



[12] 发明专利申请公开说明书

[21] 申请号 02816374.5

[43] 公开日 2005 年 4 月 20 日

[11] 公开号 CN 1608265A

[22] 申请日 2002.7.10 [21] 申请号 02816374.5

[30] 优先权

[32] 2001.8.22 [33] EP [31] 01203164.7

[86] 国际申请 PCT/IB2002/003023 2002.7.10

[87] 国际公布 WO2003/019407 英 2003.3.6

[85] 进入国家阶段日期 2004.2.20

[71] 申请人 皇家飞利浦电子股份有限公司

地址 荷兰艾恩德霍芬

[72] 发明人 J·H·A·格里森

[74] 专利代理机构 中国专利代理(香港)有限公司

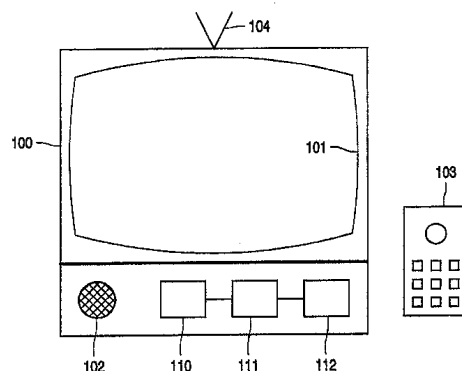
代理人 龚海军 张志醒

权利要求书 1 页 说明书 7 页 附图 1 页

[54] 发明名称 提供内容项的方法和设备

[57] 摘要

一种方法和设备(100),用于提供包含了至少一条广告的内容项。当确认用户已经有效地观看了至少一条广告后,就为所述观看奖励用户一信用量。如果用户收集到足够的信用量,作为一定数量的奖励信用量的回报,就允许用户访问与该内容项相关的附加内容资料。当提供该内容项结束时,该信用量就失效了。这就激励用户去收集足够数量的信用量,在还不算太晚的时候去访问附加内容资料。



1. 一种将包含至少一条广告的内容项提供给用户的方法，它包括确认用户已经观看了所述的至少一条广告，并为所述观看奖励给用户一信用量，其特征在于作为一定数量的奖励信用量的回报，允许用户
5 访问与该内容项相关的附加内容资料。

2. 根据权利要求1的方法，进一步包括在提供至少一条广告的时候或提供至少一条广告之后要求用户按一特定按钮，并确认用户是否是在要求后的一个预定时间间隔内按下该特定按钮。

3. 根据权利要求1或2的方法，其中至少一条广告包括仅依据一个明确的
10 用户操作提供的一部分，而确认步骤包括完整提供所述部分。

4. 根据权利要求1的方法，进一步包括一结束该内容项的提供就使任何奖励的信用量无效。

5. 根据权利要求1的方法，其中附加内容资料至少包括以下之一：
15 包含出现在内容项中的至少一个对象的3-D模式，一个与内容项相关的游戏，内容项的背景信息，和在内容项中提出的问题的线索。

6. 一种设备，该设备设置为用于向用户提供至少包括一条广告的内容项，该设备包括：确认装置，用于确认用户已经观看了至少一条广告；为所述观看奖励给用户一信用量的信用装置；其特征在于该设备还
20 包括有条件访问装置，作为一定数量的奖励信用量的回报，该有条件访问装置允许用户访问与内容项相关的附加内容资料。

7. 根据权利要求6的设备，进一步包括：提示装置，用于在提供至少一条广告的时候或提供至少一条广告之后要求用户按一特定按钮；确认装置，用于确认用户是否是在要求后的一个预定时间间隔内
25 按了该特定按钮。

8. 根据权利要求6的设备，将有条件访问装置设置为一结束该内容项的提供就使奖励的信用量无效。

9. 根据权利要求6的设备，包括电视机。

10. 一种计算机程序产品，设置为使处理器执行权利要求1的方法。
30 法。

提供内容项的方法和设备

本发明涉及一种向用户提供(rendering)包含至少一条广告的内容项的方法,该方法包括确认用户已经观看了所述的至少一条广告,并为所述观看奖励给用户一信用量(credit)。

本发明还涉及一种用于向用户提供包含至少一条广告的内容项的设备,该设备包括确认装置,用于确认用户已经观看了所述的至少一条广告,以及信用装置,用于为所述观看奖励给用户一信用量。

从2000年9月的Research Disclosure 437008中可以知道根据前面所述的方法。例如电视节目、电影和类似的内容项经常包含一个或更多的广告或商业节目。当向用户提供该内容项时,例如通过在用户的电视系统上显示它,用户同时也接触到了广告。内容项发行者从广告客户那收钱,作为回报将广告嵌入内容项中。

众所周知,用户不喜欢在他们的电视节目或电影中看到广告。为了减少这种反感,就产生了许多所谓的激励方案,其中用户会因为有效地观看广告而得到某种奖励。该奖励往往是某种信用量,例如一定数量的飞行英里(Air Miles)或用于一加分系统的其它点值。也可以尝试把这种信用量用于做广告的产品,即在购买该广告产品时该信用量能给予一定的折扣。

有各种方法可以确认用户已经观看了广告。例如在提供广告时或之后要求用户按一特定按钮,以此证明他已经观看了该广告。根据上述Research Disclosure中的方法将一个代码嵌入到包含在内容项中的广告内,以此发信号向电视通知该广告的存在。当电视检测到该代码时,用户可以将一张卡插入连接到该电视的接收机,并且如果该商业节目是以正常的速度、音量等在电视上显示的,就会在卡内加入信用量。该卡会在一定数量的广告后退出来,以确保在每条广告后用户必须有效地重新插入卡,这样他也就很有可能有效地观看了该广告。

虽然这样地激励方案能鼓励用户去观看广告,但是这类信用量或奖励的一般性质会使得它们的效果比较小。由于该信用量经常用于一个较大的激励方案中,例如飞行英里(Air Miles)系统,观看广告只能奖励给比较少数量的信用量,这减小了激励的效力。此外,这无助于

鼓励用户在一特定内容项中观看多个广告。一旦用户已经收集到一定数量的信用量，他可能会停止观看广告直到第二天或下一次播放。这使得该激励方案对于那些将他们的广告放在内容项末尾的广告客户缺乏吸引力。

- 5 本发明的目的之一是提供一种根据前文所述的方法，它比现有技术的方法更有效。

根据本发明的上述目的是以如下方法实现的，其特征是，作为一定数量奖励的信用量的回报，允许用户访问与内容项相关的附加资料。附加内容资料最好包含出现在内容项中的至少一个对象的 3-D 模式，
10 一个与内容项相关的游戏，内容项的背景信息，或者在内容项中提出的问题的线索等资料。这样的附加内容资料对于很多观众是希望得到的，这样就激励他们去收集必要的信用量来访问该附加内容资料。这就意味着他们必须有效地观看一定数量的包含在内容项中的广告，这样才能得到这些奖励的信用量。不仅如此，而且必须在该内容项终止
15 之前奖励给他们信用量，否则这些附加内容资料也会消失。这样用户就很有可能会观看包含在内容项中的更多的广告，特别是那些出现在靠近内容项末尾的广告。这使得与现有技术相比，那些末尾的广告时段更吸引人。

在本方法的一个实施例中进一步包括在提供至少一条广告的时候
20 或之后要求用户按一特定按钮，并确认用户是否是在提出该要求后的一个预定时间间隔内按了该特定按钮。对按钮的按下这里作为一个由用户作出的明确的确认。因为是广告来指示用户按该特定按钮，所以如果照办用户就必然有效地观看了广告，这样他才可以得到奖励的信用量。

25 在一个进一步的实施例中，至少一条广告包括仅依据一个明确的用户操作提供的部分，而确认步骤包括完整提供所述部分。例如可以在交互电视系统中在显示器上显示一条文本或图像广告。用户可以在显示商业内容的文本或图像上点击。这可以是例如一个给出该广告的产品细节的 10 秒钟的电影，其包括在哪里去买它的信息。另外，在该图
30 像上的点击可以把用户带到广告客户的站点上。

在一个进一步的实施例中，所述方法还包括一结束该内容项的提供就使奖励的信用量无效。如上所述，在结束提供内容项后，所述的附

加内容资料会消失。这激励用户去收集足够数量的信用量来访问该附加内容资料。但是，如果在内容项的提供结束后，不仅附加内容资料，而且奖励的信用量本身也会消失，这甚至会更加激励用户去收集足够数量的信用量来访问该附加内容资料。

- 5 本发明的另一个目的是提供一种如上文所述的设备，它比使用现有技术的设备更有效。

根据本发明的上述目的是用如下设备实现的，其特征是有条件访问装置，作为一定数量奖励的信用量的回报，让用户访问与内容项相关的附加内容资料。由于该有条件访问装置阻止在没有所需数量信用量的情况下对附加内容资料的访问，所以该设备激励用户通过有效观看在提供内容项时出现的广告，来收集信用量。优选地，该设备包括一电视机。

本发明还涉及一种计算机编程产品，用于使处理器去执行根据本发明的方法。

- 15 本发明的上述和其它方面根据对附图中所示的实施例的阐述会更清楚，其中：

图 1 示意性表示根据本发明的设备的实施例，

图 2 表示说明根据本发明方法的流程图。

- 在所有附图中，相同参考标记指示类似或相应特征。图中所指示的一些特征通常由软件来实现，并因此表示为软件实体，例如软件模块或对象。

- 图 1 示意性地表示一种用于提供内容项的设备 100。设备 100 在这里表现为电视机，但也可以是收音机、个人电脑或例如移动电话的掌上设备。提供内容项的具体方式取决于设备的类型和内容的类型。例如，在收音机中，提供过程（rendering）包括产生音频信号并将其传送到扩音器。对于电视机接收机，提供过程（rendering）包括产生音频和视频信号并将其传送到显示屏和扩音器。对于其它内容类型，必须要进行类似的适当操作。提供过程（rendering）还可以包括以下操作，例如对接收信号的解密或译码，对音频和视频信号的同步等。

- 30 设备 100 包括分别用于输出视频和音频的显示器 101 和扩音器 102。使用一种例如遥控器的输入设备 103，用户就可以在可得到的内容项之中定位并选择一个用于播放。该内容项可以是外部源接收，

例如通过天线 104，但也可以通过本地源获得，例如连接到设备 100 的视频或 DVD 播放器。可获得的内容项中的一部分或全部包含有广告。这些广告会作为内容项的一部分来显示，例如在所显示的内容项部分之间的一小段音频和/或视频片段。还可以用其它一些方法把广告引入到内容项中。例如可以把图形广告呈现在显示器 101 的角落，让文本信息以滚动方式出现在显示器 101 上，让音频信息与正常音频信号混合并输出到扩音器 102 上等等。

广告可以仍和传统电视或广播节目的情况那样，作为内容项的音频和/或视频的部分包含在内容项中，也可以作为单独的数字流包含其中。特别地，MPEG 编码的内容会更适合于本发明。广告能够出现在单独的数字流中，同音频和视频流一起多路复用地构成内容项以形成可以传输给设备 100 的传输流。附加内容资料也可以作为传输流的一部分出现在一个单独的数字流中。

当广告是分别包含其中的时候，设备 100 能够决定在提供内容项的过程中何时、何处以及怎样出现广告。这样广告的提供也可以制成可选择的。例如，用户可以在付费模式和免费模式之间作出选择，前者不会出现广告，而后者可以免费访问内容项但是会出现广告。换句话说，与免费模式中的广告数量相比，付费模式中的广告数量会大幅减少。在该主题上可能会有很多变化。

而且，还可以实现广告的更换。基于某些类型的用户特征，会显示适于该用户的广告。例如，出现的广告会使用用户所说的语言，或者如果用户是女性的话，广告会从啤酒广告变换成时尚广告。

根据本发明，设备 100 包括确认模块 110，信用模块 111 和有条件访问模块 112。当广告正在播放时为了确认用户观看了广告而运行确认模块。根据确认，确认模块 110 用信号将实际情况发给信用模块 111，这样信用模块 111 就为所述观看奖励给用户一定信用量。当然某一特定广告的信用量数量可以大于一个，而且不需要包含在内容项中的所有广告都具有一样的信用量。当收集到足够的信用量时，有条件访问模块 112 就给予用户访问与所提供的内容项相关的附加内容资料的权力。给予访问权后，有条件访问模块 112 发信号给信用模块 111，从用户收集的信用量中减去所述数量的奖励信用量。

图 2 表示说明根据本发明方法的一个实施例的流程图。该方法从步

骤 201 开始。它可能需要执行某些类型的初始化, 下载一些数据等等。在步骤 202, 将内容项提供给用户。如上所述, 其可以包含显示图形, 生成音频和/或视频输出, 或两者都有。所提供的内容项包含至少一条广告。

5 在提供广告时, 在步骤 203 处作出是否对有效观看该广告奖励一定数量的信用量的决定。如果为否, 则该方法返回步骤 202, 并在提供下一条广告时回到步骤 203。可能这样是比较理想的, 即仅让内容项中的广告里的一个子集作为引起由有效观看而给予奖励信用量的广告。这样在该子集中用于广告的时段会有一个较高的广告销售率。

10 如果对广告的有效观看确实引起奖励给信用量, 那么在步骤 204 监测用户的行为以确定他是否有效观看了该广告。这可以有很多途径实现。例如, 可以要求用户在提供广告时或之后按一特定按钮。如果他在要求后的预定时间间隔内照办, 例如 5 秒, 那么就可以视为该用户有效地观看了这条广告。

15 也可以要求用户将一张小卡插入连接到设备 100 的接收机中, 其中将接收机设置为在提供了一个或多个广告后把小卡退出。这样用户就必须对每个或每组广告再次把小卡插入, 而这样他就很可能有效地观看了广告。而信用量就存储在该卡上。

20 广告也可以包括仅依据一个明确的用戶操作提供的一部分, 比如按一按钮或在正在提供的另一部分上点击。例如, 在提供一电影时, 在显示器 101 的角落中显示一条图形广告。用户可以通过使用他的遥控器 103 上的光标键或推轮, 选择图形广告并按下按钮。在个人电脑上, 用户可以操作鼠标或类似设备来选择一个标题并进入该广告客户的主页。这样明确的用戶操作就表明用户正有效地观看广告或与该广告交互。

25 在提供广告的开始部分, 会提示用户是否想要观看该广告。如果他给出肯定的回复, 就可以视为他会有效地观看该广告。

30 在步骤 205 确定用户是否正有效地观看广告。例如, 如果在开始提供广告后太快作出操作, 则可以忽略按下按钮或其它明确的用戶操作。这可能是一个信号, 该信号表明用户并没有有效观看广告, 而是试图欺骗系统。如果用户没有有效观看该广告, 那么该方法返回步骤 202。如果用户有效观看了广告, 则在步骤 206 奖励给他信用量。信用

量并不非要是一个单一的单位，它也不需要对于所有广告都相同。与更靠近开始处的广告相比，越靠近内容项末尾的广告就值越多的信用量。

将奖励的信用量累加到一个由上述信用模块 111 保持的运行总量中。一旦收集到访问附加内容资料的足够信用量，在步骤 207 中用户就可以启动有条件访问模块 112，以要求访问附加内容资料。该资料可以包括一些项目，例如出现在内容项中的对象的 3D 模块，与内容项有关的游戏，内容项的背景信息，或者在内容项中提出问题的线索。该附加内容资料也可以是内容项的一个升级版本，例如具有更高的分辨率，更棒的音效等等。

如果用户收集了足够的信用量，那么在步骤 208 中有条件访问模块 112 就允许访问该附加内容资料。在用户交互使用该附加内容资料的时候，可以由应用程序来决定是否可以中止内容项的提供。

例如，如果该附加内容资料是回答在内容项中提出问题或是解答出现在内容项中的谜语的提示，则不中止内容的提供是有利的，它使得可以对使用提示施加某种惩罚。

当检验压缩在内容项中的对象的 3D 模块时，例如显示一辆参加比赛的赛车，或显示的部分是飞机的时候，最好可以通过例如运行一时间切换功能，中止内容项的提供，这样用户可以选出其落在电影或节目中的地方。

奖励的信用量可以用作固定费用来购买对附加内容资料的访问。该信用量还可以用来偿付用户在附加内容资料中所用的时间。例如用五个信用量用户可以访问一些内容项的文本背景资料，而以每三十秒一个信用量的费率用户可以交互使用在内容项中出现的一些对象的 3D 模块。

当结束提供内容项时，在提供该内容项期间所收集的奖励信用量在步骤 209 中失效。这可以简单地通过将信用量模块 111 中的信用量计数器清零来实现。失效的奖励信用量严格来讲是无用的，但它的好处是它会更加激励用户去收集足够的信用量来访问附加内容资料。

作为选择，信用量可以特别地依赖内容项，这样在结束提供该内容项之后，它们就会失效。

如果用户在当前内容项的提供结束前切换到另一内容项，其奖励的

信用量也会失效。这种方法可以防止用户在当前内容项结束前通过切换到另一个内容项来保持信用量无损。

该方法结束于步骤 210。当然，对于包含在内容项中的其它广告可以重复该方法，对上述次序可以作各种更改。

- 5 当然，告知用户附加内容资料的可用性是重要的。为此，可以为内容项提供一个特定图标以表明该内容在提供中。同样，那些有效观看会得到信用量奖励的广告也会作特定标记，以吸引用户有效地观看它们。

- 10 本发明可以和传统激励方案结合使用，其中可以通过有效观看广告收集任意使用期的信用量。在这样的组合中，有效观看广告能够得到具有任意使用期限的奖励信用量（用于传统激励方案）或具有不超过提供内容项的保留时间的使用期限的信用量，或两者都有。

- 15 需要注意的是，上述实施例是对本发明的解释而不是限制，在不脱离所附权利要求范围的情况下，本领域技术人员能够设计出许多可选实施方式。在权利要求中，括号内的参考标号不能解释为对权利要求的限制。“包括”一词不排除在权利要求中已经列出的部分之外还存在其它部件或步骤。在某一部件前的“一个”一词不排除存在多个这样的部件。

- 20 本发明可以通过包括多个分离部件的硬件装置来实现，也可以通过适当的可编程计算机装置来实现。在列举的几个装置的设备权利要求中，这几个装置可以由一个和相同的硬件部件实现。某些措施仅仅在相互间不同的从属权利要求中表述出来，这种情况并不表示使用这些措施的组合没有好处。

25

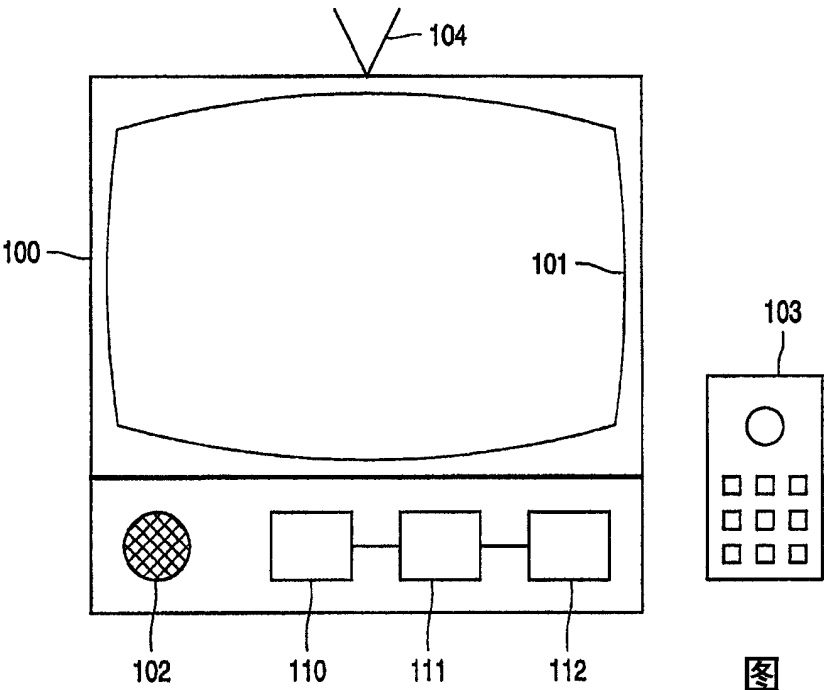


图 1

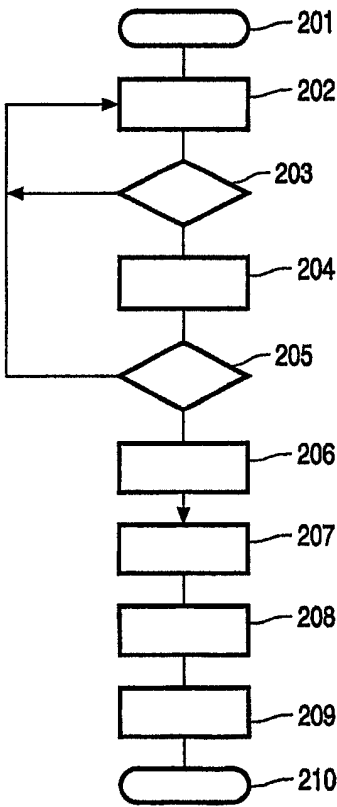


图 2