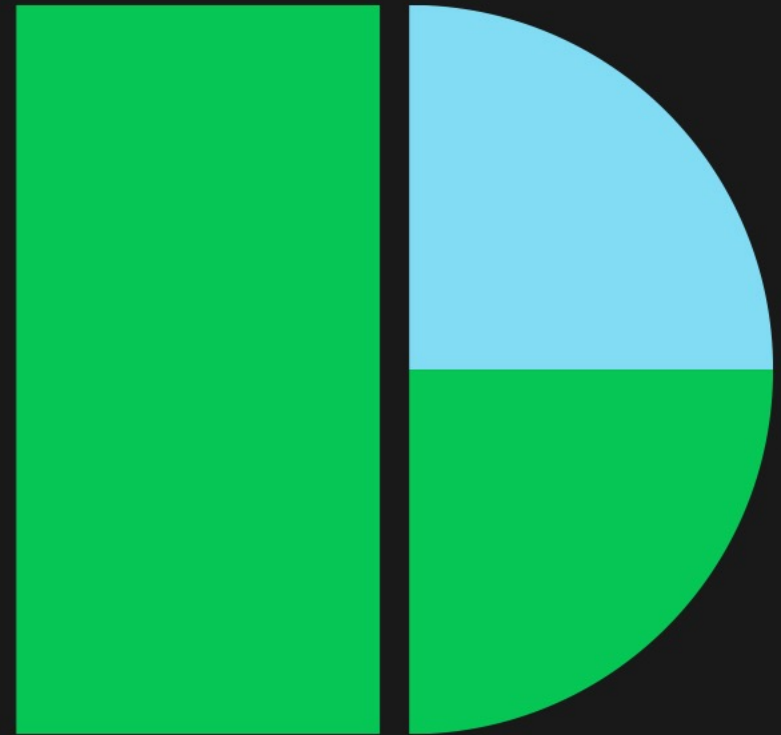


LINE Biz - Solutions

LINE TODAY Billboard

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

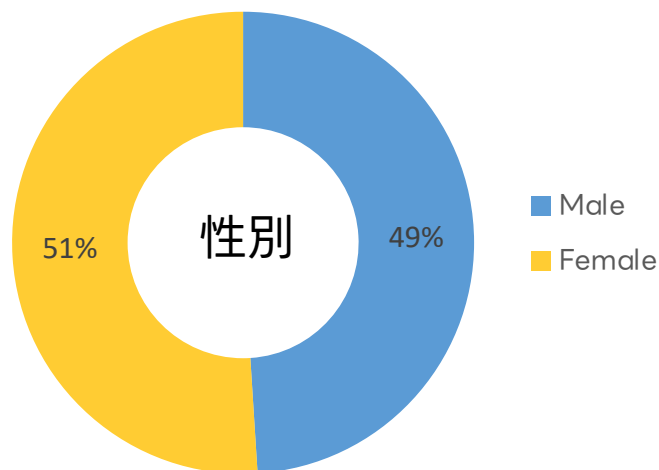
3000則 每日上稿數



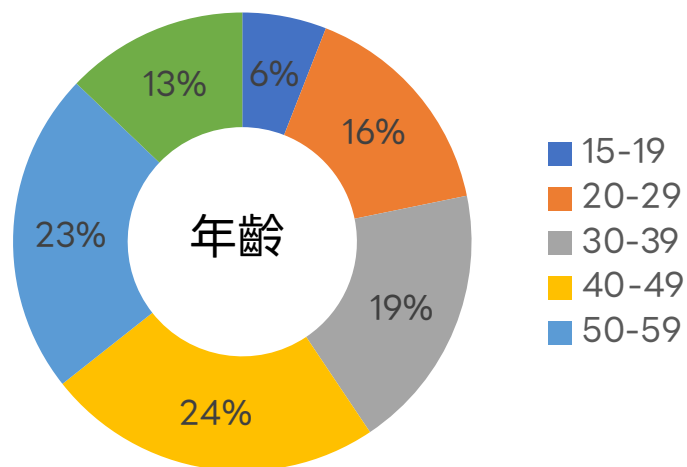
LINE TODAY 使用者樣貌

男女年齡比接近台灣整體大盤，消費力工作人口近8成

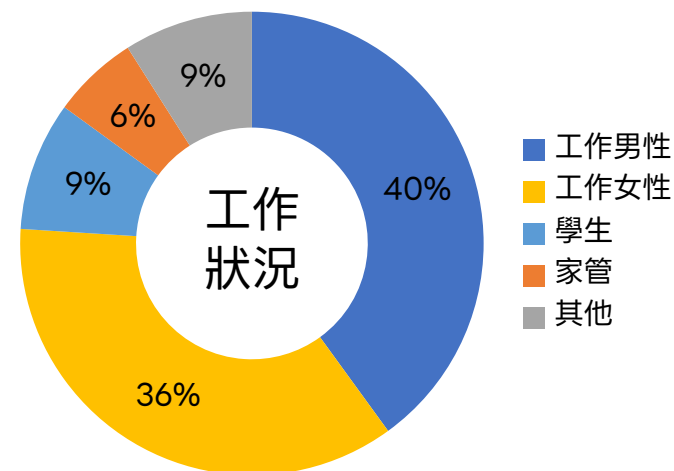
女性 51%：男性 49%



30-59歲消費主力 66%

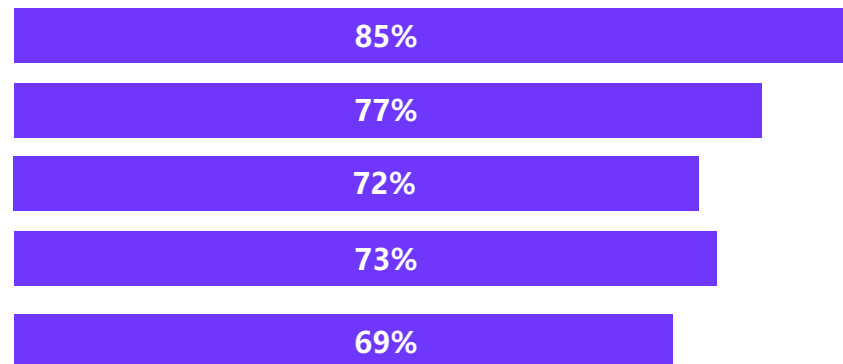


工作人口 76%



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)

Masthead



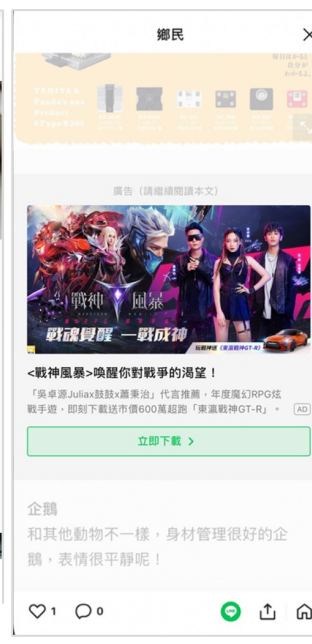
Billboard Ad



Scroller Ad



In-read Ad



Backdrop Ad



Pre-roll Ad



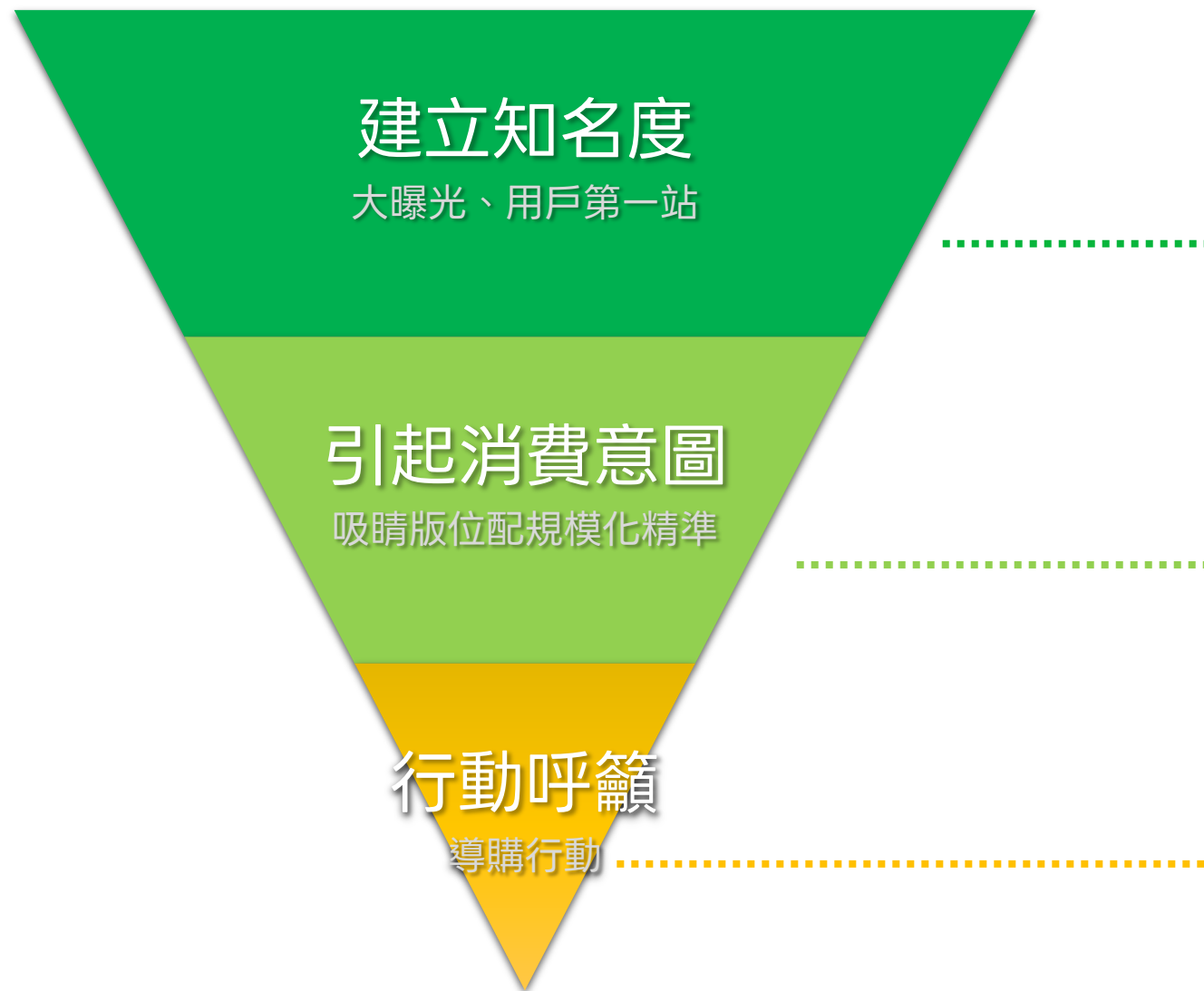
焦點大看板



OAP 推播



LINE TODAY Ads 推薦適用行銷目的



Video

Image

首頁 Billboard

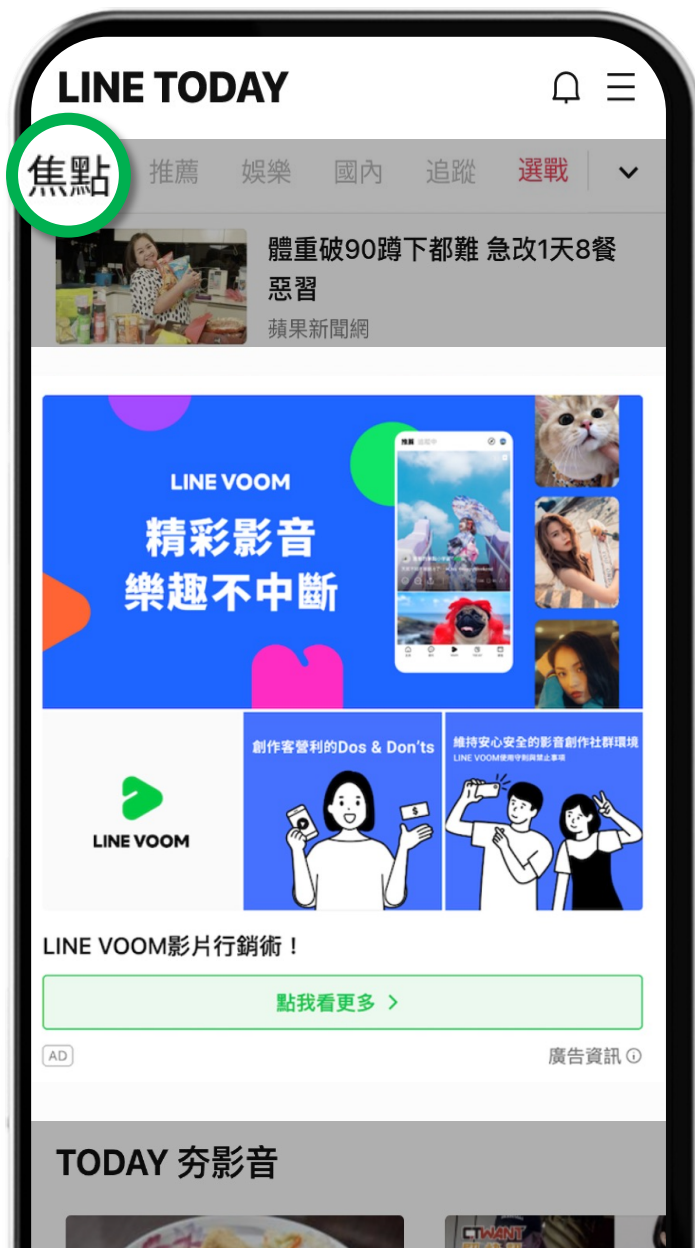
文章 Scroller Ad

文章 In-read Ad/Backdrop Ad

影片 Pre-roll

首頁廣編 Headline

全站輪播 LAP



首頁告示牌Billboard

上市活動或重要檔期時建立廣告知名度的最佳武器

用戶到達
第一站

規模化
精準曝光

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

多種版型任選 – 影片系列

單影音

適合沈浸式Storytelling



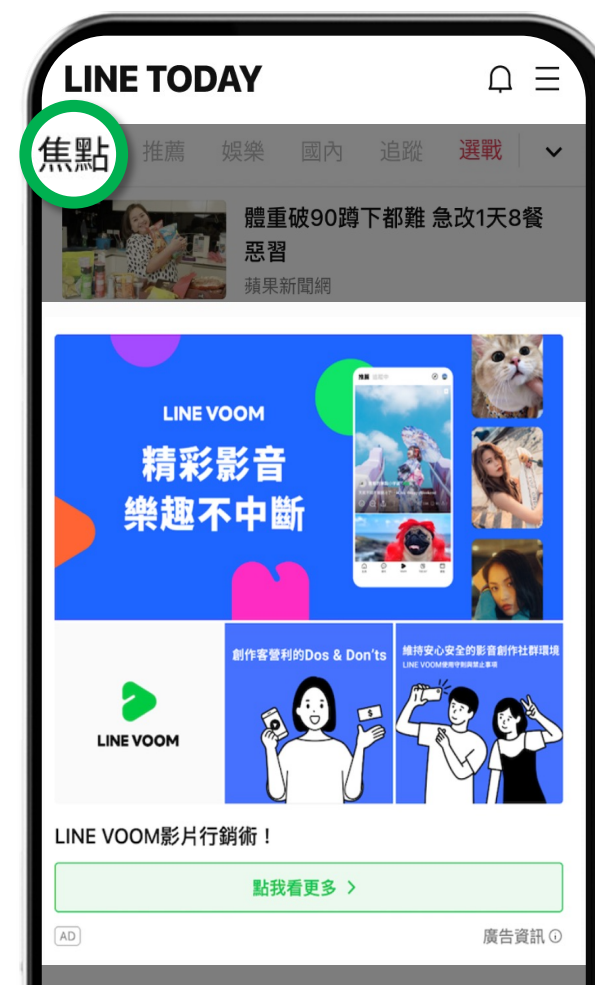
單影音-含標題

適合促進用戶互動



Collection Ads

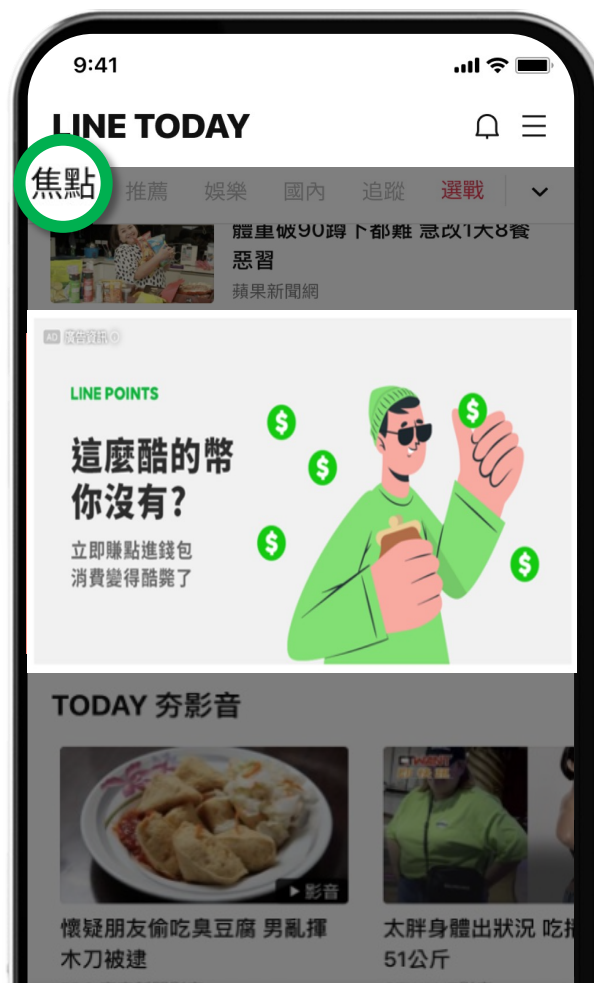
適合多品項展演



多種版型任選 - 圖片系列

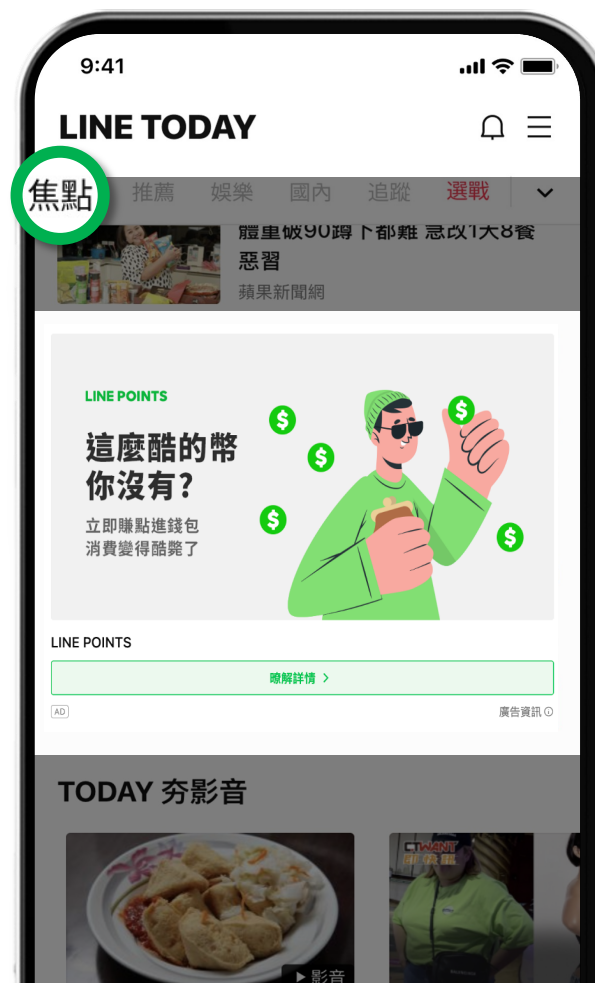
單圖片

適合沈浸式Storytelling



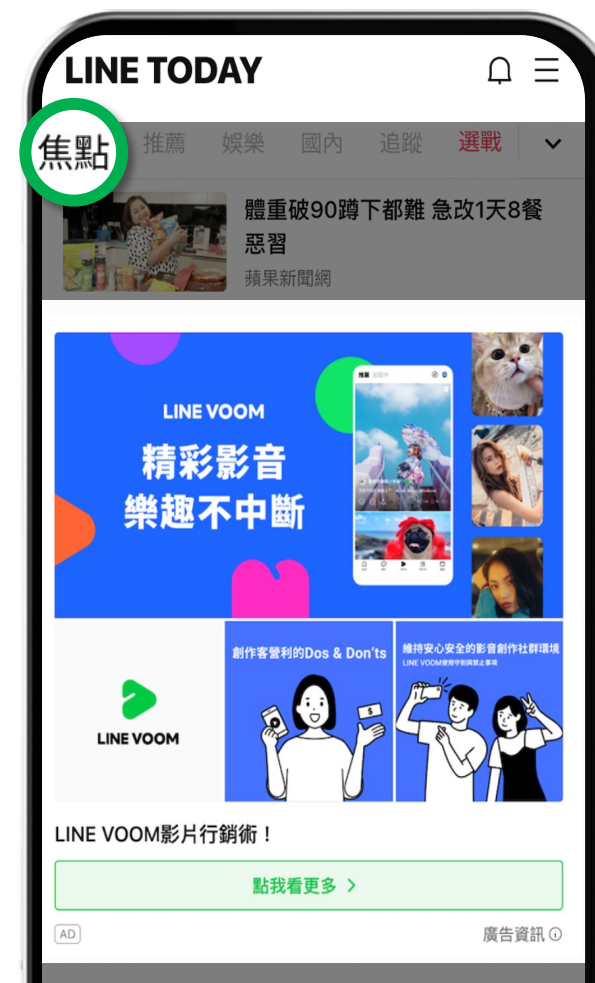
單圖片-含標題

適合促進用戶互動



Collection Ads

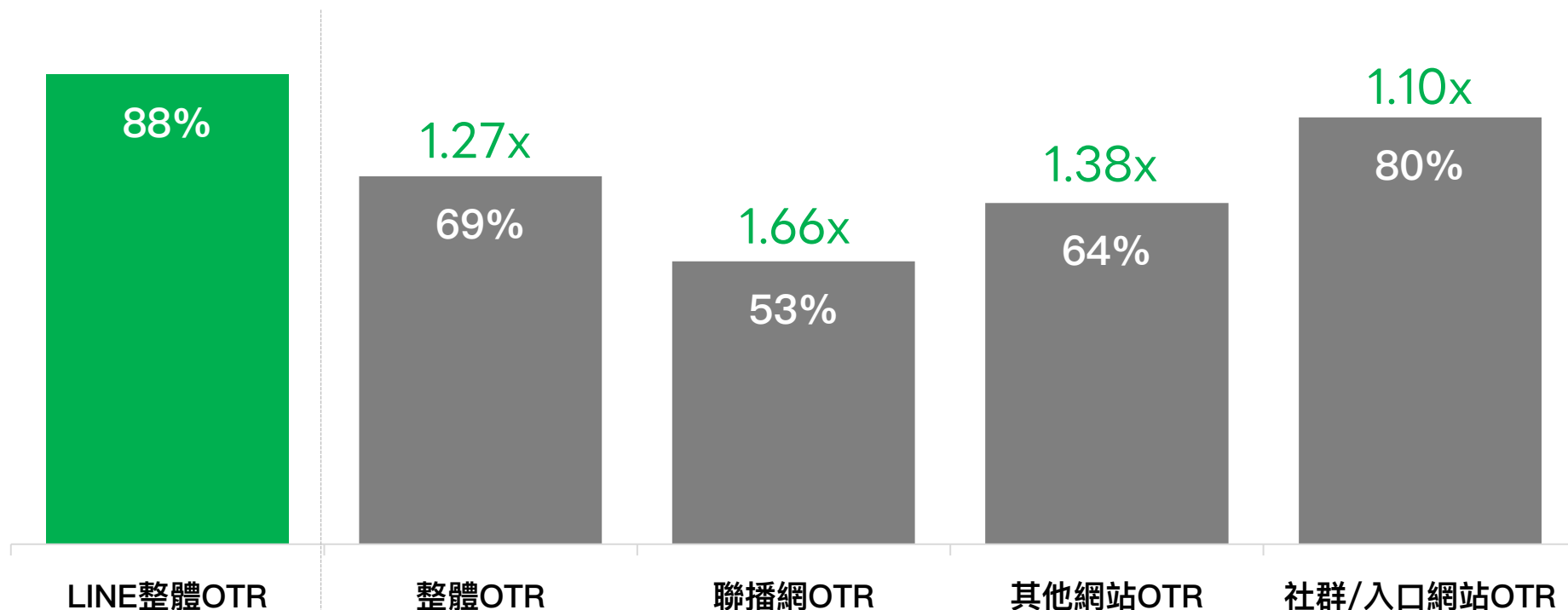
適合多品項展演



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

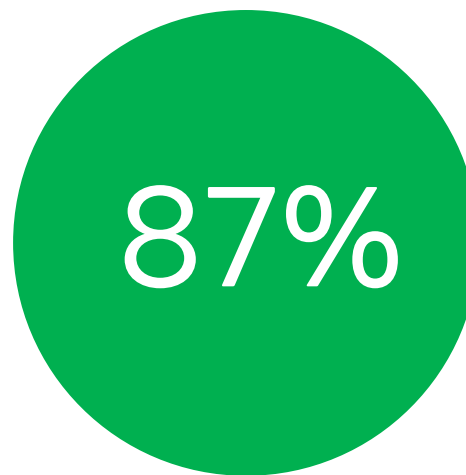
13-24歲



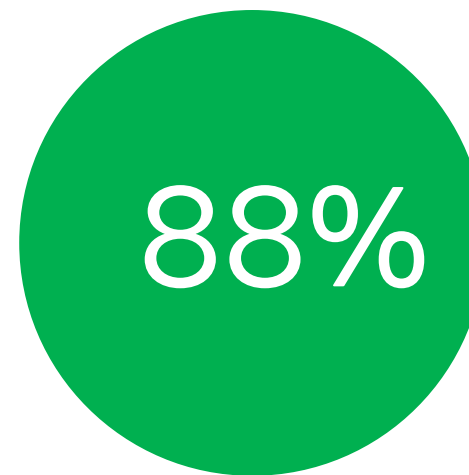
25-44歲, 女性



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

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 Billboard Video 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 Billboard 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*。

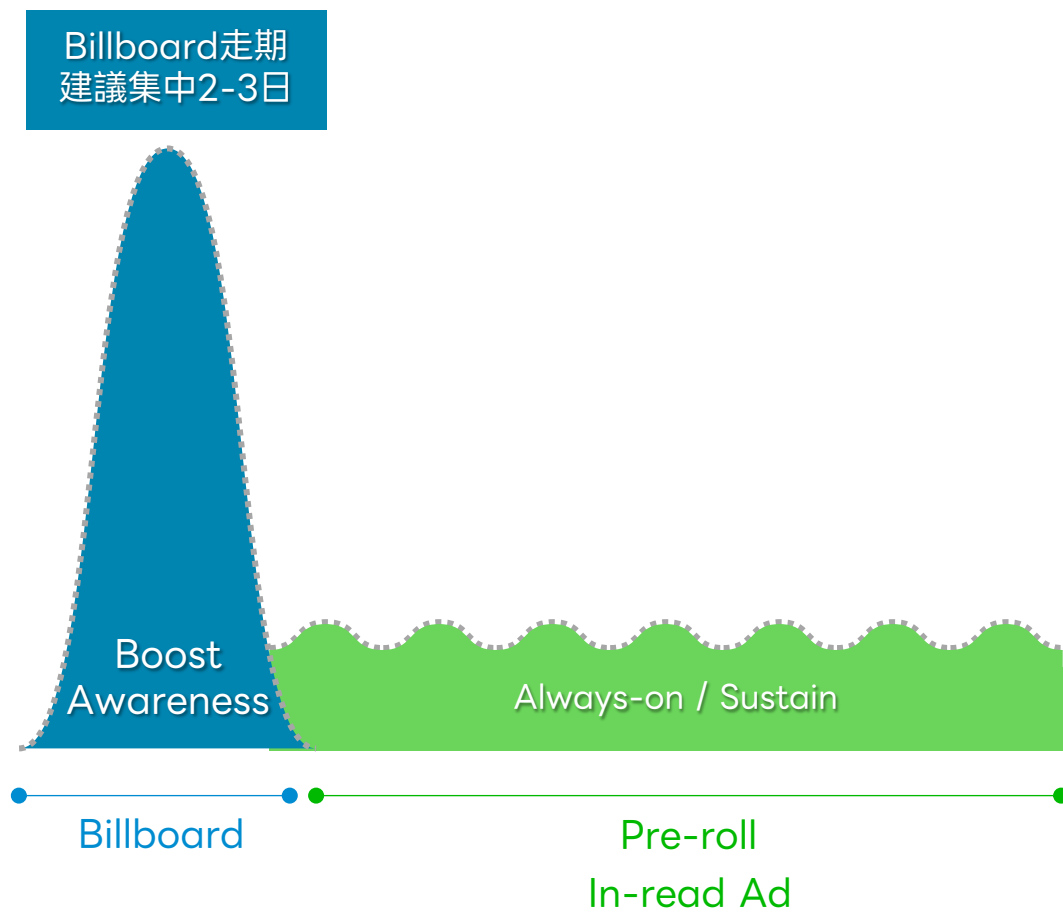
*使用該服務前，建議您再度向追蹤服務提供商確認最新版的的可視曝光定義。

*此服務由第三方服務商提供，購買LINE TODAY Billboard 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。

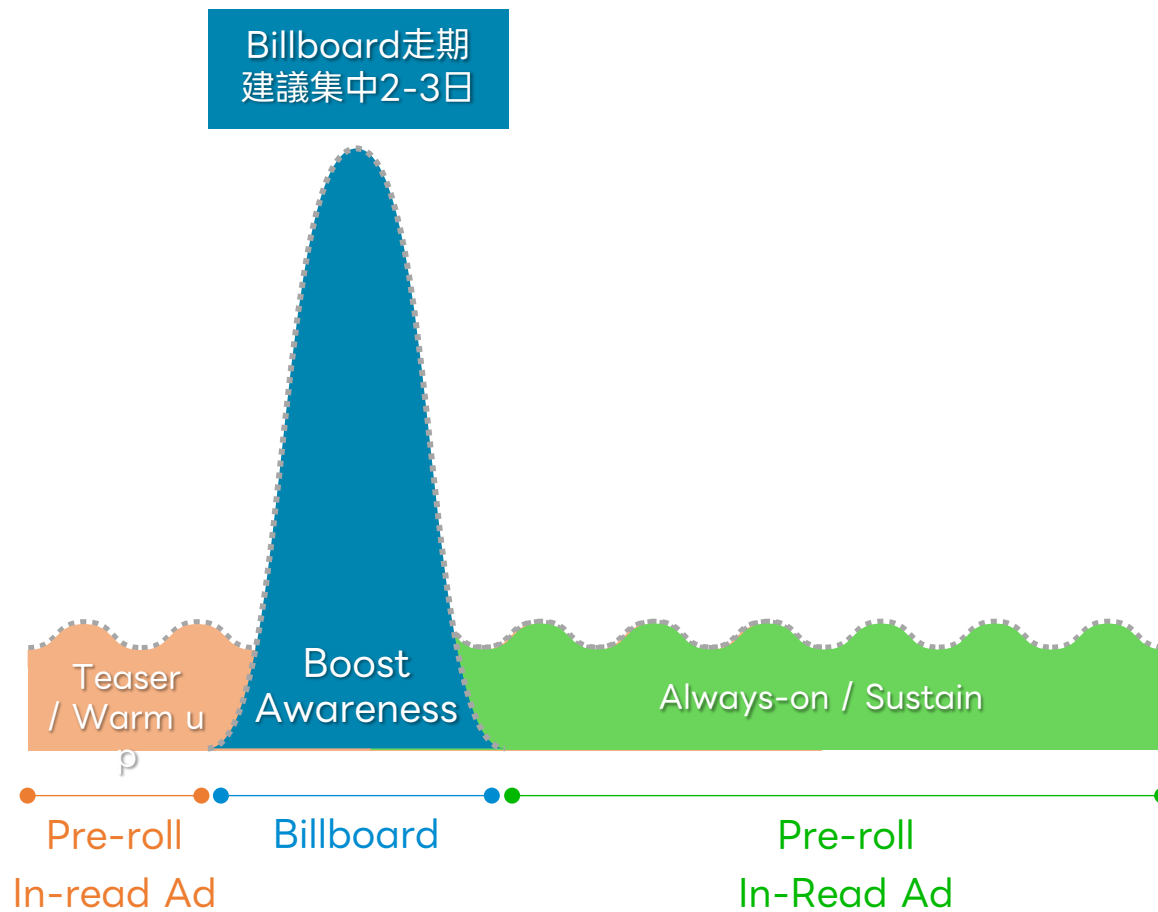
*目前IAS可視度曝光追蹤於台灣僅支援LINE TODAY的環境(mobile web)，其他的服務環境(App)目前尚不支援

推薦 LINE TODAY 波段式操作

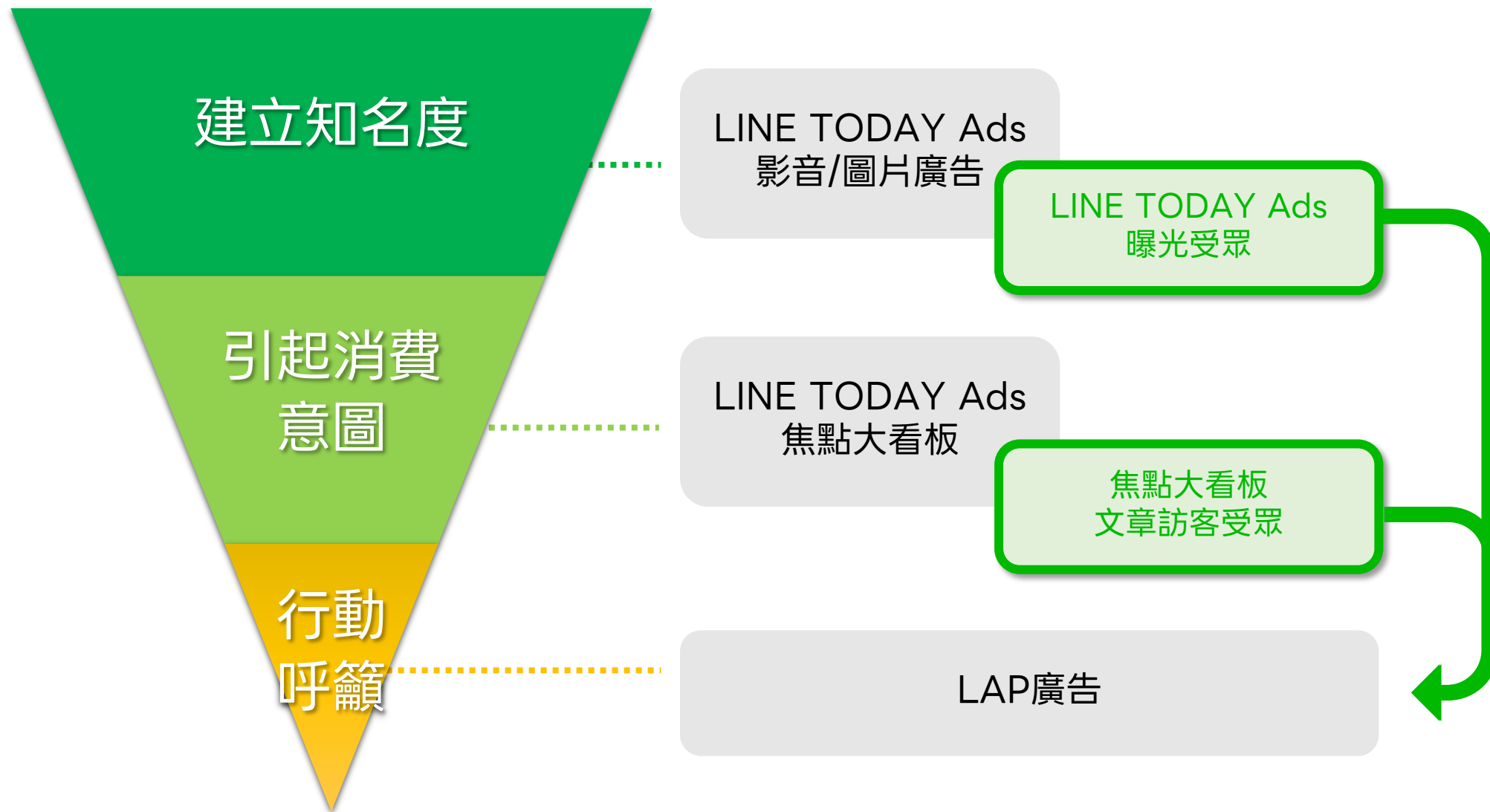
Scenario 01：上市擴大曝光 + 持續維持聲量



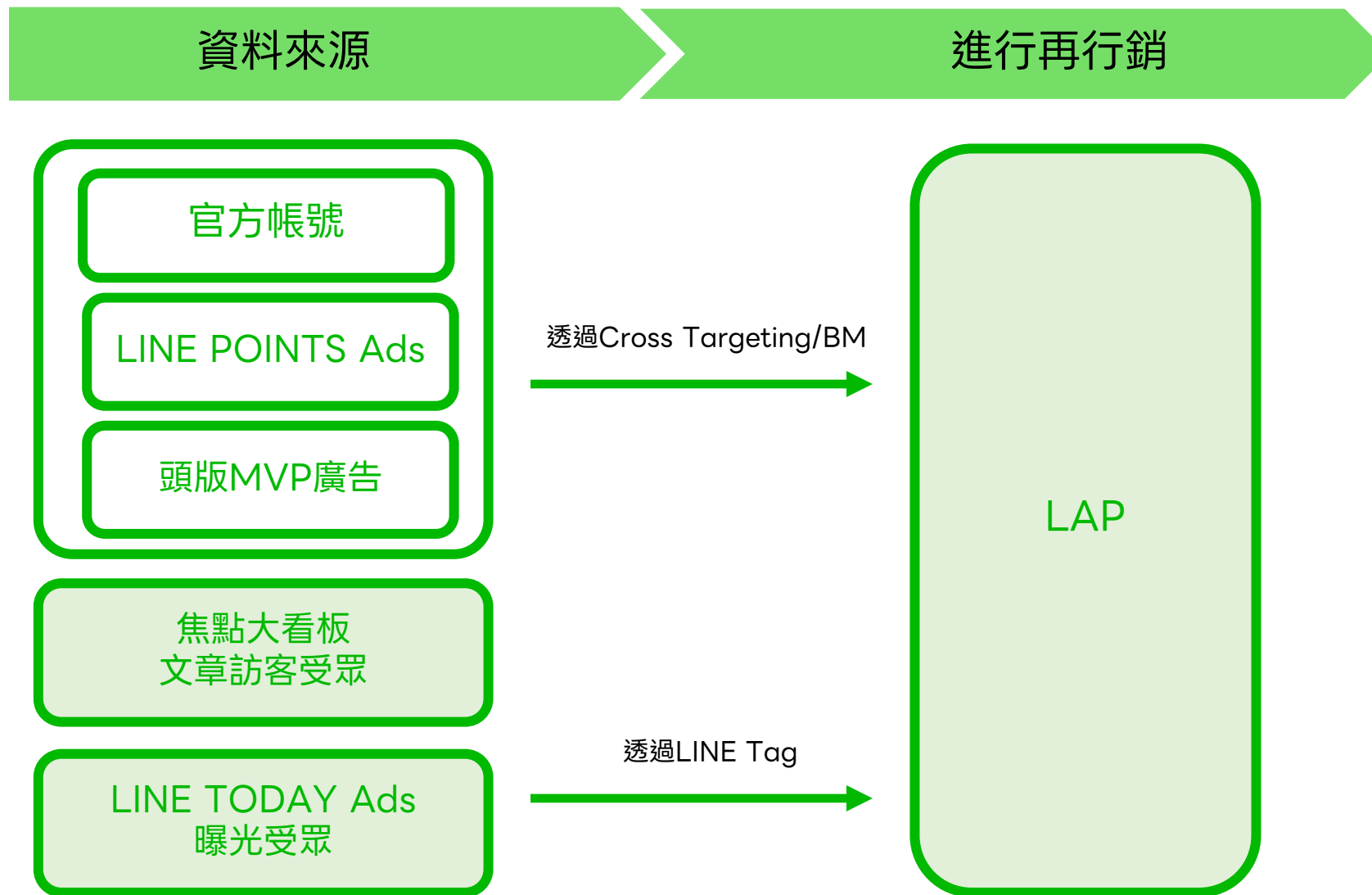
Scenario 02：預熱暖身 + 上市擴大曝光 + 持續維持聲量



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



廣告產品規格與銷售方案

Billboard 定價與銷售規則一覽

分類	購買門檻	版型	單價
影音	\$30萬元	• 單影音	• 60秒（含）以下：可視曝光計價 vCPM \$300 • 15秒(含)以下：完整觀看計價 CPCV \$0.6
		• 單影音-含標題	• 60秒（含）以下：可視曝光計價 vCPM \$300
		• Collection Ads	• 60秒（含）以下：可視曝光計價 vCPM \$375
圖片	\$20萬元	• 單圖片	• 曝光計價 CPM \$80
		• 單圖片-含標題	• 曝光計價 CPM \$80
		• Collection Ads	• 曝光計價 CPM \$100

鎖定條件		
加價20%	年齡性別	興趣分類
	作業系統	時段
	六大地區	
加價30%	天氣：氣溫	天氣：降雨機率
	天氣：紫外線	天氣：空氣品質

*以上價格均為NTD新台幣未稅金額。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。

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

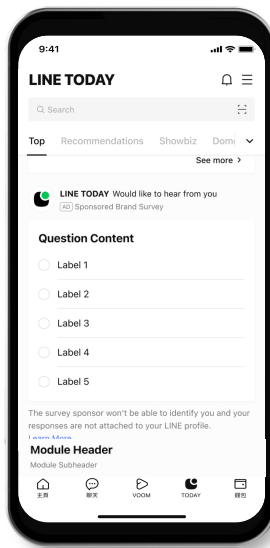
搜集足夠的
問卷填答樣本

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

多樣受眾化鎖定，將廣告遞送給目標客群

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。

多樣受眾化鎖定，將廣告遞送給目標客群

天氣鎖定

天氣鎖定 - 氣溫

寒流：10度(含)以下

寒冷：11~14度

舒適偏冷：15~20度

舒適偏暖：21~27度

炎熱：28度以上

推薦飲冰品、食品、防寒/涼感衣使用

天氣鎖定 - 紫外線

中低量級：0~5

高量/過量/危險級：6以上

推薦防曬相關美妝、防曬服飾使用

天氣鎖定 - 降雨機率

機率低：小於50% (不含)

機率高：50% (含) 以上

推薦除濕機、有外送服務品牌使用

天氣鎖定 - 空氣品質 (日AQI)

普通/良好：0~100

對敏感族群不健康~有害：超過100

推薦空氣清淨機、相關保健食品使用

廣告曝光位置

鎖定特定天氣資訊才推播廣告
更貼近使用者當下情境、心境！

TODAY天氣資訊



- 天氣資料機制：當用戶同意LINE APP 地理定位功能，系統可判斷使用裝置當下「鄉鎮市區」分層的地區定位；天氣資料來源取自環保署與AccuWeather開放資料。
- 天氣鎖定條件使用規則：每波活動只能選擇一種條件使用，加價30%，不可多種天氣條件疊加；若使用天氣鎖定條件僅可再加鎖「性別年齡」條件。單一天氣鎖定條件裡的詳細選項之間是「OR，或」的關係，可多選或單選，僅加一次價格。
- 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。

LINE

多樣受眾化鎖定，將廣告遞送給目標客群

天氣鎖定

銷售規則說明：

- 銷售走期固定為30天，因廣告遞送條件為不可控的「天氣狀況」，因此無法保證遞送量，若在廣告走期內未執行完之預算，於走期結束後三個月內，可選擇延期、實花實銷結算或轉移訂購 LINE Display 其他產品 (不含LAP)；選擇實花實銷結算時請留意，若有使用特定優惠則需花費超過優惠規範金額才可適用。
- 每波活動只能選擇一種「天氣」條件，加價30%，不可多種天氣條件疊加；若使用天氣鎖定條件僅可再加鎖「性別年齡」條件。單一天氣鎖定條件裡的詳細選項之間是「OR，或」的關係，可多選或單選，舉例選擇「舒適偏暖：21~27度」與「炎熱：28度以上」，僅加價一次。
- 單筆活動門檻同原產品規則。若不同天氣條件區間想使用不同素材（舉例：不同溫度區間顯示不同素材）：需拆不同筆預算，每筆需滿各自門檻。

廣告曝光位置

鎖定特定天氣資訊才推播廣告
更貼近使用者當下情境、心境！

TODAY天氣資訊



- 天氣資料機制：當用戶同意LINE APP 地理定位功能，系統可判斷使用裝置當下「鄉鎮市區」分層的地區定位；天氣資料來源取自環保署與AccuWeather開放資料。
- 天氣鎖定條件使用規則：每波活動只能選擇一種條件使用，加價30%，不可多種天氣條件疊加；若使用天氣鎖定條件僅可再加鎖「性別年齡」條件。單一天氣鎖定條件裡的詳細選項之間是「OR，或」的關係，可多選或單選，僅加一次價格。
- 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。

LINE

Appendix

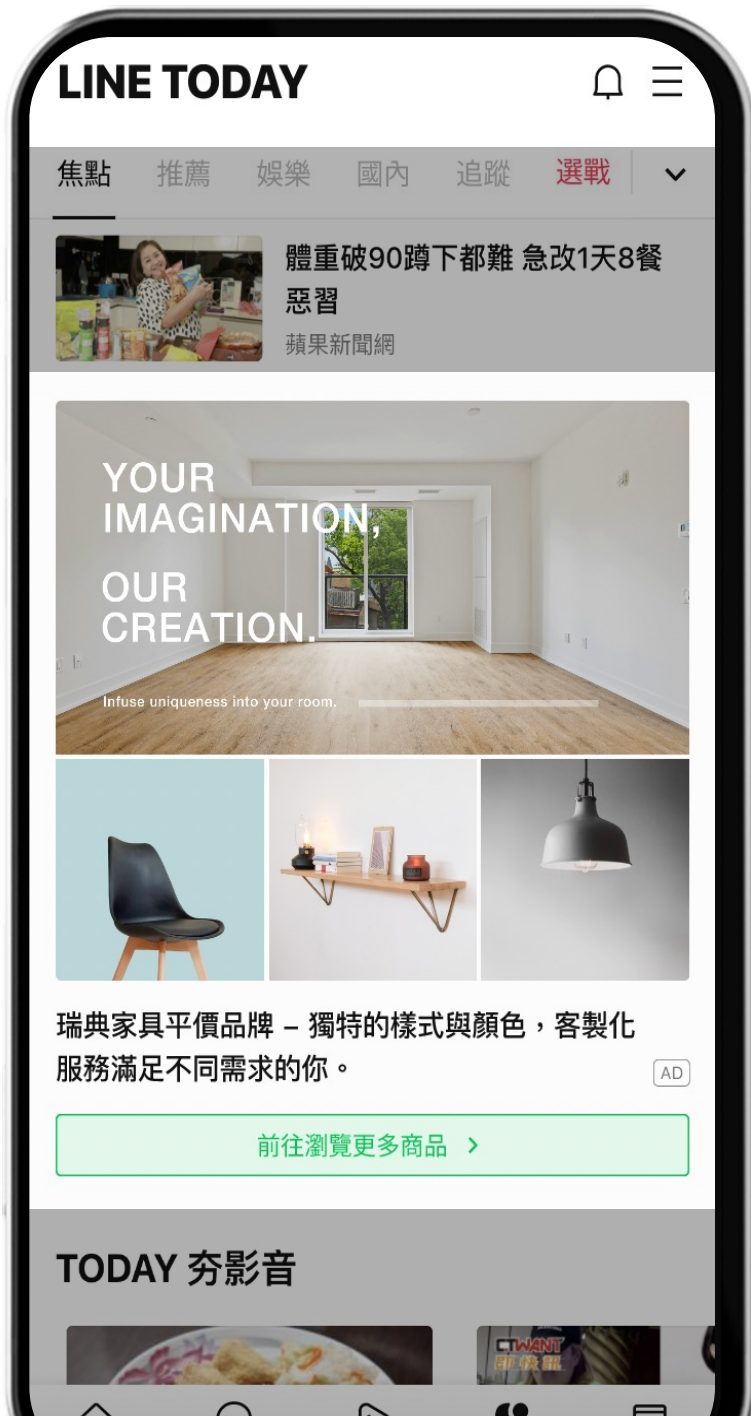
進稿規範

圖片系列規格

	單圖片	單圖片 – 含標題
素材規格	<ul style="list-style-type: none">• 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/• 素材輪替：最多3組（需同時進稿），預設由系統根據CTR成效優化遞送比例• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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/• 廣告位置：LINE TODAY首頁（焦點）「TODAY夯影音」模組上方，廣告位置可能會隨首頁版型改變而有所調整，LINE保留調整廣告位置的權利。	

影片系列規格

	單影片	單影片 – 含標題
素材規格	<ul style="list-style-type: none">• 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/• 素材換稿／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，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	<ul style="list-style-type: none">• 影片可視曝光：定義為影片播放器50%顯示在瀏覽器視窗(0秒)• 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/。• 廣告位置：LINE TODAY首頁（焦點）「TODAY夯影音」模組上方，廣告位置可能會隨首頁版型改變而有所調整，LINE保留調整廣告位置的權利。	



Collection Ad 推薦使用方式

主視覺（可為圖片或影片）

適合擺放主打品牌與活動核心資訊
建議使用讓人過目難忘的吸睛主視覺

三圖組

推薦展示多個主打商品，或單一商品的各細節特色特寫
連結可單獨設定，直接連至該產品頁面

標題

承接上方視覺展示，用文字展現本次活動的Punchline

按鈕

使用更即刻的呼籲口號讓使用者當下就想點擊一探究竟

Collection 系列規格

	Collection Ads
素材規格	<ul style="list-style-type: none">• 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/• 支援 Click tracking 第三方追蹤URL，請提供https格式，詳細資訊請洽業務。• 若要進行 Impression-tracking 第三方追蹤，限另提供一個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	<ul style="list-style-type: none">• 若主視覺為影片，影片可視曝光：定義為影片播放器50%顯示在瀏覽器視窗(0秒)• 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/。• 廣告位置：LINE TODAY首頁（焦點）「TODAY夯影音」模組上方，廣告位置可能會隨首頁版型改變而有所調整，LINE保留調整廣告位置的權利。

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): 16:9In-read Ad Video: 16:9Backdrop 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



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/>

廣告設定完成：截圖範例

Name	Status  	Type 	Priority	Start time	End time
Billboard ID: 4718035650 Responsive Banner Direct	 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

圖片系列

Date	Line Item	Total impressions	Total clicks	Total CTR

影片系列

Date	Line item	Total impressions	Total Active View viewable impressions	Total clicks	Total CTR	Start (View)	First quartile	Midpoint	Third quartile	Complete	Completion rate

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。
- Billboard Video 系列曝光定義為：Impressions 為50% + 0秒; Active View viewable impressions為50%+2秒。
- Collection Ads 版型說明：
 - 不會單次多個素材重複計算曝光，使用者單次看到廣告僅計算一次曝光。
 - 連結與報表：4個素材+1個按鈕=五個區塊，可分設不同連結URL；LINE提供的報表點擊數在報表上會加總呈現，無法拆分5個區塊的點擊數。

THANK YOU

若對 LINE TODAY Billboard 首頁告示牌有興趣，請洽您的 LINE 廣告業務窗口。