

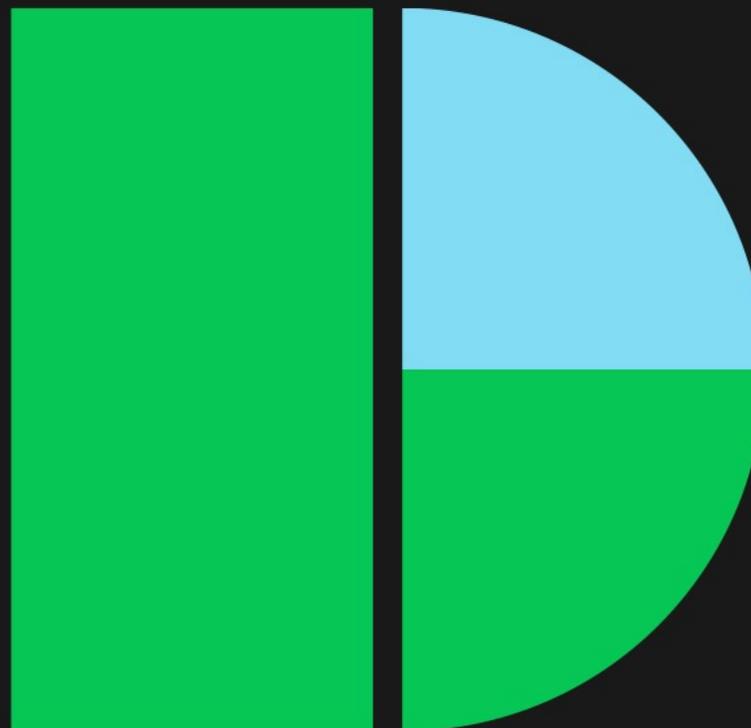
LINE Biz - Solutions

LINE TODAY

焦點大看板

2026 Sales Kit

最後更新日：2026.03.11



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

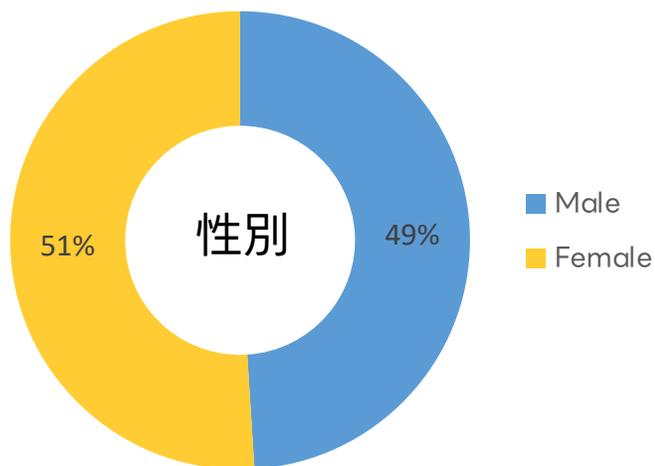
3000則 每日上稿數



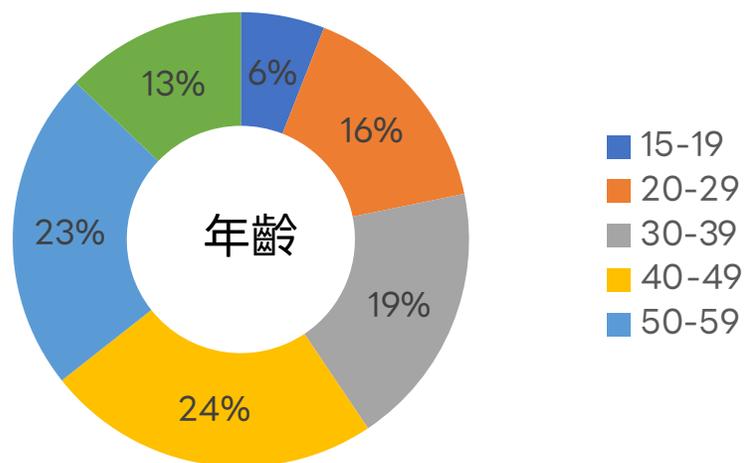
LINE TODAY 使用者樣貌

男女年齡比接近台灣整體大盤，消費力工作人口近8成

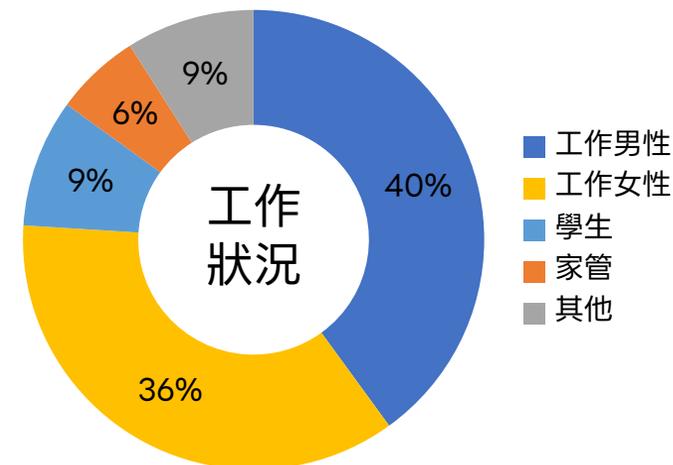
女性 51%：男性 49%



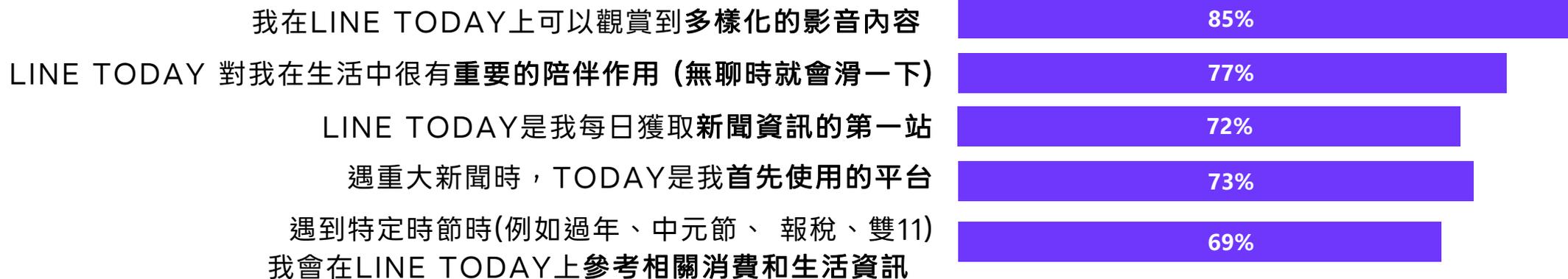
30-59歲消費主力 66%



工作人口 76%



LINE TODAY是消費者獲取各式知識資訊的重要入口



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)

文章/影音頁

廣編內容

Masthead

Billboard Ad

Scroller Ad

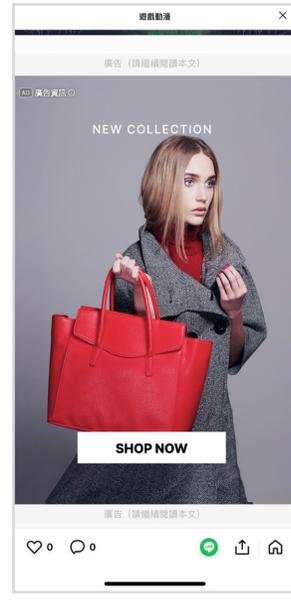
In-read Ad

Backdrop Ad

Vision Box Ad

Pre-roll Ad

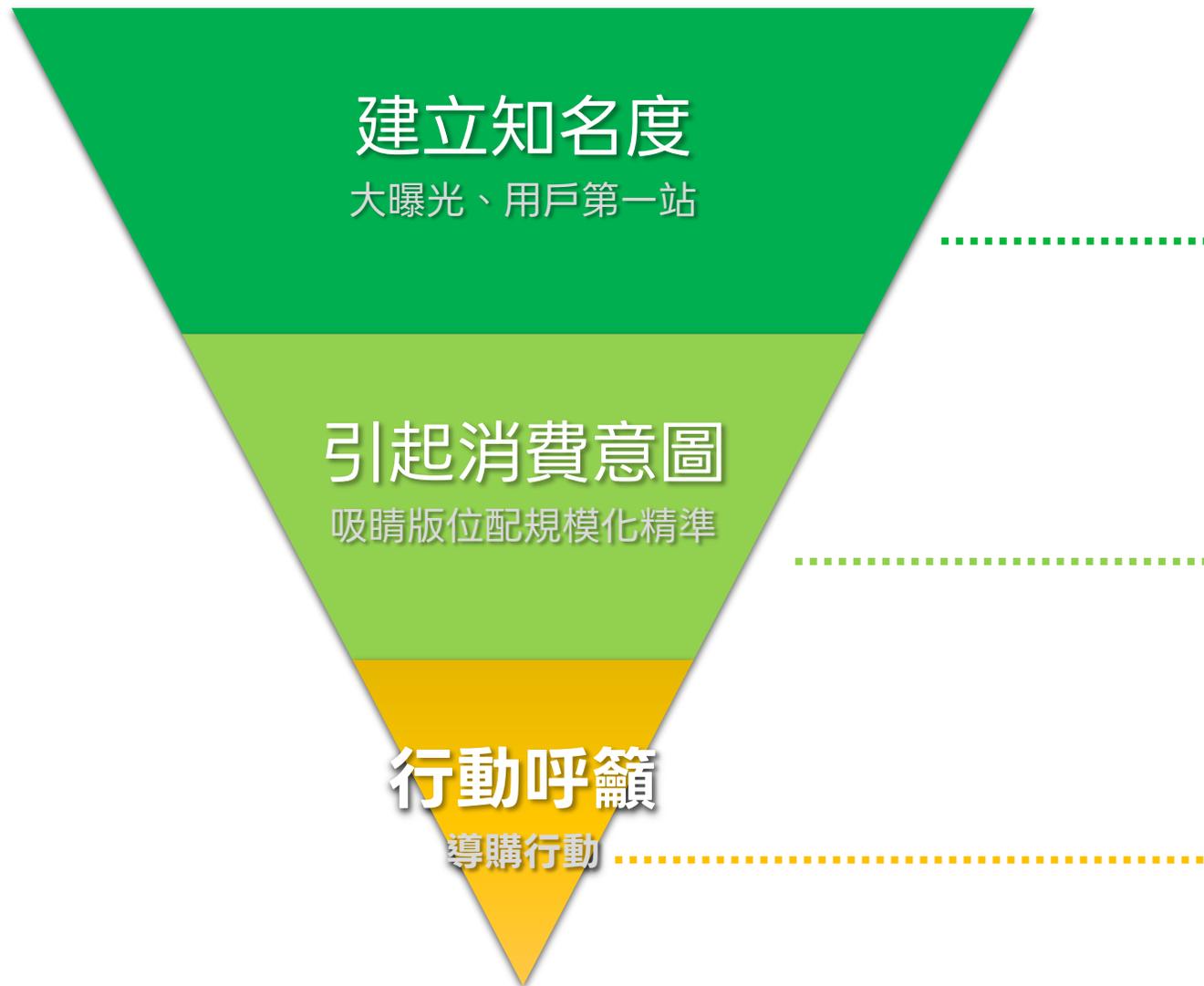
焦點大看板



OAP 推播



LINE TODAY Ads 推薦適用行銷目的



Video

Image

首頁 Billboard

文章 Scroller Ad

文章 Vision Box

文章 In-read Ad/Backdrop Ad

影片 Pre-roll

首頁廣編 焦點大看板

全站輪播 LAP



焦點大看板

以文章／影音 深度溝通品牌故事或產品特色進而激發購買意圖

焦點頭條
第4則

日/夜時段
包版曝光

首頁第一屏
置頂版位
點擊優異

備註：版面僅為示意，因LINE TODAY為持續優化內容體驗，有部分比例用戶所呈現之介面有些許不同，為持續優化用戶體驗LINE TODAY保留調整內容版型、分類頁名稱、焦點頁名稱之權利，實際呈現方式請以上線版型為準。

LINE

成功案例－以新聞式標題吸引讀者目光進而點擊閱讀

健康食品



民生快消品



食品飲料



以新聞式的角度切入

1. **名人話題**：娛樂話題永遠吸引關注點擊
2. **對號入座法**：讓消費者覺得「與自己有關」
3. **勸世法**：千萬不、提醒你…點出消費者痛處

成功案例－以票選功能與讀者自然互動，引爆話題，增加品牌印象

以心理測驗開話題下標，自然互動 👍👍

引發話題共鳴，品牌好感度 ↗ ↗

LINE TODAY

Q 搜尋

焦點 推薦 娛樂 國內 追蹤 生活

▷快篩陽性先別慌 8個QA一次看

2022年超準心理測驗！

從保養品看「真實性格」，快來看你是哪一種性格？!

【情報快遞】2022超準心測！從保養習慣看真實性格

【情報快遞】2022超準心測！從保養習慣看真實性格

發布於 2小時前

擦保養品的習慣竟能看出一個人的個性！快來測試看看你的隱藏性格吧！

60天後結束 熱烈進行中

你都怎麼擦上保濕產品呢？

AD 贊助內容

- 只擦一罐保養品就收工
- 多道程序保養不馬虎
- 我都不擦保養品

投票

用 **選擇題/心理測驗/簡單分群** 引發讀者共鳴
適合希望引發用戶興趣與互動的品牌行銷活動
透過LINE TODAY平台自然置入，刷一波品牌印象分！

60天後結束 熱烈進行中

台劇宇宙爆炸中，哪一個演員的劇你無條件必追？

AD 贊助內容

-  謝欣穎：華燈初上 yuli 出演新劇必追 **18.75%**
-  楊祐寧：華燈初上 成哥最新作必追 **53.57%**
-  薛仕凌：做工的人 阿全新力作必追 **25.89%**

「圖+文」選項呈現更吸睛！

好房網 三分鐘就上手！#吳淡如 快呼叫小房！

小房 AI 機器人

真的可以24小時幫你找房？

60天後結束 熱烈進行中

找房過程中，哪件事情讓你最扼腕？

AD 贊助內容

- 屋主降價了！但我沒發現... **11.52%**
- 喜歡的社區有房子要賣卻不知道 **48.56%**
- 和家人討論完，結果房屋已售出 **28.4%**
- 生活太忙，只能等房仲推薦物件 **11.52%**

品牌導流新利器 - 懸浮橫幅 (Floating Banner)



強效曝光

採 Sticky 常駐形式固定於客戶焦點大看板文章畫面右側，視覺強烈、干擾度低，支援 GIF 動態素材，讓品牌訊息更生動吸睛

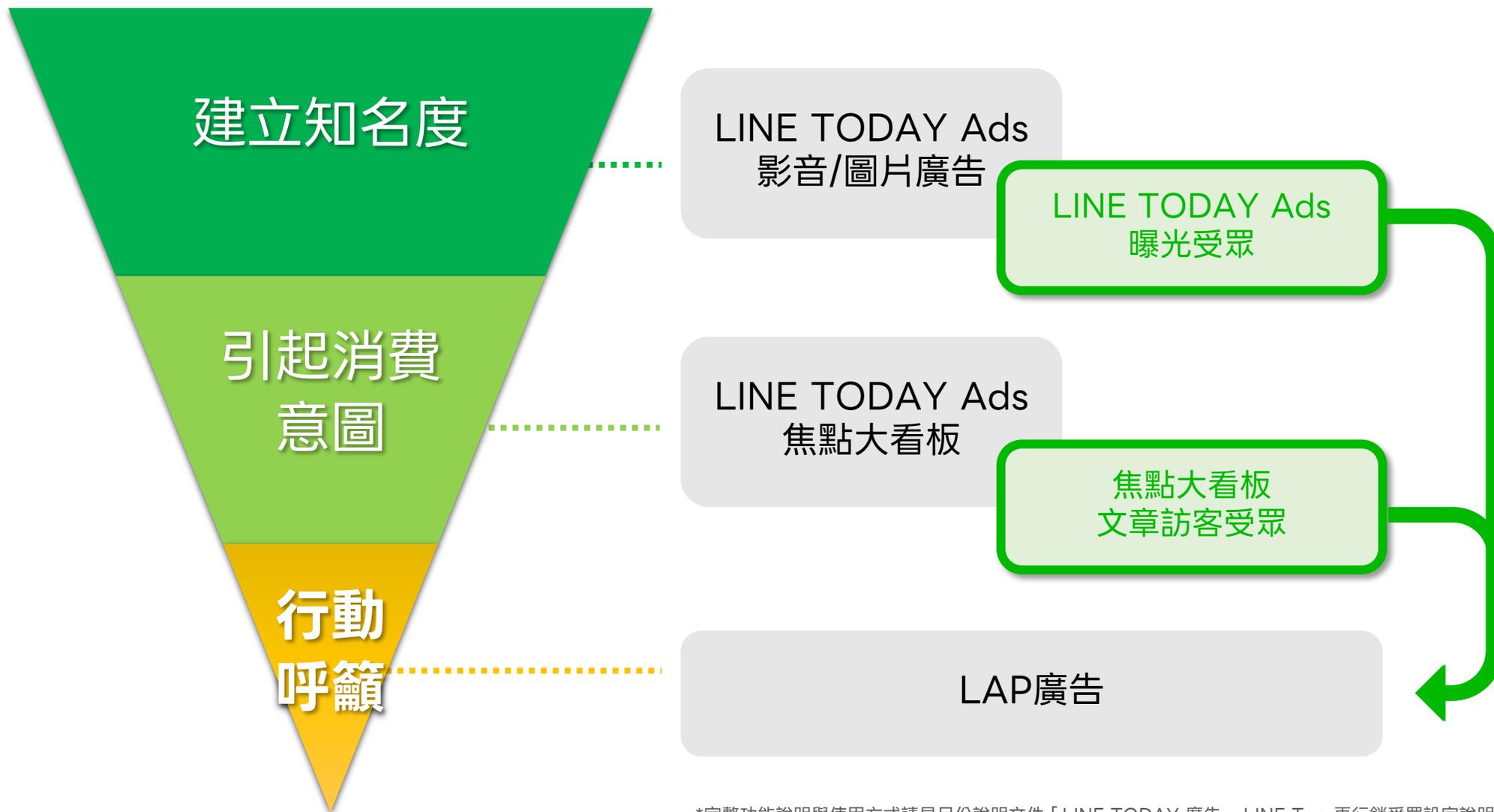
直覺導流

縮短轉換路徑，點擊即刻導流，提供讀者更直覺的互動體驗，有效提升進站意願

最佳時機

配合「焦點大看板」檔期同步啟動。於廣編文章閱讀情境中精準遞送，不僅看大圖，更要深互動

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」

焦點大看板 – 價格表



日檔焦點大看板

- ✓ 首頁第一屏焦點頭條第4則
- ✓ 曝光時間：10:00-19:59，共10小時
- ✓ 定價：\$30萬/檔

上班與午晚餐重點時段
推薦強力吸睛溝通

夜檔焦點大看板

- ✓ 首頁第一屏焦點頭條第4則
- ✓ 曝光時間：20:00-次日9:59，共14小時
- ✓ 定價：\$25萬/檔

休閒時光、晚間滑手機時段
推薦軟性有趣溝通

票選功能加購

- ✓ 可於文章型廣編內文插入票選內容，與讀者做更自然的互動，加深品牌印象
- ✓ 定價：\$5萬/檔

自然互動形式
加深品牌印象的有效武器

備註

1. 以上均為新台幣未稅價
2. 為持續優化內容體驗，LINE TODAY保留調整內容版型、分類頁名稱、焦點頁名稱之權利，實際呈現方式請以上線為準。
3. 定版請洽LINE負責業務窗口

焦點大看板 - 注意事項

項目	注意事項
廣告遞送	<ul style="list-style-type: none">文章可在手機與電腦瀏覽LINE TODAY分類內的總則數會根據每日新聞議題有所不同當發生天然或人為災害並釀成嚴重災情，或引發全民關注的重大事件，為避免LINE TODAY情報快遞的廣告曝光引發負面觀感，將在事件發生時立即通知客戶，協調延後或調整檔期，以確保正向的廣告效果2021/9/16起，廣編文章將於「上架日後第60天」自動於LINE TODAY下架。（自第二天開始算+1日。舉例：某篇廣編上架日為3/1則下架日為+60天，則為4/30。）
曝光時間	<ul style="list-style-type: none">人工上稿無法100%精確，上下稿時間將保留5-10分鐘誤差時間。
預估成效	<p>焦點大看板</p> <ul style="list-style-type: none">不保證成效，視下標與素材呈現切入角度是否貼合讀者需求而有成效差異。日檔平均點擊成效落點：40,000~100,000 點擊數/文章；20,000~100,000 點擊數 /影音。夜檔預估點擊成效落點：30,000~80,000 點擊數/文章；12,000~70,000 點擊數 /影音。 <p>票選互動數</p> <ul style="list-style-type: none">一般讀者在文章中僅能得知各選項投票率，廣告主在報表中可取得出報表當下的各選項得票絕對數字。（票選功能持續至文章下架日）不保證成效，視票選話題切入角度是否貼合讀者需求而有成效差異。
素材提交	<ul style="list-style-type: none">請提供Word檔、圖檔 (須註明圖片來源或出處)上線前5個工作天以前提供完整素材，供編輯審核上稿上線期間不提供素材換稿
廣告報表	<ul style="list-style-type: none">廣告走期結束後3個工作天內提供報表

焦點大看板素材格式－導文章

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/>



焦點大看板

- 圖檔：寬1,920 x 高1,080 pixel，2MB內的JPG檔（封面圖檔建議勿以白色為背景）
- 標題：必須以【情報快遞】4字開頭，長度建議至少中文12字、最多20字
- 位置（系統從第1則輪替）：第4則

文章內文

- 內文：1,000字以內，內文不接受表格
- 圖片：至多5張，寬1,920 x 高1,080 pixel，jpg，2MB內（圖檔建議勿以白色為背景）
- 影片：至多1支，3分鐘內，比例16:9，200MB內，可接受 YouTube網址與MP4檔
- 外導連結：至多5個，可置入文內或文末
- 素材提供：請提供Word檔、圖檔
- 素材規範請參閱後方說明

票選功能

- 可使用「圖+文」、「純文字」兩種選項格式，最多四個選項
- TODAY前台將不顯示選項得票數，僅顯示得票率
- 標題字數限制：全形25字
- 每個選項字數限制：全形15字
- 若要用「圖+文」選項格式：
 - 每張圖20MB為上限，以下三種尺寸皆可：（寬*高）800*800px、800*450px、800*1184px。
 - 每個選項圖片尺寸要一致大小（舉例不可一個正方形、一個長方形）。

廣告位置：為持續優化內容體驗，LINE保留調整內容位置版型的權利，廣告對應內容模組名稱可能異動。大看板跟隨新聞脈動隨時更新，情報快遞有可能在新聞更新時短暫移動至其他則。
廣告素材：由客戶製作，上線5個工作天前提供LINE TODAY編輯審核，審核通過後上稿。版面僅為示意，實際呈現方式請以上線版型為準。

LINE

焦點大看板素材格式－票選功能流程

點擊焦點大看板



進入廣編文章頁，投票前



投票後，結果立刻在同頁呈現



焦點大看板素材格式－導影音

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/>



焦點大看板

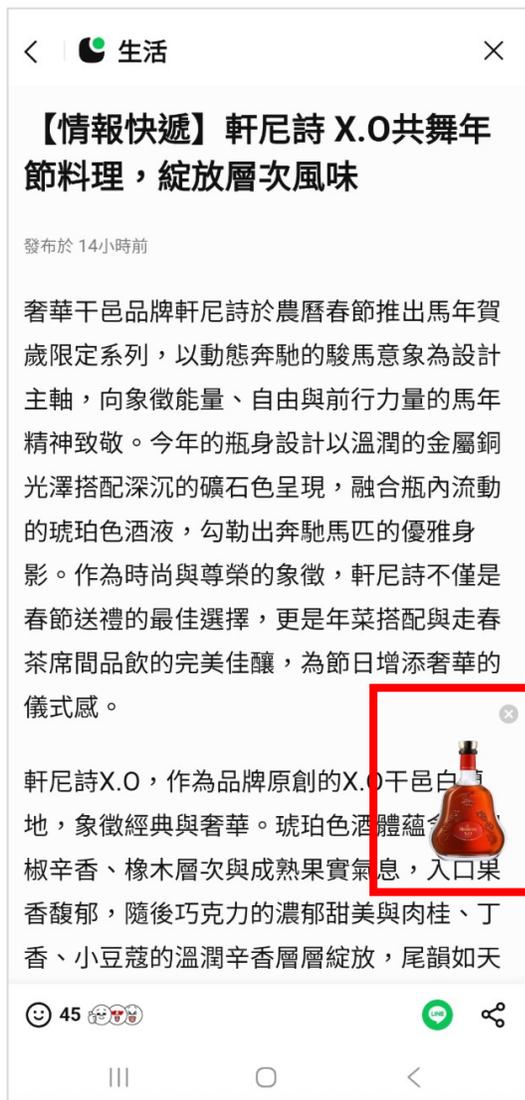
- 圖檔：寬1,920 x 高1,080 pixel，請提交2MB內的JPG檔（封面圖檔建議勿以白色為背景），並註明圖片來源或出處
- 標題：【情報快遞】XXXXX（不含【情報快遞】，至少12字（含標點符號空格），最多不超過20字）
- 封面圖：點選後，連至影音頁（影片自動播放）
- 標題點選後，連至影音頁（影片自動播放）
- 位置（系統從第1則輪替）：第4則

影音頁

- 標題：必須以【情報快遞】4字開頭，長度建議至少中文12字、最多20字
- 文字敘述：建議100字內，不得超過150字
- 影片：1支，3分鐘內，比例16:9，MP4或MOV，200MB內
- 外導連結：最多1個。（置入於影片描述內，影片標題右側箭頭展開後，可看到影片描述）
- 素材提供：請提供Word檔、圖檔及影片
- 素材規範請參閱後方說明

廣告位置：為持續優化內容體驗，LINE保留調整內容位置版型的權利，廣告對應內容模組名稱可能異動。大看板跟隨新聞脈動隨時更新，情報快遞有可能在新聞更新時短暫移動至其他則。
廣告素材：由客戶製作，上線5個工作天前提供LINE TODAY編輯審核，審核通過後上稿。版面僅為示意，實際呈現方式請以上線版型為準。

懸浮橫幅 (Floating Banner) 素材規範



素材規格	說明
圖片一張	<ul style="list-style-type: none">尺寸：300x600 px格式：PNG/JPG/GIF大小：800 KB
外連網頁網址 一個	<ul style="list-style-type: none">請提供 https:// 開頭網址
注意事項	<ul style="list-style-type: none">懸浮橫幅上線後不提供素材更換服務請符合焦點大看板廣告刊登規範：https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/#Headline針對特殊產業（如酒類、信用卡等）由於懸浮橫幅會與焦點大看板文章綁定呈現，懸浮橫幅不須另外加上警語LINE 保留最終審核權

焦點大看板文章受眾LAP再行銷

上線前進稿準備

- 請在焦點大看板的進稿文件上（如下圖）填入對應的LAP廣告帳號LINE Tag ID，LINE Tag ID為一串如「 b323ec55-4368-46a4-aae6-411dd2b97ca3 」樣式的ID字串，您可於LINE Tag基本程式碼中取得。

LINE Tag ID	請在此處填寫如「 b323ec55-4368-46a4-aae6-411dd2b97ca3 」樣式的 ID 字串。
	*LINE Tag ID 為選填欄位，提供該 ID 後可搜集文章頁訪客受眾至 LAP 廣告平台後續進行再行銷，若要提供請參考另外的說明文件步驟。

- 取得LINE Tag ID方法：以下為一個完整的LINE Tag基本程式碼，綠底部分即為LINE Tag ID。

```
<!-- LINE Tag Base Code -->
<!-- Do Not Modify -->
<script>
(function(g,d,o){
  g._ltq=g._ltq||[];g._lt=g._lt||function(){g._ltq.push(arguments)};
  var h=location.protocol==='https:'?'https://d.line-scdn.net':'http://d.line-cdn.net';
  var s=d.createElement('script');s.async=1;
  s.src=o||h+'/n/line_tag/public/release/v1/lt.js';
  var t=d.getElementsByTagName('script')[0];t.parentNode.insertBefore(s,t);
})(window, document);
_lt('init', {
  customerType: 'lap',
  tagId: 'b323ec55-4368-46a4-aae6-411dd2b97ca3'
});
_lt('send', 'pv', ['b323ec55-4368-46a4-aae6-411dd2b97ca3']);
</script>
<noscript>
  
</noscript>
<!-- End LINE Tag Base Code -->
```

焦點大看板文章受眾LAP再行銷

上線後LAP建立受眾步驟建議

- 在LAP的「受眾」頁選擇新增「網站流量受眾」，以合適的URL網址條件進行篩選，設定對應的回溯期並等待約24小時後，即可取得焦點大看板文章受眾，接著您即可於LAP平台進行後續再行銷廣告投遞。
- 步驟分解說明：
 - LAP後台建立網站流量受眾
 - 建立網站流量受眾時的設定方式
 - 假設焦點大看板文章頁網址為「https://today.line.me/tw/v2/article/123456」
 - 如下圖，建議使用「瀏覽特定頁面的人」來取得受眾，在設定網址條件時建議以「today」字樣作為篩選標準；資料保留期間可自由設定，但請回溯期需大於LAP再行銷廣告走期與焦點大看板上線日之間的天數，否則回溯期結束該受眾即過期。
- 請留意：
 - 實際蒐集到的網站流量受眾數量與焦點大看板提供的成效數據因系統轉換可能會有4成左右的落差。
 - 若您有購買多檔焦點大看板檔期，建議可以回溯期區分不同檔次；以「123456」網址上的 key 值區分時可能取得的受眾量會較少。

The screenshot shows the '編輯網站流量受眾' (Edit Website Traffic Audience) interface. It is divided into two main sections: '基本資訊' (Basic Information) and '網址條件' (URL Conditions).

基本資訊 (Basic Information):

- 受眾名稱 (Audience Name): 180day_包含today (14/120)
- LINE Tag: LINE Ads Platform
- 包含這些人 (Include these people): 瀏覽特定頁面的人 (People who browsed a specific page)
- 資料保留期間 (Data retention period): 180 天

網址條件 (URL Conditions):

- 設定網址條件 (Set URL conditions): 包含 today

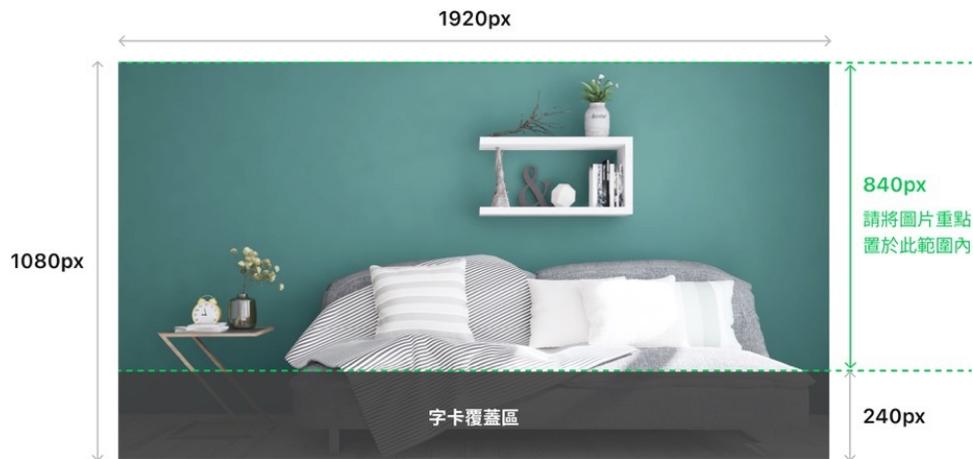
素材審核規範

LINE TODAY 焦點大看板

封面圖檔設計規範

• 實際進稿規格請以上架資料表為準：<https://tw.linebiz.com/download/line-guaranteed-ads/>

- 安全範圍：請留意標題字卡會覆蓋圖片下方部分範圍，且為確保所有裝置能清楚展示，建議將圖片重點（例如產品、人物臉部等）放置下圖所示紅色虛線內。
- 選圖建議：圖片建議勿壓字，構圖以簡單為佳



備註：版面僅為示意，因LINE TODAY為持續優化內容體驗，有部分比例用戶所呈現之介面有些許不同，LINE TODAY保留調整內容版型之權利，實際呈現方式請以上線版型為準。



Do 圖片不壓字（純圖）



Don't 圖片壓字將影響文章標題可讀性



Do 畫面保持適當留白



Don't 過於密集複雜，不易辨識主題

焦點大看板素材規範－導文章

封面圖素材規範

- 安全範圍：為確保所有裝置能清楚展示（例如產品、人物臉部等），建議將圖片重點如又圖所示放置紅色虛線內
- 若封面圖為內文圖檔，請於Word檔內清楚標示
(*連結僅導至LINE TODAY 文章頁，不接受直接外導，外導連結可置於文章內容或文末，注意事項詳下方說明)

文章頁素材規範

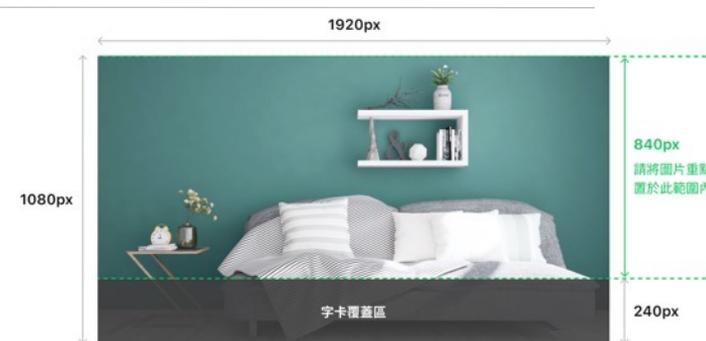
- 內容呈現：建議以內容行銷方式呈現商品或使用情境，避免商品叫賣或促銷
- 連結網址：官網、活動網站、官方帳號或贊助貼圖皆可
- 外導連結文案：為避免網友誤解，請勿模仿新聞合作夥伴用詞『查看原始文章』，可改為『文章原始出處』
- 內容授權：文章內容由客戶提供，素材使用圖像／影音／字型都必須經過授權方可使用。若為第三方來源，須由客戶取得正式授權，若內容提供者追究有無正式授權，將轉由客戶處理。
- 若遭檢舉涉及侵權，LINE將採取**預防性下架**，會立即下架該廣告。
- 若確認廣告主內容未經授權，未完成之廣告走期將不予回補；若確認廣告主內容已經授權(需有可為佐證用之證明)，未完成之廣告時數將予以回補。

廣告規範與特定產業客戶需知

- 請參閱 LINE Biz Solution 網站之焦點大看板廣告刊登規範：
<https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/>

票選功能規範

- 該廣編文標題與內文，不可令使用者感受為LINE TODAY有與廣告主進行內容合作。
- 在LINE TODAY之外，提到此篇廣編調查內容時，為避免使用者誤會LINE官方有涉及內容製作，請務必遵守用字規範：請使用「XX品牌（廣告主方）在LINE TODAY上進行的調查」來引用此篇內容，**請勿使用「投票」、「內容合作」字眼。**



- 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/>

焦點大看板素材規範－導影音

封面圖素材規範

- 安全範圍：為確保所有裝置能清楚展示，建議將圖片重點如右圖所示放置紅色虛線內
- 若封面圖為內文圖檔，請於Word檔內清楚標示
(*連結僅導至LINE TODAY 影音頁，不接受直接外導，外導連結可置於文章內容或文末，注意事項詳下方說明)

影音頁素材規範

- 內容呈現：建議以內容行銷方式呈現商品或使用情境，避免商品叫賣或促銷
- 內容規範：不受理色情、暴力、限制級相關內容，其他規範請參考附檔審核規範
- 外導連結：至多1個，可置入文內或文末。
連結網址：官網、活動網站、官方帳號或贊助貼圖皆可
- 內容授權：文章內容由客戶提供，素材使用圖像／影音／字型都必須經過授權方可使用。若為第三方來源，須由客戶取得正式授權，若內容提供者追究有無正式授權，將轉由客戶處理。
- 若遭檢舉涉及侵權，LINE將採取**預防性下架**，會立即下架該廣告。
- 若確認廣告主內容未經授權，未完成之廣告走期將不予回補；若確認廣告主內容已經授權(需有可為佐證用之證明)，未完成之廣告時數將予以回補。

廣告規範與特定產業客戶需知

- 請參閱 LINE Biz Solution 網站之焦點大看板廣告刊登規範：
<https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/>



焦點大看板素材規範－行距注意事項

內文不可調整行距

系統自動根據環境換行行距較小，透過Enter換行的行距會較大，請參考以下示意圖。

WORD

除了上述上線慶祝活動外，5月31日開始遊戲內將有更多精彩活動陸續展開！歡迎一起加入我們，在《LINE 波兔小鎮》中享受消除方塊的暢快感和打造可愛小鎮的療癒心情吧！↵

Enter換行

系統自動換行（根據環境）

LINE日後仍將以「CLOSING THE DISTANCE - 拉近你我的距離」為使命，與世界各地的夥伴一同合作，持續擴充包含「LINE GAME」在內的各種合作服務或內容，以促進用戶之間的交流。↵

實際上稿

除了上述上線慶祝活動外，5月31日開始遊戲內將有更多精彩活動陸續展開！歡迎一起加入我們，在《LINE 波兔小鎮》中享受消除方塊的暢快感和打造可愛小鎮的療癒心情吧！

Enter換行行距（較大）

LINE日後仍將以「CLOSING THE DISTANCE - 拉近你我的距離」為使命，與世界各地的夥伴一同合作，持續擴充包含「LINE GAME」在內的各種合作服務或內容，以促進用戶之間的交流。

系統自動換行行距（較小）

焦點大看板 素材審核規範

LINE 廣告規範 LINE Advertisement Guideline

https://terms.line.me/line_AD_LTL?lang=en

Basic Terms and Conditions of LINE Services for Business Partners

https://terms.line.me/line_lsbp_general?lang=zh-Hant

實際進稿規格請以 LINE Biz Solution 網站之上架資料表為準：

<https://tw.linebiz.com/download/line-guaranteed-ads/>

焦點大看板廣告刊登規範

<https://tw.linebiz.com/terms-and-policies/ads-policies-2/>

加購商品 - 廣編橫幅廣告

LINE TODAY Advertorial Banner

延長廣編影響力與宣傳效益！

廣編橫幅廣告 - 販售規格



廣編橫幅廣告

- 位置：首頁 TOP1 位置，如左圖所示
- 價格：CPM \$20，搭配鎖定條件需另加價
- 門檻：需搭配焦點大看板等廣編產品選購，每檔販售門檻10萬
- 廣告上下線時間：上線日10:00 ~ 下線日22:59
- 請注意：連結為外開預設瀏覽器，限導流至搭配的廣編頁面

備註

1. 以上均為台幣未稅價。
2. 為持續優化內容體驗，LINE TODAY保留調整內容版型、分類名稱之權利，實際呈現方式請以上線為準。
3. 鎖定條件：Targeting 條件選項，詳見素材上架資料表。若希望鎖定條件，需另外加價，增加一個條件加價20%

廣編橫幅廣告 – 素材規格

素材規格

- 實際進稿規格請以 LINE Biz Solution 網站之上架資料表為準：
<https://tw.linebiz.com/download/line-guaranteed-ads/>

呈現建議

- 文字部分：建議參考新聞下標方式，讓廣告更融入新聞環境，吸引用戶點閱
- 圖片部分：建議不要壓字，否則在Mobile裝置上難以閱讀，降低點選吸引力（信用卡與酒類等產業廣告需要加註警語除外）

TODAY Ads – 各產品可使用鎖定條件清單

	從受眾輪廓(人)出發						從內容話題出發			特殊鎖定
	年齡/性別	作業系統	六大地區	興趣分類	時段	頻次	內容分類	主題關鍵字	濾除敏感議題	氣溫/紫外線/降雨/空氣品質
Billboard Ad	○					○ (CPCV 除外)	X			○
Scroller Ad	○					○	○			X
In-read Ad	○					○	○			X
Backdrop Ad	○					○	○			X
Vision Box Ad	○					○	○			X
Pre-roll	○				X	○ (Pre-roll 不可略 30秒 除外)	○	X	X	X
廣編橫幅	○					○	X			○
大看板/OAP	X					X	X			X

• 各鎖定條件細節 & 注意事項請參考接續頁面介紹

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

頻次

7天一次
6天一次
5天一次
4天一次
3天一次
2天一次
1天一次
走期內一次

- 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。
- **頻次上限：**只是盡可能使您的廣告在投遞期間內對每個用戶投放1次的設定，然由於系統在識別使用者時會受到cookie、瀏覽器、裝置等影響，因此廣告報表中之 Total Impression、Total Unique Visitor 及頻次設定數值之間將存在差異，請務必理解再進行頻次鎖定。由於頻次鎖定將影響廣告曝光量體，若鎖定頻次，則不保證在走期間可達成原訂曝光量，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。若選擇賞花賞銷仍須符合產品購買門檻

廣編橫幅廣告 - 廣告刊登流程



* 以上時程規劃LINE保有更動權利。

廣編橫幅廣告 - 廣告報表示意圖

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LINE TODAY 焦點大看板有興趣，請洽您的LINE廣告業務窗口。