

公告本

申請日期	90.12.14
案 號	90131071
類 別	G11B 7/26

A4
C4

531746

(以上各欄由本局填註)

發明專利說明書

一、發明名稱	中 文	客戶化可程式 CD-ROM 之方法
	英 文	METHOD FOR CUSTOMIZING PROGRAMMABLE CD-ROM
二、發明人	姓 名	羅文理查約翰羅森 ROWAN RICHARD JOHN LAWSON
	國 籍	澳大利亞
	住、居所	美國紐約州羅徹斯特市史谷特街343號
三、申請人	姓 名 (名稱)	美商柯達公司 EASTMAN KODAK COMPANY
	國 籍	美國
	住、居所 (事務所)	美國紐約州羅徹斯特市史谷特街343號
	代 表 人 姓 名	J. 傑佛瑞 豪利 J. JEFFREY HAWLEY

(由本局填寫)

承辦人代碼：
大 類：
I P C 分類：

A6
B6

本案已向：

國（地區） 申請專利，申請日期： 案號： ，☐有 ☐無主張優先權
美國 2001年02月01日 09/775,150 ☒有 ☐無主張優先權

有關微生物已寄存於： 寄存日期： ，寄存號碼：

裝
訂
線

五、發明說明 ()

本發明係關於客戶化一種混合式光學記錄，用以當做一種行銷工具和直接鎖定到一特定或一群終端使用者。

光學媒體，例如光碟，經常被當做帶給用戶軟體，音訊，視訊或其他的多媒體知識或資料之促銷工具。此種媒體讓新的促銷經驗在傳統的促銷活動所不允許的狀況下發生。這方式的缺點是光碟媒體是大量生產的，且不能因任何的個人因素給用戶執行光碟上的軟體。許多時候，終端使用者沒有強制性的理由去這麼做，所以該經驗的豐富性將會喪失。

給用戶以個人因素來觀看媒體上的內容的會是一比較個人化的方式。如果媒體的內容能明確地對用戶，或許用名字或根據過去的偏好，例如購買習慣，來量製的話，用戶將會更想觀看此媒體。

現在一種客戶化光碟(CD-RW)可藉由，例如寫入一次的CD(CD-WO或CD-R)和可重覆寫的光碟，的技術而被實現。使用標準光碟寫入器(writers)，將內容寫到碟片上，而且部份的內容可針對潛在的目標用戶做客戶化。因此，每個碟片都能包含一般內容和客戶化內容。

這方式的缺點是每張碟片必須是完全地單獨寫入而且相當耗時。這種情況可使用一排多重光碟寫入器，同時對若干個光碟寫入一般內容，來做部分的改善。運用一排多重光碟寫入器將產生高額費用，而且產能也會有所限制。一排二十個高速寫入器(大列陣, a large array)可能需要一星期或更久，二十四小時不中斷地生產，才能做出中高量

五、發明說明 (2)

(200,000 張碟片)的促銷產品，每張碟片只有35兆位元的資料(大約只有5%的碟片容量)。

因此本發明的目的係提供一客戶化儲存媒體的方法，例如一可程式化的光碟。

達成此目的可運用客戶化一具有一或多個可記錄式燒錄段落之儲存媒體的方法和有一可寫入部分，包含步驟如下：

a)在可記錄式燒錄段落中，提供一程式給一個或多個特定產品或服務做行銷或售賣；

b)在可寫入部分中，寫入在可記錄式燒錄段落中，從多個潛在使用者中，所選出的一個特定使用者的資訊，該資訊包括用來識別該特定使用者的資料；以及

c)傳遞包含使用者識別資料的已記錄媒體給該特定使用者。

一種光學碟片，例如 CD-ROM，可被客戶化，但是仍然能被快速地及合乎經濟效益地大量生產。它直接針對一個或一群終端使用者。

圖 1 依照此發明，表示一個混合式可程式化的光碟；

圖 2 是一方塊圖，表示製造客戶化可程式的光碟的程序；

圖 3 是一方塊圖，表示這發明如何經由一個終端使用者而被使用；

圖 4 是一方塊圖，表示完成一產品購買的方法；

圖 5 是一副常式的方塊圖，表示建立一適當的訊息交換格式的必需步驟；

五、發明說明 (3)

圖 6 表示一例子的方塊圖：程序為使用一個可程式的 CD-ROM，給一汽車製造業者當做一個促銷工具；

圖 7 表示另一例子的方塊圖：程序為使用一可程式的光碟，給一網際網路服務提供者當做一個促銷工具；以及

圖 8 表示一例子的方塊圖：程序為使用一個可程式的光碟，給一電子商務服務，當做一個促銷工具。

現在回到圖 1，我們看見依照此發明之一光學儲存媒體的具體實施例。在此具體實施例中的儲存媒體是一可程式化的光碟，也是大家所謂的混合式光碟 10。它包括一中心洞 12，一電力控制區域 (PCA) 14，一程式記憶體區 (PMA) 16，一第一個(已灌錄的(Mastered)，或 ROM)燒錄段落 18，它是在混合式光碟 10 的唯讀記憶體區域(ROM 部分)之一主要已記錄的燒錄段落 18 或已執行的燒錄段落。一第二個(寫入)燒錄段落 20，它是一寫入式燒錄段落，而且同時可選擇性的包含一寫入部分，表示成使用者可存取儲存區 (user-accessible storage area) 22(可選擇的)，它可被終端使用者做更多的資訊儲存。大家都瞭解在混合式光碟 10 上，超過一個的主要或 ROM 燒錄段落可以被執行。而且超過一個的第二個(已寫入)燒錄段落 20 也可以被記錄。舉例來說，第一個(已灌錄的，或 ROM)燒錄段落 18 可包括多個控制程式，一用於行銷或販賣之程式，以及在每份混合式光碟 10 上所需的促銷資訊。當在灌錄混合式光碟 10 的時候，此第一個燒錄段落 18 已被寫入，而且因此在每份混合式光碟 10 上，同樣地被貼上相同資料。

五、發明說明 (4)

第二個(已寫入)燒錄段落 20 包括客戶化訊息，它可包含個人名字，地址，先前的購買記錄，特定的區域訊息，或任何資訊促銷者認為光碟對某特定人選或團體中的某人是需要的。第二個燒錄段落 20 也可包含一唯一辨別資訊，用於保密的目的。第二個可寫入燒錄段落 20 在稍後才寫入，例如：使用標準商業化的CD寫入器。

每個燒錄段落依照橘皮書標準被建立，而且有一已分割的架構。每個燒錄段落包括一導入(lead-in)區段，一資料區段和一導出(lead-out)區段。這些燒錄段落的區段在圖 1 為清楚起見而被省略。

現在回到圖 2，我們看見一種方法用來製造一客戶化混合式光碟 10。一般內容和促銷資料在步驟30中被建立。這可包括任何的訊息，促銷者希望在到使用者之前放置。一控制程式在步驟32中被併入。此控制程式將會控制促銷資料和訊息的顯示。一般內容和控制程式被數字化和格式化，用以顯示(步驟34)，然後當做資料與在混合式光碟10的第二區裡的一可記錄的軌道，一起灌入(步驟36)第一個燒錄段落18。此灌入碟片在步驟38中用來大量地製造混合式光碟 10，它包含了在先前記錄的燒錄段落裡，用來行銷或銷售的程式。

之後在圖2的進一步的步驟中，對一鎖定客戶或潛在的客戶，個別地客戶化混合式光碟10。促銷者聚合(步驟40)認為是必須客戶化的訊息以個人化混合式光碟 10。大體上，促銷者獲得必要的個人訊息給多個潛在使用者。這些訊息

五、發明說明(5)

可包括客戶的名字，地址，地理的位置，信用訊息或任何其他
其他的訊息，促銷者認為是有關的或重要的，用以當作促
銷。對一潛在使用者而言，此訊息被收集於(步驟42)一個
檔案之內，此檔案將被寫入混合式光碟 10。客戶的資訊於
步驟44中被數字化且格式化，然後此訊息被寫入光碟10，
於步驟46中當成第二燒錄段落20。完成這些步驟都可靠任
何電腦中的CD-R或CD-RW磁碟及許多已商業化的程式設
計來寫入資訊至CD-R燒錄段落。然後，進一步客戶化混合
式光碟10，可藉由建立一個檔案在另一媒體(步驟48)寫入
潛在客戶的識別資料，以及在步驟50中列印至其他媒體，
例如相關文件或者混合式光碟10表面本身。這些可包括像
個人化資訊，例如：使用者的名字及[或]地址，這些可表
示出該內容是直接針對他們而做的，或許可視為直接的郵
寄標籤。做這些的目的是要提供可見的暗號，表示碟片的
確為特定使用者做客戶化的。之後，混合式光碟 10 可用
任何的正常遞送方法(例如：標準郵寄)，在步驟52中傳送
給終端使用者。

在這些步驟上加以變化而仍不失本發明的精神將會是令
人激賞的。舉個例子，在蒐集到客戶化資料之後，用以列
印的客戶化檔案便可馬上建立。混合式光碟 10 可包括一
個或多個已灌錄的燒錄段落和一個或多個已寫入的燒錄段
落。促銷者也可從資料庫選出多個潛在使用者，而做出一
個客戶化碟片給每個人。

現在回到圖3，我們看見此具體實施例在終端使用者手中

五、發明說明 (6)

如何動作，來給促銷者想要的結果。在步驟60中，依照此發明提供終端使用者一個混合式光碟 10。該以任意方法收到這個混合式光碟10，包括經由郵件或零售拜訪。該使用者能明確地請求此種體驗，或者促銷者可認為用戶是被選擇的聽眾之一部份。用戶知道到混合式光碟 10 是已經客戶化的，便在步驟62中安裝混合式光碟10至他或她的電腦上，而且控制程式會在步驟64中啟動。在步驟66中，該程式在第二個(寫入)燒錄段落20中，直接地讀入客戶化訊息，並直接地呈現一個人化的開始訊息給正在觀看的終端使用者(步驟68)。

此控制程式會讀出更多客戶化訊息並決定(步驟70)是否某些一般訊息在第一個(已灌錄的，或ROM)燒錄段落18中應該不要呈現或被強調。如果是這樣的話，它在步驟72中將移除或強調選擇清單中那些將呈現給終端使用者的項目。然後，此控制程式將顯示適當的選擇項目給終端使用者(步驟74)，而終端使用者會根據可能的選項及[或]選擇(步驟76)做出決定。在這個點上的選擇可包括顏色，風格，大小，成本，或任何其他對終端使用者可能是重要的或適當的的標準。當終端使用者做出所有的選擇時，控制程式在步驟78中呈現終端使用者想要的客戶化"視覺"。這可能是幾種任何的觀看方式，例如：客戶化的照片，三度空間的行走(walk around)，互動式電影，或任何其他呈現的技術。

在步驟80中，控制程式會詢問使用者是否他或她願意購

五、發明說明 (7)

買。如果是不要的話，該程式便會結束或從頭再啟動(步驟82)。如果終端使用者確定希望購買的話，程式便連結使用者到網際網路或其他的網路(步驟84)，然後繼續做購買的程序(步驟86)。

現在回到圖4，我們在這具體實施例中，看見完成購買程序的方法，假如終端使用者做出購買或預約的決定的話。在步驟90中，如果需要的話，客戶系統和遠端系統可建立一訊息交換格式或一套格式。然後，系統在步驟92中會做出決定，如果客戶訊息已存在於遠端系統上。如果不是的話，客戶訊息會在步驟94中，從混合式光碟10傳輸至遠端系統。如果訊息已在遠端系統上的話，一碟片序號會在步驟96中被傳輸。然後，客戶訊息或碟片序號用來(步驟98)確認終端使用者的特徵。

當終端使用者的特徵被建立的時候，已被決定的購買資料(在步驟74,76,78中)，以在步驟90中被同意的格式傳輸(步驟100)。然後，控制程式在步驟102中傳送財務資料。如果終端使用者的磁碟是一個可寫入磁碟的話，控制程式然後便可以決定(步驟104)。如果終端使用者的磁碟是可寫入的話，遠端系統便能下指令給控制程式將購買資料，在步驟106中寫入混合式光碟10。如果磁碟不是一個寫入器的話，自動化程序便完成。然後，終端使用者便能將混合式光碟10當做一個標準的CD-R碟片，如果他有一個CD寫入器的話(步驟109)。

現在回到圖5，我們看見一具體實施例，用以建立圖4裡

五、發明說明(8)

的步驟90中所需要的一個訊息交換格式的方法。有某些情況是可能會發生，而且被一內建於燒錄段落的次常式所處理。在例子110中，格式是預定決定的，而控制程式和主程式兩者都被設計來運用此架構。在這個例子中，控制程式將所需的資料放入必需的格式，並藉著許多眾所知曉的協定之中的任一協定來傳送它(步驟112)。

在第二個例子114中，會有一些可能的格式存在，然而控制程式會確認要使用的格式。在步驟116中，控制程式藉著許多眾所知曉的協定之中的任一協定，傳送資料所用的格式。然後，控制程式便能在步驟112中傳送所述的訊息。

在第三個例子118中，資料格式是數個格式被遠端主機所確認過的其中之一。在步驟120中，控制程式向主機告知需要正確的格式。然後主機在步驟122中，送出適當的格式。控制程式之後在適當的格式之內放入資料，在步驟112中傳送出去。

範例 1.如一說明的例子，一家汽車公司可為他們的汽車，做出一個用來促銷的個人化光碟。現在回到圖6，我們從一方面來看，這是可以被完成的。在步驟130中，廣告業者具有所需的軟體和標準的資料，用來準備給混合式光碟10。這些包括了有關汽車的促銷和廣告的資料。它也可包含了不同的車型，圖案，顏色，選項，互動式展示，標準訂價方式及聯絡資料，例如免費電話或網際網路聯結資訊，標準訂價資訊，標準融資訊息，給所有區域的地方訊息，或者是任何其他訊息，促銷者認為是必需或有趣的。

五、發明說明 (9)

這個軟體也會包括一控制程式在插入光碟後，會自動地啟動運作，而且也會根據在第一個燒錄段落上的資料，控制資料的播放，並且客戶化在第二的燒錄段落中的訊息。包含這個訊息的混合式光碟10 是已被灌錄過的(步驟132)，包括一已完成的身份證明，以及利用之前提過的程序，來大量製造(步驟134)混合式光碟10，並且預留空間以做進一步的記錄。

在這部份的程序中，汽車公司便能獲得它所想要的客戶化資料，用來客戶化混合式光碟10(步驟136)。這將會用做來大量的郵寄。舉個別經銷商的例子來說，如果混合式光碟10 將個別地被分送的話，這個步驟將不會被使用。該公司也希望建立一序號清單(步驟138)，如果促銷活動要包括一樂透(sweepstakes)單元的話。這會被建立來確認系統是否可以決定得獎和沒得獎的混合式光碟10。

在這個例子裡，第二燒錄段落包括一碟片序號，以及鎖定於潛在的汽車買主的個人化訊息。它能包括目標客戶的名字，地址，地方的資訊，購買歷史，信用資料(用在線上訂購)，關於客戶的目前交通工具的資料，目前交通工具的服務記錄，或任何其他資訊促銷者認為是需要的。

在步驟140中，第二個燒錄段落可在混合式光碟製造端被寫入，並在步驟136，使用由促銷者提供的個人化訊息。寫入混合式光碟10的序號對將會是混合式光碟10的獨特鑑別身份，並且能從樂透(sweepstakes)有關的促銷活動中的清單產生，或者再寫入時(步驟138)，任意地產生。

五、發明說明 (10)

另一個用於步驟140的方法可以是在經銷商端寫入混合式光碟10，並且由許多不同事件來觸發：該目標客戶已經對新的車款表達興趣；該目標客戶是一位租約快期滿的租借者；該目標客戶最近常來做服務造訪；或者任何其他的理由促銷者該目標客戶表現出高度的期望來看新車款的資訊。

混合式光碟然後在步驟142中，遞送給客戶。在大量傳送時，例如包括樂透(sweepstakes)活動時，便可用大量郵寄完成。較少量的分銷便可用其他的方式來完成，包括直接傳送。潛在的客戶(pro prospective target)將混合式光碟放入CD-ROM的讀取器或寫入器(步驟144)，並且可以由不同的角度觀看不同顏色的車型，以及察看其他各種選項(步驟146)。各種選項可被引導至該客戶和該客戶的區域(例如：在寒帶區域有額外的暖氣選項，在溫帶有額外的空氣調節功能選項等等)。終端使用者也能獲得個人化融資訊息，甚至經由控制程式/主機系統下訂單。如果有一樂透(sweepstakes)單元的話，該單元在這個時間點上會呈現在客戶面前(步驟148)，並指示在經銷商端前做鑑定。

關於在經銷商端做鑑定，客戶在步驟150中拿混合式光碟給經銷商，用經銷商的系統根據公司原始建立的序號(步驟138)，產生的獲獎者154的名單，在線上核對(步驟152)完成的身份鑑定以及混合式光碟的序號。在步驟155中，如果系統決定該混合式光碟是獲獎者的話，該客戶便可得獎(步驟156)。如果系統決定該混合式光碟不是獲獎者的話，客

五、發明說明 (11)

戶需在代理商前做鑑定(步驟158)。

範例 2.如一說明的例子，一網際網路服務提供者可建立一個人化的促銷混合式光碟，對一特定的用戶宣揚他們的優點，並且鎖定在用戶或用戶的家庭，提供個人化的促銷。現在回到圖 7，我們看見一種方法可完成此項目的。該服務提供者擁有必需的軟體以及標準訊息在步驟170中準備給混合式光碟。這可包含促銷及廣告資料在提供者的網際網路服務上。這也可包含用於存取提供者服務的軟體，以及任何其他的訊息供給者認為是必需或有趣的。這個軟體也會包括一控制程式在插入光碟後，會自動地啟動運作，而且也會根據在第一個燒錄段落上的資料，控制資料的播放，並且客戶化在第二的燒錄段落中的訊息。該提供者也必須準備特殊軟體(步驟172)，用或不用端看潛在客戶的狀態。包含這個訊息的混合式光碟是已被灌錄過的(步驟176)，以及利用之前提過的程序，來大量製造(步驟178)混合式光碟，並且預留空間以做進一步的記錄。

在這個例子中所提到的部分促銷活動，服務提供者在步驟174中，獲得可能有希望成為客人的郵寄名單。這包括很多的標準。在現在的例子中，它假設服務提供者對接觸家中有22歲或以下的小孩有興趣，而且已經購買該潛在顧客的郵寄名單。在步驟180中，姓名，住址，以及個人資訊被寫入在步驟178中生產出的每一碟片的第二個燒錄段落。因此，每一混合式光碟是"個人化"的。在個人化的部份，一個人化訊息被印在一插入物或在混合式光碟本身上，標示

五、發明說明 (12)

出混合式光碟是被個人化的。然後，混合式光碟在步驟182中被包裝及郵寄。

在收到碟片時，客戶應該會被客人化的訊息驅使，將碟片放入電腦(步驟184)CD-ROM的寫入器或讀取器。碟片上的主要軟體會被選取或自動執行(步驟185)。該程式在第二個燒錄段落裡讀取資訊以及該客戶一個人化的選擇(或多重選擇)。如果訊息指示該客戶有五歲或小於五歲的小孩(步驟186)，該軟體提供一機會給客戶去取得有關幼兒的訊息(步驟188)，以及網際網路之上個人化的儲存空間，用以儲存他們的照片。在步驟190中，如果客戶小孩的年齡是從六歲到十歲，該程式所呈現的資料會是那種年齡所感興趣的(步驟192)，以及提供免費的教育遊戲。在步驟194中，如果客戶小孩的年齡是從十一歲到十四歲，該程式會提供客戶訂閱針對青春前期兒童或青少年的線上雜誌，以及進入適當的聊天室和線上的電話系統(步驟196)。在步驟198中，該程式會檢查家庭成員是否有十五歲到二十二歲的小孩。如果是的話，該程式會提供訂閱線上雜誌，進入適當的聊天室和線上的電話系統，以及MP3或其他的適齡軟體(步驟200)。在對客戶提供家中小孩適當的選擇後，程式在步驟202中結束。一旦這個程序結束後，該碟片便可用來當作一般的CD-R來使用(步驟204)。

所有的適齡模組(在步驟188，192，196和200中)都可在步驟176中灌錄於原始碟片中。那些都包括在特殊化軟體的步驟172中。在步驟170中所建立的控制軟體，根據在步驟

五、發明說明 (13)

180中所寫入的客戶化訊息，決定何種模組將被呈現給客戶。

範例3.如一進一步說明的例子，一攝影類的電子商務服務可對特定的客人，建立一客戶化的促銷光碟以宣揚它的服務，以及鎖定在用戶或用戶的家庭提供個人化的促銷活動。現在回到圖8，我們看見一種方法可完成此項目的。該服務提供者擁有必需的軟體以及標準訊息在步驟210中製造可程式的CD-ROM。這可包含促銷及廣告資料在提供者的線上服務中。這也可包含用於存取提供者網站的軟體，以及任何其他的訊息供給者認為是必需或有趣的。這個軟體也會包括一控制程式在插入光碟後，會自動地啟動運作，而且也會根據在第一個燒錄段落上的資料，控制資料的播放，並且客戶化在第二個燒錄段落中的訊息。該提供者也可準備特殊軟體(步驟212)，用或不用端看潛在客戶的狀態。包含這個訊息的混合式光碟是已被灌錄過的(步驟216)，以及利用之前提過的程序，來大量製造(步驟218)混合式光碟，並且預留空間以做進一步的記錄。

在這個例子中所提到的部分促銷活動，服務提供者獲得(步驟214)可能有希望成為客人的郵寄名單。這包括很多的標準。在現在的例子中，它假設服務提供者對接觸家中有22歲或以下的小孩有興趣，而且已經購買該潛在顧客的郵寄名單。在步驟220中，姓名，住址，以及個人資訊被寫入在步驟218中生產出的每一碟片的第二個燒錄段落。因此，每一混合式光碟是"個人化"的。在個人化的部份，一個人

五、發明說明 (14)

化訊息被印在一插入物或在混合式光碟本身上，標示出混合式光碟是被個人化的。然後，混合式光碟被包裝及郵寄(步驟222)。

在收到碟片時，客戶應該會被客人化的訊息驅使，將碟片放入電腦(步驟224)CD-ROM的寫入器或讀取器。碟片上的主要軟體會被選取或自動執行(步驟225)。該程式在第二個燒錄段落裡讀取資訊以及該客戶一個人化的選擇(或多重選擇)。如果訊息指示該客戶有五歲或小於五歲的小孩(步驟226)，該軟體提供客戶免費的線上照片專輯(步驟228)，以及在嬰兒及幼童有關的項目上，列印他們小孩照片的折扣。在步驟230中，如果客戶小孩的年齡是從六歲到十歲，該程式提供客戶免費的線上照片專輯(步驟232)，以及訴求於該年齡孩童的影像產品的折扣(例如：將該孩童的照片放置在兒童雜誌上的封面)。在步驟234中，如果客戶小孩的年齡是從十一歲到十四歲，該程式會提供客戶免費的線上照片專輯(步驟236)，以及訴求於該年齡孩童的相片折扣(例如：將該孩童的照片與喜歡的明星合在一起)。在步驟238中，該程式會檢查家庭成員是否有十五歲到二十二歲的小孩。如果是的話，該程式會提供客戶免費的線上照片專輯，以及第二個線上空間讓他們的小孩能分送相片(步驟240)。在對客戶提供家中小孩適當的選擇後，程式在步驟242中結束。一旦這個程序結束後，該碟片便可打開來當作一般的相片本(shoebox)來保存相片(步驟244)。

五、發明說明 (15)

所有的適齡模組(在步驟228, 232, 236和240中)都可在步驟216中灌錄於原始碟片中。那些都包括在特殊化軟體的步驟212中。在步驟210中所建立的控制軟體, 根據在步驟220中所寫入的客戶化訊息, 決定何種模組將被呈現給客戶。

雖然這裡所舉的例子都與光碟有關, 這些程序也可以用在其他的儲存媒體, 例如固態, 在此能產生一已記錄的或事先記錄的部分, 以及一可寫入部分和稍後寫入客戶化訊息的可寫入部分。於是已準備好的記錄媒體便可傳遞至目標用戶。

此發明的其他特徵如下。

此方法進一步的還包括使用鑑別資料, 專門寫入另一個與該用戶有關的媒體資料之步驟。

四、中文發明摘要(發明之名稱： 客戶化可程式 CD-ROM之方法)

一種用來將一具有一或多個可記錄式燒錄段落(sessions)及可寫入部分的儲存媒體客戶化的方法，該寫入部分包括許多步驟：在可記錄式燒錄段落，提供一程式給一個或多個特定產品或服務做行銷或售賣；在可寫入部分中，寫入在可記錄式燒錄段落中，從多個潛在使用者中，所選出的一個特定使用者的資訊，該資訊包括用來識別該特定使用者的資料；以及傳遞包含使用者識別資料的已記錄媒體給該特定使用者。

英文發明摘要(發明之名稱： METHOD FOR CUSTOMIZING PROGRAMMABLE CD-ROM)

A method of customizing a storage medium having one or more recorded session(s) and having a writeable portion which includes the steps of providing in a recorded session a program for marketing or sales of one or more particular products or services writing information in the writeable portion pertaining to a particular user selected from a plurality of potential users of the product described in the recorded session, such information including data which particularly identifies the particular user; and delivering the recorded medium with the user-identified data to the particular user.

六、申請專利範圍

1. 一種用來將一具有一或多個可記錄式燒錄段落及可寫入部分的儲存媒體客戶化之方法，其步驟有：
 - a) 在可記錄式燒錄段落，提供一程式給一個或多個特定產品或服務做行銷或售賣；
 - b) 在可寫入部分中，寫入在可記錄式燒錄段落中，從多個產品的潛在使用者中，所選出的一個特定使用者的資訊，該資訊包括用來識別該特定使用者的資料；以及
 - c) 傳遞包含使用者識別資料的已記錄媒體給該特定使用者。
2. 如申請專利範圍第1項之方法，在此從多個使用者選出超過一個使用者，而且每一個特定使用者被提供具有識別的資料的一個可記錄媒體。
3. 如申請專利範圍第2項之方法，進一步的還包括使用鑑別資料，專門寫入另一個與該用戶有關的媒體資料之步驟。
4. 一種用來將一具有一可記錄式燒錄段落於一ROM部分及可寫入部分的混合式CD客戶化之方法，其步驟有：
 - a) 在已完成的燒錄段落，提供一程式給一個或多個特定產品或服務做行銷或售賣；
 - b) 在可寫入部分中，寫入在可記錄式燒錄段落中，從多個產品或服務的潛在使用者中，所選出的一個特定使用者的資訊，該資訊包括用來識別該特定使用者的資料；以及

六、申請專利範圍

- c) 傳遞包含使用者識別資料的CD給該特定使用者。
5. 如申請專利範圍第4項之方法，在此從多個使用者選出超過一個使用者，而且每一個特定使用者被提供具有識別的資料的一張CD。
 6. 如申請專利範圍第4項之方法，進一步的還包括使用鑑別資料，專門寫入另一個與該用戶有關的媒體資料之步驟。
 7. 如申請專利範圍第6項之方法，當另外的媒體是包含與產品或服務有關資訊的光碟片時。
 8. 如依照申請專利範圍第4項之方法，在此燒錄段落中，提供一個副常式用以允許存取在可寫入部分裡的寫入訊息。
 9. 一種用來將一具有一或多個可記錄式燒錄段落及在網路上允許使用者存取產品或服務之可寫入部分的CD客戶化之方法，其步驟有：
 - a) 在可記錄式燒錄段落，提供一程式給一個或多個特定產品或服務做行銷或售賣，以及提供一副常式允許一已識別過的使用者，擁有該產品或服務的存取權；
 - b) 在可寫入部分中，寫入在可記錄式燒錄段落中，從多個產品或服務的潛在使用者中，所選出的一個特定使用者的資訊，該資訊包括用來識別該特定使用者的資料；

六、申請專利範圍

- c) 傳遞包含使用者識別資料的CD給該特定使用者；
 - 以及
 - d) 該使用者允許經由光碟至網路上，存取該產品或服務。
10. 如申請專利範圍第 9 項之方法，此從多個使用者選出超過一個使用者，而且每一個特定使用者被提供具有識別的資料的一個可記錄媒體。

裝

訂

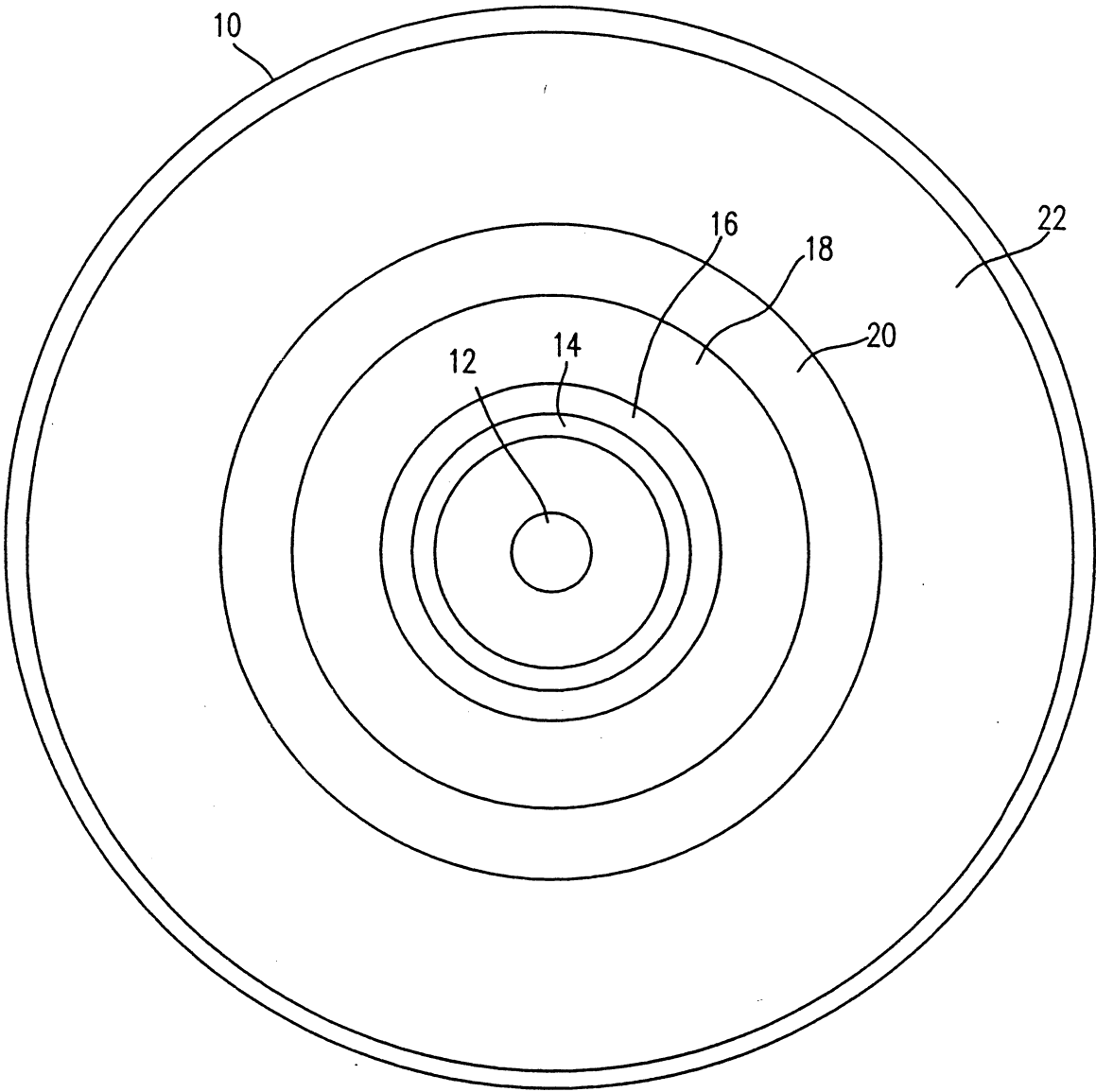


圖 1

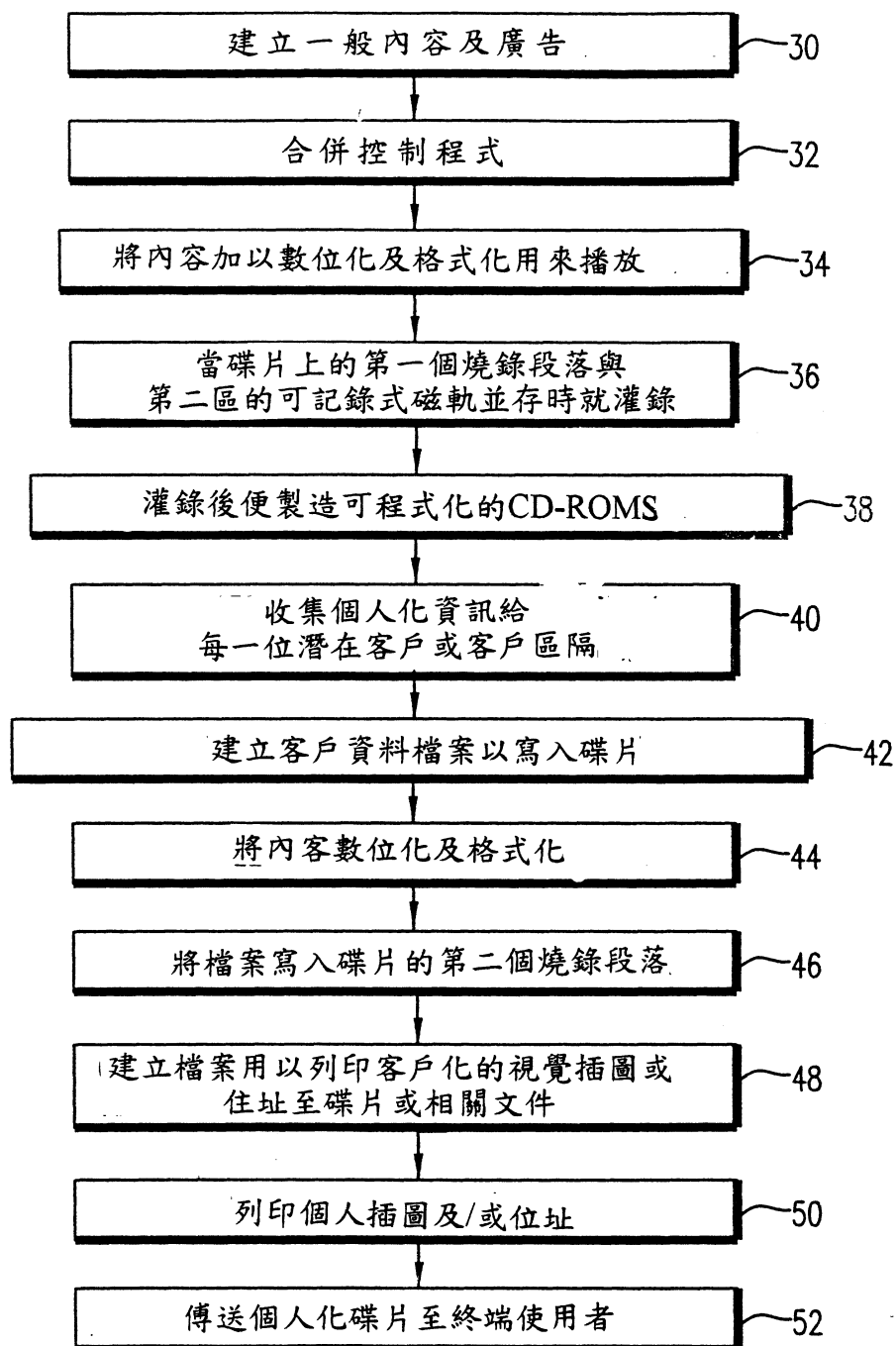


圖 2

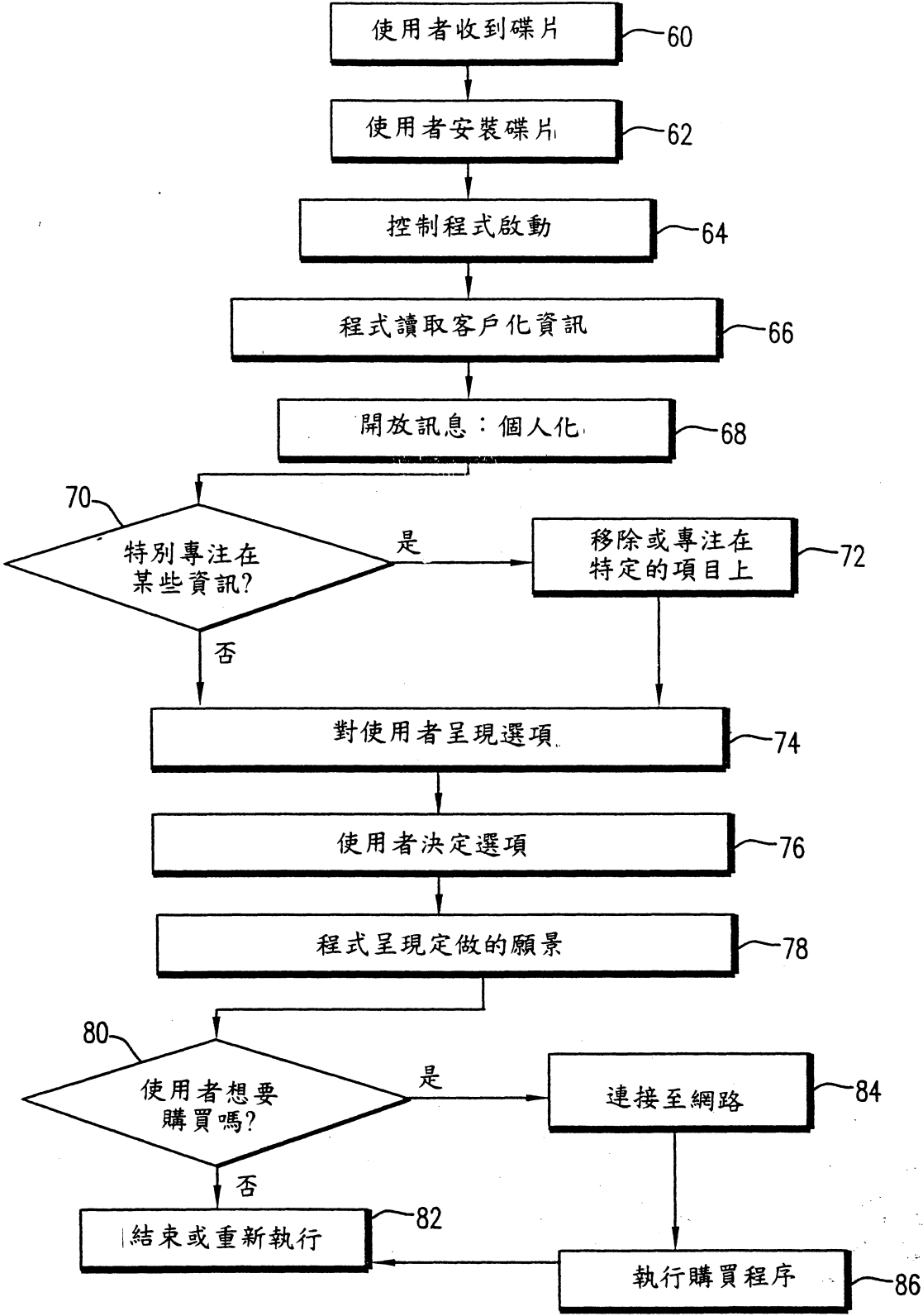


圖 3

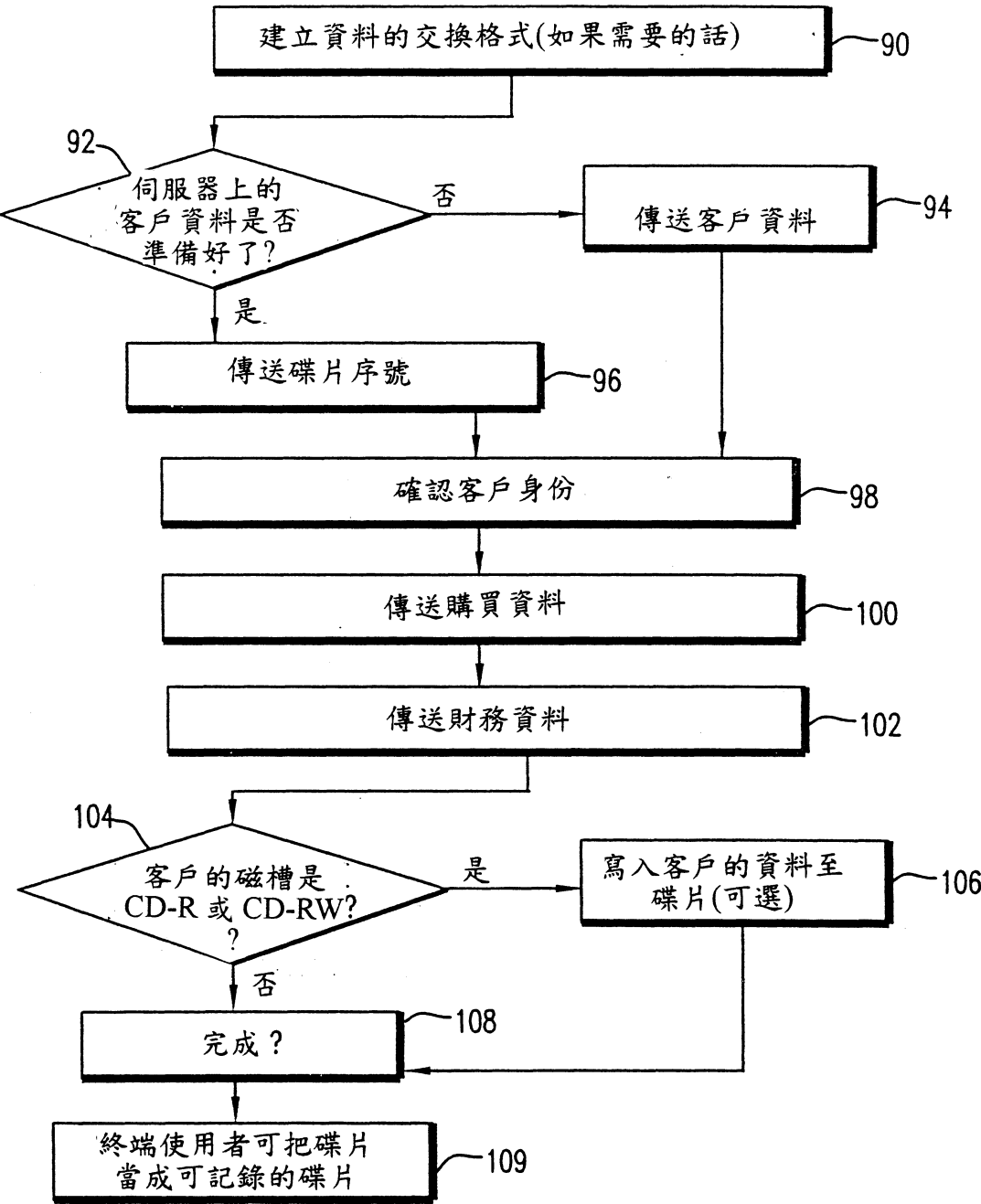


圖 4

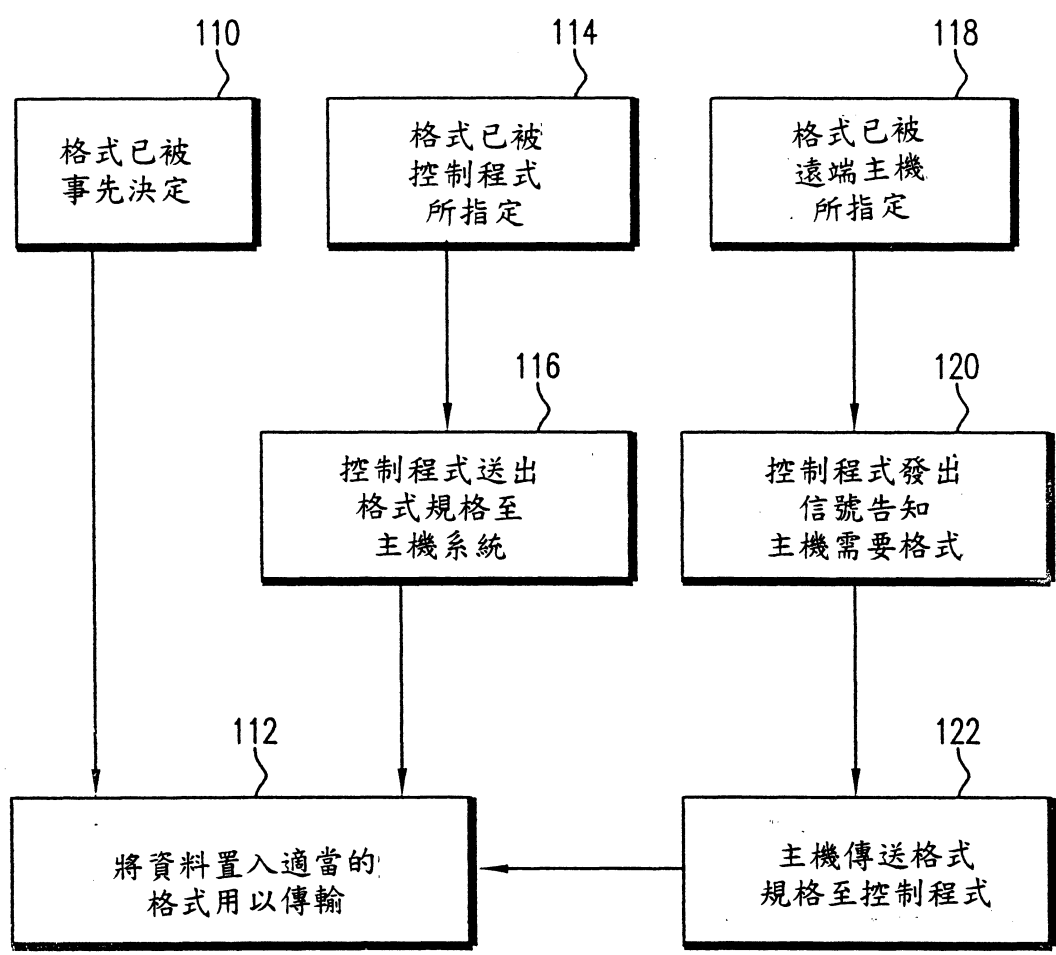


圖 5

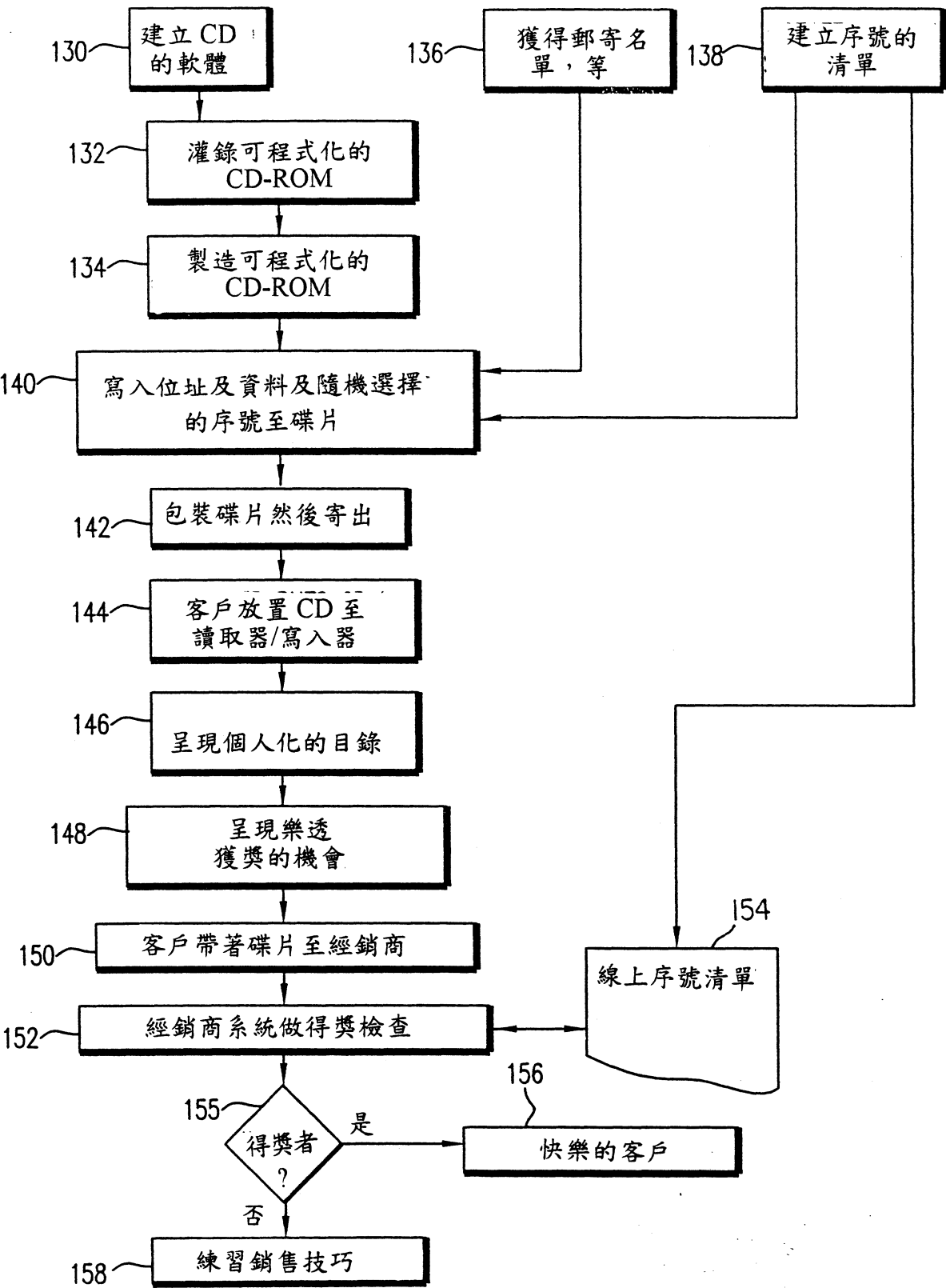


圖 6

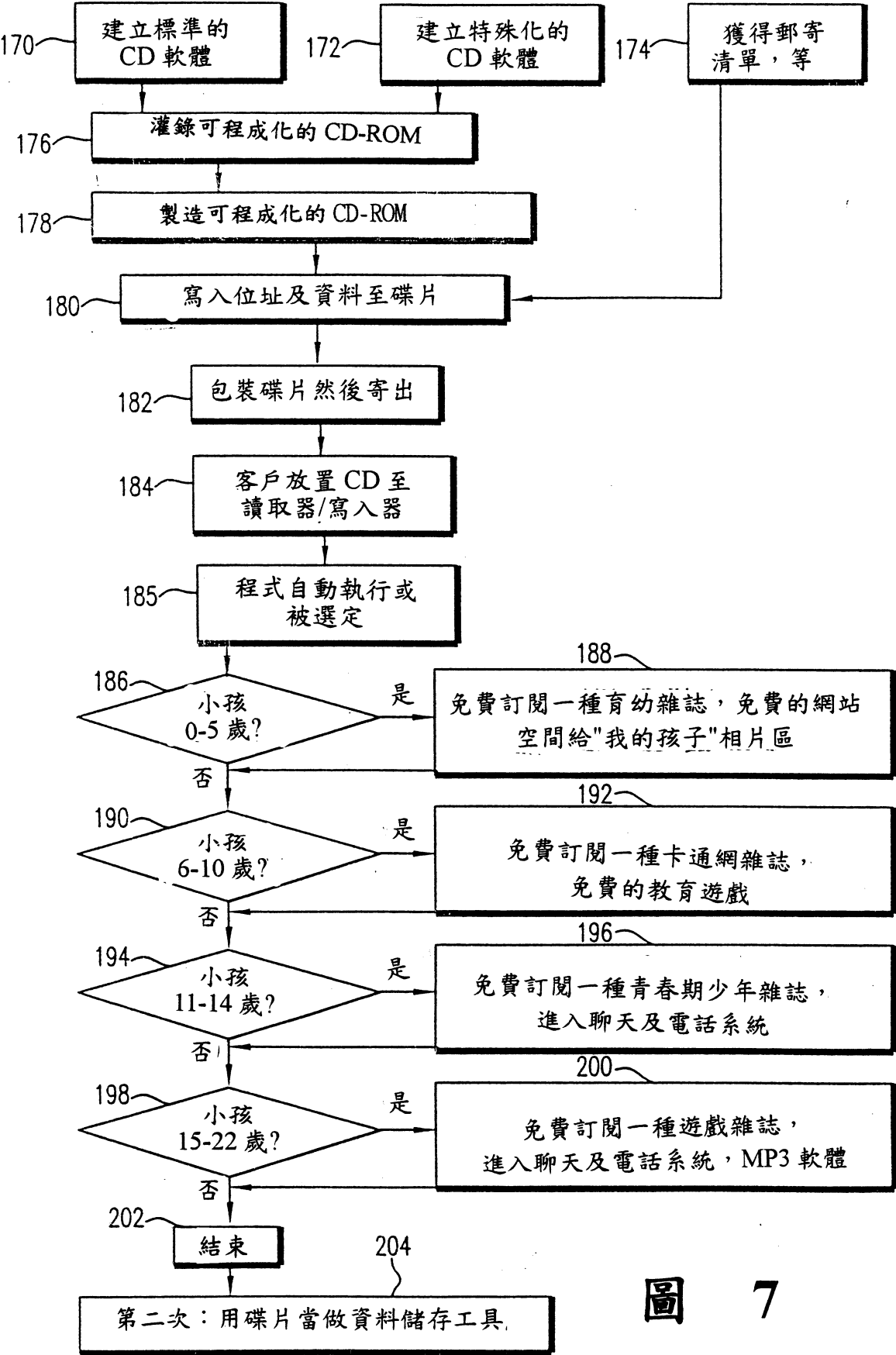


圖 7

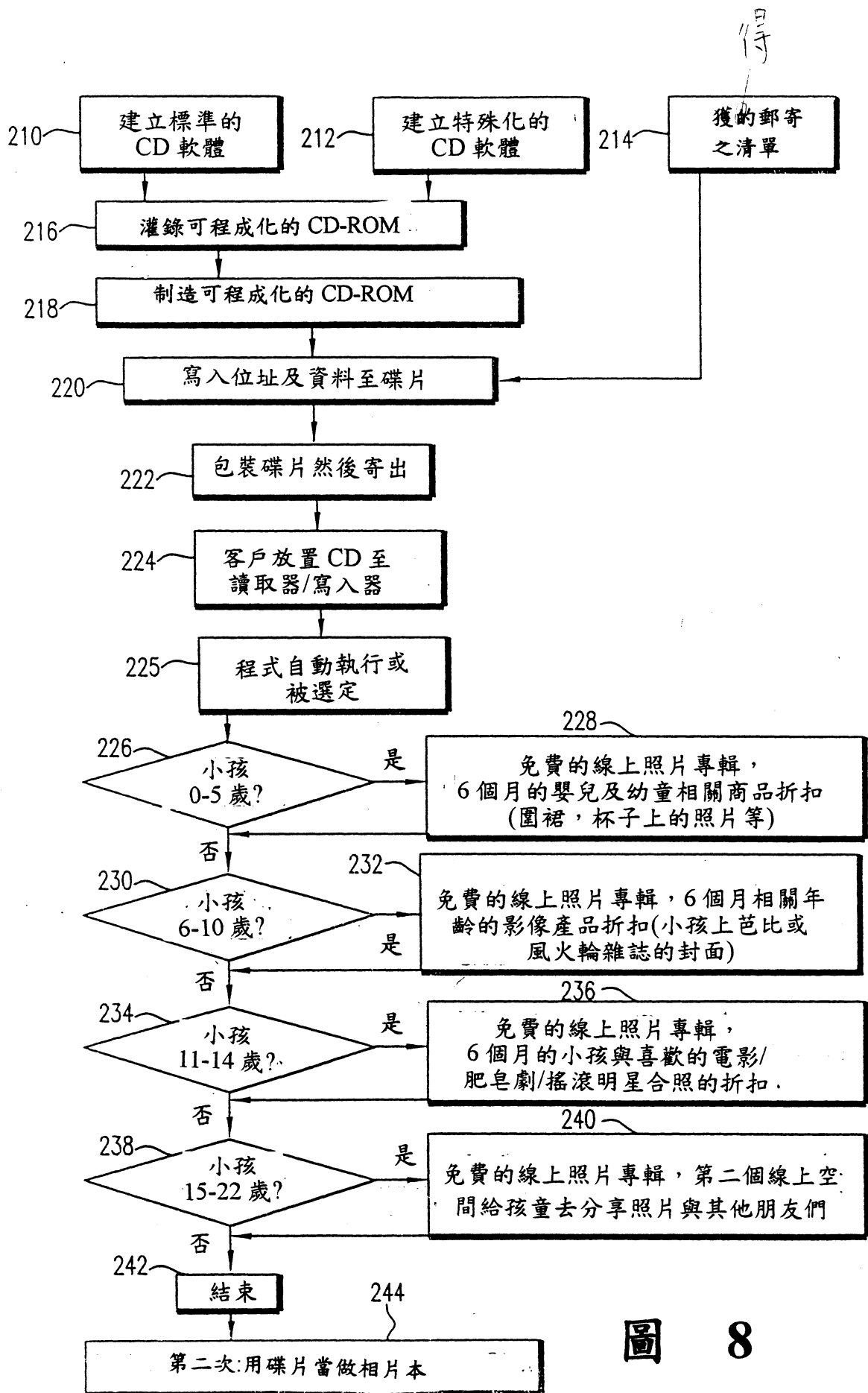


圖 8