

[19] 中华人民共和国国家知识产权局

[51] Int. Cl<sup>7</sup>

G06F 13/00

G06F 15/00 G06F 17/30

G06F 17/60 G06F 19/00

# [12] 发明专利申请公开说明书

[21] 申请号 00809080.7

[43] 公开日 2002 年 7 月 3 日

[11] 公开号 CN 1357126A

[22] 申请日 2000.3.28 [21] 申请号 00809080.7

[30] 优先权

[32] 1999.6.15 [33] JP [31] 168237/99

[86] 国际申请 PCT/JP00/01903 2000.3.28

[87] 国际公布 WO00/77646 日 2000.12.21

[85] 进入国家阶段日期 2001.12.17

[71] 申请人 永野宏明

地址 日本国静冈县

[72] 发明人 永野宏明

[74] 专利代理机构 沈阳市科威专利代理有限责任公司

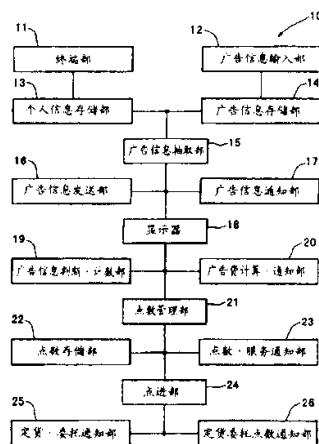
代理人 于 菲

权利要求书 4 页 说明书 15 页 附图页数 5 页

[54] 发明名称 利用电子通信的广告系统及其方法

[57] 摘要

利用电子通信的广告系统及其方法,能确认提供的广告信息用户是否进行了点进;还可应用于按照限定的广告预算提供广告信息的广告商。本发明设有终端部(11),个人信息存储部(13),设有输入广告信息的广告信息输入部(12);设有连接到信息输入部的广告信息存储部(14),设有广告信息抽取部(15),设有广告信息发送部(16),设有广告信息通报部(17),设有一个显示部(18),设有一个广告信息判断·计数部(19),设有广告费用计算·通报部(20)。它以对话形式输入所需个人信息并存储,并据此从广告信息存储部抽取有用的广告并通过电子通信发到用户终端,根据各个广告信息的点进指示次数,计算出广告费用,并通报各个广告信息的提供商。



ISSN 1008-4274

## 权利要求书

---

1、利用电子通信的广告系统，其特征在于设有终端手段，用户通过该手段，将以对话形式输入注册会员所需的个人信息；

设有个人信息存储手段，它被连接到终端手段上，并将存储从终端手段输入的个人信息；

设有输入广告信息的广告信息输入手段；

设有广告信息存储手段，它连接在广告信息输入手段上，并将去存储从该广告信息输入手段输入的广告信息；

设有广告信息抽取手段，它将根据存在个人信息存储手段中的用户个人信息，从存在广告信息输入手段中抽取适合该用户个人信息的广告信息；

设有广告信息发送手段，它将把通过广告信息抽取手段抽取的广告信息，通过电子通信发送到用户的终端手段上；

设有广告信息通报手段，它将通报用户已从广告信息发送手段发送的广告信息；

设有一个显示手段，它将把通过广告信息通报手段得到的广告信息，按着用户的点进指示显示在画面上；

设有一个广告信息判断·计数手段，它将去判断通过点进指示显示在显示手段上的各个广告信息；同时对各个广告信息的点进指示次数进行计数；

设有广告费用计算·通报手段，它将根据由广告费用计算·通报

手段计数的各个广告信息的点进指示次数，计算出广告费用，并通报各个广告信息的提供商。

2、根据权利要求 1 所说的广告系统，其特征在于利用电子通信的广告系统，即：

设有一个点数管理手段，它将把通过广告信息判断·计数手段计数的点进指示次数换算成点数，并按各个用户去累计和更新各自的点数；

设有点数存储手段，用来分别按各个用户去存储通过点数管理手段累计和更新的点数；

设有点数·服务通报手段，以便用来向各用户通报存储在点数存储手段中的各自的点数，同时向各用户通报相应于跟该点数相关的各种服务信息。

3、根据权利要求 2 所说的广告系统，其特征在于利用电子通信的广告系统，即：

设有一个主页点进手段，以使用户按着显示在显示手段上的广告信息，去点进广告信息提供商的主页；

设有定货·委托通报手段，以便让用户借通过主页点进手段来点进的主页，向广告信息提供商订购广告信息中浏览过的商品，或者去委托广告信息中浏览过的服务项目；

设有定货·委托点数通报手段，它将根据通过定货·委托通报手段来订购的商品或者委托的服务项目，向点数管理手段通报点数。

4、根据权利要求 1 所说的广告系统，其特征在于利用电子通信

的广告系统，即：

电子通信是至少要利用因特网或通讯卫星中的某一方式的电子邮件。

5、利用电子通信的广告方法，其特征在于它包括下述内容：

输入用户个人信息；

存储输入的个人信息；

输入广告信息；

存储输入的上述广告信息；

根据存储的个人信息，从存储的广告信息中抽取适合该用户个人信息的广告信息；

利用电子通信向用户发送抽取的广告信息；

向用户通报发送的广告信息；

根据用户的点进指示显示被通报的广告信息；

去判断被显示的广告信息；

对显示广告信息的点进指示次数进行计数；

根据计数的点进指示次数，来计算被显示的广告信息的广告费用；

向被显示的广告信息提供商，通报计算出的广告费用。

6、根据权利要求 5 所说的方法，其特征在于：将把被计数的广告信息的点进指示次数，换算成点数；

并按各个用户去累计和更新各自的点数；

分别按各个用户去存储累计和更新的点数；

向各用户通报各自的存储点数，同时向各用户通报跟该点数相关的各种服务信息。

7、根据权利要求 6 所说的广告方法，其特征在于：接着显示在显示手段上的广告信息，去点进广告信息提供商的主页；

用户借点进的主页，向广告信息提供商订购广告信息中浏览的商品，或者去委托广告信息中浏览的服务项目；

将根据订购的商品或者委托的服务项目去通报点数。

8、根据权利要求 5 所说的广告方法，其特征在于：电子通信是至少要利用因特网或通讯卫星中的某一方式的电子邮件。

# 说明书

---

## 利用电子通信的广告系统及其方法

### 技术领域

本发明将涉及有关利用因特网或通信卫星等电子通信的广告系统及其方法。

### 背景技术

利用以太网的一种人们周知的广告种类，就是出现于主页上的“旗帜广告”。

有一种人们知道的称做广告配信服务系统的广告信息系统，它能更有效地向用户提供如旗帜广告等的广告信息系统。该系统，如在特开平 10—240828 号公报中所登的那样，它能随时向用户提供适应动态所需的广告信息。该系统设有 CD-ROM 机构；在该机构中，记录着图形数据或广告数据等服务信息内容；这些内容是预先由向各个用户发送应用通信软件的，提供预先服务的服务商来提供。该系统还设有控制信息发送手段，它将从 CD-ROM，再通过操作终端，点进信息中心服务器，并从该信息中心服务器获取用来控制应用通信软件的信息。该系统适用于用户的地址或年龄等的静态属性数据的同时，还按照用户动态记录数据的实时点进频率，通过控制信息发送手段，从信息中心服务器，向各个用户随时提供适应动态需要的广告信息。

另外的一种因特网广告系统，还有如登在特开平 9—259189 号公报上的，人们所知的书籍的广告·销售系统；它是通过利用因特网的联机提供信息系统，去看杂志目录，并用电子邮件让用户迅速得到消

息的同时，还以电子支付方式来支付货款。该系统设有扫描器、电子写入数据输入装置、数据传输手段以及电子配信手段。其中，扫描器为网络用户计算机去收集杂志等书籍封面的图文和目录等的图像数据；电子写入数据输入装置则把目录等印刷文字信息的电子写入数据，作为文字数据进行收集；数据传输手段则去压缩由扫描器或电子写入数据输入装置收集的数据，并传送给服务器；电子配信手段将通过服务器或别的服务器，发送传真或电子邮件。另外该系统还设有一个数据传输手段，它将根据用户存取在服务器上传送的定货数据，把该数据传送到书籍销售商的客户计算机上。另外，该系统还设有联机结算系统；该系统按着书籍销售商的指示，在顾客往来银行和书籍销售商的往来银行之间对顾客的货款进行联机电子结算。该系统根据顾客的定货要求，把有关杂志等的书籍消息，用电子手段发送给顾客，或者配送由顾客定货的书籍，并以电子方法结算该货款。

然而，在上述的传统系统中，存在着如下的问题；即，广告信息提供商是根据用户的需要去提供广告信息的，但是无法去确认用户是否已点进了该广告信息。

另外，在上述的传统系统中，采用的是“显示次数保证型”方式，所以存在着如下的问题。即广告信息提供商不论用户点进广告信息与否，都须要向广告信息管理系统公司去支付广告费用；于是对希望以被限定的广告预算来提供广告信息的广告信息提供商而言，这是很不适宜的。

## 发明内容

鉴于上述传统系统中存在的问题，本发明将提供一种利用因特网或卫星通信的广告系统及其方法，以便能去确认用户对被提供的广告信息，实际上点进与否的问题。

本发明的上述课题是通过设有下述手段的利用电子通信的一种广告系统来达到的。该系统设有终端手段，用户通过该手段用对话形式输入会员注册的个人信息；设有个人信息存储手段，它连接到终端手段上，并将去存储从终端手段输入的个人信息；设有输入广告信息的广告信息输入手段；设有广告信息存储手段，它连接在广告信息输入手段上，并将去存储从该广告信息输入手段输入的广告信息；设有广告信息抽取手段，它将根据存在个人信息存储手段中的用户个人信息，从广告信息输入手段中，抽取适合该用户个人信息的广告信息；设有广告信息发送手段，它将把通过广告信息抽取手段抽取的广告信息，通过电子通信，发送到用户终端手段上；设有广告信息通报手段，它将通报用户已从广告信息发送手段发送来的广告信息；设有一个显示手段，它将把通过广告信息通报手段得到的广告信息，按着用户的点进指示显示在画面上；设有一个广告信息判断·计数手段，它将去判断通过点进指示显示在显示手段上的各个广告信息；同时对各个广告信息的点进指示次数进行计数；设有广告费用计算·通报手段，它将根据由广告费用计算·通报手段计数的各个广告信息的点进指示次数，计算出广告费用，并通报各个广告信息的提供商。

本发明的利用电子通信的广告系统还可以按下述结构形成。设置一个点数管理手段，它将把通过广告信息判断·计数手段进行计数的

点进指示次数换算成点数，并按各个用户去累计和更新各自的点数；设置点数存储手段，用来分别按各个用户去存储通过点数管理手段累计和更新的点数；设置点数·服务通报手段，以使用来向各用户通报存储在点数存储手段中的各自的点数，同时向各用户通报相应于跟该点数相关的各种服务信息。

本发明的利用电子通信的广告系统，还可以增设下述的结构来形成。设置一个主页点进手段，以使用户按着显示在显示手段上的广告信息去点进广告信息提供商的主页；设置定货·委托通报手段，以使用户借通过主页点进手段来点进的主页，向广告信息提供商订购从广告信息中浏览的商品，或者去委托广告信息中浏览的服务项目；设置定货·委托点数通报手段，它将根据通过定货·委托通报手段订购的商品或者委托的服务项目向点数管理手段通报点数。

本发明的利用电子通信的广告系统中，电子通信是至少要利用因特网或通讯卫星中的某一方式的电子邮件。

另外，本发明的上述课题是通过具备下述阶段的，利用电子通信的广告方法来达到的。即，输入用户个人信息；存储输入的个人信息的个人信息；输入广告信息；存储输入的上述广告信息；根据存储的个人信息的个人信息，从存储的广告信息中抽取适合该用户个人信息的广告信息；利用电子通信向用户发送抽取的广告信息；向用户通报发送的广告信息；根据用户的点进指示显示被通报的广告信息；去判断被显示的广告信息；对显示广告信息的点进指示次数进行计数；根据计数的点进指示次数，来计算被显示的广告信息的广告费用；向被显示的广告信息的提供商

通报计算出的广告费用。

本发明的利用电子通信的广告方法还可以具备下述的一些阶段。即，将把被计数的广告信息点进指示次数换算成点数；并按各个用户去累计和更新各自的点数；分别按各个用户去存储累计和更新的点数；向各用户通报各自的存储点数，同时向各用户通报跟该点数相关的各种服务信息。

本发明的利用电子通信的广告方法还可以具备下述增设的阶段。即，接着显示在显示手段上的广告信息去点进广告信息提供商的主页；用户借点进的主页，向广告信息提供商订购广告信息中浏览的商品，或者去委托广告信息中浏览的服务项目；将根据订购的商品或者委托的服务项目去通报点数。

本发明的利用电子通信的广告中，电子通信是至少利用因特网或通讯卫星中的某一方式的电子邮件。

## 附图说明

图 1 是示出因特网广告系统的结构框图；该系统是本发明即利用电子通信的广告系统的一个实例。

图 2 是用来说明图 1 的因特网广告系统的工作过程的框图。

图 3 是接续图 2 框图的框图。

图 4 是接续图 3 框图的框图。

图 5 是接续图 4 框图的框图。

## 具体实施方式

下面参照附图，就本发明，即因特网广告系统的实例，进行详细

说明。

图 1 是示出因特网广告系统的结构框图；该系统是本发明即利用电子通信的广告系统的一个实例。

图 1 的因特网广告系统 10 (以下简称系统), 具有下述结构特征, 即当注册会员的用户, 浏览以电子邮件发送过来的在虚拟商业区设有分店的商店或者服务商的广告信息之后, 可以去点进对应于浏览过的商店或服务商的主页。另外, 系统 10 还具有下述结构特征, 即虚拟商业区以外 (即外部) 的商店或服务商的广告信息, 以电子邮件发送过来, 用户浏览过虚拟商业区以外的商店或服务商的广告信息, 然后可以去点进对应于浏览过的商店或服务商的主页。

欲想点进图 1 系统 10 的用户, 需要事先进行注册, 成为利用系统 10 的会员。于是系统 10 在系统 10 中配备终端装置 11, 以便以对话形式输入用户注册会员所需的个人信息。另外系统 10 还配备用户个人信息数据库 12, 以便连接到终端装置 11 并去存储从终端装置 11 输入的用户个人信息。

注册会员时应从终端装置 11 输入的个人信息, 至少要包括如下项目:

1. 姓名;
2. 地址;
3. 性别;
4. 年龄;
5. 电话号码;
6. 电子邮件地址;
7. 兴趣, 爱好。

会员注册时, 通过用户从终端装置 11 输入的包括上述项目的个人信息, 将被存储到个人信息数据库 12。

在系统 10 中再配备有一个广告信息输入装置 13, 以便为广告信

息提供商去向系统 10 输入广告信息。另外，在系统 10 中还配备有一个广告信息数据库 14，以便连接到广告信息输入装置 13 并去存储从广告信息输入装置 13 输入的广告信息。从广告信息输入装置 13 输入的广告信息，有来自在虚拟商业区中设有分店的商店或者服务商的广告信息之外，还有来自虚拟商业区以外的商店或服务商的广告信息。系统 10 配备有一个用来存储从广告信息输入装置 13 输入的广告信息的广告信息数据库 14。在向广告信息数据库 14 去存广告信息时，有必要去识别是来自在虚拟商业区中的商店或者服务商的广告信息，还是来自虚拟商业区以外的商店或服务商的广告信息。对此将在后面予以叙述。

系统 10，设有广告信息检索·抽取部 15，它将去检索用户的个人信息数据库 12；并根据存在个人信息数据库 12 中的该注册会员用户（以下简称注册用户）的个人信息，去检索设广告信息数据库 14；再从存在广告信息数据库 14 的广告信息中，抽取适合该注册用户个人信息的广告信息；还设有一个广告信息发送部 16，它将把通过广告信息检索·抽取部 15 抽取的广告信息，经由因特网通过电子邮件发送到该注册用户的终端装置 11 上。

系统 10，设有一个设置在终端装置 11 侧的广告信息通报部 17，它将根据从广告信息发送部 16 发过来的电子邮件，去通报注册用户有一个发来的广告信息；该系统还设有一个设置在终端装置 11 侧的显示装置 18，它将根据注册用户的点进指示（需要去点击），往画面显示从广告信息通报部 17 通报的广告信息。

系统 10，设有一个判断·计数装置 19，它将去判断通过点进被显示在显示装置 18 上的各种广告信息，并分别去记录各个广告信息的点进次数（即显示次数）。该系统还设有广告费的费用计算·通报装置 20，它将根据判断·计数装置 19 计数的各个广告信息的点进次数，计算出广告费，并向各个广告信息提供商做定期地或者按点击要求进行通报。

另外，系统 10 设有一个点数管理装置 21，它将把通过广告信息判断·计数装置 19 计数的点进指示次数换算成点数，并按各个用户去累计和更新各自的点数；该系统还设有点数数据库 22，用来分别按各个用户去存储通过点数管理装置 21 累计和更新的点数；另外还设有点数·服务通报装置 23，以便向各个广告信息提供商做定期地或者按点击要求进行通报存储在点数数据库 22 中的点数，同时向各用户通报跟该点数相关的各种服务信息。

另外，系统 10 设有一个点数·服务通报装置 23，它将按着注册用户显示在显示装置 18 上的广告信息去点进该广告信息提供商的主页；还设有定货·委托通报装置 25，以便让注册用户借通过主观点进装置 24 来点进的主页，向广告信息提供商订购广告信息中浏览的商品，或者去委托广告信息中浏览的服务项目；还设有定货·委托点数通报装置 26，它将根据通过定货·委托通报装置 25 订购的商品或者委托的服务项目向点数管理装置 21 通报点数。

下面参照图 2-图 5 的框图，就图 1 系统 10 的利用形态进行说明的同时，对其工作过程进行更具体的说明。

首先，希望利用图 1 系统 10 的用户，通过系统 10 的端装置 11，输入包括姓名、地址、性别、年龄、电话号码、电子邮件地址以及兴趣爱好等个人信息，进行会员注册（阶段 S1）。例如，如果用户为“姓名：山田太郎；性别：男；年龄：28 岁；电话号码：045-123-5678；电子邮件地址：TYAMDA@EMAIL.COM；兴趣爱好：汽车、开车”，那么从终端装置 11 输入的用户个人信息，将被发送到系统 10 的用户个人信息数据库 12，并被存储在用户个人信息数据库 12（阶段 S2）。

广告信息提供商，通过系统 10 的广告信息输入装置 13，输入所需的广告信息（阶段 S3）。例如，如果广告信息提供商在虚拟商业区设有分店“A 汽车销售店”，并从广告信息输入装置 13 输入“A 公司的新车发表试乘会”的广告信息，那么被输入的“A 公司的新车发表试乘会”的广告信息，将被发送到广告信息数据库 14，并被存入广告信息数据库 14（阶段 S4）。

另外，广告信息提供商在虚拟商业区设有分店“B 汽车销售店”，并从广告信息输入装置 13 输入“B 公司的新车发表试乘会”的广告信息，那么被输入的“B 公司的新车发表试乘会”的广告信息，将被发送到广告信息数据库 14，并被存入广告信息数据库 14（阶段 S5）。

广告信息检索·抽取部 15 去检索用户个人信息数据库 12；根据存于这一用户个人信息数据库 12 中的，注册用户“山田太郎”的个人信息之一的“兴趣爱好：汽车、开车”，分别去抽取适合该用户个人信息的广告信息“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”（阶段 S6）。

广告信息发送部 16，将把通过广告信息检索·抽取部 15 抽取的广告信息“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”，以电子邮件方式发送到注册用户“山田太郎”的电子邮件地址“TYAMDA@EMAIL.COM”处（端装置 11）（阶段 S7）。

设置在端装置 11 侧的广告信息通报部 17，将去通报注册用户“山田太郎”，已从广告信息发送部 16 以电子邮件方式，将广告信息“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”，发送到电子邮件地址“TYAMDA@EMAIL.COM”处（阶段 S8）。设在端装置 11 一侧的显示装置 18，将根据注册用户“山田太郎”的点进各个电子邮件的指示（要去点击），将把通过广告信息通报部 17 得到的广告信息广告信息“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”，显示到画面上（阶段 S9）。

判断·计数装置 19，通过注册用户“山田太郎”的点进，去判断显示在显示装置 18 上的广告信息“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”；而且去判定“A 公司的新车发表试乘会”是属于虚拟商业区内的商店“A 汽车销售店”的广告信息；“B 公司的新车发表试乘会”，则是属于虚拟商业区外的商店“B 汽车销售店”的广告信息；以此来分别判定 A 为会员，B 为非会员（阶段 S10）。与此同时，把“A 公司的新车发表试乘会”和“B 公司的新车发表试乘会”的各个广告信息的点进次数，即 A 计数和 B 计数（即显示次数），将分别一个一个地进行计数（阶段 S11）。广告费用计算·通报装置 20，将根据通过判断·计数装置 19 计数的，“A 公司的新车发表试乘

会”和“B公司的新车发表试乘会”的各个广告信息的点进次数，即A计数和B计数（即显示次数），去计算广告费用（阶段S12）；并分别去通报广告信息提供商“A汽车销售店”和“B汽车销售店”（阶段S13）。

点数管理装置21，将从通过判断·计数装置19进行计数的各个广告信息中，只把属于虚拟商业区内的商店“A汽车销售店”的广告信息，即“A公司的新车发表试乘会”点进次数，即A计数换算成点数，（阶段S14），并去累计和更新注册用户“山田太郎”的点数（阶段S15）。点数数据库22，将把通过点数管理装置21累计和更新的点数，分类并存储到注册用户“山田太郎”项下（阶段S16）。点数·服务通报装置23，将把存入点数数据库22中的点数，通报给注册用户“山田太郎”（阶段S17）；于此同时通报与点数相关的各种服务信息（阶段S18）。

注册用户“山田太郎”使用主页点进装置24，并根据显示在显示装置18上的“A公司的新车发表试乘会”广告信息，去点进提供该广告信息的广告信息提供商“A汽车销售店”的主页（阶段S19）。再则，注册用户“山田太郎”使用定货·委托通报装置25，并借用主页点进装置24点进的“A汽车销售店”的主页，根据登载于浏览过的“A公司的新车发表试乘会”广告信息上的“A店新车”，去通报“研究购车”信息（阶段S20）。日后，经试乘的注册用户“山田太郎”，真的买下了登载于广告信息上的商品“A店新车”，那么定货·委托通报装置25，将把根据通过定货·委托通报装置25被委托的“A

店新车” “研究购车” 信息，向点数管理装置 21 通报点数（阶段 S21）。以此，注册用户“山田太郎”的点数将被累计和更新（阶段 S22），并被存入点数数据库 22（阶段 S23）。与此同时，向注册用户“山田太郎”通报通过点数·服务通报装置 23 存入点数数据库 22 点数（阶段 S24）。还向各个注册用户通报与点数相关的各种服务信息（阶段 S25）。

在这里对上述的本发明，即因特网广告系统的主要服务内容及系统会员的特权进行说明。

#### [注册会员]

##### a) 注册会员的用户特权

1) 注册用户，对虚拟商业区内的销售商品或服务，可以用会员价格购买或享受；

2) 注册用户，用会员价格购买的商品可以获得现金积分；

##### b) 注册用户浏览广告主主页时的益处

注册用户如果浏览一个在虚拟商业区内设有商店的广告主主页时，可以对一个广告获得一个点数。

##### c) 注册用户以电子邮件接收广告时的益处

接收一个电子邮件，然后点进并打开该电子邮件的广告信息时，可以获得二个点数。

#### [广告信息提供商（广告主）]

##### a) 低价高效的广告信息

本发明的因特网广告系统跟传统的“显示次数保证型”的因特网

广告系统不同，只当广告主的主页确实被浏览时，才能成为广告费的对象。

即本发明的因特网广告系统，由于采用“点进次数型”因特网广告系统，因此将按注册用户浏览广告主的主页次数，向本发明的系统提供商支付广告费用。例如，通过因特网广告系统在一个月点进主页有 10,000 件，单价设为 3 日元，那么广告主向系统提供商支付的广告费将成为 30,000 日元。另外当完全没有点进时，广告费将成为 0 日元。

另外，本发明的因特网广告系统，根据注册用户的个人信息，通过“电子邮件”，可以“直接”向注册用户发送适合于各个人的因特网广告信息。例如，将根据注册用户的“地址”信息，只把居住在某一特定地区的注册用户作为对象，发送因特网广告。对区域性很高的冷面店、蔬菜店、肉店等小买店，可以开展只对该特殊区域有效的因特网广告，因此可以高效地利用本发明的因特网广告系统。

[与信用卡系统并用]

本发明的因特网广告系统，可以去构成利用于下列领域的系统。将该系统配合到信用卡系统的正式运行中，去扩大适用于虚拟商业区的点户头利用范围，把点户头跟实际的银行户头进行联机连接，使得注册用户把点数不但能在虚拟商业区中购物时使用，而且在小商店或者在百货商店中购物时也能去使用；并把点户头中积蓄的点数，跟通常的银行户头一样，能通过 ATM 去兑换现金等。

在上述的实例中，把因特网作为电子通信来进行了说明，但是本

发明不被限定在该范围，例如，还可以利用通信卫星等其它的电子通信方式加以实施。

另外，在本发明中，因特网包括卫星因特网也可以。

本发明，即利用电子通信的广告系统，设有下述的手段。即：

设有终端手段，用户通过该手段以对话形式输入注册会员所需的个人信息；设有个人信息存储手段，它连接到终端手段上，并将存储从终端手段输入的个人信息；设有输入广告信息的广告信息输入手段；设有广告信息存储手段，它连接在广告信息输入手段上，并将去存储从该广告信息输入手段输入的广告信息；设有广告信息抽取手段，它将根据存在个人信息存储手段中的用户个人信息，从存在广告信息输入手段中抽取适合该用户个人信息的广告信息；设有广告信息发送手段，它将把通过广告信息抽取手段抽取的广告信息，通过电子通信发送到用户的终端手段上；设有广告信息通报手段，它将通报用户已从广告信息发送手段发送了广告信息；设有一个显示手段，它将把通过广告信息通报手段得到的广告信息，按着用户的点进指示显示在画面上；设有一个广告信息判断·计数手段，它将去判断通过点进指示显示在显示手段上的各个广告信息；同时对各个广告信息的点进指示次数进行计数；设有广告费用计算·通报手段，它将根据由广告费用计算·通报手段计数的各个广告信息的点进指示次数，计算出广告费用，并通报各个广告信息的提供商。因此能去确认对被提供的广告信息，实际上用户是否进行了点进的问题；同时，还可适应于希望用限定的广告预算去提供广告信息的广告信息提供商。

本发明，即利用电子通信的广告方法设有下述的阶段。即，输入用户个人信息；存储输入的个人信息；输入广告信息；存储输入的上述广告信息；根据存储的个人信息，从存储的广告信息中抽取适合该用户个人信息的广告信息；利用电子通信向用户发送抽取的广告信息；向用户通报发送的广告信息；根据用户的点进指示显示被通报的广告信息；去判断被显示的广告信息；对显示广告信息的点进指示次数进行计数；根据计数的点进指示次数，来计算被显示的广告信息的广告费用；向被显示的广告信息提供商，通报计算出的广告费用。因此能去确认对被提供的广告信息，用户是否实际上进行了点进的问题；同时，还可适应于希望用限定的广告预算去提供广告信息的广告信息提供商。

说明书附图

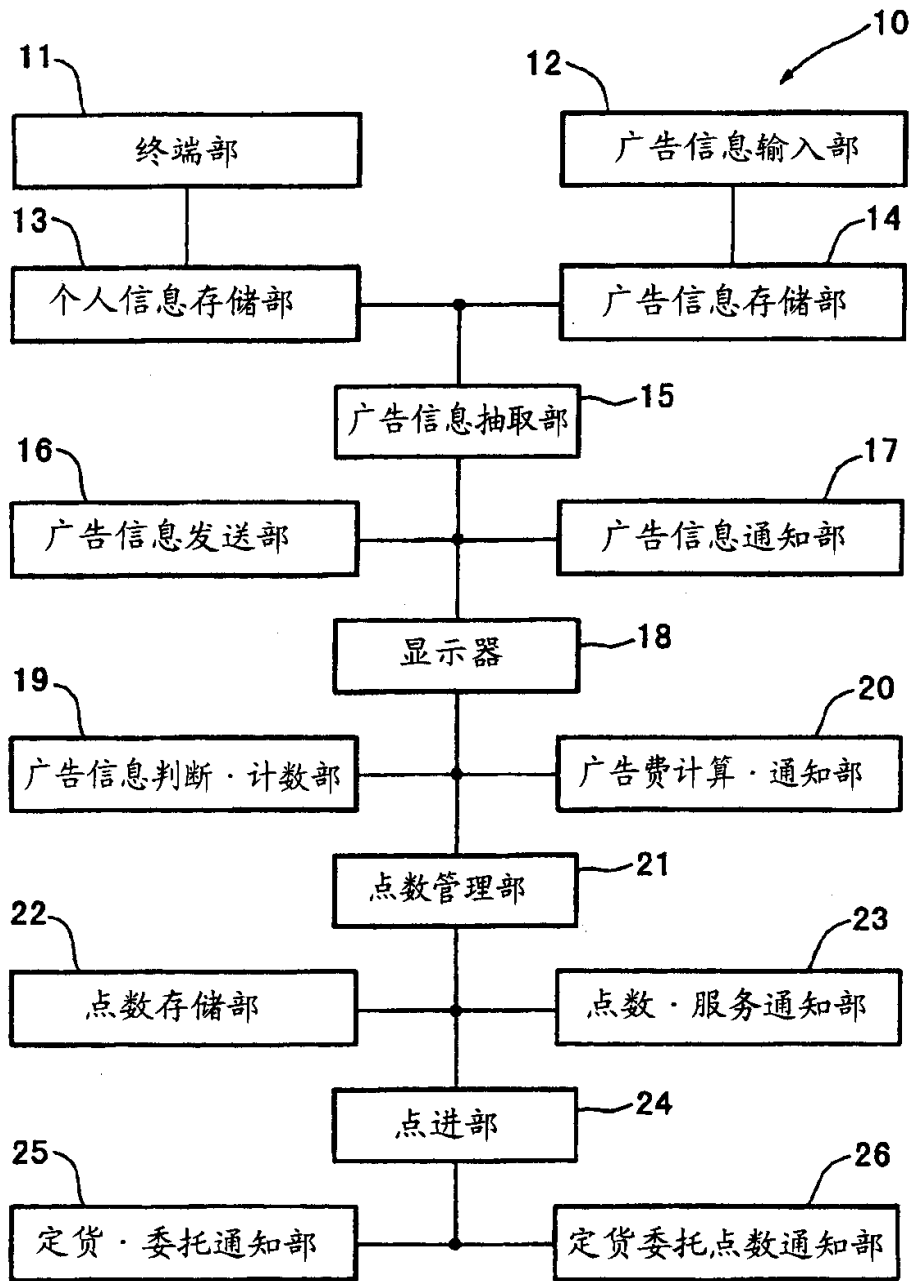


图1

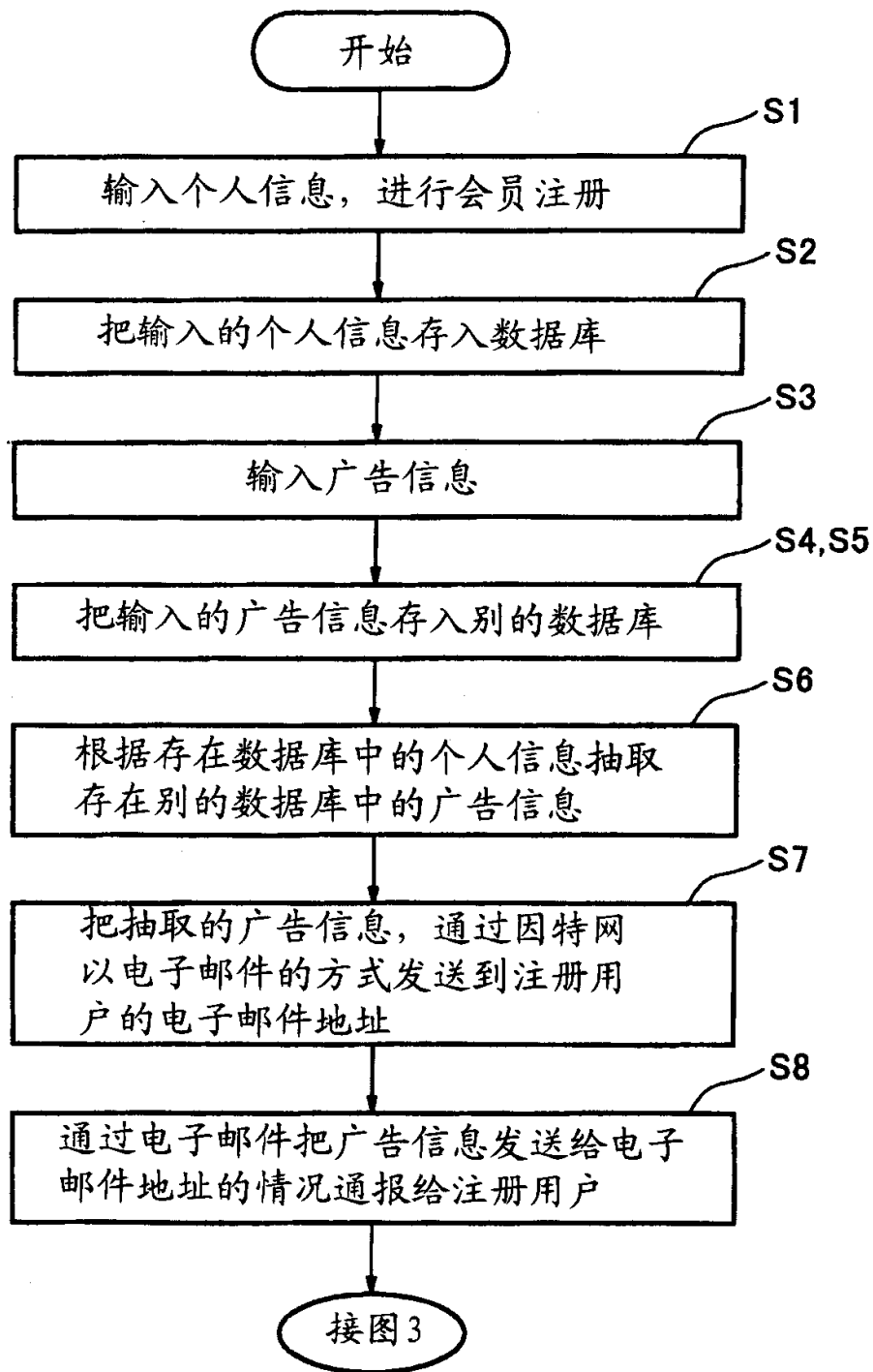


图2

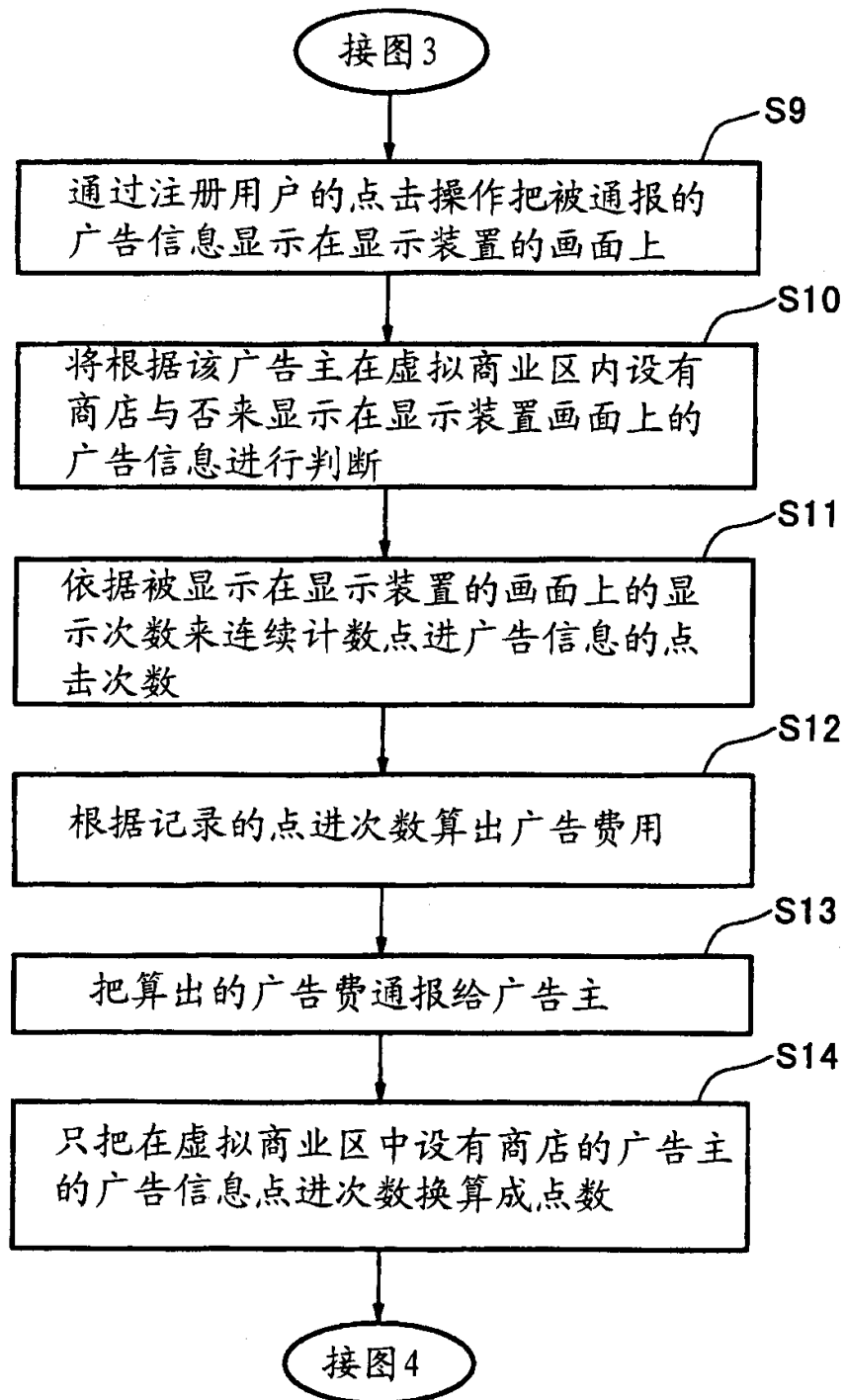


图3

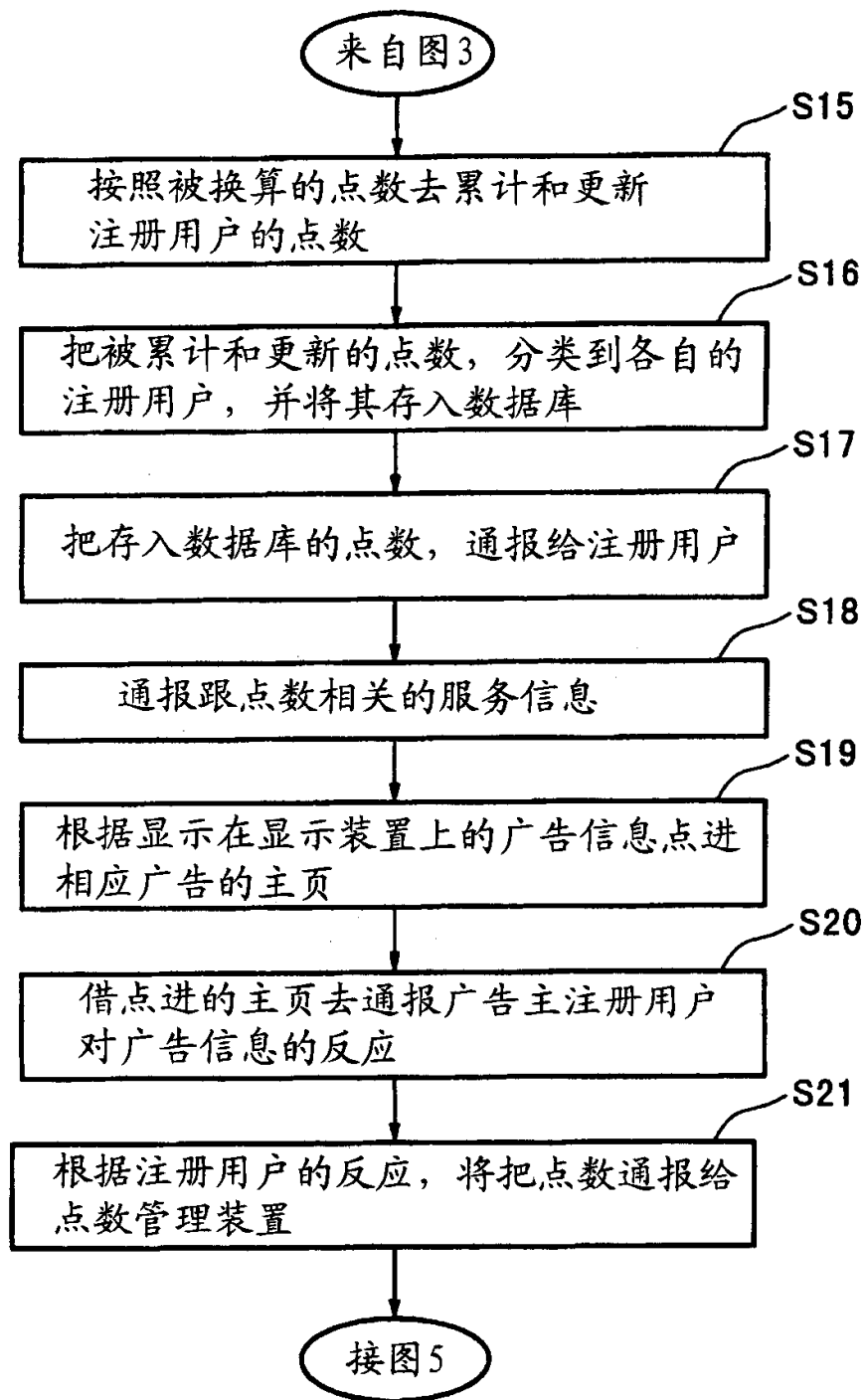


图4

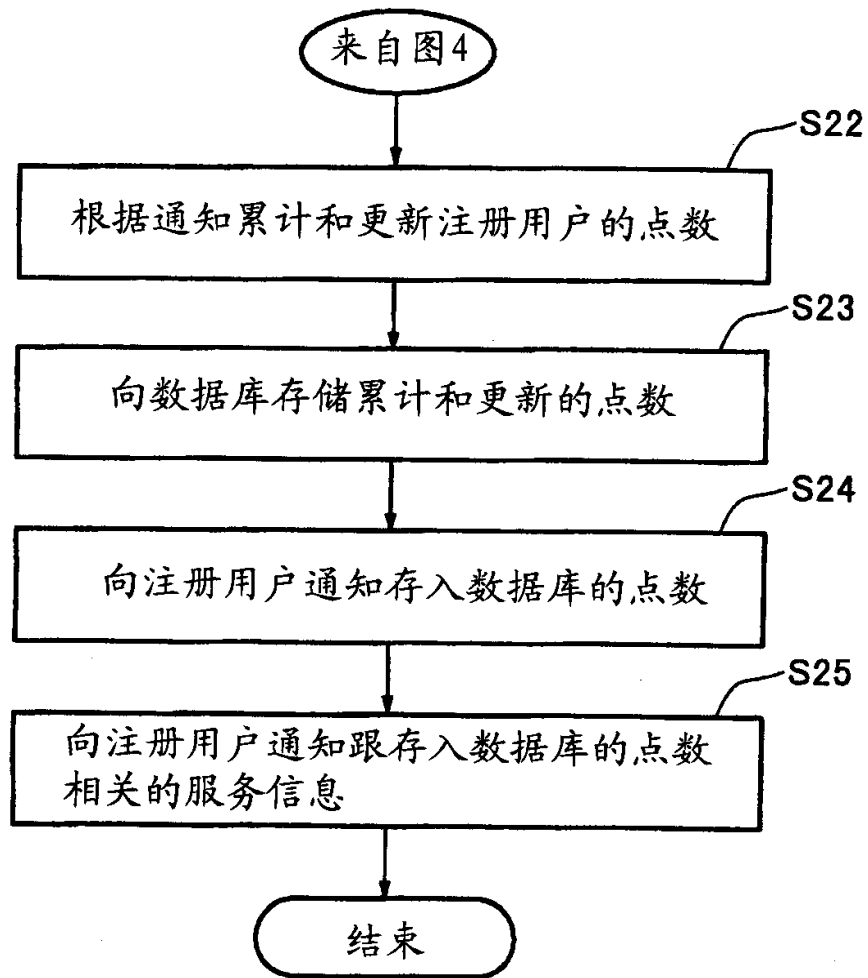


图5