

(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 102004753 A

(43) 申请公布日 2011.04.06

(21) 申请号 201010266420.6

(51) Int. Cl.

(22) 申请日 2010.08.27

G06F 17/30(2006.01)

G06Q 30/00(2006.01)

(30) 优先权数据

12/583,905 2009.08.27 US

(71) 申请人 索尼公司

地址 日本东京都

申请人 索尼电子有限公司

(72) 发明人 唐纳德·L·罗格赫瑞三世

米尔顿·弗瑞泽 拉吉·雷妮尔

斯蒂芬·雅各布斯

奥斯汀·诺拉汉 蒂姆·史密斯

(74) 专利代理机构 北京东方亿思知识产权代理

有限责任公司 11258

代理人 宋鹤 南霆

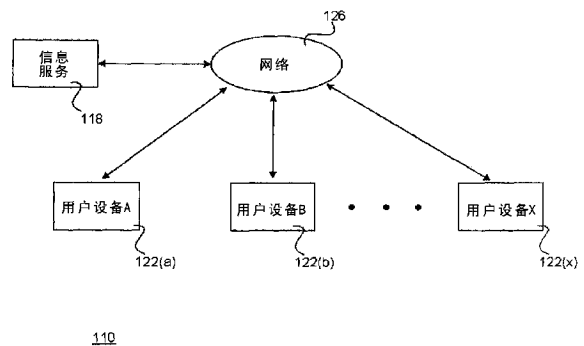
权利要求书 2 页 说明书 14 页 附图 9 页

(54) 发明名称

用于支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法

(57) 摘要

本发明涉及用于支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法。一种实现信息分发网络的系统和方法包括信息服务，该信息服务被配置为通过信息分发网络提供信息分发服务。设备用户利用用户设备来与信息服务通信，以接收信息分发服务。实现了传输结构以收集来自信息分发网络中的各种实体的适当元数据。群组管理器分析来自所收集的元数据的分组因素，以从设备用户当中定义至少一个消费者群组。各种广告商然后与投标管理器通信以参与投标过程，该投标过程用于获得向消费者群组提供选定信息的广告权。



1. 一种用于实现信息分发网络的系统,包括:  
信息服务,被配置为通过所述信息分发网络提供信息分发服务;  
用户设备,设备用户利用所述用户设备来与所述信息服务通信,以接收所述信息分发服务;  
群组聚集器,分析元数据以从所述设备用户当中定义至少一个消费者群组;以及  
投标管理器,广告商与所述投标管理器通信以参与用于获得向所述消费者群组提供选定信息的广告权的投标过程。
2. 如权利要求 1 所述的系统,还包括传输结构,所述传输结构与所述信息分发网络中的网络实体通信,所述传输结构收集所述元数据,以用于将来自所述信息服务的所述选定信息提供给所述消费者群组。
3. 如权利要求 1 所述的系统,其中,所述群组聚集器和所述投标管理器是在来自所述信息分发网络的投标服务器中实现的。
4. 如权利要求 1 所述的系统,其中,所述群组聚集器分析所述元数据以识别来自所述设备用户和所述用户设备中的相应用户设备的群组模式。
5. 如权利要求 1 所述的系统,其中,所述群组聚集器分析来自所述元数据的分组因素以创建所述消费者群组。
6. 如权利要求 5 所述的系统,其中,所述群组聚集器用针对所述设备用户中的相应设备用户而计算出的所述分组因素的加权和来填充所述消费者群组。
7. 如权利要求 5 所述的系统,其中,所述分组因素包括用户元数据、设备元数据、用户偏好、用户行为模式、地理位置信息、因特网浏览模式和用户购买行为。
8. 如权利要求 5 所述的系统,其中,所述群组聚集器通过分析目标确定因素来识别所述消费者群组的目标广告商。
9. 如权利要求 8 所述的系统,其中,所述目标确定因素包括广告目的、产品特性、产品定价信息和广告特性。
10. 如权利要求 8 所述的系统,其中,所述群组聚集器将所述消费者群组的群组特性与所述广告商的广告商特性相比较,以具体识别所述目标广告商。
11. 如权利要求 10 所述的系统,其中,所述群组聚集器向所述目标广告商提供对向所述消费者群组发送广告进行投标的投标机会。
12. 如权利要求 11 所述的系统,其中,所述投标管理器按照预定义的投标规则来分析来自所述目标广告商的投标信息,以确定一个或多个投标获胜者。
13. 如权利要求 12 所述的系统,其中,所述投标管理器通知一个或多个投标获胜者,所述投标获胜者提供所述广告以供传送到所述消费者群组。
14. 如权利要求 13 所述的系统,其中,所述消费者群组中的所述设备用户单独决定是否参与提供给所述消费者群组的成批购买机会。
15. 如权利要求 1 所述的系统,其中,所述消费者群组对所述广告商的价值随着所述消费者群组中的总消费者数量的增大而增大。
16. 如权利要求 7 所述的系统,其中,所述用户元数据包括所述设备用户的个人名字、性别、年龄、宗教信仰、爱好、兴趣、职业、婚姻状态、住处、收入、因特网浏览历史和信用卡交易记录。

17. 一种用户设备,包括:

数据模块,该数据模块管理与所述用户设备以及所述用户设备的设备用户有关的元数据;

传输结构,该传输结构向信息服务提供所述元数据,以用于识别包括所述用户设备的至少一个消费者群组;以及

通信模块,该通信模块将所述传输结构传送到所述信息服务,所述元数据被所述信息服务用来选择一个或多个目标广告。

18. 如权利要求 17 所述的用户设备,其中,所述设备用户单独决定是否参与提供给所述消费者群组的成批购买机会,所述设备用户利用所述通信模块将相应的购买决定告知所述信息服务。

19. 如权利要求 17 所述的用户设备,其中,所述通信模块从所述信息服务接收所述一个或多个目标广告,所述一个或多个广告通过利用所述元数据而以所述消费者群组为目标。

20. 如权利要求 17 所述的用户设备,其中,所述消费者群组被分析来自所述元数据的分组因素的群组聚集器识别。

21. 如权利要求 20 所述的用户设备,其中,所述分组因素包括用户元数据、设备元数据、用户偏好、用户行为模式、地理位置信息、因特网浏览模式和用户购买行为。

22. 如权利要求 20 所述的用户设备,其中,所述群组聚集器通过分析目标确定因素来识别所述消费者群组的的目标广告商。

23. 如权利要求 22 所述的用户设备,其中,来自所述目标广告商的投标信息由投标管理器按照预定义的投标规则来分析,以确定一个或多个投标获胜者。

24. 如权利要求 23 所述的用户设备,其中,所述投标管理器通知所述一个或多个投标获胜者,所述投标获胜者提供所述目标广告以供传送到所述用户设备。

## 用于支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法

### 技术领域

[0001] 本发明一般地涉及用于分发电子信息的技术,更具体地涉及用于支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法。

### 背景技术

[0002] 实现用于分发电子信息的有效方法是当代电子系统的设计者和制造者的重要考虑。然而,有效分发电子设备所利用的电子信息可能对系统设计者产生重大挑战。例如,对增加的系统功能和性能的增强的要求可能需要更多的系统处理能力并需要额外的软件资源。对处理或软件要求的提高也可能由于增长的生产成本和操作的低效率而引起相应的有害经济影响。

[0003] 此外,执行各种高级分发操作的增强的系统能力可向系统用户提供额外的益处,但也可能对各种系统组件的控制和管理提出更高的要求。例如,有效管理电子广告信息的电子系统可能由于所涉及的数字数据的大量和复杂性而得益于有效的实现方式。

[0004] 由于对系统资源的逐渐增长的要求和显著增大的数据量,开发用于向电子设备分发电子信息的新技术显然是相关电子技术的关注事项。因此,由于所有上述原因,开发用于分发电子信息的有效技术仍然是当代电子系统的设计者、制造者和使用者的重要考虑。

### 发明内容

[0005] 根据本发明,公开了用于支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法。在一个实施例中,分发系统自动提供各种类型的适当信息,以供相应用户设备的设备用户利用。例如,所分发的信息可以包括但不限于以特定设备用户为目标的商业广告信息。与支持“拉取”模型(其需要消费者主动访问所需广告信息)的传统广告技术不同,前述分发系统支持“推送”模型,该“推送”模型基于限定设备用户和各种广告商两者的相应元数据文件来自动选择适当的广告信息并将其发送给目标设备用户。

[0006] 在一个实施例中,分发系统可以支持和利用自动向和从分发系统中的适当实体传输各类相关信息的一个或多个传输结构。例如,传输结构可被用来搜集和传送关于各种设备用户、用户设备、电子网络以及来自信息服务的各个广告商的元数据。另外,传输结构还可被用来向适当的用户设备提供对目标广告和/或电子内容的链接。

[0007] 在某些实施例中,信息服务可以有利地提供支持消费者聚集过程的投标服务器,在消费者聚集过程期间,某些设备用户及其相应的用户设备被聚集成一个或多个消费者群组。广告商或者其他适当实体然后可以对获取消费者群组的广告访问权进行投标或者以其他方式进行出价,以更准确和有效地确定相关广告和其他信息的目标。

[0008] 在某些实施例中,群组聚集器可以分析来自元数据数据库或者(一个或多个)其他数据源的信息,以识别一个或多个消费者群组。在某些实施例中,群组聚集器可以不断分析各类元数据,以识别设备用户和他们的相应用户设备的群组模式。群组聚集器可以保持各种预定义的分组因素的连续记录以创建相应的消费者群组。在某些实施例中,消费者群

组可通过针对各个设备用户计算分组因素的加权和来填充。分组因素可以包括但不限于用户元数据、设备元数据、用户偏好、用户行为模式、地理位置信息、因特网浏览模式和用户购买行为。

[0009] 群组聚集器还可以通过任何有效技术来识别适当的目标广告商或者广告。例如，群组聚集器可以分析各种预定义的目标确定因素 (targeting factor)，以识别目标广告商。目标确定因素可以包括但不限于广告目的、产品特性、产品定价信息和广告特性。群组聚集器然后将消费者群组的特性与目标广告商 / 广告相比较，并且向适当的目标广告商提供对向相应消费者群组发送广告进行投标的机会。

[0010] 在某些实施例中，投标管理器可以协调投标过程，在该投标过程期间，广告商或者其他适当实体可以对获取对一个或多个消费者群组的访问进行投标或者以其他方式进行出价。投标管理器可以按照特定的预定义的投标规则来分析投标信息，以确定一个或多个投标获胜者。然后可以通知投标获胜者并且允许投标获胜者提供用于通过信息服务传送到（一个或多个）消费者群组的广告信息。各个设备用户然后可以单独决定是否参与正在提供给（一个或多个）消费者群组的成批购买 (bulk purchase) 机会。

[0011] 本发明因而有利地创建了请求看到关于如下商品或服务的产品广告的消费者的目标池：消费者对这些商品或服务寻求信息和 / 或购买机会。本发明聚集了这些消费者，并且通过使用适当元数据而提供了广告投放和与广告商的交互对话连接。广告商然后基于对所收集的元数据的收集、分析和聚集来对向消费者群组递送他们的广告集 (ad-set) 的权利进行投标。至少由于前述原因，本发明因此提供了用于支持电子网络中的消费者聚集过程的改进的系统和方法。

## 附图说明

- [0012] 图 1A 是根据本发明一个实施例的分发系统的框图；
- [0013] 图 1B 是根据本发明一个实施例的消费者群组的框图；
- [0014] 图 2A 是根据本发明的传输结构的一个实施例的框图；
- [0015] 图 2B 是根据本发明的媒体文件的一个实施例的框图；
- [0016] 图 3 是根据本发明的来自图 1A 的用户设备的一个实施例的框图；
- [0017] 图 4 是根据本发明的来自图 3 的用户存储器的一个实施例的框图；
- [0018] 图 5 是根据本发明的来自图 1A 的信息服务的一个实施例的框图；
- [0019] 图 6A 是根据本发明的来自图 5 的传输服务器的一个实施例的框图；
- [0020] 图 6B 是根据本发明的来自图 6A 的传输服务器存储器的一个实施例的框图；
- [0021] 图 7 是根据本发明的来自图 5 的广告服务器的一个实施例的框图；
- [0022] 图 8A 是根据本发明的来自图 5 的投标服务器的一个实施例的框图；
- [0023] 图 8B 是根据本发明的来自图 8A 的投标服务器存储器的一个实施例的框图。

## 具体实施方式

[0024] 本发明涉及电子数据分发技术的改进。以下描述是为了使本领域普通技术人员能够作出和使用本发明而给出的，并且是在专利申请及其要求的环境下提供的。对所公开的实施例的各种修改对本领域技术人员将是显而易见的，并且这里的一般原理可适用于其他

实施例。因此,本发明不希望被限于所示实施例,而是与符合这里描述的原理和特征的最宽范围相一致。

[0025] 本发明包括用于实现信息分发网络的系统和方法,并且包括信息服务,该信息服务被配置为通过信息分发网络提供信息分发服务。设备用户利用用户设备来与信息服务通信以接收信息分发服务。实现一个或多个传输结构来从信息分发网络中的各种实体收集适当元数据。群组聚集器分析来自所收集的元数据的预定义分组因素,以从设备用户当中创建至少一个消费者群组。各种广告商然后可以与投标管理器通信以参与投标过程,从而获得向消费者群组提供选定信息的广告权。

[0026] 现在参考图 1A,示出了根据本发明一个实施例的分发系统 110 的框图。在图 1A 的实施例中,分发系统 110 可以包括但不限于一个或多个用户设备 122、信息服务 118 和网络 126。在替代实施例中,可以利用除了结合图 1A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 1A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现分发系统 110。

[0027] 根据本发明,分发系统 110 有利地支持如下分发过程:该分发过程自动提供供相应用户设备 122 的设备用户利用的各类适当信息。例如,所分发的信息可以包括但不限于专门以用户设备 122 的适当设备用户为目标商业广告信息。与支持“拉取”模型(其需要消费者主动访问所需广告信息)的传统广告技术不同,图 1A 的分发系统 110 支持“推送”模型,该“推送”模型基于限定设备用户和各种广告商两者的相应元数据来自动选择适当的广告信息并将其发送给目标设备用户。

[0028] 在图 1A 的实施例中,分发系统 110 可由作为对金融或者其他补偿的回报而向广告商和设备用户提供分发服务的分发控制实体来实现和支持。分发控制实体可以是维护和控制分发系统 110 的关键要素(例如信息服务 118)的商业企业。

[0029] 根据本发明,分发系统 110 可以有利地支持和利用自动向分发系统 110 中的适当实体和从分发系统 110 中的适当实体传输各类相关信息的一个或多个传输结构(见图 2A)。例如,传输结构可被用来搜集和传送关于各种设备用户、用户设备 122、网络 126 以及来自信息服务 118 的各个广告商的元数据。另外,传输结构还可被用来向适当的用户设备 122 传输或提供对目标广告和/或电子内容的链接。

[0030] 根据本发明,信息服务 118 可以有利地提供支持消费者聚集过程的投标服务器(图 8A-8B),在消费者聚集过程期间,某些设备用户和他们的相应用户设备 122 被聚集成目标消费者群组。广告商或者其他适当实体然后可以对获取消费者群组的广告权进行投标或以其他方式进行出价以更准确和有效地确定相关广告或其他信息的目标。本发明因而证明是一种支持电子网络中的消费者聚集过程的系统和方法。下面结合图 2A-8B 讨论了关于图 1A 的分发系统 110 中对传输结构的实现和利用的进一步细节。

[0031] 现在参考图 1B,示出了根据本发明一个实施例的消费者群组 150 的框图。在图 1B 的实施例中,消费者群组 150 可以包括但不限于由各个用户设备 122(a) 至 122(m) 所代表的各个设备用户。在图 1B 中,用户设备 122 可以与来自图 1A 的相应编号的用户设备 122(a) 至 122(m) 相同或类似。在图 1B 的实施例中,各个用户设备 122 可以各自通过利用任何有效通信技术来与消费者群组 150 中的任意或所有其他用户设备 122 执行双向通信。

[0032] 图 1B 的消费者群组 150 是为了说明目的而给出的,在替代实施例中,可以利用除

了结合图 1B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 1B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现消费者群组 150。例如,任何所需数目或类型的用户设备 122 可被相应的设备用户用来形成消费者群组 150。在图 1B 的实施例中,消费者群组 150 可通过利用任何有效技术来定义或创建。

[0033] 本发明因而创建了请求看到关于如下商品或服务的产品广告的消费者的目标池:消费者对这些商品或服务寻求信息和 / 或购买机会。本发明聚集了这些消费者,并且通过使用适当元数据而提供了广告投放和与广告商的交互对话连接。广告商基于对所收集的元数据的收集、分析和聚集来对向消费者群组递送他们的广告集进行投标。这可以包括向聚集器支付更高的访问费用,或者向消费者提供更好的经济或价值项,或者二者的组合。

[0034] 一个示例是抵押放贷者。聚集器汇聚关于不动产代理、买家和卖家的元数据,以帮助为抵押放贷者加快销售,这些抵押放贷者将对聚集器为寻找抵押的买家所保持的广告空间进行投标。聚集器所提供的信息可能包括但不限于消费者简档和对获取抵押的兴趣水平进行评级的行为倾向、地理信息、信用信息和希望的不动产价值。基于所估计的消费者元数据和潜在的代理和 / 或卖家,打包的不动产广告在由抵押放贷者所提供的文件夹中发送给消费者。

[0035] 根据本发明,设备用户因而具有创建购买团体以平衡 (leverage) 成批购买的一种消费者联合机会。这可以由信息服务 118 (图 1) 或者注意到广告商服务或商品递送模式 (可以是为用户 / 购买者创建购买团体机会) 的其他适当实体进行,或者相反,广告商可以向信息服务 118 提供通过搜索感兴趣的订户的元数据来尝试并形成买家群组的成批购买机会。两种情况下的信息服务 118 都是用于形成这些类型的平衡用户购买或广告商提供的成批销售机会的集中式聚集器。

[0036] 总之,本发明支持信息服务 118 通过监视用户请求或者在广告商的请求下形成汇聚的买家群组时的形成买家购买团体 (消费者群组 150) 的能力。下面结合图 2A-8B 讨论了关于图 1A 的分发系统 110 中对消费者群组 150 的实现和利用的进一步细节。

[0037] 现在参考图 2A,示出了根据本发明的传输结构 210 的一个实施例的框图。图 2A 的实施例是为了说明目的而给出的,在替代实施例中,可以利用除了结合图 2A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 2A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现传输结构 210。

[0038] 在图 2A 的实施例中,用户元数据 222 可以包括关于用户设备 122 (图 1A) 的一个或多个设备用户的信息。在某些实施例中,可以选择性地从一个或多个适当的用户简档 430 (图 4) 来编制用户元数据 222。类似地,设备元数据 226 可以包括关于一个或多个用户设备 122 的信息。在某些实施例中,可以选择性地从一个或多个适当的设备简档 434 (图 4) 来编制设备元数据 226。在图 2A 的实施例中,网络元数据 230 可以包括关于电子网络 126 (图 1A) 的各种属性或实体的信息。

[0039] 在图 2A 的实施例中,广告商元数据 234 可以包括关于与分发系统 110 相关联的一个或多个广告或广告商的信息。在某些实施例中,广告商可以与广告源 540 (图 5) 相关联。类似地,内容呈现者元数据 238 可以包括关于与分发系统 110 相关联的一个或多个内容呈现者的信息。在某些实施例中,内容呈现者可以与内容源 542 (图 5) 相关联。

[0040] 在图 2A 的实施例中,消费者群组元数据 238 可以包括关于分发系统 110 中的一个

或多个消费者群组 150(图 1B) 的识别、填充或利用的任何适当类型信息。在图 2A 的实施例中, 杂项信息 242 可以包括任何另外的数据或其他适当信息。媒体链接 246 可以包括表明用于访问一个或多个媒体文件(如下面结合图 2B 所讨论的) 的位置或连接手段的适当信息。

[0041] 传输结构 210 中的反馈元数据 248 可以被更新, 以反映来自目标设备用户的用户设备 122 的、供传送回信息服务 118 或其他适当实体的任何相关信息。在图 2A 的实施例中, 存储在传输结构 210 中的信息可以包括任何适当类型的软件指令, 用于为传输结构 210 提供智能的功能和控制。在某些实施例中, 这些软件指令可以与诸如用户设备 122 或者其他适当电子设备的处理器之类的外部实体交互或者由该外部实体执行。

[0042] 分发系统 110 中的各种实体可以以任何适当方式来利用传输结构 210 中的信息。例如, 可以通过以下操作来执行消费者聚集过程: 对用户元数据 222、设备元数据 226 和广告商元数据 234 的兼容要素进行匹配, 从而识别供用于提供适当类型的相关广告信息以供自动传送到消费者群组 150 中的目标设备用户的一个或多个消费者群组 150。

[0043] 传输结构 210 可以以任何有效方式来源于任何适当的源。例如, 传输结构 210 可被嵌入在用户设备 122(图 1A) 中, 并且在需要时由设备用户激活。或者, 网络 126 中的各种实体或者信息服务 118 可以创建或者激活传输结构 210。例如, 传输服务器(见图 6A) 可以管理传输结构 210 的起源和操作。下面结合图 2B-8B 讨论了关于图 2A 的传输结构 210 的实现和利用的进一步细节。

[0044] 现在参考图 2B, 示出了根据本发明的媒体文件 250 的一个实施例的框图。图 2B 的实施例是为了说明目的而给出的, 在替代实施例中, 可以利用除了结合图 2B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 2B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现媒体文件 250。例如, 图 2B 的媒体文件 250 被示出为可通过利用图 2A 的媒体链接 246 来访问的单独实体。然而, 在替代示例中, 媒体文件 250 可被实现为图 2A 的传输结构 210 的组成部分。

[0045] 在图 2B 的实施例中, 广告(ad) 254 可以包括为了向消费者群组 150 中的用户设备 122(图 1B) 中的适当用户设备传送而选择的任何适当类型的目标广告信息。类似地, 内容项 258 可以包括为了向消费者群组 150 中的用户设备 122 中的适当用户设备传送而选择的任何适当类型的电子内容信息。例如, 内容 258 可以包括但不限于视频数据、音频数据、图形、文本、电影、音乐记录和计算机程序。下面结合图 3-8B 进一步讨论了向目标消费者群组 150 提供适当媒体文件 250 的进一步信息。

[0046] 现在参考图 3, 示出了根据本发明的图 1A 的用户设备 122 的一个实施例的框图。在图 3 的实施例中, 用户设备 122 包括但不限于中央处理单元(CPU) 314、存储器 318、显示器 338 和一个或多个输入/输出接口(I/O 接口) 340。图 3 的实施例是为了说明目的而给出的, 在替代实施例中, 可以利用除了结合图 3 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 3 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现用户设备 122。另外, 用户设备 122 可被实现为任何类型的便携式或者非便携式电子设备, 包括但不限于台式计算机、个人数字助理、蜂窝电话、机顶盒或者膝上型计算机。

[0047] 在图 3 的实施例中, CPU 314 可被实现为包括任何适当且兼容的微处理器设备, 该微处理器设备优选地执行软件指令, 从而控制和管理用户设备 122 的操作。具体地, CPU

314 可以执行存储在图 4 的设备存储器 318 中的软件指令,以收集、交换和利用用户设备 122、第三方设备和来自信息服务 118(图 1A)的各种适当实体之间的各类相关元数据。另外,CPU314 可以与一个或多个传输结构 210 通信。

[0048] 在一个示例中,设备用户可能正在商业销售场所(例如杂货店或者加油站)处利用用户设备 122(例如蜂窝电话)。蜂窝电话可以通过利用任何有效技术自动收集并与一个或多个其他第三方设备(例如商家的智能电子收银设备)交换各类相关信息和元数据,包括利用适当的握手技术来回交换传输结构 210。

[0049] 蜂窝电话然后可以通过利用任何有效传送技术将元数据传送到信息服务 118(图 1A)。例如,元数据可被直接传送到信息服务 118 或者在附接到传输结构 210 的情况下传送到信息服务 118。在某些实施例中,蜂窝电话可以将元数据/传输结构 210 传送到网络入口设备(例如计算机),该网络入口设备然后将元数据/传输结构 210 传送到信息服务 118。根据本发明,信息服务 118 可以分析所接收的元数据以更加准确地向适当设备用户提供目标广告。

[0050] 图 3 的显示器 338 可以包括任何有效类型的显示技术,包括具有用于向设备用户显示各种信息的适当屏幕的阴极射线管监视器或者液晶显示设备。在图 3 的实施例中,(一个或多个)I/O 接口 340 可以包括用于接收和/或发送用户设备 122 任何所需类型的信息的一个或多个输入和/或输出接口。在图 3 的实施例中,存储器 318 可被实现为包括所需存储设备的任何组合,这些存储设备包括但不限于只读存储器 (ROM)、随机存取存储器 (RAM) 和各种类型的非易失性存储器,例如软盘、记忆棒、光盘或硬盘。下面结合图 4-8B 进一步讨论了用户设备 122 的利用的其他细节。

[0051] 现在参考图 4,示出了根据本发明的图 3 的用户存储器 318 的一个实施例的框图。在替代实施例中,可利用除了结合图 4 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 4 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现用户存储器 318。

[0052] 在图 4 的实施例中,设备应用 422 可以包括程序指令,这些程序指令优选地被 CPU 314 执行以实现用户设备 122 的各种功能和操作。设备应用 422 的特定性质和功能通常取决于诸如相应用户设备 122 的具体类型和特定功能之类的因素而变化。在图 4 的实施例中,用户设备 122 利用数据模块 426 来管理用户简档 430 和设备简档 434,用户简档 430 和设备简档 434 总地描述与用户设备 122 或者用户设备 122 的设备用户有关的任何所需属性或者特性。例如,用户简档 430 可以包括但不限于关于设备用户的名字、性别、年龄、宗教信仰、爱好、兴趣、职业、婚姻状态、住处、收入、因特网浏览历史、地理位置和信用卡交易记录的信息。类似地,设备简档 434 可以包括但不限于设备类型、设备制造商、所支持的设备功能、设备位置和设备配置。

[0053] 在图 4 的实施例中,对接端口 (docking port) 438 可以包括用于辅助一个或多个传输结构 210(图 2A)与用户设备 122 之间的双向通信的任何适当类型的接口手段。在图 4 的实施例中,广告 (ad) 442 可以包括已专门针对用户设备 122 的设备用户而经由分发系统 110(图 1A)接收到的目标广告信息。类似地,内容 446 可以包括已专门针对用户设备 122 的设备用户而经由分发系统 110(图 1A)接收到的目标电子内容信息。

[0054] 在图 4 的实施例中,用户设备 122 可以利用通信模块 450 来执行与任何适当远程

实体的双向电子通信过程。通信模块 450 可以利用任何有效通信技术。例如,在某些实施例中,通信模块 450 可以通过利用与已知的或增强的Bluetooth®(蓝牙)技术类似的短程无线技术在商店或其他销售环境中执行短距离通信。在其他实施例中,通信模块 450 可以通过利用与已知的或增强的 WiFi 技术类似的长程无线技术在家庭或办公室环境中执行长距离通信。

[0055] 在图 4 的实施例中,杂项信息 454 可以包括供用户设备 122 利用的任何适当的其他信息或数据。例如,在某些实施例中,杂项信息 454 可以包括曾从一个或多个传输结构 210 下载的与分发系统 110 中的其他实体有关的各类元数据。下面结合图 5-8B 讨论了关于图 4 的用户存储器 318 的实现和利用的进一步细节。

[0056] 现在参考图 5,示出了根据本发明的图 1A 的信息服务 118 的一个实施例的框图。在图 5 的实施例中,信息服务 118 包括但不限于控制器 514、传输服务器 518、广告服务器 538、一个或多个广告源 540、一个或多个内容源 542 和投标服务器 546。图 5 的实施例是为了说明目的而给出的,在替代实施例中,可利用除了结合图 5 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 5 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现信息服务 118。

[0057] 在图 5 的实施例中,控制器 514 可被实现为包括用于协调和监视信息服务 118 的操作功能的任何有效控制装置。例如,在某些实施例中,控制器 514 可被实现为具有管理信息服务 118 的操作的相应控制应用程序的计算机设备。或者,控制器 514 可被实现为包括任何适当且兼容的微处理器设备的中央处理单元,所述微处理器设备用于执行软件指令,从而控制和管理信息服务 118 的操作。

[0058] 在图 5 的实施例中,根据本发明,传输服务器 518 可以包括用于与一个或多个传输结构 210(图 2A)通信并且对其进行控制的任何有效装置。下面结合图 6A-6B 进一步讨论了关于传输服务器 518 的实现和利用的其他细节。在图 5 的实施例中,(一个或多个)广告源 540 可以包括用于提供通过分发系统 110(图 1A)传播的广告信息的一个或多个适当实体。例如,广告源 540 可以包括各种商业企业、特定广告商或者广告开发者。

[0059] 在图 5 的实施例中,(一个或多个)内容源 542 可以包括用于提供通过分发系统 110 传播的电子内容的一个或多个适当实体。例如,内容源 542 可以包括各种商业企业、特定广告商或者内容制造者。在图 5 的实施例中,广告服务器 538 可包括用于通过利用来自一个或多个传输结构 210(图 2A)的元数据来识别和聚集适当的广告信息和/或电子内容以便提供给用户设备 122(图 1A)的目标设备用户的任何有效装置。下面结合图 7 进一步讨论了广告服务器 538 的一个实施例。

[0060] 在图 5 的实施例中,投标服务器 546 可以包括用于支持消费者聚集过程的任何有效装置,该消费者聚集过程创建一个或多个消费者群组(图 1B),然后允许广告商或者其他适当实体对获取所述消费者群组 150 的广告权而进行投标或者以其他方式进行出价。下面结合图 8A-8B 进一步讨论了投标服务器 546 的一个实施例。下面结合图 6A-8B 进一步讨论了信息服务 118 的实现和利用的其他细节。

[0061] 现在参考图 6A,示出了根据本发明的图 5 的传输服务器 518 的一个实施例的框图。在图 6A 的实施例中,传输服务器 518 包括但不限于中央处理单元(CPU)614、存储器 618、显示器 638 和一个或多个输入/输出接口(I/O 接口)640。图 6A 的实施例是为了说明目的而

给出的,在替代实施例中,可以利用除了结合图 6A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 6A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现传输服务器 518。

[0062] 在图 6A 的实施例中,CPU 614 可被实现为包括任何适当且兼容的微处理器设备,该微处理器设备优选地执行软件指令,从而控制和管理传输服务器 518 的操作。图 6A 的显示器 638 可以包括任何有效类型的显示技术,包括具有用于向设备用户显示各种信息的适当屏幕的阴极射线管监视器或者液晶显示设备。在图 6A 的实施例中,(一个或多个)I/O 接口 640 可以包括用于接收和 / 或发送用户设备 122 任何所需类型的信息的一个或多个输入和 / 或输出接口。在图 6A 的实施例中,传输服务器存储器 618 可被实现为包括所需存储设备的任何组合,这些存储设备包括但不限于只读存储器 (ROM)、随机存取存储器 (RAM) 和各种类型的非易失性存储器,例如软盘、记忆棒、光盘或硬盘。

[0063] 现在参考图 6B,示出了根据本发明的图 6A 的传输服务器存储器 618 的一个实施例的框图。在替代实施例中,可利用除了结合图 6B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 6B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现传输服务器存储器 618。

[0064] 在图 6B 的实施例中,传输服务器存储器 618 可以包括但不限于下面公开的多种软件程序和数据。例如,传输服务器存储器 618 可以包括程序指令的传输服务器应用 644,这些程序指令优选地被 CPU 614 执行以实现传输服务器 518 的各种功能和操作。服务器应用的特定性质和功能通常取决于诸如相应传输服务器 518 的具体类型和特定功能之类的因素而变化。

[0065] 根据本发明,传输服务器 518 可以利用 TS 管理器 648 来管理和协调一个或多个传输结构 210(图 2A)的各种功能。在某些实施例中,TS 管理器 648 可以包括用于协调登记过程的登记模块,这些登记过程用于登记用户设备 122 的设备用户以便参与来自分发系统 110(图 1A)的各种授权的分发服务。TS 数据库 652 可以包括关于向分发系统 110 中的各个实体提供分发服务的传输结构 210 的任何适当信息。

[0066] 在某些实施例中,TS 管理器 648 可以不断地更新 TS 数据库 652 中的相应传输结构信息,以便反映分发系统 110 中的传输结构 210 的当前状态。传输服务器 518 可以利用通信模块 656 来执行与任何适当远程实体的双向电子通信过程。例如,通信模块 656 可被用来与分发系统 110 中的传输结构 210 远程通信。反馈元数据 248 可以包括从相应用户设备 122 的设备用户接收到的任何相关信息。

[0067] 在图 6B 的实施例中,元数据管理器 664 或者其他适当实体可以通过利用任何有效技术对来自传输结构 210 的元数据来执行元数据分析 / 聚集过程。在某些实施例中,元数据分析 / 聚集过程识别用于创建消费者群组 150(图 1B)的各种类型和类别的聚集元数据 668。在某些实施例中,元数据管理器 664 可以按照某些预定义的标准来分析从用户设备 122 和相应设备用户搜集的元数据,以识别聚集元数据 668 中的特定目标特性和参数。例如,目标特性可以包括但不限于来自用户元数据 222、设备元数据 226、网络元数据 230 和广告商元数据 234(见图 2A)的选定特性。在图 6B 的实施例中,杂项信息 672 可以包括供传输服务器 518 利用的任何所需类型的信息或数据。

[0068] 现在参考图 7,示出了根据本发明的图 5 的广告服务器 538 的一个实施例的框图。

在图 7 的实施例中,广告服务器 538 包括但不限于中央处理单元 (CPU) 714、存储器 718、显示器 738 和一个或多个输入 / 输出接口 (I/O 接口) 740。图 7 的实施例是为了说明目的而给出的,在替代实施例中,可以利用除了结合图 7 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 7 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现广告服务器 538。

[0069] 在图 7 的实施例中,CPU 714 可被实现为包括任何适当且兼容的微处理器设备,该微处理器设备优选地执行软件指令,从而控制和管理广告服务器 538 的操作。图 7 的显示器 738 可以包括任何有效类型的显示技术,包括具有用于向设备用户显示各种信息的适当屏幕的阴极射线管监视器或者液晶显示设备。在图 7 的实施例中,(一个或多个) I/O 接口 740 可以包括用于接收和 / 或发送广告服务器 538 任何所需类型的信息的一个或多个输入和 / 或输出接口。

[0070] 在图 7 的实施例中,存储器 718 可被实现为包括所需存储设备的任何组合,这些存储设备包括但不限于只读存储器 (ROM)、随机存取存储器 (RAM) 和各种类型的非易失性存储器,例如软盘、记忆棒、光盘或硬盘。在图 7 的实施例中,存储器 718 包括但不限于服务器应用 722、对接端口 726、广告 730 和内容 734。

[0071] 在图 7 的实施例中,服务器应用 722 可以包括程序指令,这些程序指令优选地被 CPU 714 执行以实现广告服务器 538 的各种功能和操作。服务器应用 722 的特定性质和功能通常取决于诸如相应广告服务器 538 的具体类型和特定功能之类的因素而变化。在某些实施例中,服务器应用 722 可以分析来自传输结构 210 (图 2A) 的元数据,以对适当的媒体文件 250 (图 2B) 与由用户设备 122 的设备用户构成的目标消费者群组 150 (图 1B) 进行匹配。

[0072] 在图 7 的实施例中,对接端口 726 可以包括供广告服务器 538 与一个或多个传输结构 210 (图 2A) 双向通信以便传送广告 730 和 / 或内容 734 的任何有效接口手段。在图 7 的实施例中,广告 730 包括从诸如广告源 540 (图 5) 之类的任何适当实体提供给广告服务器 538 的广告信息。类似地,在图 7 的实施例中,内容 734 包括从诸如内容源 542 (图 5) 之类的任何适当实体提供给广告服务器 538 的电子内容。

[0073] 在某些实施例中,广告服务器 538 或其他适当实体可以利用媒体匹配公式 (formula) 来评估并量化从给定的广告商到给定的设备用户或消费者群组 150 的广告的潜在有效性。在媒体匹配公式中,可以利用某些匹配变量来计算广告商确认价值 (advertiser validation value),这些匹配变量包括一个或多个行为雕刻 (behavioral sculpting) 变量、一个或多个广告媒体 (advertising medium) 变量、一个或多个产品简档变量以及一个或多个广告商连接变量。

[0074] 广告商确认是作为在媒体匹配公式中利用以上关系变量的结果的数字。用户使用用户的简档信标、行为雕刻对产品价值的感知之间的关系除以在产品简档中所限定的产品接触点于是等于用户 / 产品适配 (fit)。用户产品适配然后通过取得广告商对媒体平台的已建立使用的强度和到达范围并且将此除以广告商为该产品推动到广告商媒体中的消息发送的频率和样式而被相乘,这于是等于广告商基础数字 (foundation number)。用户产品适配与广告商基础的相乘于是等于广告商确认数字,这表示可在对用户、广告商和产品进行费率标定 (rate carding) 时使用的定价常数。

[0075] 表 I :广告确认 ( 善意 ) :

[0076] • 依赖于消息发送的销售增长。

[0077] • 在缩减消息发送时的销量趋势。

[0078] • 作为行业销售的百分比的类似产品之间的消费者选择 ( 定额相对于份额 ) 。

[0079] • 对消费者产品召回的广告效应。

[0080] • 基于成本的由广告推动的无品牌购买 (generic buy) 相对于品牌——溢出效应。

[0081] • 投诉量相对于买家接受度, 或者返回和 / 或担保请求的数量。

[0082] • 对旁系广告商产品的消费者兴趣、品牌提升。

[0083] • 对消费者的调查。

[0084] 在某些实施例中, 媒体匹配公式在数学上可由下式以简明方式来表达 :

[0085]

$$\frac{\text{行为雕刻}}{\text{产品简档}} \times \frac{\text{广告媒体}}{\text{广告商连接}} = \text{广告商确认}$$

[0086] 在某些实施例中, 行为雕刻是通过一堆问题对个体的行为信标的筛选, 这堆问题被设计成识别可与生活方式选择和消费者价值 ( 信标 ) 相关联的关键特性。这些问题将基于回答者的答复顺序而动态地改变, 这些回答然后将持续精炼随后的问题以不断缩窄对每个信标的回答者答复的聚焦。结果将是对回答者所持有的希望消费观点和价值的清楚识别。

[0087] 在某些实施例中, 产品简档识别与行为雕刻信标有关的产品接触点 ( 产品接触点 ) 。这识别了所识别的产品在社会上的重要程度。这召唤对产品的使用以及公共或私人使用前景。这按照与每个产品有关的一般保持的公共价值限定了产品。产品简档是由网络运营商设定和维护的, 以提供恒定的产品接触点值。

[0088] 在某些实施例中, 广告媒体概述了将产品信息填充给消费者的广告媒体的类型。通过广告介质识别了消息发送的类别和已经与产品和消费者建立的到达范围值。在某些实施例中, 广告连接限定广告商和消费者之间的先前消息发送经历。这识别了消息发送的频率、消息发送的样式和用于向消费者传送消息的现有策略。

[0089] 进一步关于行为雕刻, 目的是将用于观看的广告消息仅推送到与广告相关并且对广告感兴趣的接收者, 并且减少与其他接收者不相关的广告流量。这需要基于来自接收者的行为信标 ( “行为雕刻” ) 的直观分发映射。接收者 / 设备用户向愿意花时间来对消费者 ( “客户” ) 进行工作的赞助商代理提供初始简档。更好的生活方式机会、扩展的担保和 / 或产品折扣也可以提供该考虑。每刻钟基于对客户的行为的交易访问而更新并刷新这些简档 ( 持续更新消费者元数据日志 ) 。

[0090] 行为雕刻可被分层, 以不仅包括客户而且在适当时包括受消息发送机会影响的核心家庭成员 ( “家庭连带” ) 。与代理 / 客户对话一起, 行为雕刻也将会跟踪信用卡购买、电影票购买、娱乐节目选择、所观看的出版物以及网站搜索 / 冲浪习惯。生活方式审查水平将基于接收到的向上值而最高达到客户端的水平。

[0091] 虽然这听起来像是对隐私的侵犯, 但是这些跟踪活动已经发生, 而无需消费者的概述或建议。消费者不具有编辑结果的能力。这里, 不仅将存在客户检查, 而且将存在批准所产生的简档的权利。目前, 诸如 MySpace 和 Face Book 之类的社交网络、信用卡以及

零售会员卡都在没有任何来自实际简档对象的印象的情况下提供消费者的产销者简档 (prosumerprofile)。产销者可被描述为抢先搜索产销者想要立即获得的特定产品或服务的消费者。

[0092] 行为雕刻向客户提供了他们所批准的简档,并且基于实际客户的消费者活动来更新该简档。此外,客户拥有如下行为雕刻:该行为雕刻被许可在特定时间段由发起广告的代理或者代理联盟独占或非独占地使用。客户还可以将这些行为雕刻许可给编程服务提供者,从而为客户的 DVR 不断生成更新后的观看日志。

[0093] 在实际的实现方式中,媒体匹配公式中的所有这些变量在每个类别中都具有所定义的单位,并且这些单位具有在数值上加权了的值,这些值在每个类别内被加起来并且可适用的和被插入到媒体匹配公式中以产生总的定价值/广告商确认。下面的标 II-IV 是具有给定数值(0至100)的这种变量的示例,这些数值将基于由客户的行为雕刻所反映出的、广告商消息发送对消费者的影响而改变。

[0094] 表 II:广告媒体:

[0095] • 商业场所自身包含独立于他们周围的内容的独特消息,从而创建独特的印象。(50)

[0096] • 附接到第三方内容的赞助权标语,该第三方内容增强了品牌知名度和忠诚度,但与所赞助的内容融为一体。(35)

[0097] • 产品集成创建了对产品的随机熟悉,但没有销售消息发送或品牌声明。(15)

[0098] • 节目赞助权通过对内容本身创建共同商标关系而创建了增强的品牌忠诚度。(75)

[0099] • 节目拥有权为内容观看者和产品消费者两者创建对广告商的机构上的联系。(100)

[0100] • 体育场和其他社会标志上的机构广告创建了产生有社会价值的关联的机构上的联系。(35)

[0101] • 广告牌、杂志和票券上的静态广告消息发送增加了其他体育场中的更多动态消息发送。(25)

[0102] • 在零售处、公路和 IP 的具有数字标志的公共动态消息发送创建了另外的地理消息发送群。(25)

[0103] • 商业关联和群组分发者消息发送形式的一般广告。(35)

[0104] • 电子邮件、票据和邮寄品形式的个人广告。(25)

[0105] 表 III:产品简档:

[0106] • 行为雕刻中的产品适配。(50)

[0107] • 从公共观看隐藏起来的个人使用。(15)

[0108] • 用于形成社会声明的个人使用。(100)

[0109] • 在家庭、办公室和/或公共场所的日常使用。(15)

[0110] • 使用与消费者行为相集成。(75)

[0111] • 使用被用户分裂。(15)

[0112] • 大于生活。(100)

[0113] • 生活的一部分。(50)

- [0114] • 伴随生活。(15)
- [0115] • 政治上正确。(75)
- [0116] • 冲突(例如,绿色相对于能量浪费)。(15)
- [0117] • 类似的一般产品。(15)
- [0118] • 独特的或者独占的。(100)
- [0119] • 对市场是新的。(15)
- [0120] • 旧标准的主要商品。(75)
- [0121] • 异类的。(35)
- [0122] • 主流。(75)
- [0123] • 持有人。(75)
- [0124] • 可支配的。(15)
- [0125] 表 IV:广告商连接:
- [0126] • 微小消息。(100)
- [0127] • 大规模消息。(15)
- [0128] • 一个产品消息。(75)
- [0129] • 多个产品。(35)
- [0130] • 相同代言人。(75)
- [0131] • 不同代言人。(25)
- [0132] • 大量消息在什么时间段上。(75)
- [0133] • 大量媒体窗口和平台。(75)
- [0134] • 一个消息。(100)
- [0135] • 一系列消息。(75)
- [0136] • 权威消息。(75)
- [0137] • 友好的消息。(35)
- [0138] • 感觉良好。(75)
- [0139] • 信任。(100)
- [0140] • 相信。(50)

[0141] 现在参考图 8A, 示出了根据本发明的图 5 的投标服务器 546 的一个实施例的框图。在图 8A 的实施例中, 投标服务器 546 包括但不限于中央处理单元 (CPU) 814、投标服务器存储器 818、显示器 838 和一个或多个输入 / 输出接口 (I/O 接口) 840。图 8A 的实施例是为了说明目的而给出的, 在替代实施例中, 可以利用除了结合图 8A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 8A 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现投标服务器 546。

[0142] 在图 8A 的实施例中, CPU 814 可被实现为包括任何适当且兼容的微处理器设备, 该微处理器设备优选地执行软件指令, 从而控制和管理投标服务器 546 的操作。图 8A 的显示器 838 可以包括任何有效类型的显示技术, 包括具有用于向设备用户显示各种信息的适当屏幕的阴极射线管监视器或者液晶显示设备。在图 8A 的实施例中, (一个或多个) I/O 接口 840 可以包括用于接收和 / 或发送投标服务器 546 任何所需类型的信息的一个或多个输入和 / 或输出接口。在图 8A 的实施例中, 投标服务器存储器 818 可被实现为包括所需存储

设备的任何组合,这些存储设备包括但不限于只读存储器 (ROM)、随机存取存储器 (RAM) 和各种类型的非易失性存储器,例如软盘、记忆棒、光盘或硬盘。

[0143] 现在参考图 8B,示出了根据本发明的图 8A 的投标服务器存储器 818 的一个实施例的框图。在替代实施例中,可利用除了结合图 8B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些之外的组件和配置或者替代结合图 8B 实施例所讨论的那些组件和配置中的某些的组件和配置来实现市场存储器 818。

[0144] 在图 8B 的实施例中,投标服务器存储器 818 可以包括但不限于下面公开的多种软件程序和数据。例如,投标服务器存储器 818 可以包括程序指令的投标服务器应用 844,这些程序指令优选地被 CPU 814 执行以实现投标服务器 546 的各种功能和操作。投标服务器应用 844 的特定性质和功能通常取决于诸如相应投标服务器 546 的具体类型和特定功能之类的因素而变化。在某些实施例中,投标服务器 546 可以利用通信模块 856 来执行与任何适当远程实体的双向电子通信过程。在图 8B 的实施例中,杂项信息 872 可以包括供投标服务器 546 利用的任何所需类型的信息或数据。

[0145] 在图 8B 的实施例中,群组聚集器 846 可以分析来自元数据数据库 860 或者(一个或多个)其他数据源的信息,以识别一个或多个消费者群组 150(如上面结合图 1B 所讨论的)。消费者群组 150 可以用任何适当方式来定义,包括一个或多个设备用户或其他实体的手动定义,或者通过利用群组聚集器 846 执行自动群组创建过程来定义。在某些实施例中,群组聚集器 846 可以不断分析各类元数据(例如图 6B 的聚集元数据 668),以识别设备用户和他们的相应用户设备 122 的群组模式。

[0146] 在图 8B 的实施例中,群组聚集器 846 可以保持各种预定义的分组因素的连续记录以创建相应的消费者群组 150。在某些实施例中,消费者群组 150 可用针对各个设备用户所计算的分组因素的加权和来填充。分组因素可以包括但不限于用户元数据 222、设备元数据 226、用户偏好、用户行为模式、地理位置信息、因特网浏览模式和用户购买行为。

[0147] 群组聚集器 846 还可以通过任何有效技术来识别适当的目标广告商或者广告。例如,群组聚集器 846 可以分析各种预定义的目标确定因素,以识别目标广告商。目标确定因素可以包括但不限于广告目的、产品特性、产品定价信息和广告特性。群组聚集器 846 然后将消费者群组 150 的特性与目标广告商和广告相比较,并且向适当的目标广告商提供对向相应消费者群组 150 发送广告进行投标的机会。

[0148] 在图 8B 的实施例中,投标管理器 848 可以协调投标过程,在该投标过程期间,广告商或者其他适当实体可以对获取对一个或多个消费者群组 150 的访问进行投标或者以其他方式进行出价。在图 8B 的实施例中,投标管理器 848 可以按照特定的预定义的投标规则 864 来分析投标信息 852,以确定一个或多个投标获胜者。在某些实施例中,消费者群组 150 的广告价值与所代表的设备用户的数目成比例。在图 8B 的实施例中,投标过程的结果可被存储为投标结果 868。

[0149] 然后可以通知投标获胜者并且允许投标获胜者提供由信息服务 118(图 1)传送到(一个或多个)消费者群组 150 的广告信息。各个设备用户然后可以单独决定是否参与正在提供给(一个或多个)消费者群组 150 的成批购买机会。至少由于前述原因,本发明因此提供了用于支持电子网络中的消费者聚集过程的改进的系统和方法。

[0150] 以上参考某些实施例说明了本发明。在考虑本公开的情况下,其他实施例对于本

领域技术人员将是显而易见的。例如,可利用除了以上具体实施例中所描述的那些配置和技术之外的某些配置和技术来容易地实现本发明。另外,可结合除了以上所述那些系统之外的系统来有效地使用本发明。因此,本发明意图涵盖对所讨论的实施例的这些和其他变体,本发明仅由所附权利要求来限制。

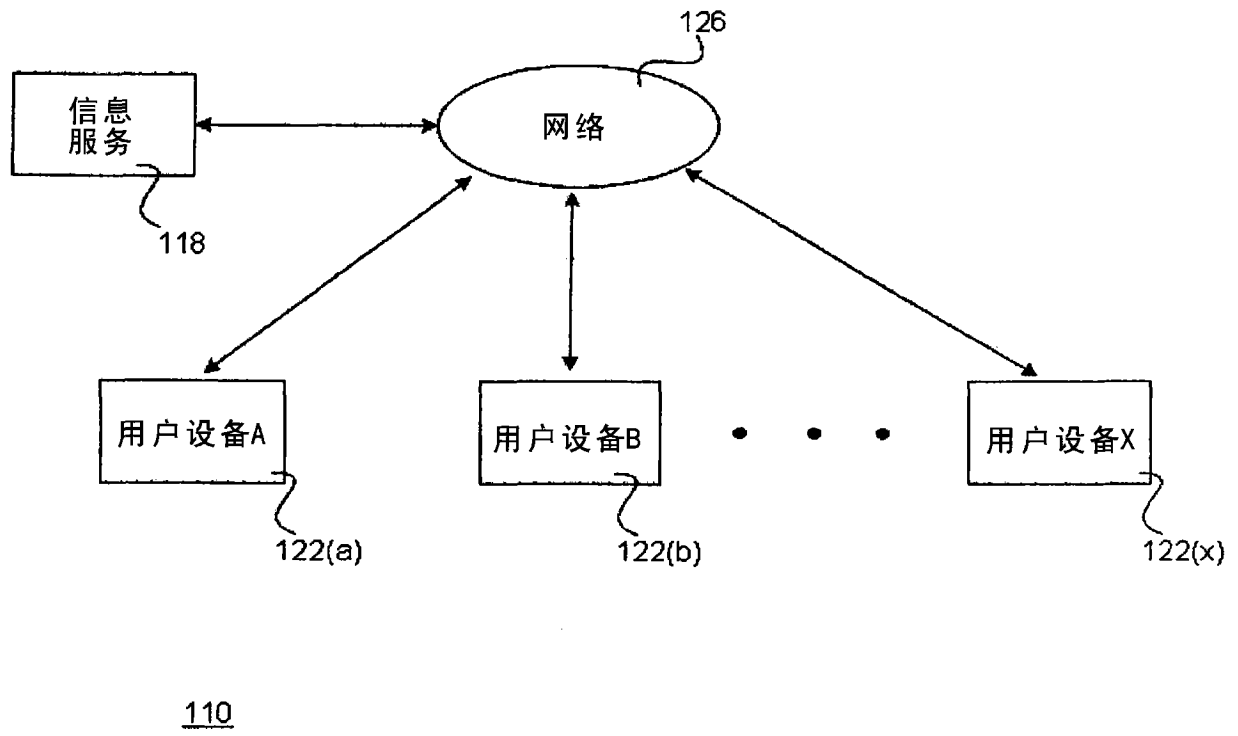


图 1A

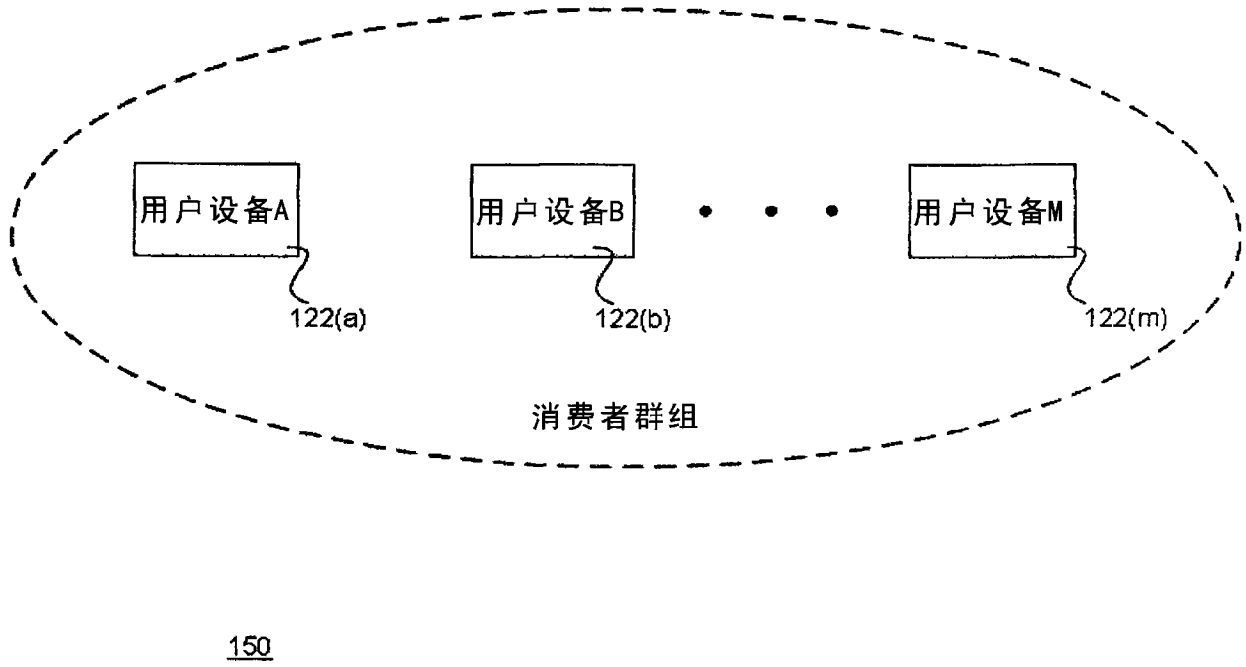
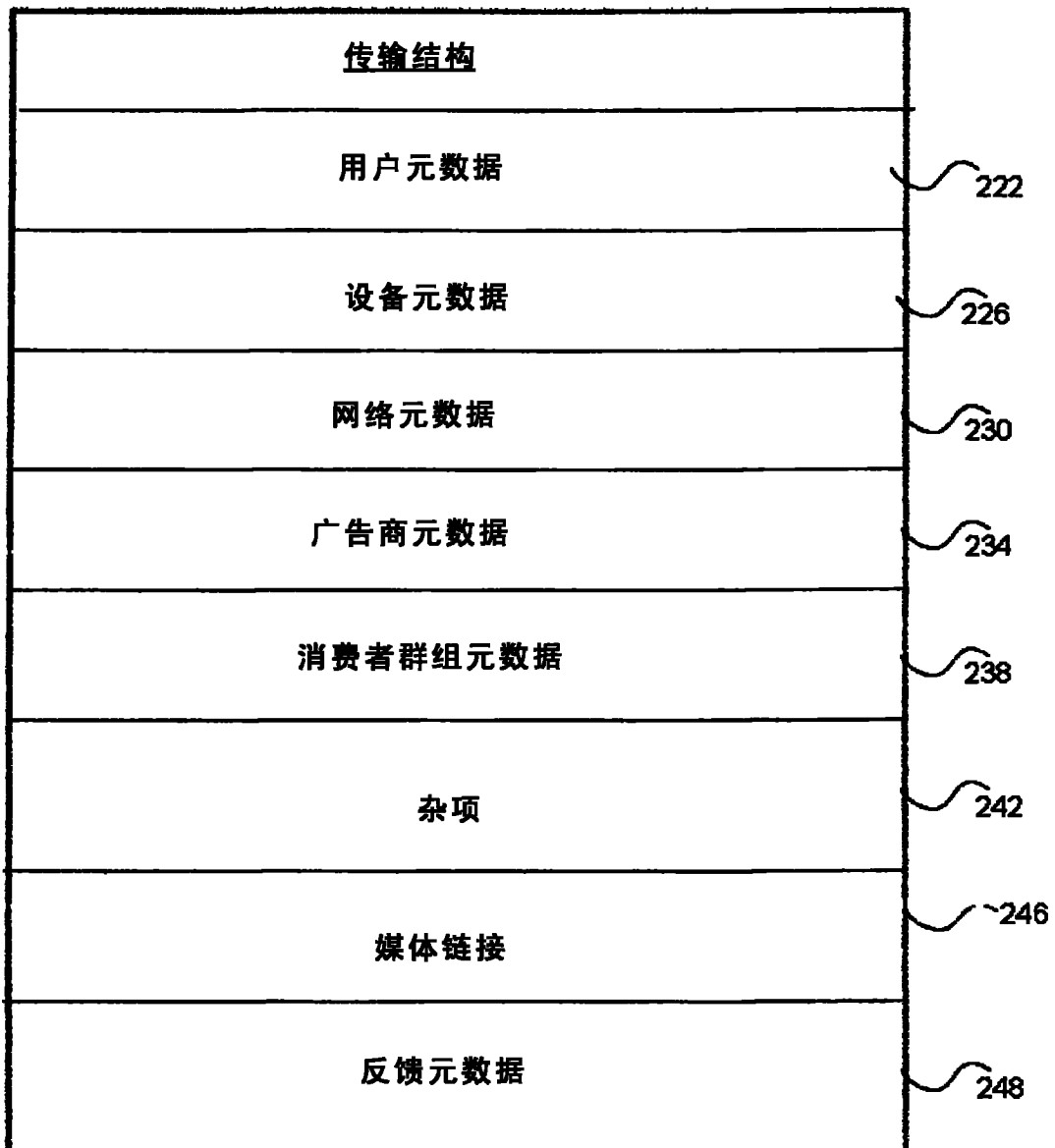


图 1B



210

图 2A

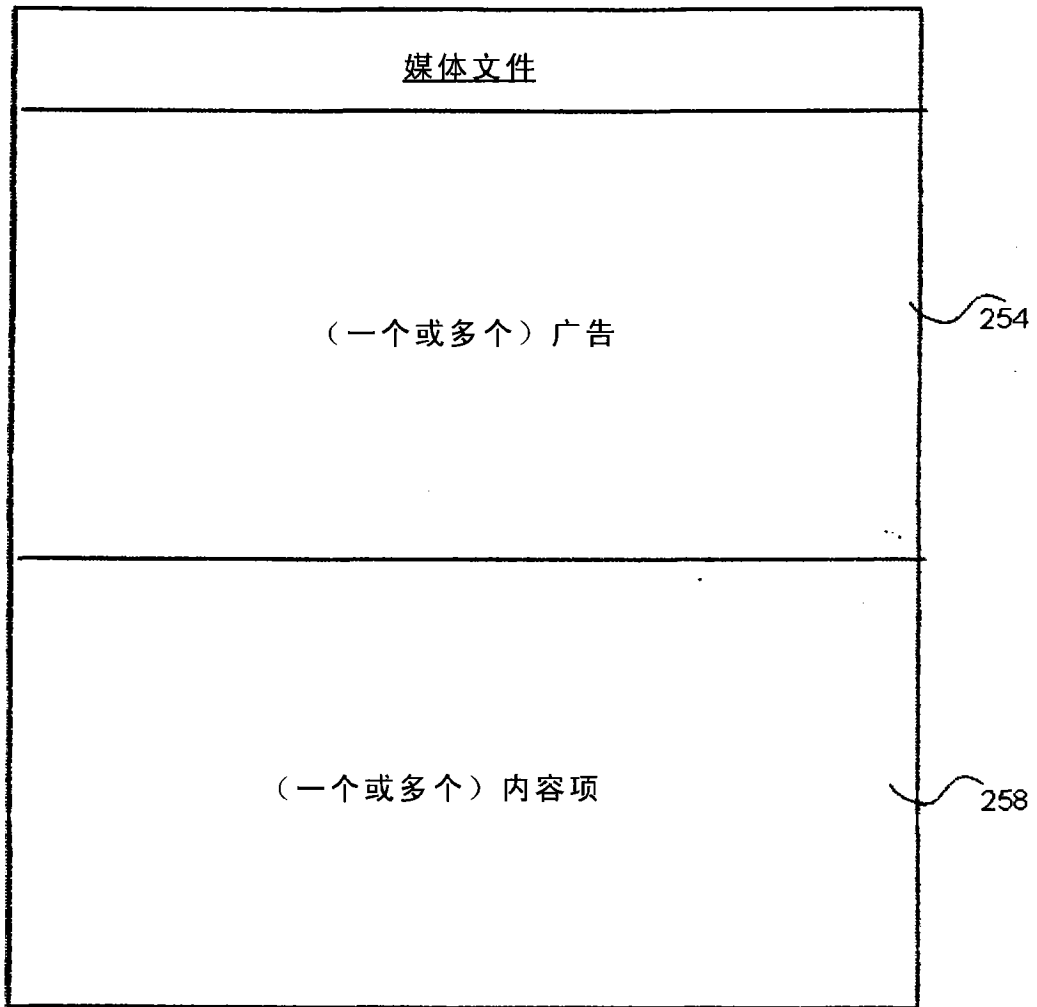


图 2B

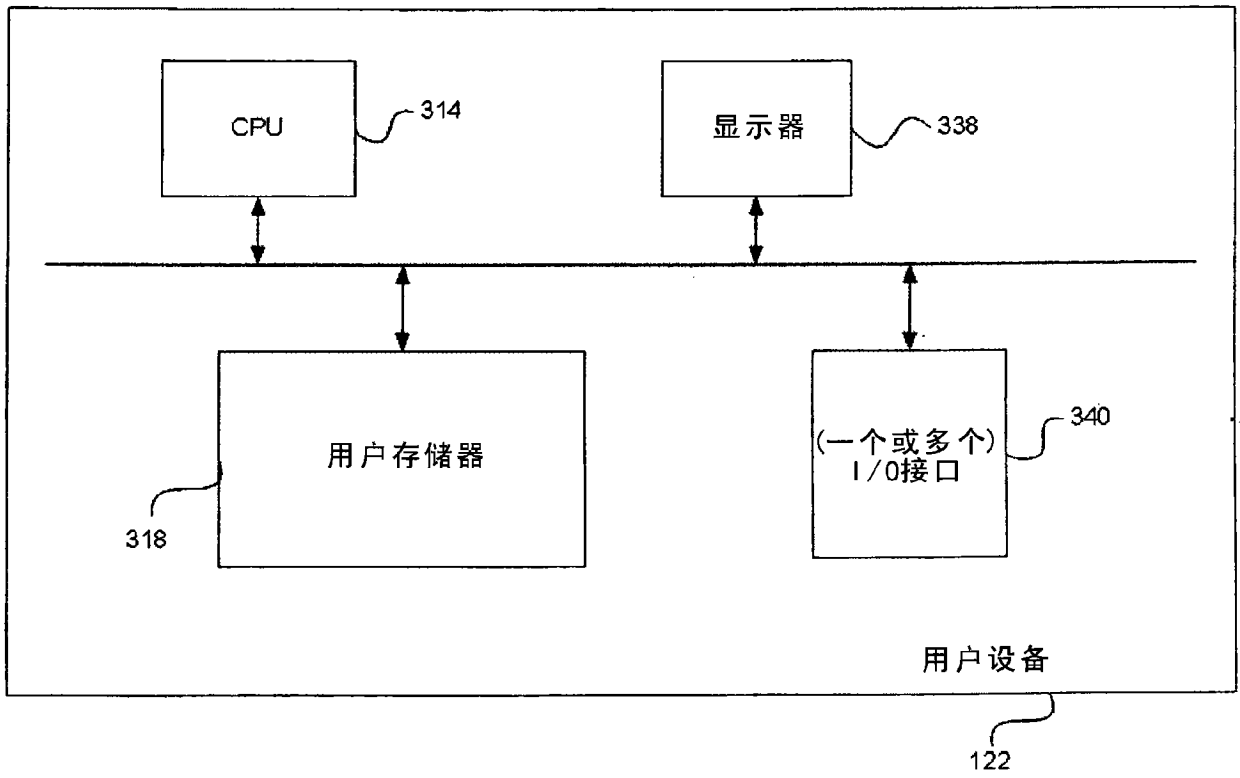


图 3



318

图 4

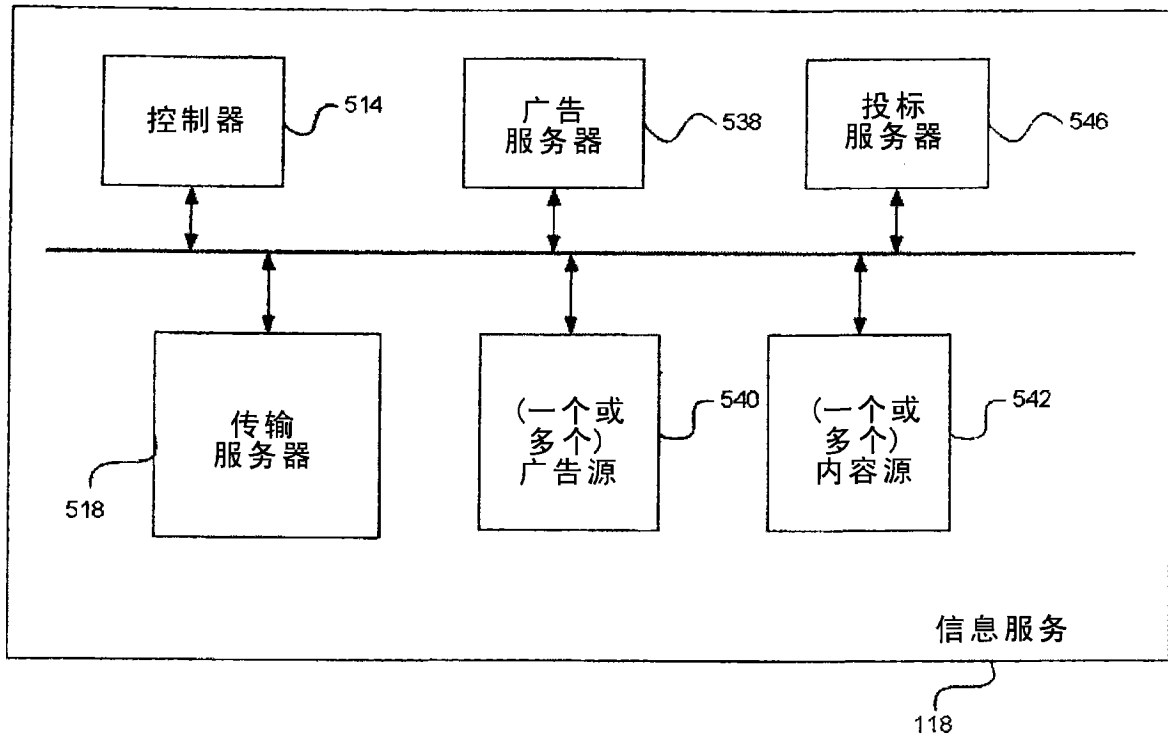


图 5

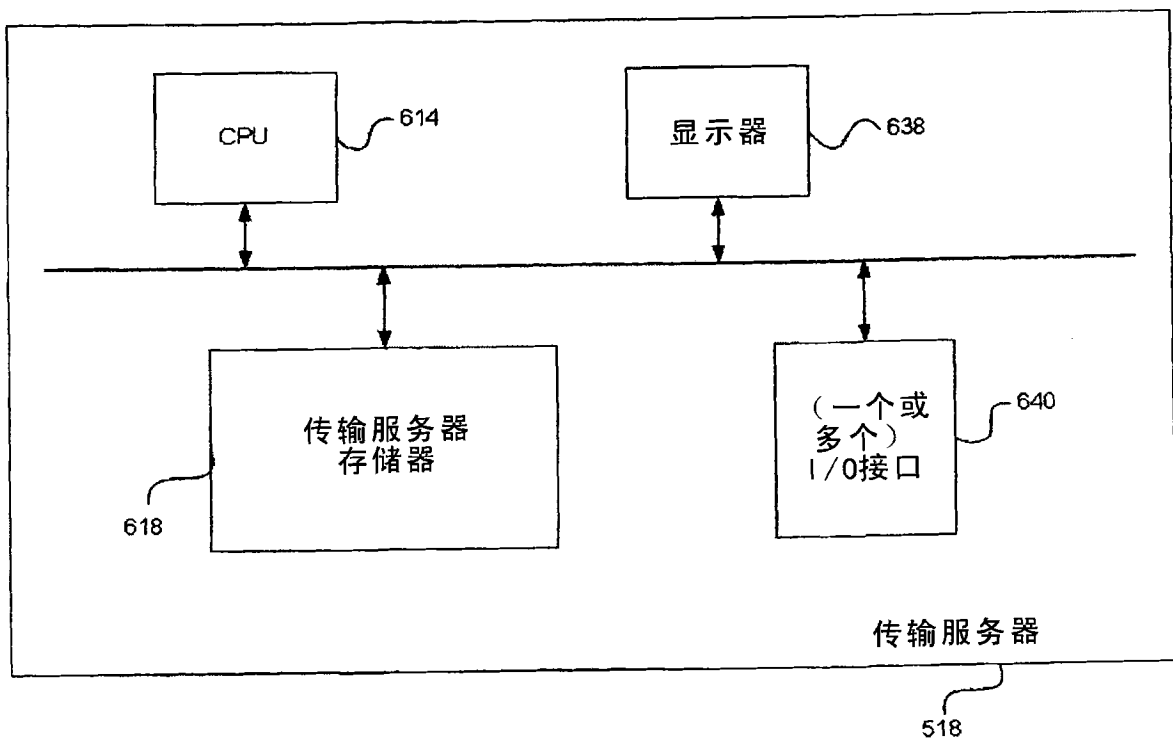
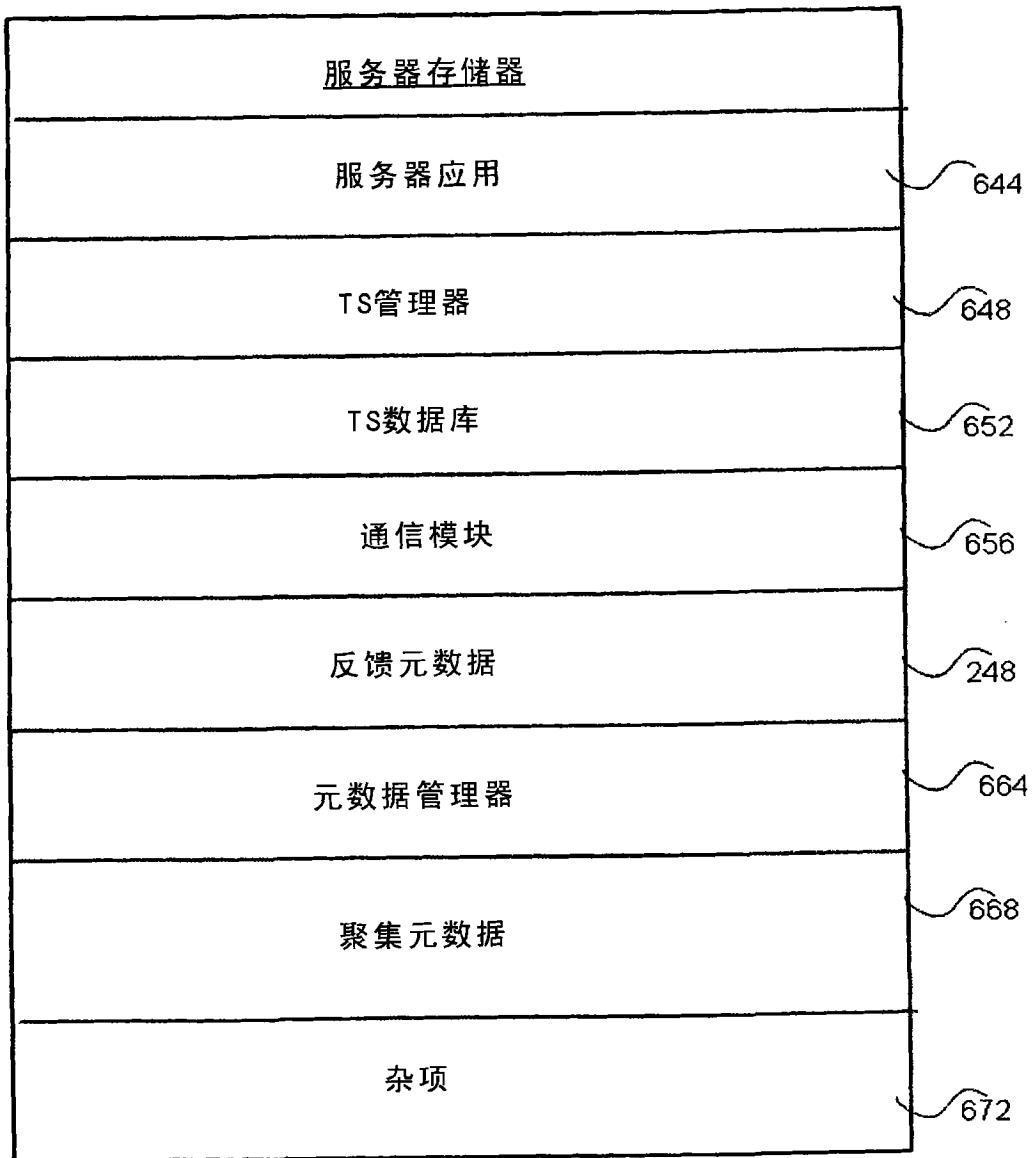


图 6A



618

图 6B

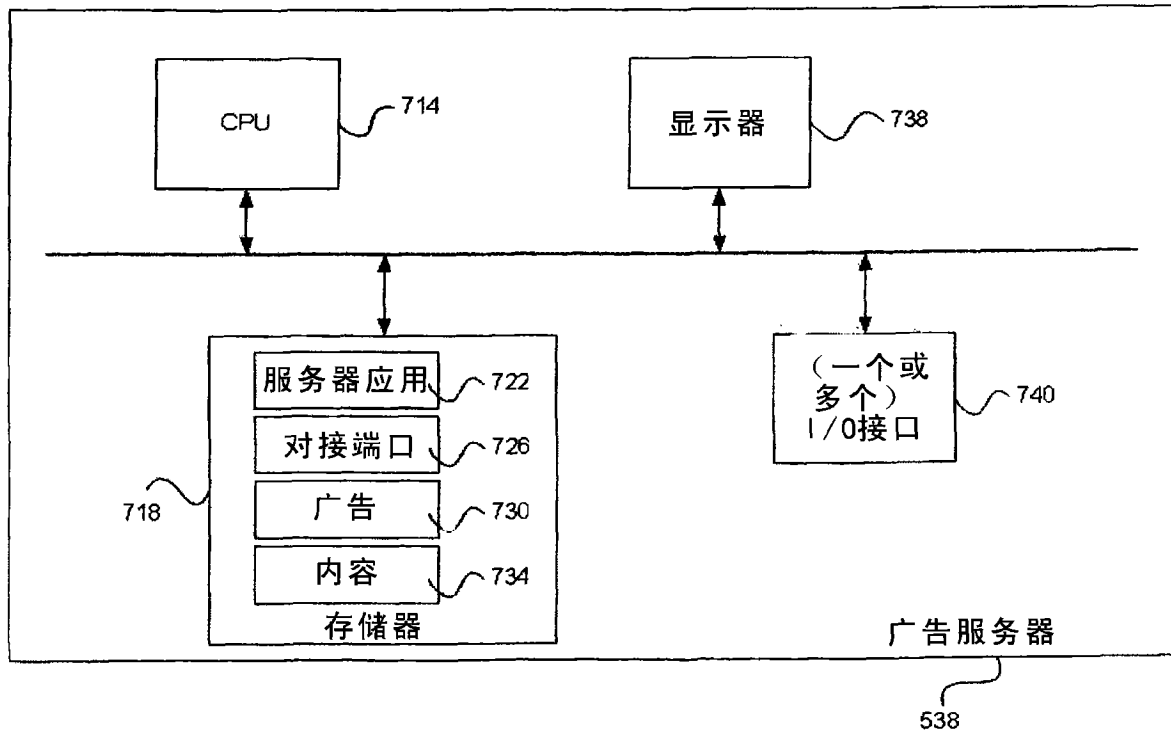


图 7

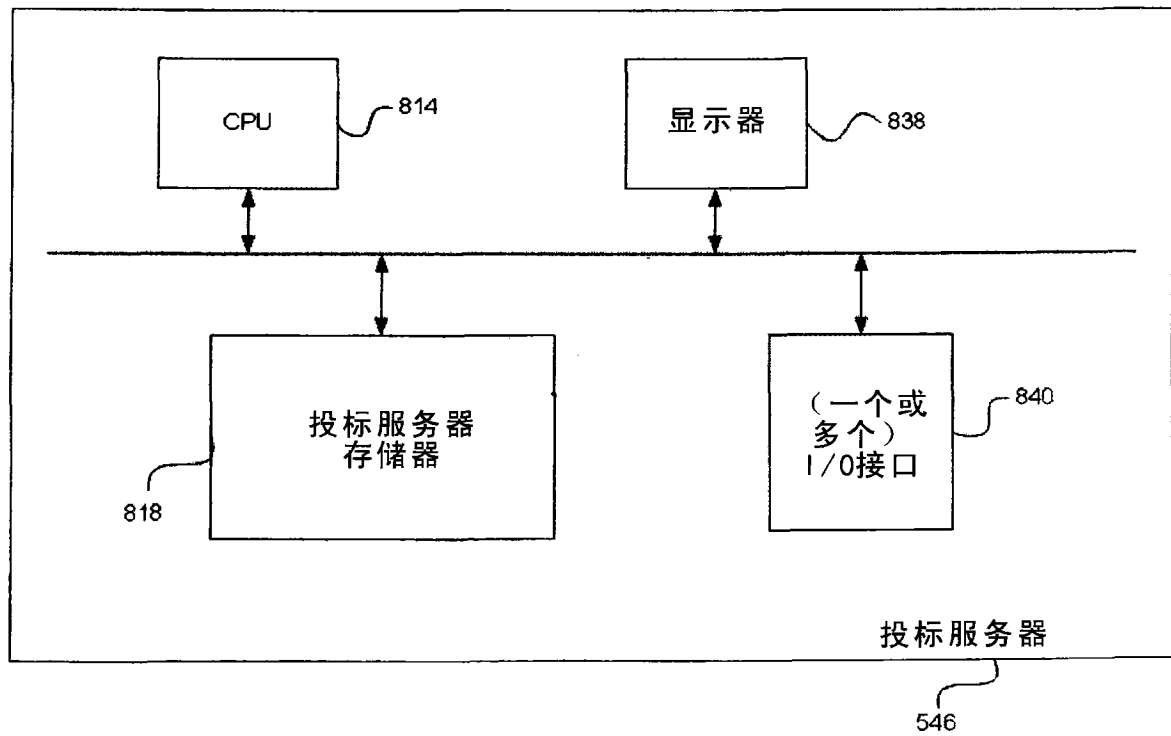
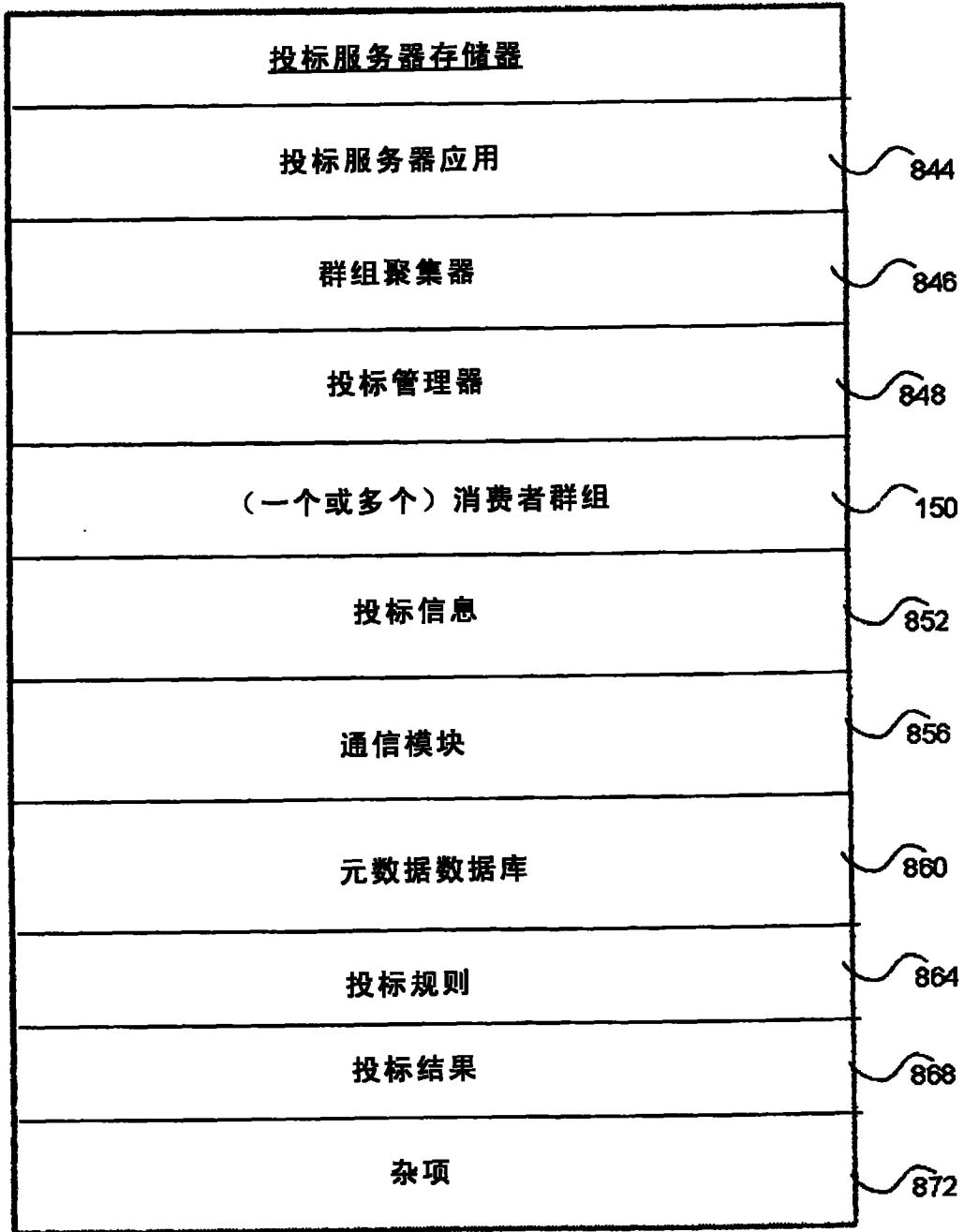


图 8A



818

图 8B