LINE TODAY In-read Ad

新聞文章吸睛版位搭配規模化精準，無形中影響消費者決策！

Feb 22, 2022

LINE

LINE TODAY

高達95% LINE用戶使用，全台大小事一手掌握

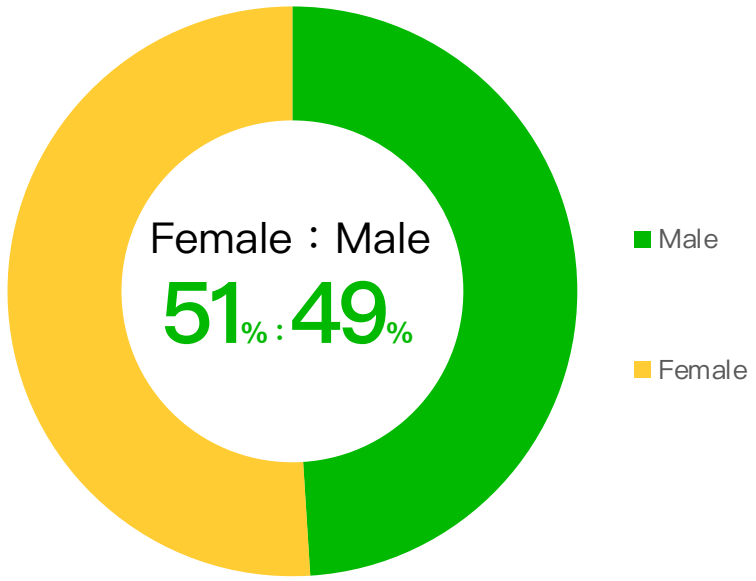
1800萬+ 月活躍用戶

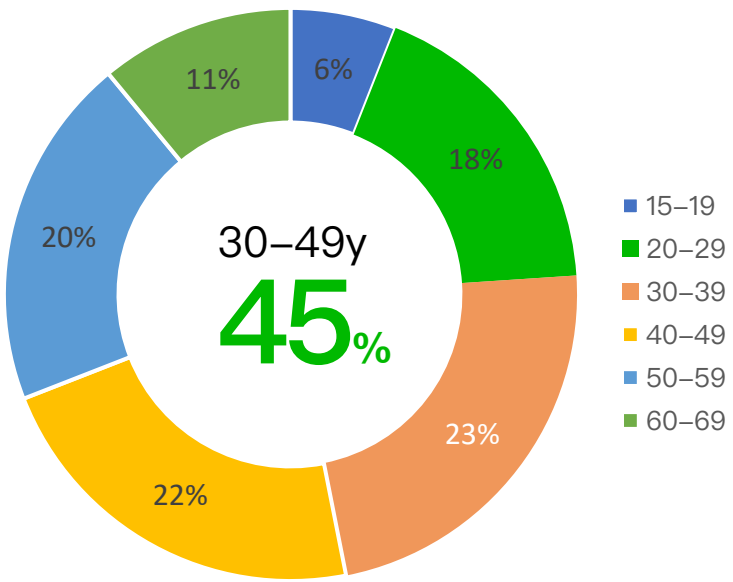
600家 合作夥伴

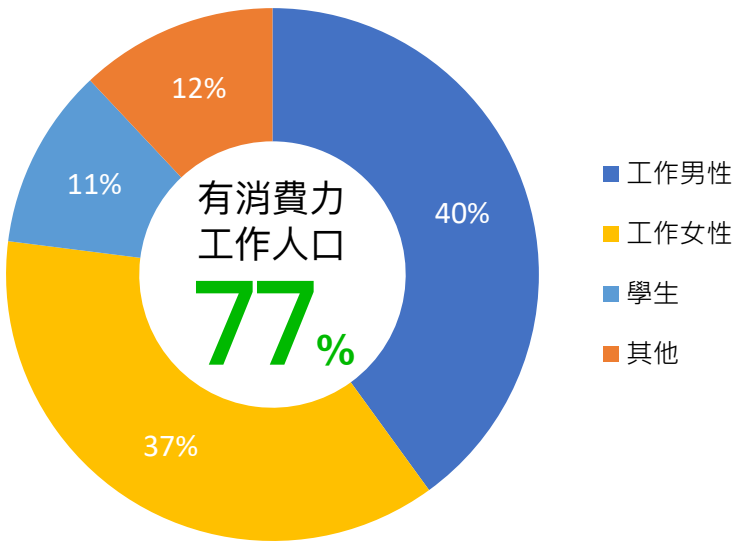
3000則 每日上稿數

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

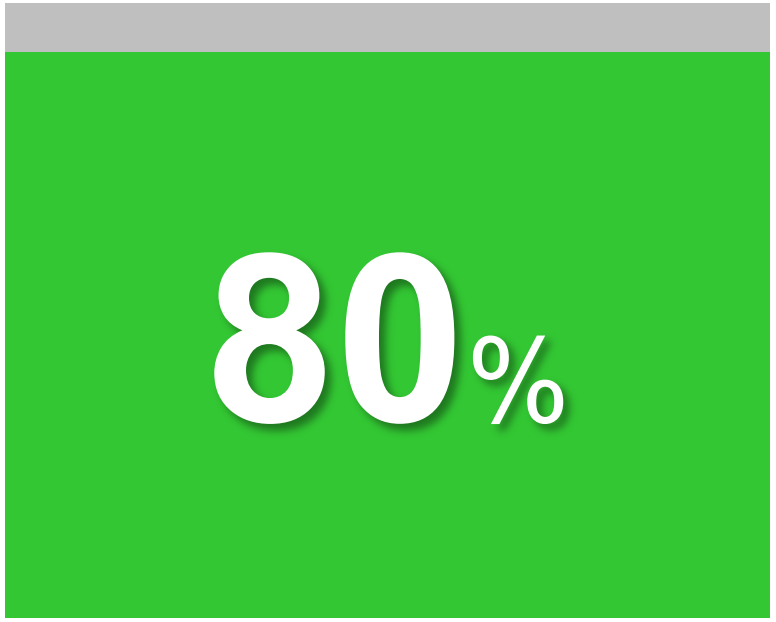




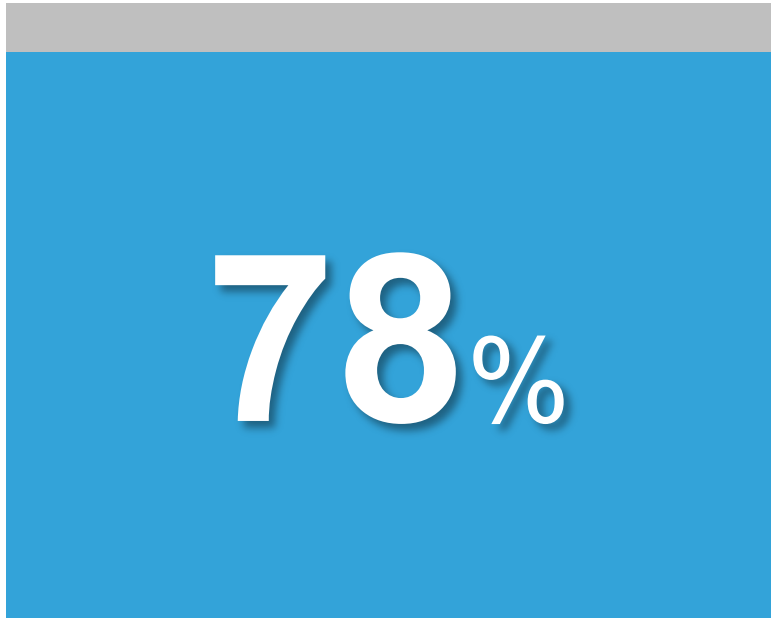


Source: 2021 LINE使用行為研究調查
Base: 15–69歲有使用LINE TODAY；N=634；加權千人數：9,269千人

LINE TODAY是消費者獲取各式知識資訊的重要入口



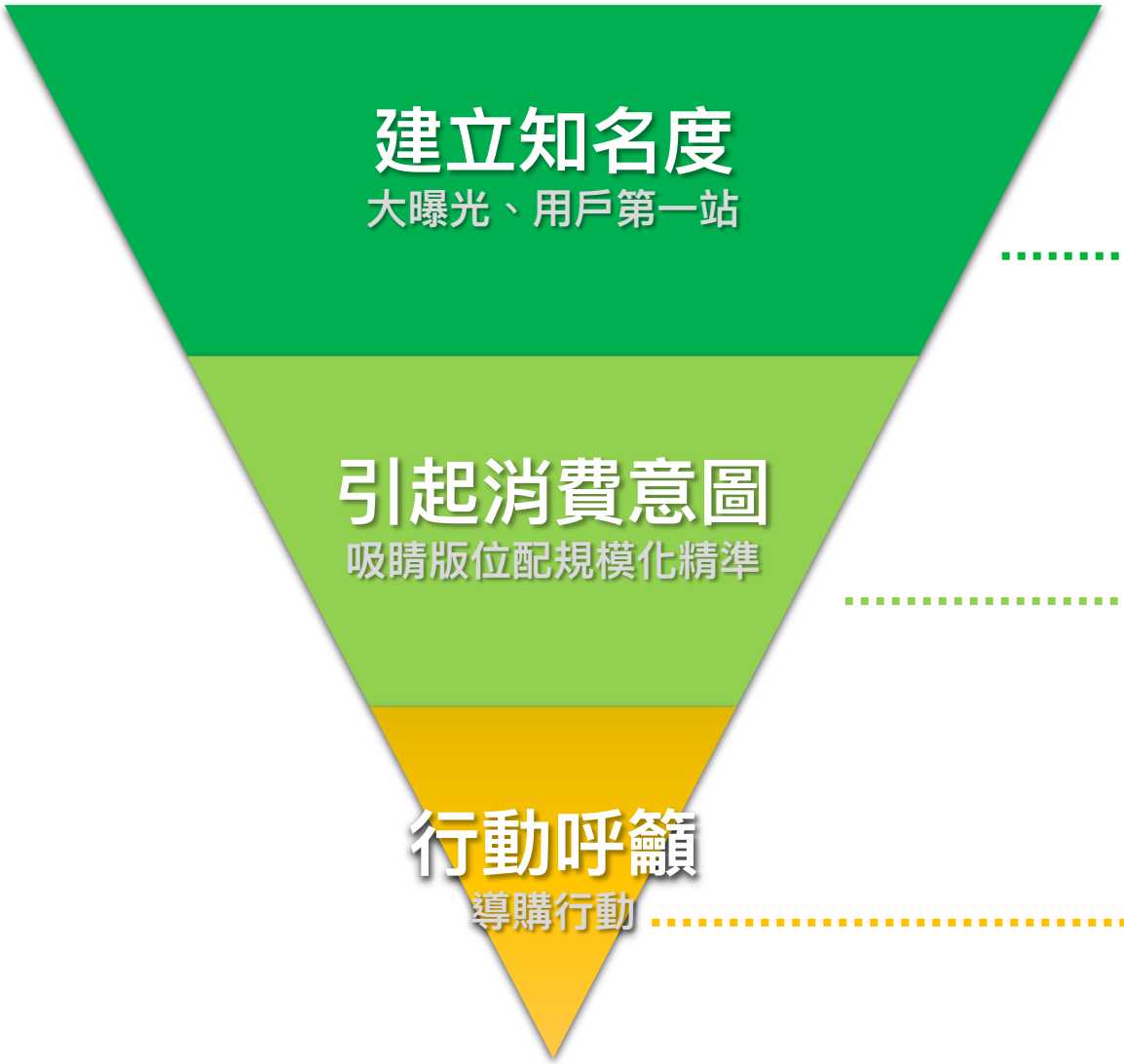
LINE TODAY是我
每日獲取新聞資訊的第一站



LINE TODAY在疫情期間
是我主要的新聞資訊來源

Source: Nielsen 2021 LINE使用行為研究調查
Base: 15–69歲使用LINE TODAY；N=634；加權千人數：9,269千人

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	
影片 Pre-roll	
首頁廣編 Headline	
全站輪播 LAP	

LINE TODAY In-read Ad

文章中高吸睛度版位
跟隨新聞熱潮締造品牌話題、影響消費者決策

In-read 高可見度

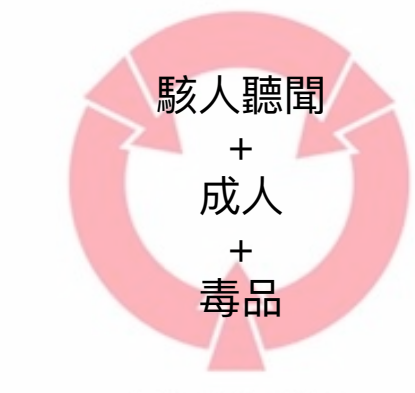
規模化 精準曝光

多樣化鎖定，將廣告遞送給目標觀眾

從 內容話題 出發

內容分類鎖定

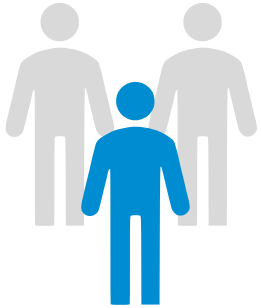
濾除敏感議題



從 受眾輪廓 出發

年齡性別鎖定

作業系統鎖定



六大地區鎖定

北北基
桃竹苗
中彰投
雲嘉南
高屏
宜花東+離島

興趣分類鎖定

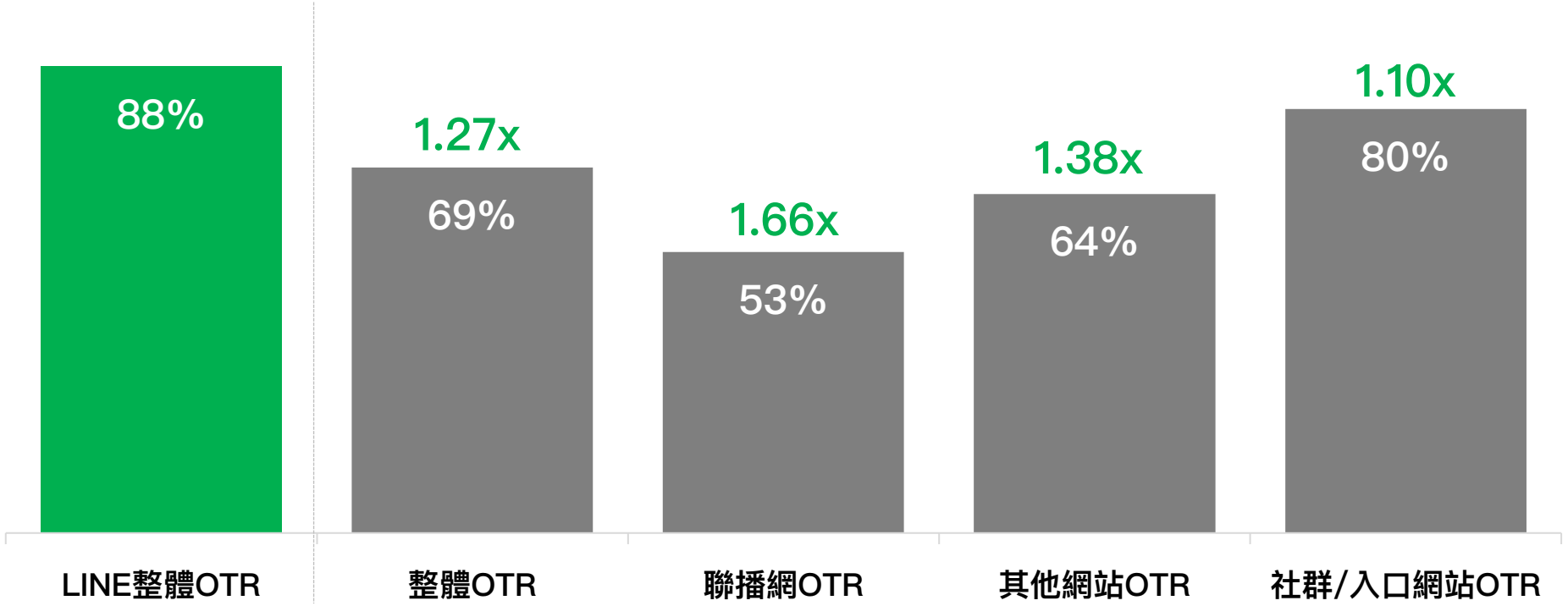
美妝保養
美體瘦身
時尚達人
服飾與配件
美食飲品
營養保健
嬰幼兒用品
愛家居
北捷通勤族
車迷
網購族群
運動愛好者
理財愛好者
3C電子
遊戲玩家
科技愛好者
電影愛好者

- 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，在特殊專案包案期間，限定分類不開放鎖定，例如：NBA、選舉專區、12強、金曲金鐘金馬獎、過好年等等。
- 濾除敏感議題：濾除敏感議題為三大議題面向整組鎖定不分拆
- 用戶年齡性別/地區/內容分類/興趣類別等鎖定條件，詳細選項請洽LINE Sales。

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

為廣告主精準鎖定各年齡層目標受眾

LINE | nielsen

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
90%	88%	87%	88%

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

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。此鎖定條件將濾除三大議題面向：

駭人聽聞

暴力或造成死傷等社會犯罪事件或新聞議題

毒品

毒品吸食、犯罪等新聞議題

成人

性犯罪或腥羶色等新聞議題

*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

注意事項：

* 此鎖定條件僅能應用於 Scroller Ad、In-read Ad
* 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。

LINE

In-read Ad 影片 – 價格表

影片長度	vCPM 定價
1–60秒	vCPM 200
61–120秒	vCPM 300
121–180秒	vCPM 400
精準鎖定	使用一種鎖定條件加價20%， 鎖定種類請參考P.7
最低購買門檻	$10萬元

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。

In-read Ad 圖片 – 價格表

推薦方案	LINE TODAY文章頁千萬曝光 **1,000萬次曝光，售價$25萬**
精準鎖定+	可另外使用鎖定條件提升廣告精準度， 推薦至少鎖定一種鎖定條件以獲得更好的點擊率。 一種鎖定條件加價20%，種類請參考P.7。

注意事項
- 最低購買門檻：$20萬元。
- 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。

廣告刊登流程

廣告主審核及流量確認	• 實際流量以廣告設定當下流量為主。
簽回合約及繳交素材	• 請務必簽回委刊單才可上稿。 • 請遵守素材製作及廣告規範。(廣告規範請參閱https://terms.line.me/line_AD_LTL?lang=en) • 請於走期開始日之5個工作天前提供素材。
素材審核	
廣告設定	
廣告走期開始	• 依照設定時間開始刊登。 • 廣告上線為台灣時間10:00。 • 廣告結束為台灣時間22:59。
報表提供	• 報表將設定於廣告走期期間每日由系統自動寄送。

* 以上時程規劃LINE保有更動權利。

In-read Ad 影片 – 素材規格

入稿素材	入稿形式	規定	注意事項
影片	MP4	1–180秒 100MB以內	・16:9 HD高畫質, 1280x720P以上解析度 ・影片長度：1–180秒 ・音量及暫停鍵為固定位置與大小, 無法變動。為避免影片主視覺或文字與系統制式顯示圖示重疊，再請留意其顯示位置
標題	文字	最多20字元	・所有半形全形(含空白)皆算一個字元 ・不可放入連結(URL) ・不可指定斷行 ・建議使用符號請參考P17
廣告顯示文字	文字	最多75字元	・所有半形全形(含空白)皆算一個字元 ・不可放入連結(URL) ・不可指定斷行 ・建議使用符號請參考P17
按鈕文字	文字	固定4字中文字元	・請提供4字中文字元 ・中文字後「>」為固定符號, 無法調整
廣告走期	日期	–	・開始時間：台灣時間10:00 ・結束時間：台灣時間22:59
外連網頁網址	URL	–	・請提供https://開頭格式，支援Click / Impression 第三方追蹤URL， 詳細資訊請洽業務。

In-read Ad 圖片 – 素材規格

入稿素材	入稿形式	規定	注意事項
圖片	JPG/PNG	1200×628 950KB以內	・圖檔若包含文字，建議盡量簡潔清楚，避免縮圖後難以閱讀。 ・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。
標題	文字	最多20字元	・所有半形全形(含空白)皆算一個字元 ・不可放入連結(URL) ・不可指定斷行 ・建議使用符號請參考P.17
廣告顯示文字	文字	最多75字元	・所有半形全形(含空白)皆算一個字元 ・不可放入連結(URL) ・不可指定斷行 ・建議使用符號請參考P.17
按鈕文字	文字	固定4字中文字元	・請提供4字中文字元 ・中文字後「>」為固定符號, 無法調整
廣告走期	日期	–	・開始時間：台灣時間10:00 ・結束時間：台灣時間22:59
外連網頁網址	URL	–	・請提供https://開頭格式，支援Click / Impression 第三方追蹤URL，詳細資訊請洽業務

文案規範：建議使用的符號

類型	符號 (全形 / 半形)
Parentheses	（ ） ［ ］ 「 」 『 』 ｛ ｝ ＜ ＞ ≪≫ (全形) ( ) (半形)
Tilde	～ (全形)
Hyphen	ー (全形) - (半形)
Calculations	＋ － ± × ÷ ＝ ≦≧ ≠ ∞ (全形) - + (半形)
Quotation Marks	‘’ ′ ′ (全形) “” (全形)
Punctuation Marks	。 、 (全形)
Middle Dot	・ (全形)
Comma	， (全形) , (半形)
Period	． (全形) . (半形)
Underscore	＿ (全形) _ (半形)
Percent Sign	％ (全形) % (半形)
Ampersand	＆ (全形) & (半形)
Colon, Semicolon	： ； (全形) : ; (半形)
Ellipses	… (全形)
Slash	／ ＼ (全形) / (半形)
Question Mark / Exclamation Mark	？ ！ (全形) ? ! (半形)
Other	￥ ＄ ＠ ￠ （ 全形 ） ＼ ＄ ＠ (半形)

* 為確保特殊符號正常顯示，建議一律使用上表中的符號。若要使用其他特殊符號，恕不保證廣告內容可於所有行動裝置中正常顯示。
* 符號使用必須遵守文法邏輯
* 可使用當地的貨幣符號
* 如果使用引號，必須在強調的文字前後各使用一個引號，示意開始和結束
* 不得在文案開頭或結束使用空格（試圖引起注意，而不是文案的自然呈現）

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	-	-	-	-	-

THANK YOU

若對 LINE Biz Solutions 有更進一步興趣，請洽您的LINE廣告業務窗口．