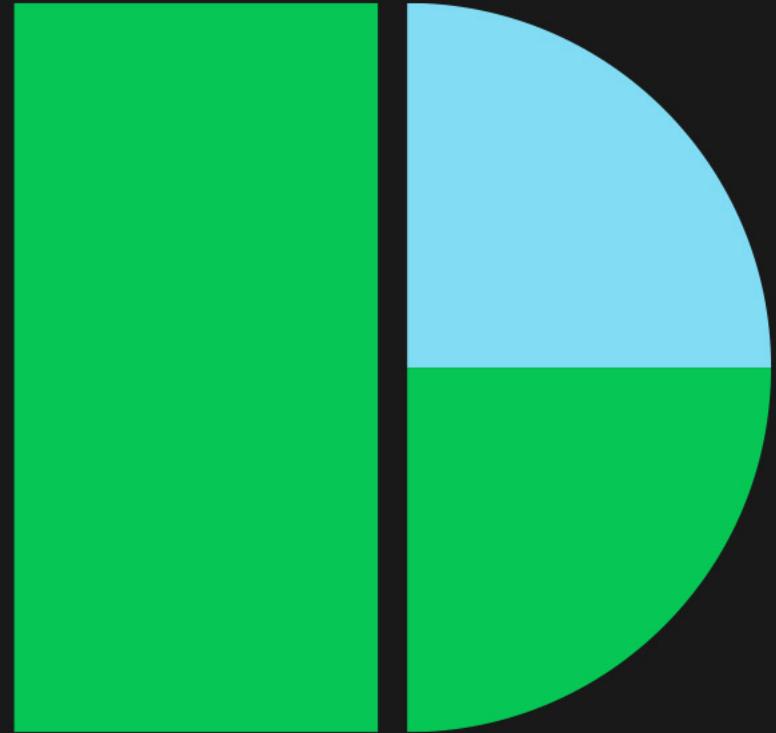


LINE Biz - Solutions

LINE TODAY Scroller Ad

2025 Sales Kit
最後更新日：2025.08.13



LINE TODAY

高達八成以上 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

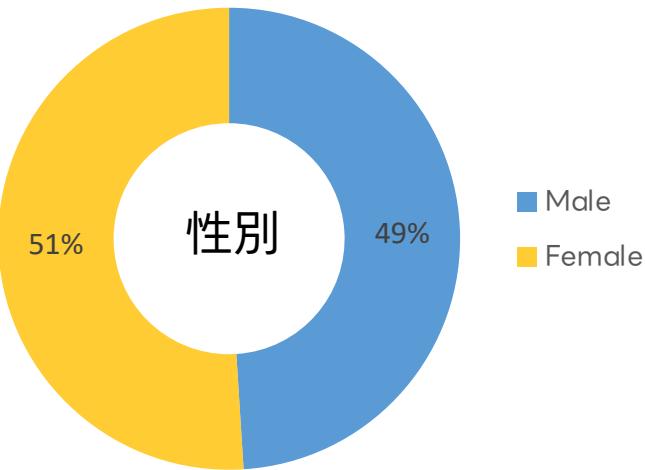
3000則 每日上稿數



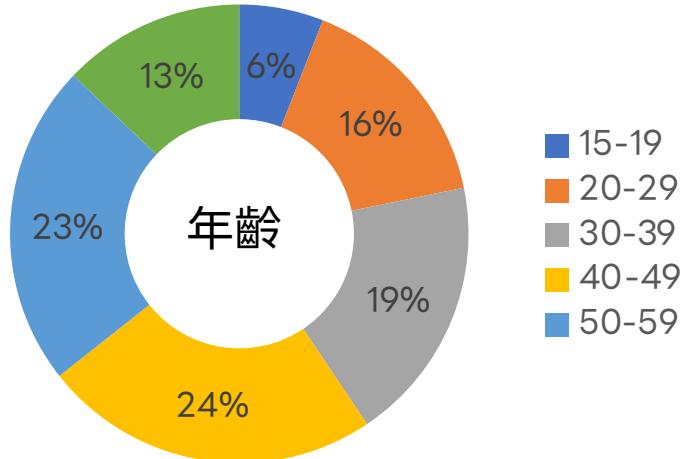
LINE TODAY 使用者樣貌

男女年齡比接近台灣整體大盤，消費力工作人口近8成

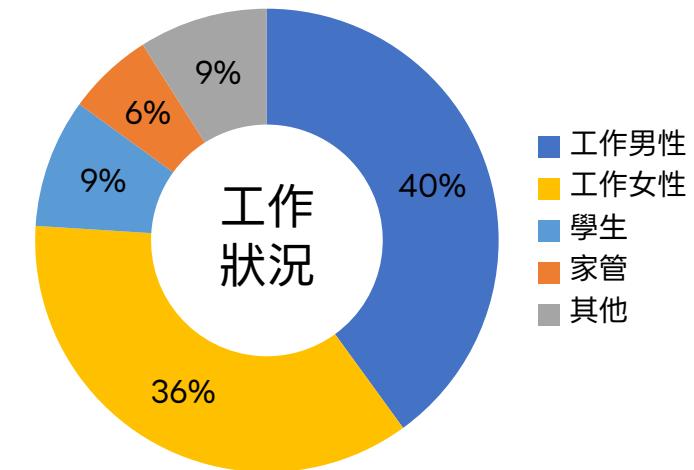
女性 51%：男性 49%



30-59歲消費主力 66%

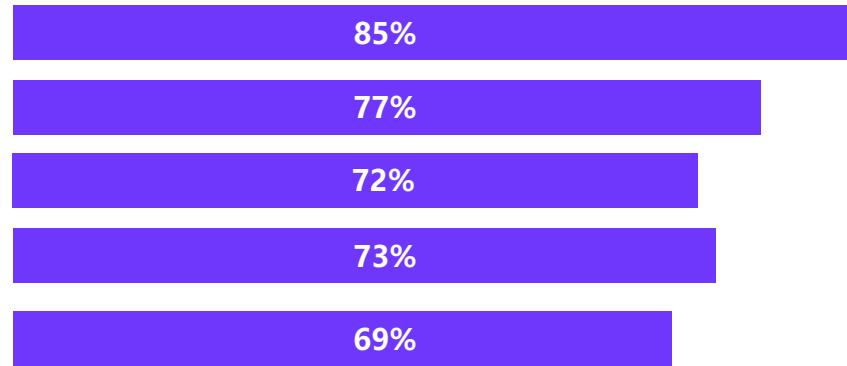


工作人口 76%



LINE TODAY 是消費者獲取各式知識資訊的重要入口

- 我在LINE TODAY上可以觀賞到多樣化的影音內容
- LINE TODAY 對我在生活中很有重要的陪伴作用 (無聊時就會滑一下)
- LINE TODAY是我每日獲取新聞資訊的第一站
- 遇重大新聞時，TODAY是我首先使用的平台
- 遇到特定時節時(例如過年、中元節、 報稅、雙11)
我會在LINE TODAY上參考相關消費和生活資訊



61%

會留意 LINE TODAY 上
的廣告訊息

56%

會因看到 LINE TODAY 上的資訊
而引發購物想法

LINE TODAY 擁有多元廣告形式與場景 助攻品牌行銷佈局

首頁 (焦點頁)



Billboard Ad



Scroller Ad



In-read Ad



Backdrop Ad



Pre-roll Ad



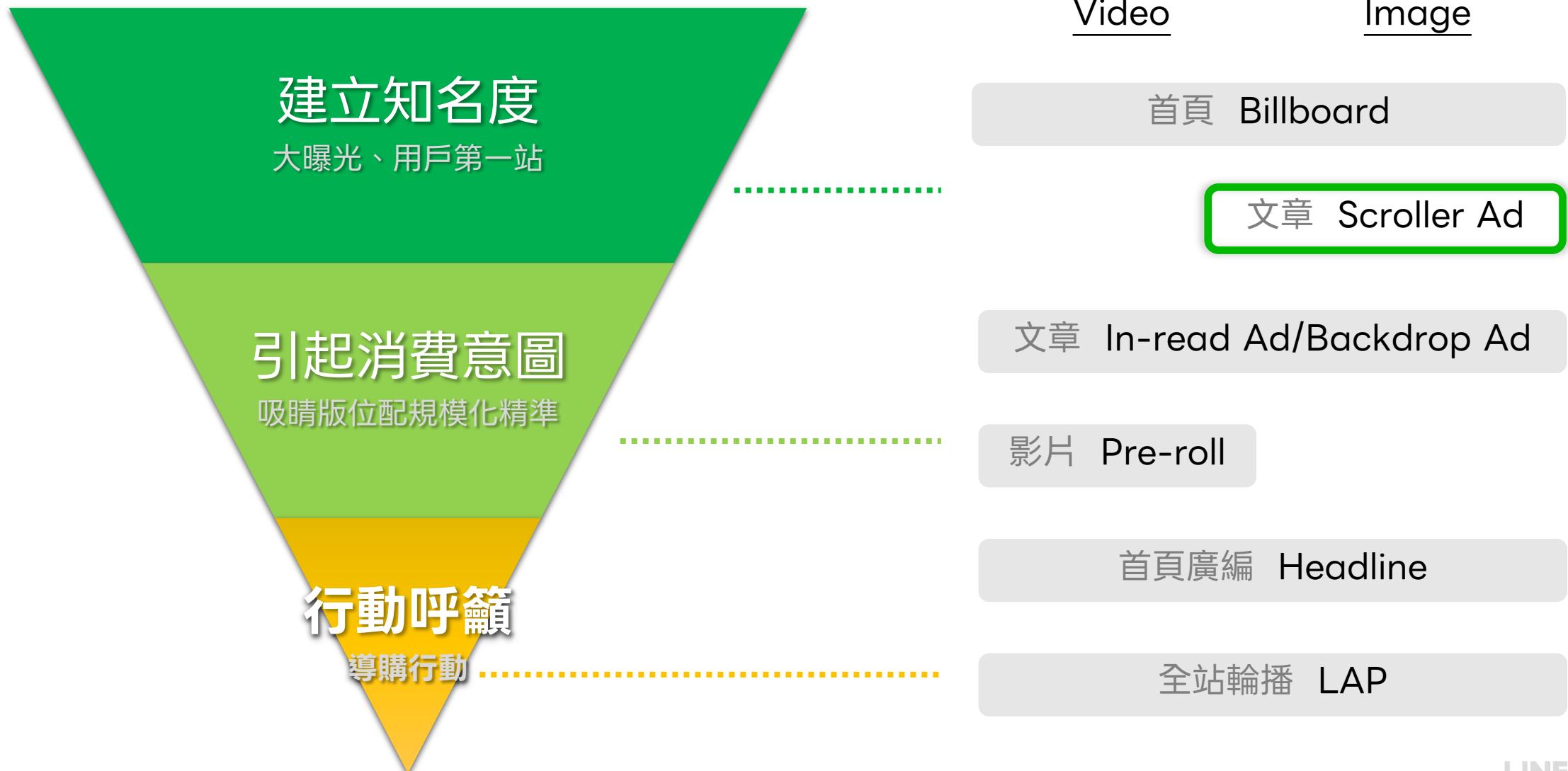
焦點大看板



OAP 推播



LINE TODAY Ads 推薦適用行銷目的



廣告版位說明

Scroller Ad (Image形式，可用靜態或GIF檔呈現)



LINE TODAY – Scroller Ad

文章置頂
高吸睛度

廣告位於文章置頂特開版位
互動式展現超吸睛！



LINE

LINE TODAY – Scroller Ad



大視覺 + 大版位
自然融入消費者閱讀路徑

LINE TODAY | 娛樂

《復仇者4》穿越2012 元老英雄念舊同框

蘋果日報

發布時間：2019年5月23日05:00

LINE f Twitter 蘋果+ 0 分享

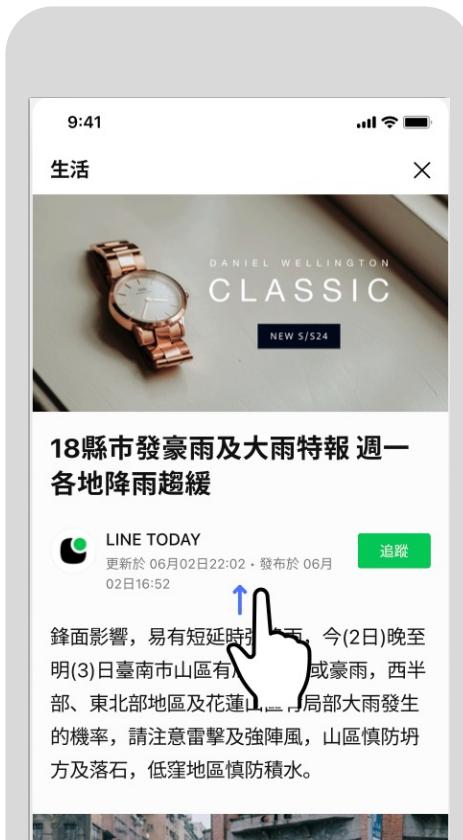
【李子凡／綜合報導】漫威電影《復仇者聯盟：終局之戰》上映滿1個月，全球票房已累積26億美元（約826億元台幣），飾演「鷹眼」的傑瑞米雷納（Jeremy Renner）在IG分享他與導演羅素兄弟、「鋼鐵人」小勞勃道尼、「美國隊長」克里斯艾文、「黑寡婦」史嘉蕾約翰森、「雷神索爾」克里斯漢斯沃與「綠巨人浩克」馬克魯法洛「洛基」湯姆希德斯頓拍攝穿越戲後的合照，讓粉絲超感

LINE

兩種廣告版型 & 閱讀體驗任選

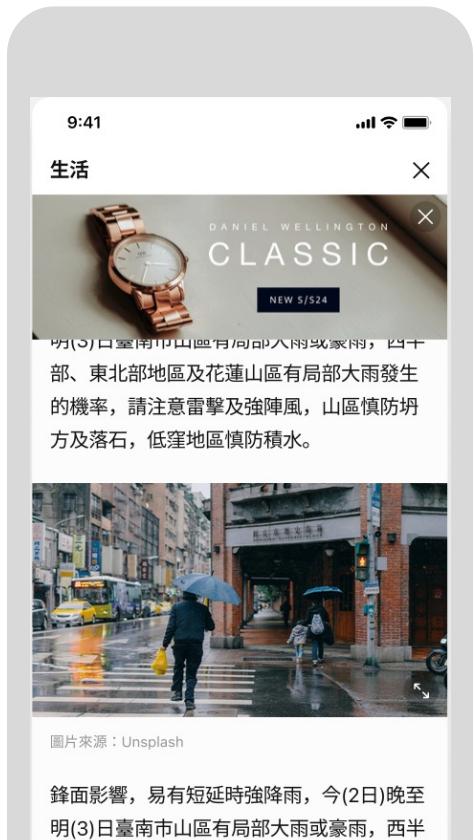
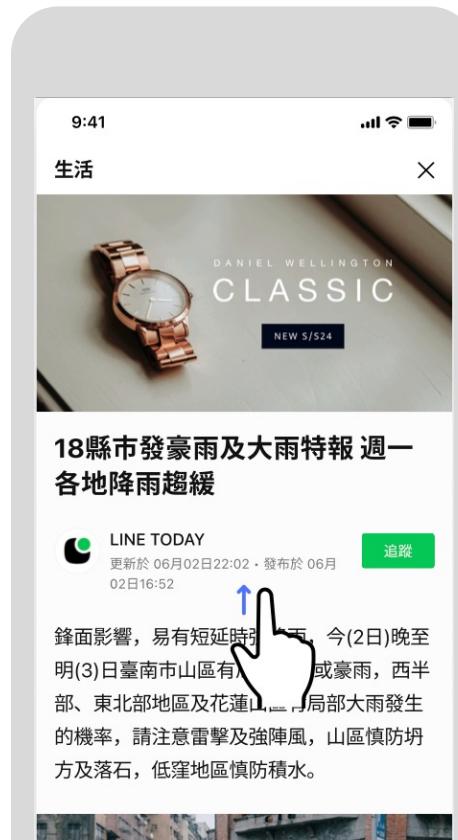
Normal Type

自然融入消費者閱讀路徑

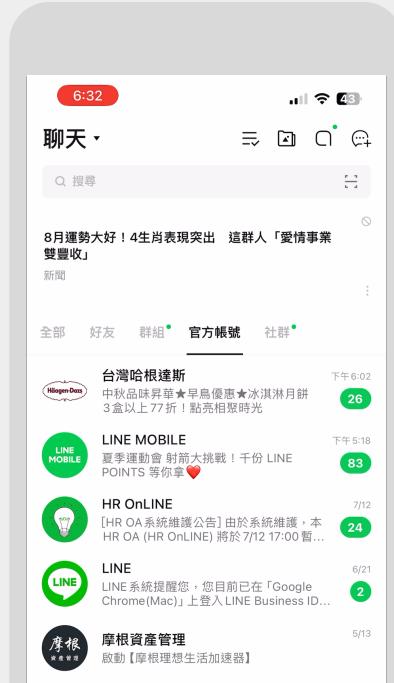


Sticky Type

極大化廣告曝光時間/點擊機會



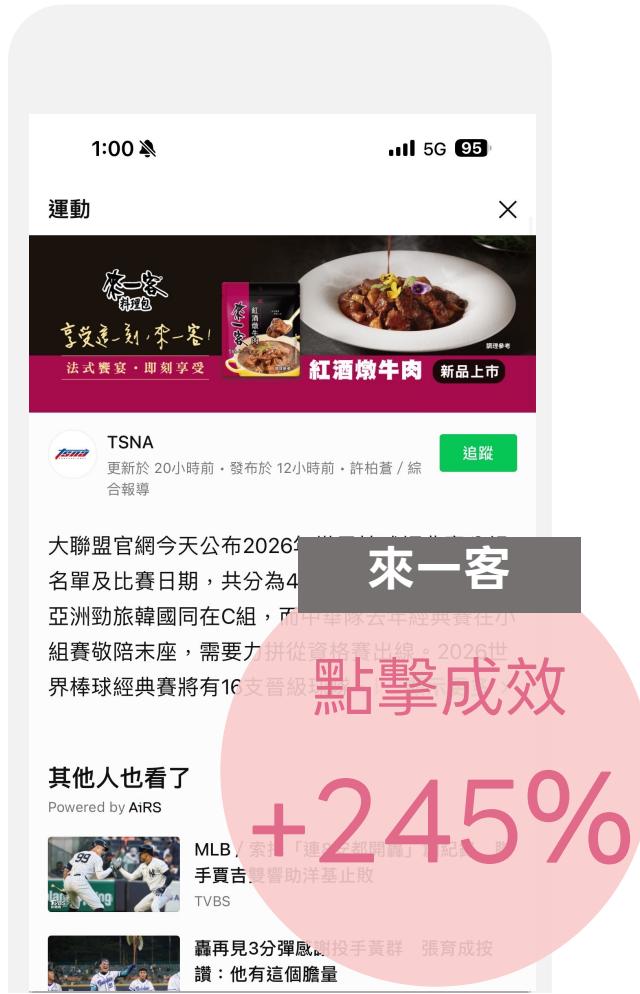
Scroller Ad – 兩種廣告版型規格比較

版型	Normal Type	Sticky Type
版型呈現方式	滑動時自然融入消費者閱讀路徑	滑動時持續顯示，極大化廣告曝光時間/點擊機會
使用者路徑	TODAY站內文章內容	聊天頁上方推薦TODAY文章內容 ^[1]
鎖定條件	既有TODAY文章頁鎖定條件	既有TODAY文章頁鎖定條件
素材設計注意事項	需符合可支援素材大小/檔案	需符合可支援素材大小/檔案 需注意廣告安全範圍設計規範 ^[2]
示意		

※1. 聊天頁上方的推薦TODAY推薦文章內容，僅限『有文章內容收合至顯示更多』的文章類型

※2. 請參考檔案中的素材設計規範，以免主視覺裁切或特定產業標示警語展示被遮蔽

Sticky Type – 成功案例分享：廣告點擊成效提升 2.5x !



注意事項：

- * 點擊成效數據以『點擊率(CTR)』為基準並以Normal type vs Sticky type比較計算提升成效
- * 點擊成效數據僅供參考，非保證成效。實際成效數據請以廣告實際成效為準

LINE

多樣化鎖定條件，將廣告遞送給精準客群 受眾鎖定

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，並查量確認實際走期。

- 若有使用「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。

多樣化鎖定條件，將廣告遞送給精準客群

內容鎖定

內容話題鎖定

內容分類

娛樂明星
娛樂/電影/
追劇/音樂

運動賽事
運動/中職/NBA

國內外大事
國內/國際

生活話題
生活/健康/鄉民/
旅遊

休閒娛樂
潮流時尚/美食/星座運
勢/鄉民/動漫

觀念進修
理財

內容關鍵字

美妝保養	購屋
醫美	家電
瘦身	家具
精品	汽車
服飾與配件	金融保險
營養保健	寵物
嬰幼兒用品	遊戲
科技3C	購物優惠
	送禮

濾除敏感議題

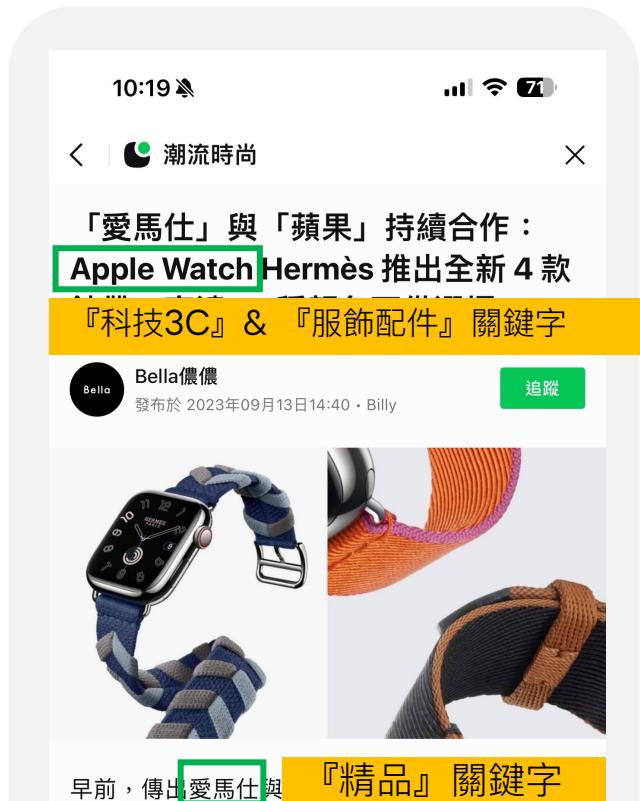


濾除敏感議題，
保護你的品牌資產！

- 內容分類與內容關鍵字視為一鎖定條件，若同時使用兩類別鎖定條件之間是「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
- 內容關鍵字來源：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。關鍵字可同時使用多組細項鎖定 (OR)，不同關鍵字類別不開放疊加鎖定 (AND)
- 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，詳請請洽LINE Sales
- 濾除敏感議題：濾除敏感議題為六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

內容關鍵字鎖定，跨越分類的內容鎖定方式

內容關鍵字鎖定條件，透過系統判斷系統，在廣告遞送前偵測 TODAY 文章標題與內文 是否包含 關鍵字包中詞彙，讓廣告僅出現在有相關字詞的頁面當中。



注意事項：

- * 上述示意字詞為系統依據各關鍵字主題，機器學習篩選出之高相關關鍵字詞，關鍵字包鎖定條件詳細字詞請參考附件內容關鍵字鎖定 - 關鍵字一覽
- * 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
- * 內容分類與內容關鍵字視為一鎖定條件，若同時使用兩類別鎖定條件之間是「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
- * 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)，不同關鍵字類別不開放疊加鎖定 (AND)
- * 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

關鍵字包鎖定 - 成功案例分享：廣告點擊成效提升 UP UP!



點擊成效
+22%



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。

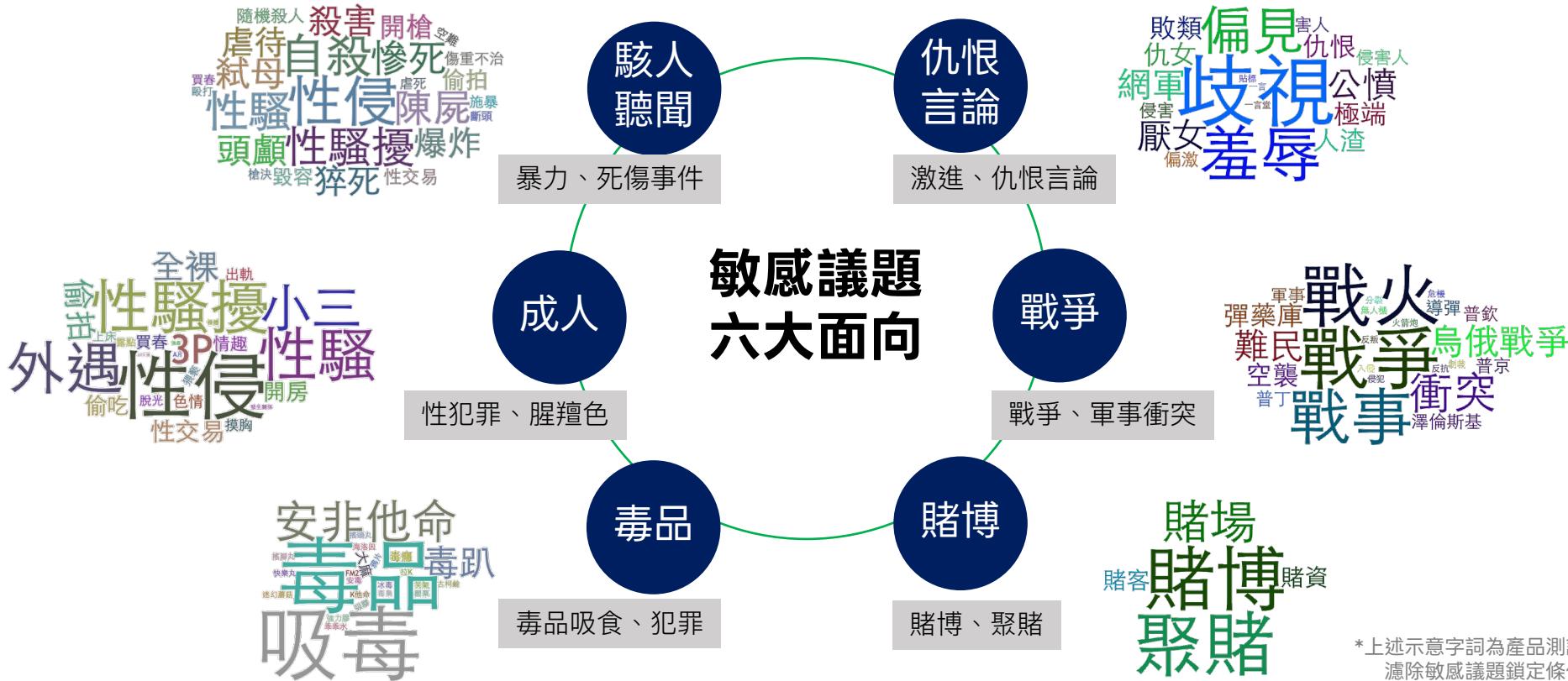
* 此鎖定條件僅應用於客戶鎖定之廣告，不影響文章中其他的廣告版位。

* 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

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：

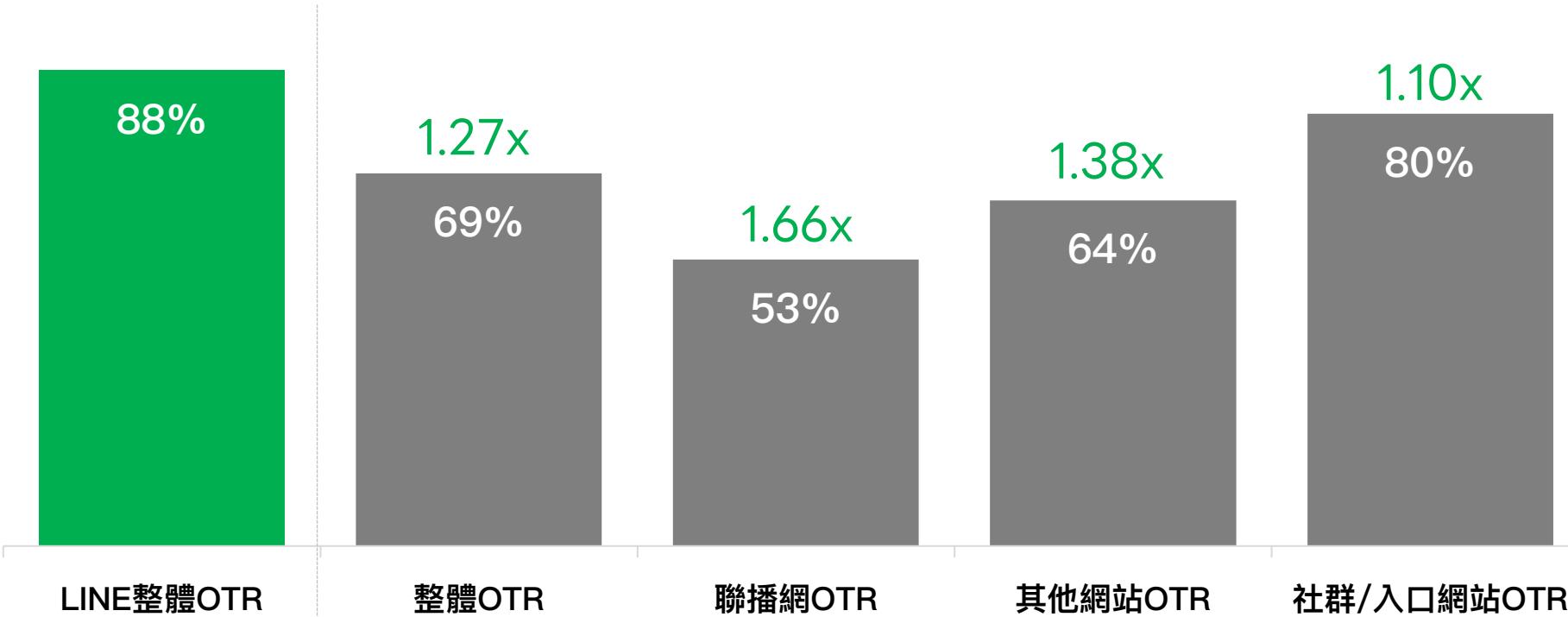
- ★ 此鎖定條件僅應用於客戶鎖定之廣告，不影響文章中其他的廣告版位。
 - ★ 使用此鎖定條件必須加價 20%，並需透過系統查量確認廣告走期中可遞送流量。
 - ★ 此鎖定條件之偵測機制係透過 TODAY 系統自動判定且定期更新濾除關鍵字，偵測範圍僅限於 TODAY 文章頁標題與內文，該篇文章下方推薦的更多相關文章、繼續閱讀、查看更多等其他文章內容，則不在排除範圍。

*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

精準曝光，經Nielsen DAR實測廣告目標命中率高於市場整體均值

LINE | nielsen

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

LINE

為廣告主精準鎖定各年齡層目標受眾



廣告目標命中率(OTR) - 不同年齡/性別表現

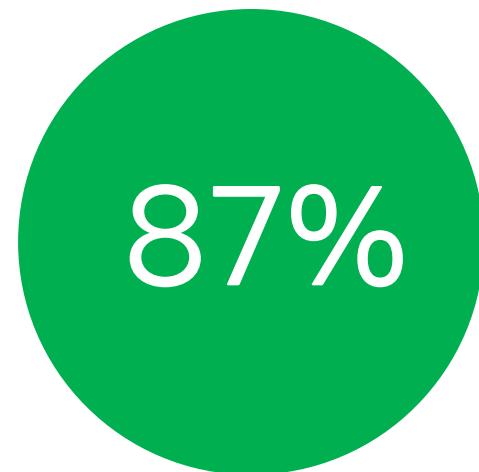
13-24歲



25-44歲, 女性



25-44歲, 男性



45歲以上



備註：

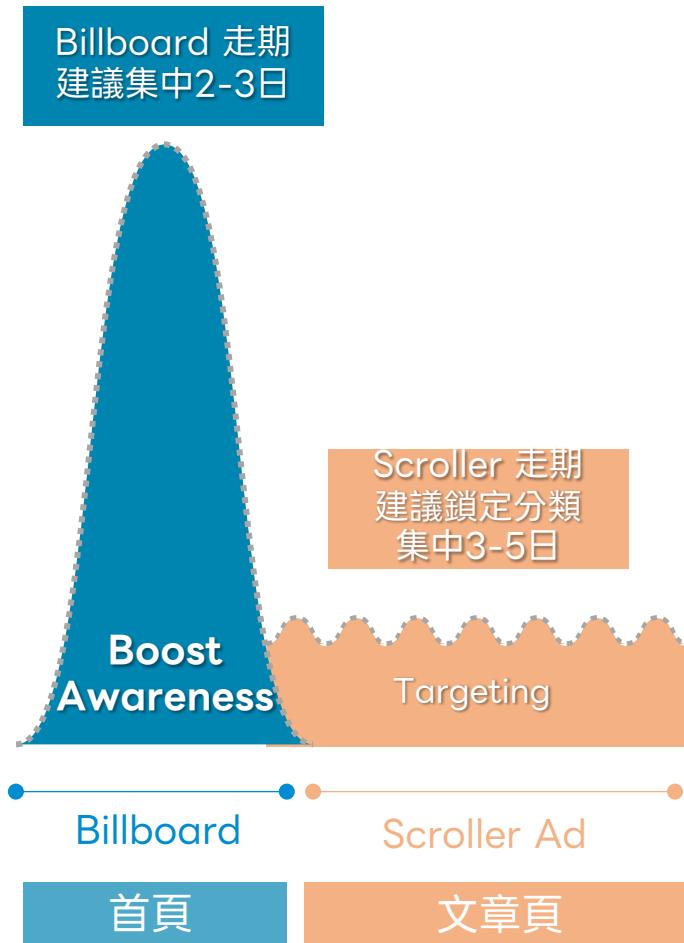
- 1.目標命中率為經Nielsen DAR比對命中鎖定性別/年齡之曝光數除以該廣告專案總曝光數
- 2.計算平均值採用加權平均計算，權值為該廣告專案之曝光量
- 3.若廣告未設定目標族群，則不列入計算平均值
- 4.目標命中率依廣告投放版位、時間與投遞對象等因素影響而有所不同
- 5.LINE完成之40波廣告專案為手機環境遞送之成效

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 ©TR = On Target Rate 目標命中率

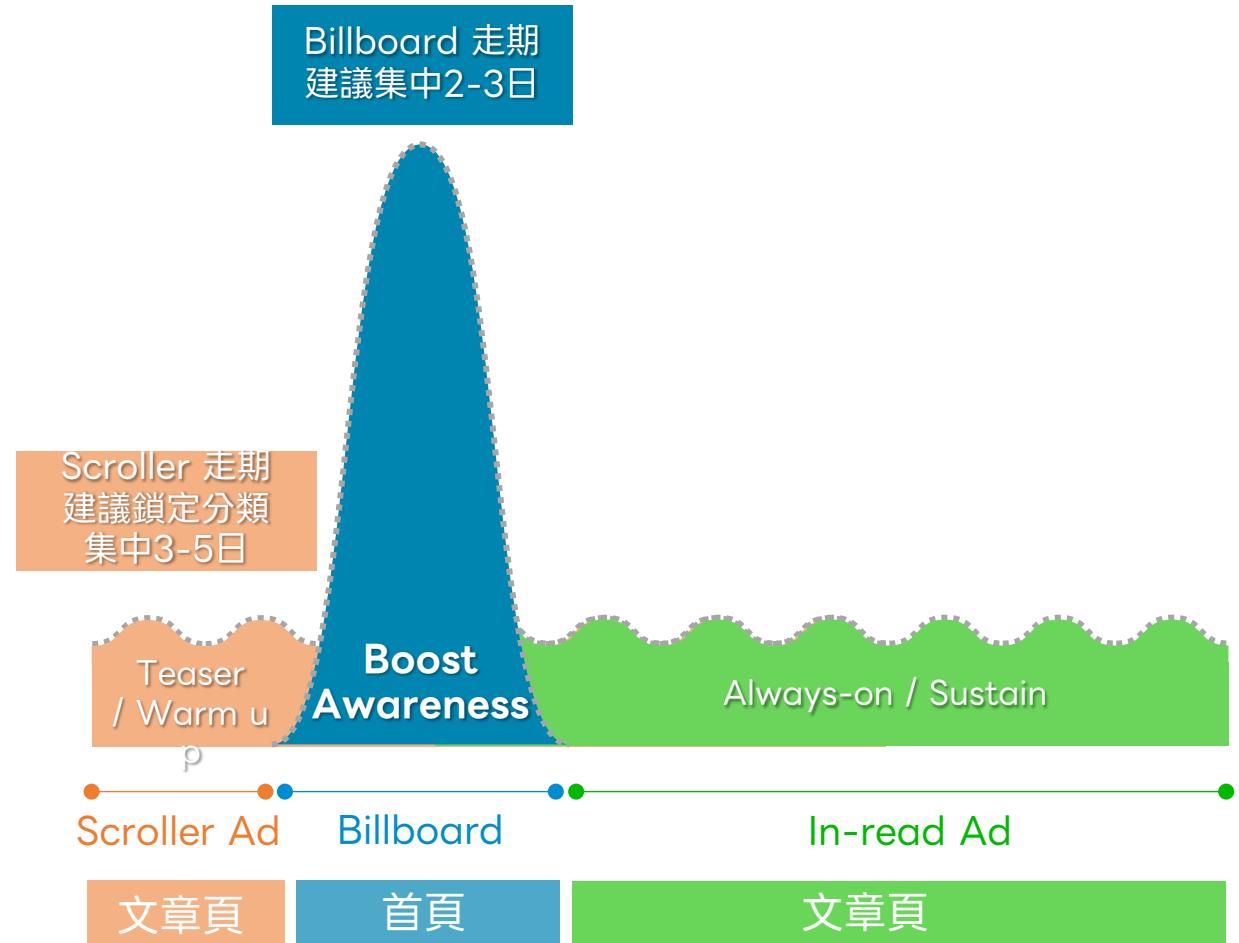


Image Solution: 階段式操作

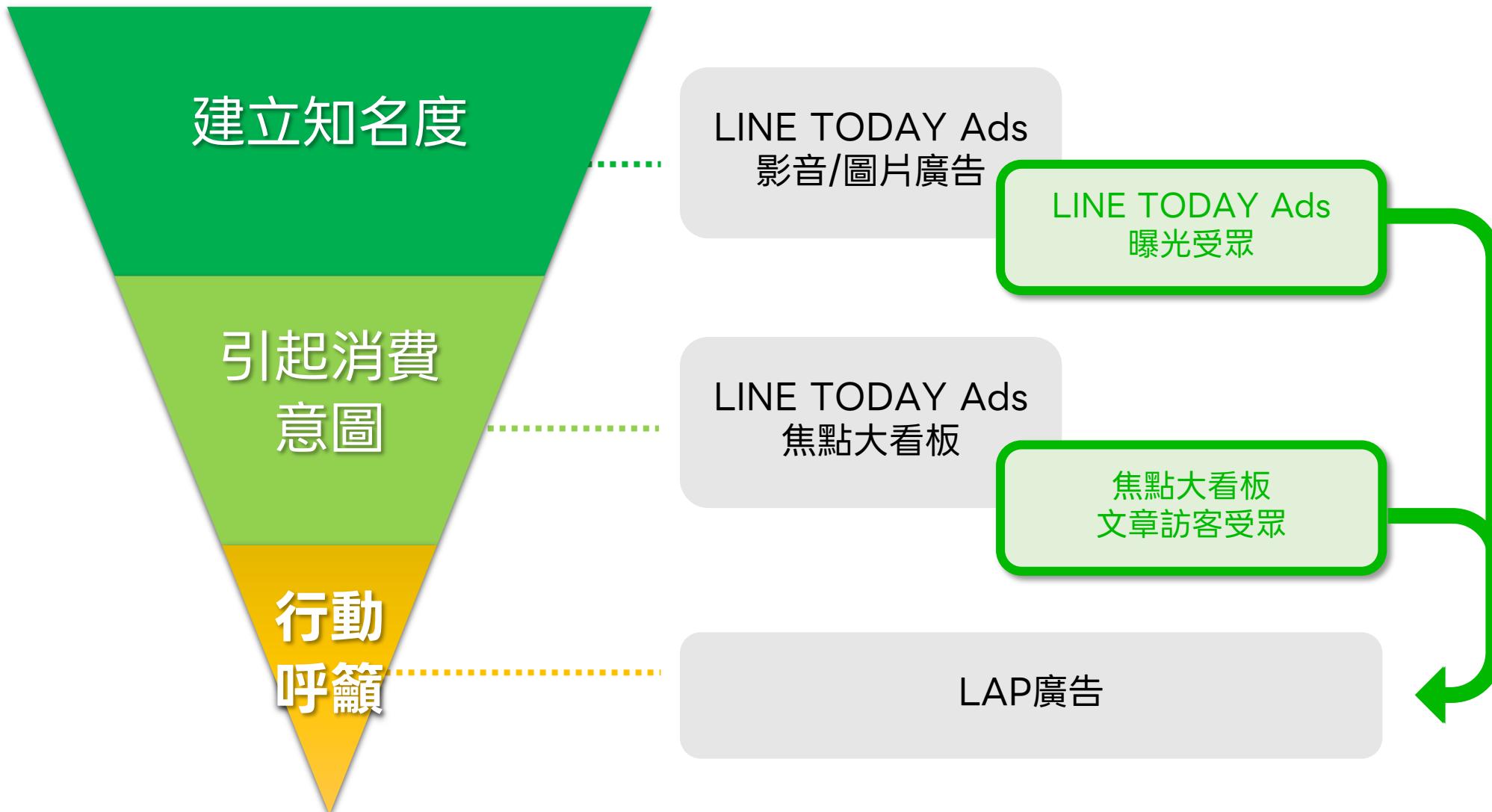
Scenario 01：上市擴大曝光 + 精準深化溝通



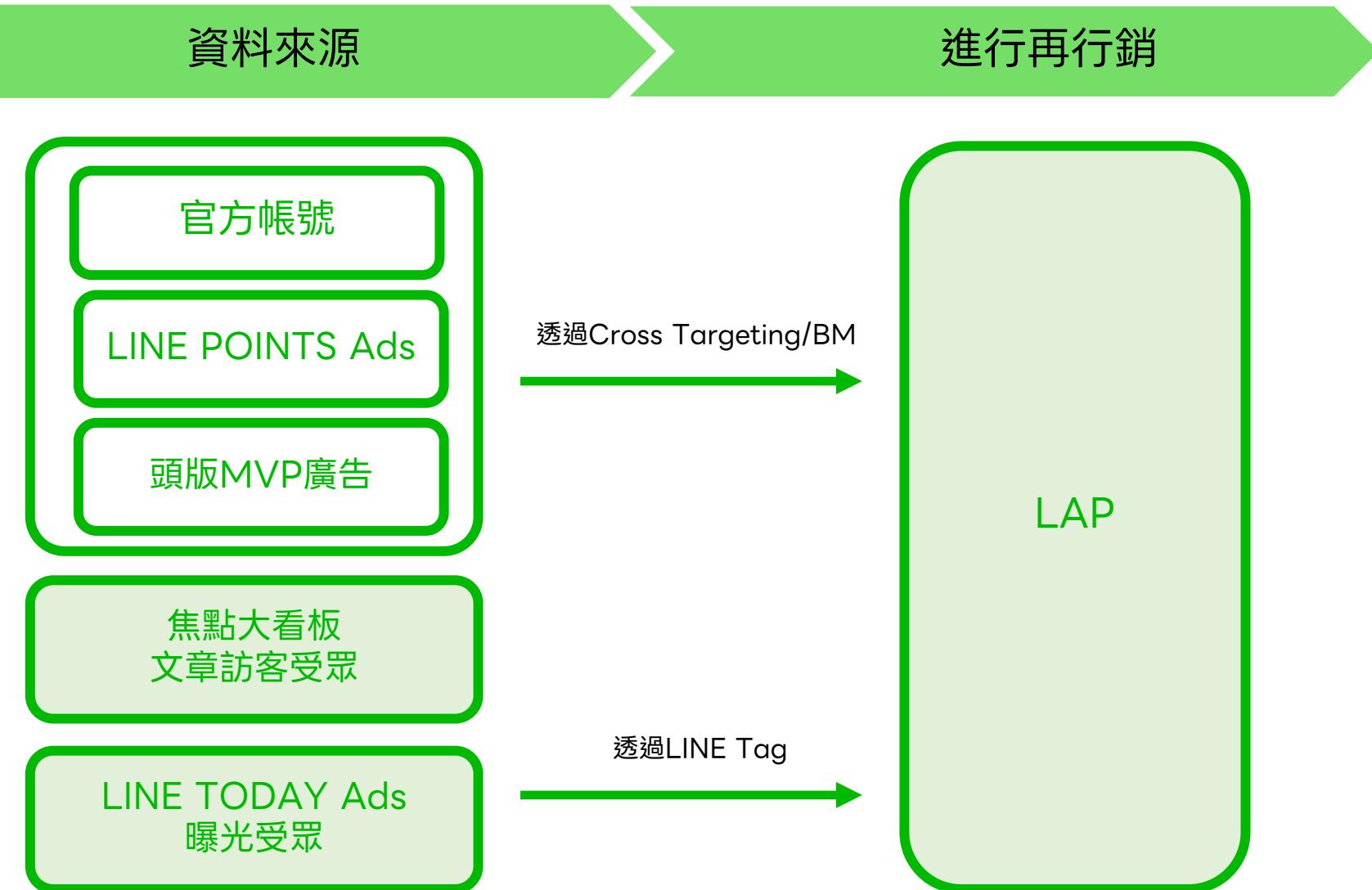
Scenario 02：預熱暖身 + 上市擴大曝光 + 持續維持聲量



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



LINE TODAY 廣告 – LINE Tag 再行銷受眾



Scroller Ad 價格表

Price	Impression
\$20萬(未稅)	250萬次曝光
\$40萬(未稅)	500萬次曝光
精準曝光加價20%：鎖定 年齡性別、內容、興趣、時段、濾除敏感議題	

注意事項

- 購買門檻：單波購買須達NTD\$20萬門檻(未稅)。
- 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。
- 廣告遞送：走期日如遇包版時段，廣告遞送以包版為優先。
- 廣告位置：LINE TODAY文章頁上方，廣告位置可能會隨文章頁版型改變而有所調整，LINE保留調整廣告位置的權利。

2025 新登場

Brand Lift Survey (BLS) x LINE TODAY Ads

量化品牌影響力，驗證廣告效果



*為達統計信心水準95%且誤差範圍在3%以內，將針對曝光組與控制組設定各至少搜集1,056筆有效填答。

2025 新登場

LINE BLS – 使用資格及執行門檻

- ① 過去12個月內 (不含當次IO金額) , 曾購買 LINE Display Ad 保證式廣告產品 (含專案)達\$150萬(未稅)或以上，始可使用 LINE BLS 服務。
- ② 單一 TODAY Ads 產品進單金額滿門檻可使用對應題數之 LINE BLS 服務
(需注意：若使用頭版 MVP 受眾進行 BLS，也須符合 TODAY Ads BLS 花費門檻，詳情參閱 BLS Sales Kit)

單一產品* 投資門檻(未稅)	BLS 題目上限	適用 BLS 調查之產品
NTD 400,000	詢問1個問題	Billboard Image, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image
NTD 500,000	詢問1-2個問題	Billboard Image, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image, Masthead
NTD 600,000	詢問1-3個問題	Billboard Image, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image
NTD 700,000	詢問1-4個問題	Billboard Image, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image, Preroll
NTD 800,000	詢問1-5個問題	Billboard Image/Video, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image/Video, Preroll, 頭版MVP(保證曝光、雙週鎖定)
NTD 1,500,000	詢問1-5個問題	Billboard Image/Video, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image/Video, Preroll, 頭版MVP(最大觸及)
NTD 1,800,000	詢問1-5個問題	Billboard Image/Video, In-read Image/Video, Scroller/Sticky Backdrop Image/Video, Preroll, 頭版MVP全螢主打星

詳細內容請洽 LINE BLS Sales Kit 以及 LINE 業務窗口

*單一產品定義：同一波廣告活動所使用上述適用的單一廣告產品。

*Display Ad保證式產品包含：TODAY Ads, 手機/桌機頭版MVP, 社群廣告, Wallet Pop-up, VOOM ImpactView, LINE Beacon Network

Appendix

進稿規範

Scroller Ad 素材規範

素材規格

- 實際進稿規格與 Sticky Type 安全範圍，請以 LINE Biz Solution 網站之上架資料表為準：
<https://tw.linebiz.com/download/line-guaranteed-ads/>
- 素材輪替：不提供多支素材換稿或輪替
- 連結網址URL：請提供https格式，可帶參數，僅支援 Click 第三方追蹤URL，詳細資訊請洽業務。
- 素材和上架表：請於上線前5個工作天提供。
- 廣告規範：請參閱 LINE Biz Solution 網站之各產品規範 <https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/>

廣告刊登流程



* 以上時程規劃LINE保有更動權利。

- 實際進稿規格請以上架資料表為準：<https://tw.linebiz.com/download/line-guaranteed-ads/>
- 廣告刊登規範：<https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/>

LINE

廣告設定完成：截圖範例

Name	Status	Type	Priority	Start time	End time
Scroller Ad ID: 4718035650	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

日報表

Date	Line item	Line item ID	Total impressions	Total clicks	Total CTR
2019/7/1	Campaign Name	Campaign ID	-	-	-
2019/7/2	Campaign Name	Campaign ID	-	-	-
2019/7/3	Campaign Name	Campaign ID	-	-	-
2019/7/4	Campaign Name	Campaign ID	-	-	-
2019/7/5	Campaign Name	Campaign ID	-	-	-
Total			-	-	-

※此為報表示意圖，實際版型請以收到的報表格式為主。

THANK YOU

若對TODAY Ads有興趣，請洽您的LINE廣告業務窗口 ·