

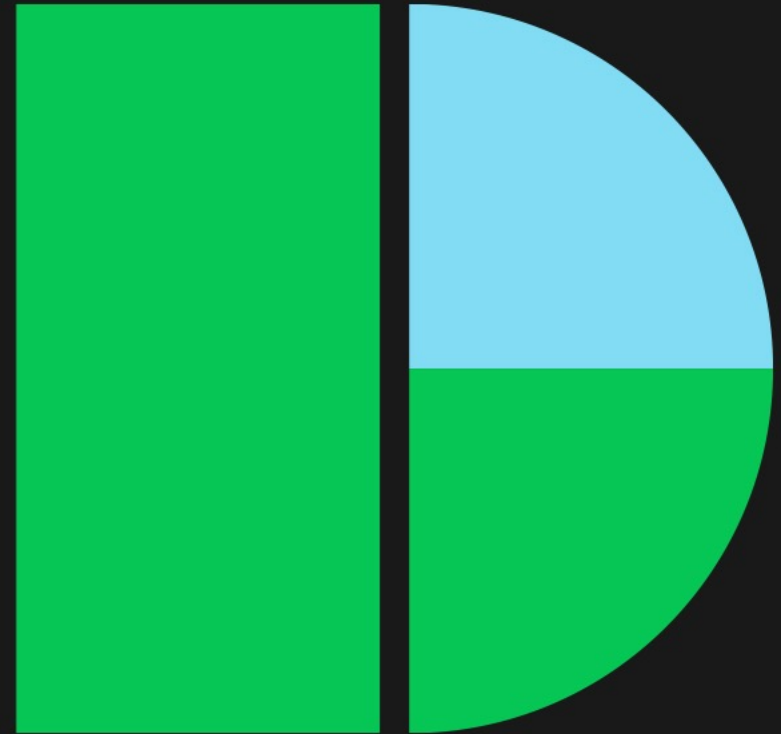
LINE Biz - Solutions

LINE TODAY

Backdrop Ad

2025 Sales Kit

最後更新日：2025.08.19



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

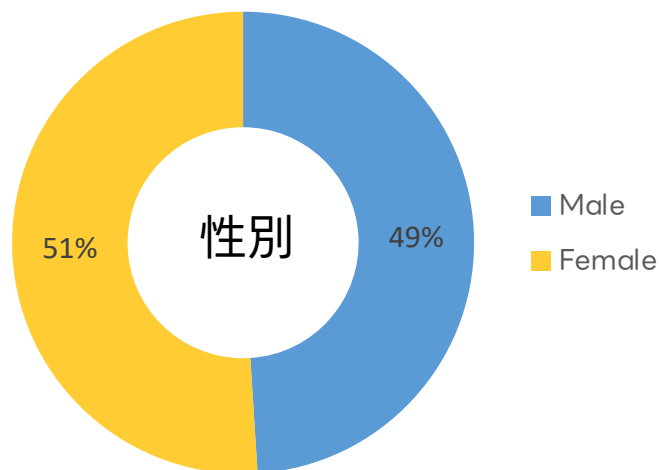
3000則 每日上稿數



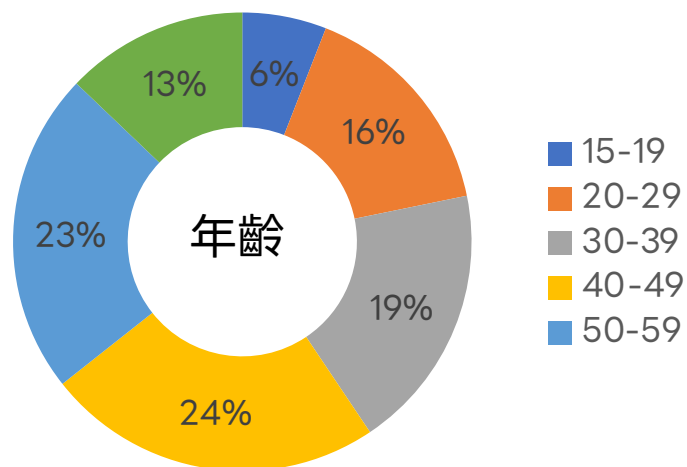
LINE TODAY 使用者樣貌

男女年齡比接近台灣整體大盤，消費力工作人口近8成

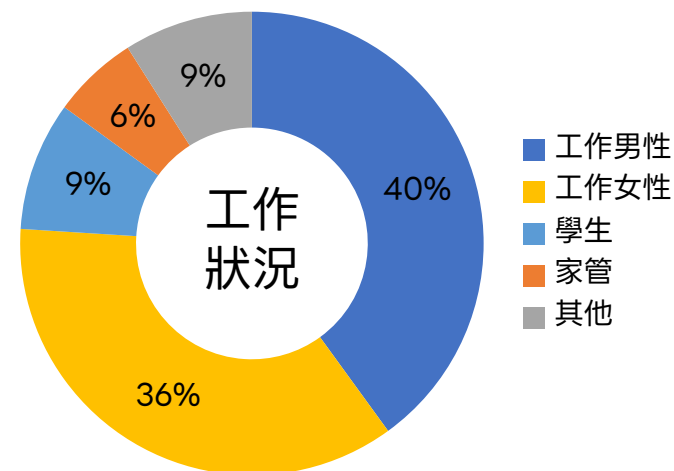
女性 51%：男性 49%



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

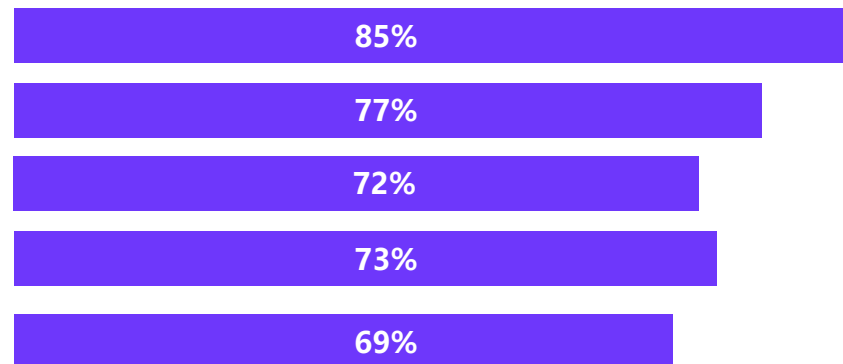
我在LINE TODAY上可以觀賞到多樣化的影音內容

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



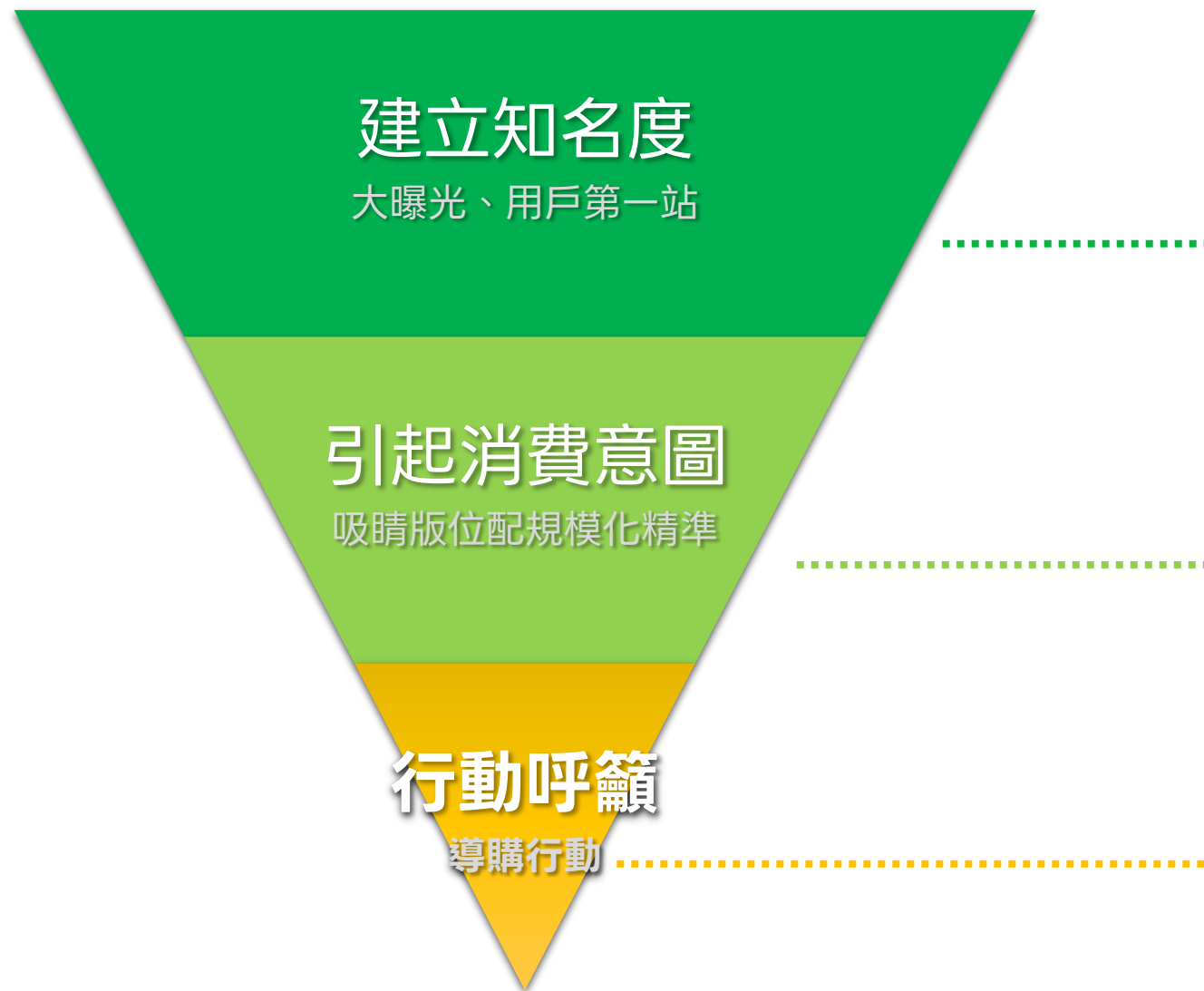
61%

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 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

Backdrop Ad

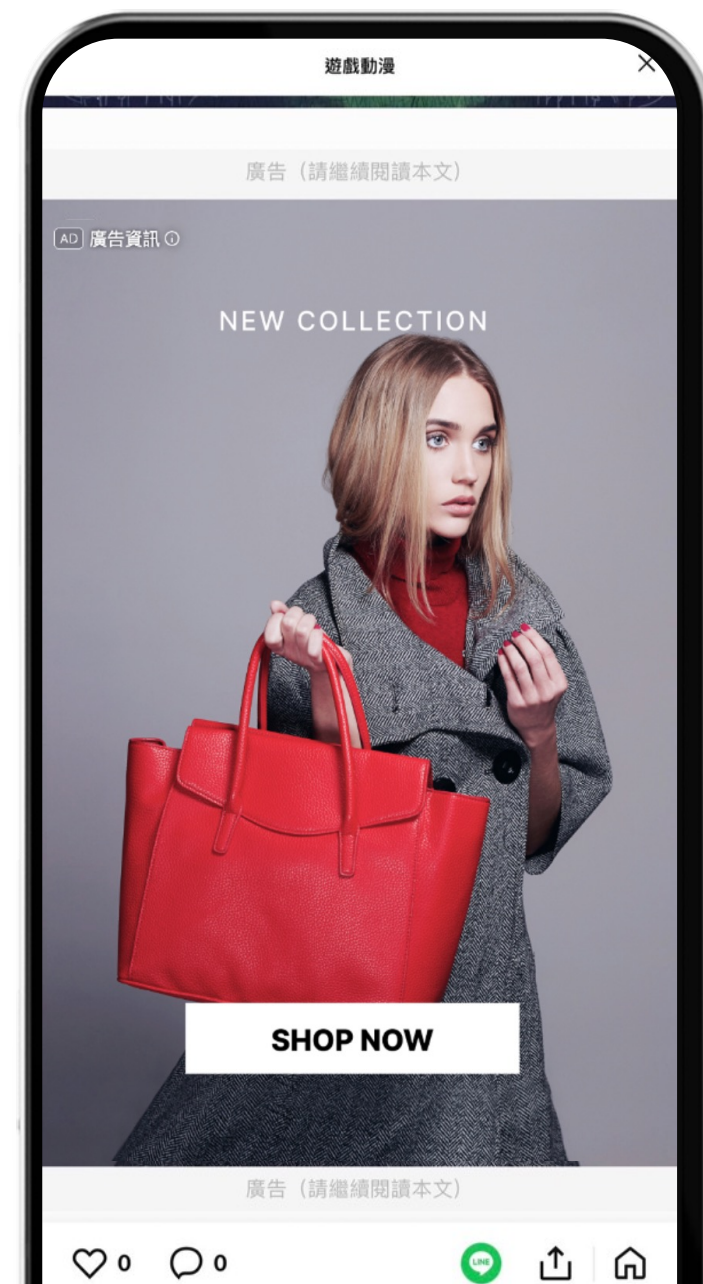
LINE TODAY 文章中自然滑動呈現的大版面廣告

滿版
吸睛呈現

分類/興趣
精準分眾

影片/圖片
皆支援

* 版面僅為示意，實際呈現方式請以上線版型為準。



點選即可播放 ▶

LINE TODAY Backdrop Ad 銷售規格

素材類型	購買門檻	保證曝光方案單價
影音	\$10萬元	• 限1~30秒（含）以下：可視曝光計價 vCPM \$250
圖片	\$20萬元	• 曝光計價 CPM \$100

鎖定條件		
加價20%	年齡性別	時段
	作業系統	內容分類
	六大地區	濾除敏感議題
	興趣分類	-

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。

遊戲動漫

Cover フォトの公開、および座談会等事務所「Hololive Production」確定参加 12月30、31両日舉辦のComic Market 101（以下簡稱 C101），同步公開 C101 參展特別網站。



在即將到來的 C101 上會販售以 Hololive 五周年為概念的原創紀念周邊以及年末產品，還會在攤位上設置大型螢幕，讓粉絲們透過過去的 Live 影像、PV 和 MV 來一同回顧 Hololive 成立五周年的點點滴滴。



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

TODAY Ads
廣告走期

區分『曝光組』與
『控制組』受眾

於 LINE TODAY
分別進行2週
品牌提升調查

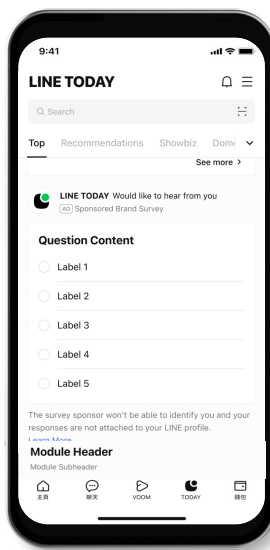
搜集足夠的
問卷填答樣本

提供
品牌提升調查報告



看到
品牌廣告

沒看到
品牌廣告



搜集問卷樣本



*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

廣告鎖定

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
美體瘦身
時尚達人
服飾與配件
美食飲品
營養保健
嬰幼兒用品
愛家居
北捷通勤族

車迷
網購族群
運動愛好者
理財愛好者
3C電子
遊戲玩家
科技愛好者
電影愛好者
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

濾除敏感議題



- 內容關鍵字
- 美妝保養
醫美
瘦身
精品
服飾與配件
營養保健
嬰幼兒用品
科技3C

購屋
家電
家具
汽車
金融保險
寵物
遊戲
購物優惠
送禮

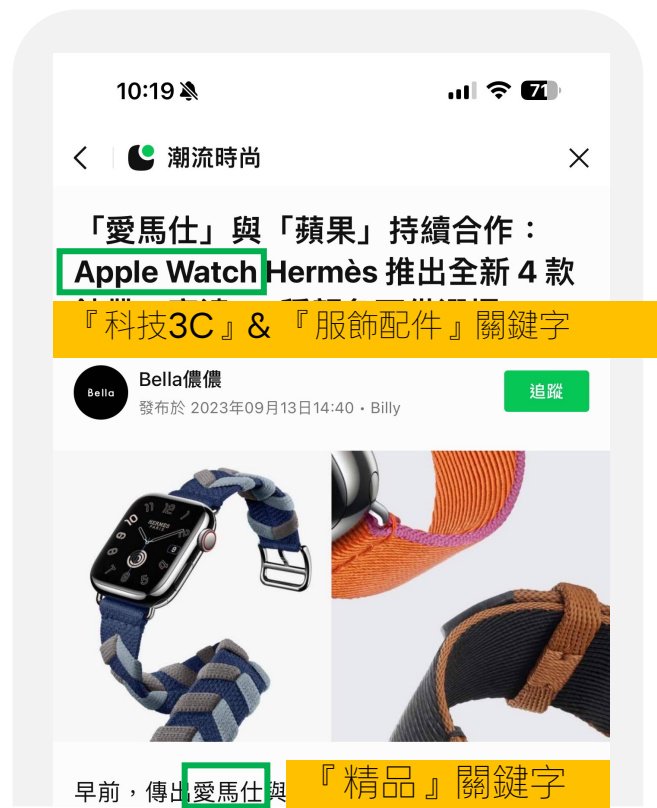


濾除敏感議題，
保護你的品牌資產！

- 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。



美妝保養

嬰幼兒用品

金融保險

醫美

科技3C

寵物

瘦身

購屋

遊戲

精品

家電

購物優惠

服飾配件

家具

送禮

營養保健

汽車

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!

正官庄

鎖定關鍵字包：
送禮

點擊成效
+22%



理財



普發現金6000元 電商、實體通路加優惠

中央通訊社
發布於 04月06日18:21



UNIQLO

鎖定關鍵字包：
購物優惠

點擊成效
+13%

注意事項：

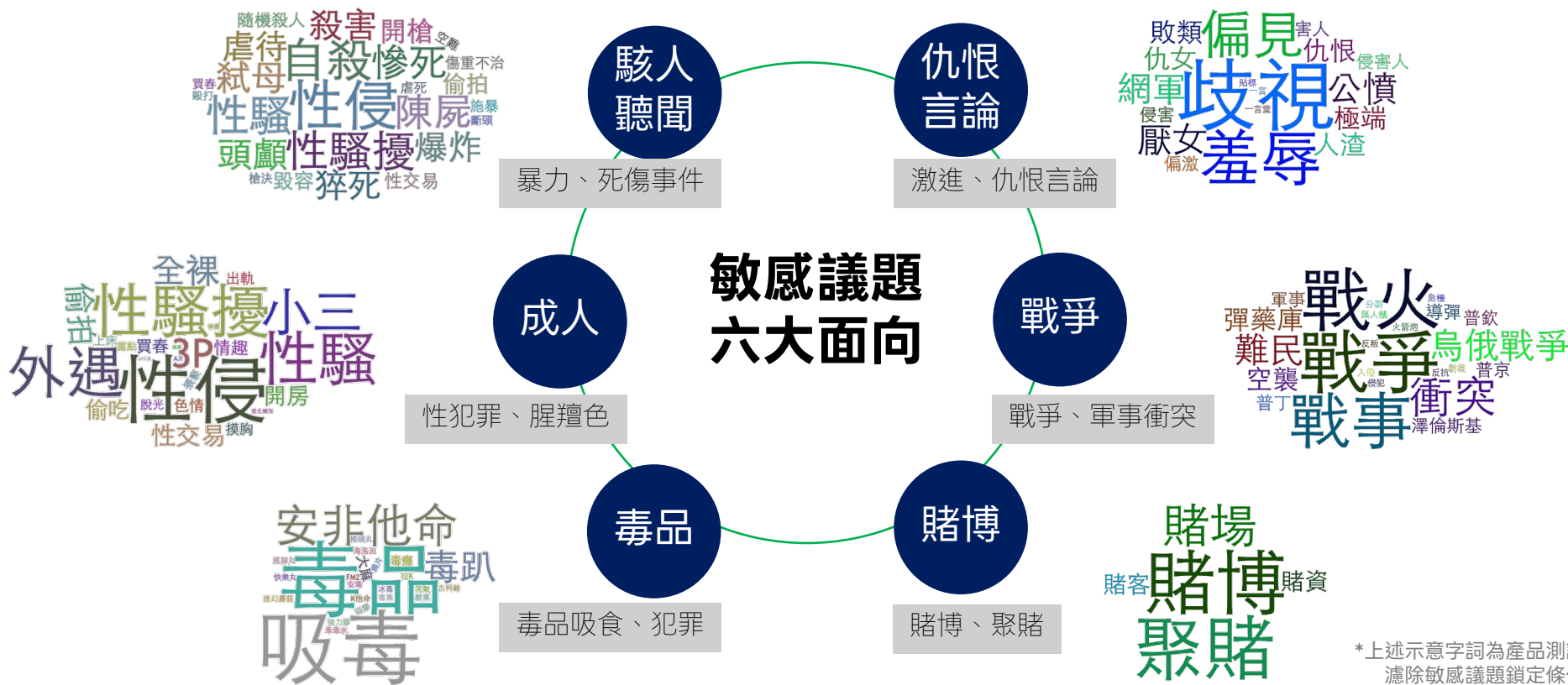
* 客戶成功案例此處使用廣告產品為Scroller Ad，擷取圖片為示意圖，成效數據僅供參考，非保證成效。實際成效數據請以廣告實際成效為準

* 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

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：



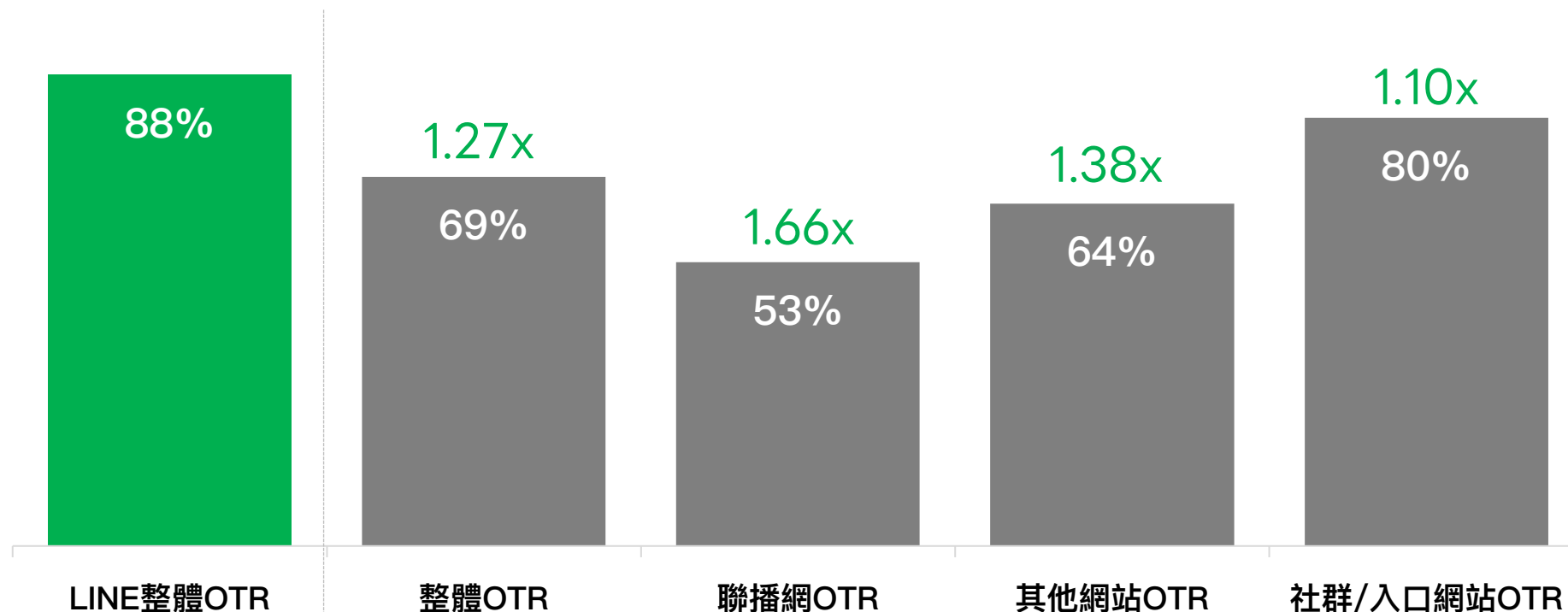
注意事項：

- * 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。

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 ©TR = On Target Rate 目標命中率

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

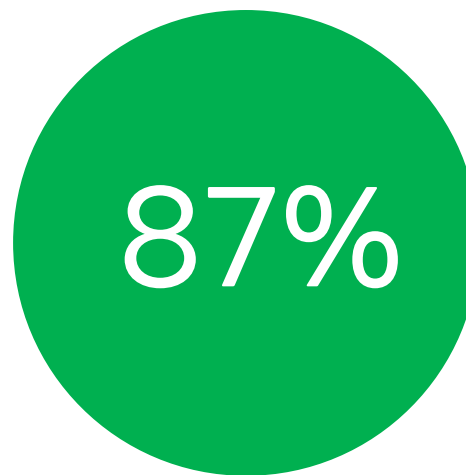
13-24歲



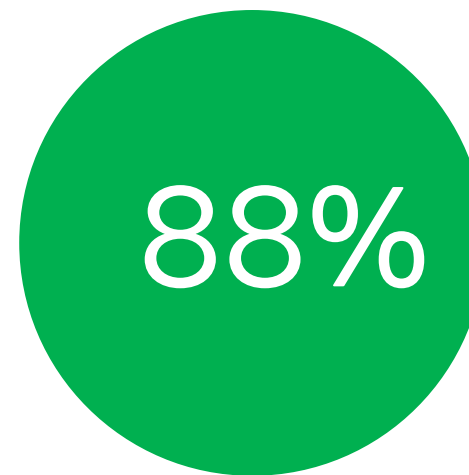
25-44歲, 女性



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

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 Backdrop 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 Backdrop Video廣告
成效

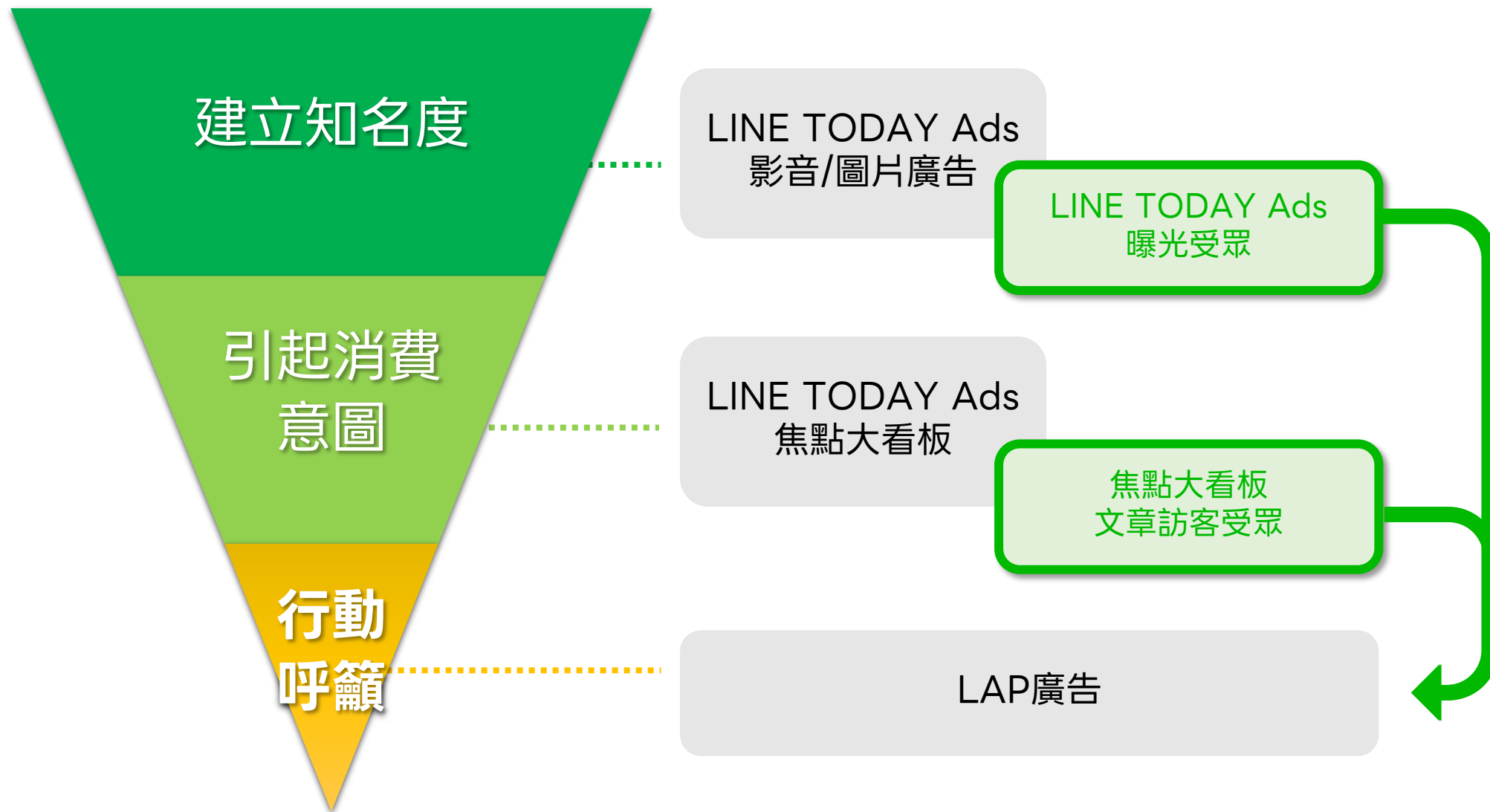
影音播放器超過50%曝光於使用者瀏覽畫面中，且播放超過2秒，則記為一次IAS與MOAT認證的影音廣告可視曝光*。

*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。

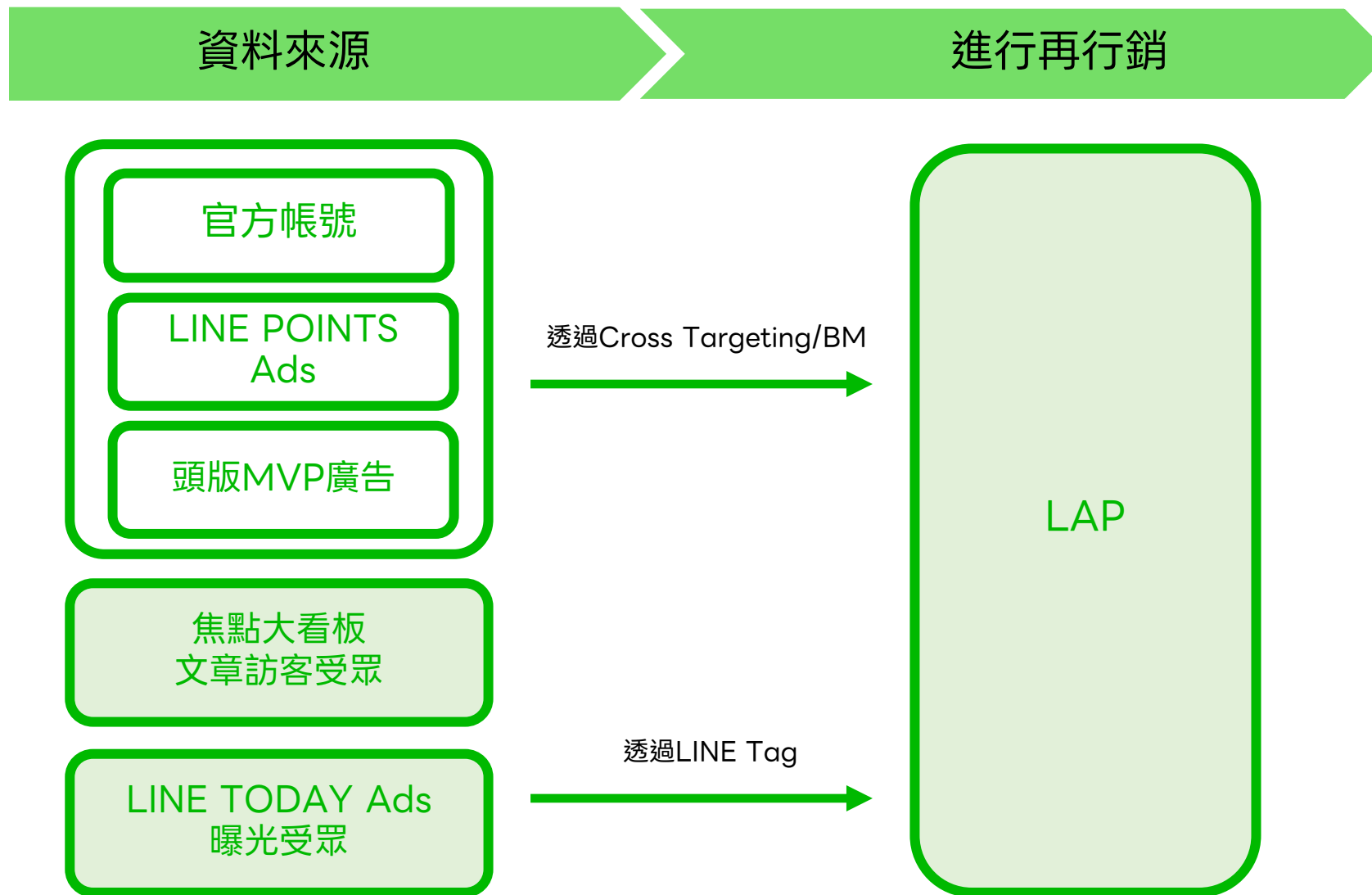
*此服務由第三方服務商提供，購買LINE TODAY Backdrop video 產品時，LINE可協助提供串接服務，不保證與第三方收數間落差比例。

*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



LINE TODAY 廣告 – LINE Tag 再行銷受眾



Appendix

進稿規範

進稿規範

Backdrop Ad 素材規格

	圖片	影片
素材規格	• 實際進稿規格與安全範圍，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： • 圖片：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 • 影片：不提供素材輪替 • 連結網址URL：請提供https格式，支援Click／Impression 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。	
其他注意事項	• 廣告輪播：廣告預設為輪播，如遇客戶指定包版，包版期間內，廣告將略過該時間區間不遞送；若希望指定時間區間包版遞送，需另外報價，請洽您的LINE廣告業務窗口廣告位置。 • 預訂：曝光量將於IO簽回後保留。 • 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	- 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	- 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。

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/>

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		-	-	-	-

* 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。