



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 113614767 A

(43) 申请公布日 2021. 11. 05

(21) 申请号 202080020556.0

(22) 申请日 2020.03.13

(30) 优先权数据

2019-051595 2019.03.19 JP

(85) PCT国际申请进入国家阶段日

2021.09.10

(86) PCT国际申请的申请数据

PCT/JP2020/011264 2020.03.13

(87) PCT国际申请的公布数据

W02020/189582 JA 2020.09.24

(71) 申请人 索尼集团公司

地址 日本东京

(72) 发明人 平井孝佳 中村祐介 大井一展

(74) 专利代理机构 北京康信知识产权代理有限公司 11240

代理人 吴孟秋

(51) Int.Cl.

G06Q 30/02 (2006.01)

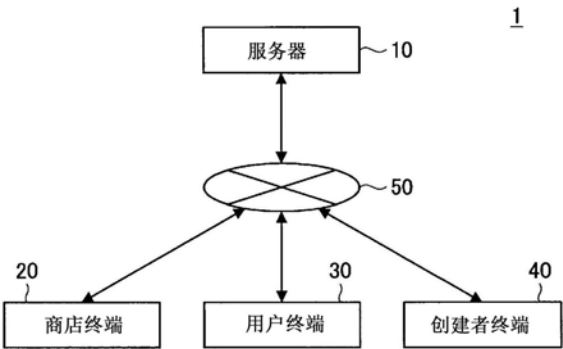
权利要求书2页 说明书19页 附图19页

(54) 发明名称

广告投放系统、信息处理设备和信息处理方法

(57) 摘要

本发明提供一种广告投放系统,包括:获取单元,用于获取第一用户的位置信息;投放单元,使得可以基于注册的广告提供商店的位置信息和第一用户的位置信息投放与广告提供商店的广告信息相关联的预定内容;以及设置单元,用于设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示第一用户可以体验预定内容的周期。设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于广告提供商店的位置信息和第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。



1. 一种广告投放系统,包括:

获取单元,被配置为获取关于第一用户的位置信息;

投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息,投放来自所述广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及

设置单元,被配置为设置所述第一用户的可体验周期,所述可体验周期指示允许所述第一用户体验所述预定内容的周期,

其中,所述设置单元在所述第一用户的所述可体验周期期间,基于关于所述广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息来更新所述第一用户的所述可体验周期。

2. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,在关于所述广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息满足第一条件的情况下,所述投放单元使得能够投放所述预定内容。

3. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,在所述可体验周期期间,关于所述广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息满足第二条件的情况下,所述设置单元更新所述第一用户的所述可体验周期。

4. 根据权利要求3所述的广告投放系统,其中,所述第二条件包括所述广告提供商店与所述第一用户之间的距离等于或小于预定距离的条件。

5. 根据权利要求4所述的广告投放系统,其中,所述设置单元根据所述广告提供商店的收费金额来改变所述预定距离。

6. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,在所述第一用户进行收费设置的情况下,所述设置单元更新所述第一用户的所述可体验周期。

7. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,所述投放单元使得能够基于关于所述第一用户的位置信息和关于第二用户的位置信息,与所述第二用户共享具有所述广告信息的所述预定内容。

8. 根据权利要求7所述的广告投放系统,其中,所述设置单元基于关于所述第一用户的位置信息和关于所述第二用户的位置信息,将与所述第一用户的当前可体验周期相同的周期设置为所述第二用户的可体验周期。

9. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,所述设置单元基于指示被允许体验所述预定内容的一个或多个用户访问所述广告提供商店的可能性的商店访问可能性指数来设置所述广告提供商店的收费金额。

10. 根据权利要求9所述的广告投放系统,其中,基于已经被允许体验所述预定内容的用户的数量、已经接收到基于与所述广告提供商店的位置关系投放的所述预定内容的用户的数量、已经接收到基于与另一用户的位置关系共享的所述预定内容的用户的数量以及关于所述预定内容已经在用户之间共享的位置的信息中的至少一个来计算所述商店访问可能性指数。

11. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,所述投放单元基于由所述预定内容的创建者选择的商店类型和所述广告提供商店的商店类型来缩减能链接到所述广告信息的内容。

12. 根据权利要求1所述的广告投放系统,其中,所述设置单元将来自己已经体验了所述预定内容的所述第一用户的输入数据与所述预定内容相关联,并且允许满足与所述第一用

户的预定关系的第三用户查看所述输入数据。

13. 根据权利要求12所述的广告投放系统, 其中, 所述预定关系包括预定位置关系或预先注册为具有关系的关系。

14. 根据权利要求1所述的广告投放系统, 其中, 所述设置单元将来自已经体验了所述预定内容的所述第一用户的输入数据与所述预定内容相关联, 并且允许所述预定内容的创建者查看所述输入数据。

15. 根据权利要求1所述的广告投放系统, 进一步包括:

分析单元, 被配置为基于在用户之间如何共享所述预定内容来执行预定分析。

16. 根据权利要求15所述的广告投放系统, 其中, 所述分析单元通过基于已经共享所述预定内容的用户识别已经比第一阈值更频繁地与另一用户共享所述预定内容的用户来执行所述预定分析。

17. 根据权利要求15所述的广告投放系统, 其中, 所述分析单元通过基于已经在用户之间共享所述预定内容的时间确定预定流行周期中的共享频率是否高于第二阈值来执行所述预定分析。

18. 根据权利要求15所述的广告投放系统, 其中, 所述分析单元通过基于关于已经在用户之间共享所述预定内容的位置的信息识别与另一用户共享所述预定内容的频率高于第三阈值的区域来执行所述预定分析。

19. 一种信息处理设备, 包括:

获取单元, 被配置为获取关于第一用户的位置信息;

投放单元, 被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息, 投放来自所述广告提供商店的具有广告信息的预定内容; 以及

设置单元, 被配置为设置所述第一用户的可体验周期, 所述可体验周期指示允许所述第一用户体验所述预定内容的周期,

其中, 所述设置单元在所述第一用户的所述可体验周期期间, 基于关于所述广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息来更新所述第一用户的所述可体验周期。

20. 一种信息处理方法, 包括:

由处理器获取关于第一用户的位置信息;

由所述处理器使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息, 投放来自所述广告提供商店的具有广告信息的预定内容;

由所述处理器设置所述第一用户的可体验周期, 所述可体验周期指示允许所述第一用户体验所述预定内容的周期; 并且

由所述处理器在所述第一用户的所述可体验周期期间, 基于关于所述广告提供商店的位置信息和关于所述第一用户的位置信息来更新所述第一用户的所述可体验周期。

广告投放系统、信息处理设备和信息处理方法

技术领域

[0001] 本公开涉及广告投放系统、信息处理设备和信息处理方法。

背景技术

[0002] 近年来,越来越多的用户一直在使用通过向内容添加广告来免费或以低价向用户提供娱乐内容(诸如音乐和漫画)的服务。已知各种技术作为向用户提供内容的技术。例如,公开了用于获取关于用户在预定区域中打开投放到用户的终端设备的内容的操作的操作信息并且基于所获取的操作信息确定预定区域中的内容投放模式的技术(例如,参见专利文献1)。

[0003] 引用列表

[0004] 专利文献

[0005] 专利文献1:日本专利公开第2018-156460号。

发明内容

[0006] 技术问题

[0007] 然而,期望提供用于增加购买由广告提供商销售的产品或服务的用户数量的技术。

[0008] 问题的解决方案

[0009] 根据本公开,提供了一种广告投放系统,包括:获取单元,被配置为获取关于第一用户的位置信息;投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及设置单元,被配置为设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期,其中,设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0010] 根据本公开,提供了一种信息处理设备,包括:获取单元,被配置为获取关于第一用户的位置信息;投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及设置单元,被配置为设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期,其中,设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0011] 根据本公开,提供了一种信息处理方法,包括:由处理器获取关于第一用户的位置信息;由处理器使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;由处理器设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期;并且由处理器在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

附图说明

- [0012] 图1是示出根据本公开的实施例的广告投放系统的配置示例的示图。
- [0013] 图2是示出根据本公开的实施例的服务器的功能配置示例的示图。
- [0014] 图3是示出根据本公开的实施例的广告投放系统的整体功能的示图。
- [0015] 图4是示出由服务器应用程序实现的示例性功能的流程图。
- [0016] 图5是示出在创建者步骤中使用的示例性画面的示图。
- [0017] 图6是示出创建者步骤的流程的示图。
- [0018] 图7是示出示例性广告创建画面的示图。
- [0019] 图8是示出投放信息的示图。
- [0020] 图9是示出用户步骤的流程的示图。
- [0021] 图10是示出终端应用程序的示例性画面的示图。
- [0022] 图11是示出投放信息的示例性显示的示图。
- [0023] 图12是示出广告投放商店和投放内容的示例性显示的示图。
- [0024] 图13是示出推荐给相应商店终端的内容示例的示图。
- [0025] 图14是示出示例性共享开始画面的示图。
- [0026] 图15是示出共享功能的流程的示图。
- [0027] 图16是示出示例性内容共享过程的示图。
- [0028] 图17是示出示例性收费系统的示图。
- [0029] 图18是示出示例性本地化内容投放的示图。
- [0030] 图19是示出示例性内容评论输入画面的示图。
- [0031] 图20是示出评论共享的流程的示图。
- [0032] 图21是示出根据本公开的实施例的服务器的硬件配置示例的框图。

具体实施方式

[0033] 下面参考附图详细描述本公开的优选实施例。注意,在本说明书和附图中,具有大致相同功能配置的组件由相同的参考符号表示以省略冗余描述。

[0034] 此外,在本说明书和附图中,具有大致相同或相似功能配置的多个组件由在某些情况下具有不同的数字后缀的相同的参考符号表示以将组件彼此区分。然而,在不需要特别区分具有大致相同或相似功能配置的多个组件的情况下,组件由相同的参考符号表示。此外,在某些情况下,不同实施例的类似组件由具有不同的字母后缀的相同的参考符号表示以将组件彼此区分。然而,在不需要特别区分相似组件的情况下,组件由相同的参考符号表示。

[0035] 注意,按顺序描述以下项。

[0036] 0. 概述

[0037] 1. 实施例的细节

[0038] 1.1. 广告投放系统的配置示例

[0039] 1.2. 服务器的功能配置示例

[0040] 1.3. 系统的整体功能

[0041] 1.4. 内容

[0042] 1.5.共享功能

[0043] 1.6.Spotify的应用

[0044] 1.7.人气分析

[0045] 1.8.收费系统

[0046] 1.9.本地化投放

[0047] 1.10.评论交互功能

[0048] 1.11.分析功能

[0049] 1.12.共享点

[0050] 2.硬件配置示例

[0051] 3.结论

[0052] <0.概述>

[0053] 近年来,越来越多的用户一直在使用通过向内容添加广告来免费或以低价向用户提供娱乐内容(诸如音乐和漫画)的服务。已知各种技术作为向用户提供内容的技术。因此,在本公开的实施例中,主要描述了用于增加购买由广告提供商销售的产品或服务的用户数量的技术。

[0054] 具体地,在本公开的实施例中,提出了用于在用户可以体验内容的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于用户的位置信息来更新可体验周期的技术。通过这种配置,可以提示用户采取行动来更新可体验周期。例如,当用户接近广告提供商店的条件被设置为用于更新可体验周期的条件时,用户在广告提供商店购买产品或服务的可能性增加。可选地,当用户进行收费设置的条件被设置为用于更新可体验周期的条件时,用户向广告提供商店支付的可能性增加。

[0055] 此外,在作为比用户在体验内容时接收广告的计划(具有广告计划)更昂贵的计划,准备用户可以体验没有广告的内容的计划(高级计划(premium plan))的情况下,可以提示用户将计划从具有广告的计划改变为高级计划。

[0056] 在上文中,已经描述了本公开的实施例的概述。

[0057] <1.实施例的细节>

[0058] [1.1.广告投放系统的配置示例]

[0059] 随后,参考附图,描述根据本公开的实施例的广告投放系统的配置示例。图1是示出根据本公开的实施例的广告投放系统的配置示例的示图。如图1所示,根据本公开的实施例的广告投放系统1包括服务器10、商店终端20、用户终端30、创建者终端40和网络50。服务器10、商店终端20、用户终端30和创建者终端40经由网络50彼此可通信。

[0060] 商店终端20包括例如计算机。在此处,主要假设商店终端20是智能电话的情况。然而,商店终端20可以是除智能电话之外的终端。例如,商店终端20可以是个人计算机(PC)、平板终端、蜂窝电话或其他类型的电子装置。例如,由店员使用商店终端20。此外,商店终端20可以执行广告设置使用应用程序(在下文中也简称为“广告设置应用程序”)以实现商店终端20的广告设置功能。稍后详细描述广告设置功能。

[0061] 用户终端30包括例如计算机。在此处,主要假设用户终端30是智能电话的情况。然而,用户终端30可以是除智能电话之外的终端。例如,用户终端30可以是PC、平板终端、蜂窝电话或另一类型的电子装置。例如,由用户使用用户终端30。此外,用户终端30可以执行用

户终端使用应用程序(在下文中也简称为“终端应用程序”)以实现用户终端30的各种功能。

[0062] 注意,在图1所示的示例中,为了图1的简单起见,示出了广告投放系统1包括单个用户终端30的情况。然而,实际上,广告投放系统1可以包括多个用户终端30。在这种情况下,可以由相应单独的用户使用多个用户终端30。注意,在由用户共享内容的情况下,主要假设在朋友之间共享内容。因此,在以下描述中,为了方便起见,在某些情况下,相对于内容共享源的内容共享目的地被称为“朋友”。稍后详细描述内容共享。

[0063] 创建者终端40包括例如计算机。在此处,主要假设创建者终端40是智能电话的情况。然而,创建者终端40可以是除智能电话之外的终端。例如,创建者终端40可以是PC、平板终端、蜂窝电话或另一类型的电子装置。例如,由创建者使用创建者终端40。此外,创建者终端40可以执行内容注册使用应用程序(在下文中也简称为“注册应用程序”)以实现用户终端30的内容注册功能。稍后详细描述内容注册功能。

[0064] 注意,创建者是提供内容的人。更具体地,创建者可以是实际创建了内容的人(例如,音乐创建者或漫画家),或者可以是诸如音乐经纪公司的代理公司。此外,内容是任何类型的。例如,内容可以包括静止图像、视频、文本数据、音频数据(音乐内容等)或静止图像和文本数据的组合(漫画等)。在下文中,主要假设内容是诸如音乐内容或漫画的娱乐内容的情况。

[0065] 服务器10包括例如计算机,并且用作信息处理设备的示例。服务器10可以执行服务器应用程序以实现服务器10的各种功能。服务器10经由网络50接收从商店终端20发送的请求,并且经由网络50向商店终端20发回对该请求的响应。以类似的方式,服务器10经由网络50接收从用户终端30发送的请求,并且经由网络50向用户终端30发回对该请求的响应。此外,服务器10经由网络50接收从创建者终端40发送的请求,并且经由网络50向创建者终端40发回对该请求的响应。

[0066] 以上,已经描述了根据本公开的实施例的广告投放系统1的配置示例。

[0067] [1.2.服务器的功能配置示例]

[0068] 随后,描述根据本公开的实施例的服务器10的功能配置示例。图2是示出根据本公开的实施例的服务器10的功能配置示例的示图。如图2所示,服务器10包括控制单元110、存储单元130和通信单元140。

[0069] 控制单元110控制服务器10的每个单元。控制单元110可以包括例如一个或多个中央处理单元(CPU)。在控制单元110包括诸如CPU的处理设备的情况下,该处理设备可以包括电子电路。控制单元110可以通过该处理设备执行程序来实现。控制单元110包括获取单元111、投放单元112、设置单元113、分析单元114和分析单元115。稍后描述这些块的细节。

[0070] 存储单元130是包括存储器并存储由控制单元110执行的程序和程序执行所需的数据的记录介质。此外,存储单元130临时存储由控制单元110计算的数据。存储单元130包括磁存储单元装置、半导体存储装置、光学存储装置、磁光存储装置等。

[0071] 通信单元140包括通信电路,并且具有经由网络50与连接到网络50的终端(商店终端20、用户终端30和创建者终端40)通信的功能。

[0072] 以上,已经描述了根据本公开的实施例的服务器10的功能配置示例。

[0073] [1.3.系统的整体功能]

[0074] 随后,描述根据本公开的实施例的广告投放系统1的整体功能。图3是示出根据本

公开的实施例的广告投放系统1的整体功能的示图。参考图3,除了上述服务器10之外,还示出了与广告投放系统1相关的商店87、用户81、创建者83、与用户81共享内容的朋友82-1以及与朋友82-1共享内容的朋友82-2和82-3。

[0075] 广告投放系统1是用于投放具有广告的内容的系统。创建者83创建内容并将所创建的内容注册到服务器10 (S7)。商店87是提供广告的广告提供商店,并且可以通过购买投放广告的权利来获得投放广告的权利 (S1)。具体地,当购买了投放广告的权利时,内容和广告相互链接。广告投放导致商店的促销 (S2)。

[0076] 例如,当用户81进入距商店87预定距离内 (例如,在商店87的20m半径内) 的区域时 (S3), 用户81可以获取体验内容的权利。然后,已经获取体验内容的权利的用户81可以接收从服务器10投放的内容 (S4)。用户81可以使用已经安装了终端应用程序的用户终端30来体验内容。此时,由于广告链接到内容,因此用户81观看广告以及内容。

[0077] 内容和广告可以由用户81与朋友82-1共享 (S5)。此外,内容和广告可以由朋友82-1与朋友82-2和82-3共享。在体验内容之后,用户81和朋友82-1至82-3可以将内容评论注册到服务器10。创建者83可以查看注册到服务器10的评论。以这种方式,广告投放系统1允许用户81、朋友82-1至82-3和创建者83彼此交互 (S6)。

[0078] 此外,服务器10可以分析内容如何被投放和共享。因此,从服务器10到创建者83,给出服务器10中的分析结果和对内容创建的支付 (S8)。稍后将按适当的顺序描述这些功能的细节。

[0079] 根据本公开的实施例,提供了一种广告投放系统,包括:

[0080] 获取单元111,被配置为获取关于用户81 (第一用户) 的位置信息;

[0081] 投放单元112,被配置为使得能够基于关于已经注册的商店87 (广告提供商店) 的位置信息和关于用户81的位置信息,投放来自商店87的具有广告信息的预定内容 (赋予用户81使用该内容的权利); 以及

[0082] 设置单元113,被配置为设置用户81的可体验周期,该可体验周期指示允许用户81体验预定内容的周期,

[0083] 其中,设置单元113在用户81的可体验周期期间,基于关于商店87的位置信息和关于用户81的位置信息来更新用户81的可体验周期。由服务器应用程序实现这些功能。

[0084] 在此处,可体验周期设置可以包括设置可体验周期的结束 (例如,最后一天)。例如,可体验周期的结束可以是从已经第一次传输内容的日期和时间开始的预定周期之后的时间点。用户81可以通过从已经第一次传输内容的日期和时间到可体验周期的结束从服务器10下载内容 (或再现流内容) 来体验内容。可体验周期更新可以包括更新可体验周期的结束 (例如,最后一天)。例如,可以更新可体验周期的结束以将可体验周期的结束延长预定周期。

[0085] 图4是示出由服务器应用程序实现的示例性功能的流程图。首先,当由用户终端30检测到用户终端30的位置时,由服务器10的获取单元111获取关于用户终端30的位置信息作为关于用户81的位置信息 (S11)。同时,关于商店87的位置信息被预先存储在存储单元130中,并且关于商店87的位置信息也被获取单元111获取。

[0086] 投放单元112使得能够基于关于商店87的位置信息和关于用户81的位置信息,投放来自商店87的具有广告信息的内容。具体地,在关于广告提供商店 (商店87) 的位置信息

和关于用户81的位置信息满足预定条件(第一条件)(S12中的“是”)的情况下,投放单元112赋予用户81使用具有广告信息的内容的权利(S13)。使用内容的权利可以对应于体验内容的权利。同时,在关于广告提供商店(商店87)的位置信息和关于用户81的位置信息不满足预定条件(第一条件)的情况下(S12中的“否”),操作转移到S11。

[0087] 设置单元113设置用户81的可体验周期,该可体验周期指示用户81可以体验内容的周期(S14)。然后,设置单元113在用户81的可体验周期期间,基于关于商店87的位置信息和关于用户81的位置信息来更新用户81的可体验周期。具体地,在关于广告提供商店(商店87)的位置信息和关于用户81的位置信息在用户81的可体验周期期间再次满足预定条件(第二条件)的情况下(S15中的“是”),设置单元113更新用户81的可体验周期(S16)。同时,在关于广告提供商店(商店87)的位置信息和关于用户81的位置信息在用户81的可体验周期期间不满足预定条件(第二条件)的情况下(S15中的“否”),操作转移到S15。

[0088] S12中的“预定条件”可以包括商店87与用户81之间的距离等于或小于第一距离的条件。此外,S15中的“预定条件”可以包括商店87与用户81之间的距离等于或小于第二距离的条件。在本公开的实施例中,假设S12中的“预定条件”和S15中的“预定条件”都是商店87与用户81之间的距离等于或小于预定距离(在图3所示的示例中为20m)的条件。然而,S12中的“预定条件”和S15中的“预定条件”可以是不同的条件。

[0089] 下面描述细节。该步骤被划分为四个阶段:创建者步骤、商店步骤、服务器步骤和用户步骤。

[0090] <创建者步骤>

[0091] 图5是示出在创建者步骤中使用的示例性画面的示图。图6是示出创建者步骤的程序的示图。首先,创建者83在创建者终端40上安装注册应用程序。然后,当第一次启动注册应用程序时,创建者83向注册应用程序输入姓名、地址、银行账户(或信用卡号)、从属关系、登录ID、密码和电子邮件地址,从而进行内容提供用户(创建者)注册(S21)。接下来,创建者83注册内容(S22)。有多种内容注册方法。内容注册的示例包括内容上传注册、内容引用注册和代理批量注册。

[0092] 当创建者83使用所设置的登录ID和密码登录时,由创建者终端40显示内容注册方法选择画面。然后,创建者83选择上述内容上传注册、内容引用注册和代理批量注册中的任何一个。

[0093] 在创建者83选择内容上传注册的情况下,由创建者终端40显示内容上传画面。创建者83执行上传存储在创建者终端40中或因特网上的预定文件夹中的内容的过程。在已经上传内容之后,创建者终端40显示用于上传以下内容的选择画面:“允许链接来自什么类型的商店的广告信息以及允许投放来自什么类型的商店的广告信息”(图5)。

[0094] 例如,如图5所示,创建者终端40显示列表G1和复选框G2。这样,创建者83检查许可商店(S23)。具体地,创建者终端40允许创建者83在复选框G2中标记×(禁止投放)。注册应用程序向服务器10发送列表G1中的检查状态(已经检查了哪种类型的商店)。在服务器10中,商店类型分别与多条广告信息相关联。因此,投放单元112分别基于检查状态和与多条广告信息相关联的商店类型来选择广告信息。

[0095] 更具体地,投放单元112选择与商店类型相关联的广告信息,该商店类型与由内容的创建者83选择的商店类型相同。投放单元112将所选择的广告信息的ID(许可商店信息)

和内容(内容ID)彼此链接,并将信息存储在存储单元130中。以这种方式,创建者83选择“允许链接来自什么类型的商店的广告信息以及允许投放来自什么类型的商店的广告信息”,使得防止创建者83不期望的广告被投放并链接到内容。

[0096] 在创建者83选择内容引用注册的情况下,内容不直接从创建者终端40上传到服务器10。即,在创建者83选择内容引用注册的情况下,创建者83输入他/她的音乐版权注册数据库(DB)的注册ID(诸如JASRAC(日本作家、作曲家和出版者权利协会)或TuneCore(版权等管理业务公司)),或者他/她已经注册的内容ID(例如Spotify(音乐投放服务公司)),并且创建者终端40链接并注册内容和广告信息。

[0097] 更具体地,在创建者83已经选择了内容引用注册之后,创建者终端40显示服务(上述JASRAC、Spotify等)选择。然后,例如,在创建者83选择Spotify的情况下,创建者终端40显示Spotify的创建者登录画面(用于将Spotify ID和登记应用程序的登录ID彼此链接的画面)。

[0098] 当创建者83输入Spotify的登录ID和密码时,注册应用程序ID和Spotify ID相互链接,并且允许注册应用程序获取Spotify正在投放的音乐内容列表。即,注册应用程序经由Spotify服务器上准备的应用程序编程接口(API)与Spotify服务器通信,从而获取音乐内容列表。在创建者终端40已经获取音乐内容列表之后,如在内容上传注册中那样,检查许可商店。

[0099] 在创建者83选择代理批量注册的情况下,创建者终端40预先获取从音乐经纪公司注册的音乐内容列表。在创建者终端40已经获取音乐内容列表之后,如在内容上传注册中那样,检查许可商店。

[0100] <商店步骤>

[0101] 店员在商店终端20上安装广告设置应用程序。当第一次启动广告设置应用程序时,店员向广告设置应用程序输入商店名称、注册名称(店主公司名称)、地址、银行账户(或信用卡号)、商店类型(类似于图5的列表G1中所示的商店类型)、商店规模(选择1至20、20至40、40至100、100至300和300或更多中的一个作为最大容量)、登录ID、密码、电子邮件地址和电话号码,从而注册商店。当店员注册商店时,注册信息从商店终端20发送到服务器10。在服务器10上,商店ID被赋予注册信息,并且商店ID和注册信息链接并存储在存储单元130中。

[0102] 在已经注册商店之后,当店员用登录ID登录时,由商店终端20显示三种类型的按钮:广告设置按钮、投放设置按钮、收费设置按钮和设置按钮。当店员点击设置按钮时,显示设置画面,在该画面中可以编辑当第一次启动广告设置应用程序时设置的注册信息。当店员点击广告设置按钮时,商店终端20显示用于创建要与内容一起投放的广告的画面。

[0103] 图7是示出示例性广告创建画面的示图。在广告创建画面G10上,显示图像框612、商店名称框614和商店位置地图框616(例如,谷歌地图API的地图显示框)。当店员上传店员想要在广告中投放的图像时,在图像框612中显示上传的图像。在商店名称框614中,初始设置当第一次启动广告设置应用程序时设置的商店名称。然而,也可以编辑该商店名称。

[0104] 在商店位置地图框616中,初始设置对应于当第一次启动广告设置应用程序时输入的地址的地图。然而,也可以编辑该地图。注意,仅通过店员输入地址,才会在地图上商店的中央显示地图图标。因此,地图图标可以优选地通过店员的操作来移动,使得可以在商店

入口附近显示地图图标。可选地,在难以找到商店入口的情况下,商店入口图像可以优选地以与地图图标分开的叠加方式显示在地图上。

[0105] 当店员在图像框612中设置图像、在商店名称框614中设置商店名称、在商店位置地图框616中设置地图并且然后点击完成按钮G12时,商店终端20基于所设置的信息创建广告61。广告61作为广告信息从广告设置应用程序发送到服务器10。当从广告设置应用程序接收到广告信息时,服务器10将所接收的广告信息和已经发送广告信息的商店的ID(商店ID)彼此链接,并将信息存储在存储单元130中。

[0106] 当店员点击收费设置按钮G13时,商店终端20显示收费设置画面。在收费设置画面上,显示两种类型的收费设置:“订阅(每月30,000日元)”和“基于商店访问可能性指数的收费”。在店员选择“基于商店访问可能性指数的收费”的情况下,商店终端20进一步显示基于商店访问可能性指数的收费设置选项,诸如“商店访问可能性指数1000(5,000日元)”、“商店访问可能性指数2000(10,000日元)”和“商店访问可能性指数3000(20,000日元)”。当店员点击完成按钮G12时,由店员选择的收费设置作为收费信息从广告设置应用程序发送到服务器10,并且服务器10将收费信息存储在存储单元130中。注意,稍后描述商店访问可能性指数。

[0107] 当店员点击投放设置按钮G14时,商店终端20显示投放设置画面。在广告设置和收费设置未完成的情况下,商店终端20显示提示广告设置和收费设置完成的消息。

[0108] 在投放设置画面上,店员选择投放广告的内容。店员可以选择的内容从服务器10发送到商店终端20。此时,许可商店信息(由创建者选择的商店类型)与每条内容相关联。因此,投放单元112优选地基于许可商店信息和商店终端20的商店类型来缩减广告信息可以链接到的内容。然后,投放单元112优选地将缩减的内容发送到商店终端20。这样,可以防止内容被投放到创建者83不期望的商店终端20。

[0109] 更具体地,投放单元112将商店终端20的商店类型以及与每条内容相关联的许可商店信息进行核对。然后,投放单元112不向商店终端20发送许可商店信息与商店类型不匹配的内容(作为不可选择的内容)。同时,投放单元112向商店终端20发送许可商店信息与商店类型匹配的内容(作为可选择的内容)。

[0110] 商店终端20显示商店终端20接收的内容。当店员选择要与广告一起投放的内容时,生成包括所选择的内容的ID(内容ID)和商店终端20的ID(商店ID)的选择信息并将其发送到服务器10。注意,在商店可以选择的内容的数量可以根据商店支付(收费)的金额而改变。这样,可以同时投放专辑的多段音乐内容或多卷漫画内容以增大吸引顾客到商店的能力。

[0111] <服务器步骤>

[0112] 在服务器10中,当通信单元140从商店终端20接收选择信息(内容ID和商店ID)时,选择信息被存储在存储单元130中。然后,投放单元112基于选择信息和收费信息(投放所选择的内容所需的金额是否等于或小于商店的收费金额)来确定是否可以投放内容。在投放单元112确定可以投放内容的情况下,投放单元112读取对应于商店ID的广告信息和对应于内容ID的内容信息,从而生成内容和广告信息彼此链接的投放信息。

[0113] 图8是示出投放信息的示图。如图8所示,内容67和广告61彼此链接的信息对应于投放信息。在生成投放信息之后,投放单元112更新存储在服务器10的存储单元130中的地

图信息(具体地,指示地图上哪个内容投放的位置(链接到商店ID的商店位置)的信息)。例如,投放单元112基于投放信息使用谷歌地图API在谷歌地图上的商店位置处布置图标。

[0114] <用户步骤>

[0115] 图9是示出用户步骤的流程的示图。图10是示出终端应用程序的示例性画面的示图。图11是示出投放信息的示例性显示的示图。用户81在用户终端30上安装终端应用程序。然后,当第一次启动终端应用程序时,用户81设置终端应用程序的用户ID、密码、出生日期、属性(上班族、学生等)和性别(男性、女性或其他)。当用户81通过用户ID登录时,显示内容获取按钮、获取内容显示按钮和设置按钮。

[0116] 当用户81点击内容获取按钮时,显示内容获取模式开/关转换开关G21,如内容获取模式选择画面G20-1所示。当用户81选择内容获取模式打开时,开始获取关于用户81的位置信息。同时,当用户81选择内容获取模式关闭时,不获取关于用户81的位置信息。这样,可以减少由于位置信息获取而导致的电池消耗。

[0117] 此外,在选择内容获取模式打开的情况下,用户终端30可以同时显示内容获取模式的详细设置。在内容获取模式选择画面G20-2上,显示增强现实(AR)显示开/关转换开关G22、位置获取开/关转换开关G23和调查投放开/关转换开关G24。利用这些开关,可以优选地进行内容获取模式的详细设置。稍后描述AR显示、位置获取和调查投放。

[0118] 当用户81点击所获取的内容显示按钮时,用户81已经获取使用权的内容列表从服务器10发送到用户终端30并由用户终端30显示。稍后描述使用内容的权利。用户81可以通过选择和再现内容来观看内容。此时,如图11的投放信息显示画面G30所示,除了内容67之外,用户终端30优选地同时显示广告61和可体验周期G31。下面描述可体验的周期G31。

[0119] 当用户81点击可体验周期G31时,用户终端30显示是否通过支付内容来延长可体验周期的选项。当用户81选择支付内容时,可体验周期被延长(可以被设置为无限期)。

[0120] 当用户81点击设置按钮时,可以编辑用户的注册信息(用户在第一次启动终端应用程序时设置的信息)。此外,在用户81进行收费设置的情况下,可以注册支付所需的信用卡。

[0121] 现在,描述在内容获取模式选择画面G20-1上的内容获取模式开/关转换开关G21打开的情况下的内容获取。在终端应用程序正在启动的状态下或者在链接到终端应用程序的位置信息应用程序(被配置为获取用户位置信息的应用程序)正在启动的状态下,关于用户的位置信息(关于用户终端30的位置信息)被发送到服务器10。

[0122] 在商店如上所述购买临时投放权之后(S31),在服务器10中,投放单元112确定用户是否在商店附近(S32)。即,投放单元112确定地图信息中描述的关于用户的位置信息和关于商店的位置信息是否满足预定条件(用户在商店周围20m半径内的条件)。在投放单元112确定用户在商店附近的情况下,投放单元112赋予用户使用商店注册和投放的内容的权利。

[0123] 注意,为了保护用户的个人信息,用户终端30可以下载地图信息,并且确定关于地图信息中描述的商店的位置信息和关于用户的位置信息是否满足用户终端30内部的预定条件而不向服务器10发送关于用户的位置信息。当用户获取使用内容的权利时,用户终端30显示已经被用户获取使用权的内容列表画面。通过从内容列表画面中选择期望的内容,用户可以流传输或下载所选择的内容。

[0124] 在服务器10中,设置单元113在用户第一次流传输或下载内容时从内容发送的日期和时间生成可体验周期。例如,设置单元113将用户下载内容之后一个月设置为可体验周期,并且将可体验周期设置为用户应用程序。用户可以免费使用(体验)内容一个月(S33)。此外,设置单元113将可体验周期和投放信息彼此链接的信息作为投放散列存储在存储单元130中。

[0125] 注意,内容优选地通过数字权限管理(DRM)等加密。此外,优选地引入一种机制,该机制允许用户终端30在可体验周期期间每当用户启动终端应用程序时恢复内容,并且使用户终端30上的终端应用程序在可体验周期期满之后拒绝恢复内容。在关于用户的位置信息和关于商店的位置信息在可体验周期期间再次满足预定条件的情况下,设置单元113延长可体验周期。

[0126] 注意,如上所述,用于设置可体验周期的预定条件(第一时间条件)和用于延长可体验周期的预定条件(第二时间后条件(after-second-time condition))可以彼此不同。例如,第一时间条件可以是用户进入商店周围20m半径的条件,并且第二时间后条件可以是用户进入商店周围30m半径的条件。

[0127] 此外,在调查投放打开的情况下,当满足上述预定条件时,可以向用户终端30发送调查(具体地,可以使用要存储在服务器10中的广告设置应用程序预先将调查设置到商店终端20,并且在满足预定条件的情况下,仅需要从服务器10向用户终端30发送调查),并且在用户回答调查的情况下,设置单元113可以延长可体验周期。这样,可以预期商店可以容易地收集用户意见以及吸引顾客到商店的效果。

[0128] 注意,可以根据需要设计关于广告提供商店的注册位置信息与关于用户的位置信息之间的关系(预定条件)。然而,优选地根据关于广告提供商店的位置信息和广告提供商店的大小(商店大小)来动态设计这种关系。例如,关于具有相同商店位置信息的商店,半径为50m的预定距离优选地被设置到其大小被估计为大的商店,并且半径为20m的预定距离优选地被设置到其大小被估计为小的商店。可以根据预先存储在服务器10的存储单元130中的表来计算这些距离。这样,实现了反映商店大小的设计。

[0129] 注意,优选设置半径为20m或更大。这是因为反映了位置信息的误差(在使用全球定位系统(GPS)的情况下,半径大约为20m),并且用户可以在不进入商店的情况下获取内容。当系统被设计为使得用户在不进入商店的情况下无法获取内容时,存在系统被恶意商店(例如,尽管商店类型明显不适合未成年人,但是试图吸引未成年人的商店)使用的风险。然而,当用户可以在不进入商店的情况下获取内容时,期望防止这种恶意商店的注册的效果。

[0130] 此外,预定条件不仅可以包括距离相关条件,还可以包括时间相关条件。例如,预定条件可以包括时间约束,诸如用户在商店的20m半径内停留预定时间或更长时间(例如,10秒或更长)。这样,用户在商店周围停留预定时间或更长时间的可能性增加,从而可以预期商店可以吸引用户更长时间的效果。

[0131] 此外,设置单元113可以根据商店的收费金额来改变预定条件。例如,设置单元113可以根据广告提供商店的收费金额来改变预定距离。例如,设置单元113可以针对收费金额高于阈值的商店设置半径为20m的预定距离,并且可以针对收费金额低于阈值的商店设置半径为40m的预定距离。此外,设置单元113可以针对收费金额相同的商店设置约束,该约束

允许具有半径为40m的预定距离的商店投放两条内容,并且允许具有半径为20m的预定距离的商店仅投放一条内容。通过这些,提高了设计吸引顾客到商店的吸引力的自由度。

[0132] 此外,由设置单元113设置的可体验周期可以针对每条内容而改变。

[0133] 随后,设置单元113确定用户是否再次访问商店(是否再次接近商店)或者用户是否进行收费设置(用于支付延长可体验周期的设置)(S34)。在用户既没有再次访问商店也没有进行收费设置的情况下(S34中的“否”),设置单元113返回到S34。同时,在用户再次访问商店或进行收费设置的情况下(S34中的“是”),设置单元113延长内容可体验周期。这样,用户可以继续使用内容(S35)。

[0134] [1.4.内容]

[0135] 此外,广告投放系统可以具有由商店要投放的内容的推荐功能。例如,商店终端20显示关于“什么类型的顾客是吸引目标”的选项,并且根据店员选择了哪个选项向店员推荐内容。例如,商店终端20在画面上显示诸如“你想要吸引哪个顾客群?”的问题,并且还显示年龄组选项(10多岁、20多岁、30多岁...)。然后,当店员选择青少年时,商店终端20参考预先存储在服务器10中的排名数据,并向店员推荐青少年流行的内容(显示关于内容的信息)。这样,提供了这样的效果,即,即使在商店侧没有掌握商店想要吸引的顾客群想要的内容的情况下,商店也可以投放适合于商店想要吸引的顾客群的内容,并且因此可以投放具有更高吸引顾客能力的内容。

[0136] 此外,广告投放商店和投放内容优选地以叠加方式显示在用户终端30上的地图上。图12是示出广告投放商店和投放内容的示例性显示的示图。参考图12,用户终端30显示投放内容显示画面G40。例如,在AR显示打开的情况下,在投放内容显示画面G40上显示基于用户的位置的地图G41。此外,在地图G41上对应于商店87的位置,显示当用户接近商店87时投放给他/她的内容67。利用该功能,用户可以容易地参考关于地图上的广告投放商店和投放内容的信息,从而可以期望用户可以更容易地选择接近哪个商店的效果。

[0137] 此外,广告设置应用程序(商店终端20的应用程序)可以在附近(例如,在商店的100m半径内)存在已经通过类似应用程序设置了广告投放的商店的情况下基于附近商店使用的内容来推荐投放内容。例如,商店终端20优选地在附近商店已经在20多岁的人群中设置流行歌曲的投放的情况下推荐同一年代的人之间的流行歌曲。可选地,商店终端20优选地在附近商店已经设置投放来自专辑中的一首歌曲的情况下推荐来自同一专辑的歌曲。

[0138] 图13是示出推荐给相应商店终端20的内容示例的示图。参考图13,商店87-1、商店87-2和商店87-3是邻居。因此,推荐给商店87-1的商店终端20的内容67-1、推荐给商店87-2的商店终端20的内容67-2和推荐给商店87-3的商店终端20的内容67-3期望彼此相关(例如,期望彼此相似)。然后,用户终端30的用户(例如,用户终端30-1至30-3)更加努力地收集内容,使得可以增加吸引顾客到商店的能力。

[0139] 此外,商店终端20可以不推荐与已经设置为在附近商店投放的内容相同的内容。可选地,在店员选择与已经设置为在附近商店投放的内容相同的内容的情况下,商店终端20优选地显示确认画面:“所选择的内容已经由附近商店投放,你确定要投放吗?”。利用这样的推荐功能,可以预期商店可以更有效地投放广告来吸引顾客的效果。

[0140] [1.5.共享功能]

[0141] 图14是示出示例性共享开始画面的示图。图15是示出共享功能的流程的示图。在

用户已经获得使用内容的权利的情况下,用户可以将使用内容的权利共享给朋友。在此处,使用权不是所有权,并且因此用户即使在购买内容之后也不能拥有该内容。因此,可以设置内容可体验周期。此时,作为与朋友共享的内容的可体验周期和链接到该内容的广告,设置了投放给用户的可体验周期和广告。这样,可以提供防止用户和朋友重复共享内容以显著延长可体验周期的效果。此外,这也增加了朋友看到广告并访问商店以延长可体验周期的可能性。

[0142] 即,投放单元112能够基于关于特定用户(第一用户)的位置信息和关于该用户的朋友(第二用户)的位置信息,与该朋友共享具有广告信息的预定内容。更具体地,在关于特定用户的位置信息和关于用户的朋友的位置信息满足预定条件(例如,用户与用户的朋友两者之间的距离等于或小于特定距离)的情况下,投放单元112使得能够与朋友共享具有广告信息的预定内容。此外,设置单元113基于关于用户的位置信息和关于用户的朋友的位置信息,将与用户的当前可体验周期相同的周期设置为朋友的可体验周期。

[0143] 此外,在更新朋友(共享目的地)的可体验周期的情况下,设置单元113可以更新用户(共享源)的可体验周期。此外,设置单元113可以在已经更新了朋友(共享目的地)的内容可体验周期之后与用户(共享源)共享内容的情况下更新用户(共享源)的可体验周期。此外,除了内容、广告信息和可体验周期之外,关于商店的位置信息也从用户共享给朋友(S41)。然后,可以以类似于从用户共享给他/她的朋友的方式从朋友共享给他/她的朋友(S42)。

[0144] 如图14所示,想要共享内容的用户的用户终端30可以显示共享开始画面G50。如共享开始画面G50所示,在检测到用户(共享源)和用户的朋友(共享目的地)已经摇动他们相应的用户终端30的情况下,投放单元112可以共享摇动的两个用户终端30之间的内容。可选地,在检测到用户(共享源)和用户的朋友(共享目的地)已经触摸了相应用户终端30的画面的情况下,投放单元112可以共享已经触摸了用户终端30的画面的两个用户终端30之间的内容。

[0145] 在此处,朋友是满足以下各项中的一个的人:(1)已经安装了终端应用程序并且已经与用户(已经安装了终端应用程序的人)进行了朋友注册(联系人注册)的人,(2)已经安装了终端应用程序并且在用户附近(例如,在用户周围10m半径内)的人以及(3)用户可以经由诸如LINE的社交网络服务(SNS)应用程序向其发送统一资源定位符(URL)的人。

[0146] 注意,在(1)的情况下,为了允许用户与朋友进行朋友注册,朋友需要在用户周围的预定距离(10m半径)内。例如,当用户启动终端应用程序的朋友注册模式时,终端应用程序获取关于用户和朋友的位置信息以及朋友请求,并将位置信息和朋友请求发送到服务器10。当服务器10确定关于用户和朋友的位置信息满足预定条件时,服务器10将包括在朋友请求中的用户ID注册为朋友。

[0147] 在(3)的情况下,在启动终端应用程序的同时,用户以内容列表显示模式选择内容并点击用于共享内容的按钮的情况下,终端应用程序获取关于用户的位置信息,并向服务器10发送共享请求、关于用户的位置信息和投放散列。投放单元112根据关于用户的位置信息、共享请求和投放散列生成使得可以共享预定内容的URL。然后,投放单元112经由诸如LINE的SNS应用程序将该URL从用户发送到朋友(准确地说,从用户终端30发送到朋友的终端)。

[0148] 然后,当朋友点击URL时,浏览器打开,使得朋友可以经由用户终端30在他/她的终端上下载内容。此时,当浏览器打开时,服务器10的投放单元112获取关于朋友的位置信息。然后,投放单元112确定关于朋友的位置信息和关于用户的位置信息是否满足预定条件。在满足预定条件的情况下,投放单元112优选地使得能够下载内容。例如,预定条件可以是用户在预定距离内(例如,用户是否在相对于商店的10m半径内)。

[0149] [1.6.Spotify的应用]

[0150] 诸如Spotify的订阅音乐服务(例如,免费计划是仅流传输的计划,而付费计划是流传输和下载计划)可以应用于本公开的实施例。例如,在使用免费计划的用户想要下载原本不能下载的投放歌曲或者通过如上所述接近商店来延长Spotify的可体验周期的情况下,应用程序可以鼓励用户使用付费计划。

[0151] 这样,鼓励用户使用付费计划的方式可以增加一种。此外,在这种情况下,应用程序可以被配置为使得当用户如上所述与朋友(朋友也像用户一样使用Spotify上的免费计划)共享内容时,朋友也可以在Spotify上下载歌曲。

[0152] [1.7.人气分析]

[0153] 此外,分析单元114可视化内容共享过程。即,分析单元114基于用户之间的预定内容的共享状态来执行预定分析。图16是示出示例性内容共享过程的示图。参考图16,示出了实际上已经接近商店87并且因此可以体验内容的用户81-1和81-2。此外,箭头指示如何从用户81-1和用户81-2中的每一个共享内容的过程。例如,朋友82-1是用户81-1与其共享内容的人。

[0154] 例如,分析单元114通过分析共享过程来执行趋势分析功能,诸如导致趋势的内容共享的数量或者导致趋势的共享内容的类型与用户的类型之间的关系。具体地,分析单元114可以基于已经在用户之间共享内容的时间来确定预定流行周期中的共享频率是否高于阈值。可选地,分析单元114可以基于已经共享内容的用户来识别比阈值更频繁地与朋友共享内容的用户(所谓的影响者(趋势分配者))。

[0155] 此外,分析单元114可以将影响者(趋势分配者)的用户ID注册为影响者ID,并且赋予对应于注册为影响者ID的用户ID的用户一些特权(例如,对于影响者,通常设置为两周的可体验周期设置为四周)。

[0156] 可选地,分析单元114可以基于关于已经在用户之间共享预定内容的位置的信息识别与朋友共享内容的频率高于阈值的区域。关于内容可能被共享的区域的信息对于发现新来的本地艺术家(图16所示的示例中的艺术家A)可以是有用的。此外,分析单元114可以在分析中基于共享速度(已经接近预定商店并接收到所投放的内容的用户重复共享内容,使得内容共享位置的数量增加的速度)来执行趋势分析。

[0157] [1.8.收费系统]

[0158] 图17是示出示例性收费系统的示图。在此处,内容投放和内容共享的次数对用户(包括朋友)访问商店的可能性贡献很大。因此,优选基于用户访问商店的可能性的收费模型。即,设置单元113优选地基于指示可以体验预定内容的一个或多个用户访问商店的可能性的指数(在下文中也称为“商店访问可能性指数”)来设置商店的收费金额。

[0159] 可以基于以下各项中的至少一个来计算商店访问可能性指数:(1)已经基于与商店的位置关系获得使用内容的权利的用户的数量(实际接近商店以获得使用内容的权利的

用户的数量), (2) 已经基于与其他人的位置关系接收到共享内容的用户的数量 (已经从其他人接收到共享内容的朋友的数量), (3) 可以体验预定内容的用户的数量 (即, (1) 和 (2) 的总数) 以及 (4) 关于已经在用户之间共享内容的位置的信息。

[0160] 例如, 优选地, 设置单元113将已经实际接近商店以获得使用内容的权利的用户的值设置为“1”, 将已经从用户接收到共享内容的朋友的值设置为“0.5”, 并且将已经从朋友接收到共享内容的朋友 (所谓的朋友的朋友) 的值设置为“0.2”, 并且通过将每个值乘以人数而获得的值相加来计算总值作为商店访问可能性指数。此外, 设置单元113可以基于共享位置计算商店访问可能性指数, 例如, 设置单元113可以在共享位置在商店附近时 (例如, 在商店周围2km半径内) 设置为“1”, 并且可以在共享位置远离商店时 (例如, 在商店周围2km半径外) 设置为“0.2”。

[0161] 如图17所示, 投放单元112可以基于商店访问可能性指数来计算金额作为商店87购买投放权的成本 (S51)。可选地, 投放单元112可以根据基于商店访问可能性指数的收费模型来计算金额作为商店87购买投放权的成本。此外, 投放单元112基于商店访问可能性指数来计算用于广告投放的内容的使用费 (对创建者83的分配量)。具体地, 投放单元112仅需要通过从商店的账单金额 (购买成本) 中减去手续费用来计算金额作为分配金额 (S52)。

[0162] [1.9. 本地化投放]

[0163] 图18是示出示例性本地化内容投放的示图。如上所述, 作为推荐给特定商店的商店终端20的投放内容, 在该商店和另一商店具有预定关系 (例如, 另一商店在该商店周围2km半径内) 的情况下, 可以推荐与在该另一商店附近投放的内容相关的内容。相关内容的示例包括同一专辑的歌曲和同一漫画系列的不同卷。然后, 在用户获得使用整个相关内容的权利的情况下, 特定内容可以从服务器10投放到用户终端30。

[0164] 例如, 参考图18, 商店87-1至87-6存在于预定距离内 (例如, 2km半径内), 并且用户可以通过接近商店87-1至87-6获得使用权的内容彼此相关 (例如, 来自同一专辑的歌曲)。然后, 在用户接近商店87-1至87-6以获得使用来自同一专辑的所有歌曲的权利的情况下 (在完成歌曲收集的情况下), 特定内容71可以从服务器10投放到用户终端30。特定内容71可以包括专辑封面或奖励视频。此外, 相关商店的示例包括属于同一附属机构 (XX购物区) 的商店。

[0165] [1.10. 评论交互功能]

[0166] 图19是示出示例性内容评论输入画面的示图。图20是示出评论共享的流程的示图。广告投放系统1优选地具有允许已经获得使用内容的权利的用户或他/她的朋友查看内容的功能。该功能优选地是能够通过终端应用程序捕获与内容67同时显示的视频75并将其记录为图19所示的评论输入画面G60中的评论的功能。此时, 优选地在经过使用机器学习的用户面部识别和用户面部转换 (用预先准备的另一面部替换用户面部或者用户面部的动画转换) 之后, 记录由终端应用程序捕获的视频。这样, 保护用户的个人信息。

[0167] 设置单元113将由已经体验过内容的用户输入的评论 (输入数据) 与该内容相关联, 并且使得其对于与用户满足预定关系的其他用户可见。在此处, 预定关系可以包括预定位置关系或预先记录为具有关系的关系。更具体地, 由已经体验过内容的用户输入的评论优选地仅由更接近已经输入评论的用户 (超过阈值) 的用户或者注册为已经输入评论的用户的朋友的用户可见。这样, 可以在本地共享评论以降低起火等的风险。

[0168] 此时,内容的创建者可以查看内容的评论,而不管关于创建者的位置信息。即,设置单元113可以将已经从已经体验过预定内容的用户输入的评论(输入数据)与预定内容相关联,并且使得其对于预定内容的创建者可见(可以允许创建者在创建者终端40上查看内容)。

[0169] 此外,可以提供一种功能,当用户与朋友分享内容时,该功能允许用户与朋友一起共享评论和内容。具体地,服务器10记录评论并向评论赋予评论ID,并且当用户与朋友分享内容时,服务器10向要共享的内容赋予评论ID,从而允许朋友下载评论。

[0170] [1.11.分析功能]

[0171] 分析单元115分析关于多少用户已经通过哪个内容接近商店或者什么属性的用户已经通过什么类型的内容接近商店的信息,并且将结果提供给商店终端20和创建者终端40。此外,分析单元115分析关于在什么类型的商店附近投放什么类型的内容以及如何体验或共享所投放的内容的信息,并且将结果提供给商店终端20和创建者终端40。此时,可以分析上述调查的答案。

[0172] [1.12.共享点]

[0173] 服务器10可以基于用户与朋友共享内容的次数、用户上传内容评论的次数或者用户回答调查的次数来赋予用户共享点。然后,服务器10可以基于赋予用户的共享点来允许用户使用创建者的预定服务(购买有限的商品等)。

[0174] <2.硬件配置示例>

[0175] 接下来,参考图21,描述根据本公开的实施例的服务器10的硬件配置示例。图21是示出根据本公开的实施例的服务器10的硬件配置示例的框图。注意,服务器10不必包括图21所示的所有硬件组件,并且可以不包括图21所示的一些硬件组件。此外,商店终端20、用户终端30和创建者终端40中的每一个的硬件配置可以类似于服务器10的硬件配置来实现。

[0176] 如图21所示,服务器10包括中央处理单元(CPU) 901、只读存储器(ROM) 903和随机存取存储器(RAM) 905。此外,服务器10可以包括主机总线907、桥接器909、外部总线911、接口913、输入设备915、输出设备917、存储设备919、驱动器921、连接端口923和通信设备925。此外,如果需要,服务器10可以包括图像拾取设备933和传感器935。代替CPU 901或除了CPU 901之外,服务器10可以包括被称为数字信号处理器(DSP)或专用集成电路(ASIC)的处理电路。

[0177] CPU 901用作算术处理设备和控制设备,并且根据记录在ROM 903、RAM 905、存储设备919或可移动记录介质927上的各种程序控制服务器10中的全部或部分操作。ROM 903存储由CPU 901使用的程序、操作参数等。RAM 905临时存储当执行CPU 901时使用的程序和当执行CPU 901时适当改变的参数。CPU 901、ROM 903和RAM 905经由包括诸如CPU总线等的内部总线的主机总线907相互连接。此外,主机总线907经由桥接器909连接到诸如外围组件互连/接口(PCI)总线的外部总线911。

[0178] 输入设备915是由用户操作的设备,诸如按钮。输入设备915的示例可以包括鼠标、键盘、触摸板、开关和操纵杆。此外,输入设备915可以包括被配置为检测用户语音的麦克风。输入设备915可以是使用例如红外辐射或另一类型的无线电波的远程控制设备。可选地,输入设备915可以是外部连接设备929,诸如与服务器10的操作兼容的蜂窝电话。输入设备915包括输入控制电路,该输入控制电路被配置为基于由用户输入的信息生成输入信号,

并将所生成的输入信号输出到CPU 901。用户操作输入设备915,从而向服务器10输入各种类型的数据或处理操作指令。此外,稍后描述的图像拾取设备933可以捕获用户的手或用户的手指的运动以用作输入设备。此时,可以根据手的运动或手指的方向来确定指向位置。

[0179] 输出设备917包括能够以视觉或听觉方式向用户通知所获取的信息的设备。输出设备917可以例如是诸如液晶显示器 (LCD) 或有机电致发光 (EL) 显示器的显示设备,或诸如扬声器或耳机的音频输出设备。此外,输出设备917可以包括等离子显示面板 (PDP)、投影仪、全息图、打印机设备等。输出设备917以包括文本、图像等的视频或诸如语音或音频声音的声音的形式输出服务器10的处理结果。此外,例如,输出设备917可以包括用于照亮周围环境的灯。

[0180] 存储设备919是被配置为服务器10的存储单元的示例的数据存储设备。存储设备919例如包括诸如硬盘驱动器 (HDD) 的磁存储装置、半导体存储装置、光学存储装置或磁光存储装置。存储设备919存储由CPU 901执行的程序、各种数据、从外部获取的各种数据等。

[0181] 驱动器921是诸如磁盘、光盘、磁光盘或半导体存储器的可移动记录介质927的读取器/写入器,并且内置或外部附接到服务器10。驱动器921读取记录在安装的可移动记录介质927上的信息,并将该信息输出到RAM 905。此外,驱动器921在安装的可移动记录介质927上写入记录。

[0182] 连接端口923是用于将设备直接连接到服务器10的端口。连接端口923可以例如是通用串行总线 (USB) 端口、IEEE 1394端口或小型计算机系统接口 (SCSI) 端口。此外,连接端口923可以是RS-232C端口、光学音频终端、高清多媒体接口 (注册商标) (HDMI) 端口等。通过将外部连接设备929连接到连接端口923,可以在服务器10与外部连接设备929之间交换各种数据。

[0183] 通信设备925是包括例如用于连接到网络931的通信装置的通信接口。通信设备925可以例如是用于有线或无线局域网 (LAN)、蓝牙 (注册商标) 或无线USB (WUSB) 的通信卡。此外,通信设备925还可以例如是用于光学通信的路由器、用于非对称数字用户线 (ADSL) 的路由器或者用于各种类型通信的调制解调器。例如,通信设备925使用诸如TCP/IP的预定协议在因特网上发送/接收信号或者向另一通信设备发送信号/从另一通信设备接收信号。此外,连接到通信设备925的网络931是通过有线或无线连接建立的网络。网络931可以例如是因特网、家庭LAN、红外通信、无线电波通信或卫星通信。

[0184] 图像拾取设备933是被配置为使用诸如电荷耦合装置 (CCD) 或互补金属氧化物半导体 (CMOS) 的图像拾取元件以及诸如用于控制对象图像在图像拾取元件上的形成的透镜的各种构件来捕获真实空间的设备,从而生成捕获图像。图像拾取设备933可以捕获静止图像或视频。

[0185] 传感器935的示例包括各种传感器,诸如距离测量传感器、加速度计、陀螺仪传感器、地磁传感器、振动传感器、光学传感器和声音传感器。传感器935获取关于服务器10本身的状态的信息 (诸如服务器10的壳体的姿态) 以及关于服务器10的周围环境的信息 (诸如服务器10周围的亮度和噪声)。此外,传感器935可以包括全球定位系统 (GPS) 传感器,该GPS传感器被配置为接收GPS信号以测量设备的纬度、经度和高度。

[0186] <3. 结论>

[0187] 根据本公开的实施例,提供了一种广告投放系统,包括:获取单元,被配置为获取

关于第一用户的位置信息;投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及设置单元,被配置为设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期,其中,设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0188] 通过这种配置,可以增加购买由广告提供商销售的产品或服务的用户数量。

[0189] 以上,已经参考附图详细描述了本公开的优选实施例,但是本公开的技术范围不限于该示例。显而易见地,在所附权利要求中描述的技术思想的范围内,本公开所属技术领域的普通技术人员可以实现各种改变或修改,并且因此应当理解,这种改变或修改自然属于本公开的技术范围。

[0190] 此外,本文描述的效果仅是说明性的或示例性的,而不是限制性的。即,除了上述效果之外或代替上述效果,根据本公开的技术可以提供从本说明书的描述中对本领域技术人员显而易见的其他效果。

[0191] 注意,以下配置也属于本公开的技术范围。

[0192] (1)

[0193] 一种广告投放系统,包括:

[0194] 获取单元,被配置为获取关于第一用户的位置信息;

[0195] 投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及

[0196] 设置单元,被配置为设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期,

[0197] 其中,设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0198] (2)

[0199] 根据(1)的广告投放系统,其中,在关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息满足第一条件的情况下,投放单元使得能够投放预定内容。

[0200] (3)

[0201] 根据(1)或(2)的广告投放系统,其中,在可体验周期期间,关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息满足第二条件的情况下,设置单元更新第一用户的可体验周期。

[0202] (4)

[0203] 根据(3)的广告投放系统,其中,第二条件包括广告提供商店与第一用户之间的距离等于或小于预定距离的条件。

[0204] (5)

[0205] 根据(4)的广告投放系统,其中,设置单元根据广告提供商店的收费金额来改变预定距离。

[0206] (6)

[0207] 根据(1)至(5)中任一项的广告投放系统,其中,在第一用户进行收费设置的情况下,设置单元更新第一用户的可体验周期。

[0208] (7)

[0209] 根据(1)至(6)中任一项的广告投放系统,其中,投放单元使得能够基于关于第一用户的位置信息和关于第二用户的位置信息,与第二用户共享具有广告信息的预定内容。

[0210] (8)

[0211] 根据(7)的广告投放系统,其中,设置单元基于关于第一用户的位置信息和关于第二用户的位置信息,将与第一用户的当前可体验周期相同的周期设置为第二用户的可体验周期。

[0212] (9)

[0213] 根据(1)至(8)中任一项的广告投放系统,其中,设置单元基于指示被允许体验预定内容的一个或多个用户访问广告提供商店的可能性的商店访问可能性指数来设置广告提供商店的收费金额。

[0214] (10)

[0215] 根据(9)的广告投放系统,其中,基于已经被允许体验预定内容的用户的数量、已经接收到基于与广告提供商店的位置关系投放的预定内容的用户的数量、已经接收到基于与另一用户的位置关系共享的预定内容的用户的数量以及关于预定内容已经在用户之间共享的位置的信息中的至少一个来计算商店访问可能性指数。

[0216] (11)

[0217] 根据(1)至(10)中任一项的广告投放系统,其中,投放单元基于由预定内容的创建者选择的商店类型和广告提供商店的商店类型来缩减能链接到广告信息的内容。

[0218] (12)

[0219] 根据(1)至(11)中任一项的广告投放系统,其中,设置单元将来自已经体验了预定内容的第一用户的输入数据与预定内容相关联,并且允许满足与第一用户的预定关系的第三用户查看输入数据。

[0220] (13)

[0221] 根据(12)的广告投放系统,其中,预定关系包括预定位置关系或预先注册为具有关系的关系。

[0222] (14)

[0223] 根据(1)至(13)中任一项的广告投放系统,其中,设置单元将来自已经体验了预定内容的第一用户的输入数据与预定内容相关联,并且允许预定内容的创建者查看输入数据。

[0224] (15)

[0225] 根据(1)至(14)中任一项的广告投放系统,进一步包括:

[0226] 分析单元,被配置为基于在用户之间如何共享预定内容来执行预定分析。

[0227] (16)

[0228] 根据(15)的广告投放系统,其中,分析单元通过基于已经共享预定内容的用户识别已经比第一阈值更频繁地与另一用户共享预定内容的用户来执行预定分析。

[0229] (17)

[0230] 根据(15)的广告投放系统,其中,分析单元通过基于已经在用户之间共享预定内容的时间确定预定流行周期中的共享频率是否高于第二阈值来执行预定分析。

[0231] (18)

[0232] 根据(15)的广告投放系统,其中,分析单元通过基于关于已经在用户之间共享预定内容的位置的信息识别与另一用户共享预定内容的频率高于第三阈值的区域来执行预定分析。

[0233] (19)

[0234] 一种信息处理设备,包括:

[0235] 获取单元,被配置为获取关于第一用户的位置信息;

[0236] 投放单元,被配置为使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;以及

[0237] 设置单元,被配置为设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期,

[0238] 其中,设置单元在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0239] (20)

[0240] 一种信息处理方法,包括:

[0241] 由处理器获取关于第一用户的位置信息;

[0242] 由处理器使得能够基于关于已经注册的广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息,投放来自广告提供商店的具有广告信息的预定内容;

[0243] 由处理器设置第一用户的可体验周期,该可体验周期指示允许第一用户体验预定内容的周期;并且

[0244] 由处理器在第一用户的可体验周期期间,基于关于广告提供商店的位置信息和关于第一用户的位置信息来更新第一用户的可体验周期。

[0245] 参考标记列表

[0246] 1:广告投放系统

[0247] 10:服务器

[0248] 110:控制单元

[0249] 111:获取单元

[0250] 112:投放单元

[0251] 113:设置单元

[0252] 114:分析单元

[0253] 115:分析单元

[0254] 130:存储单元

[0255] 140:通信单元

[0256] 20:商店终端

[0257] 30:用户终端

[0258] 40:创建者终端

[0259] 50:网络。

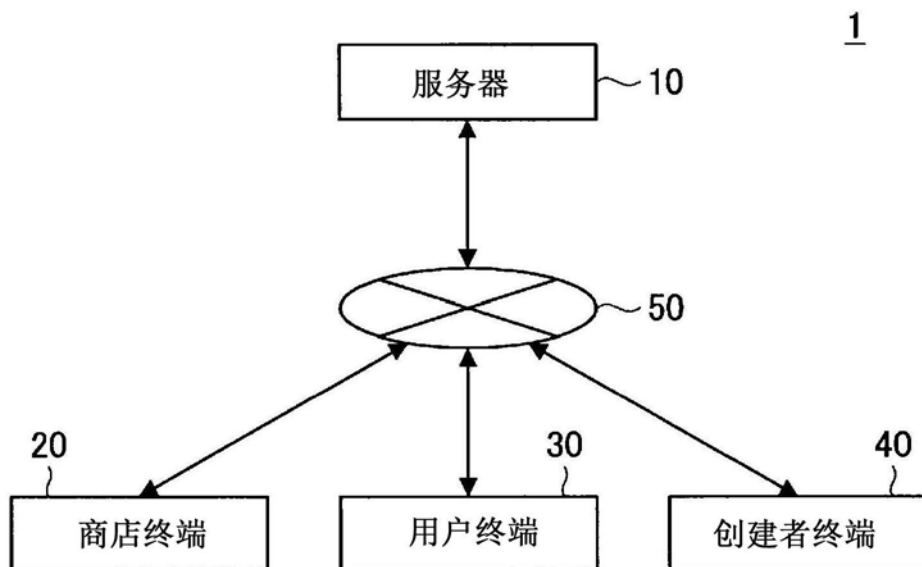


图1

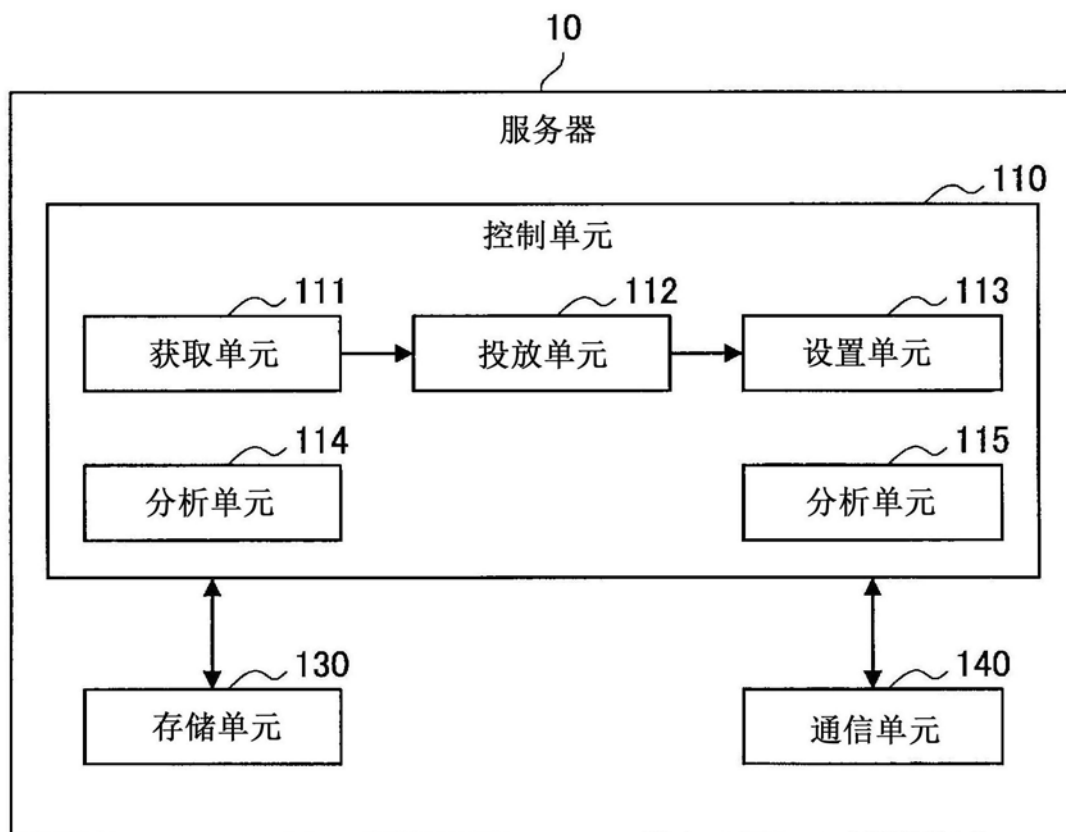


图2

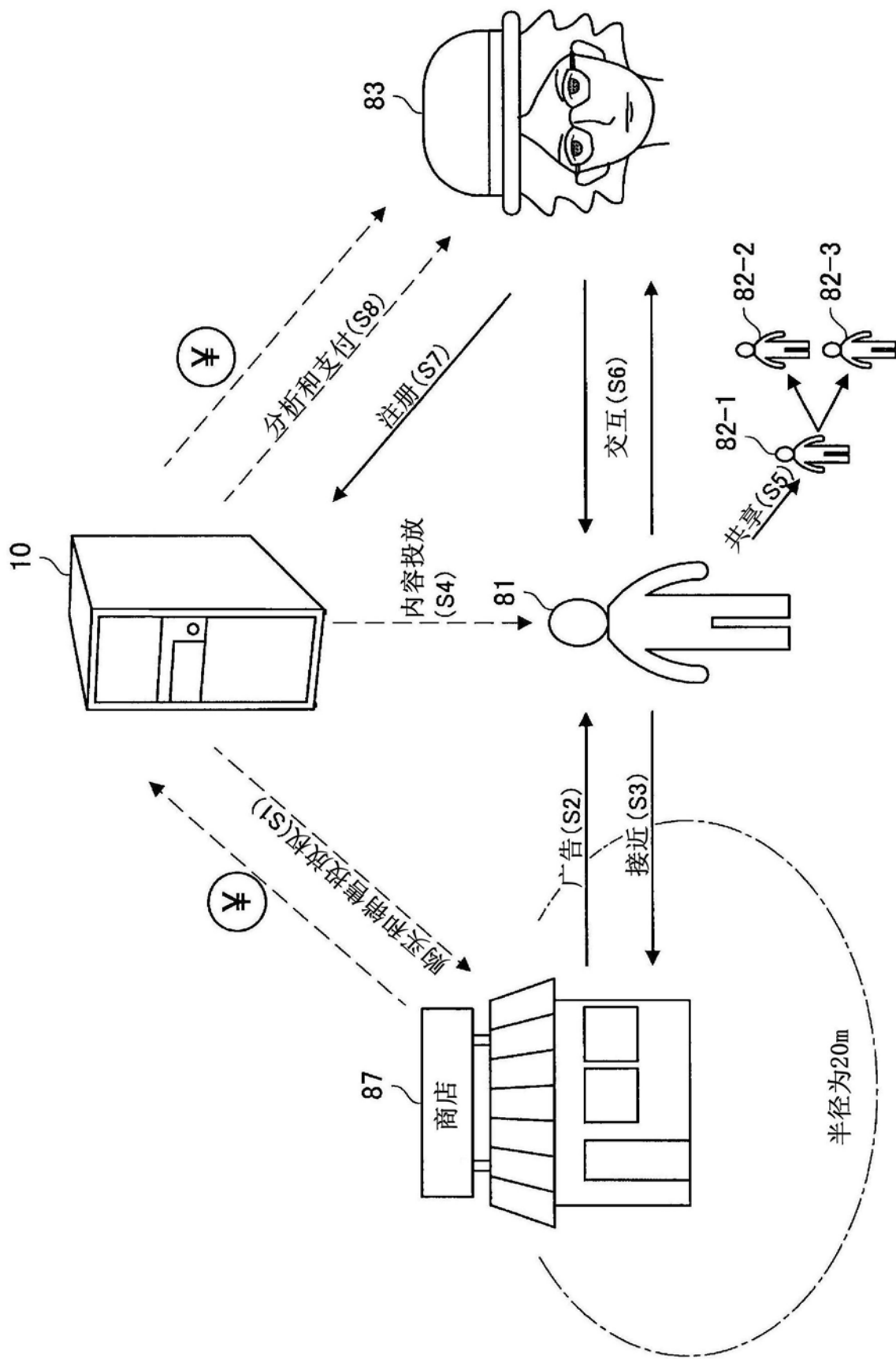


图3

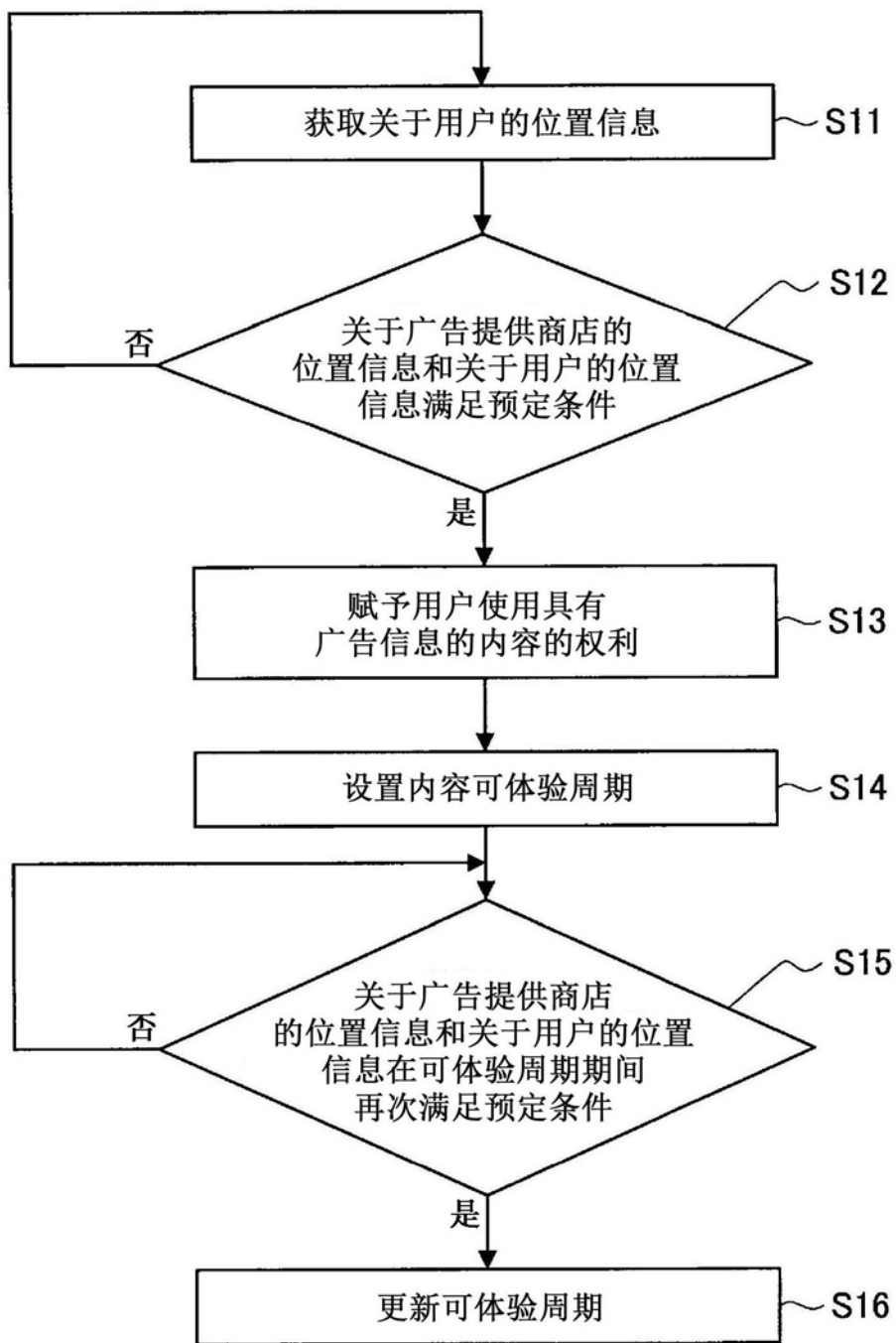


图4

G1

G2 X	销售业（可穿戴物品）
X	销售业（使用过的衣服等）
	销售业（家庭用品）
	销售业（爱好和娱乐）
X	销售业（使用过的汽车等）
	销售业（二手店）
	销售业（其他）
	餐饮业（餐馆等）
	餐饮业（酒吧、小吃店等）
	服务业（美容）
	服务业（人力服务）
	服务业（医疗服务等）
	服务业（设施）
	服务业（其他）
	其他
	选择

图5

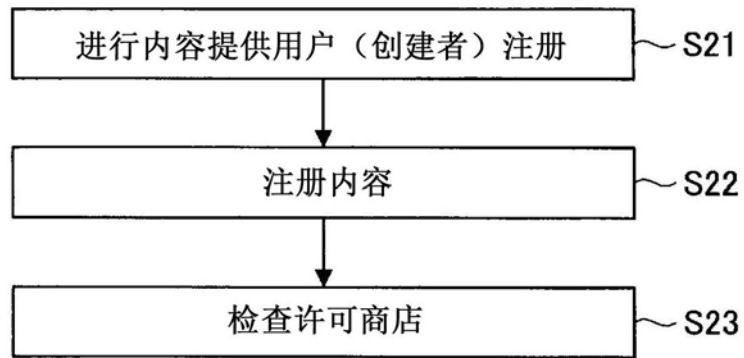


图6

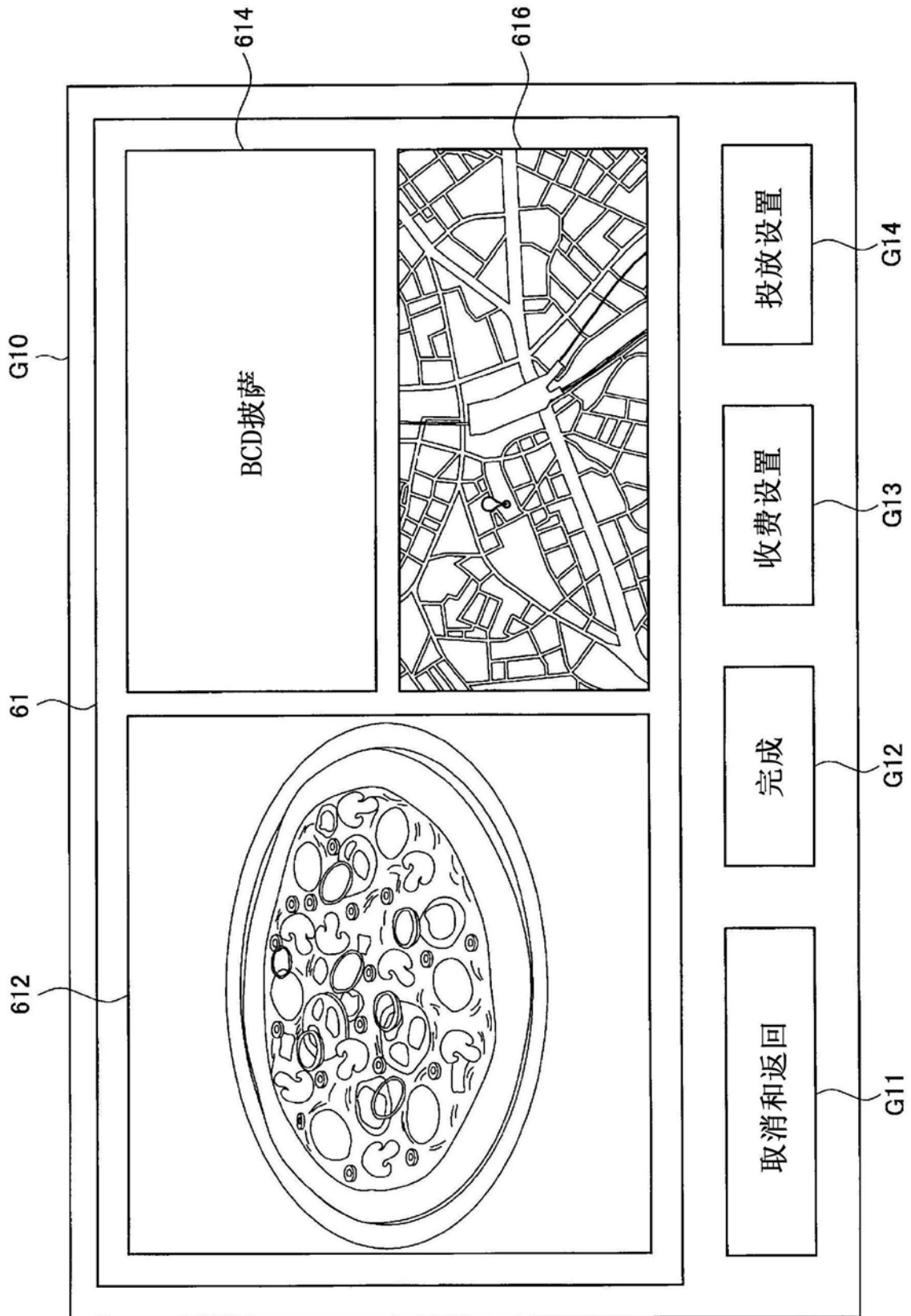


图7

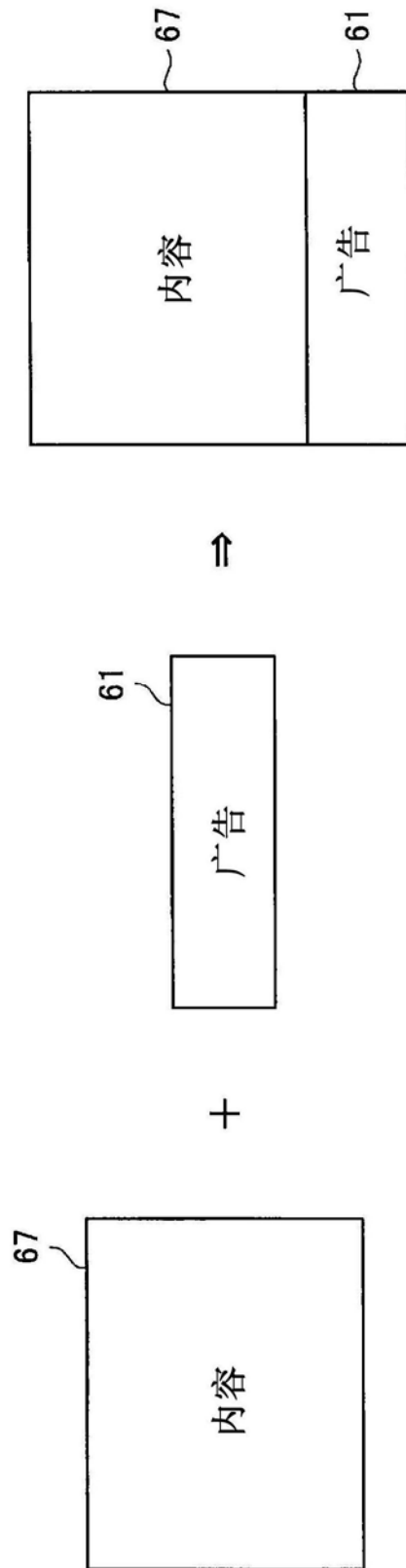


图8

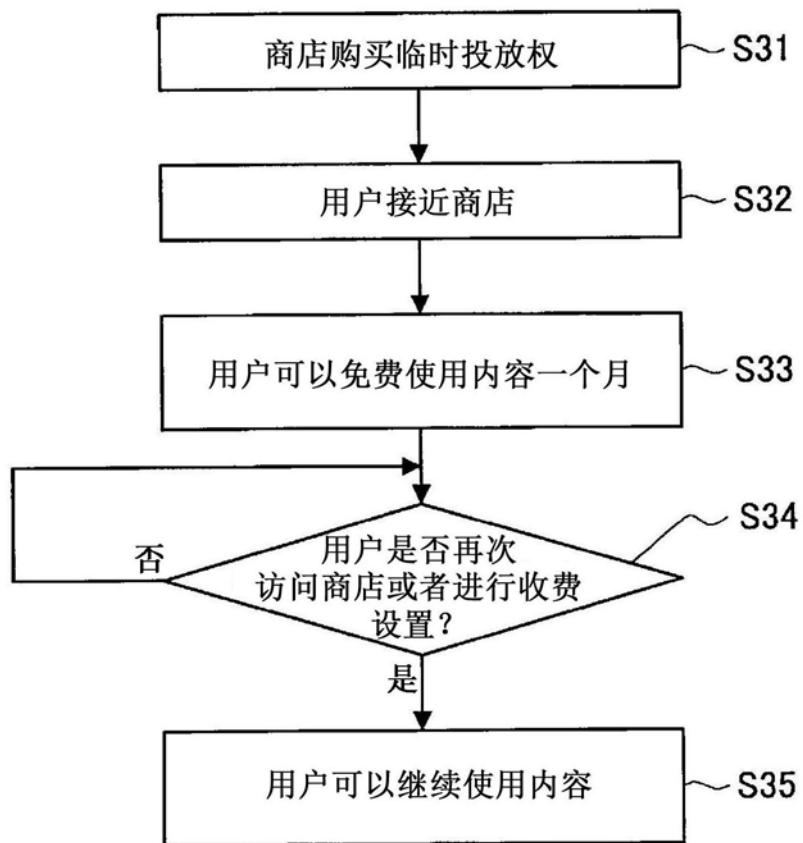


图9

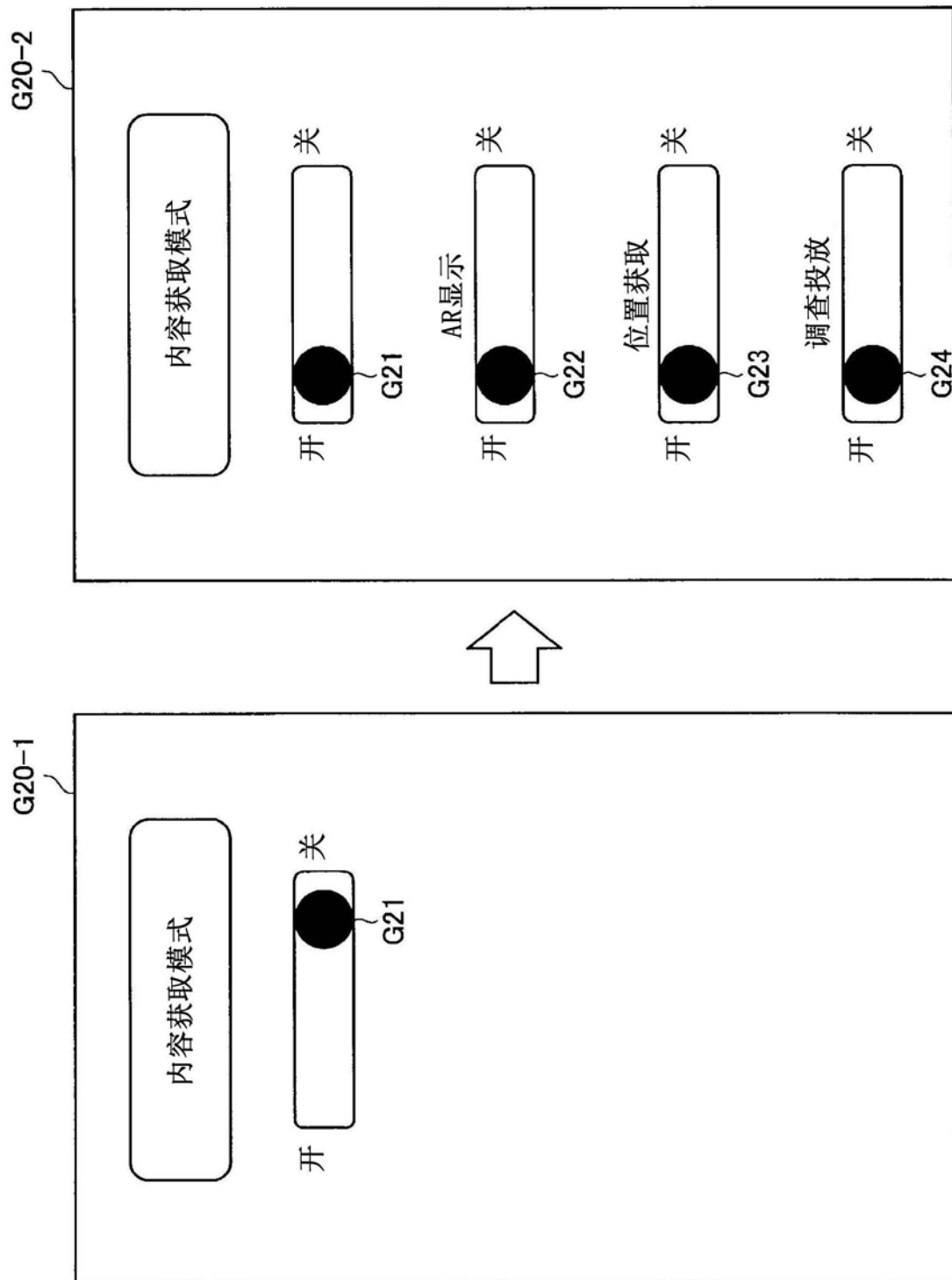


图10

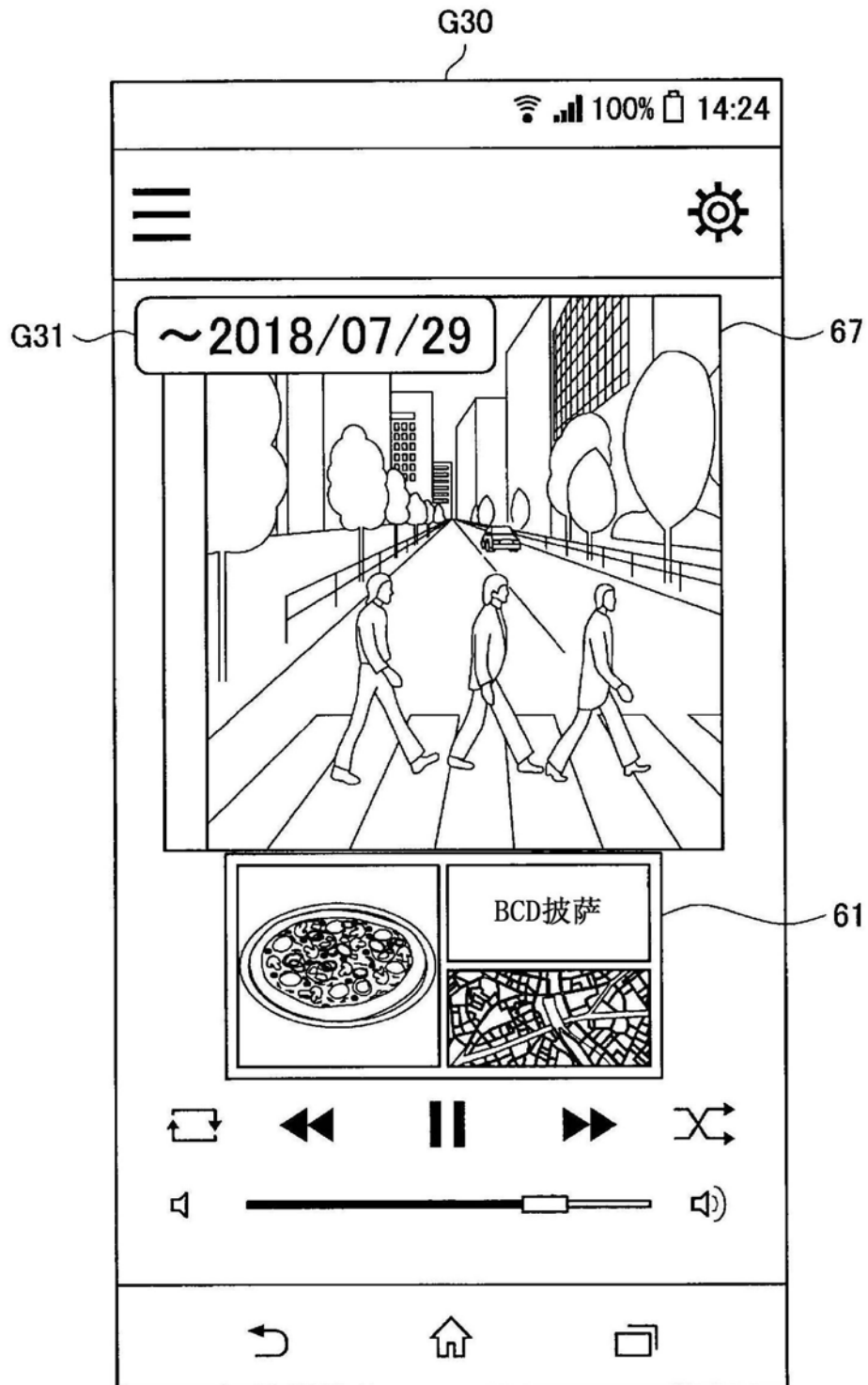


图11

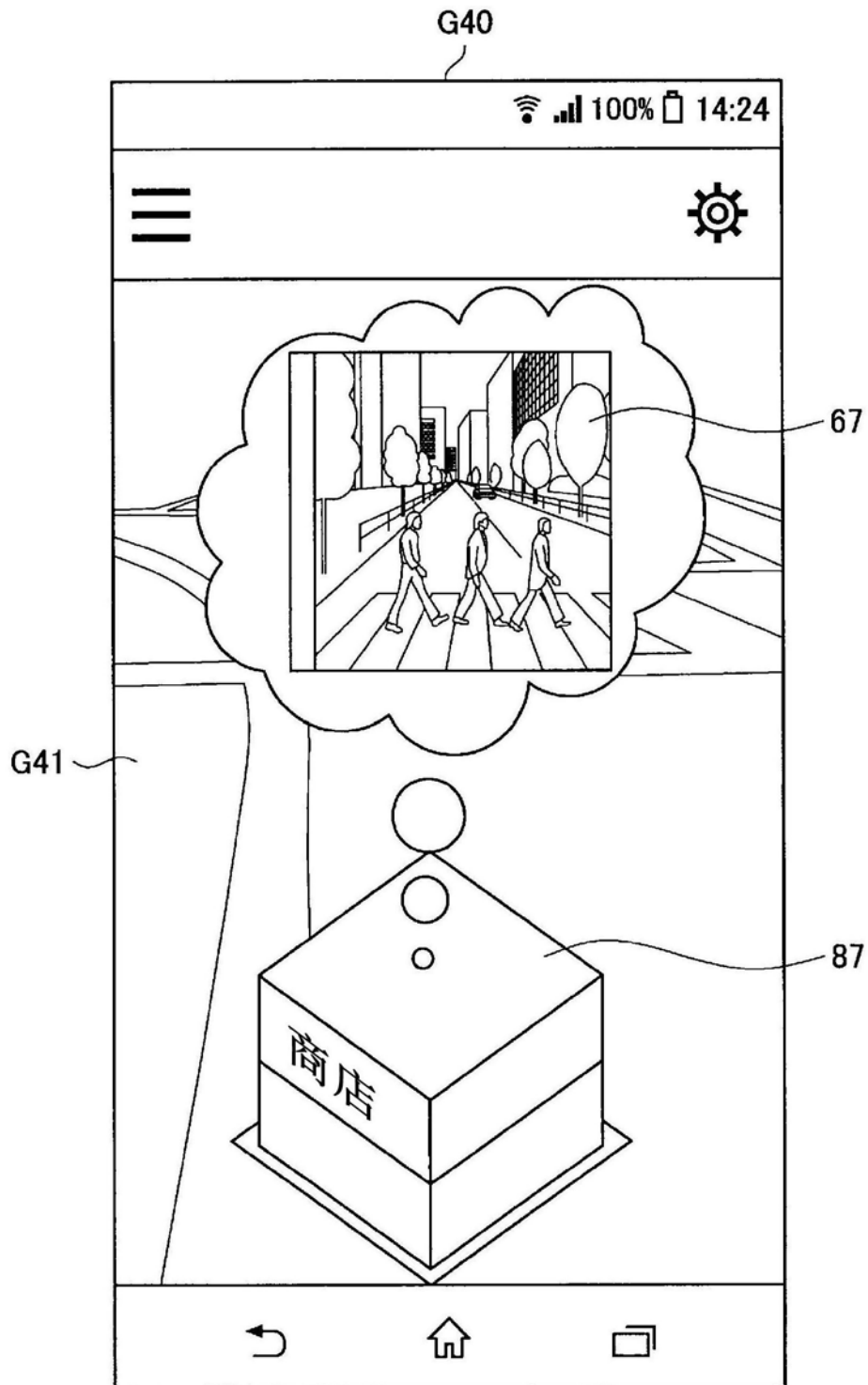


图12

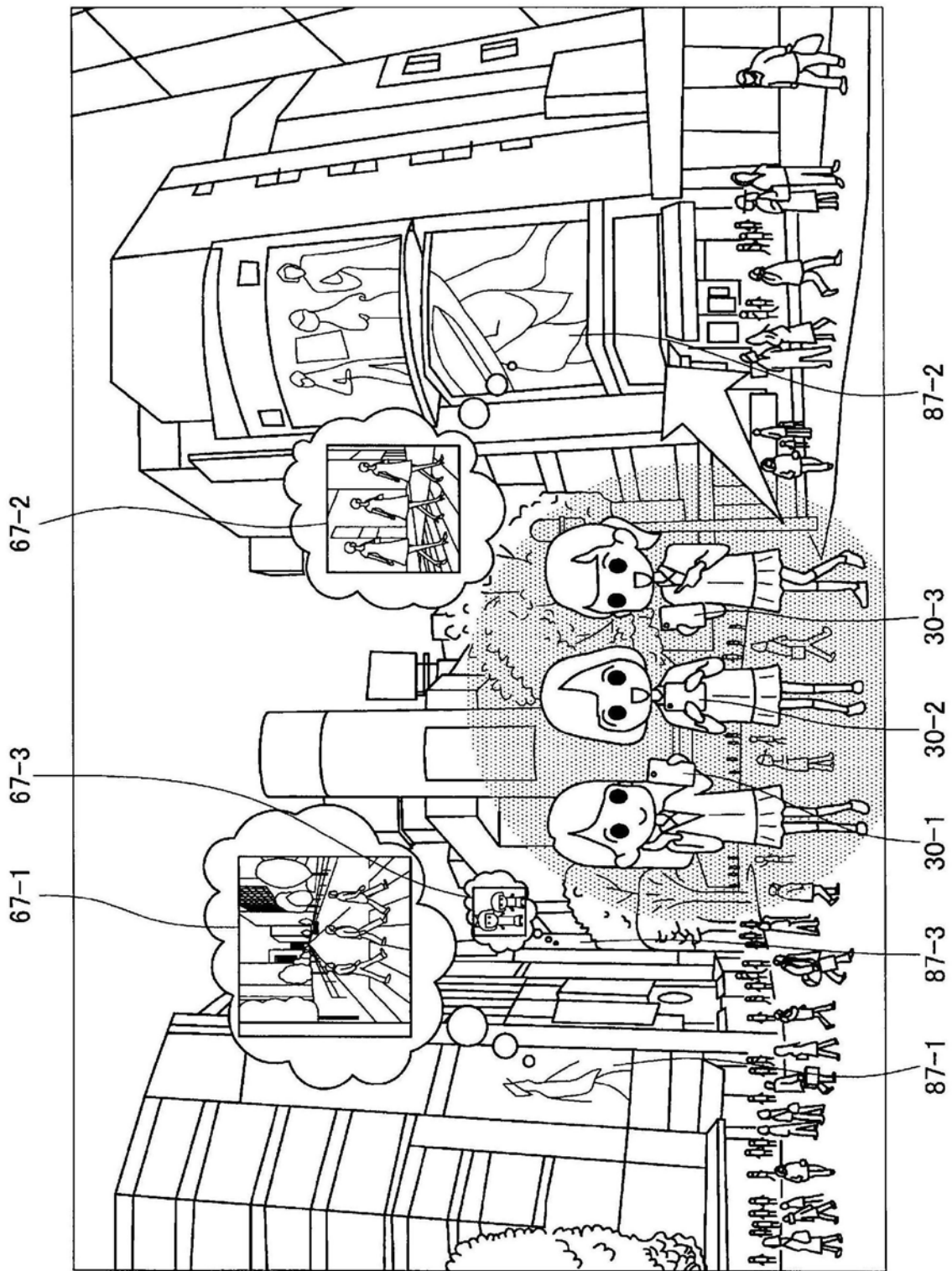


图13



图14

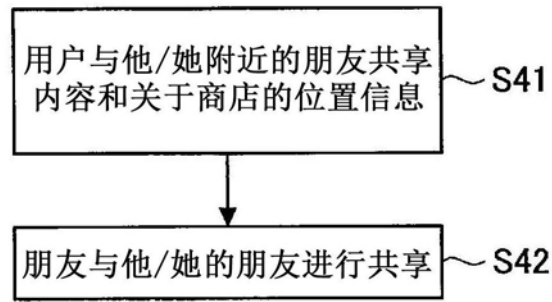


图15

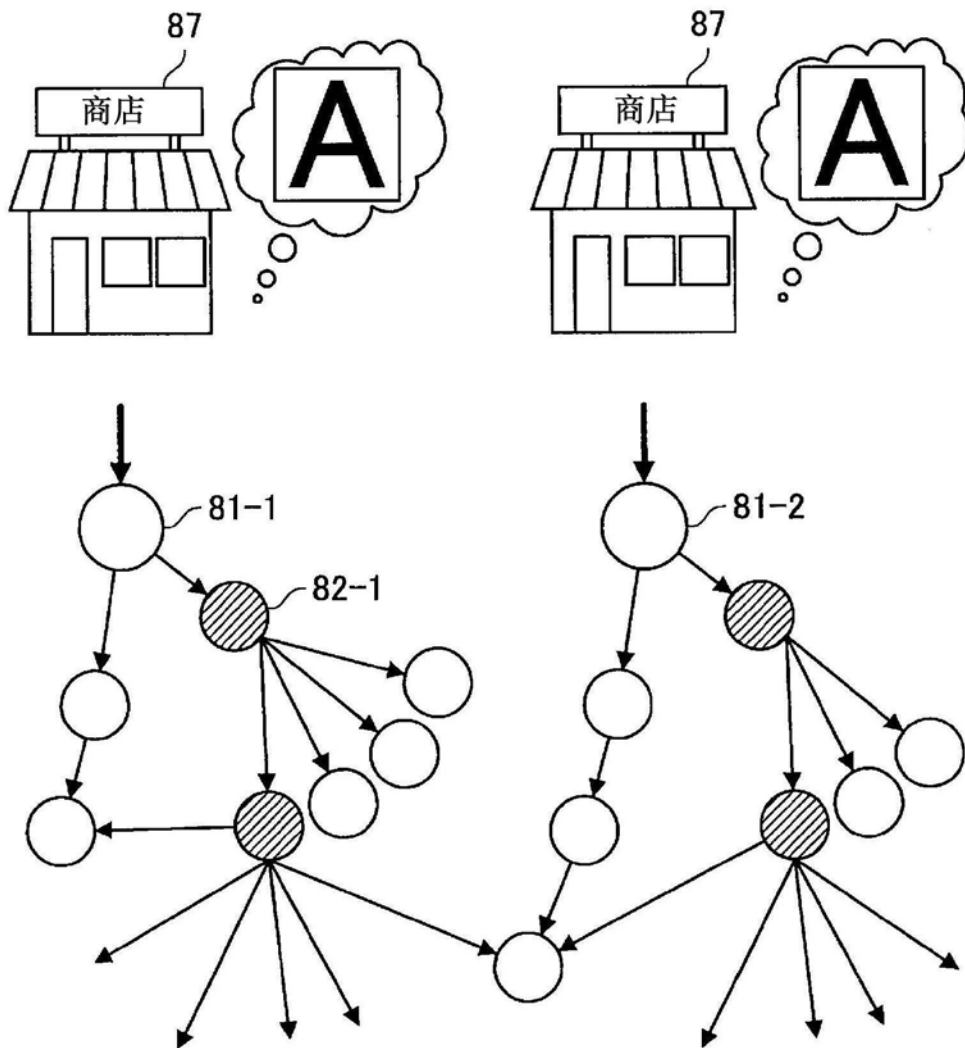


图16

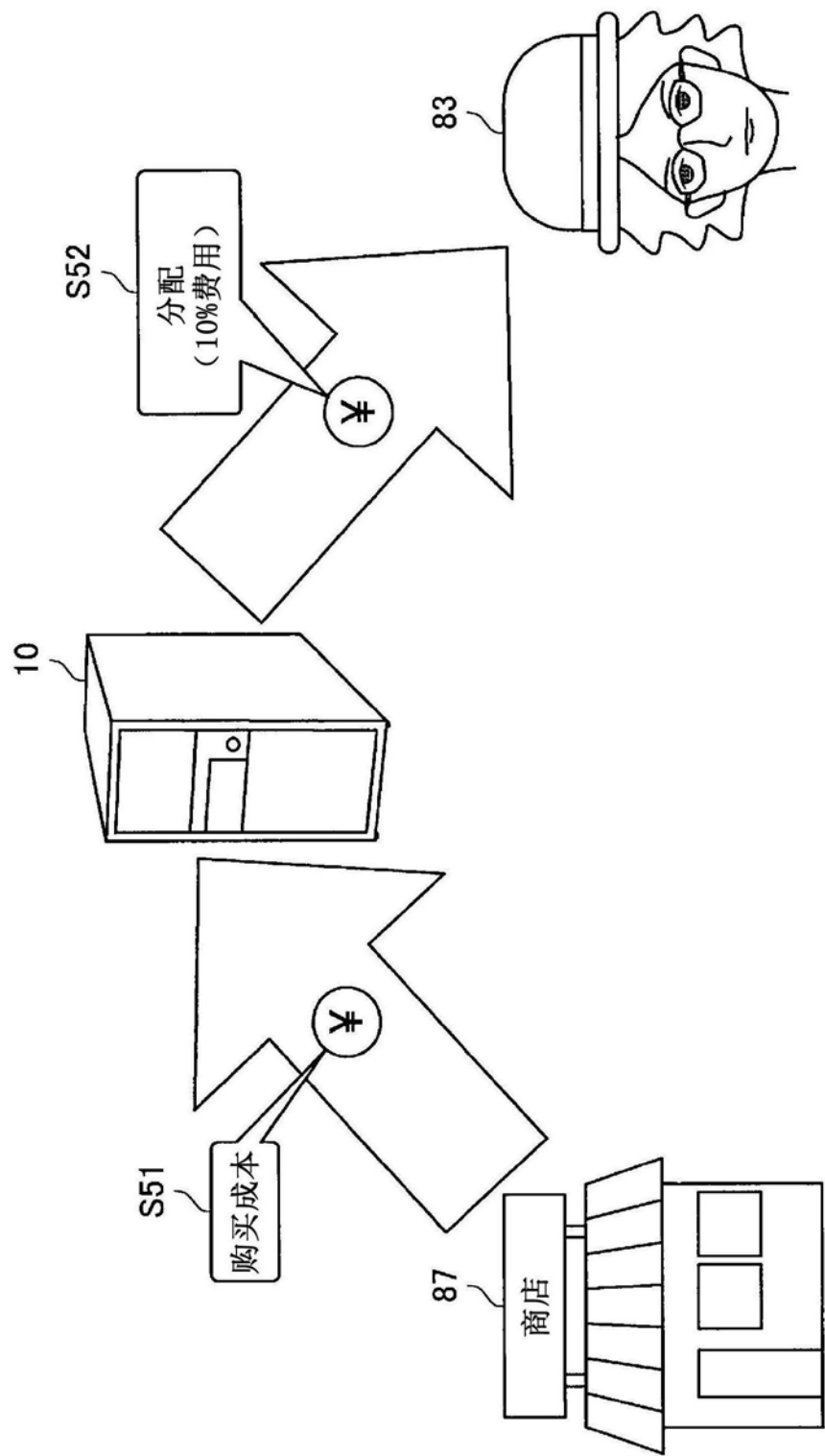


图17

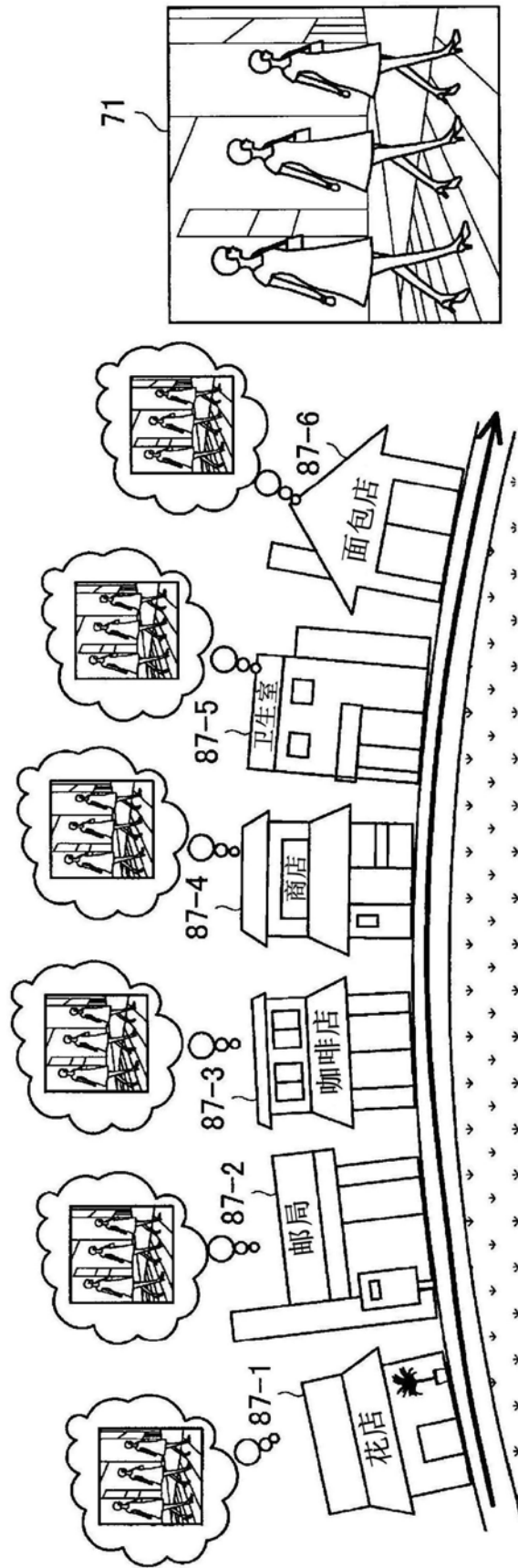


图18

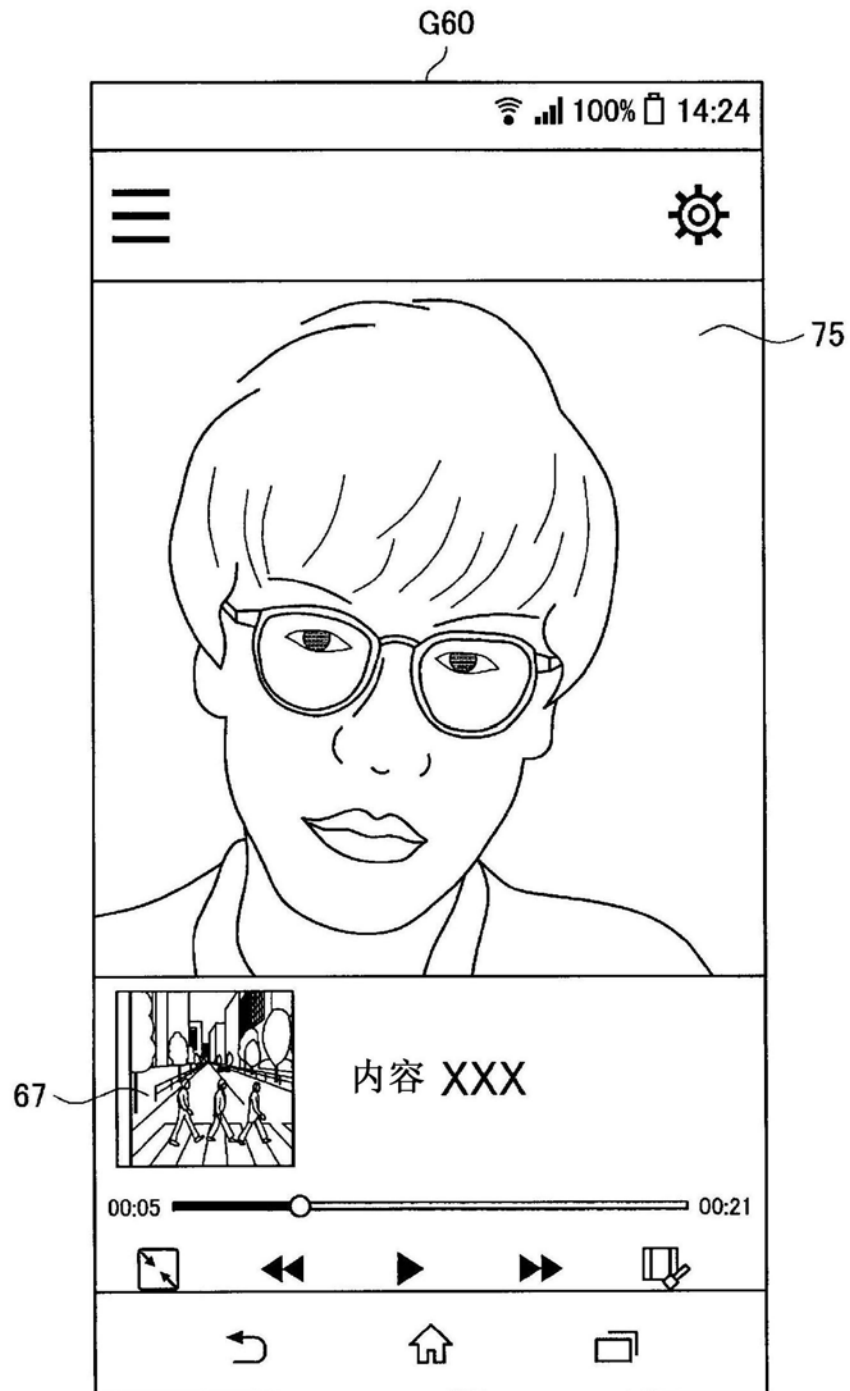


图19

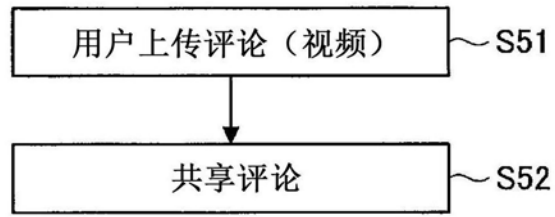


图20

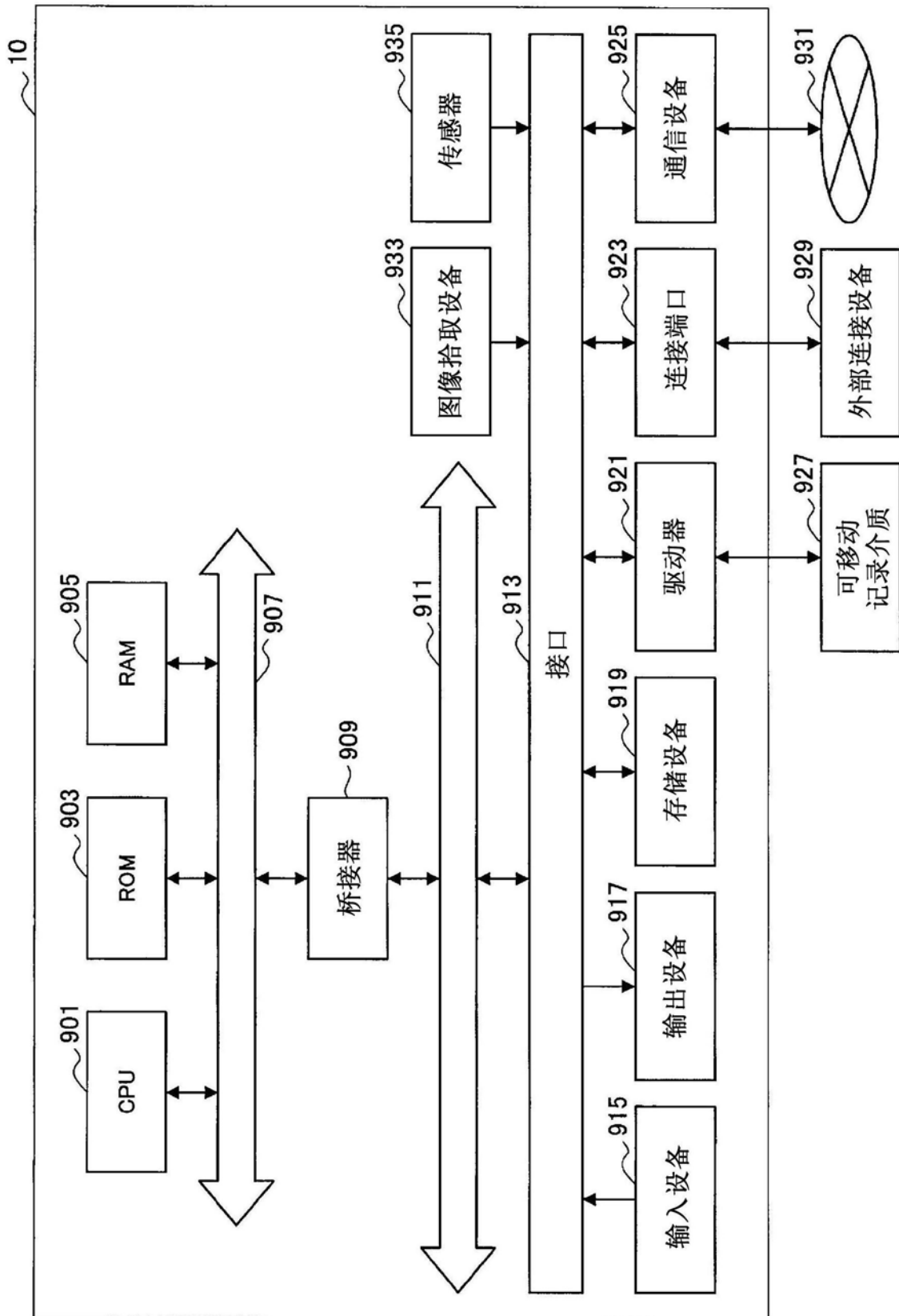


图21