

\消費宣言/ 天天都是購物日

LINE購物：夥伴互利計劃

活動走期：2026.04.01 - 2025.06.30

報名截止：4-6月季方案 2026.03.23(一) 前

5月單月方案：2026.04.21(二) 17:00 前

6月單月方案：2026.05.21(四) 17:00 前

CONTENT

◆ 讓夥伴互利成為成長引擎

近年市場動向分享

◆ 如何加入夥伴互利

季方案、月方案

◆ 品牌自行設定加碼合約

後台設定說明及設定範例

◆ 曝光版位示意

(1)LINE購物入稿、(2)品牌自行入稿

◆ 環狀數據：品牌業績推手

發送申請說明、初次綁定教學

近年市場變動 品牌遇到的難題

消費市場的質變



可支配金額挪移調整：總消費額不變，但旅遊等體驗支出增加，排擠了日常購物預算。



猶豫期有感拉長：消費者變得更謹慎，需要更強的誘因，每一筆廣告費都必須花在刀口上。



活動可預知性：消費者已熟悉電商操作，習慣等待大促了才下單，導致淡季業績停滯。

媒體投放的困境



廣告成本增加：不論是獲取新客或維繫舊客，成本皆顯著提升。

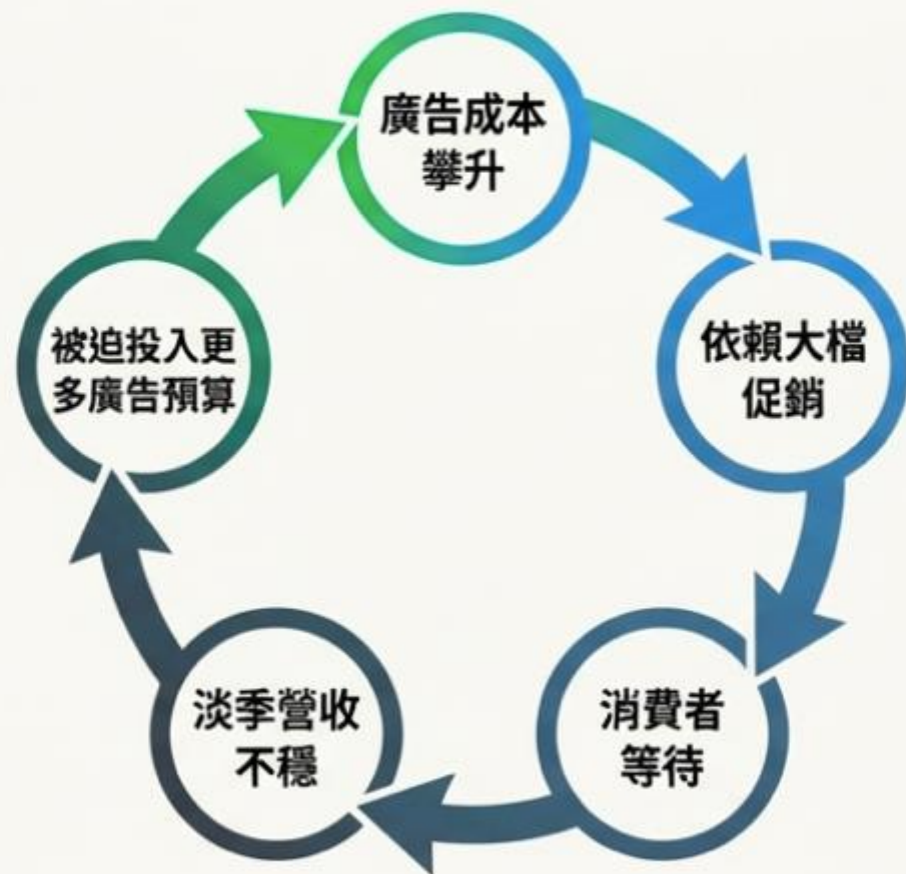


競品增加曝光有限：市場選擇變多，單一品牌要在眾多資訊中脫穎而出變得極其困難。



時間資訊破碎：消費者同時面對多檔活動，注意力被嚴重分散，選擇變得眼花撩亂。

傳統行銷打法，正陷入一場「成本與營收的惡性循環」



這個循環不僅侵蝕利潤，更讓品牌行銷的自主性與可控性越來越低。

是時候，改變遊戲規則了

**讓每一天，都成為
品牌的「超級購物日」。**



**我們需要一個能打破淡旺季限制、擺脫大促綁架、
並與消費者建立持續性溝通的全新模式。**

成為品牌雙軌並行的成長引擎

同時優化「顧客體驗」與「內部營運」，從兩個層面驅動品牌實現可持續的業績成長。



長效穩定驅動品牌業績成長

依不同消費習慣
呈現多樣助攻模式。



美食保健

提高客單價

業績成長(GMV YOY)

261% ★

訂單數成長(Order YOY)

105% ★

增加下單頻率

業績成長(GMV YOY)

83%

訂單數成長(Order YOY)

63%



美妝保養

業績成長(GMV YOY)

66%

訂單數成長(Order YOY)

35%

業績成長(GMV YOY)

42%

訂單數成長(Order YOY)

37%



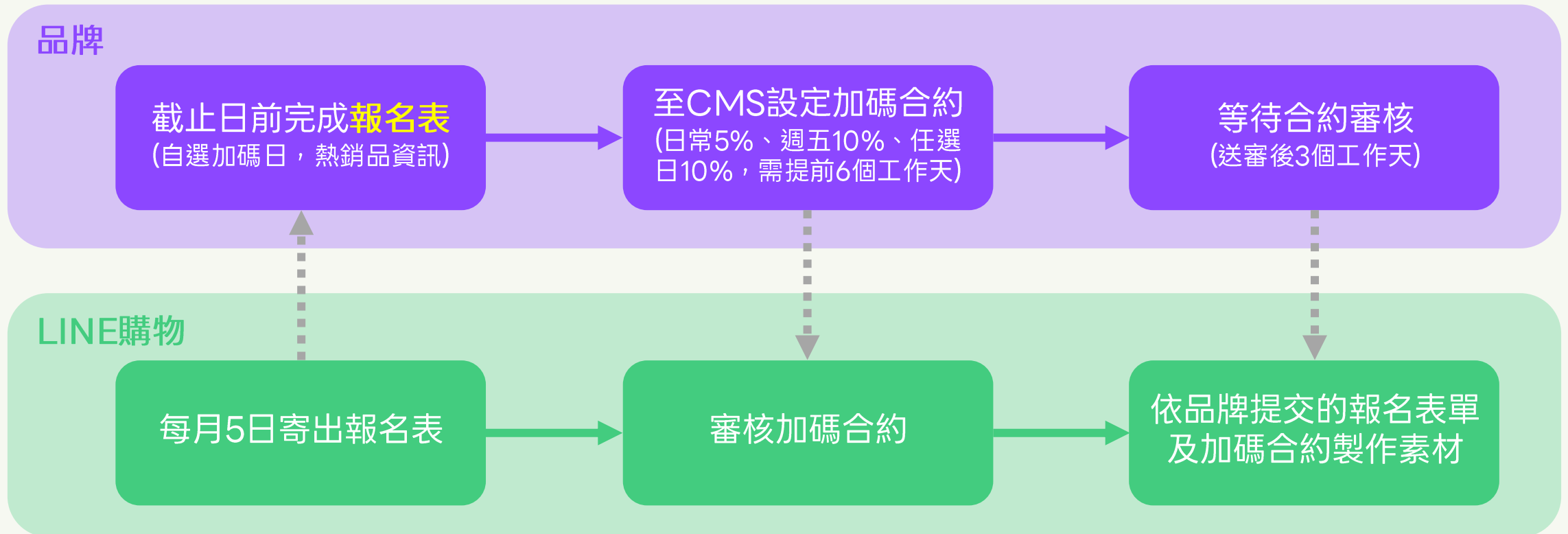
居家生活



流行服飾配件

品牌該如何加入？參與活動時程

每月依固定時間報名收單，逾時不候。



夥伴互利專屬！三大獨家優勢



最多支援 任選日6天

於品牌官網、社群曝光或發送環狀數據，品牌可額外任選最多 6 日，LINE購物支援 10% 回饋。



免製作 廣告素材

所有曝光素材，將由LINE購物團隊統一規劃製作，有效減低您的行銷溝通與製作成本。



免收取 AD POINTS

LINE POINTS 回饋費用全免(免點數費\$1.3)，讓你能以最大誠意回饋顧客，無需承擔額外成本。

如何加入夥伴互利 季方案、月方案

品牌加入專案：需負擔的廣告成本

- CPS 提升至 15%

● 舉例：若CPS8%，\$1,000*CPS8%=CPS成本%\$80，參加夥伴互利\$1,000*CPS15%=CPS成本%\$150

LINE購物支持：消費者獲得點數回饋*點數全數由LINE購物支付

- 日常鋪底：消費者獲得點數5%
- 每 週 五：消費者獲得點數10%
- 於 [品牌官網/社群曝光] 或 [發送環狀數據]，額外支援任選 **3** 日點數回饋10%
(日期由品牌自行決定，送審加碼合約後則不得更改)



點我報名



加入夥伴互利，消費者全月得點示意說明						
週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日
			1日	2日	3日	4日
			任選日10%	週五翻倍10%	日常鋪底5%	
5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日
日常鋪底5%				週五翻倍10%	日常鋪底5%	
12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日
日常鋪底5%		任選日10%	日常鋪底5%	週五翻倍10%	日常鋪底5%	
19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日
日常鋪底5%				週五翻倍10%	日常鋪底5%	
26日	27日	28日	29日	30日	31日	
日常鋪底5%				週五翻倍10%	任選日10%	

於 [品牌官網/社群曝光] 或 [環狀數據] 示意

可搭配官網行銷活動排程疊加優惠，於官網/社群依品牌期望時間曝光，增加轉換。



品牌加入專案：需負擔的廣告成本

- CPS 提升至 15%

- 舉例：若CPS8%，\$1,000*CPS8%=CPS成本%\$80，參加夥伴互利\$1,000*CPS15%=CPS成本%\$150

LINE購物支持：消費者獲得點數回饋*點數全數由LINE購物支付

- 日常鋪底：消費者獲得點數5%
- 每週五：消費者獲得點數10%
- 於 [品牌官網/社群曝光] 及 [每月送環狀數據]，額外支援每月任選 **6** 日點數回饋10%
(日期由品牌自行決定，送審加碼合約後則不得更改，不可跨月或合併月份使用)



點我報名



加入夥伴互利，消費者每月得點示意說明						
週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日
			1日	2日	3日	4日
			任選日10%	週五翻倍10%	日常鋪底5%	
5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日
日常鋪底5%				週五翻倍10%	日常鋪底5%	
12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日
日常鋪底5%				週五翻倍10%	日常鋪底5%	
19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日
任選日10%				週五翻倍10%	日常鋪底5%	
26日	27日	28日	29日	30日	31日	
日常鋪底5%				週五翻倍10%	任選日10%	

於 [品牌官網/社群曝光] 或 [環狀數據] 示意

可搭配官網行銷活動排程疊加優惠，於官網/社群依品牌期望時間曝光，增加轉換。



**品牌自行設定加碼合約
後台說明及範例**

*若無此權限，請聯絡你的LINE購物窗口或LINE購物小管家

品牌至CMS後台 > 行銷活動合約管理 自行設定：日常5%、週五10%、任選日10% 加碼合約

活動合約設定 ● 以 1/1-1/2 得點示意，加碼10%舉例說明

合約時間：2026/01/01 00:00:00 ~ 2026/01/02 23:59:59

備註：

1/1-1/2_加碼10%

● 備註勿填寫特殊符號，無特殊限制清楚好懂即可

Product Type Name	Product Type資訊	鋪底合約%	加碼後前台回饋% ^①	CPS	廠商自行加碼 ^② (加碼後前台回饋%-鋪底合約%)
normal	說明：全館商品 活動標籤： 說明連結：	2%	10% 返點上限：-1 點 無上限	15%	0% 點數採購單價：1.2

活動合約設定 ● 以 1/3-1/4 得點示意，加碼5%舉例說明

合約時間：2026/01/03 00:00:00 ~ 2026/01/04 23:59:59

備註：

1/3-1/4_加碼5%

● 備註勿填寫特殊符號，無特殊限制清楚好懂即可

Product Type Name	Product Type資訊	鋪底合約%	加碼後前台回饋% ^①	CPS	廠商自行加碼 ^② (加碼後前台回饋%-鋪底合約%)
normal	說明：全館商品 活動標籤： 說明連結：	2%	5% 返點上限：-1 點 無上限	15%	0% 點數採購單價：1.2

調整CPS僅適用於夥伴互利專案，一般加碼活動，可參考額外附件：

【合約自動化】全站及單品加碼合約設定說明_2511

設定
說明

I. 行銷活動合約管理

* 如欲加開行銷活動合約管理功能，請洽LINE購物窗口

① 基本功能說明 | ②新增活動加碼合約 | ③新增單品加碼合約

行銷活動合約管理

1.

⚠ 您有 2 筆合約審核未通過，請儘快確認

- 1. 行銷活動請於 3 天前提報。若狀態為已審核，則活動時間不會再變動。
- 2. LINE PM 未審核前，皆可進行刪除；若 LINE PM 審核不通過，則可進行編輯。

活動類型： 活動加碼 單品加碼

審核狀態： 待審核 通過 不通過 草稿

活動時間：年/月/日 ~ 年/月/日

新增活動加碼合約

新增單品加碼合約

合約類型	合約備註	活動時間	審核狀態	動作
單品加碼	blabla	2026-01-01 00:00:00 ~ 2026-01-01 00:59:59	待審核	<input type="button" value="檢視"/> <input type="button" value="刪除"/>
單品加碼	demo 重新提交	2026-01-01 00:00:00 ~ 2026-01-01 00:59:59	待審核	<input type="button" value="檢視"/> <input type="button" value="刪除"/>
活動加碼	ECAC_7.26_20250723 ET	2025-11-30 00:00:00 ~	通過	<input type="button" value="檢視"/>

2.

1. 點擊此區塊即可查看審通未通過的合約清單
2. 審核狀態及可操作的動作對應：

狀態	動作說明
待審核	a. 已提交活動，待LINE購物審核 b. 合約狀態：可「檢視」及「刪除」
通過	a. 活動已被LINE購物核可，於活動時間啟用 b. 合約狀態：只可「檢視」
審核不通過	a. 活動被駁回，請確認LINE購物回覆的不通過原因後重新提交活動 b. 合約狀態：可「編輯」及「刪除」
草稿	a. 單品加碼合約建立中斷時，會產生的草稿資料 b. 合約狀態：可「編輯」及「刪除」

I. 行銷活動合約管理

* 如欲加開行銷活動合約管理功能，請洽LINE購物窗口

① 基本功能說明 | ② 新增活動加碼合約 | ③ 新增單品加碼合約

行銷活動合約管理

⚠ 您有 2 筆合約審核未通過，請儘快確認

1. 行銷活動請於 3 天前提報。若狀態為已審核，則活動時間不會再變動。
2. LINE PM 未審核前，皆可進行刪除；若 LINE PM 審核不通過，則可進行編輯。

活動類型：活動加碼 單品加碼

審核狀態：待審核 通過 不通過 草稿

活動時間：年/月/日 ~ 年/月/日 查詢 重設

1. 新增活動加碼合約 新增單品加碼合約

合約類型	合約備註	活動時間	審核狀態	動作
------	------	------	------	----

1. 點擊「新增活動加碼合約」
2. 選取「合約時間」後系統會自動帶入鋪底導購合約，分為 2 類(不會並存)：

活動合約設定

合約時間：2025/12/04 00:00:00 ~ 2025/12/04 23:59:59

12/4_10%

較常見

a. Product Type 只有 Normal 情境

Product Type Name	Product Type資訊	鋪底合約%	加碼後前台回饋% (返點上限)	CPS	廠商自行加碼 (加碼後前台回饋%-鋪底合約%)
normal	說明：全館商品 活動標題： 說明連結：	2%	2% 返點上限：-1 點	8%	0% 點數採購單價：1.2

活動合約設定

合約時間：2025/10/23 00:00:00 ~ 2025/10/31 23:59:59

11/1-11/13 活動加碼

b. Product Type 有多項目之情境

Product Type Name	Product Type資訊	鋪底合約%	加碼後前台回饋% (返點上限)	CPS	廠商自行加碼 (加碼後前台回饋%-鋪底合約%)
normal	說明：一般商品 活動標題：一般商品 說明連結：https://buy.line.me/xxx	2%	2% 返點上限：-1 點	7%	0% 點數採購單價：1
3c	說明：3C及特殊商品 活動標題：台北3C及特殊商品 說明連結：https://buy.line.me/xxx	1%	1% 返點上限：-1 點	1%	0% 點數採購單價：

I. 行銷活動合約管理

* 如欲加開行銷活動合約管理功能，請洽LINE購物窗口

① 基本功能說明 | ②a.新增「Product Type 只有 Normal」活動加碼合約 | ③新增單品加碼合約

1. 合約時間：2025/12/01 00:00:00 ~ 2025/12/01 23:59:59
2. 備註：
12/1_5%(基礎2%+店家支付3%)

Product Type Name	Product Type資訊	鋪底合約%	加碼後前台回饋% 預計加碼後前台回饋%。返點上限如填寫"-1"，為無上限。	CPS	廠商自行加碼 (加碼後前台回饋%-鋪底合約%)
normal	說明：全館商品 活動標籤：無需填寫 說明連結：	2%	5% 返點上限：-1 點 無上限	8%	3% 點數採購單價: 1.2

1. 輸入合約起迄時間(*必填)：輸入完畢後，會於下方區塊自動代入該區間對應鋪底合約內容，如該時段沒有鋪底合約，則不可設定活動合約，Product Type 只有 Normal 情境，可依需求調整加碼%數：
 - 1) 最晚送審時間為D-3 e.g.12/3(三)開始的合約最晚11/28(五)前需送審
 - 2) 活動合約時間不可重疊 e.g. 如 12/1-12/5 已有活動合約，則不可再重複提報 12/4 活動合約
2. 輸入活動合約備註說明 (*必填) e.g. 12/1_5%(基礎2%+店家支付3%)
 - 1) 加碼後前台回饋% (*必填)：返點上限填寫「-1」為無上限 e.g.返點200點，為單品上限200點
 - 2) CPS (*必填)：不能低於導購鋪底合約的值(往上可以，往下不行若設定小於鋪底合約，則會提醒且不能儲存合約)，CPS不需異動，特別專案活動除外。
 - 3) 廠商自行加碼 (*必填)：(CPS+廠商加碼%) - 加碼後前台回饋不可<0 e.g.活動加碼後前台回饋8%，鋪底合約2%，廠商自行加碼請填6%

I. 行銷活動合約管理

* 如欲加開行銷活動合約管理功能，請洽LINE購物窗口

① 基本功能說明 | ②a.新增「Product Type 只有 Normal」活動加碼合約 | ③新增單品加碼合約

4. 活動合約設定

✖ 很抱歉，您的提報的活動合約不通過，還請確認審核不通過原因，並重新提報合約。

5. 檢視合約審核歷程

審核不通過原因 (第1次審核)	cps%請改為6%
--------------------	-----------

合約時間：2025/09/11 00:00:00 ~ 2025/09/26 23:59:59

備註：
test

Product Type Name	Product Type資訊	舖底合約%	加碼後前台回饋% ⓘ	CPS	廠商自行加碼 ⓘ (加碼後前台回饋%-舖底合約%)
-------------------	----------------	-------	------------	-----	------------------------------

3. 若出現「審核不通過」進入點合約內容編輯頁時，會出現「很抱歉，您的提報的活動合約不通過，還請確認審核不通過原因，並重新提報合約」的提示文案，請依LINE購物回覆的審核不通過原因調整合約內容
4. 檢視合約審核歷程：可看到送審版本、時間、審核人員、審核狀態以及審核不通過原因等資訊

合約審核歷程				
合約送審版本	送審時間	審核人員	審核狀態	原因
版本1	2025-09-03 16:42:26	Tsun Wen Hsieh	不通過 2025-09-03 16:47:05	cps%請改為6%

曝光版位示意

*LINE購物依報名表內容入稿

- 版位曝光皆為活動操作、非單一品牌曝光，LINE購物保有所有商品曝光最終選擇權
- 每月曝光之醒目資源版位，依該月狀況略有異動

曝光版位

活動曝光



活動頁
曝光入口



首頁十圈圈
(固定入口)



品牌館 館長推薦
(固定入口)

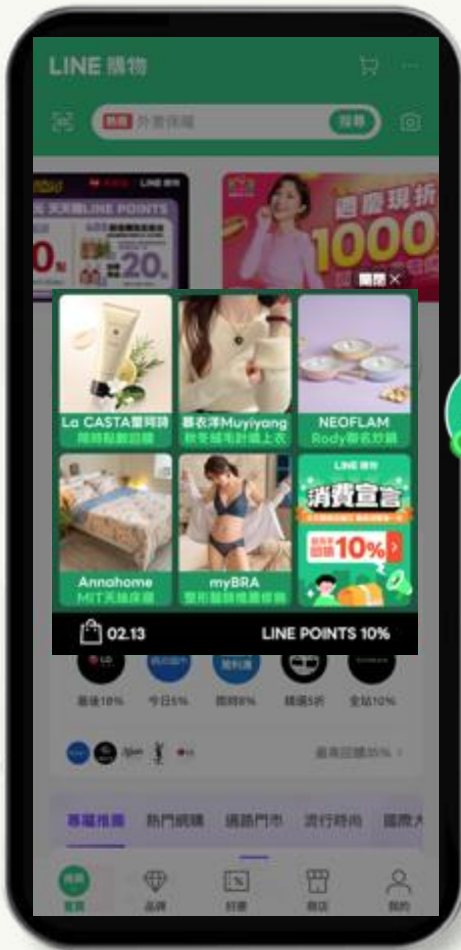


首頁Top banner
(搭配曝光)

- 版位曝光皆為活動操作、非單一品牌曝光，LINE購物保有所有商品曝光最終選擇權
- 每月曝光之醒目資源版位，依該月狀況略有異動

曝光版位

活動曝光



首頁蓋版
(搭配選品曝光)



首頁膠囊



LINE購物家族OA
Push



LINE購物家族OA
Richmenu

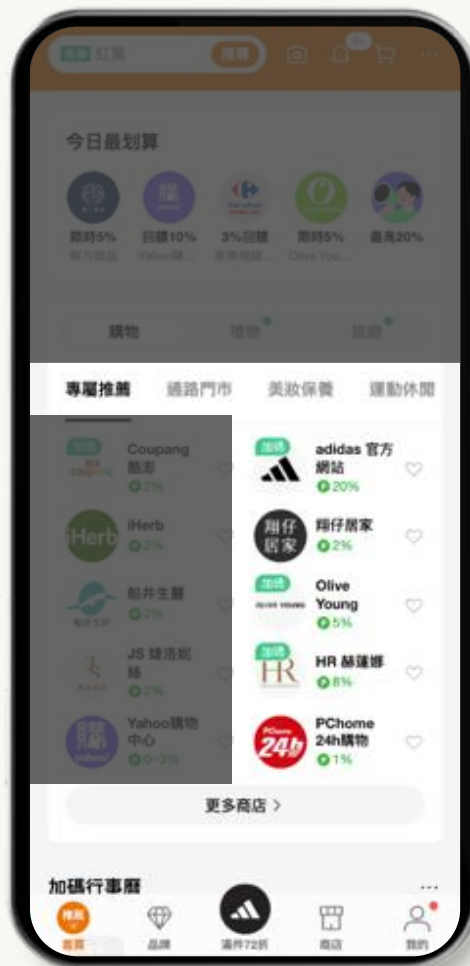
曝光版位

LINE購物安排
單店版位

- 品牌於報名表提供800*800圖片，無字形象圖or白背圖，素材皆由LINE購物製作，品牌無需入稿
- 曝光素材時間、內容皆由LINE購物安排及製作，不另行提供曝光時間及獨立CUE表



首頁大牌情報



首頁推薦店家
(專屬推薦/分類推薦)



首頁十圈圈

曝光版位

LINE購物安排 單店版位

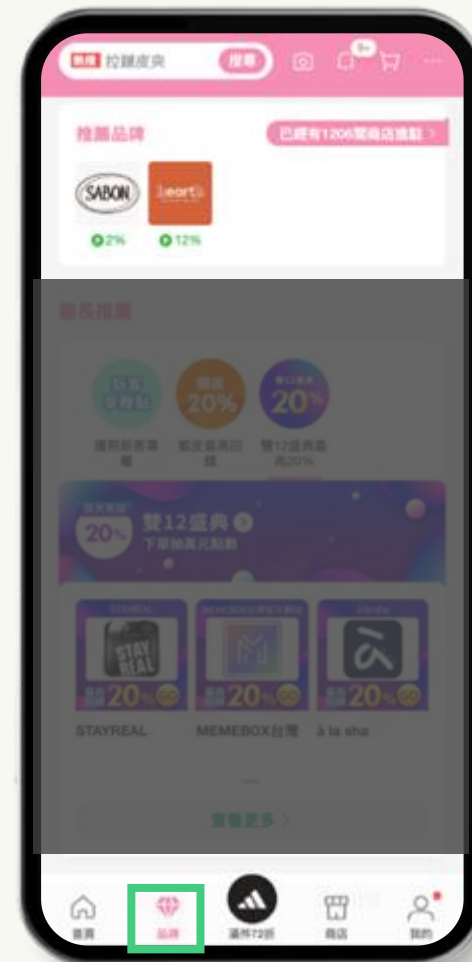
- 品牌於報名表提供800*800圖片，無字形象圖or白背圖，素材皆由LINE購物製作，品牌無需入稿
- 曝光素材時間、內容皆由LINE購物安排及製作，不另行提供曝光時間及獨立CUE表



首頁搜尋預設品牌



LINE購物家族OAPush
綜合型單格



品牌館 推薦品牌

曝光版位示意

*品牌自選時段自由入稿

曝光版位

品牌自由入稿

品牌館牌卡



購物聯點訊息
爆殺驚喜提品
熱品推薦提品
直播設定 TW
影音特輯提交
- 影音列表
- 文章列表
夥伴帳號設定
- 登入用戶帳號
廣告內容管理
廣告素材上傳 (1)
測試工具

- 圖片尺寸：501*816
- 圖片規範：[點我檢視圖片規範&PSD檔案下載](#)
- 右方顯示商品：可由CMS後台 > 熱品推薦提品 > 提出欲曝光商品 如無串接商品則僅顯示左方圖片，不會帶入右方商品
- 上稿方式：於 3 個工作日前上稿完成，可於CMS後台檢視稿件審核狀況。

廣告內容管理 - 廣告素材上傳

1. 曝光期間以Q表時間為準，LINE PM 有權跟進行修改，若狀態為已審核，則曝光時間不會再變動。
2. LINE PM 未審核前，皆可進行編輯或刪除。
3. 部份擋廣告(ad-block)軟體或瀏覽器擴充套件(extension/add-on)會將本頁面內容視為廣告而阻擋顯示，請將該軟體/套件暫時關閉，或將本站加入白名單。

廣告素材 I 廣告素材 II

廣告素材

新增素材

頁面

品牌館

(3)

廣告圖片

素材須使用規範套版
尺寸限制：501 x 816
大小限制：2 MB

(2)

版位

品牌館商店牌卡(501x816)

(4)



(7)

曝光時間

2025/12/04 00:00 ~

2025/12/04 23:59

請設定未來時間

(5)

自訂期望曝光日期

廣告網址

(6) 禁用「短網址」

0 / 512

回饋點數

0%

單品加碼：0%

指定類別：0%

確定

取消

曝光版位

爆殺商品

品牌自由入稿

自動抓取商品-Step1

- ▶ 貼上站內的商品連結，限貼商品頁網址不接受短網址、搜尋頁或館別連結
- ▶ 一次最多5筆商品，以 Enter 換行
- ▶ 前台顯示將以提報當下的資料/照片/價格為主（不與當下商品頁連動），提報後如欲修改需重新提交



自行新增商品-Step1

- ▶ 點擊「略過此步驟」，可直接輸入商品資訊
- ▶ 可用於「隱形賣場」、「預約賣場」等，前台查無商品的狀態



Step2

爆殺驚喜 - 編輯商品內容

【需填寫欄位】

- ▶ 自動抓取商品：「商品優惠價」、「起迄時間」
- ▶ 自行新增商品：需自行填寫所有資訊
- ▶ 商品圖片：若非正方形，系統會提示需修正尺寸
- ▶ 網路價：匯入當下的官網售價(可異動)
- ▶ 商品優惠價→曝光於前台
請填寫上檔當天的活動價格
如低於網路價，則以商品優惠價顯示

Step3

爆殺驚喜

1. 爆殺驚喜商品列表，商品類別 LINE 111 顯示，審核通過後，將進行優惠標記內，商品等 LINE 顯示
2. 審核狀態為「已釘選」，則無法編輯與刪除，需先取消釘選後，再進行修改
3. LINE Points 回饋標籤，以商品上標註標記 LINE Points 為最精準

商品品名	圖片管理	商品名稱 商品標題	商品優惠價 商品售價	原價	Point	優惠日期	審核狀態
2023-08-01 18:00:00 至 2023-08-31 23:59:59		精選日本原裝進口咖啡，純正好喝好喝好喝 系列咖啡，精選好咖啡	1200 1200	1,200	100%	2023-08-01 00:00:00 2023-08-31 23:59:59	待審核 釘選 已釘選
2023-08-01 18:00:00 至 2023-08-31 23:59:59		雙倍中獎率，大獎機會增加100% 雙倍中獎率，大獎機會增加100%	1000 1000	1,000	100%	2023-08-01 00:00:00 2023-08-31 23:59:59	待審核 釘選 已釘選
2023-08-01 18:00:00 至 2023-08-31 23:59:59		精選日本原裝進口咖啡，純正好喝好喝好喝 系列咖啡，精選好咖啡	1200 1200	1,200	100%	2023-08-01 00:00:00 2023-08-31 23:59:59	待審核 釘選 已釘選
2023-08-01 18:00:00 至 2023-08-31 23:59:59		精選日本原裝進口咖啡，純正好喝好喝好喝 系列咖啡，精選好咖啡	1200 1200	1,200	100%	2023-08-01 00:00:00 2023-08-31 23:59:59	待審核 釘選 已釘選

- ▶ 完成商品提品，回到爆殺驚喜列表會顯示「待審核」，手動點選「釘選」後出現「已釘選」即完成
- ▶ 已釘選之商品資料無法調整，若有重大錯誤需修正，請聯繫業務窗口或購物小管家

擴大業績！三大夥伴互利提升成效方法

廣

社群擴散
挖掘潛在用戶



黏

官方帳號
建立回訪心智



準

環狀數據
精準觸發



社群傳散 主打商品 + 回饋加乘曝光

強化購買誘因引發社群擴散 為品牌轉化潛在新客



官方推廣 搭配官網活動創造週期回訪

善用每週五、任選日加碼優勢，建立用戶回訪心智提升用戶黏性



品牌官網

The screenshot shows the L. ERICKSON website with a '七夕 情人節 送上幸福' (Qixi Festival, bring happiness) promotion. It features a 'LINE購物 5%回饋' (LINE shopping 5% rebate) banner, a '全台免運' (Free shipping nationwide) badge, and a '限時加碼' (Limited time bonus) tag. Below the banner, there's a 'dyson' section with a '[11.11購物盛典] 11.1-11.12 全館57折起' (11.11 Shopping Festival, 57% off all items) announcement. The bottom part of the page shows a '11.11' graphic and a '指定品領券最高折\$3111' (Specified items get up to \$3111 off) offer.

The screenshot shows the Candy Box website with a '新加入會員送50元折價券! 現領現折!' (New members get a 50元 discount coupon! Claim and use now!) banner. It features a 'Candy box VIP 會員招募' (VIP membership recruitment) section with a '100' badge. Below this, there's a 'LINE購物 8%回饋' (LINE shopping 8% rebate) banner. The main content area displays various clothing items like '韓國熱賣' (Hot in Korea), '短袖上衣' (Short-sleeved shirts), '顯瘦長褲' (Slimming pants), '洋裝系列' (Dress series), '長袖上衣' (Long-sleeved shirts), '推薦裙款' (Recommended dresses), '罩衫外套' (Cardigans), and '驚喜優惠' (Surprise offers). The bottom part of the page shows a 'CANDY BOX' banner with a 'Autumn' theme and a group of models.

The screenshot shows the POYA app interface with a 'POYA 寶雅 線上買' (POYA online shopping) banner. It features a 'POYA 寶雅 熱銷大賞' (POYA Best Sellers) section with images of makeup products. Below this, there's a 'LINE POINTS 全站3%無上限' (LINE POINTS 3% rebate on all items) banner. To the right, there's a '精選彩妝保養' (Selected makeup and skincare) section with a '滿額贈 科立健 淨好莓粉' (Spend and get Colgate Purely Clean莓粉) offer. The bottom part of the page shows a '08.19' date and 'LINE POINTS 3%' badge. The footer has a '試手氣拿好康' (Try to get a good deal) and '點我試手氣' (Click to try) button.

環狀數據 品牌加碼活動彈跳工具

合作品牌好評愛用，而什麼是環狀數據？

工具介紹

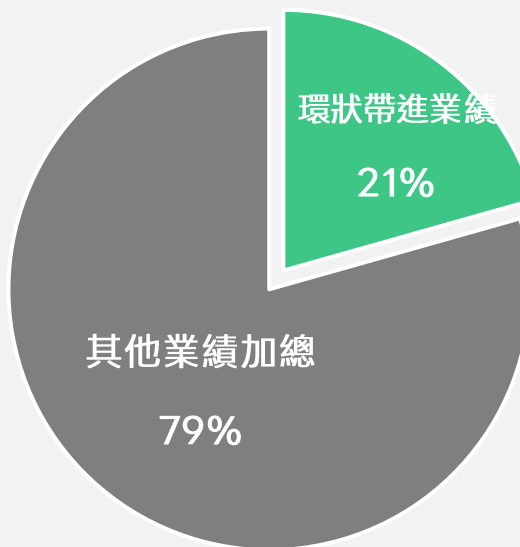
品牌可於有加碼的活動期間
發送即時推播通知，給私域有效好友
支持品牌喚醒舊客回訪



成效分享

雙11活動

統計 11.1-11.12 所有發送環狀數據之品牌
環狀數據佔發送當日業績 21%



日常活動品牌見證

環狀數據助攻轉換
單日業績近百萬



環狀數據助攻售出
破千條聯名手鍊，
業績成長327%

知名飾品品牌



*LINE購物經品牌同意分享相關數據

**環狀數據
常態申請 初次綁定說明**

環狀數據 該如何設定發送？

簡單步驟於CMS綁定，欲發送時通知LINE購物，即可完成發送。

Step.1

完成環狀數據綁定步驟
P.21起

Step.2

Email 提供環狀需求
給LINE購物小管家
最晚需於，發送前 **3** 個工作天
確認發送內容

Step.3

LINE購物小管家
回覆信件，確認環狀數據需求

Step.2 – Email 信件範本

Email信箱：lspsmb@linecorp.com

主旨：【品牌名稱OOO】202X/XX/XX_環狀數據發送需求

【內文】

發送環狀品牌：

發送環狀日期/時間（8:00-22:00/限整點/請以24小時制填寫，若不指定時間皆為8:00發送）：請填寫日期、時間

發送環狀受眾：僅限通發型（全OA有效好友，曾經與LINE購物互動過）

發送人數上限：可自行該則環狀發送的人數上限

是否排除買家：是（近10天/近3個月/近半年，不可自訂區間），否

是否排除近期發送受眾：是（可排除近3個月曾發送過的受眾），否

環狀數據 該如何檢視數據？

可直接於 CMS 報表中檢視發送數據

- CMS後台 > 成效報表 > 環狀數據加碼通知

成效報表 - 環狀數據 - 加碼通知

- 1. 此報表數據為每日更新一次。 ● 每日早上10點更新
- 2. 訂單及業績相關資訊是以廠商端第一次回拋之資料為準，與實際對帳資料可能有落差。

發送日期：2025/05/04 ~ 2025/06/03 重設

最大查詢區間為 31 日

發送日期	預估發送數量	實際發送量	環狀觸及率	Clickout	累計發送買家數	累計發送 GMV	累計發送 Order
2025-05-07	306,439	100,000	32.6%	0	0	0	0

- 預估發送數量：有與LINE購物互動過，環狀數據可觸及品牌私域的最高數量
- 實際發送量：本次實際發送數量
- 環狀觸及率：實際發送數/預估發送數量
- Clickout：點擊環狀數據的次數
- 累積發送買家數：購買的人次數（每日10點更新）
- 累計發送GMV：累積發送業績（每日10點更新）
- 累積發送Order：累積發送訂單數（每日10點更新）

環狀數據 初次發送綁定步驟

依照下列步驟綁定
即完成環狀數據前置設定

附件說明 ② 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

第一步：登入 [LINE Official Account Manager](#)



LINE Official Account Manager

帳號 群組

☰ 帳號一覽

☑ 建立

帳號一覽

帳號 (5)

輸入帳號名稱 🔍

帳號名稱	好友	權限	方案
TESTOA	是	管理員	

選擇設定帳號

收合清單

附件說明 ① 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

LINE Official Account Manager TESTO @abc123 輕用量 回應模式：聊天 Help

主頁 提醒 分析 LINE VOOM 聊天 基本檔案 口袋商店 擴充功能 **設定**

群發訊息
訊息一覽
建立新訊息
漸進式訊息
自動回應訊息
自動回應訊息
AI自動回應訊息
訊息項目
圖文訊息
進階影片訊息
多頁訊息
推廣相關
優惠券
集點卡
問卷調查
聊天室相關
收合選單

快速翻倍好友數！
讓全台灣認識你的官方帳號
輕鬆投放，精準鎖定客群 & 控制預算
學習如何使用

首先進行「基本設定列表」中的初始設定吧！
還剩1個步驟

最新資訊

標題	日期
[功能更新] 聊天功能優化	2022/06/29 16:00
[公告] 集點卡規格變更	2022/06/29 16:00
[功能更新] 群發訊息功能優化	2022/06/29 16:00

顯示更多 >

選擇「設定」

附件說明 ① 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

The screenshot shows the LINE Official Account Manager interface. At the top, it displays the account name 'TESTOA @abc123' and the response mode '聊天' (Chat). The navigation menu includes '主頁', '提醒', '分析', 'LINE VOOM', '聊天', '基本檔案', '口袋商店', and '擴充功能'. The '設定' (Settings) menu is open, and 'Messaging API' is selected. The main content area shows the 'Messaging API' settings page with the status '未使用'. A green arrow points to the '啟用Messaging API' button.

1. 點入 Messaging API

狀態：未使用 > 點選啟用 Messaging API
狀態：使用中 > 可跳過此步驟

附件說明 ① 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

The screenshot shows the LINE Official Account Manager interface. The user is logged in as TESTOA @abc123. The page title is "選擇服務提供者" (Select Service Provider). A modal dialog is open with the following content:

選擇服務提供者

請選擇管理此帳號的服務提供者（企業或個人）。

提供者指的是取得用戶個人資訊以提供服務的開發人員、企業或組織等。
由LINE Developers可查看更多詳情。

建立服務提供者

輸入服務提供者名稱 0/100

請先參閱並同意「LINE官方帳號API服務條款」的內容後，再點選下方的「同意」。

取消 同意

The "建立服務提供者" option is highlighted with a green box. A green arrow points to the input field with the text "輸入：「英文小寫」商家名稱".

The next modal dialog is "啟用Messaging API" (Enable Messaging API). It contains the following content:

啟用Messaging API

請注意，一旦與提供者連動即無法變更或解除。

確定要以下方資訊啟用Messaging API嗎？

帳號名稱 TESTOA

服務提供者名稱 storename

取消 確定

The "確定" button is highlighted with a green box. A purple arrow points from the first modal to this one. To the right of the "確定" button, there is a green text box with the text: "確認資訊無誤 點確定後 就離完成不遠啦！"

附件說明 ① 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

- 1 Channel ID
- 2 Channel secret
- 3 Channel bot search ID (請見下一頁說明)

主頁 提醒 分析 LINE VOOM 聊天 基本檔案 口袋商店 擴充功能

☆ 設定

設定

帳號設定

權限管理

回應設定

Messaging API

登錄資訊

帳務專區

總覽頁面

推廣方案

專屬ID

付款記錄

付款方式

電子發票資訊

Messaging API

Messaging API為針對開發者所設計的進階功能。您可透過API收發訊息及動作，與LINE用戶進行更多互動。

[什麼是Messaging API?](#)

[LINE Developers的API相關文件](#)

狀態 使用中

Channel資訊

Channel ID 1657283935

1

複製

Channel secret 38b4c26ad11b7595c1dd4b46c32f6a47

2

複製

Webhook網址

https://

儲存

您可由[LINE Developers](#)進行其他設定。

附件說明 ① 由店家操作：取得綁定資訊

設定 Messaging API 取得綁定資訊

③ Channel bot search ID：為設定OA之基本ID

1. 選擇設定帳號

2. 點齒輪設定

The screenshot shows the LINE Official Account Manager interface. On the left, there is a sidebar with '帳號一覽' and '建立' options. The main area displays a table of accounts. A green box highlights the first account, and a green arrow points to it from the text '1. 選擇設定帳號'. Below the table, there is a navigation bar with '設定' (Settings) highlighted by a green box and a green arrow from the text '2. 點齒輪設定'.

帳號名稱	好友	權限	方案
[Account Name]	...	操作人員	-

設定

帳號設定

回應設定

登錄資訊

加入群組或多人聊天室

不接受邀請加入群組或多人聊天室
接受邀請加入群組或多人聊天室

是否允許接收媒體或檔案

允許
不允許

選擇「不允許」時，該帳號聊天室內的傳送功能(訊)將會關閉。變更設定後，必須重新進入聊天室。

LINE VOOM相關功能

使用
不使用

若不希望使用LINE VOOM的貼文、宣傳或營利功能貼文。

帳號資訊

3 基本ID @3 nl

專屬ID @tv ic

帳號經營目的 尚未設定

編輯

The screenshot shows the account settings page. The '設定' (Settings) menu is open, with '帳號設定' (Account Settings) selected. The settings are organized into sections: '加入群組或多人聊天室' (Join groups or group chats), '是否允許接收媒體或檔案' (Allow receiving media or files), and 'LINE VOOM相關功能' (LINE VOOM related features). Below these is the '帳號資訊' (Account Information) section, which displays the '基本ID' (Basic ID) as '@3 nl', the '專屬ID' (Special ID) as '@tv ic', and the '帳號經營目的' (Account purpose) as '尚未設定' (Not set). A green circle with the number '3' highlights the '基本ID' field, and a green arrow points to it from the text '3 Channel bot search ID：為設定OA之基本ID'.

附件說明 ② 至CMS後台填入綁定資訊(先填寫資訊，存檔後再測試)

連結：[CMS夥伴帳號設定後台](#)

購物賺點訊息

爆殺驚喜提品

熱品推薦提品

直播設定 TW

影音特輯提交

- 影音列表

- 文章列表

夥伴帳號設定

- 登入用戶核發

廣告內容管理

- 廣告素材上傳

測試工具

對帳/電子發票作業

- 對帳清單

行銷活動合約管理

夥伴帳號設定

環狀數據設定

自動化機制設定

OA串接

請填入以下項目

填寫內容請參考填寫教學

(1)

Channel ID



(2)

Channel secret



(3)

Channel bot search ID

(勾)

本公司/本人已閱讀並同意「直播後行銷訊息推送」之聲明事項
(當您勾選本項設定，即代表您已申請使用LINE購物直播功能，若要取消請通知LINE購物負責窗口)

發送測試訊息

測試訊息僅發送給LINE購物 CMS 當下登入店家後台的用戶。測試前請先手動加入指定官方帳號，以確保您可收到測試訊息。

環狀不足額通知 email

可填寫 5 組，請以半形逗號區隔。例：123@abc.com, 456@abc.com

(4)

arielle@dragonflyapac.com.tw

此 email 資訊將用於環狀數據服務相關通知，其他資訊請參考 [LY Corporation 隱私權政策](#)

發送測試 email (5 分鐘內僅可發送一次)

(5)

儲存資料

清除資料

附件說明 ② 綁定資訊後，存檔後再發送測試訊息

連結：[CMS夥伴帳號設定後台](#)

購物賺點訊息

爆殺驚喜提品

熱品推薦提品

直播設定 TW

影音特輯提交

- 影音列表

- 文章列表

夥伴帳號設定

- 登入用戶核發

廣告內容管理

- 廣告素材上傳

測試工具

對帳/電子發票作業

- 對帳清單

行銷活動合約管理

夥伴帳號設定

環狀數據設定

自動化機制設定

OA串接

填寫內容請參考[填寫教學](#)

Channel ID



Channel secret



Channel bot search ID

本公司/本人已閱讀並同意「直播後行銷訊息推送」之**聲明事項**
(當您勾選本項設定，即代表您已申請使用LINE購物直播功能，若要取消請通知LINE購物負責窗口)

發送測試訊息

發送測試訊息

測試訊息僅發送給LINE購物 CMS 當下登入店家後台的用戶。測試前請先手動加入指定官方帳號，以確保您可收到測試訊息。

環狀不足額通知 email

可填寫 5 組，請以半形逗號區隔。例：123@abc.com, 456@abc.com

arielle@dragonflyapac.com.tw

此 email 資訊將用於環狀數據服務相關通知，其他資訊請參考 [LY Corporation 隱私權政策](#)

發送測試 email

(5 分鐘內僅可發送一次)

儲存資料

清除資料

附件說明 ③ 確認是否成功收到測試訊息

[連結：CMS夥伴帳號設定後台](#)

確認是否成功收到 OA測試訊息

按下「發送測試訊息」後
若可以在官方OA收到本則訊息
表示設定成功了！



THANK YOU

即刻加入夥伴互利計劃
用最精準的預算，創造銷售佳績♥

[點我報名](#)

