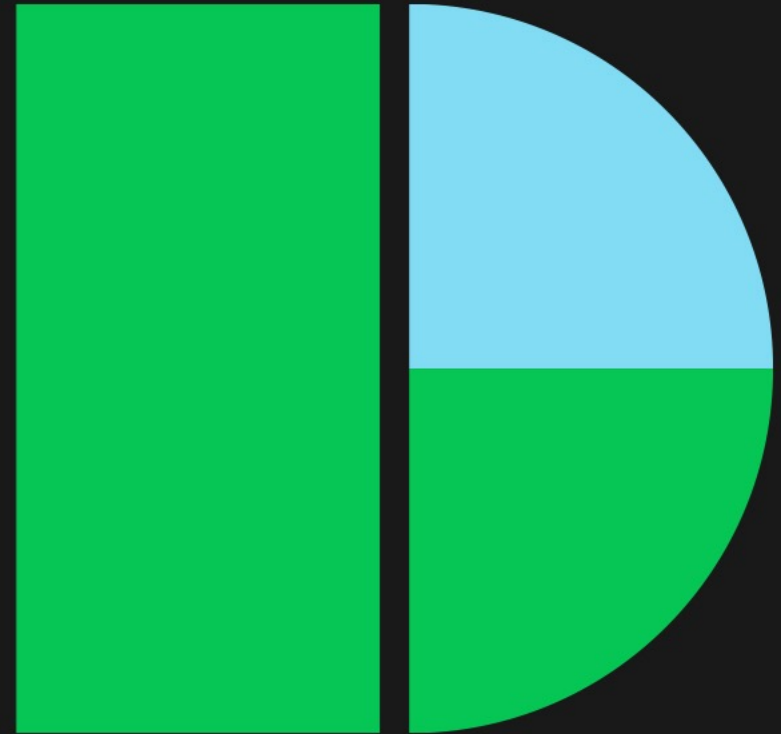


LINE Biz - Solutions

LINE TODAY

In-read Ad

2024 Ver.



LINE TODAY

高達95% LINE用戶使用，全台大小事一手掌握

1800萬+ 月活躍用戶

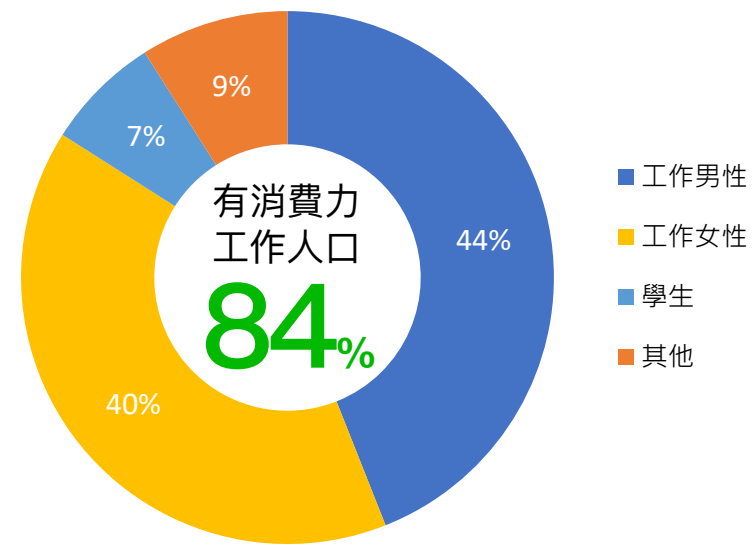
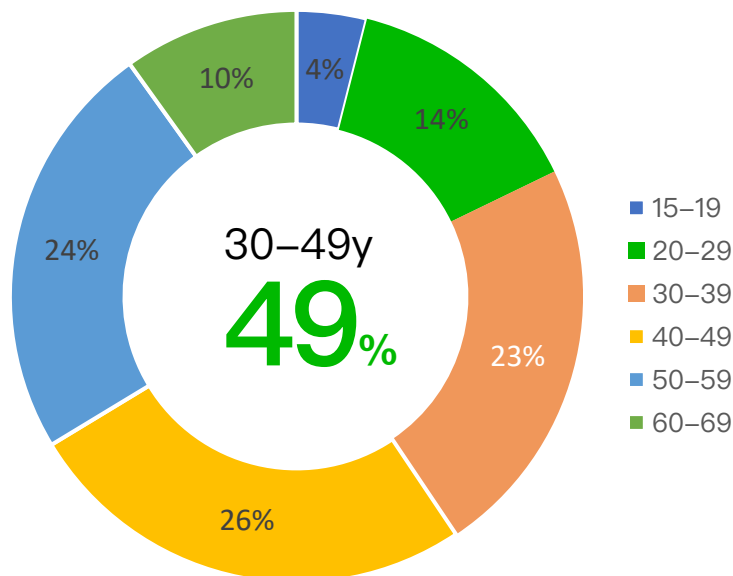
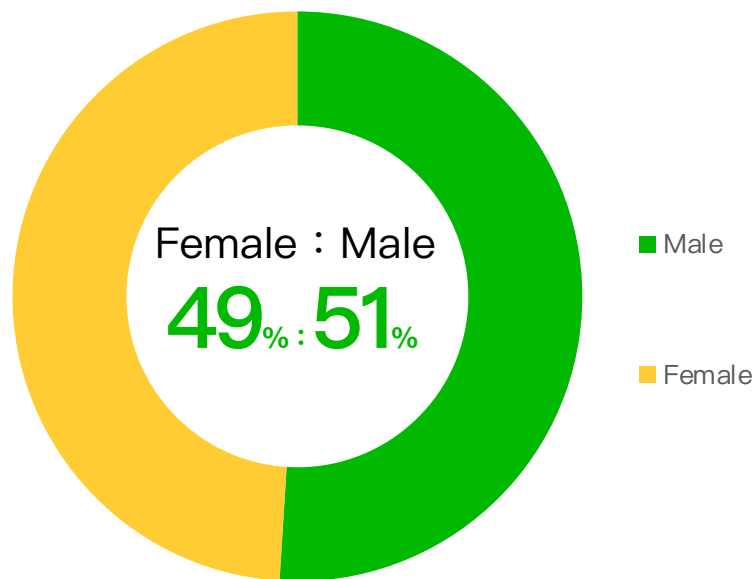
600家 合作夥伴

3000則 每日上稿數



LINE TODAY 使用者樣貌

男女年齡比接近台灣整體大盤，消費力工作人口超過8成



LINE TODAY是消費者獲取各式知識資訊的重要入口



80%

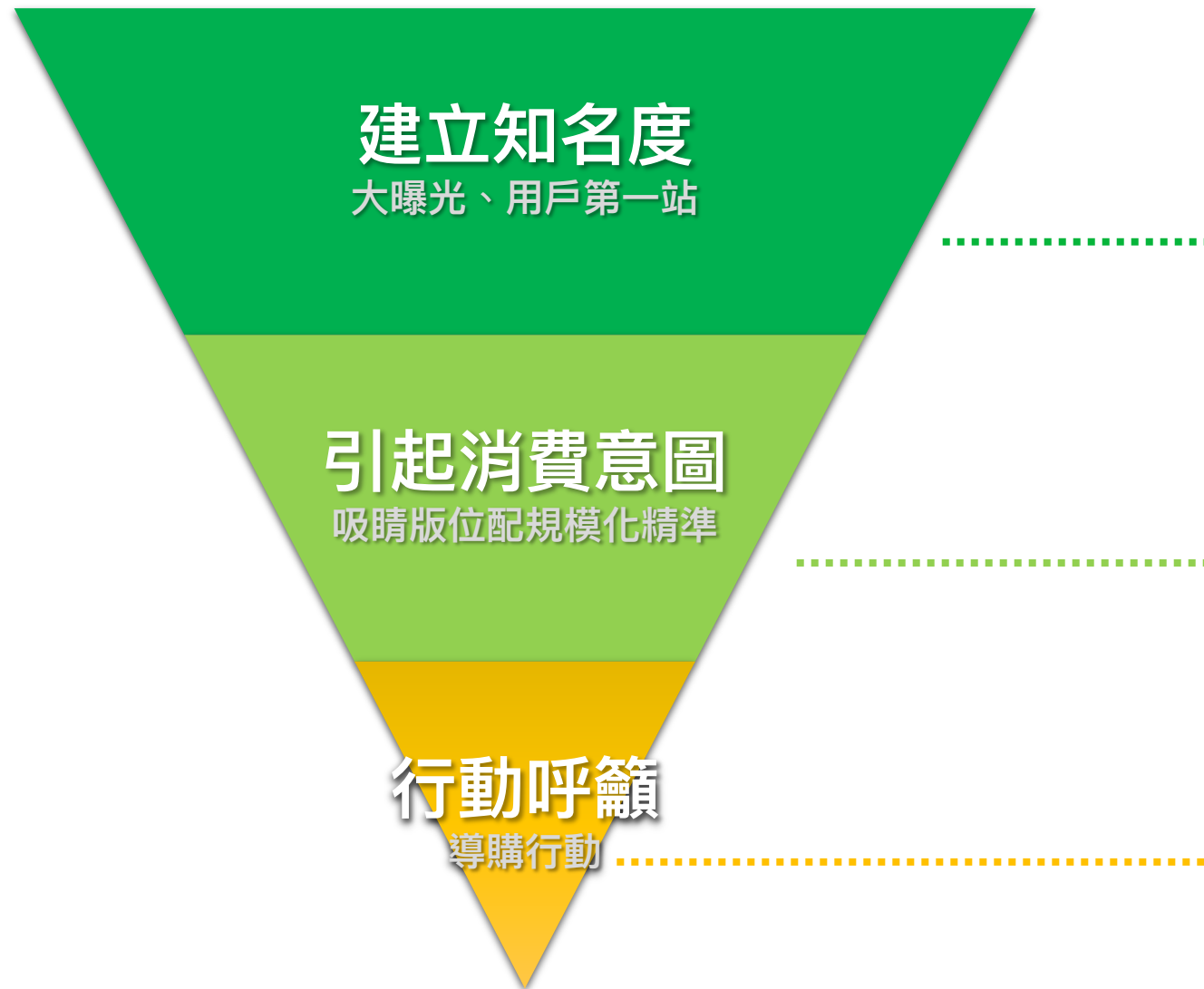
LINE TODAY是我
每日獲取新聞資訊的第一站



78%

LINE TODAY在疫情期間
是我主要的新聞資訊來源

LINE TODAY Ads 推薦適用行銷目的



Video

Image

首頁 Billboard

文章 Scroller Ad

文章 In-read Ad/Backdrop Ad

影片 Pre-roll

首頁廣編 Headline

全站輪播 LAP



LINE TODAY In-read Ad

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

In-read
高可見度

規模化
精準曝光

多樣受眾化鎖定，將廣告遞送給目標客群

從受眾輪廓出發

年齡性別

| | |
|----|-------|
| 性別 | 男 |
| | 女 |
| 年齡 | 14以下 |
| | 15-19 |
| | 20-24 |
| | 25-29 |
| | 30-34 |
| | 35-39 |
| | 40-44 |
| | 45-49 |
| | 50以上 |

作業系統

Android
Apple iOS

六大地區

北北基
桃竹苗
中彰投
雲嘉南
高屏
宜花東+離島

興趣分類

美妝保養 車迷
美體瘦身 網購族群
時尚達人 運動愛好者
服飾與配件 理財愛好者
美食飲品 3C電子
營養保健 遊戲玩家
嬰幼兒用品 科技愛好者
愛家居 電影愛好者
北捷通勤族 旅遊愛好者

時段

可鎖定只在走期間的特定時段遞送。指定時段帶需至少連續2小時以上，且最小以1小時為單位。

推薦用法：

- 指定用餐、宵夜時段
- 指定通勤、上下班時段
- 指定股市開盤時段

- 興趣類別資料來源，是根據LINE家族服務中，針對用戶興趣的內容或屬性進行推測和分類，詳細請參考廣告最佳化說明和LINE隱私權政策。
- 鎖定條件大類（綠色項目）之間是「AND，且」的關係，增加一個條件加價20%；大類裡的詳細選項，細項之間是「OR，或」的關係，選擇同一大類裡的多種細項，僅加一次價格，請視媒體目的來選擇，並盡量確認實際走期。
- 若使用「時段」鎖定條件：強烈建議執行走期7天以上，且走期結束日定為工作日；當走期結束曝光量未達標時，將於隔一工作日通知並溝通後續處理事宜。
- 廣告預設為輪播，如遇專案或指定包版，包版期間內，廣告將略過該時間區間不遞送。
- **時段鎖定細則：**
 - 若鎖定走期中的特定時段（小於24小時）：需加價；指定時段帶需至少連續2小時以上，且最小以1小時為單位。
 - 若鎖定走期中的特定規律每週日期（以天為單位，舉例每週六日、每週平日）：不需加價。例外：若鎖定方式為走期間的「不規律的每週日期」則無法進行鎖定，舉例「走期內第一週的週一、二&第二週的週二、三」為無法指定的鎖定方式。

多樣化受眾，將廣告遞送給精準客群

從 內容話題 出發

內容分類鎖定



濾除敏感議題



濾除敏感議題，
保護你的品牌資產！

關鍵字包鎖定

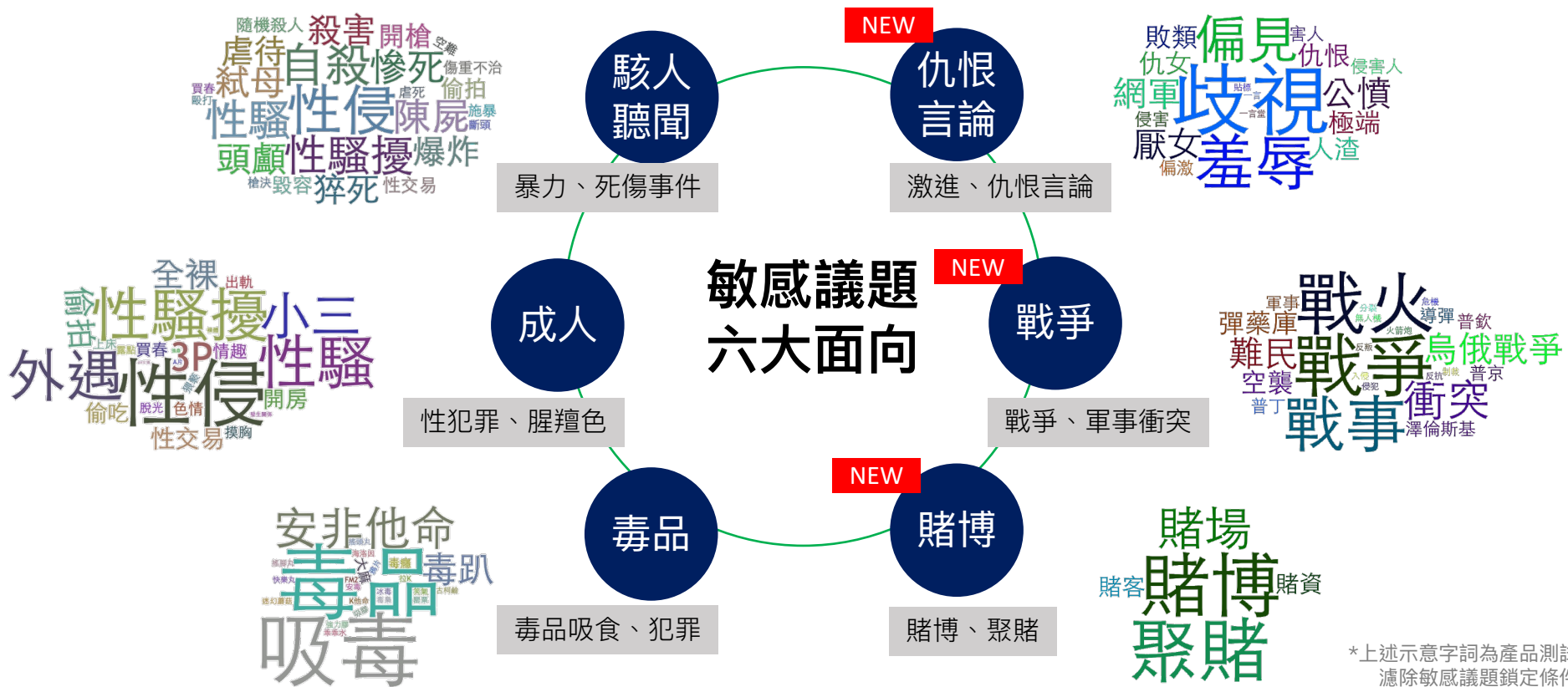


關鍵字包鎖定
跨越分類的內容鎖定方式

- 關鍵字包來源：LINE透過機器學習與篩選，針對熱門關鍵字主題，決定出的相關字包，客戶就整組字包鎖定，不開放調整字包內容。關鍵字包可同時使用多組細項鎖定 (OR)，不同大類不開放疊加鎖定 (AND)
- 興趣類別資料來源，是根據LINE家族服務中，針對用戶興趣的內容或屬性進行推測和分類，詳細請參考廣告最佳化說明和LINE隱私權政策
- 鎖定條件大類之間是「AND，且」的關係，增加一個條件加價20%；大類裡的詳細選項，細項之間是「OR，或」的關係，選擇同一大類裡的多種細項，僅加一次價格，請視媒體目的來選擇，並查量確認實際走期
- 內容分類說明：以上分組僅為推薦選購方式，您可依實際需求分開挑選；在特殊期間限定分類不開放鎖定，例如：NBA、中職、金曲金鐘金馬獎、過好年等，詳情請洽LINE Sales
- 濾除敏感議題：濾除敏感議題為三大議題面向整組鎖定不分拆
- 廣告預設為輪播，如遇專案或指定包版，包版期間內，廣告將略過該時間區間不遞送

濾除敏感議題，保護你的品牌資產

濾除敏感議題鎖定條件，透過自動文字判斷系統，在廣告遞送前偵測 **TODAY** 文章標題與內文 是否包含敏感議題之關鍵字，讓廣告僅出現在非敏感文章頁面中。此鎖定條件將濾除六大議題面向：



注意事項：

- * 此鎖定條件僅應用於客戶鎖定之廣告，不影響文章中其他的廣告版位。
- * 使用此鎖定條件必須加價 20%，並需透過系統查量確認廣告走期中可遞送流量。
- * 此鎖定條件之偵測機制係透過 TODAY 系統自動判定且定期更新濾除關鍵字，偵測範圍僅限於 TODAY 文章頁標題與內文，該篇文章下方推薦的更多相關文章、繼續閱讀、查看更多等其他文章內容，則不在排除範圍。

*上述示意字詞為產品測試期間最高頻率濾除之關鍵字
濾除敏感議題鎖定條件包含但不限於上述示意字詞
，且系統會定期更新濾除關鍵字

關鍵字包鎖定 — 成功案例分享：廣告點擊成效提升 UP UP!

正官庄

鎖定關鍵字包：
送禮

點擊成效

+22%



理財



UNIQLO

鎖定關鍵字包：
購物優惠

點擊成效

+13%

注意事項：

* 客戶成功案例此處使用廣告產品為 Scroller Ad，擷取圖片為示意圖，成效數據僅供參考，非保證成效。實際成效數據請以廣告實際成效為準

* 此鎖定條件僅應用於客戶鎖定之廣告，不影響文章中其他的廣告版位

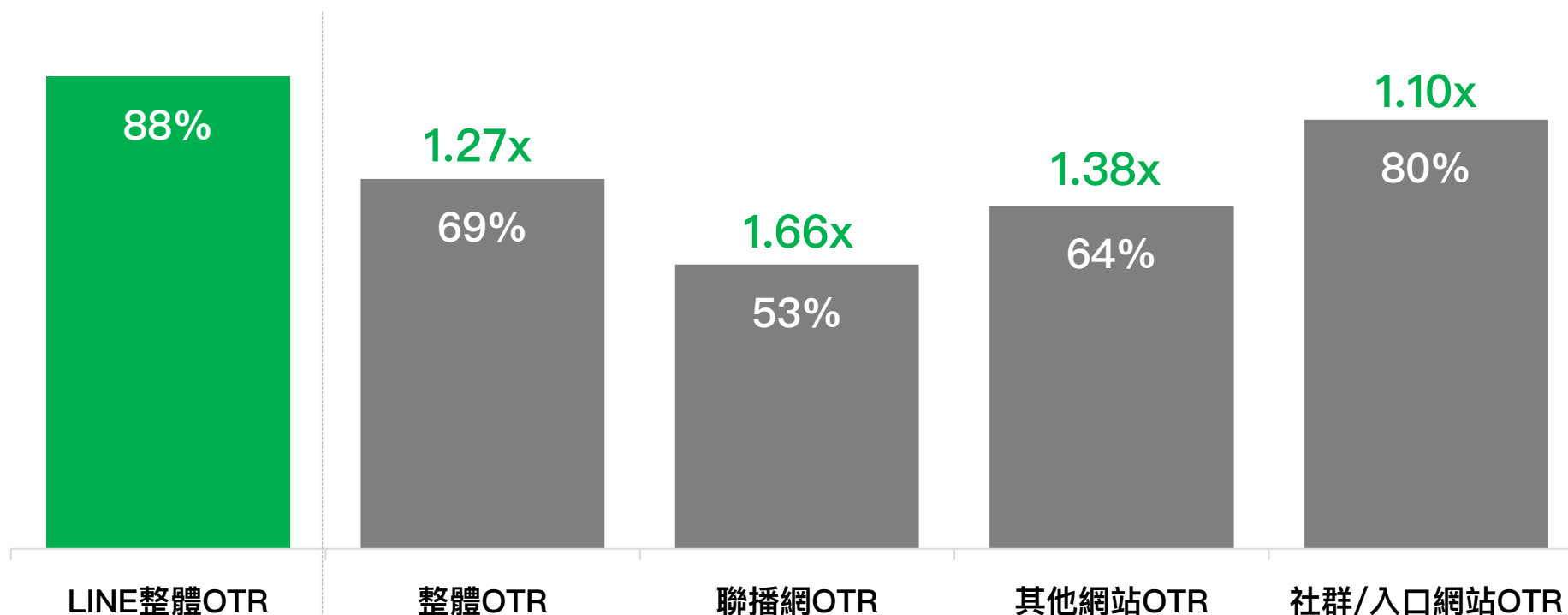
* 此鎖定條件之偵測機制係透過 TODAY 系統自動比對關鍵字包詞彙，偵測範圍僅限於 TODAY 文章頁標題與內文，該篇文章下方推薦的更多相關文章、繼續閱讀、查看更多等其他文章內容，則不在排除範圍

LINE

精準曝光，經Nielsen DAR實測廣告目標命中率高於市場整體均值



廣告目標命中率(OTR) – 不同媒體表現



備註：

- 1.目標命中率為經Nielsen DAR比對命中鎖定性別/年齡之曝光數除以該廣告專案總曝光數
- 2.計算平均值採用加權平均計算，權值為該廣告專案之曝光量
- 3.若廣告未設定目標族群，則不列入計算平均值
- 4.目標命中率依廣告投放版位、時間與投遞對象等因素影響而有所不同
- 5.LINE完成之40波廣告專案為手機環境遞送之成效

資料來源：尼爾森數位廣告收視率 Nielsen Digital Ad Ratings，資料更新至2020年12月止，共698波符合列入計算資格之廣告專案；其中40波為LINE廣告完成專案。* OTR = On Target Rate 目標命中率

為廣告主精準鎖定各年齡層目標受眾

LINE | nielsen

廣告目標命中率(OTR) – 不同年齡/性別表現

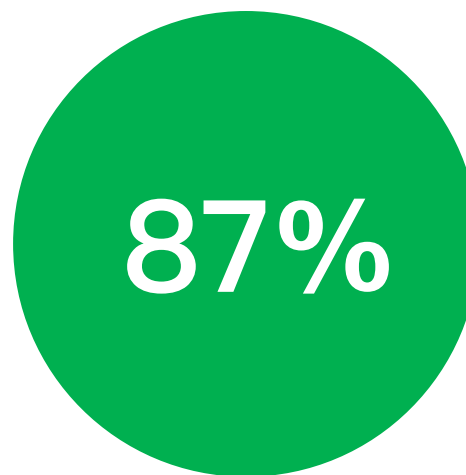
13-24歲



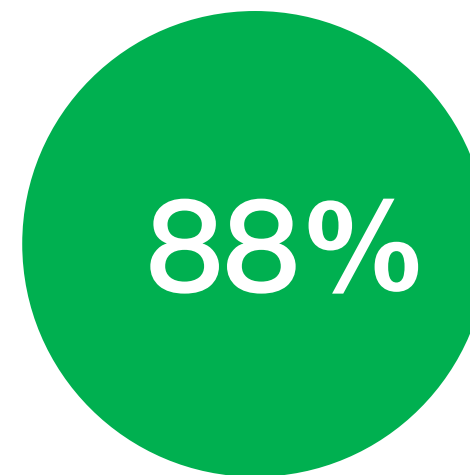
25-44歲, 女性



25-44歲, 男性



45歲以上



備註：

- 1.目標命中率為經Nielsen DAR比對命中鎖定性別/年齡之曝光數除以該廣告專案總曝光數
- 2.計算平均值採用加權平均計算，權值為該廣告專案之曝光量
- 3.若廣告未設定目標族群，則不列入計算平均值
- 4.目標命中率依廣告投放版位、時間與投遞對象等因素影響而有所不同
- 5.LINE完成之40波廣告專案為手機環境遞送之成效

資料來源：尼爾森數位廣告收視率 Nielsen Digital Ad Ratings，資料更新至2020年12月止，共698波符合列入計算資格之廣告專案；其中40波為LINE廣告完成專案。* OTR = On Target Rate 目標命中率

LINE

支援影音廣告主流第三方可視度曝光追蹤 – IAS

為了確保廣告主能使用更有保障的方式採購影音廣告，LINE TODAY In-read Ad Video 即日起，支援IAS「廣告可視度 (Viewability)」追蹤功能。



50% 2s



您可使用由第三方認證的影音廣告可視度
來檢視LINE TODAY In-read Ad Video廣告成效

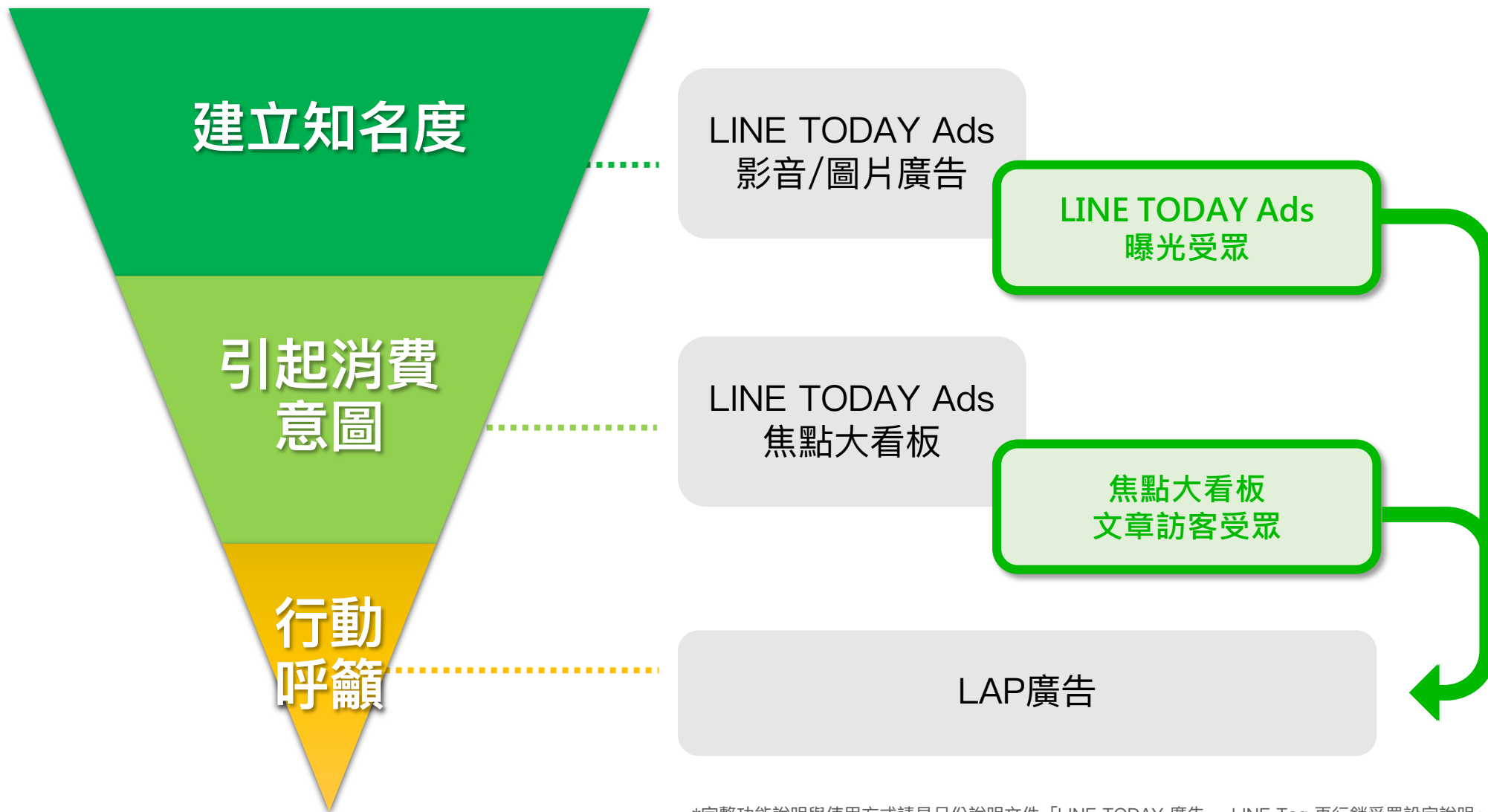
影音播放器超過50%曝光於使用者瀏覽畫面中，且播放超過2秒，
則記為一次IAS與MOAT認證的影音廣告可視曝光*。

*使用該服務前，建議您再度向追蹤服務提供商確認最新版的的可視曝光定義。

*此服務由第三方服務商提供，購買LINE TODAY In-read Ad video 產品時，LINE可協助提供串接服務，不保證與第三方收數間落差比例。

*目前IAS可視度曝光追蹤於台灣僅支援LINE TODAY的環境(mobile web)，其他的服務環境(App)目前尚不支援

從 Branding 到 Performance，再行銷放大 LINE TODAY 廣告效益



*完整功能說明與使用方式請見另份說明文件「LINE TODAY 廣告 – LINE Tag 再行銷受眾設定說明」

In-read Ad 影片 – 價格表

| 影片長度 | vCPM 定價 |
|----------|--------------------------------|
| 1-60秒 | vCPM 200 |
| 61-120秒 | vCPM 300 |
| 121-180秒 | vCPM 400 |
| 精準鎖定 | 使用一種鎖定條件加價20%， 鎖定種類請參考P.7-8 |
| 最低購買門檻 | \$10萬元 |

注意事項

- vCPM 可視曝光計價：嚴格定義為影片50%顯示在瀏覽器視窗才計價。
- 以上均為 NTD 新台幣未稅金額。
- 廣告位置：LINE TODAY文章頁文中。
- 上線時間：廣告上線為台灣時間10:00，廣告結束為台灣時間22:59。
- 廣告價格：LINE保留價格異動之權利，如有調整，將在價格異動前一個月告知。
- 廣告輪播：廣告預設為輪播，如遇其他客戶指定包版，包版期間內，廣告將略過該時間區間不遞送。
- 廣告包版：若希望指定時間區間包版遞送，需另外報價，請洽您的LINE廣告業務窗口。
- 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。

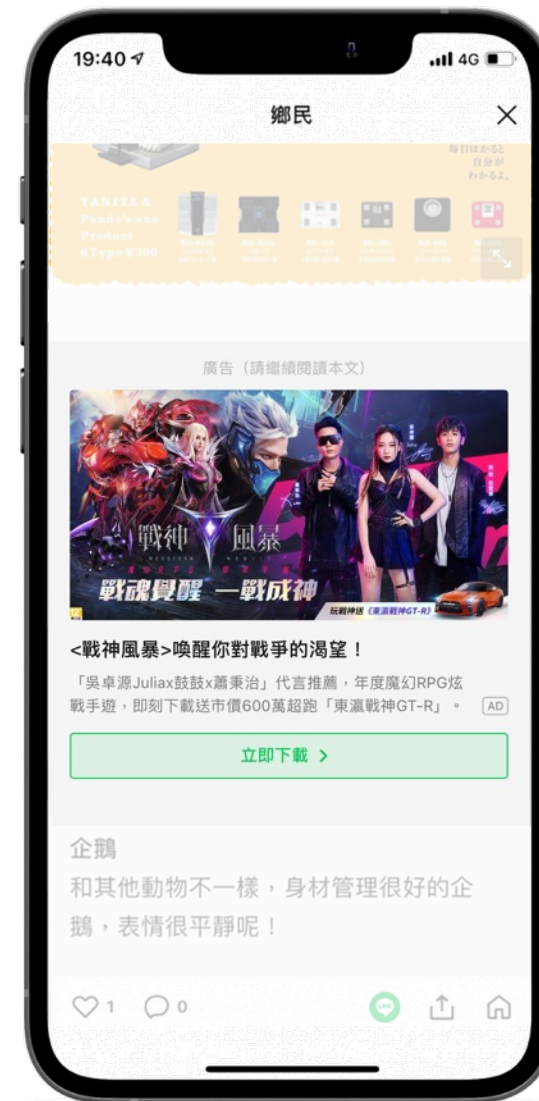


In-read Ad 圖片 – 價格表

| | |
|--------------|-----------------------------------------------|
| 推薦方案 | LINE TODAY文章頁千萬曝光 1,000萬次曝光，售價\$25萬 |
| 精準鎖定+ | 推薦使用鎖定條件提升廣告精準度， 一種鎖定條件加價20%，種類請參考P.7-8。 |

注意事項

- 最低購買門檻：\$20萬元。
- 以上均為 NTD 新台幣未稅金額。
- 廣告位置：LINE TODAY文章頁文中。
- 上線時間：廣告上線為台灣時間10:00，廣告結束為台灣時間22:59。
- 廣告價格：LINE保留價格異動之權利，如有調整，將在價格異動前一個月告知。
- 廣告輪播：廣告預設為輪播，如遇其他客戶指定包版，包版期間內，廣告將略過該時間區間不遞送。
- 廣告包版：若希望指定時間區間包版遞送，需另外報價，請洽您的LINE廣告業務窗口。
- 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。



廣告素材規範

- 使用IAS「廣告可視度 (Viewability)」追蹤

| 項目 | 規格 | 注意事項 |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 影片比例 | <ul style="list-style-type: none"> Billboard Video單影音(+含標題): 16:9 In-read Ad Video: 16:9 Backdrop Ad Video: 2:3 | |
| 檔案格式 | VAST 4.0 Tag | 請提供Web環境適用Tag，非In-app類型 移除右方檔案格式：3gp/3gpp/m3u8 |
| 影片解析度 | 建議HD高畫質 | 移除下方低解析度規格： width="176" height="144"; width="320" height="180"; width="480" height="270"; width="256" height="144”， |
| 秒數區間 | <ul style="list-style-type: none"> Billboard Video單影音: 60秒內 In-read Ad Video: 180秒內 Backdrop Ad Video: 30秒內 | |
| 連結網址URL | 請提供Vast Tag跳轉後頁面的https://開頭連結 | |
| 素材繳交時間 | 上線前7個工作天 | |
| 素材輪替 | 限一款，不提供多支素材輪替 | |
| 檢測工具 | https://googleads.github.io/googleads-ima-html5/vsi/ | |

*若選用Billboard video單影音含標題與In-read Ad video需多提供文案設定資訊，詳情請參考上架資料表

廣告刊登流程



* 以上時程規劃LINE保有更動權利。

In-read Ad 影片 — 素材規格

| 入稿素材 | 入稿形式 | 規定 | 注意事項 |
|--------|------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 影片 | MP4 | 1-180秒 100MB以內 | <ul style="list-style-type: none">• 16:9 HD高畫質, 1280x720P以上解析度• 影片長度：1-180秒• 音量及暫停鍵為固定位置與大小, 無法變動。為避免影片主視覺或文字與系統制式顯示圖示重疊，再請留意其顯示位置 |
| 標題 | 文字 | 最多20字元 | <ul style="list-style-type: none">• 所有半形全形(含空白)皆算一個字元• 不可放入連結(URL)• 不可指定斷行• 建議使用符號請參考P17 |
| 廣告顯示文字 | 文字 | 最多75字元 | <ul style="list-style-type: none">• 所有半形全形(含空白)皆算一個字元• 不可放入連結(URL)• 不可指定斷行• 建議使用符號請參考P17 |
| 按鈕文字 | 文字 | 固定4字中文字元 | <ul style="list-style-type: none">• 請提供4字中文字元• 中文字後「>」為固定符號, 無法調整 |
| 廣告走期 | 日期 | — | <ul style="list-style-type: none">• 開始時間：台灣時間10:00• 結束時間：台灣時間22:59 |
| 外連網頁網址 | URL | — | <ul style="list-style-type: none">• 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。 |

In-read Ad 圖片 — 素材規格

| 入稿素材 | 入稿形式 | 規定 | 注意事項 |
|--------|---------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 圖片 | JPG/PNG | 1200×628 950KB以內 | <ul style="list-style-type: none">· 圖檔若包含文字，建議盡量簡潔清楚，避免縮圖後難以閱讀。· 單波活動圖檔素材最多可提供3組，預設由系統根據CTR成效優化遞送比例。 |
| 標題 | 文字 | 最多20字元 | <ul style="list-style-type: none">· 所有半形全形(含空白)皆算一個字元· 不可放入連結(URL)· 不可指定斷行· 建議使用符號請參考P.17 |
| 廣告顯示文字 | 文字 | 最多75字元 | <ul style="list-style-type: none">· 所有半形全形(含空白)皆算一個字元· 不可放入連結(URL)· 不可指定斷行· 建議使用符號請參考P.17 |
| 按鈕文字 | 文字 | 固定4字中文字元 | <ul style="list-style-type: none">· 請提供4字中文字元· 中文字後「>」為固定符號, 無法調整 |
| 廣告走期 | 日期 | — | <ul style="list-style-type: none">· 開始時間：台灣時間10:00· 結束時間：台灣時間22:59 |
| 外連網頁網址 | URL | — | <ul style="list-style-type: none">· 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 |

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）

廣告報表示意圖

影片樣式

| Date | Order | Order ID | Total impressions | Total clicks | Total CTR | Total Active View viewable impressions | Start | First quartile | Midpoint | Third quartile | Complete | Completion rate |
|--------------|-------|----------|-------------------|--------------|-----------|----------------------------------------|-------|----------------|----------|----------------|----------|-----------------|
| Day1 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Day2 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Day3 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Day4 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Day5 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

圖片樣式

| Date | Order | Order ID | Total impressions | Total clicks | Total CTR |
|--------------|-------|----------|-------------------|--------------|-----------|
| Day1 | | - | - | - | - |
| Day2 | | - | - | - | - |
| Day3 | | - | - | - | - |
| Day4 | | - | - | - | - |
| Day5 | | - | - | - | - |
| Total | | - | - | - | - |

注意事項

- 此為報表示意圖，實際版型請以收到的報表格式為主。
- 影片曝光定義為：Impressions 為50% + 0秒; Active View viewable impressions為50%+2秒。

THANK YOU

若對 LINE Biz Solutions 有更進一步興趣，請洽您的LINE廣告業務窗口。