

(12) 按照专利合作条约所公布的国际申请

(19) 世界知识产权组织
国际局



(43) 国际公布日
2010 年 9 月 23 日 (23.09.2010)

PCT

(10) 国际公布号
WO 2010/105441 A1

- (51) 国际专利分类号:
H04L 12/58 (2006.01)
- (21) 国际申请号: PCT/CN2009/070928
- (22) 国际申请日: 2009 年 3 月 20 日 (20.03.2009)
- (25) 申请语言: 中文
- (26) 公布语言: 中文
- (71) 申请人 (对除美国外的所有指定国): 阿尔卡特朗讯公司 (ALCATEL LUCENT) [FR/FR]; 法国巴黎市布尔提大街 54 号, Paris F-75008 (FR)。
- (72) 发明人; 及
- (75) 发明人/申请人 (仅对美国): 张鹏 (ZHANG, Peng) [CN/CN]; 中国北京市海淀区世纪城垂虹园 8 号楼 9G, Beijing 100097 (CN)。 谢俊清 (XIE, Junqing) [CN/CN]; 中国北京市西城区新风街 1 号院 9 号楼 407 室, Beijing 100088 (CN)。 孙晓蓉 (SUN, Xiaorong) [CN/CN]; 中国北京市昌平区回龙观小区龙跃苑 1 区 16-2-401, Beijing 102208 (CN)。
- (74) 代理人: 北京市中咨律师事务所 (ZHONGZI LAW OFFICE); 中国北京市西城区平安里西大街 26 号新时代大厦 7 层, Beijing 100034 (CN)。

(81) 指定国 (除另有指明, 要求每一种可提供的国家保护): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KM, KN, KP, KR, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PG, PH, PL, PT, RO, RS, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW。

(84) 指定国 (除另有指明, 要求每一种可提供的地区保护): ARIPO (BW, GH, GM, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), 欧亚 (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), 欧洲 (AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, SE, SI, SK, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG)。

本国际公布:

- 包括国际检索报告(条约第 21 条(3))。

(54) Title: METHOD AND APPARATUS FOR ISSUING TARGETED ADVERTISEMENT BASED ON CONTENT

(54) 发明名称: 基于内容发布定向广告的方法及装置

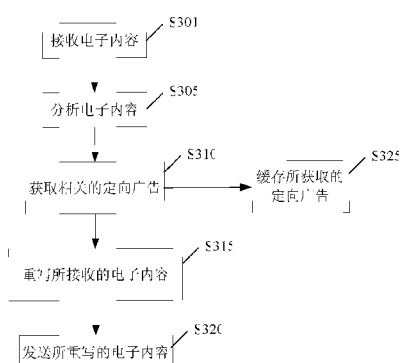


图 3 / Fig. 3

S301 RECEIVING THE ELECTRONIC CONTENT
S305 ANALYZING THE ELECTRONIC CONTENT
S310 OBTAINING RELATED TARGETED ADVERTISEMENT
S315 REWRITING THE RECEIVED ELECTRONIC CONTENT
S320 TRANSMITTING THE REWROTE ELECTRONIC CONTENT
S325 CACHING THE OBTAINED TARGETED ADVERTISEMENT

(57) Abstract: A method for issuing targeted advertisement based on content is disclosed. The method includes receiving an electronic content transmitted by an electronic content source, analyzing the received electronic content, and obtaining related targeted advertisement based on the result of the analysis, then rewriting the received electronic content based on the obtained targeted advertisement, and transmitting the rewrote electronic content to the user terminal device. By adopting the method of the present invention, a content provider doesn't need to modify manually the provided electronic content to support the advertisement issue, and because the targeted advertisement is associated with the electronic content, the advertisement issue is more pertinent. Furthermore, the application range of the targeted advertisement is also extended. In addition, a corresponding apparatus for issuing targeted advertisement based on content is also provided.

[见续页]

WO 2010/105441 A1



(57) 摘要:

公开了一种基于内容发布定向广告的方法。在该方法中，接收由电子内容源发送的电子内容，对所接收的电子内容进行分析，并基于分析的结果，获取相关的定向广告。然后，基于所获取的定向广告，重写所接收的所述电子内容，并向用户终端设备发送所重写的电子内容。采用本发明的方法，内容提供商无需再对其提供的电子内容进行手动修改以支持广告发布，而且由于定向广告与电子内容相关联，因此广告的发布更具有针对性。此外，定向广告的应用范围也得到了扩展。另外，还提供了相应的基于内容发布定向广告的装置。

基于内容发布定向广告的方法及装置

技术领域

本发明涉及通信领域，具体地说，涉及基于内容发布定向广告的方法及装置。

背景技术

广告发布的途径可采用传统媒体，或者通过网络发布。目前，由于网络的快速发展，通过网络发布广告已逐渐成为一种重要的广告发布方式。

基于内容的广告发布是一种通过网络来发布广告的方式，其主要功能是将广告与内容服务器上的内容合并起来一起呈现给用户。通常，被选择用于显示的广告与该内容服务器上的内容是相关的。

现有的基于内容的广告发布的技术方案需要内容提供商手动修改待发布的内容，例如，在所提供的内容中添加与广告相关的信息（例如，脚本代码等）。然而，该技术方案存在如下的问题：首先，对于内容提供商来说，由于需要在内容中插入与广告相关的信息，使用上非常不便；其次，广告的插入对内容的维护和更新带来更多的额外的工作，内容量越大则维护更加困难；第三，广告发布过程完全由广告提供商控制，内容提供商不能决定何时发布广告、发布何种广告以及如何发布等一系列问题。

众所周知，Google 是因特网上最大的广告服务提供商，其所提出的基于内容的广告发布方案包括两个网络应用：AdWords 和 AdSense。AdWords 对广告商提供一个网络门户，以发布其广告活动，而 AdSense 允许网站拥有者在其网页上显示广告。这两个网络应用可分别独立运行，并协同工作以提供定向广告。

图 1 示意性地示出了通常的发布定向广告的过程。如图 1 所示，首先，在阶段（1），网络用户（内容阅读者）通过用户终端设备，例如个人计算机、移动电话等，向内容提供商的网络服务器发送请求以访问该网络服务器上的某些特定内容。接着，网络服务器响应该请求，在所提供的内容中

插入有与广告相关的代码或信息，并发送给用户。其后，当用户终端设备接收到网络服务器返回的内容时，该内容中所嵌入的代码或信息将触发广告请求（阶段（2）），以便从广告服务提供商的广告服务器上获取广告。当广告请求到达广告服务器时，广告服务器会根据预定的策略从广告数据库中选择匹配的广告，并传送到用户终端设备以便显示给用户，这个过程称为广告传送（阶段（3））。

在该技术方案中，为了支持定向广告发布，网络服务器需要规定何时以及如何建立与广告服务器的连接以获得广告信息，因为并不是所有的内容请求都必然要触发广告请求和广告传送过程。对此，通常的解决方案是使网页包含与广告有关的信息或程序或脚本代码，并在适当的时间由上述与广告有关的信息或程序或脚本代码发起请求以获得定向广告。因此，网络服务器上的网页必须事先由网站所有者进行手动修改，以加入额外的与广告有关的代码，例如 AdSense 所产生的 JavaScript 代码。另外，根据 AdSense 的应用，还需要其它更多的操作，诸如包含功能的文件的复制等。

然而，如果使用该技术方案，则不可避免地需要对网页进行手动修改，如果网页的数量很大，则这将是一项非常耗时且枯燥的工作，而且，也不利于网页内容的修改和维护。例如，如果网站所有者想要更换广告服务提供商、或者对网站进行更新、或者停止在网页上发布广告，那么网页的更新维护工作量将非常巨大。最后，广告的发布也掌握在广告服务提供商手中，内容提供商完全无法介入广告的发布过程。

发明内容

本发明正是鉴于上述技术问题而提出的，其目的在于提供一种基于内容发布定向广告的方法及装置，以避免由于定向广告的发布而对网页内容进行手动修改，并且使定向广告能够自动与用户所访问的内容相关联。

根据本发明的一个方面，提供一种基于内容发布定向广告的方法，包括：接收由电子内容源发送的电子内容；分析所接收的所述电子内容；基于所述分析的结果，获取相关的定向广告；基于所获取的定向广告，重写

所接收的所述电子内容；以及向用户终端设备发送所重写的电子内容。

根据本发明的另一个方面，提供一种基于内容发布定向广告的装置，包括：接收模块，用于接收由电子内容源发送的电子内容；内容分析模块，用于分析所接收的所述电子内容；定向广告获取模块，用于基于所述分析的结果，获取相关的定向广告；重写模块，用于基于所获取的定向广告，重写所接收的所述电子内容；以及发送模块，用于向用户终端设备发送所重写的电子内容。

附图说明

图 1 是现有技术的定向广告发布的方案的示意图；

图 2 是实现定向广告发布的网络系统的示意图；

图 3 是根据本发明的一个实施例的基于内容发布定向广告的方法的流程图；

图 4 是根据本发明的另一个实施例的基于内容发布定向广告的方法的流程图；

图 5 是根据本发明的另一个实施例的基于内容发布定向广告的装置的示意性框图。

具体实施方式

通过以下结合附图对本发明的具体实施例的详细描述，本发明的上述和其它目的、特征和优点将更加明显。

图 2 概略性示出了实现定向广告发布的网络系统。本领域的普通技术人员熟知，用户的终端设备，例如个人计算机、移动电话等，通常经由局域网或通信网络等接入因特网，以便对因特网中的内容服务器进行访问，因此，用户终端设备与内容服务器之间一般不是两点之间直接通信。一般地，在用户终端设备与内容服务器之间存在许多中间网络单元/节点，用于接收和转发来自用户终端设备和内容服务器的内容，例如网络代理服务器、边缘服务器等。如图 2 所示，用户终端设备 100 经由多个中间网络单元连

接到内容服务器 200 和广告服务器 600，其中内容服务器 200 能够向用户提供所需的内容，而广告服务器 600 则提供相应的定向广告。在一般情况下，中间网络单元对所接收的内容只进行与接收和转发有关的操作。因此，目的地设备所接收的内容与源设备所发送的内容是完全相同的。如前所述，在现有的定向广告发布方案中，内容提供商在将内容部署在内容服务器之前，通过在内容中加入与广告有关的信息来手动地修改内容。

图 3 是根据本发明的一个实施例的基于内容发布定向广告的方法的流程图。下面结合附图，对本实施例进行详细描述。

如图 3 所示，在步骤 S301，由电子内容源发送的电子内容被接收。在本实施例中，电子内容源是用于存储诸如文本、图片、视频等各种电子内容的设备，例如内容服务器等。通常，电子内容源由因特网内容提供商提供并维护。以下以内容服务器作为电子内容源进行说明。

当内容服务器接收到来自用户终端设备的内容请求时，内容服务器根据该内容请求搜索内容数据库，以获取用户所需的内容，然后以内容响应的形式返回该内容。

在本实施例中，用户终端设备是能够访问因特网的设备，例如个人计算机、移动电话等。

接着，在步骤 S305，对所接收的电子内容进行分析。该步骤利用预先设定的规则集合对内容进行检测，其中规则集合包括多个规则，每个规则由条件部分和动作部分组成。在本实施例中，规则用于定义满足定向广告发布的电子内容的要求，即对于哪些电子内容能够进行定向广告发布，并且发布哪些类型的定向广告。

例如，在规则的条件部分可限定内容在分类、时间、关键字、IP 地址、用户简档等方面的要求，在动作部分则规定了当条件部分被满足时应进行的操作，例如获取特定类型广告（如视频广告）、获取包含特定关键字的广告等。

在本实施例中，对电子内容进行解码和解析，以获得内容中与规则集合中的每个规则的条件部分相关的信息。然后，检测所获得信息是否满足

该规则的条件部分。如果内容满足某个/某些规则的条件部分，则根据该规则的动作部分，进行定向广告的获取。如果内容没有满足任何一个规则，则表示对于该内容没有需要插入的定向广告。

然后，在步骤 S310，基于在步骤 S305 的分析的结果，获取相关的定向广告。在本实施例中，根据所满足的规则的动作部分，生成定向广告请求，并将定向广告请求发送到广告源。广告源是用于存储广告活动的设备，可由广告服务提供商提供并维护，例如广告服务器。广告源接收到定向广告请求后，搜索其数据库以获得相关的定向广告，并发送定向广告。

在步骤 S315，当从广告源接收到相关的定向广告后，对所接收的内容进行重写，即，将所接收的定向广告插入内容中，构成新的电子内容。该新的电子内容经过编码以生成新的内容响应。

最后，在步骤 S320，所重写的电子内容以内容响应的形式传送到用户终端设备。当用户终端设备接收到所重写的电子内容后，定向广告与用户所访问的内容一起在用户终端设备上显示以供用户观看。一般地，定向广告可以采用浮动窗口或弹出窗口进行显示。在采用浮动窗口显示的情况下，定向广告可在用户终端设备的显示窗口内手动或自动地移动。而如果采用弹出窗口的形式，则定向广告和用户所访问的内容可以分别在不同的窗口中显示。

通过以上描述可知，根据本实施例的基于内容发布定向广告的方法通过在传送用户所访问的电子内容的过程中对该电子内容进行分析来获取相关的定向广告，并自动将定向广告插入电子内容中进行传送。这样，内容提供商无需再对其提供的电子内容进行手动修改以支持广告发布，而且由于定向广告与电子内容相关联，因此广告的发布更具有针对性。此外，定向广告的应用范围得到了扩展，也就是说，能够使更多的用户获得定向广告。因此，根据本发明的实施例的方法能够应用在如图 2 所示的网络系统中的内容服务器、任意一个中间网络单元或用户终端设备上。

进一步地，在上述方法中，还可以将所获取的定向广告进行缓存（步骤 S325），用于以后的定向广告的获取。在这种情况下，在对电子内容进

行分析后，可以首先根据分析的结果，在所缓存的定向广告中查找适合的定向广告。如果找到适合的定向广告，则直接将这此定向广告插入所接收的电子内容中，并提供给用户终端设备。如果没有找到适合的定向广告，则通过定向广告请求从广告服务器中获取适合的定向广告。

采用这种方式，能够提高定向广告获取的速度，减少由于与广告服务器的交互而带来的延迟。

图 4 示出了根据本发明的另一个实施例的基于内容发布定向广告的方法的流程图，其中与前面实施例相同的部分采用相同的标记，并适当省略其说明。

本实施例在图 3 所示的实施例的基础上，进一步包括了根据来自用户终端设备的内容请求获取定向广告并进行缓存的过程。

如图 4 所示，步骤 S301 至步骤 S325 与图 3 所示的完全相同。在步骤 S401，来自用户终端设备的内容请求被接收。当用户想要访问内容服务器上的内容时，其通过用户终端设备向内容服务器发送内容请求，该内容请求经由中间网络单元到达内容服务器。

接着，在步骤 S405，对内容请求进行分析。与分析电子内容的步骤 S305 类似地，该步骤利用同一个规则集合中的每个规则对内容进行检测。具体地，对内容请求进行解码和解析，以获得该内容请求中与每个规则的条件部分相关的信息。然后，检测所获得信息是否满足该规则的条件部分。如果内容请求满足某个规则的条件部分，则根据该规则的动作部分，进行定向广告的获取。

然后，在步骤 S410，基于在步骤 S405 中的分析结果，获取相关的定向广告。与步骤 S310 类似地，根据所满足的规则的动作部分，生成定向广告请求，并将定向广告请求发送到广告源。广告源根据所接收的定向广告请求后，搜索其数据库以获得相关的定向广告，并发送定向广告。

在获取了相关的定向广告后，执行步骤 S325，对所获取的定向广告进行缓存。

在根据图 3 所示的实施例的方法中，对于基于对内容服务器所发送的

电子内容的分析而获得的定向广告，可以进行缓存或者不进行缓存。而在本实施例的方法中，基于对用户的内容请求的分析而获得的定向广告将被缓存。因此，在本实施例中，所缓存的定向广告可以仅仅是通过分析内容请求而获得的定向广告，也可以是通过分析电子内容而获得的定向广告和通过分析内容请求而获得的定向广告两者。

根据上述描述可以看出，本实施例的基于内容发布定向广告的方法进一步通过对来自用户的内容请求的内容进行分析，统计获得用户的偏好/兴趣，并将用户可能感兴趣的定向广告缓存在本地，从而提供更有针对性的定向广告。

在同一个发明构思下，图 5 是根据本发明的另一个实施例的基于内容发布定向广告的装置的示意性框图。下面结合附图，对本实施例进行详细说明，其中对于与前面实施例相同的部分，适当省略其说明。

如图 5 所示，本实施例的基于内容发布定向广告的装置 500 包括：接收模块 501，其接收由电子内容源发送的电子内容；内容分析模块 502，其分析通过接收模块 501 接收的电子内容；定向广告获取模块 503，其基于内容分析模块 502 的分析结果，获取相关的定向广告；重写模块 504，其基于从定向广告获取模块 503 中获取的定向广告，重写从接收模块 501 接收的电子内容；以及发送模块 505，其向用户终端设备 100 发送所重写的电子内容。

在本实施例的基于内容发布定向广告的装置 500 中，当接收模块 501 接收到从诸如内容服务器 200 的电子内容源发出的电子内容时，将该电子内容传送给内容分析模块 502 进行分析。

内容分析模块 502 具有规则集合 5021，其存储多个规则，其中每一个规则都包括条件部分和动作部分。如前所述，规则用于定义满足定向广告发布的电子内容的要求，即对于哪些电子内容能够进行定向广告发布，并且发布哪些类型的定向广告。

然后，在内容分析模块 502 中，内容检测单元 5022 根据规则集合 5021 中的每个规则，检测所得到的电子内容是否满足该规则的条件部分。具体

地，电子内容通过解码和解析，可得到与规则的条件部分相关的信息，接着用该信息进行检测。对于每一个规则，当电子内容满足该规则的条件部分时，指示定向广告获取模块 503 根据该规则的动作部分，获取相关的定向广告。如果电子内容不满足该规则的条件部分，则进行根据下一个规则的检测。

内容分析模块 502 的分析结果，即电子内容所满足的规则的动作部分，被提供给定向广告获取模块 503，用于获取相关的定向广告。

在定向广告获取模块 503 中，请求生成单元 5031 根据内容分析模块 502 的分析结果，生成定向广告请求，然后通过发送模块 505 向诸如广告服务器 600 的广告源发送定向广告请求，并通过接收模块 501 从该广告源接收相关的定向广告。

所获取的定向广告被传输给重写模块 504，用于重写从接收模块 501 接收的电子内容。在重写模块 504 中，通过将从定向广告获取模块 503 获取的定向广告插入电子内容来进行电子内容的重写。然后，所重写的电子内容由发送模块 505 发送到用户终端设备 100，用于在用户终端设备 100 上显示。

另一方面，从定向广告获取模块 503 获取的定向广告被缓存在缓存器 506 中。在这种情况下，在定向广告获取模块 503 中还可具有查找单元 5032，其根据内容分析模块 502 的分析结果，在缓存器 506 中查找适合的定向广告。

此外，内容分析模块 502 还可对来自用户终端设备 100 的内容请求进行分析，该内容请求的分析过程与电子内容的分析过程相同。然后，由定向广告获取模块 503 从广告服务器 600 中获取相关的定向广告，并缓存在缓存器 506 中。因此，在缓存器 506 中缓存的定向广告可以通过分析电子内容而获得的广告、或者通过分析内容请求而获得的广告、或者包括以上两者。

通过以上描述可以看出，本实施例的基于内容发布定向广告的装置 500 能够在传送用户所访问的电子内容的过程中，通过对电子内容的分析

获取相关的定向广告，并自动将定向广告插入电子内容中进行传送。因此，该装置 500 可位于如图 2 所示的网络系统中的内容服务器 200、任意一个中间网络单元或用户终端设备 100 上。

另外，本实施例的基于内容发布定向广告装置 500 在操作上能够实现图 3 和图 4 所示的基于内容发布定向广告的方法。

应当指出，本实施例的基于内容发布定向广告装置及其各个组成部分可以由诸如超大规模集成电路或门阵列、诸如逻辑芯片、晶体管等的半导体、或者诸如现场可编程门阵列、可编程逻辑设备等的可编程硬件设备的硬件电路实现，也可以用由各种类型的处理器执行的软件实现，也可以由上述硬件电路和软件的结合实现。

以上虽然通过一些示例性的实施例详细描述了本发明的基于内容发布定向广告的方法和装置，但是以上这些实施例并不是穷举的，本领域技术人员可以在本发明的精神和范围内实现各种变化和修改。因此，本发明并不限于这些实施例，本发明的范围仅由所附的权利要求限定。

权利要求

1. 一种基于内容发布定向广告的方法，包括：

接收由电子内容源发送的电子内容；

分析所接收的所述电子内容；

基于所述分析的结果，获取相关的定向广告；

基于所获取的定向广告，重写所接收的所述电子内容；以及

向用户终端设备发送所重写的电子内容。

2. 根据权利要求 1 所述的方法，其中，分析所接收的所述电子内容的步骤包括：

对于规则集合中的每个规则，检测所述电子内容是否满足该规则的条件部分；以及

如果满足，则根据该规则的动作部分，执行所述获取相关的定向广告的步骤。

3. 根据权利要求 1 或 2 所述的方法，其中，获取相关的定向广告的步骤包括：

根据所述分析的结果，生成定向广告请求；

向广告源发送所述定向广告请求；以及

从所述广告源接收所述定向广告。

4. 根据权利要求 1 至 3 任意一项所述的方法，还包括：

缓存所获取的定向广告。

5. 根据权利要求 1 至 4 任意一项所述的方法，还包括：

接收来自用户终端设备的内容请求；

分析所述内容请求；

基于上述分析的结果，获取相关的定向广告；以及

缓存所获取的定向广告。

6. 根据权利要求 4 或 5 所述的方法，其中，获取相关的定向广告的步骤还包括：

根据所述分析的结果，在所缓存的定向广告中查找适合的定向广告。

7. 一种基于内容发布定向广告的装置，包括：

接收模块，用于接收由电子内容源发送的电子内容；

内容分析模块，用于分析所接收的所述电子内容；

定向广告获取模块，用于基于所述分析的结果，获取相关的定向广告；

重写模块，用于基于所获取的定向广告，重写所接收的所述电子内容；

以及

发送模块，用于向用户终端设备发送所重写的电子内容。

8. 根据权利要求 7 所述的装置，其中，所述内容分析模块包括：

规则集合，用于存储多个规则，其中每一个所述规则包括条件部分和动作部分；以及

内容检测单元，用于对于所述规则集合中的每个规则，检测所述电子内容是否满足该规则的条件部分，并在所述电子内容满足该规则的条件部分时，指示所述定向广告获取模块根据该规则的动作部分，获取相关的定向广告。

9. 根据权利要求 7 或 8 所述的装置，其中，所述定向广告获取模块包括：

请求生成单元，用于根据所述内容分析模块的分析结果，生成定向广告请求；

其中，所述发送模块还用于向广告源发送所述定向广告请求；所述接收模块还用于从所述广告源接收所述定向广告。

10. 根据权利要求 7 至 9 任意一项所述的装置，还包括：

缓存器，用于缓存所获取的定向广告。

11. 根据权利要求 10 所述的装置，其中，所述内容分析模块还用于分析来自用户终端设备的内容请求，并且所述定向广告获取模块根据所述内容请求的分析结果而获取的定向广告被缓存在所述缓存器中。

12. 根据权利要求 10 或 11 所述的装置，其中，所述定向广告获取模块还包括：查找单元，用于根据所述内容分析模块的分析结果，在所述缓存器中查找适合的定向广告。

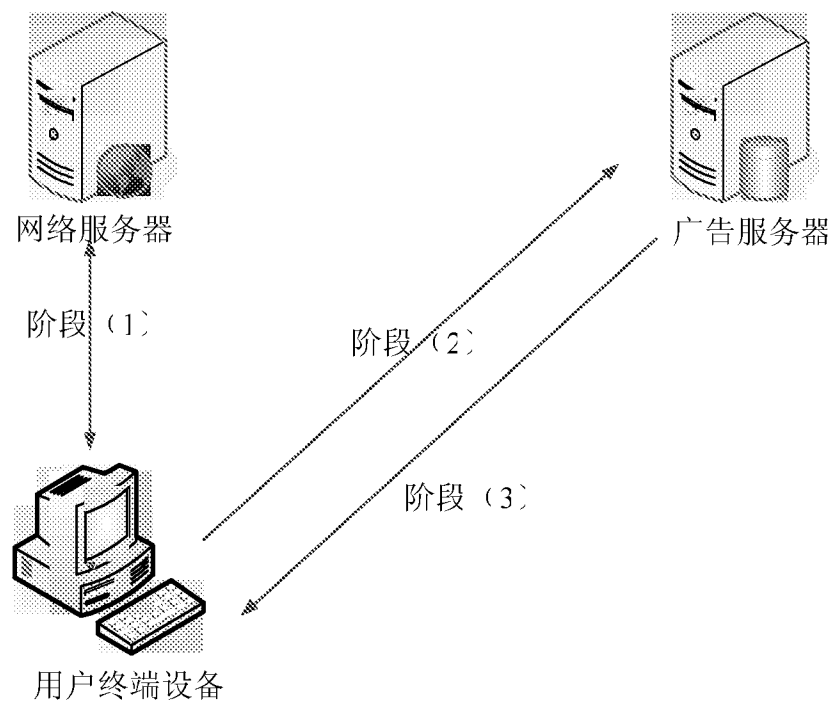


图1

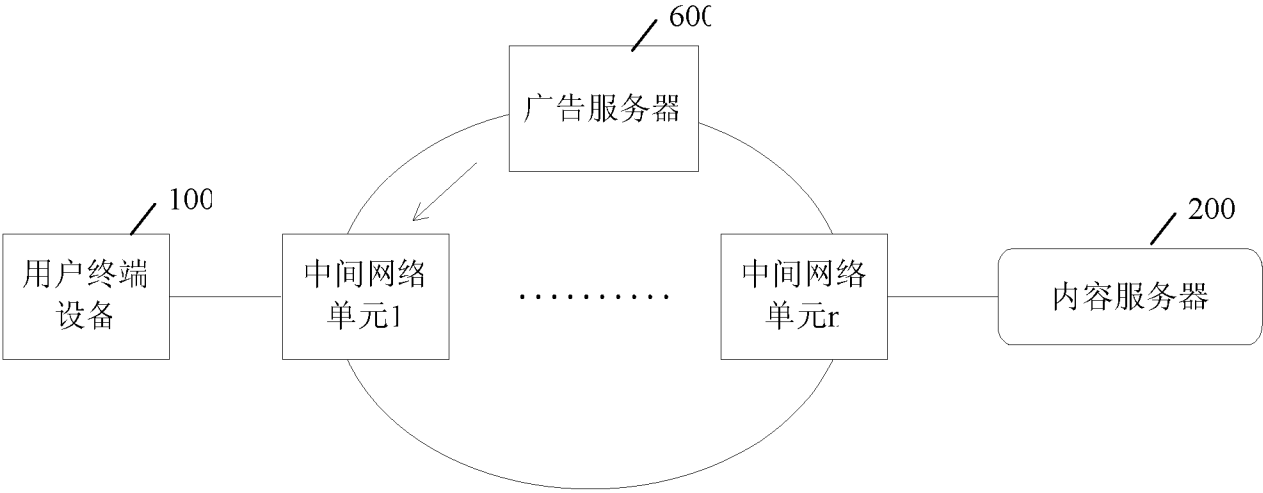


图 2

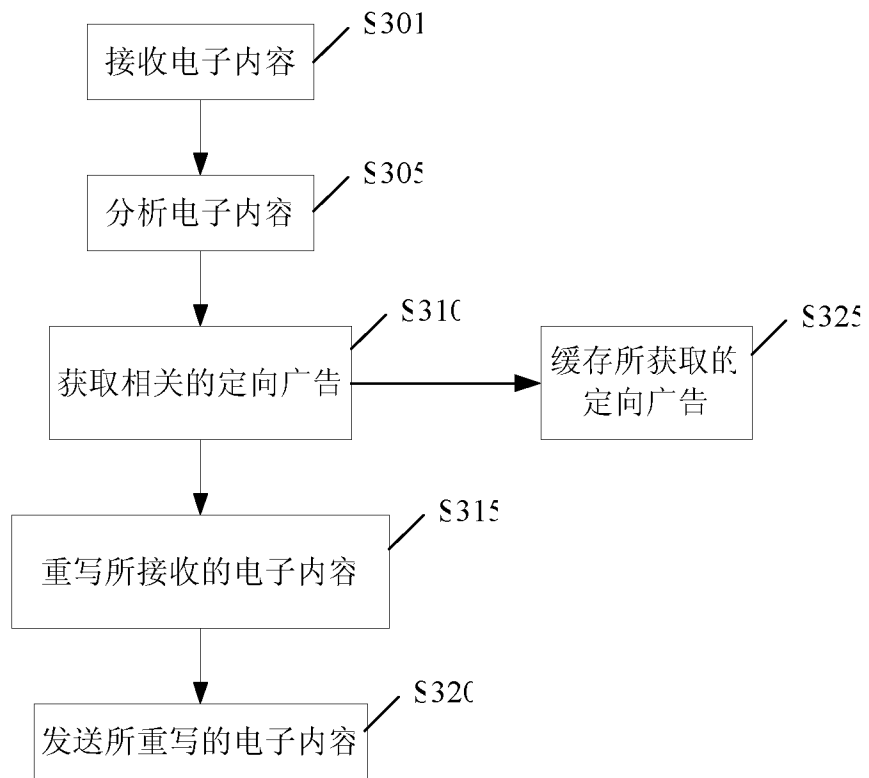


图 3

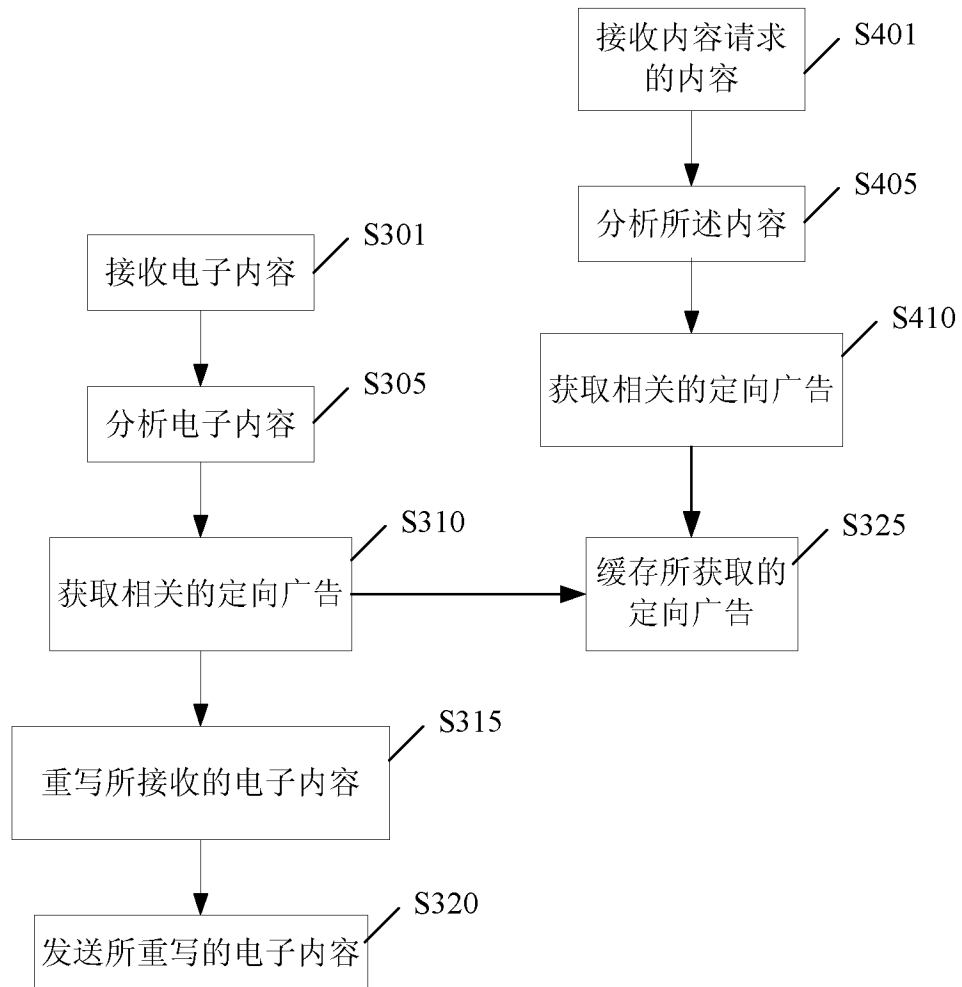


图 4

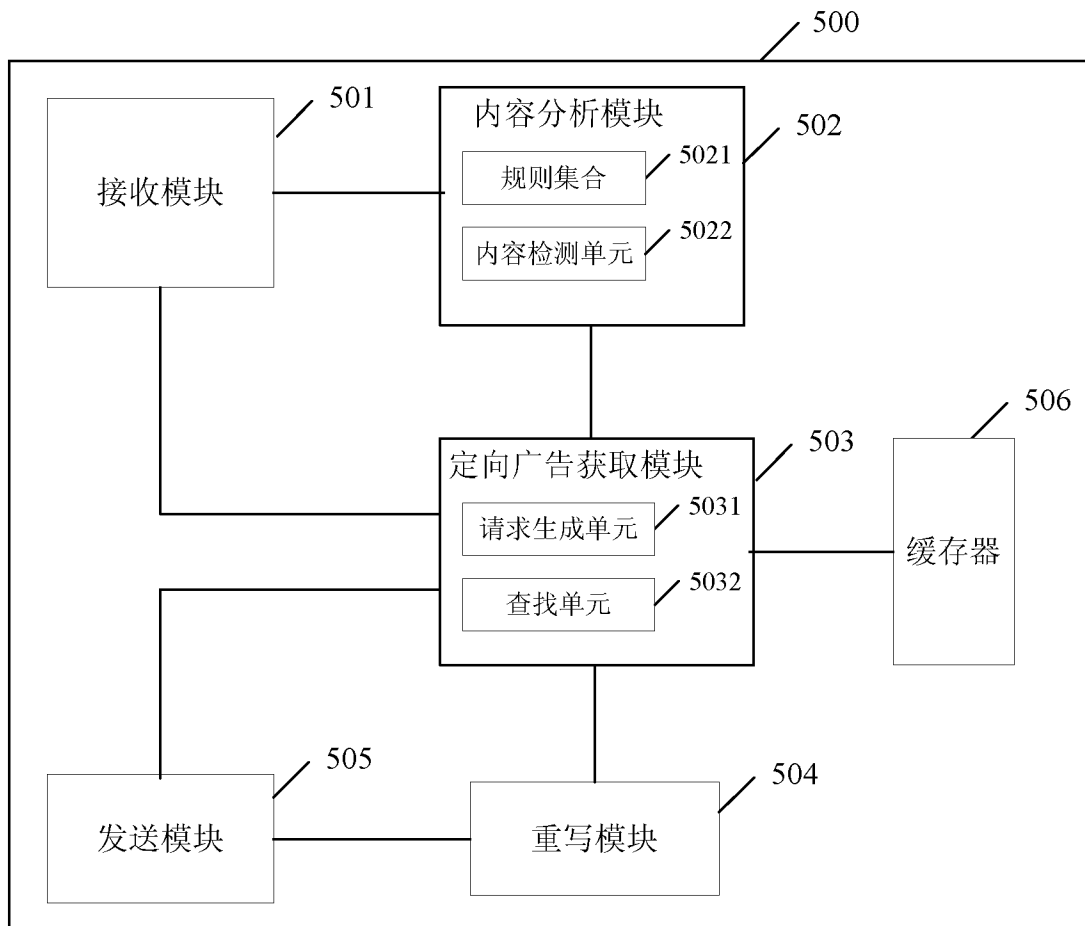


图 5

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/CN2009/070928

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

H04L12/58 (2006.01) i

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

IPC: H04L12/-

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

CNPAT,CNKI,WPI,EPODOC: advertisement?, advertising, ads, targeted, contextual, analys???, analyz???, content, econtent, insert???, rewrit???, rule?, regulation?, meet???, satisf+, match???, each???

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	US2009063491A1 (CLICKSTREAM TECHNOLOGIES) 05 Mar. 2009 (05.03.2009) see the description, page 1 paragraph 0005, paragraph 0007 and paragraph 0008, page 3 paragraph 0059, paragraph 0061 and paragraph 0065, page 4 paragraph 0073, paragraph 0074 and paragraph 0077, page 5 paragraph 0085, paragraph 0086 and paragraph 0092; figures 3,6	1-12
X	WO2005065237A2 (GOOGLE INC [US] et al.) 21 Jul. 2005 (21.07.2005) see the description, page 3 line 27- page 4 line 9, figure 3	1-12
A	CN101141484A (HUAWEI TECH CO LTD[CN]) 12 Mar. 2008 (12.03.2008) see the whole document	1-12
A	US2006287920A1 ((BRIN-D) BRINSON D et al.) 21 Dec. 2006 (21.12.2006) see the whole document	1-12

☐ Further documents are listed in the continuation of Box C.☒ See patent family annex.

* Special categories of cited documents:	“T” later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention
“A” document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance	“X” document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone
“E” earlier application or patent but published on or after the international filing date	“Y” document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art
“L” document which may throw doubts on priority claim (S) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)	“&” document member of the same patent family
“O” document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means	
“P” document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed	

Date of the actual completion of the international search
16 Dec. 2009(16.12.2009)Date of mailing of the international search report
31 Dec. 2009 (31.12.2009)Name and mailing address of the ISA/CN
The State Intellectual Property Office, the P.R.China
6 Xitucheng Rd., Jimen Bridge, Haidian District, Beijing, China
100088
Facsimile No. 86-10-62019451Authorized officer
WU Xu
Telephone No. (86-10)62411267

INTERNATIONAL SEARCH REPORT
Information on patent family members

International application No.
PCT/CN2009/070928

Patent Documents referred in the Report	Publication Date	Patent Family	Publication Date
US2009063491A1	05.03.2009	None	
WO2005065237A2	21.07.2005	US2005165615A1	28.07.2005
		EP1716512A2	02.11.2006
		AU2004311794A1	21.07.2005
		BRPI0418271A	02.05.2007
		KR20060130157A	18.12.2006
		INCHENP200602809E	08.06.2007
		JP2007526554T	13.09.2007
		CN101103369A	09.01.2008
		AU2004311794B2	11.09.2008
CN101141484A	12.03.2008	None	
US2006287920A1	21.12.2006	None	

国际检索报告

国际申请号

PCT/CN2009/070928

A. 主题的分类

H04L12/58 (2006.01) i

按照国际专利分类(IPC)或者同时按照国家分类和 IPC 两种分类

B. 检索领域

检索的最低限度文献(标明分类系统和分类号)

IPC: H04L12/-

包含在检索领域中的除最低限度文献以外的检索文献

在国际检索时查阅的电子数据库(数据库的名称, 和使用的检索词(如使用))

CNPAT,CNKI,WPI,EPODOC: 定向,广告,针对性,内容相关,分析,内容,电子内容,插入,重写,规则,条件,满足,匹配,缓存, advertisement?, advertising, ads, targeted, contextual, analys???, analyz???, content, econtent, insert???, rewrit???, rule?, regulation?, meet???, satisf+, match???, cach???

C. 相关文件

类 型*	引用文件, 必要时, 指明相关段落	相关的权利要求
X	US2009063491A1 (CLICKSTREAM TECHNOLOGIES) 05.3 月 2009 (05.03.2009) 参见说明书第 1 页第 0005 段, 0007 段和 0008 段, 第 3 页第 0059 段, 0061 段和 0065 段, 第 4 页第 0073 段, 0074 段和 0077 段, 第 5 页第 0085 段, 0086 段和 0092 段; 图 3,6	1-12
X	WO2005065237A2 (GOOGLE INC [US]等) 21.7 月 2005 (21.07.2005) 参见说明书第 3 页第 27 行至第 4 页第 9 行, 图 3	1-12
A	CN101141484A (华为技术有限公司) 12.3 月 2008(12.03.2008) 参见全文	1-12
A	US2006287920A1 ((BRIN-I) BRINSON D 等) 21.12 月 2006 (21.12.2006) 参见全文	1-12

☐ 其余文件在 C 栏的续页中列出。☒ 见同族专利附件。

* 引用文件的具体类型:

“A” 认为不特别相关的表示了现有技术一般状态的文件

“E” 在国际申请日的当天或之后公布的在先申请或专利

“L” 可能对优先权要求构成怀疑的文件, 或为确定另一篇引用文件的公布日而引用的或者因其他特殊理由而引用的文件(如具体说明的)

“O” 涉及口头公开、使用、展览或其他方式公开的文件

“P” 公布日先于国际申请日但迟于所要求的优先权日的文件

“T” 在申请日或优先权日之后公布, 与申请不相抵触, 但为了理解发明之理论或原理的在后文件

“X” 特别相关的文件, 单独考虑该文件, 认定要求保护的发明不是新颖的或不具有创造性

“Y” 特别相关的文件, 当该文件与另一篇或者多篇该类文件结合并且这种结合对于本领域技术人员为显而易见时, 要求保护的发明不具有创造性

“&” 同族专利的文件

国际检索实际完成的日期

16.12 月 2009(16.12.2009)

国际检索报告邮寄日期

31.12 月 2009 (31.12.2009)

ISA/CN 的名称和邮寄地址:

中华人民共和国国家知识产权局

中国北京市海淀区蓟门桥西土城路 6 号 100088

传真号: (86-10)62019451

受权官员

吴旭

电话号码: (86-10) 62411267

国际检索报告
关于同族专利的信息

国际申请号
PCT/CN2009/070928

检索报告中引用的 专利文件	公布日期	同族专利	公布日期
US2009063491A1	05.03.2009	无	
WO2005065237A2	21.07.2005	US2005165615A1	28.07.2005
		EP1716512A2	02.11.2006
		AU2004311794A1	21.07.2005
		BRPI0418271A	02.05.2007
		KR20060130157A	18.12.2006
		INCHENP200602809E	08.06.2007
		JP2007526554T	13.09.2007
		CN101103369A	09.01.2008
		AU2004311794B2	11.09.2008
CN101141484A	12.03.2008	无	
US2006287920A1	21.12.2006	无	