LINE Biz - Solutions

LINE (電腦版)

頭版MVP廣告 & 社群廣告

LINE Desktop Ad & LINE Desktop Openchat
2025.09.10

LINE電腦版

500萬 月活躍用戶

台灣人經常使用的電腦版通訊軟體，月活躍用戶已經超過500萬!

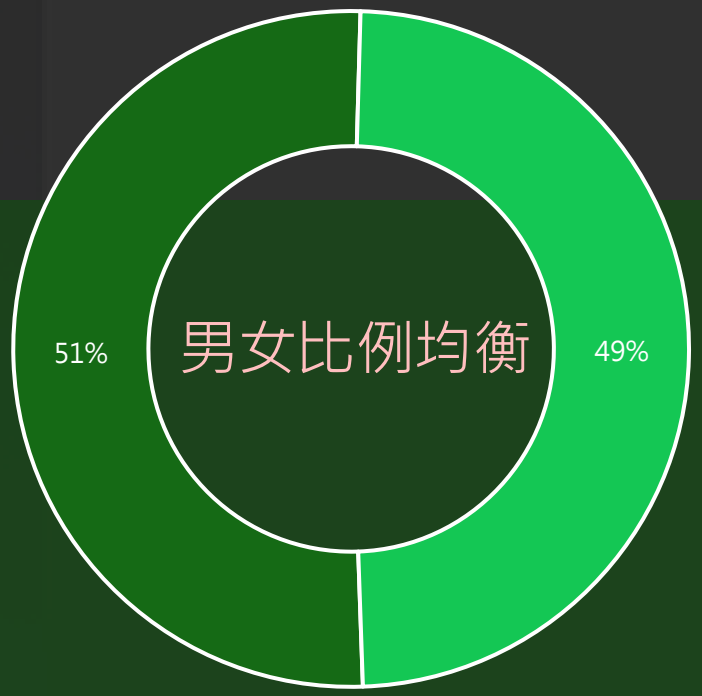
工作通訊 不可缺

日常通訊外，LINE電腦版已成為台灣人工作時主要通訊軟體之一

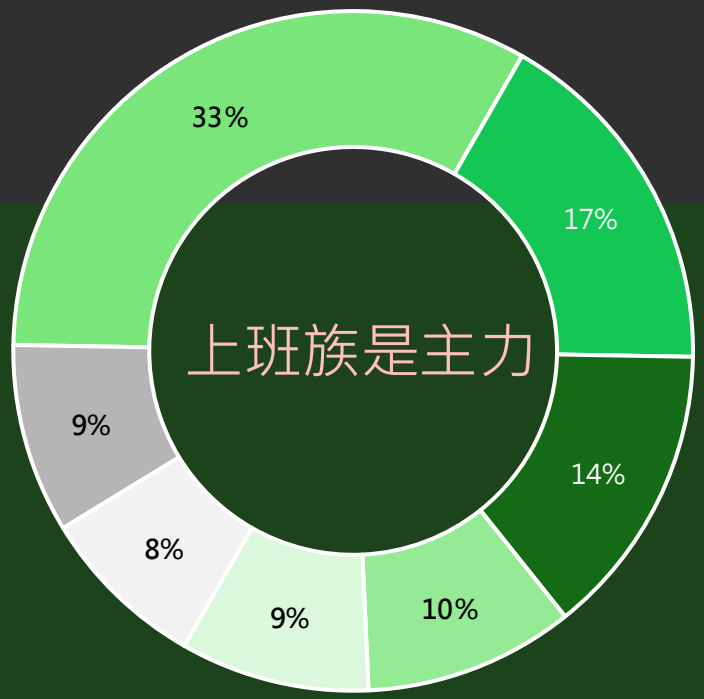
(資料來源) 月活躍用戶 & 使用情境：LINE內部數據

LINE電腦版 USER PROFILE

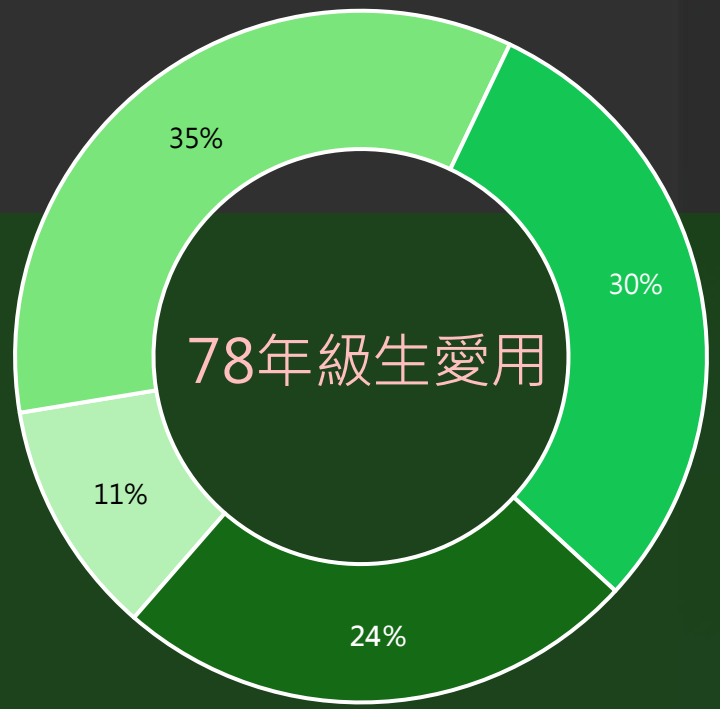
LINE電腦版使用者男女各半， 其中以20-39歲的上班族群為族群大宗



男性 女性



上班族 學生
自僱與專業人士 軍警
服務業 家管
其他



10s 20-29
30-39 40-49

(資料來源) 使用者輪廓：LINE內部系統大數據推估使用者輪廓

LINE頭版MVP廣告 (電腦版) 版位優勢

頭版MVP廣告獨佔露出

LINE電腦版聊天室唯一廣告版位

聊天頁吸睛版位

電腦版聊天頁版位強勢曝光

單日包版Always-On曝光

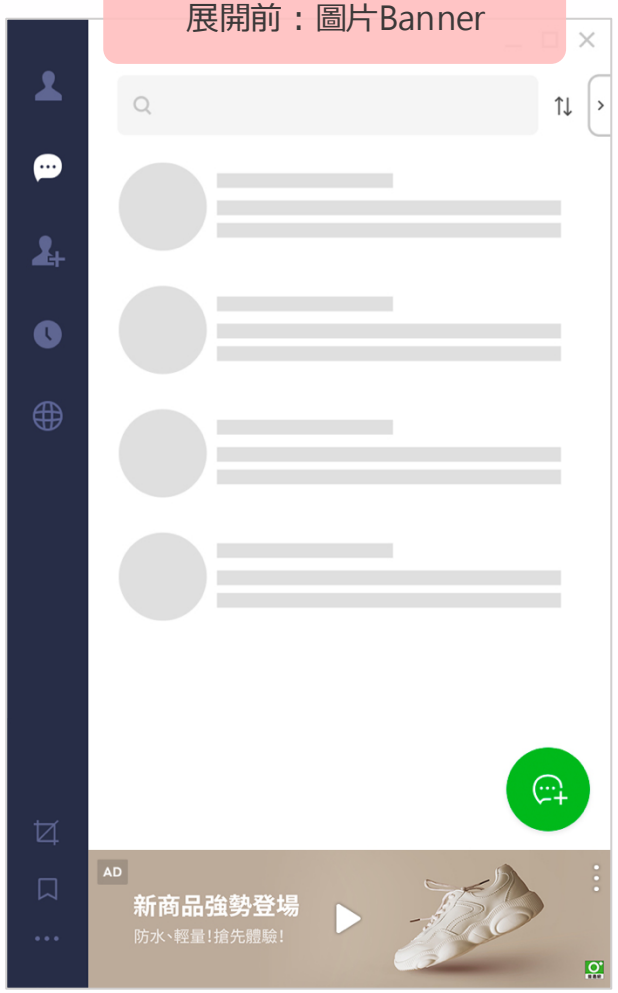
*預估可見曝光可達2000-3000萬次/日

(資料來源) 曝光成效：此為週間非假日的單日包版預估值僅供參考，實際曝光量視上線當天數據為準
廣告遞送限定日期：週一三五，上線時間：00:00 – 23:59（台灣時間）
*預估可見曝光數：預估曝光數據僅供週一三五平日檔次參考，若週一三五為假日檔次則不適用
可見曝光：廣告像素100%顯示在視窗中（0秒）。單一用戶10分鐘內瀏覽廣告僅計算1次曝光 / 點擊

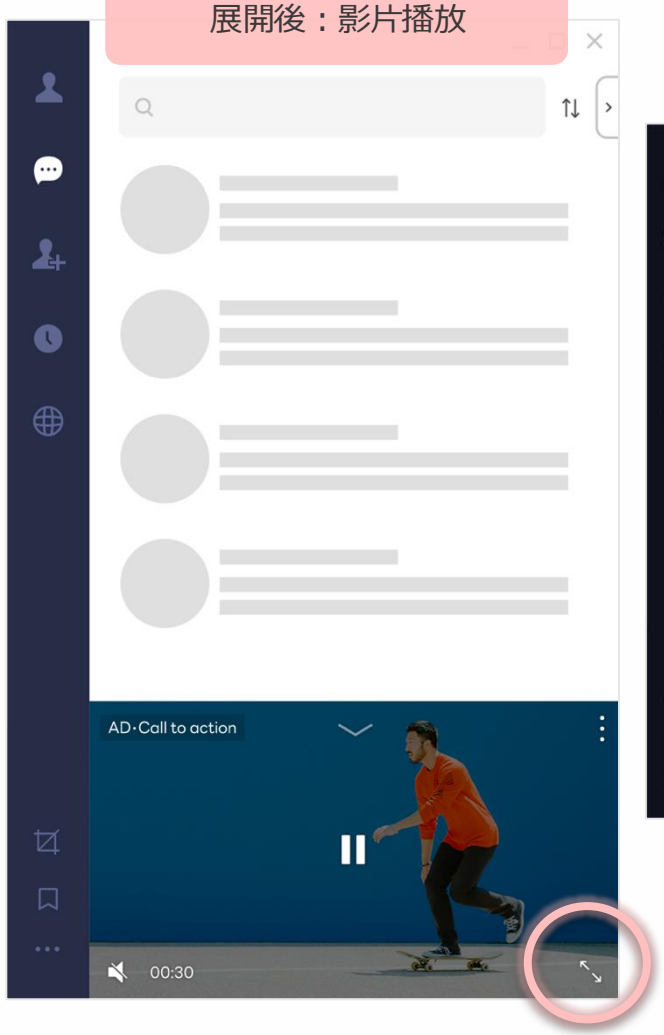
與受眾深度溝通！LINE 頭版MVP廣告 (電腦版) 全新「影片版」格式！

藉由內容豐富、印象深刻的影音廣告體驗，更能提高消費者品牌認知

展開前：圖片Banner



展開後：影片播放



點擊放大鍵：另開大視窗播放影片

- 廣告遞送對象為LINE電腦版8.4以上(含)版本的使用者
- 用戶點擊圖片或滑鼠置於圖片一秒，影音廣告即開始播放

全台跨螢流量最強組合: LINE 頭版MVP廣告 (電腦版) + LINE 頭版MVP廣告

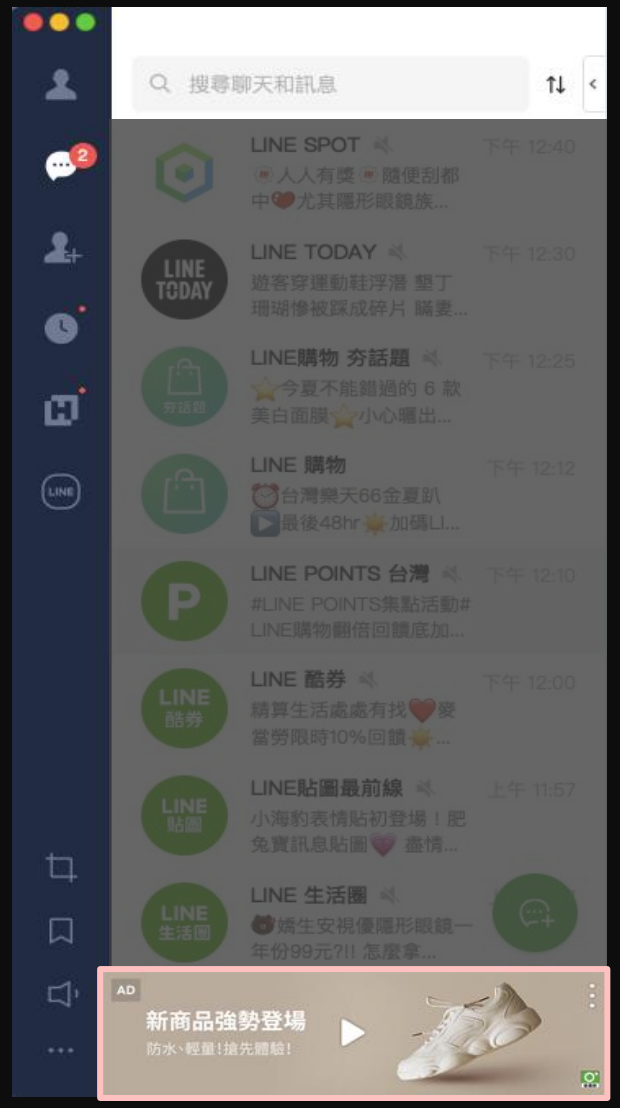
LINE兩大流量入口頁

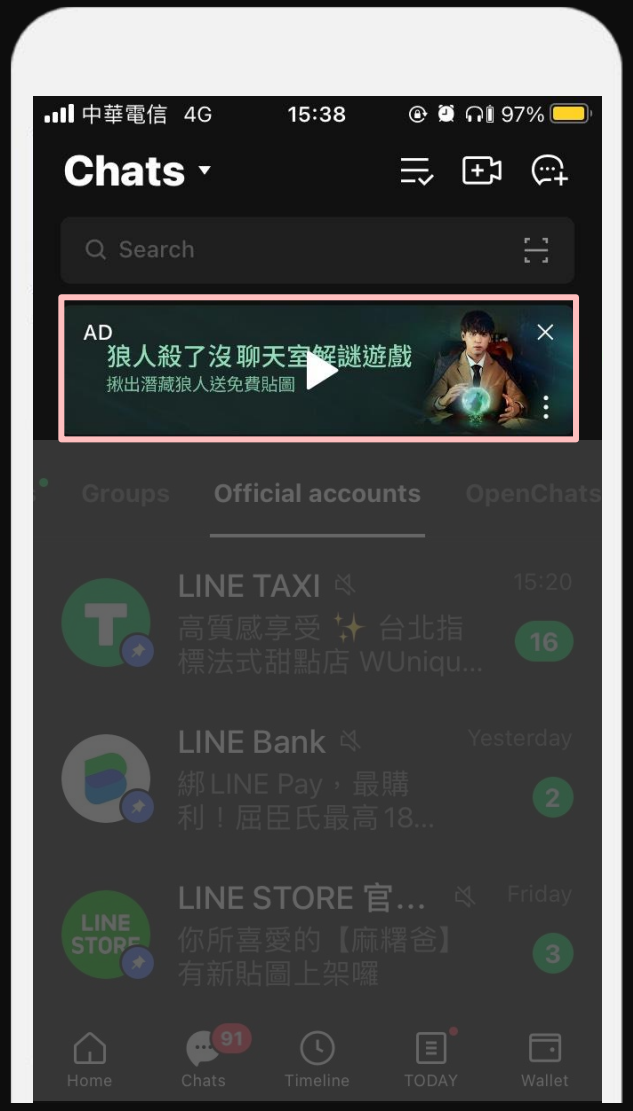
創造全台最大聲量

跨螢聊天室MVP版位

掌握不同使用情境

品牌宣傳引領話題





- 頭版MVP廣告僅投放於LINE手機版聊天頁，適用版本請詳參頭版MVP媒體資料
- 頭版MVP廣告僅限每週一至五投放，每檔走期為台灣時間當日00:00至23:59
- 廣告素材需於廣告上線日前7個工作天繳交素材
- 頭版MVP分為單日最大觸及方案與保證曝光方案，各方案規格細節詳見頭版MVP媒體資料

LINE 社群
台灣使用現況

1,300萬	29億+	2.3億+
月活躍用戶	月社群聊天室瀏覽	月傳送訊息次數

*數據區間: 2026.08 LINE內部資料

LINE電腦版重磅新版位！ LINE 社群廣告 (電腦版) 正式上線

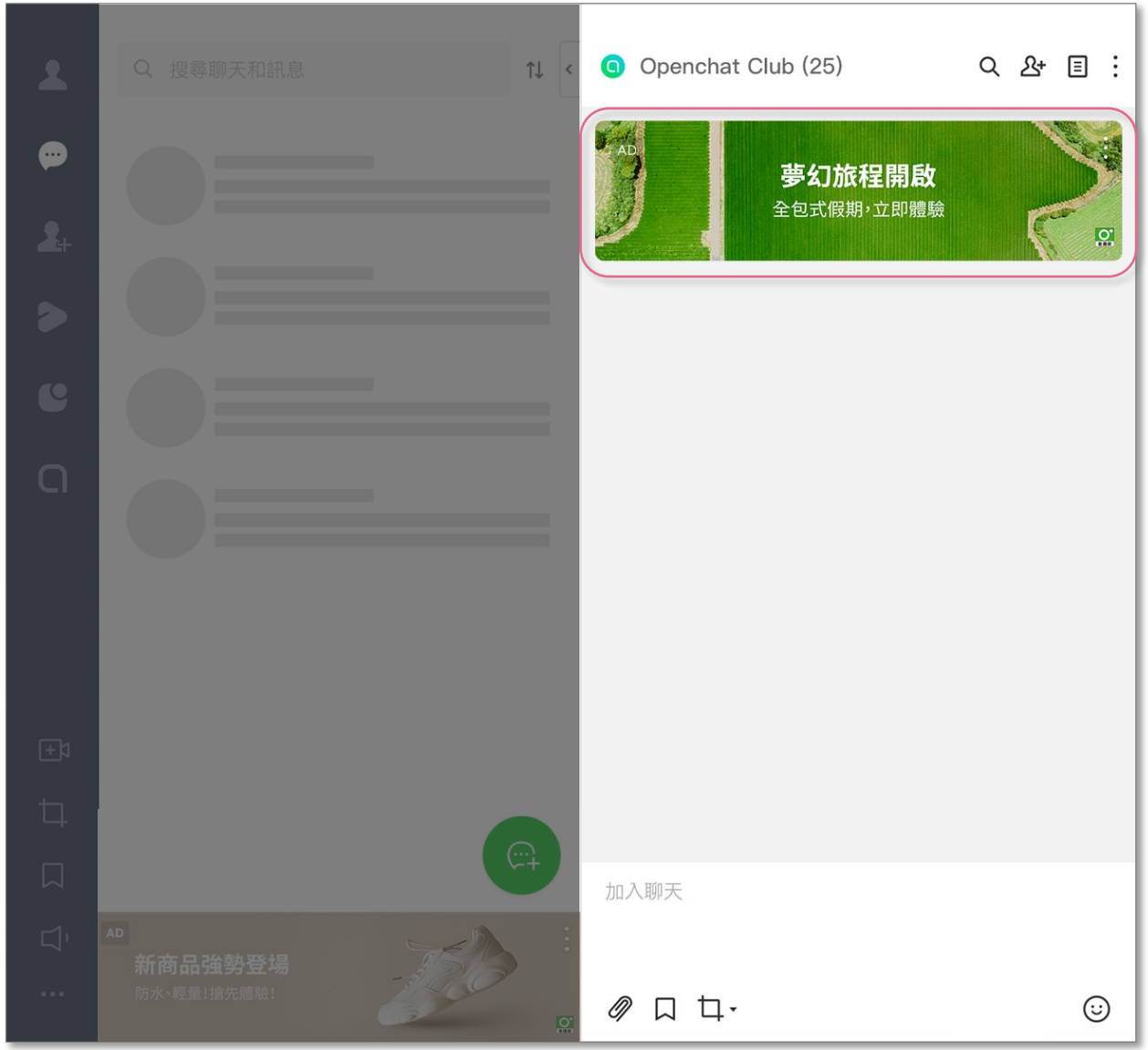
LINE電腦版 社群聊天室

全日置頂吸睛版位

獨佔
社群聊天室
單日曝光*

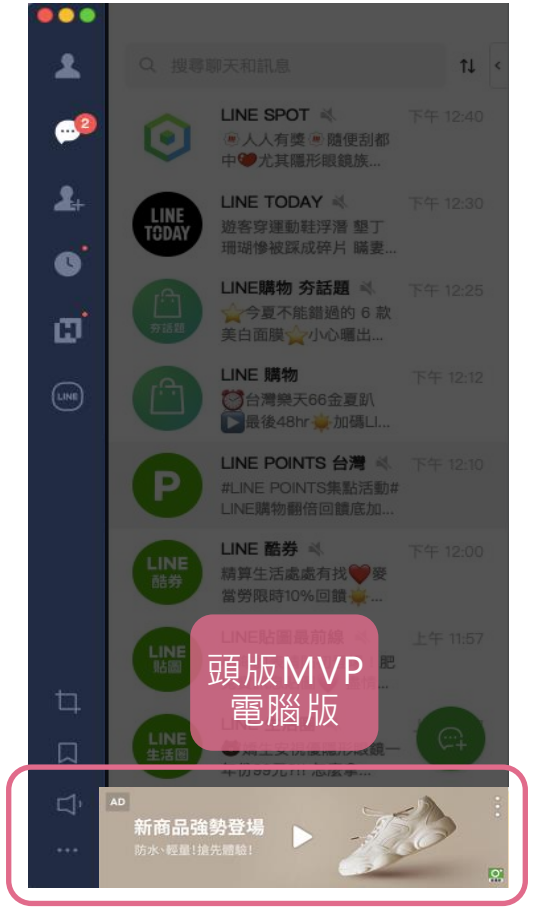
置頂版位
點擊成效
提升4倍*

深入接觸
各類主題
高參與用戶



*LINE社群廣告(電腦版) 遞送對象為LINE電腦版8.5.0以上(含)版本的使用者
*預估可見曝光可達300萬次/日， 預估曝光數據僅供平日非假日檔次參考
*可見曝光：廣告像素100%顯示在視窗中(0秒)。單一用戶10分鐘內瀏覽廣告僅計算1次曝光 / 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
*擷取圖片為示意圖
*LINE應用程式版本不同、行動裝置不同可能會導致樣式有些微差異

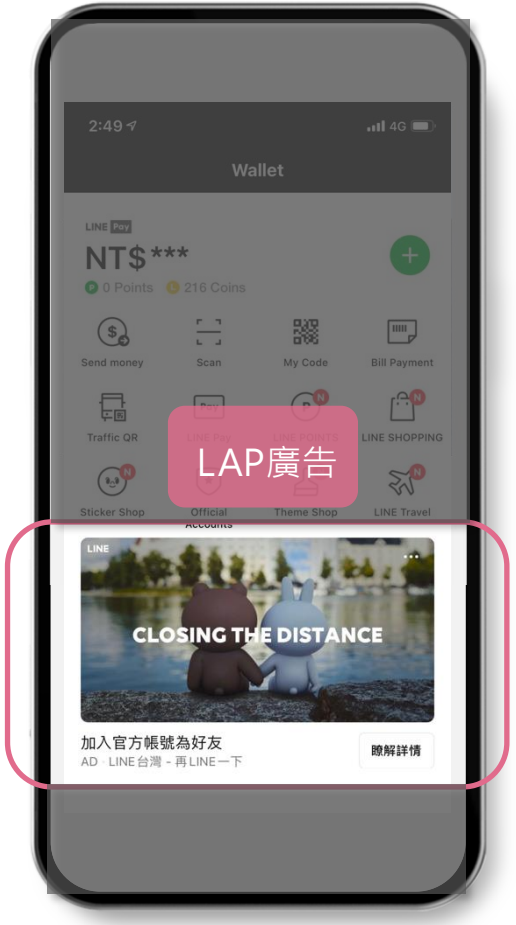
廣告價值最大化： LINE電腦版 頭版MVP & 社群廣告 互動受眾可於LAP再行銷



跨 產 品 D A T A 再 利 用

打造廣告主專屬LINE流量池

LINE Data Hub



規模觸及 Reach → 提升意識 Awareness → 驅動決策 Action

*支援互動受眾：圖片點擊受眾 & 影片觀看受眾

*廣告主須透過LINE企業管理平台 (LINE Business Manager)，分享LINE電腦版廣告受眾

廣告價值最大化： LINE電腦版廣告互動受眾可於LAP再行銷

電腦版 頭版MVP & 社群廣告 受眾使用注意事項

若廣告主有使用LINE電腦版廣告受眾於LAP進行再行銷需求，請參考以下說明

- **需透過 LINE Business Manager 進行受眾分享**

  廣告主需開設 LINE 企業管理平台 (LINE Business Manager) 帳號並進行LAP帳號綁定，方可繼續於LAP中使用LINE電腦版受眾進行再行銷。

*支援互動受眾：圖片點擊受眾 & 影片觀看受眾
*詳細規格請參考【LINE企業管理平台】媒體資料
*廣告主須透過LINE企業管理平台 (LINE Business Manager)，分享LINE電腦版廣告受眾，並請提供BM ID，以供綁定Business Manager帳號
*BM ID建議於進稿時一併提供，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
* LINE電腦版廣告受眾狀態細節確認： 若LINE電腦版廣告受眾分享至LAP時，受眾狀態顯示為「準備中」，廣告主可於LINE企業管理平台，點擊紅色警示圖示，查看該受眾詳細狀態說明

LINE頭版MVP廣告 (電腦版) 價格表

單一客戶獨家以天包版

限定日期：週一、週三、週五

上線時間：00:00 – 23:59（台灣時間）

*預估2,000-3,000萬次可見曝光/日

預估值僅供參考，實際曝光量以上線當天數據為準

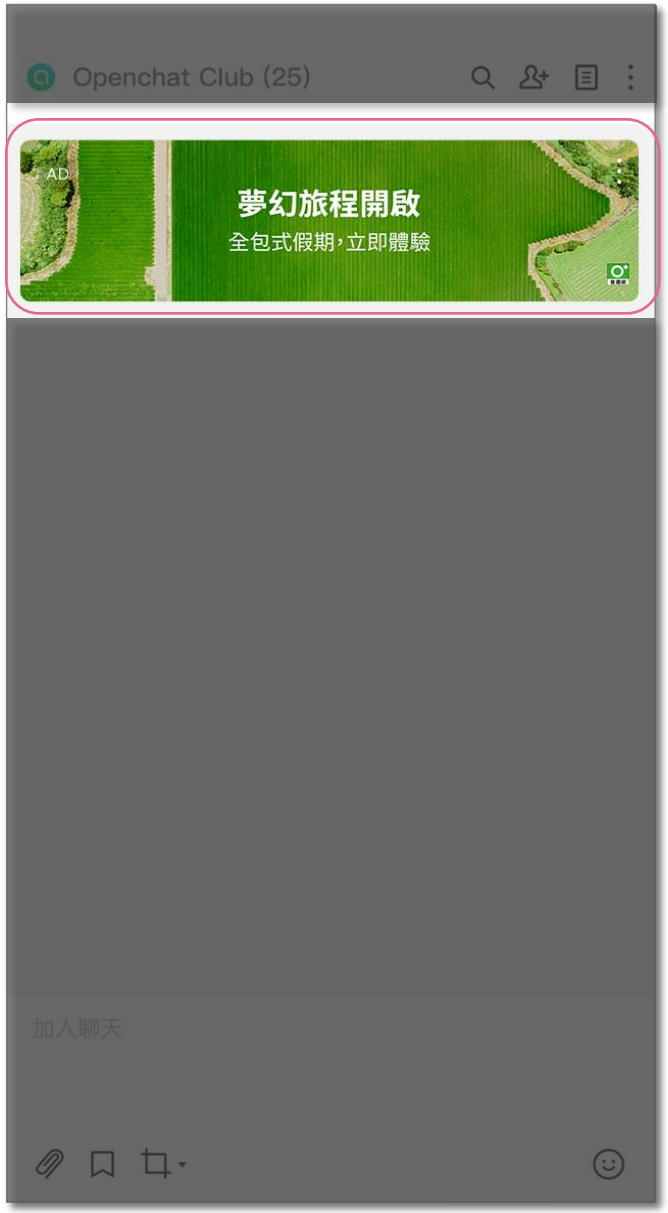
影音廣告	單日$80萬元
圖片廣告	單日$35萬元

支援受眾鎖定 性別年齡鎖定 (需額外加價20%)

注意事項：

- LINE頭版MVP（電腦版）廣告僅投放於LINE電腦版8.4以上(含)版本之聊天頁
- 以上價格均為未稅價
- *預估可見曝光數：預估曝光數據僅供平日非假日檔次參考，若週一三五為假日檔次則不適用
- 可見曝光：廣告像素100%顯示在視窗中(0秒)。單一用戶10分鐘內瀏覽廣告僅計算1次曝光 / 點擊
- 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
- 同一廣告走期內不可更換素材
- 選舉廣告、限制級遊戲軟體、棋盤類與麻將遊戲、成人醫療廣告投遞受眾限定為20+以上用戶
  (此段鎖定用戶年齡不加價，若為其他年齡區間則正常收費)
- 選舉廣告須額外遵守以下訂版規則
  - 單一政黨（若為無黨籍，視為一人一黨）不得連續購買，單一政黨要至少間隔兩天，才可再行購買
    (ie. 購買週一檔次，下一檔可購買檔次自週四起)
  - 單一政黨（若為無黨籍，視為一人一黨），單月最多只能預定5檔
- 限制級遊戲軟體限投放純圖片廣告
- 電影類廣告素材需為非限制級，並需由LINE審核後方可上稿
- 遊戲類型客戶，需提前審核，屆時也須提供文案及圖片審核
- LINE保留最終審核及調整的權利

LINE社群廣告 (電腦版) 價格表



單一客戶獨家以天包版

限定日期：週一至週五

上線時間：00:00 – 23:59（台灣時間）

*預估300萬次可見曝光/日

預估值僅供參考，實際曝光量以上線當天數據為準

圖片廣告

定價$25萬元 / 2檔全日包版

支援受眾鎖定 性別年齡鎖定 (需額外加價20%)

注意事項：

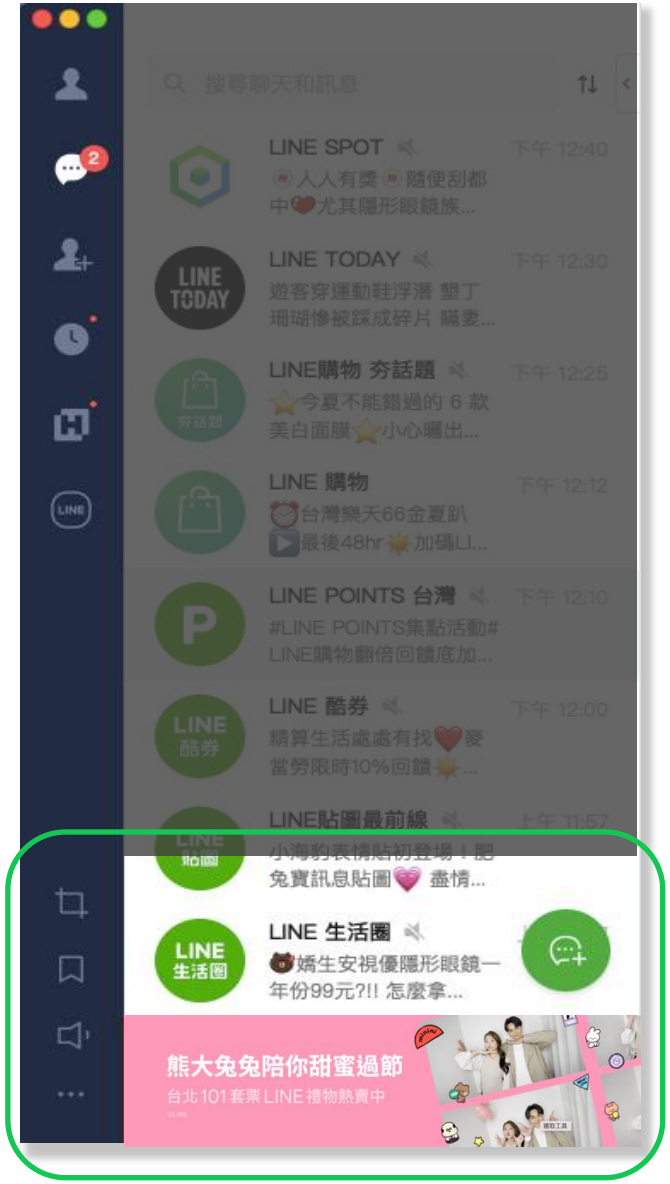
- LINE社群（電腦版）廣告僅投放於LINE電腦版8.5以上(含)版本之社群聊天頁
- 以上價格均為未稅價
- *預估可見曝光數：預估曝光數據僅供平日非假日檔次參考，週一至週五中，若有檔次為假日則不適用
- 可見曝光：廣告像素100%顯示在視窗中(0秒)。單一用戶10分鐘內瀏覽廣告僅計算1次曝光 / 點擊
- LINE保留價格異動之權利。如有調整，將在價格異動前一個月告知
- 同一廣告走期內不可更換素材
- 選舉廣告、限制級遊戲軟體、棋盤類與麻將遊戲、成人醫療廣告投遞受眾限定為20+以上用戶
  (此段鎖定用戶年齡不加價，若為其他年齡區間則正常收費)
- 選舉廣告須額外遵守以下訂版規則
  - 單一政黨（若為無黨籍，視為一人一黨）不得連續購買，單一政黨要至少間隔兩天，才可再行購買
    (ie. 購買週一檔次，下一檔可購買檔次自週四起)
  - 單一政黨（若為無黨籍，視為一人一黨），單月最多只能預定5檔
- 限制級遊戲軟體限投放純圖片廣告
- 電影類廣告素材需為非限制級，並需由LINE審核後方可上稿
- 遊戲類型客戶，需提前審核，屆時也須提供文案及圖片審核
- LINE保留最終審核及調整的權利

廣告新功能 素材輪播

輕鬆加購價$5萬 (未稅)

- ✓ 點擊成效 UP UP! (*CTR提升10%-40%)
- ✓ 支援2個圖片素材AB
- ✓ 可支援2個不同網站連結
- ✓ 電腦版 頭版MVP & 社群廣告均適用

廣告素材 A



廣告素材 B

*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
*素材輪播規格說明：
1. 僅適用於純圖片廣告，素材AB個別整體曝光量相近，廣告報表將提供素材AB個別廣告成效
2. 素材輪播為系統完全隨機切換，素材AB並非輪替出現，單一用戶看到素材AB的時長亦為隨機並非均等
*擷取圖片為示意圖
*LINE應用程式版本不同、行動裝置不同可能會導致樣式有些微差異

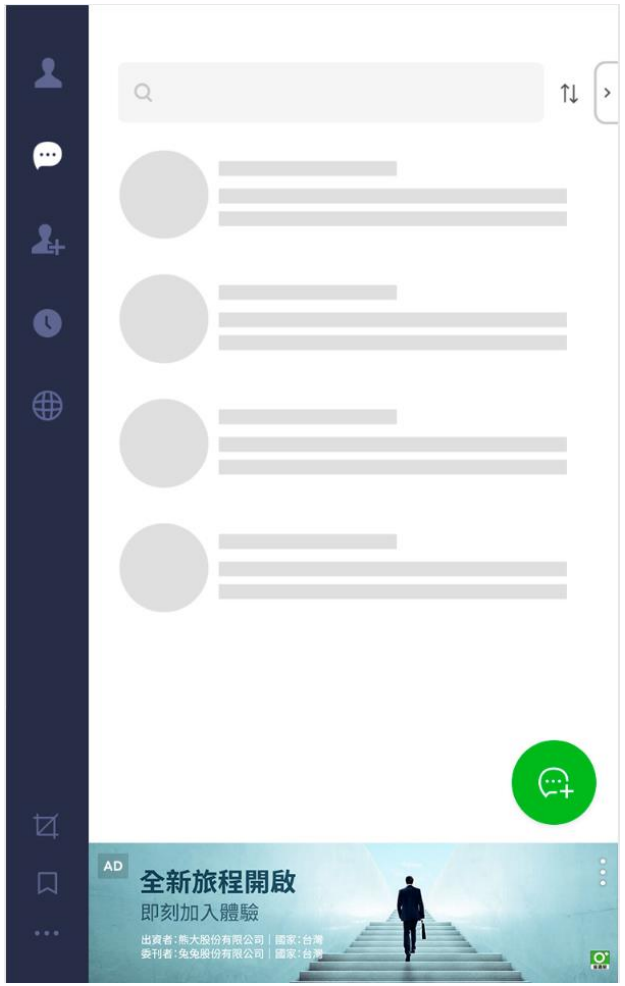
Guideline

廣告樣式與報表呈現

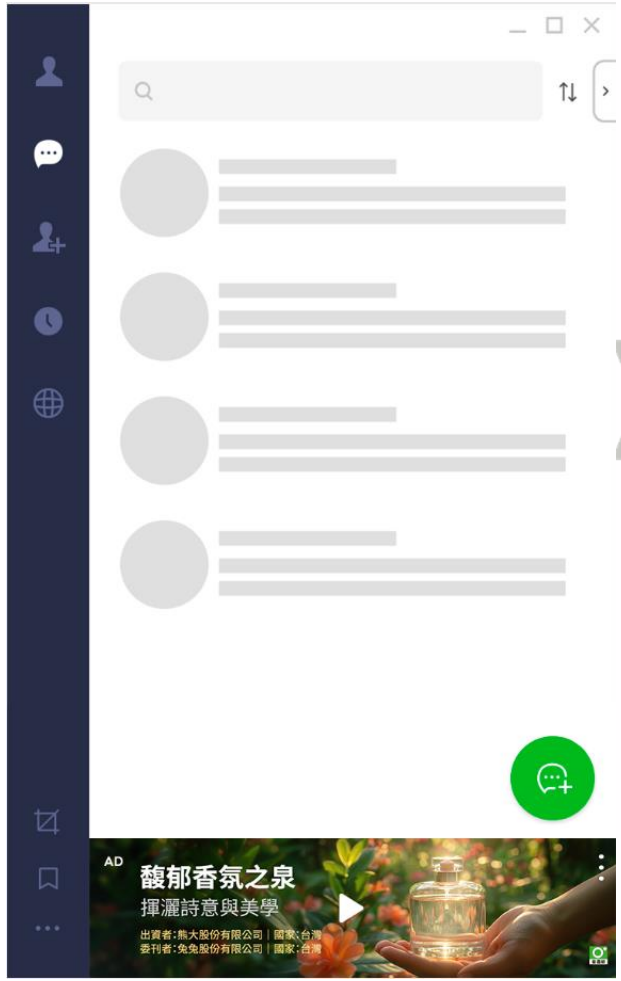
LINE頭版MVP廣告 (電腦版) 廣告樣式說明

- 廣告呈現位置為聊天頁下方

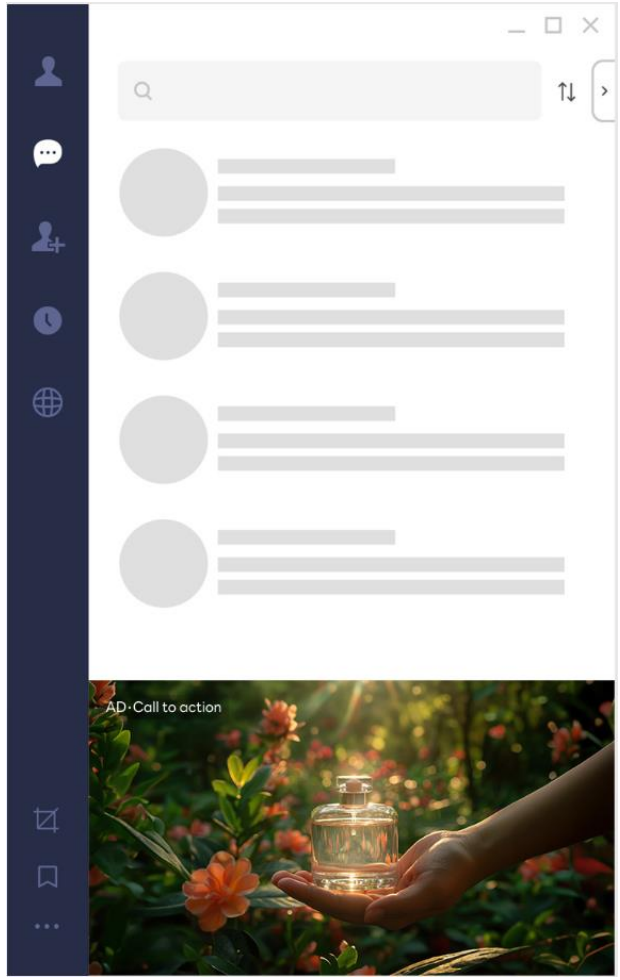
純圖片



影片版：播放前



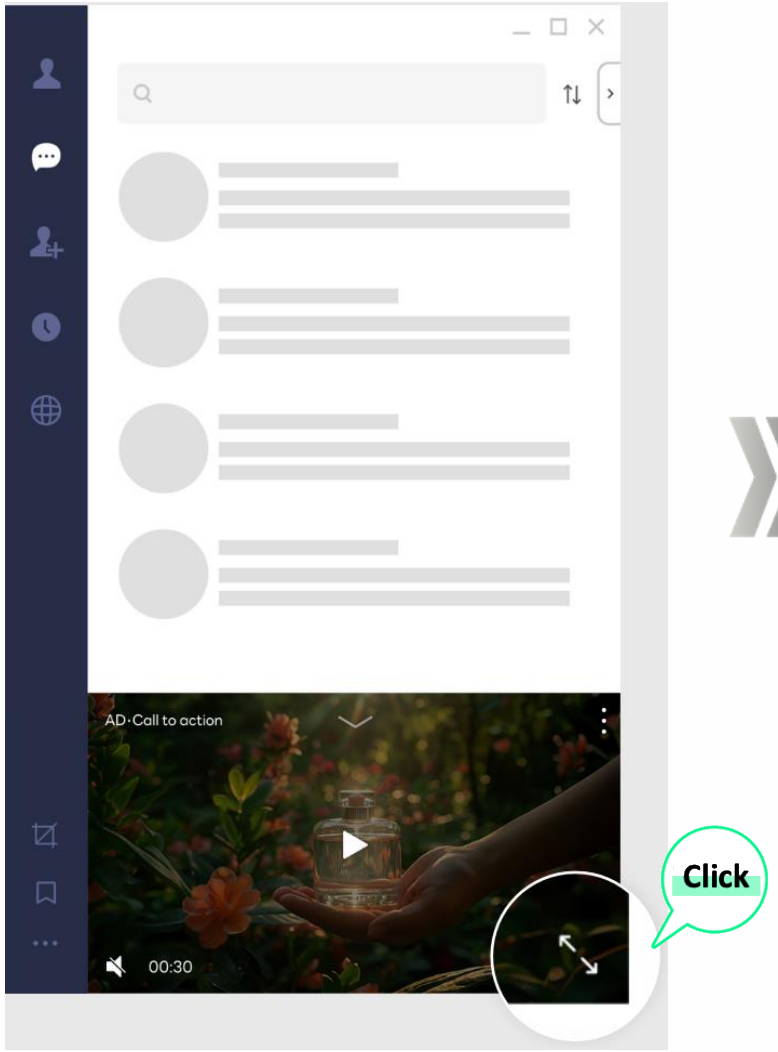
影片版：播放後

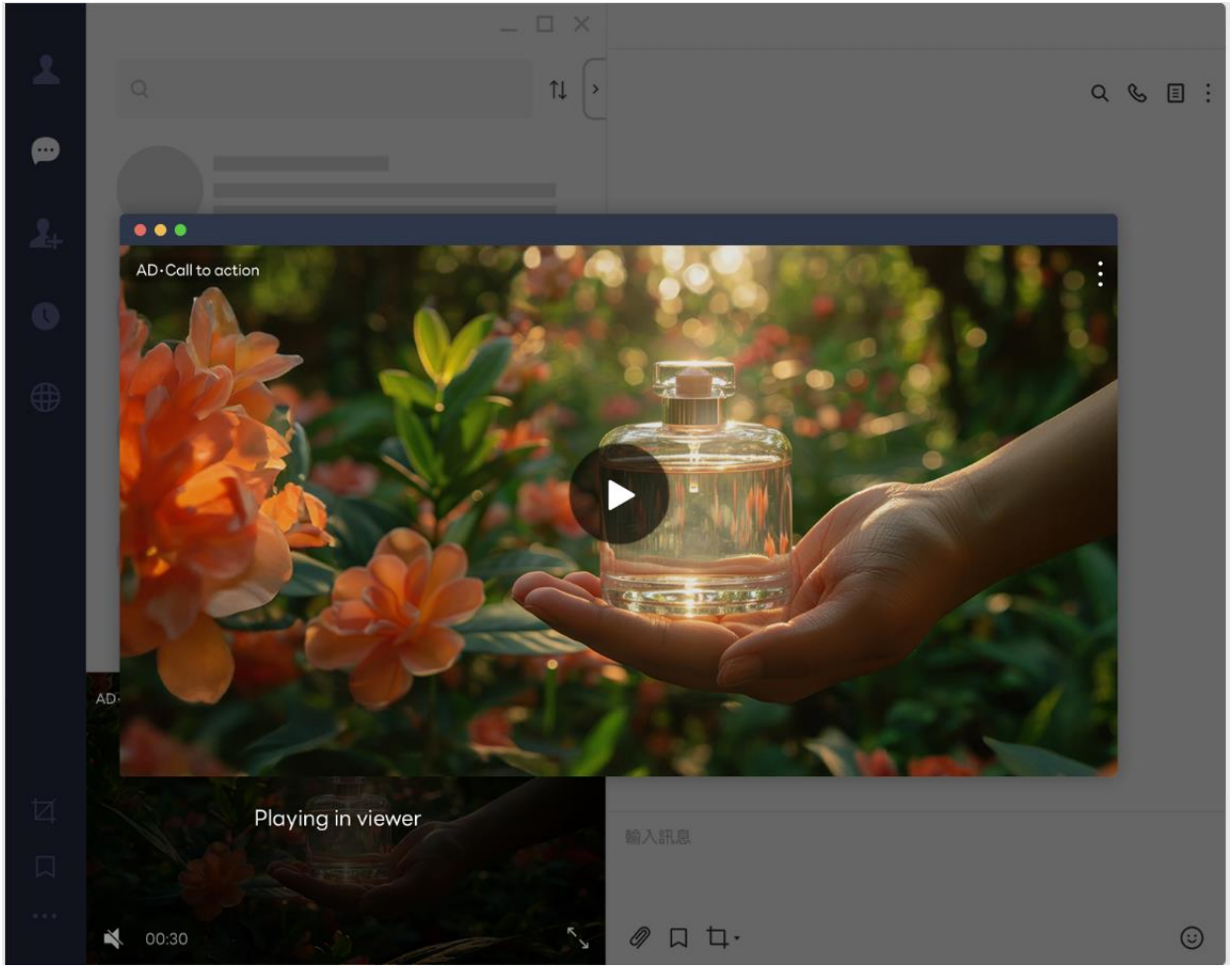


※ 擷取圖片為示意圖
※ 廣告遞送對象為LINE電腦版 8.4 以上(含)版本的使用者

LINE頭版MVP廣告 (電腦版) 廣告樣式說明

- 影片版可另開視窗播放畫面





※ 擷取圖片為示意圖
※ 廣告遞送對象為LINE電腦版 8.4 以上(含)版本的使用者

LINE頭版MVP廣告 (電腦版) & LINE社群廣告 (電腦版) 廣告報表示意圖

Campaign	210507_AbC Agency_LINE Shopping							
base Date	Impression	Clicks	CTR	Video plays (started)	Video plays (25%)	Video plays (50%)	Video plays (75%)	Video plays (complete)
2021/6/7								
Total								

Sample

※此為報表示意圖，實際版型請以收到的報表格式為準。

報表項目	說明	詳細說明
Impression	曝光量	100%image可見曝光
Click	點擊數	點擊連結網址的次數
CTR	點擊率	Click / Impression
Video plays (started)	影片播放開始	影片播放開始次數（僅影片版提供）
Video plays (25%)	影片播放25%	影片播放25%長度次數（僅影片版提供）
Video plays (50%)	影片播放50%	影片播放50%長度次數（僅影片版提供）
Video plays (75%)	影片播放75%	影片播放75%長度次數（僅影片版提供）
Video plays (complete)	影片播放結束	影片播放結束次數（僅影片版提供）

- LINE頭版MVP電腦版廣告遞送對象為LINE電腦版 8.4 以上(含)版本的使用者; LINE社群廣告電腦版廣告遞送對象為LINE電腦版 8.5 以上(含)版本的使用者
- 影片廣告報表不適用於LINE社群廣告電腦版
- 報表將於廣告走期結束後3個工作天內提供
- 可見曝光：廣告像素100%顯示在視窗中(0秒)。單一用戶10分鐘內瀏覽廣告僅計算1次曝光 / 點擊
- 若為素材輪播形式，將會提供一份報表，報表中會提供個別的素材成效

THANK YOU