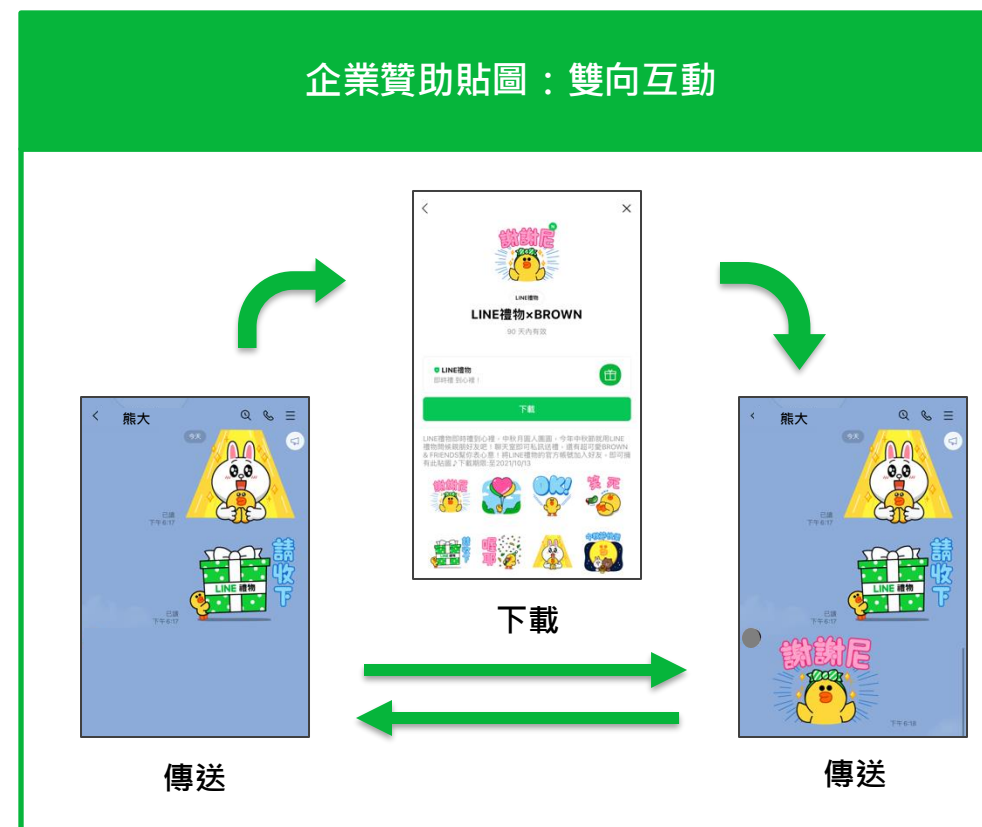
### 4. 企業贊助貼圖 Promotion Sticker

廣告主支付廣告費用，提供LINE用戶完成指定任務即可獲得的免費貼圖。  
包括：Sponsored Sticker, Direct Sticker, Mission Sticker..等不同任務類型。

# 什麼是貼圖 ( Sticker ) ？

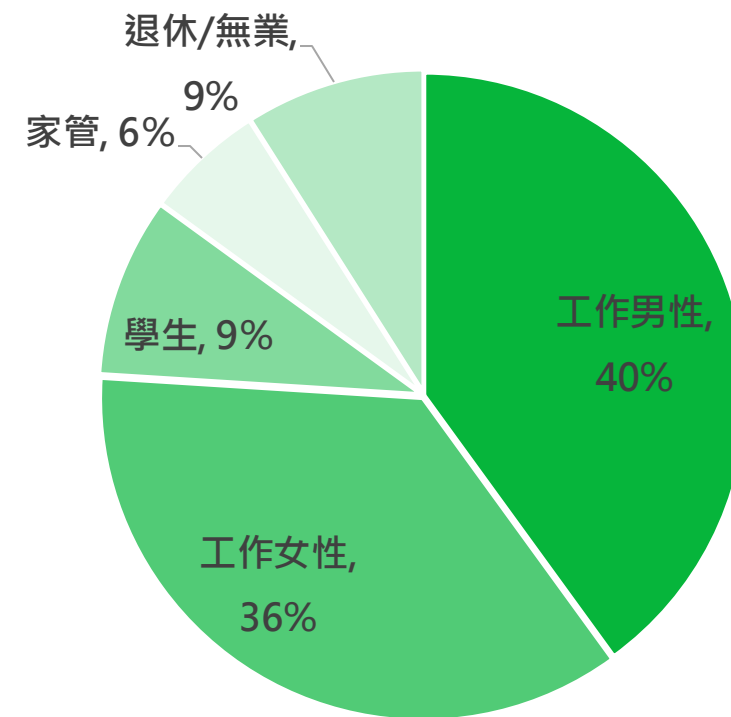
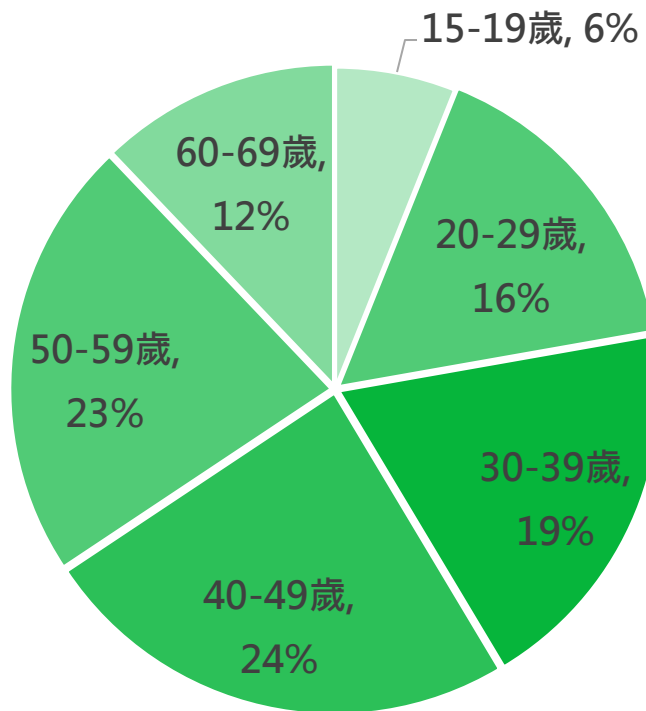
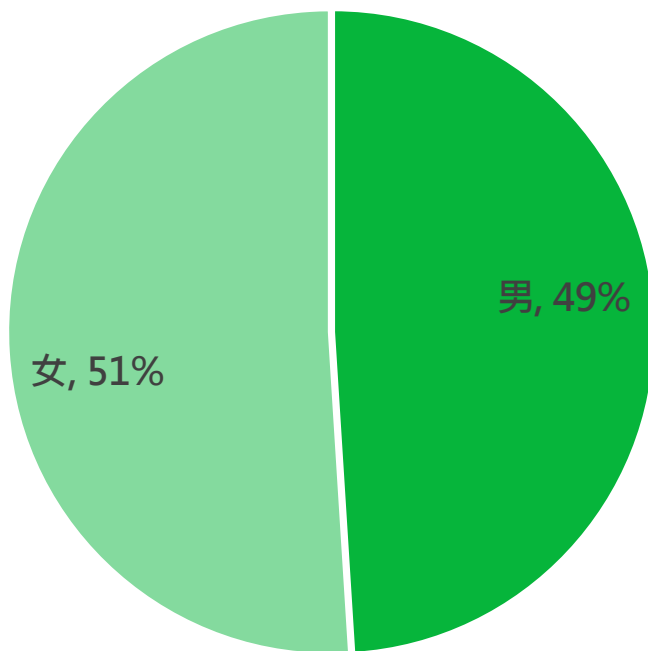
## 從「單向接收」進化為「可雙向互動」的廣告形式

當用戶與親朋好友的溝通往返中使用貼圖，無形中拉近品牌與用戶的距離。親朋好友看到喜歡的貼圖，點選就能直接下載，形成口碑效益，快速擴散。



# LINE 免費貼圖：高達92%使用率

- 99% 用戶 知道/聽過 LINE免費貼圖
- 92% 用戶 有下載使用過 LINE免費貼圖
- 主要使用族群：女性略多、20-59歲、工作者



# LINE企業贊助貼圖：免費贈送、貼圖畫風是吸引用戶下載的主因

過五成使用者因「不想花錢購買」下載貼圖；四成使用者因「喜歡風格與畫風」下載貼圖



↑ 相較2023年，提升項目

# LINE企業贊助貼圖：提升品牌親和力，興趣度，購買意願

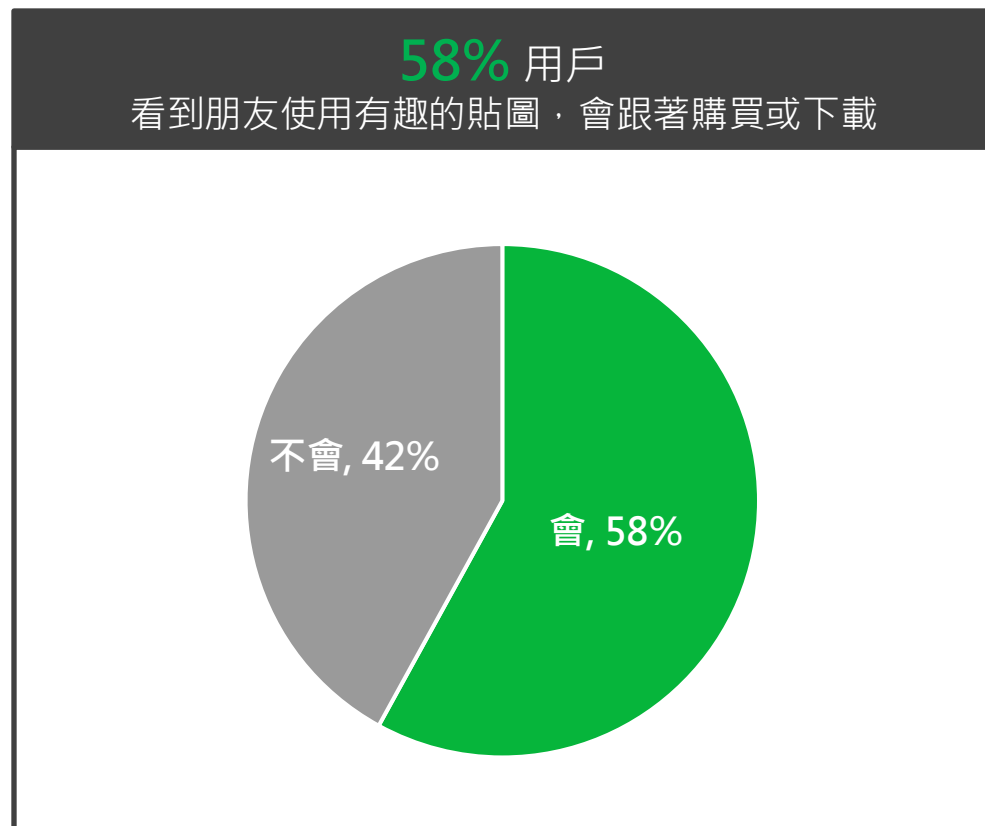
使用者下載貼圖後，對品牌好感度上升，更願意與親友分享此品牌的資訊，甚至吸引造訪實體通路



↑ 相較2023年，提升項目

## LINE企業贊助貼圖：讓親朋好友幫品牌傳遞擴散

用戶跟LINE親友互傳貼圖，形成口碑效益快速擴散 ➡ 品牌短時間內獲得千萬次的高度曝光與互動。

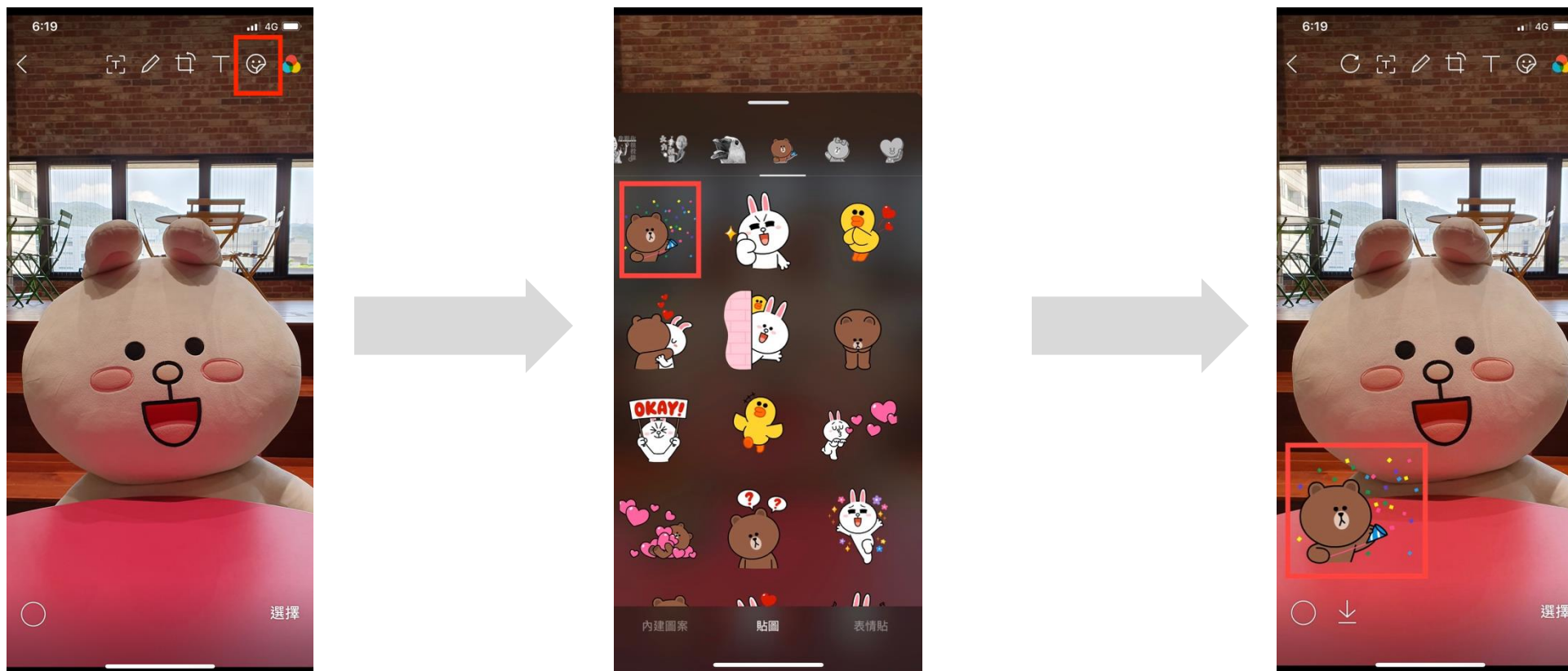


Source: LINE使用行為研究調查, Nielsen Media, Sept, 2019  
© LINE Base: 15-69歲過去七天有使用LINE; N=1,013; 加權千人數: 15,695千人



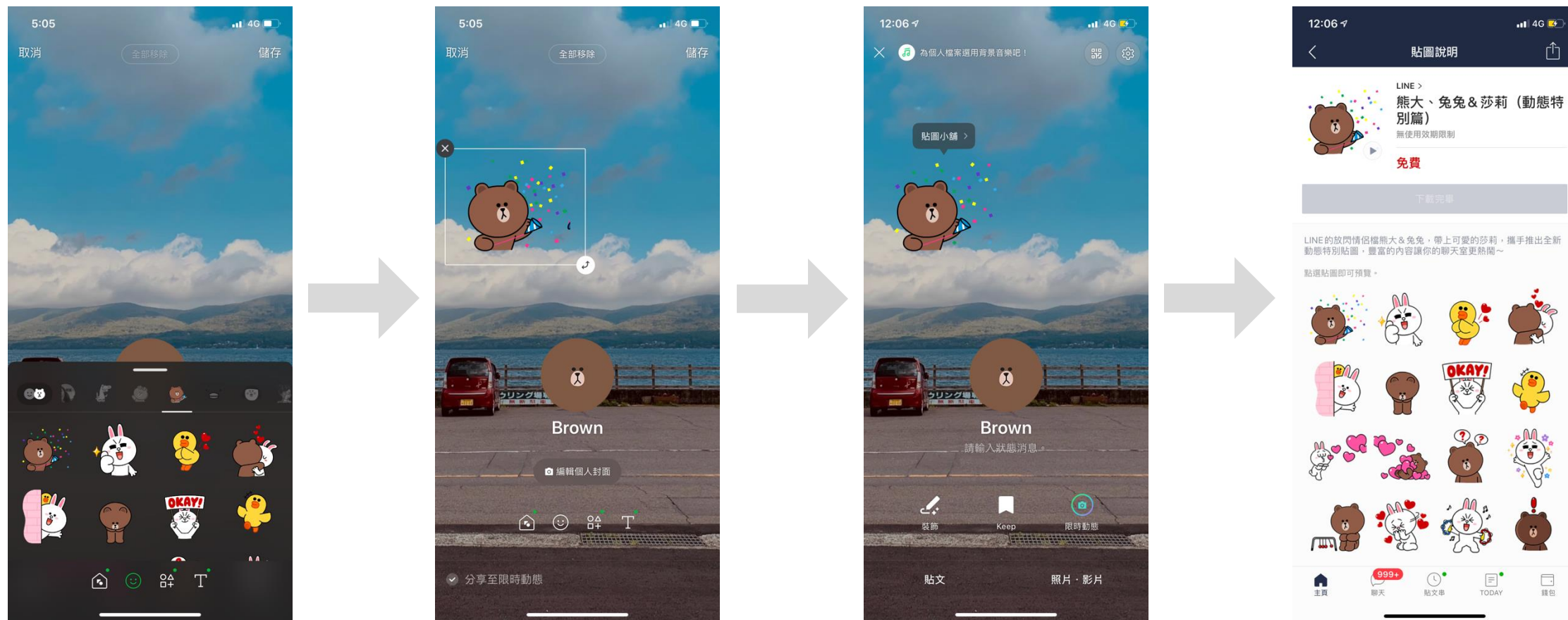
# LINE企業贊助貼圖：可以分享至LINE VOOM

除了一般的對話框，貼圖也可於LINE VOOM中顯示。當於LINE VOOM發表貼文時，可選擇你所下載過的貼圖加入貼文中。



# LINE企業贊助貼圖：可以分享至個人檔案

當編輯個人檔案時，可選擇你所下載過的貼圖作為裝飾。點擊個人檔案上的貼圖，將連結至貼圖小舖下載頁面。



# LINE企業贊助貼圖：貼圖受眾價值再延伸

透過貼圖下載加入LINE官方帳號

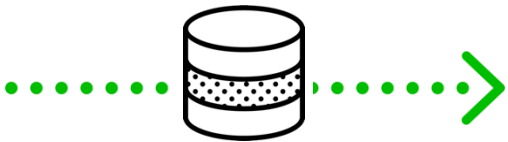
LINE官方帳號



NEW!

數據種類	受眾
加入管道受眾	「透過貼圖下載」 加入官方帳號的用戶

針對「透過貼圖下載」  
加入官方帳號的用戶  
進行再行銷



LAP 廣告投放

LAP



發送方法	內容
類似受眾	擴展觸及與該受眾相似 興趣和特質的用戶
重新交叉使用	與其他受眾的交叉使用
排除	受眾的排除發送

LINE Promotion Sticker

**LINE 企業贊助貼圖：產品規格與方案費用**

# LINE企業贊助貼圖：四大類型

## Sponsored Sticker

上架貼圖小舖、大量曝光



此貼圖會上架在官方的貼圖小舖，可選擇加好友或無任務貼圖，可鎖定性別能獲得更多曝光，或幫助品牌在短時間大量衝高好友數

每次下載計費：\$1元起

## Direct Sticker

搭配自有宣傳管道、靈活操作



此貼圖不上架在官方的貼圖小舖，可選擇加好友或無任務貼圖，企業可運用自有媒體做宣傳。例如活動網站、QR Code，引導消費者至貼圖下載頁

每次下載計費：\$1元起

## Mission Sticker

完成指定任務下載貼圖



此貼圖可選擇上架或不上架在官方的貼圖小舖，可要求消費者完成任務後，才能下載企業贊助貼圖。例如綁定帳號、填問卷等等

每次API授權計費：\$10元起

## Pay-per-use Sticker

輕鬆小額貼圖方案



此貼圖會上架在官方的貼圖小舖，可選擇加好友或無任務貼圖，以下載量計價的方案，有下載上限，短時間也能新增上萬好友數

每次下載計費：\$3元起

# LINE企業贊助貼圖：貼圖形式

## 靜態貼圖

最直接呈現貼圖，簡潔明瞭



## 動態貼圖

增加時間，空間，速度等不同設計面向，  
擴大貼圖設計的表現範圍



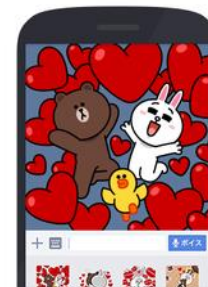
## 聲音貼圖

透過聲音表情與口氣，  
讓日常生活用語能像說話一樣，  
更加生動活潑



## 全螢幕貼圖

動畫可以在手機螢幕滿版呈現，  
擴大貼圖劇情設計和演繹空間，  
創意表現更寬廣



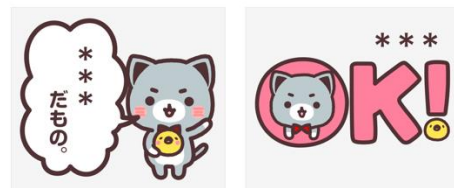
## 大貼圖

貼圖變大了！  
讓品牌商品與商標，攻佔用戶的手機螢幕



## 隨你填貼圖

由用戶置入姓名與暱稱，  
產出個人化的品牌貼圖



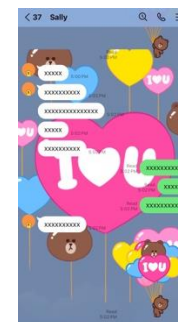
## 訊息貼圖

一張貼圖，各自表述  
創造無限驚喜感



## 特效貼圖

不只放大、還很生動  
讓品牌貼圖完美攻佔聊天室螢幕



**SPONSORED/DIRECT STICKER**



# 加官方帳號好友 下載貼圖 (Sponsored/Direct 皆可)

透過貼圖小舖聚眾效益，短時間內大量擴增好友，建立訊息廣播受眾規模





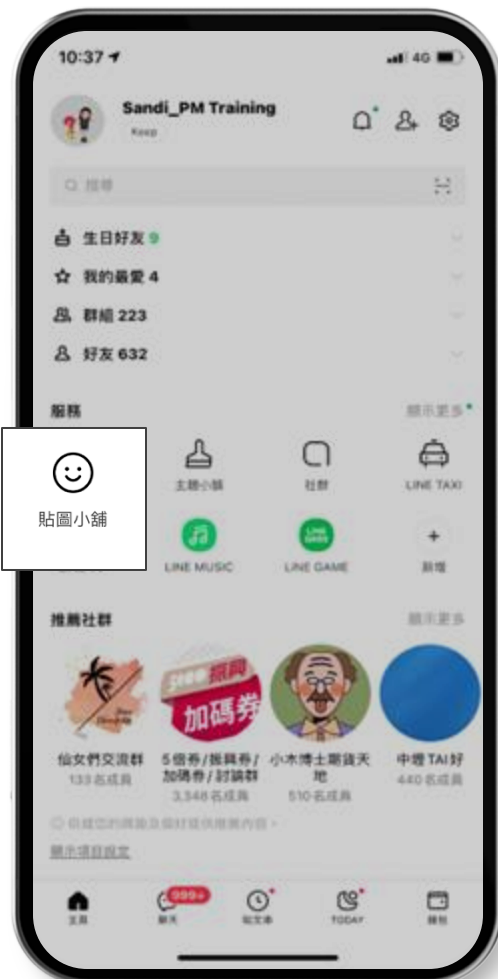
# 貼圖小舖鎖定性別 (Sponsored Targeting)

透過貼圖小舖 Targeting設定，顯示男生或女生ONLY的企業贊助貼圖（精準接觸目標族群）  
若用戶在聊天室使用貼圖，無論男女點選貼圖皆可下載（支援貼圖Viral擴散）



# 上架貼圖小舖(Sponsored Sticker)：版位示意

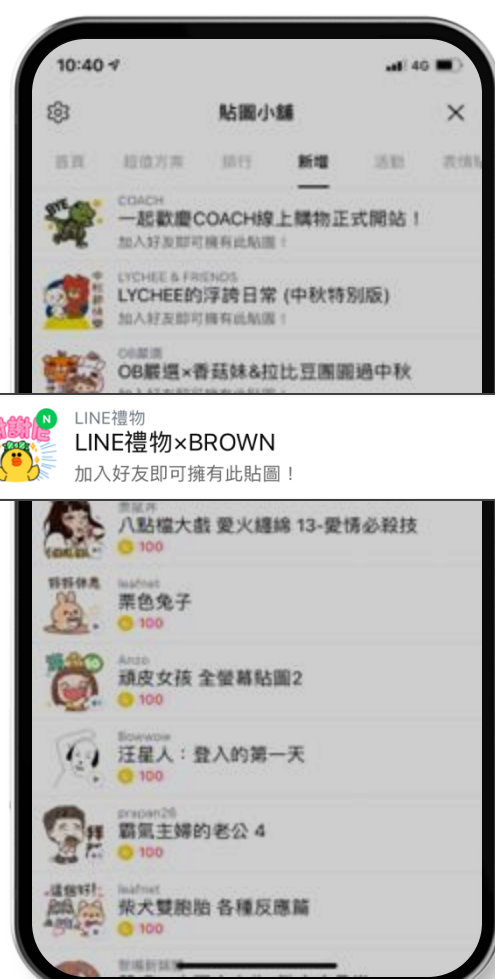
主頁（服務）：貼圖小舖



貼圖小舖：首頁

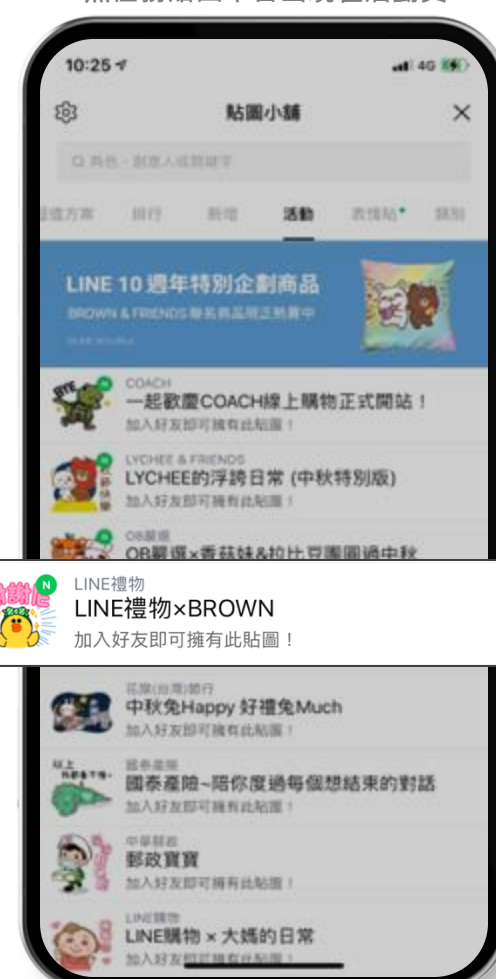


貼圖小舖：新增



貼圖小舖：活動

無任務貼圖不會出現在活動頁



# 不上架貼圖小舖(Direct Sticker)：宣傳管道



為了導引至下載頁面，用戶需在智慧型手機中安裝LINE。如果用戶在未安裝LINE的情況下使用網頁瀏覽器或裝置連接，將會被引導至 <http://line.me/ja/>。如果您決定透過電腦版網頁公布您的貼圖，請準備登錄頁面。隨著裝置或瀏覽器的不同，連結須由貴公司確認是否有效。

# Sponsored/Direct Sticker CPD方案

- 銷售期間：即日起至2026/6/30前
- 門檻價：30萬元 (超過門檻下載數，按CPD計費；不到門檻下載數，仍以門檻價收費)
- CPD 計價：1元起 (靜態1元，動態/全螢幕/聲音/大/隨你填/訊息 1.2元)
- 張數：8張 或 16張 (16張不加價)
- 下載天數：30天
- 使用天數：90天或180天
- 封頂價：60萬元起 (超過封頂下載數免費)



## CPD方案：適用貼圖類型一覽表 (使用期間90天)

行銷目的	貼圖類型	OA*必須	貼圖小舖	下載期間	使用期間	一般靜態	動態/全螢幕/聲音/大/隨你填/訊息/特效
						8張 /16張	8張 /16張
增加好友	Sponsored Sticker	O	上架 (週二)	30天	90天	門檻價 30萬	
						CPD 1元 封頂價 170萬	CPD 1.2元 封頂價 210萬
增加好友 + 指定男/女	Sponsored Targeting Sticker	O	上架 (週二)	30天	90天	CPD 1元 封頂價 170萬	CPD 1.2元 封頂價 210萬
提升品牌形象	Sponsored Sticker (No Condition/無任務)	X	上架 (週二) *不出現在活動頁	30天	90天	CPD 1元 封頂價 105萬	CPD 1.2元 封頂價 125萬
提升品牌形象	Direct Sticker (No Condition/無任務)	X	不上架 (平日)	30天	90天	CPD 1元 封頂價 60萬	CPD 1.2元 封頂價 80萬
增加好友	Direct Sticker	O	不上架 (平日)	30天	90天	CPD 1元 封頂價 60萬	CPD 1.2元 封頂價 80萬

\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*官方帳號(OA)需為認證(藍盾牌)官方帳號或企業(綠盾牌)官方帳號才可購買

\*貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日

## CPD方案：適用貼圖類型一覽表 (使用期間180天)

行銷目的	貼圖類型	OA必須	貼圖小舖	下載期間	使用期間	一般靜態	動態/全螢幕/聲音/大/隨你填/訊息/特效
						8張 /16張	8張 /16張
增加好友	Sponsored Sticker	O	上架 (週二)	30天	180天	門檻價 30萬	
						CPD 1元 封頂價 189萬	CPD 1.2元 封頂價 229萬
增加好友 + 指定男/女	Sponsored Targeting Sticker	O	上架 (週二)	30天	180天	CPD 1元 封頂價 170萬	CPD 1.2元 封頂價 210萬
提升品牌形象	Sponsored Sticker (No Condition/無任務)	X	上架 (週二) *不出現在活動頁	30天	180天	CPD 1元 封頂價 124萬	CPD 1.2元 封頂價 144萬
提升品牌形象	Direct Sticker (No Condition/無任務)	X	不上架 (平日)	30天	180天	CPD 1元 封頂價 60萬	CPD 1.2元 封頂價 80萬
增加好友	Direct Sticker	O	不上架 (平日)	30天	180天	CPD 1元 封頂價 60萬	CPD 1.2元 封頂價 80萬

\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*官方帳號(OA)需為認證(藍盾牌)官方帳號或企業(綠盾牌)官方帳號才可購買

\*貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日

## 增加好友：Sponsored Sticker (靜態，8張/16張，使用90天)



\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價170萬元

## 增加好友：Sponsored Sticker (動態，8張/16張，使用90天)



\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價210萬元



## 增加好友：Sponsored Sticker (靜態，8張/16張，使用180天)



\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價189萬元

## 增加好友：Sponsored Sticker (動態，8張/16張，使用180天)

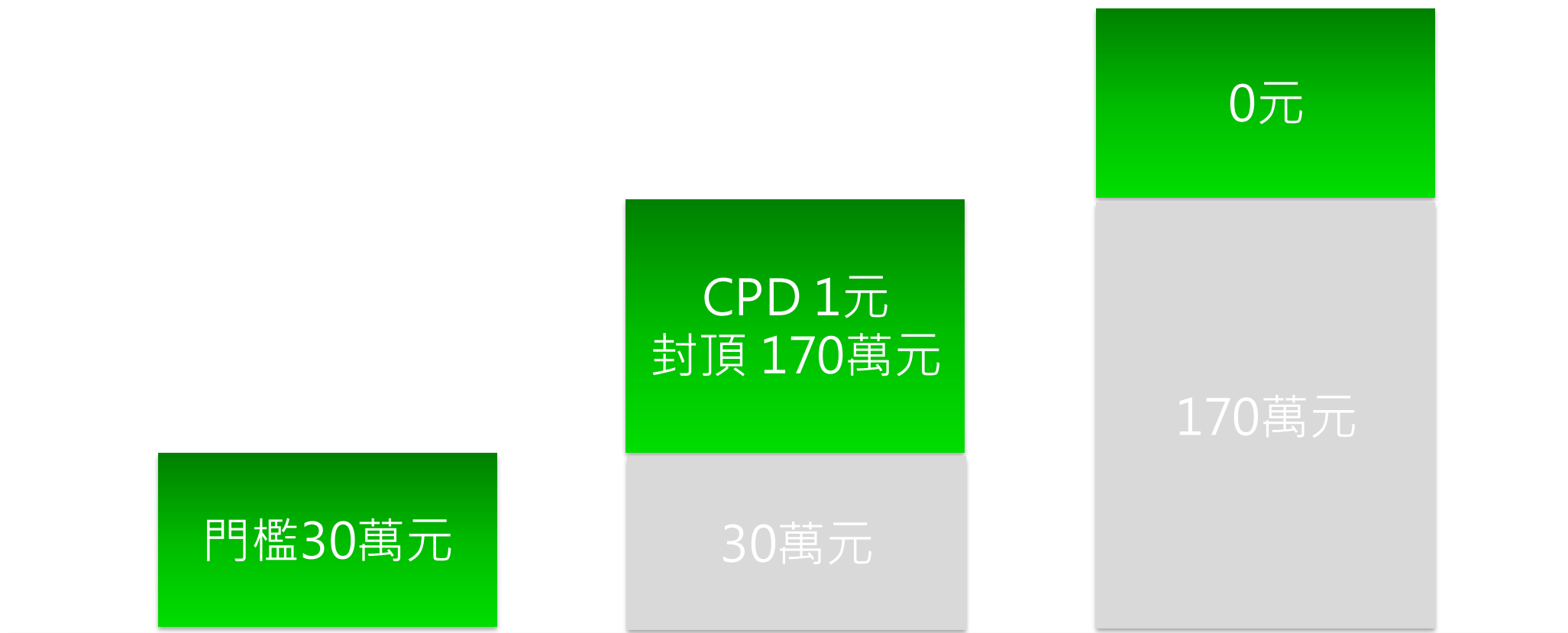


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價229萬元

## 鎖定男/女TA：Sponsored Targeting (靜態，8張/16張，使用90天/180天)

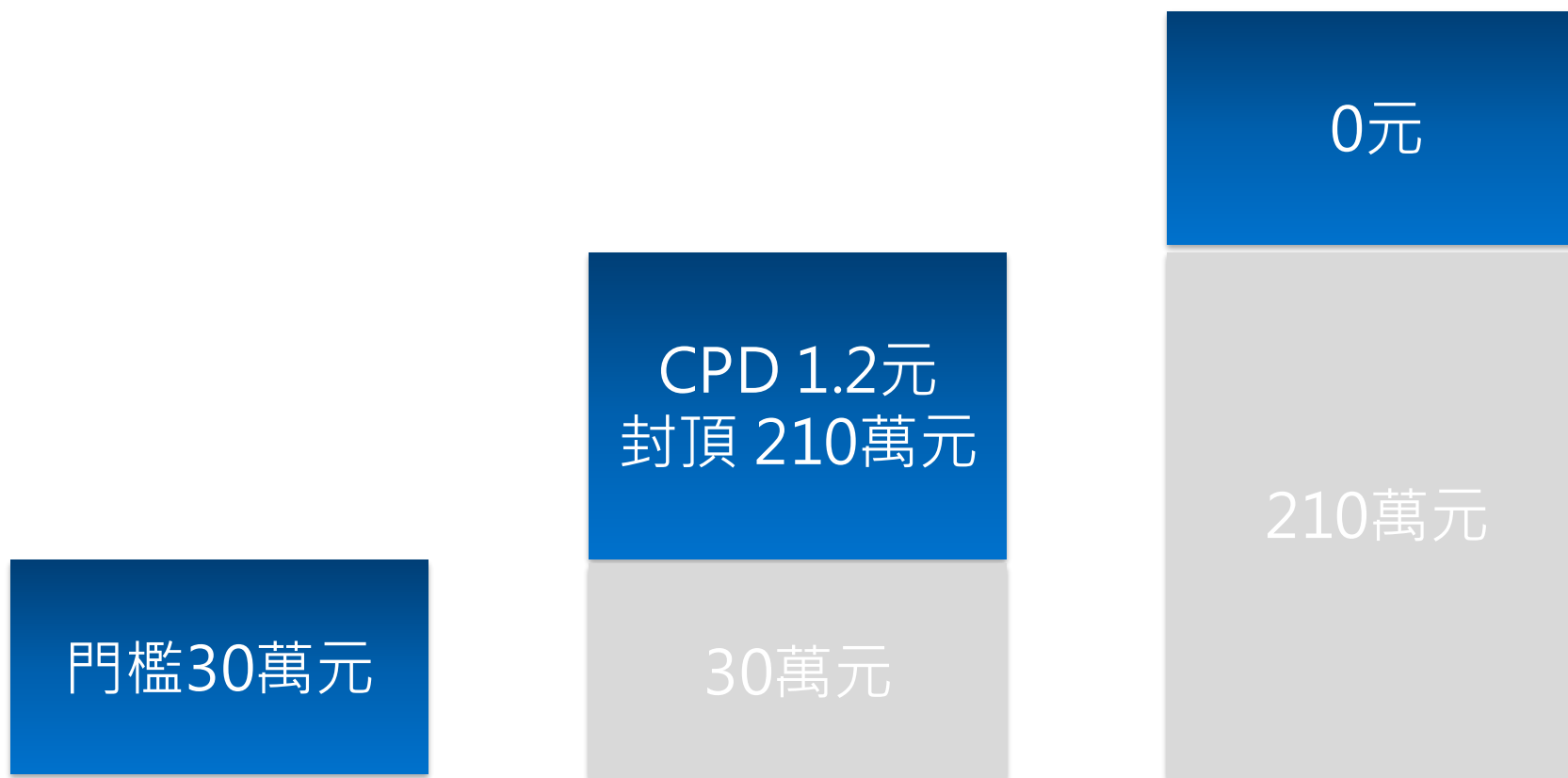


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價170萬元

## 鎖定男/女TA：Sponsored Targeting (動態，8張/16張，使用90天/180天)

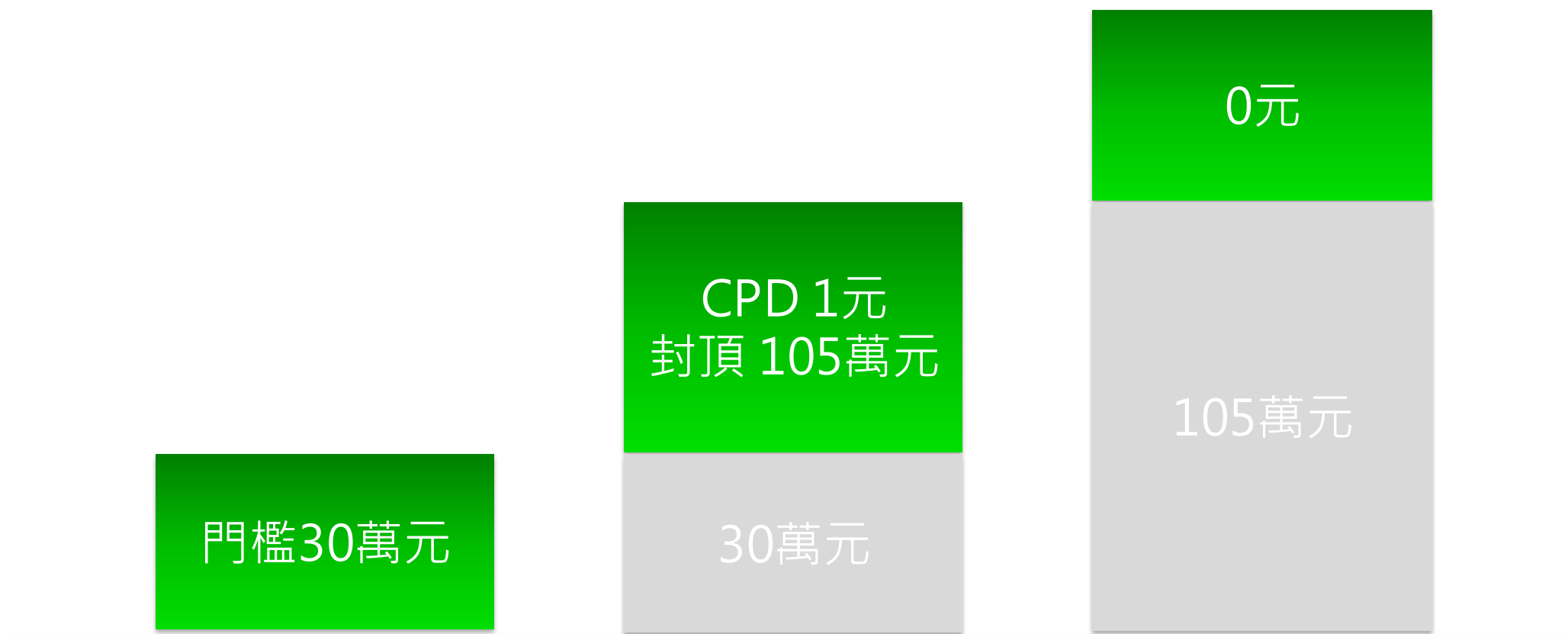


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價210萬元

## 提升品牌形象：無任務 Sponsored Sticker (靜態，8張/16張，使用90天)

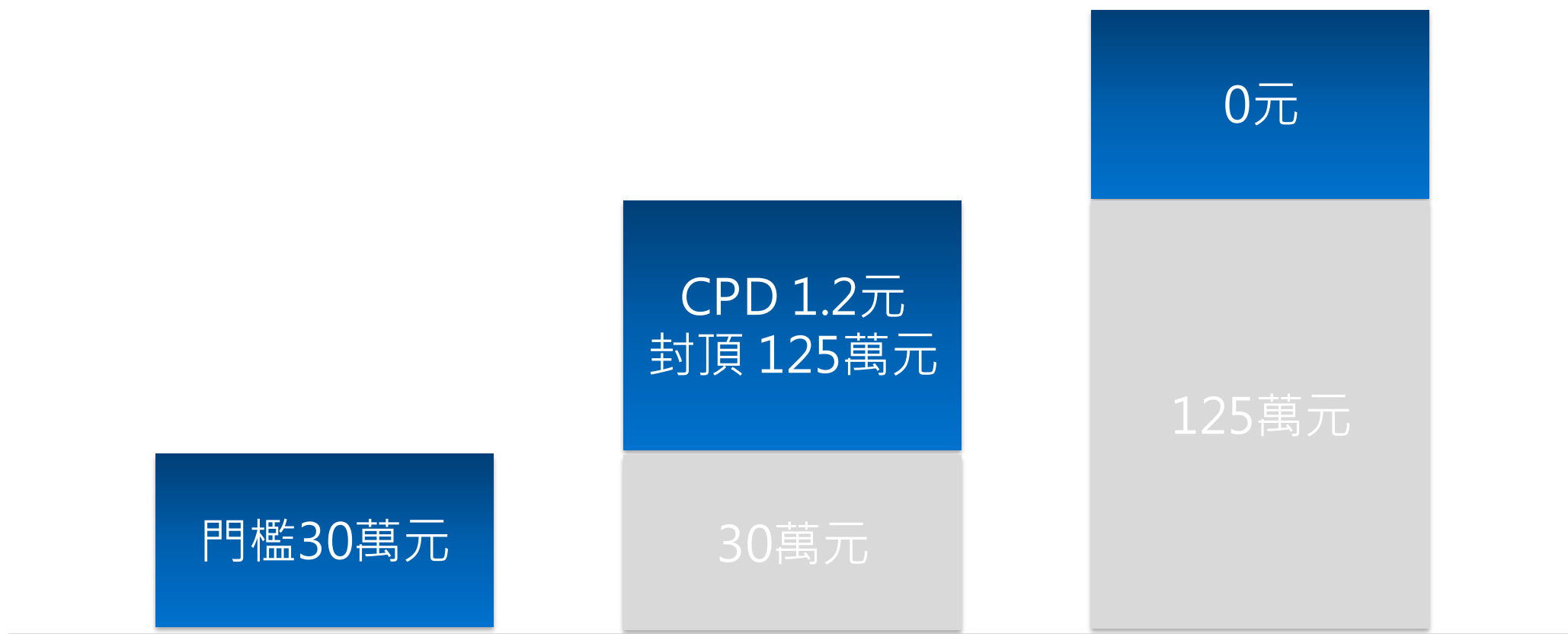


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次 (不保證)，下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價105萬元

## 提升品牌形象：無任務 Sponsored Sticker (動態，8張/16張，使用90天)

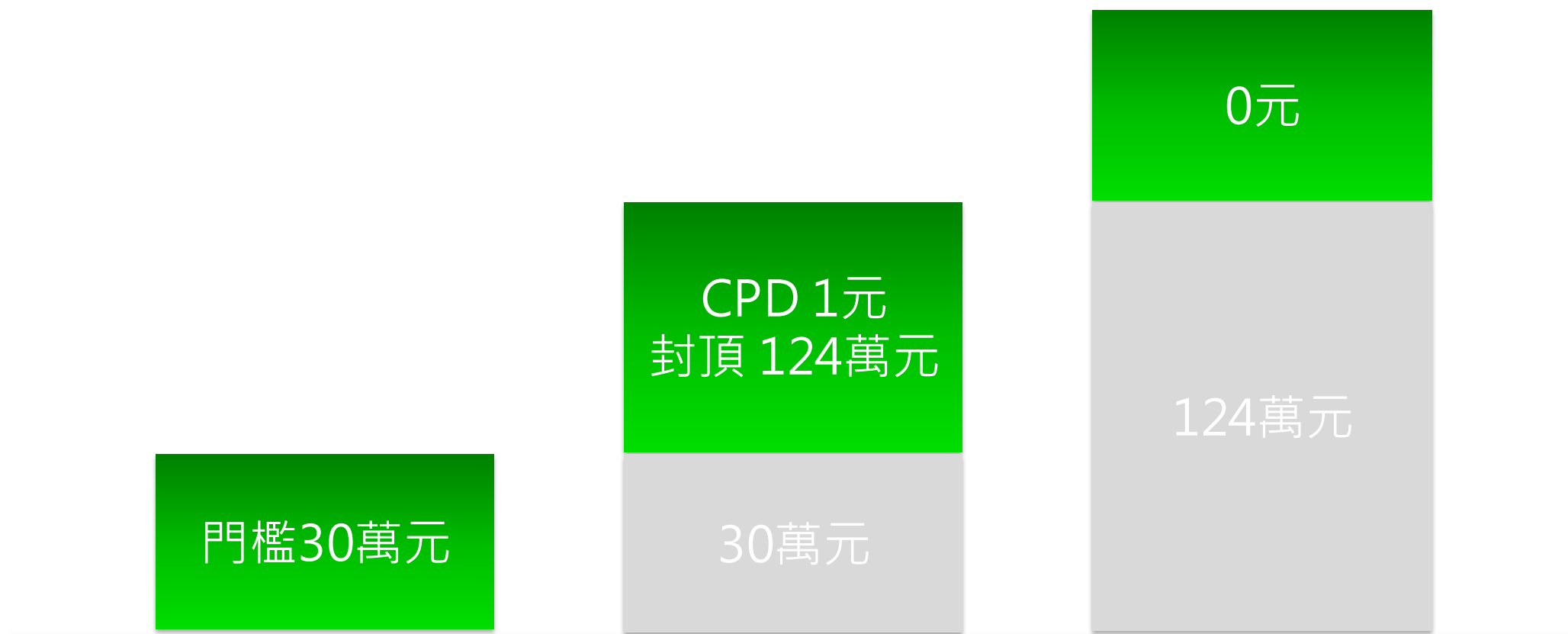


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價125萬元

## 提升品牌形象：無任務 Sponsored Sticker (靜態，8張/16張，使用180天)

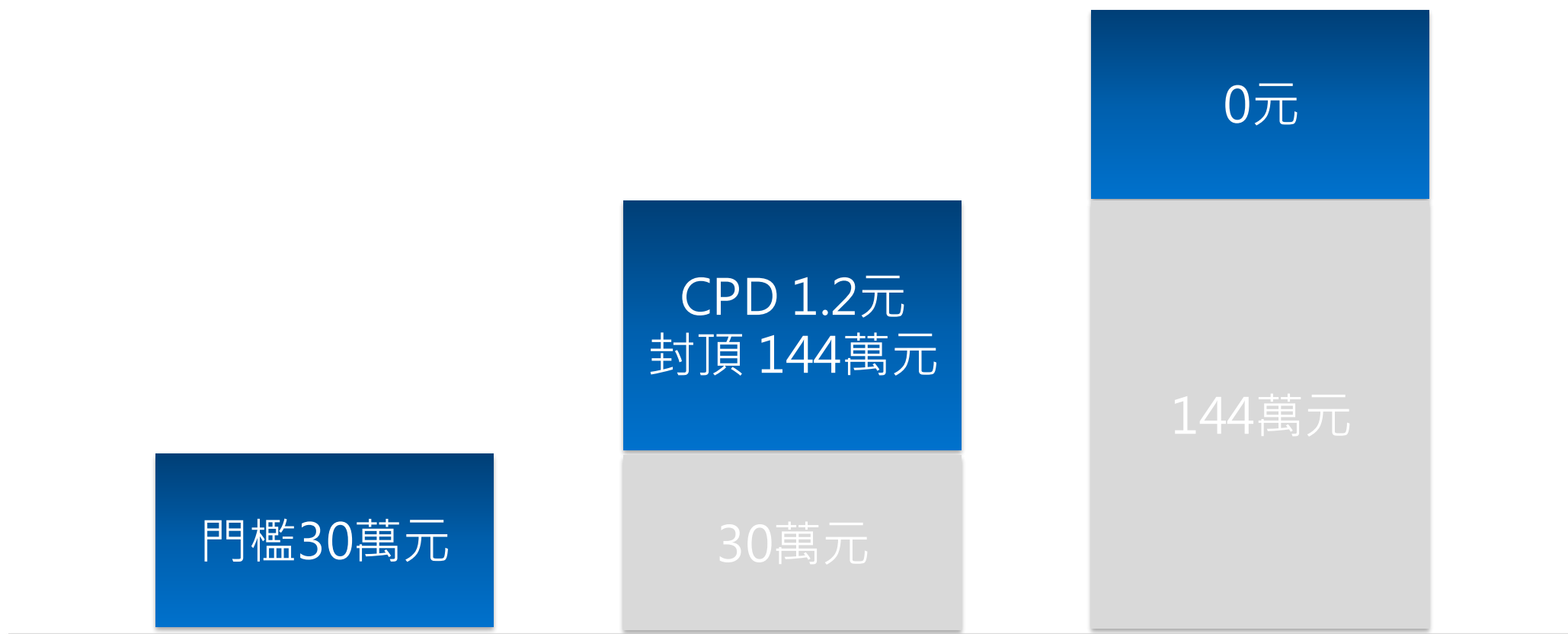


\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價124萬元

## 提升品牌形象：無任務 Sponsored Sticker (動態，8張/16張，使用180天)



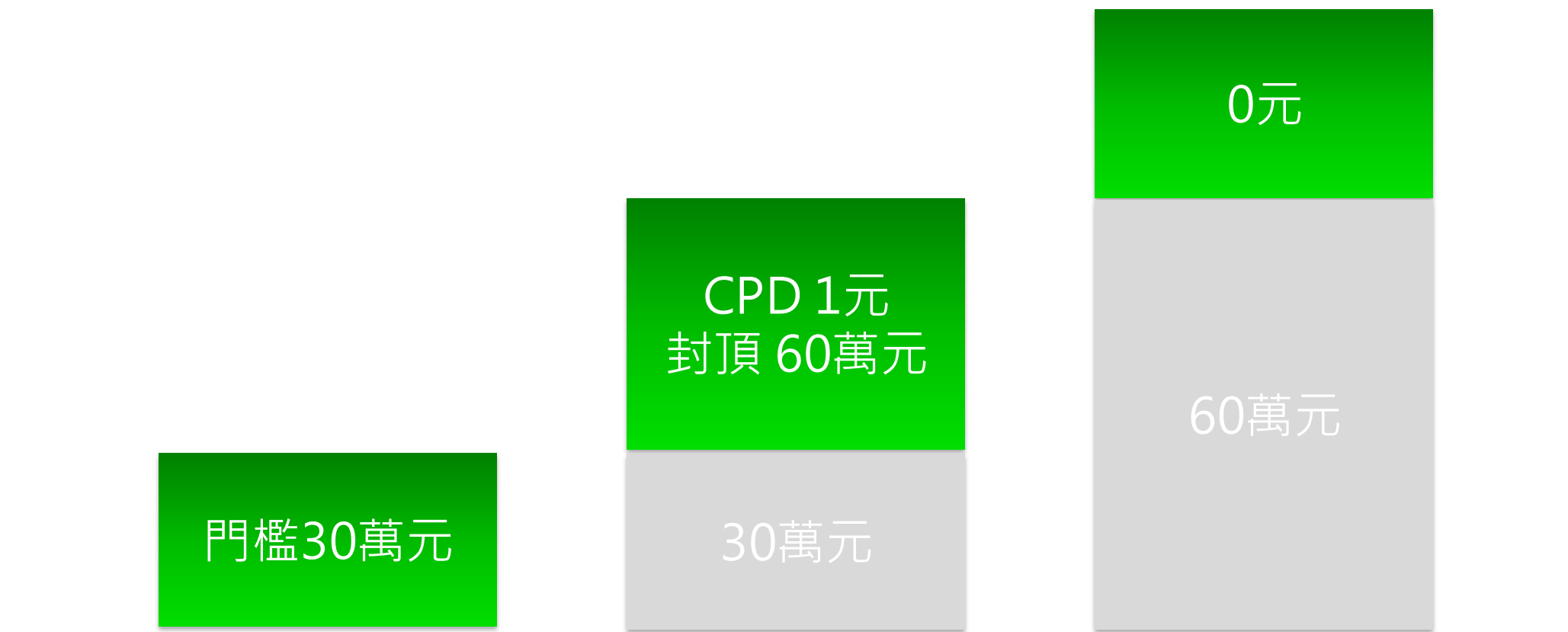
\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價144萬元



## 提升品牌形象：無任務 Direct Sticker (靜態，8張/16張，使用90天/180天)



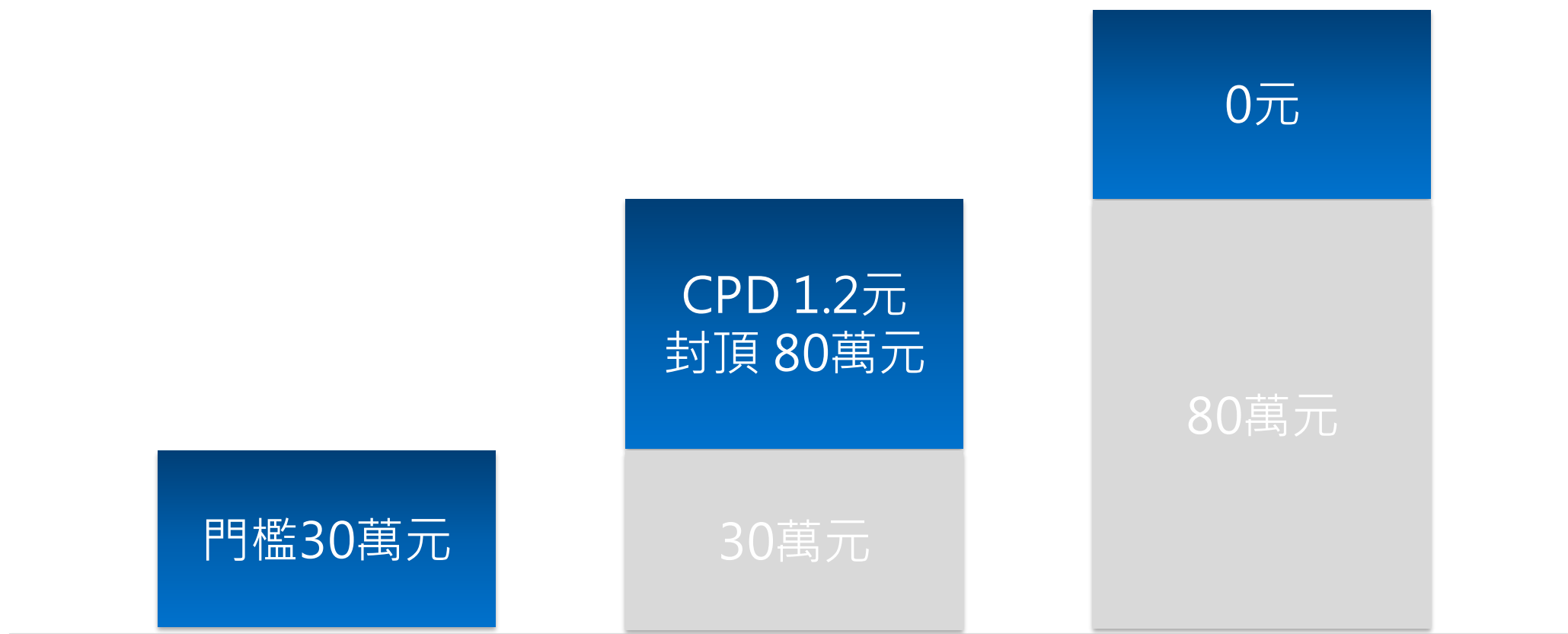
\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*Direct Sticker宣傳資源由客戶自行安排，下載數差異較大，下載數預估值僅供參考

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到30萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過30萬次，每個下載數CPD 1元，封頂價60萬元

## 提升品牌形象：無任務 Direct Sticker (動態，8張/16張，使用90天/180天)



\*以上價格均為未稅價，不含貼圖設計費，貼圖圖像上線後不可更改或替換

\*企業贊助貼圖下載數以LINE提供的報表數字為主

\*Direct Sticker宣傳資源由客戶自行安排，下載數差異較大，下載數預估值僅供參考

\*門檻下載數預估30萬次（不保證），下載數不到25萬次，仍須支付全額門檻費30萬元；超過25萬次，每個下載數CPD 1.2元，封頂價80萬元

# MISSION STICKER

## 任務貼圖

# 完成指定任務 下載貼圖 ( Mission Sticker )

- 適用對象：已開啟 Messaging API 、具備 **Certified Provider** 資格 的認證官方帳號
- 行銷目的：以貼圖作為獎勵機制，促使用戶完成廣告主定義的任務條件。
- 建議情境：註冊綁定、問卷填寫 ( 新情境需由LINE審核 )
- 技術文件(請使用V3)：<https://developers.line.biz/en/reference/partner-docs/#send-mission-stickers-v3>



ID 綁定 問卷調查 (或其他任務)

LINE Log-in  
① ID 綁定  
② 新會員登錄  
③ 資料收集  
④ 問卷調查  
⑤ 參加活動

以上為Mission 任務舉例，User完成任務後，連結至貼圖下載頁

# 案例分享：台新銀行 Richart 註冊綁定



Mission Sticker 貼圖介紹頁

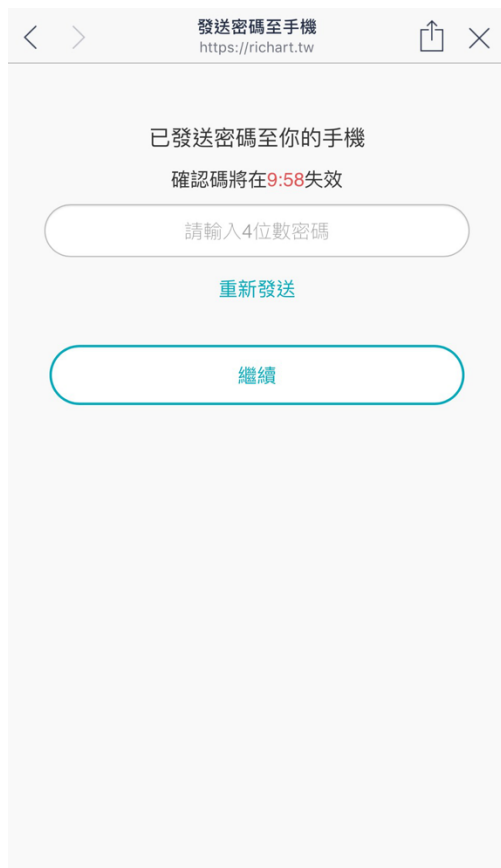


勾選同意使用條款



輸入個人資訊

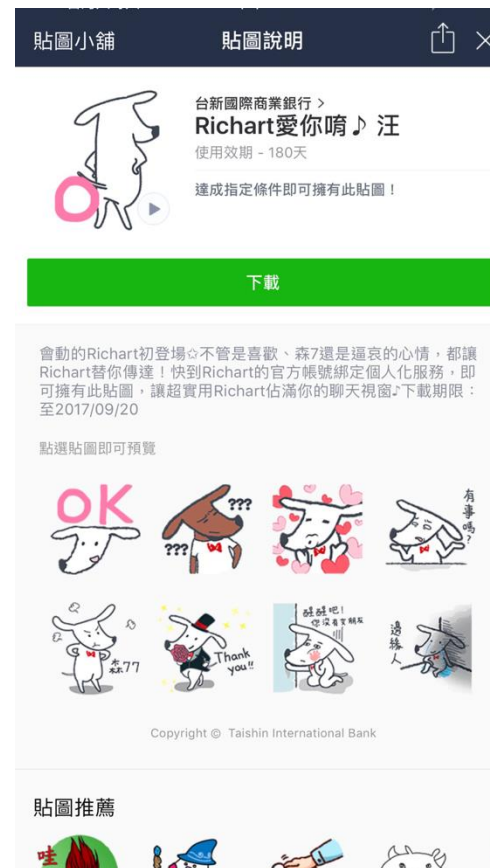
# 案例分享：台新銀行 Richart 註冊綁定



發送確認碼至手機



綁定成功頁面



貼圖下載頁

# Mission Sticker (上架貼圖小舖) 方案

張數	8 或 16 張
上架期間	90 天
使用效期	180天
計價費用與規格	<ul style="list-style-type: none"><li>以貼圖API授權數量計費，API授權成功計費 \$10元/次</li><li>API授權成功定義：請參考技術文件 <a href="https://developers.line.biz/en/reference/partner-docs/#send-mission-stickers-v3">https://developers.line.biz/en/reference/partner-docs/#send-mission-stickers-v3</a>，當系統回傳 HTTP 狀態碼 200 且回應內容為空時，即表示本次 授權 API 已成功執行。這代表 LINE 已正確接收並確認合作方的發送請求，使用者已被授權可領取該任務貼圖。</li><li>門檻價: 30萬元（授權數不足3萬次，仍須支付門檻價）</li><li>封頂價: 300萬元</li><li>可使用貼圖格式：靜態/動態/聲音/全螢幕動態/大貼圖/隨你填/訊息</li></ul>
上線時間規範	週二上線，出現於貼圖小舖
圖像設計	以上報價不含設計，上線後不可更改或替換圖像
設計定稿提交期限	Mission任務需求：請洽業務討論配合細節與所需時間 貼圖素材交稿：14 個工作天前
備註	使用者需綁定台灣手機號碼才能下載貼圖 需為認證(藍盾)官方帳號或企業(綠盾)官方帳號、具備Certified Provider 資格才可購買此方案

\*貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，無法彈性調整。

\*所有價格均為未稅價

\*貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日

# Direct Mission Sticker (不上架貼圖小舖) 方案

張數	8 或 16 張
上架期間	90 天
使用效期	180天
計價費用與規格	<ul style="list-style-type: none"><li>以貼圖API授權數量計費，API授權成功計費 \$10元/次</li><li>API授權成功定義：請參考技術文件 <a href="https://developers.line.biz/en/reference/partner-docs/#send-mission-stickers-v3">https://developers.line.biz/en/reference/partner-docs/#send-mission-stickers-v3</a>，當系統回傳 HTTP 狀態碼 200 且回應內容為空時，即表示本次 授權 API 已成功執行。這代表 LINE 已正確接收並確認合作方的發送請求，使用者已被授權可領取該任務貼圖。</li><li>門檻價: 30萬元（授權數不足3萬次，仍須支付門檻價）</li><li>封頂價: 200萬元</li><li>可使用貼圖格式：靜態/動態/聲音/全螢幕動態/大貼圖/隨你填/訊息</li></ul>
上線時間規範	週間上線，不出現於貼圖小舖
圖像設計	以上報價不含設計，上線後不可更改或替換圖像
設計定稿提交期限	Mission任務需求：請洽業務討論配合細節與所需時間 貼圖素材交稿：14 個工作天前
備註	使用者需綁定台灣手機號碼才能下載貼圖 需為認證(藍盾)官方帳號或企業(綠盾)官方帳號、具備Certified Provider 資格才可購買此方案

\*貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，無法彈性調整。

\*所有價格均為未稅價

\*貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日



# PAY-PER-USE STICKER

## 以量計價貼圖

# Pay-Per-Use CPD Sticker：方案說明

靜態

使用者可於貼圖小舖下載貼圖

門檻價 新台幣 300,000元

貼圖下載數 × 貼圖單價

最低100,000

3元

動態

NEW

使用者可於貼圖小舖下載貼圖

門檻價 新台幣 450,000元

貼圖下載數 × 貼圖單價

最低100,000

4.5元

※若實際下載數未達到購買的下載數，該檔貼圖仍將在指定的時間內關閉，並按 實際下載次數x單價 收費

\* 貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，無法彈性調整。

\* 貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日

\* 所有價格均為未稅價

# Pay-Per-Use CPD Sticker：新客優惠方案

新客優惠方案			
靜態		動態 <b>NEW</b>	
優惠門檻價	下載數	優惠門檻價	下載數
\$450,000	150,000~ 下載 贈送 <b>10,000</b> 下載 (價值\$30,000)	\$540,000	120,000~ 下載 贈送 <b>10,000</b> 下載 (價值\$45,000)
\$600,000	200,000~ 下載 贈送 <b>20,000</b> 下載 (價值\$60,000)	\$630,000	140,000~ 下載 贈送 <b>20,000</b> 下載 (價值\$90,000)

※條件：2026/6/30 前未做過貼圖的LINE官方帳號

※優惠僅限 2026/6/30 前貼圖的檔期

※靜態：金額\$450,000以上未達\$600,000，仍贈送10,000下載數

※動態：金額\$540,000以上未達\$630,000，仍贈送10,000下載數

# Pay-Per-Use CPD Sticker：產品規格 (上架貼圖小舖)

貼圖張數	8張
價格 (未稅)	貼圖單價：靜態 NTD 3 動態 NTD 4.5
最低購買量	100,000下載數 ※ 達到購買的下載數後，貼圖將自動下架。若實際下載數未達到購買的下載數，該檔貼圖仍將在指定的時間內關閉，並按 實際下載次數x單價 收費
上架時間	貼圖上線時間: 每週二 11:00 AM前 (台灣時間) ※ 貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，恕無法彈性調整
檔數	每週2檔
檔期	最多2週 (每週二 11:00 AM ~ 週二 22:59)
曝光位置	加好友：貼圖小舖首頁、新增、活動頁面。位置和順序不保證 無任務：貼圖小舖首頁、新增頁面。位置和順序不保證
官方帳號	需為認證(藍盾)官方帳號或企業(綠盾)官方帳號才可購買此方案
貼圖格式	靜態、動態貼圖。不支援全螢幕、聲音、大、隨你填、訊息、特效貼圖
貼圖使用期間	90天
修改/更換素材	貼圖上架後，無法更改或替換圖像
注意事項	※ 每個客戶單週限定購買1檔 ※ 不支援官方帳號1.0 / LINE@ ※ 下載平台 iOS / Android ※ 使用者需綁定台灣手機號碼才能下載貼圖 ※ 貼圖上架日不開放台灣、日本國定假日 ※ 貼圖素材上線皆須審查，LINE保有上線權利。無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢

# LINE 角色授權貼圖

# LINE角色授權貼圖

由LINE日本總部為客戶根據品牌特性量身打造以LINE角色為主的貼圖，品牌形象結合LINE角色，讓效益最大化。



客戶需支付企業贊助貼圖CPD方案費用以及LINE角色授權費\$3,000,000 (未稅)。

註1：LINE角色授權費用至2026/3/31前有效

註2：此產品須事先經由LINE總部審核，方可確認執行性；請抓上線前6個月以上的事前準備期，若欲旺季熱門檔期會須更長時間。

LINE Promotion Sticker

**LINE 企業贊助貼圖：POINTS ADS 加購方案**

# 什麼是 LINE POINTS Ads

- 用戶可於LINE POINTS任務牆上選擇參與廣告任務，以獲得POINTS點數獎勵。
- LINE POINTS提供各種廣告解決方案，滿足行銷目標。

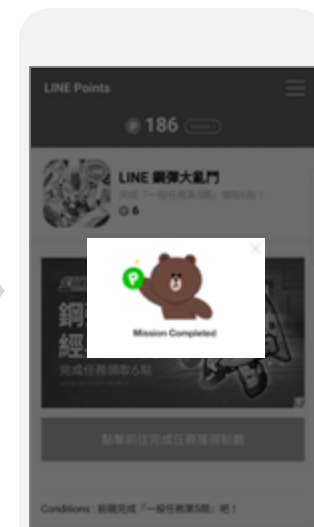
1. LINE POINTS任務牆



2. 參與廣告任務



3. 獲得點數



\*本加購方案為引導下載貼圖的廣告方案

\*本加購方案僅適用Sponsored Sticker, Sponsored Targeting Sticker, Direct Sticker。

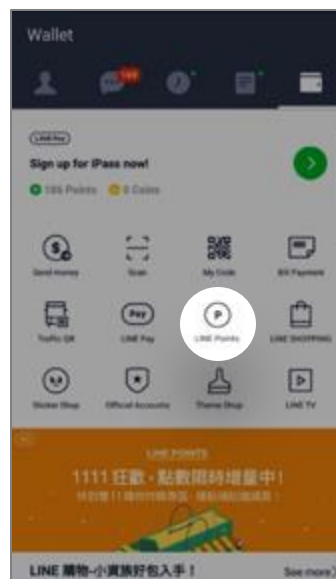


# LINE POINTS REV 廣告流程

自App首頁進入

POINTS任務牆

貼圖下載頁面



# LINE POINTS CPS 廣告流程

Points任務牆

活動詳細資訊頁

瀏覽內容

頁尾點擊領取點數

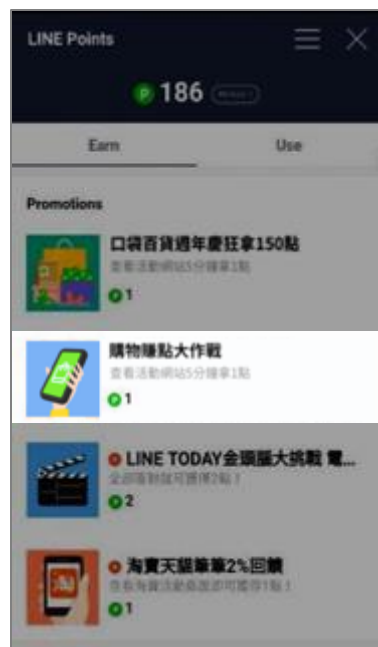
點擊外連網頁按鈕



# LINE POINTS CPWL 廣告流程

用戶進入貼圖下載頁，五分鐘後得點

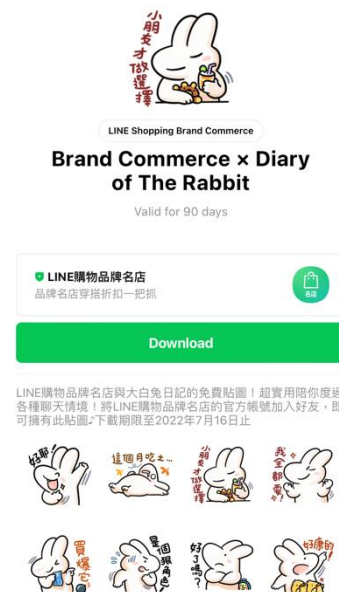
POINTS 任務牆



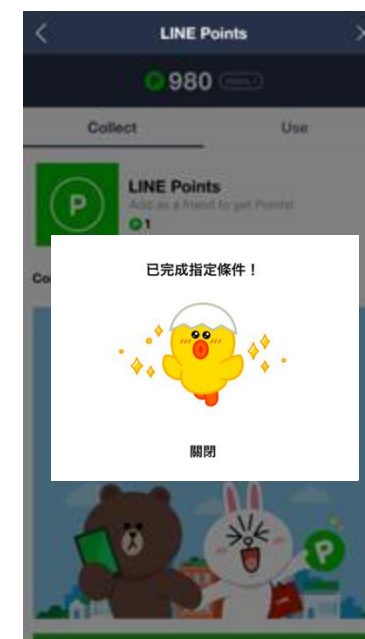
廣告詳細資訊頁



進入貼圖下載頁 5 分鐘



獲得點數



# LINE POINTS REV 產品規格

LINE POINTS REV 產品規格	
加購適用貼圖類型	Sponsored Sticker, Sponsored Targeting Sticker, Direct Sticker適用。Mission Sticker/ Pay-per-use Sticker不適用。
任務	無
適用系統	手機版網頁
首日上線時間	週一至週五，上午10點（台灣時間） ※若要搭配貼圖上線，REV開始日最早為上線當週週三
檔數	無限制
廣告檔期	開始：活動起始日期的上午10點（台灣時間） 結束：走完10天檔期，於上午10點結束（台灣時間）
價格（未稅）	專案價NTD 250,000 ※本價格至2026/6/30前有效
用戶獎勵	無
版位位置	「免費」專區
注意事項	※支援的作業系統版本：Android OS 4.0.4以上版本。 ※可支援第3方追蹤工具，追蹤網址不可含有空白鍵。 ※App與素材上線皆須審查，LINE保有上線權利。無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢。廣告檔期或檔數等條件若有變更，LINE將事先通知。 ※若因送審之貼圖素材未通過審核而致廣告走期需遞延、縮短、取消，如因此產生任何費用、成本或損失，LINE不負任何賠償責任。 ※每購買一檔貼圖，限加購一檔REV

# LINE POINTS CPS 產品規格

LINE POINTS Swipe Ad 產品規格		
加購適用貼圖類型	Sponsored Sticker, Sponsored Targeting Sticker, Direct Sticker適用。Mission Sticker/ Pay-per-use Sticker不適用。	
任務	完成圖片集瀏覽，即可獲得點數 ※此任務為保證瀏覽圖片集，並非保證追加好友數。	
適用系統	Android 及iOS皆可。	
首日上線時間	週一至週五，上午10點	
檔數	一天最多2檔	
廣告檔期	開始：活動起始日期的上午10點（台灣時間） 結束：達到目標或走完1週檔期結束，視何者先發生	
價格（未稅）	基本功能	【無鎖定對象條件】NTD 3 【性別鎖定條件】NTD 4 最低採購金額： <del>20</del> 萬 15 萬 ※本價格至2026/6/30前有效
最低購買量	60,000 點擊量	
每日最低分量	無	
用戶獎勵	1點（LINE保留獎勵值更改權利）	
版位位置	「免費」專區	
注意事項	※支援Android 4.0版本及iOS 7.0版本以上之作業系統。LINE版本須更新至6.3.0版本以上，若Android作業系統不到4.1版本，LINE版本須更新至6.8.0版本。 ※圖片集支援張數為3~10張，素材詳細規格請上右方網站下載上刊素材表： <a href="https://www.linebiz.com/tw/download/">https://www.linebiz.com/tw/download/</a> ※無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢。 ※上線開始日不可在日本假日。廣告檔期或檔數等條件若有變更，LINE將事先通知。 ※若因送審之貼圖素材未通過審核而致廣告走期需遞延、縮短、取消，如因此產生任何費用、成本或損失，LINE不負任何賠償責任。	

# LINE POINTS CPWL 計價方式

LINE POINTS CPWL 計價方式	
價格 ( 未稅 )	【無鎖定對象條件】NTD 3  【性別/年齡鎖定條件】鎖定一項條件：NTD 4，鎖定兩項條件：NTD 4.5 ※年齡鎖定為右列固定級距：19 歲以下/ 20~29 歲/ 30 歲~39 歲/ 40~49 歲/ 50 歲以上
最低購買量	100,000 點擊量 (最低採購金額 30萬 10萬) • 無鎖定條件：33,334 點擊 ( 最低購買量 ) • 鎖定一項條件：25,000 點擊 ( 最低購買量 ) • 鎖定兩項條件：22,223 點擊 ( 最低購買量 ) ※本價格至2026/6/30前有效
每日最低分量	至少 10,000 次點擊量 ※若設定每日分量，第二天廣告起迄遞送時間為日本時間 00:00~23:59。
用戶獎勵	1 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)

# LINE POINTS CPWL 產品規格

LINE POINTS CPWL 產品規格	
任務	進入貼圖下載頁面
適用系統	手機版網頁
首日上線時間	周一至周五，上午 10 點（台灣時間）*需為貼圖上線隔日*
檔數	無限制
廣告檔期	廣告主指定(最長 30 天)，建議至少一周 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
版位位置	「活動」專區
注意事項	<p>※如欲使用跨產品行銷功能，請務必於進稿時提交需綁定的官方帳號 Search ID。活動開始後 24 小時內受眾會第一次顯示於 LAP。之後受眾將在活動走期間每日更新並自動顯示於 LAP 後台中。</p> <p>※此產品跨產品行銷受眾內容包含: Click, Conversion</p> <p>※本廣告產品為保證用戶進入指定網頁後、5 分鐘後發點，非保證瀏覽。用戶若於 5 分鐘內跳回 LINE App 收到「任務已完成」之通知，是系統提醒用戶避免重複點擊，點數仍設定 5 分鐘後發放。</p> <p>※可支援第 3 方追蹤工具，追蹤網址不可含有空白鍵。</p> <p>※App 與素材上線皆須審查，LINE 保有上線權利。無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢。</p> <p>※上線開始日不可於台灣/日本假日。</p> <p>※最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE。</p>

LINE Promotion Sticker

**LINE 企業贊助貼圖：MGM 加購方案**



# MGM2.0

## 介面與任務流程 2024 全新改版

### Member Get Member = 好友拉好友

- 透過MGM活動，貼圖能更有效的在用戶之間擴散
- 平均可將參與用戶擴散 **2~3** 倍
- 所有被分享者中 **近8成** 會完成貼圖下載

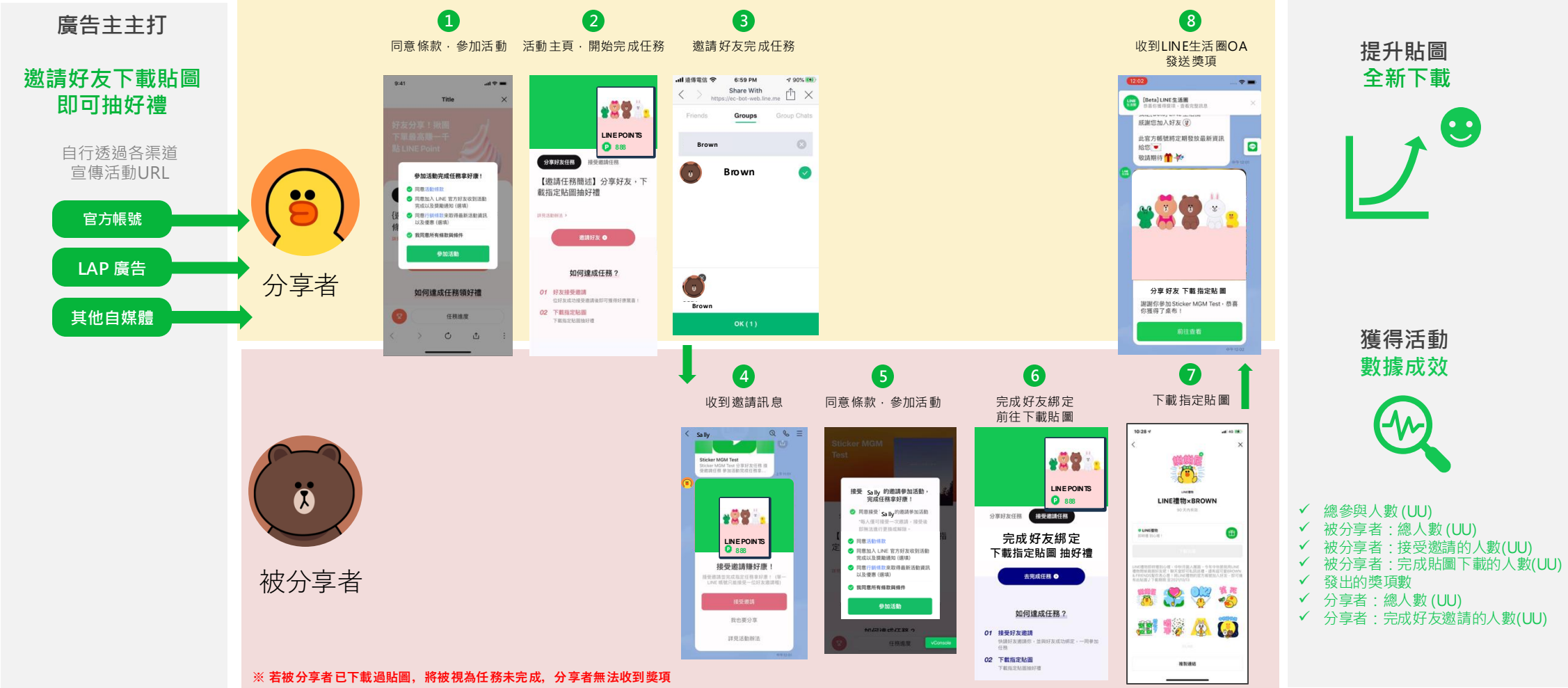
\*本加購方案為引導下載貼圖的廣告方案。

\*本加購方案僅適用Sponsored Sticker, Sponsored Targeting Sticker, Direct Sticker。



# LINE 貼圖 + 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



# 分享者視角

主視覺標題

活動辦法

分享按鈕\*

康是美LINE好友  
分享貼圖搶  
888點



分享好友任務 接受邀請任務

艾絲樂小兔 可愛週間日常貼圖！快點分享給好友搶點數

詳見活動辦法 >

邀請好友



任務進度



得獎紀錄

分享好友任務

接受邀請任務



AbC 已接受邀請

好友接受邀請

下載免費貼圖



Sandi (公務機) 已接受邀請

好友接受邀請

下載免費貼圖

康是美LINE好友 分享貼圖搶8...



活動得獎紀錄，每30秒更新

1 若您累積中獎價值超過TWD\$1,000，依法需先填...

點擊展開

商品 / 折價券

康是美實體門市滿\$500折\$50...

2024-08-20 13:03:25



康是美實體門市滿\$500折\$50...

2024-08-20 12:47:16



\*分享按鈕於11/12起，將新增「其他分享」功能，用戶可透過此按鈕分享至應用或複製邀請連結，分享至其他社群平台

# 被分享者視角

主視覺標題

康是美LINE好友 分享貼圖搶 888點

分享艾絲樂小兔 可愛週間日常貼圖



分享好友任務

接受邀請任務

立即下載 艾絲樂小兔 可愛週間 日常貼圖

詳見活動辦法 >

去完成任務

如何達成任務?

任務進度

如何達成任務?

01 接受好友邀請

馬上接受邀請，並與好友成功綁定，一同參加任務

02 下載指定貼圖

下載指定免費貼圖

下載免費貼圖



任務進度

分享好友任務

接受邀請任務

01 已接受 Sandi 的邀請

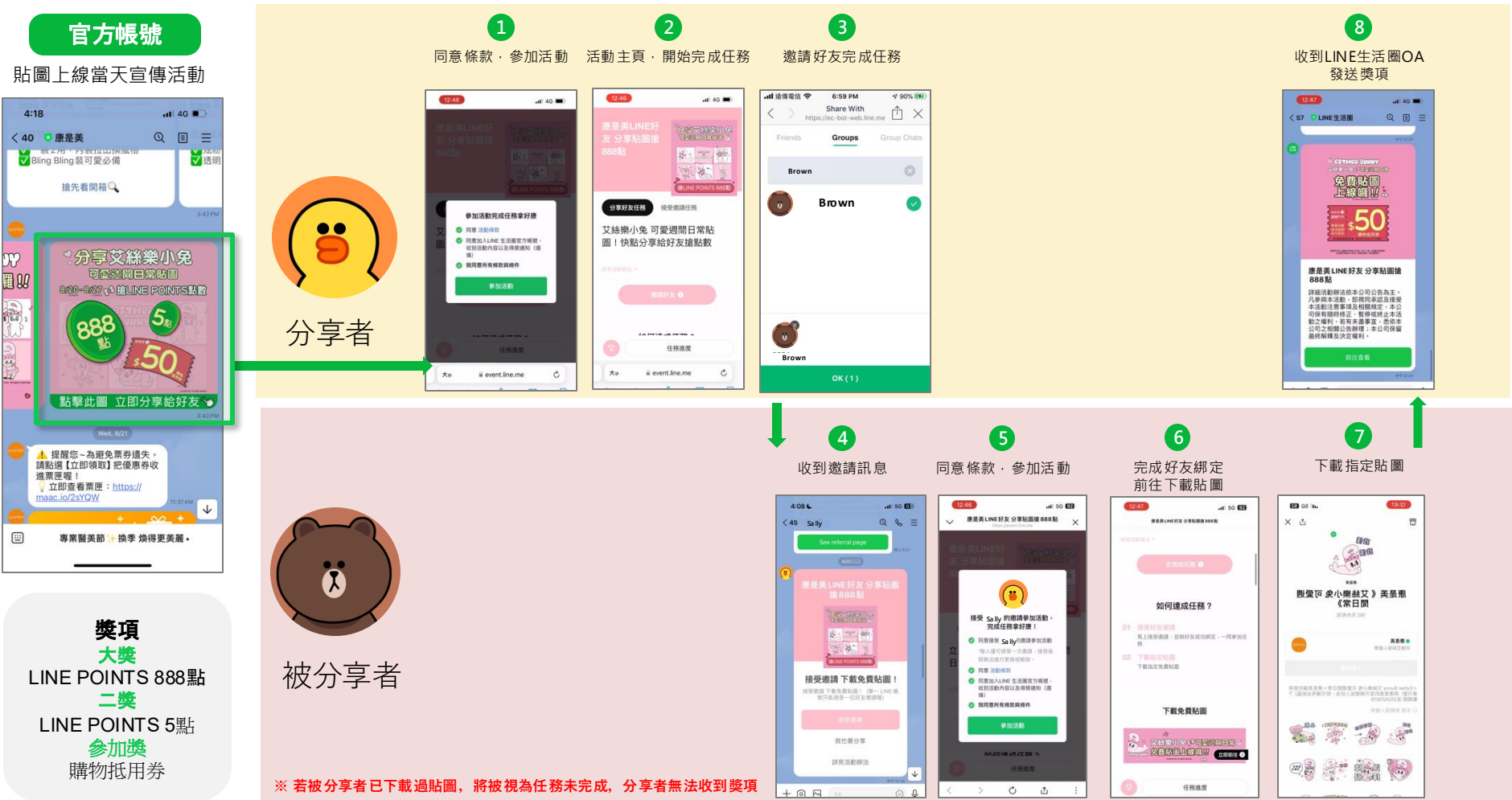
02 下載指定貼圖

2024-08-20 12:47:16



得獎紀錄

# 案例分享：康是美 LINE好友 分享貼圖搶888點



# 案例分享：毛孩的彩虹天堂 快來瓜分LINE POINTS 10萬點

## 官方帳號

貼圖上線當天宣傳活動



## 獎項

大獎

LINE POINTS 100點

二獎

LINE POINTS 5點

參加獎

毛孩宇宙的日常桌布

分享者

被分享者

- 1 同意條款，參加活動
- 2 活動主頁，開始完成任務
- 3 邀請好友完成任務

- 8 收到LINE生活圈OA發送獎項

- 4 收到邀請訊息
- 5 同意條款，參加活動
- 6 完成好友綁定前往下載貼圖
- 7 下載指定貼圖



# MGM 產品售價

適用貼圖	Sponsored Sticker / Direct Sticker (不含 Mission Sticker / Pay-per-use Sticker)
加購價	<ul style="list-style-type: none"><li>定價 <del>\$150,000</del> <b>上市優惠\$120,000</b> ( 適用 <u>2026/6/30前上線貼圖</u> )</li><li>贈獎項 LINE POINTS 50,000點</li></ul>
活動走期	兩週 ( 14天 ) D1 11:00– D14 23:59
上線時間	需與LINE企業贊助貼圖相同 (週間 11:00 AM)
檔期	需訂版，同時段僅限一檔執行
額外曝光資源	<p><b>LINE POINTS REV 曝光3天 ( 加購 )</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>定價 \$80,000，<b>限量優惠 \$50,000</b> ( 限<u>前兩檔訂版</u>且在 <u>2026/6/30 前上線</u>貼圖)</li><li>上線時間：需與LINE企業贊助貼圖相同 (週間 11:00 AM)</li><li>客戶需自行提供素材，導流連結限MGM活動</li></ul>

# MGM 產品規格

任務流程	<ul style="list-style-type: none"><li>• 分享者：邀請好友完成任務</li><li>• 被分享者：接受邀請 -&gt; 下載指定貼圖 -&gt; 完成任務</li></ul> <p>※ 若被分享者已下載過貼圖，將被視為任務未完成，分享者無法收到獎項</p>
獎項品項&數量	<ul style="list-style-type: none"><li>• 獎項類型：系統直接發送LINE POITNS / 單一連結 / 獨立序號</li><li>• 正式獎，最多兩項，有無數量限制皆可</li><li>• 參加獎，只限一項，必須無數量限制</li><li>• 大獎兌換期限最長為活動期間結束後30天</li><li>• 正式獎將由LINE設定每日分量（平均分配）</li></ul>
得獎上限	每人10次 ※ 同用戶有機會獲得重複獎項（例如：兩份大獎、兩份二獎）
得獎通知	直接透過「LINE 生活圈」官方帳號發出
活動報表	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 發獎狀況表格：活動期間每週四，以信件表格形式提供（共提供兩次）</li><li>2. 完整活動報表：活動結束後五個工作天，以檔案形式提供內寄出（共提供一次）<ul style="list-style-type: none"><li>• 總參與人數 (UU)</li><li>• 被分享者：總人數 (UU)</li><li>• 被分享者：接受邀請的人數(UU)</li><li>• 被分享者：完成貼圖下載的人數(UU)</li><li>• 發出的獎項數</li><li>• 分享者：總人數 (UU)</li><li>• 分享者：完成好友邀請的人數(UU)</li></ul></li></ol>
注意事項	<ul style="list-style-type: none"><li>※ MGM活動為一獨立之連結，客戶可另行曝光。</li><li>※ MGM活動為LINE企業贊助貼圖產品之加購項目，任務原購買之貼圖下載，不可為其他連結，例如官網導流等。</li><li>※ MGM活動產生之獎項通知訊息，將由「LINE生活圈」官方帳號發送，而非客戶官方帳號。</li><li>※ 因MGM活動為LINE企業贊助貼圖之加購項目，簽約後兩者即同步執行，恕無法單獨暫停或取消其一。</li><li>※ 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</li><li>※ 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</li></ul>



# MGM：流程說明

預定檔期

簽回委刊單

素材審核與設定

廣告走期開始

報表提供

發票開立

- 同時段僅開放一檔MGM活動執行
- 上線日需與LINE企業贊助貼圖相同 (週間 11:00 AM)

- 一般檔期：請於訂版後45天內簽回合約
- 特殊檔期：請於訂版後7個工作天內簽回合約
- 務必簽回委刊單才可送審上架資料表與素材

\* 特殊檔期通常為重大節慶或特殊活動 (舉例：春節、雙11、聖誕跨年...等) , 請先與您的業務窗口確認檔期是否屬此類

- 於活動上線10個工作天(11:00AM前)提交MGM上架資料表
- 需在MGM進稿前提前取得貼圖Package ID , Package ID 產出時間為素材進稿後2個工作天

- 活動期間14天
- 上線時間: 貼圖上線日 D1 11:00AM (台灣時間)
- 結束時間: D14 23:59PM (台灣時間)

- 報表包含「發獎狀況」與「完整活動報表」
  - 發獎狀況表格：活動期間每週四，以信件表格形式提供 (共提供兩次)
  - 完整活動報表：活動結束後五個工作天，以檔案形式提供內寄出 (提供一次)

- 走期結束隔月月初開立發票

# Sponsored/Direct Sticker：流程說明



- 每週可上架8檔Sponsored/Direct/Mission Sticker
- 上架日不開放開台灣、日本國定假日。

- 一般檔期：請於訂版後45天內簽回合約
- 特殊檔期：請於訂版後7個工作天內簽回合約
- 務必簽回委刊單才可送審素材

\* 特殊檔期通常為重大節慶或特殊活動（舉例：春節、雙11、聖誕跨年...等），請先與您的業務窗口確認檔期是否屬此類

- 素材製作請參照 LINE企業贊助貼圖 \_ 素材規範
- 請務必提交素材上架資料表
- 貼圖繳交時間請參考素材交稿說明
- 貼圖未通過LINE之審核前，請勿逕自將貼圖(包括其素材)使用於任何用途（包括實體宣傳物），如因此產生任何費用、成本或損失，LINE不負任何賠償責任。

- 下載期間30天
- 貼圖上線時間: 每週二11AM前 (台灣時間)
- 結束下載時間: D+30 22:59PM (台灣時間)
- 貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，恕無法彈性調整。

- 報表內含貼圖下載數及傳送數\*
- 可下載期間每週一寄送一次，若系統延遲或遇國定假日，則會順延至隔週一寄送。
- 傳送期結束隔週一，寄送完整傳送數據

\*貼圖報表傳送數僅包含「同意過資料使用」的數據

- 走期結束隔月1號開立總金額之發票
- 發票含貼圖總下載數之備註

# Mission Sticker：流程說明

## 情境審核/API設定

- 新情境審核：10個工作天以上
- 既有情境審核：2個工作天
- 測試環境設定：7個工作天
- 測試結果審核：2個工作天
- 正式環境設定：7個工作天
- 正式結果審核：2個工作天
- 須在正上上線前3個工作天完成測試

以上不含Certified Provider申請時間、認證帳號申請時間與客戶開發時間，建議使用時程估算表個項目須完成時間點。

測試結果須以螢幕錄影提供，並與提交之Request Form 上流程完全一致。

## 預定版位

## 簽回委刊單

## 素材審核

## 廣告走期開始

## 報表提供

## 發票開立

- 每週可上架8檔Sponsored/Direct/Mission Sticker
- 上架日不開放開台灣、日本國定假日。

- 一般檔期：請於訂版後45天內簽回合約
- 特殊檔期：請於訂版後7個工作天內簽回合約
- 務必簽回委刊單才可送審素材

\* 特殊檔期通常為重大節慶或特殊活動（舉例：春節、雙11、聖誕跨年...等），請先與您的業務窗口確認檔期是否屬此類

- 素材製作請參照 LINE企業贊助貼圖 \_ 素材規範
- 請務必提交素材上架資料表
- 貼圖素材需於正式環境設定前完成審核，審核時間比照一般貼圖進稿時間
- 貼圖未通過LINE之審核前，請勿逕自將貼圖(包括其素材)使用於任何用途（包括實體宣傳物），如因此產生任何費用、成本或損失，LINE不負任何賠償責任。

- 下載期間90天
- 貼圖上線時間: 每週二11AM前 (台灣時間)
- 結束下載時間: D+90 22:59PM (台灣時間)
- 貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，恕無法彈性調整。

- 報表內含貼圖API授權數及傳送數\*
- 可下載期間每週一寄送一次，若系統延遲或遇國定假日，則會順延至隔週一寄送。
- 傳送期結束隔週一，寄送完整傳送數據

- 走期結束隔月1號開立總金額之發票
- 發票含貼圖API授權總數之備註

\*貼圖報表傳送數僅包含「同意過資料使用」的數據

# Pay-per-use Sticker：流程說明

預定版位

簽回委刊單

素材審核

廣告走期開始

報表提供

發票開立

- 每週可上架2檔Pay-Per-Use CPD Sticker
- 上架日不開放開台灣、日本國定假日。

- 一般檔期：請於訂版後45天內簽回合約
- 特殊檔期：請於訂版後7個工作天內簽回合約
- 務必簽回委刊單才可送審素材

\* 特殊檔期通常為重大節慶或特殊活動（舉例：春節、雙11、聖誕跨年...等），請先與您的業務窗口確認檔期是否屬此類

- 素材製作請參照 LINE企業贊助貼圖 \_ 素材規範
- 請務必提交素材上架資料表
- 貼圖繳交時間請參考素材交稿說明
- 貼圖未通過LINE之審核前，請勿逕自將貼圖(包括其素材)使用於任何用途（包括實體宣傳物），如因此產生任何費用、成本或損失，LINE不負任何賠償責任。

- 下載期間14天
- 貼圖上線時間: 每週二11:00 AM前 (台灣時間)
- 結束下載時間: D+14 22:59PM (台灣時間)
- 貼圖上線時間固定為10:00 AM ~ 11:00 AM之前，恕無法彈性調整。

- 報表內含貼圖下載數及傳送數\*
- 可下載期間每週一寄送一次，若系統延遲或遇國定假日，則會順延至隔週一寄送。
- 傳送期結束隔週一，寄送完整傳送數據

- 走期結束隔月1號開立總金額之發票
- 發票含貼圖總下載數之備註

\*貼圖報表傳送數僅包含「同意過資料使用」的數據

# 貼圖小舖上架說明

項目	注意事項
上架檔數	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sponsored Sticker (含Targeting/Mission): 每週 6 檔</li><li>• Direct Sticker (含Mission): 每週 2 檔</li><li>• Pay-per-use Sticker: 每週 2 檔</li></ul>
上架時間	<ul style="list-style-type: none"><li>• 台灣時間每週二 11 點前上架</li><li>• 上架日不開放台灣、日本國定假日。</li></ul>
出現頁面	<ul style="list-style-type: none"><li>• 首頁，新增，活動：位置和順序不保證</li><li>• 無任務貼圖：不會出現在活動頁</li></ul>
下載	<ul style="list-style-type: none"><li>• 下載平台 iOS / Android</li><li>• 使用者LINE需註冊台灣區域的手機號碼才能下載貼圖</li></ul>
其他	<ul style="list-style-type: none"><li>• 貼圖上架後，無法更改或替換圖像</li></ul>

# 貼圖素材規範

以下說明僅供參考，詳細素材規範與注意事項，請參閱：貼圖製作規範、貼圖上架資料表

項目	注意事項
貼圖設計	<ul style="list-style-type: none"><li>曾上架至企業贊助貼圖的同組素材，不得重複上架</li><li>不得複製已於貼圖小舖中販售或 審核中的貼圖</li><li>同一組貼圖中的概念和風格應保持一致</li><li>若出現公司標誌和產品需自然呈現，且佔整張圖面積比例不得過大</li><li>貼圖請勿使用政治人物或會讓用戶產生不當聯想的角色 (例: 色羶腥之聯想)</li></ul>
格式規定	<ul style="list-style-type: none"><li>貼圖檔案請繳交: A. 貼圖檔案 B. 貼圖代表圖 C. 貼圖縮圖 D. 音效檔(若為有聲貼圖) E. 上架資料表</li><li>貼圖尺寸: 不同類型尺寸詳閱上架表</li><li>解析度72dpi以上，色彩模式為RGB</li><li>角色背景請設為透明</li><li>靜態貼圖圖檔請務必去邊</li></ul>
貼圖說明文字	<ul style="list-style-type: none"><li>中文說明: 限80字</li><li>英文說明: 限150字</li><li>貼圖中英敘述內容需以貼圖本身宣傳為主，不可作其他廣告用途</li><li>為用戶體驗，LINE 日本總部保有調整貼圖英文說明的最終權利。僅以下名詞接受調整: 公司名稱、角色名稱、產品名稱</li></ul>
交稿時間	<ul style="list-style-type: none"><li>靜態/大: 7 個工作天前</li><li>動態/聲音: 10 個工作天前</li><li>全螢幕/特效: 14 個工作天前</li><li>隨你填/訊息: 20個工作天前提交基本貼圖檔案；10個工作天提交完整版</li><li>工作天計算：以素材確認正確無誤的"最終版"為基準，並扣除台灣和日本的國定假日。</li></ul>

# 貼圖宣傳注意事項

廣告主透過官方帳號宣傳貼圖須符合「官方帳號服務條款」，並留意：

項目	注意事項
官方帳號服務條款	<p><u>官方帳號服務條款 第18條：禁止行為</u></p> <p>(20) 未經本公司同意，贈送LINE主題、貼圖作為帳號宣傳或活動獎勵之行為</p> <p>(21) 未經本公司同意，發送分享優惠訊息，分享主頁內容，其他分享加入LINE官方帳號或於LINE官方帳號主頁留言之方式作為有機會獲得贈品、獎品或優惠的誘因或條件之行為</p>
宣傳建議	<ul style="list-style-type: none"><li>• 須為認證或企業官方帳號才能進行免費貼圖宣傳</li><li>• 避免在官方帳號 基本檔案- 狀態 宣傳免費貼圖</li><li>• 於官方帳號內宣傳貼圖須包含正式貼圖下載連結</li></ul>

\* 若透過官方帳號「宣傳贈送免費貼圖」，導致官方帳號遭部分功能無法使用，因此產生任何費成本或損失，LINE不負任何賠償責任。

# 常見問題

## Q. 同插畫家若設計不同素材，可以執行多檔貼圖嗎？

- A. 1. 執行兩檔企業贊助貼圖：無間隔限制，但成效考量，建議等另一檔傳送期結束後再執行。
2. 執行企業贊助貼圖+官方貼圖：企業贊助貼圖須間隔官方貼圖上架日前三個月以及後一個月。  
如欲與插畫家合作，請務必與插畫家確認企業贊助貼圖上架日是否與官方貼圖有衝突。  
( 舉例：若官方貼圖在4/1上線，則企業贊助貼圖須在1/1前或是5/1後上線 )
3. 執行企業贊助貼圖+原創貼圖：企業贊助貼圖上架時間需要避開原創貼圖的活動  
\* 原創貼圖活動通常是3-7天 \*

## Q. 企業贊助貼圖下架後，是否可以上架至付費貼圖？

- A. 可以，但至少需要等企業贊助貼圖「傳送期結束」，才可再次上架至付費貼圖。



## 申請合作

---

歡迎與我們的業務團隊聯繫  
我們將竭誠為您服務

LINE 台灣廣告服務申請信箱：[dl\\_twab@linecorp.com](mailto:dl_twab@linecorp.com)