



(19)中華民國智慧財產局

(12)發明說明書公開本

(11)公開編號：TW 201423629 A

(43)公開日：中華民國 103 (2014) 年 06 月 16 日

(21)申請案號：101145554

(22)申請日：中華民國 101 (2012) 年 12 月 05 日

(51)Int. Cl. : **G06Q30/02 (2012.01)**

(71)申請人：鴻海精密工業股份有限公司 (中華民國) HON HAI PRECISION INDUSTRY CO., LTD. (TW)

新北市土城區自由街 2 號

(72)發明人：李忠一 LEE, CHUNG I (TW)；盧秋樺 LU, CHIU HUA (TW)；張力凡 CHANG, LEE FAN (TW)；林建志 LIN, CHIEN CHIH (TW)；林俞君 LIN, YU CHUN (TW)；顏宗信 YEN, TSUNG HSIN (TW)

申請實體審查：有 申請專利範圍項數：28 項 圖式數：6 共 29 頁

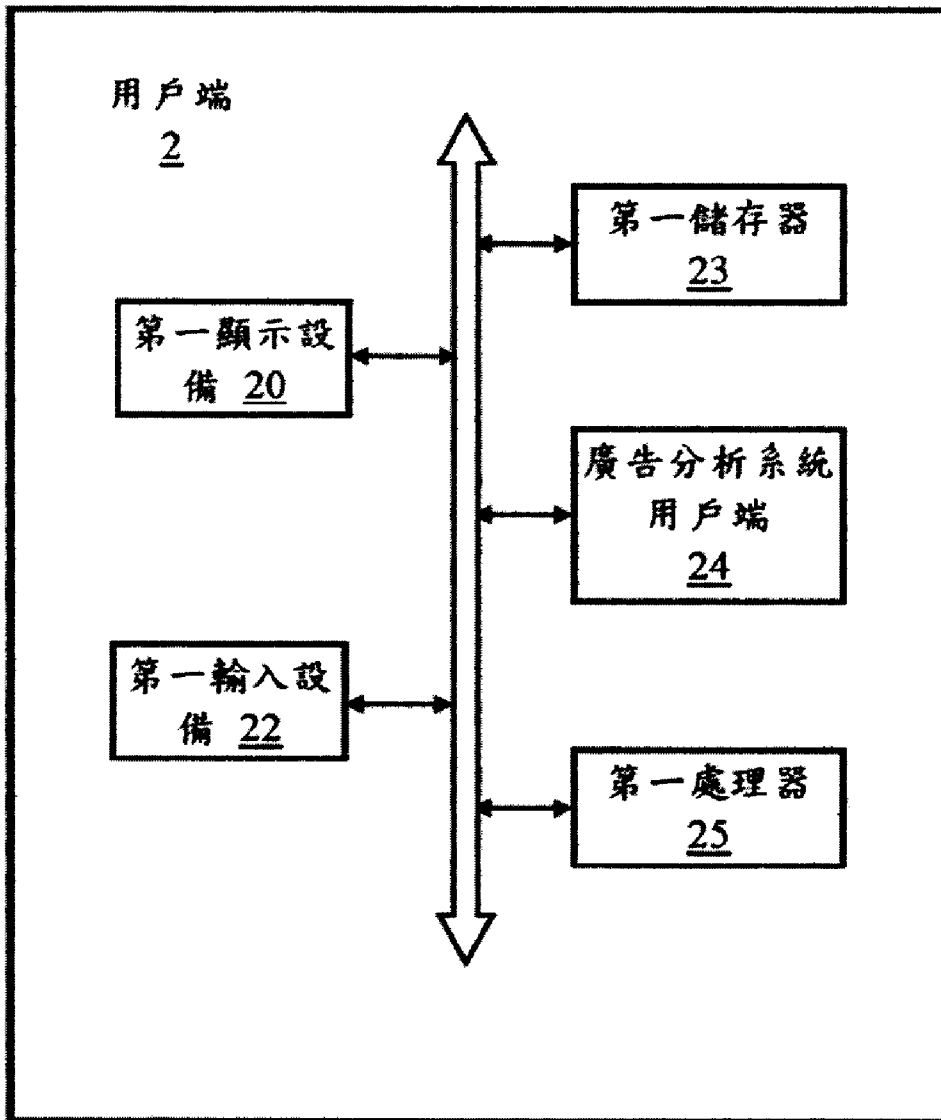
(54)名稱

廣告分析系統及方法

SYSTEM AND METHOD FOR ANALYZING PLAY EFFECT OF ADVERTISEMENT

(57)摘要

一種廣告分析系統及方法，該系統用於：當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；每隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。利用本發明可以動態更新用戶端中播放的廣告內容。



2：用戶端

20：第一顯示設備

22：第一輸入設備

23：第一儲存器

24：廣告分析系統用戶端

25：第一處理器

圖2

發明專利說明書

※記號部分請勿填寫

※申請案號：101145554

※IPC分類：G06Q 30/02 (2012.01)

※申請日：101.12.05

一、發明名稱：

廣告分析系統及方法

System and Method for Analyzing Play Effect of Advertisement

二、中文發明摘要：

一種廣告分析系統及方法，該系統用於：當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；每隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。利用本發明可以動態更新用戶端中播放的廣告內容。

三、英文發明摘要：

The present invention provides a system and method for analyzing play effect of advertisements. The system is configured for: playing an initial advertisement installed in an application program of a client computer when the application program is used; obtaining play information of played advertisement after a first preset interval, and storing the play information of the played advertisement in a storage device of the client computer; transmitting the play information of the played advertisement within a preset cycle time to a server; receiving an updated advertisement determined by the server, and displaying the updated advertisement on a display device of the client computer. The present invention can update an advertisement played in a client computer dynamically.

四、指定代表圖：

(一)本案指定代表圖為：圖(2)

(二)本代表圖之元件符號簡單說明：

用戶端：2

第一顯示設備：20

第一輸入設備：22

第一儲存器：23

廣告分析系統用戶端：24

第一處理器：25

五、本案若有化學式時，請揭示最能顯示發明特徵的化學式：

六、發明說明：

【發明所屬之技術領域】

[0001] 本發明涉及一種雲計算系統及方法，尤其涉及一種基於雲計算平臺的廣告分析系統及方法。

【先前技術】

[0002] 傳統的廣告投放模式比較固定，當一個廣告嵌入到一個應用程式（如電子書）時，用戶每次開啟該應用程式，都只會播放同一個廣告，無法做到即時更新廣告播放內容。且現有的廣告投放系統無法追蹤用戶是否真有閱覽廣告商所投放的廣告，也就無法提供給廣告商其所投放的廣告的實際閱覽效果。

【發明內容】

[0003] 鑒於以上內容，有必要提供一種廣告分析系統及方法，應用於用戶端，其可即時收集用戶端中每個播放廣告的閱覽效果，傳送給伺服器，然後接收伺服器根據每個播放廣告的閱覽效果確定的更新後的廣告，並播放該更新後的廣告。

[0004] 鑒於以上內容，還有必要提供一種廣告分析系統及方法，應用於伺服器，其可匯總用戶端即時收集的每個播放廣告的閱覽效果，根據每個播放廣告的閱覽效果確定一個需要更新到用戶端的廣告，並將該確定的廣告更新到每個用戶端。

[0005] 一種廣告分析系統，應用於用戶端，該系統包括：廣告播放模組，用於當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；資訊收集模組，用於每

隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將該播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；資訊傳送模組，用於當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；所述廣告播放模組，還用於接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。

[0006] 一種廣告分析系統，應用於伺服器，該系統包括：資訊分析模組，用於每隔第二預設時間，匯總每個用戶端收集的播放廣告的閱覽效果，根據播放廣告的閱覽效果判斷該伺服器中是否存在未達到預設要求的廣告；廣告更新模組，用於當該伺服器中存在未達到預設要求的廣告時，確定一個需要更新到用戶端的廣告，並將該確定的廣告的優先權值調低；所述廣告更新模組，還用於將該確定的廣告更新到每個用戶端。

[0007] 一種廣告分析方法，應用於用戶端，該方法包括：廣告播放步驟一，當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；資訊收集步驟，每隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將該播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；資訊傳送步驟，當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；廣告播放步驟二，接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。

[0008] 一種廣告分析方法，應用於伺服器，該方法包括：資訊

分析步驟一，每隔第二預設時間，匯總每個用戶端收集的播放廣告的閱覽效果，根據播放廣告的閱覽效果判斷該伺服器中是否存在未達到預設要求的廣告；廣告更新步驟一，當該伺服器中存在未達到預設要求的廣告時，確定一個需要更新到用戶端的廣告，並將該確定的廣告的優先權值調低；廣告更新步驟二，將該確定的廣告更新到每個用戶端。

[0009] 相較於習知技術，所述的廣告分析系統及方法，其可根據用戶端每個播放廣告的實際閱覽效果，即時（Real time）動態地更新用戶端中播放的廣告內容。

【實施方式】

[0010] 參閱圖1所示，係本發明用戶端與伺服器的網路架構圖。在本實施方式中，所述多個伺服器4透過網路3與多個用戶端2相連。所述網路可以是企業內部網路（Intranet），也可以是網際網路（Internet）或其他類型的通訊網路，如GPRS、Wi-Fi/WLAN、3G/WCDMA、3.5G/HSDPA等。

[0011] 其中，該多個伺服器4組成一個雲端服務中心，該多個伺服器4可以分成一個主伺服器（Master server）及多個從伺服器（Slave server），且主伺服器和從伺服器的關係可以根據伺服器的負荷進行調換，例如，如果主伺服器的負載過重，則選擇負載較輕的從伺服器為主伺服器。在其他實施方式中，該雲端服務中心也可以是一台伺服器。

[0012] 每個用戶端2可以透過網路3從伺服器4中下載應用程式（

如電子書)，該應用程式中內嵌有指定服務內容（如廣告），當該應用程式啟動時，指定服務內容就會被播放。以下實施方式以播放廣告內容為例進行說明，當然，本發明並不局限於播放廣告內容，在其他實施方式中，也可以播放其他內容，如英文學習資料。

[0013] 在本實施方式中，所述廣告分析系統包括安裝於每個用戶端2的廣告分析系統用戶端24與安裝於伺服器4中的廣告分析系統服務端44。

[0014] 參閱圖2所示，係本發明廣告分析系統用戶端的運行環境示意圖。該廣告分析系統用戶端24運行於每個用戶端2中。該用戶端2還包括透過資料匯流排相連的第一顯示設備20、第一輸入設備22、第一儲存器23和第一處理器25。

[0015] 所述第一儲存器23用於儲存所述廣告分析系統用戶端24的程式碼等資料。所述第一顯示設備20用於顯示廣告播放內容等資料。所述第一輸入設備22用於輸入用戶設置的各種資料。

[0016] 所述廣告分析系統用戶端24用於即時收集用戶端2中每個播放廣告的閱覽效果，傳送給伺服器4，然後接收伺服器4根據每個播放廣告的閱覽效果確定的更新後的廣告，並在用戶端2的第一顯示設備20上播放該更新後的廣告，實現用戶端2廣告播放內容的動態更新，具體過程以下描述。

[0017] 在本實施方式中，所述廣告分析系統用戶端24可以被分割成一個或多個模組，所述一個或多個模組被儲存在所

述第一儲存器23中並被配置成由一個或多個處理器（本實施方式為第一處理器25）執行，以完成本發明。例如，參閱圖4所示，所述廣告分析系統用戶端24被分割成程式下載模組240、廣告播放模組241、資訊收集模組242和資訊傳送模組243。本發明所稱的模組是完成一特定功能的程式段，比程式更適合於描述軟體在用戶端2中的執行過程。以下將結合圖6說明各模組240-243的具體功能。

[0018] 參閱圖3所示，係本發明廣告分析系統服務端44的運行環境示意圖。該廣告分析系統服務端44運行於伺服器4（如主伺服器）中。該伺服器4還包括透過資料匯流排相連的第二顯示設備40、第二輸入設備42、第二儲存器43和第二處理器45。

[0019] 所述第二儲存器43用於儲存所述廣告分析系統服務端44的程式碼等資料。所述第二顯示設備40和第二輸入設備42用做伺服器4的輸入輸出設備。

[0020] 所述廣告分析系統服務端44用於匯總用戶端2即時收集的每個播放廣告的閱覽效果，根據每個播放廣告的閱覽效果確定一個需要更新到用戶端2的廣告，並將該確定的廣告更新到每個用戶端2，實現用戶端2廣告播放內容的動態更新，具體過程以下描述。

[0021] 在本實施方式中，所述廣告分析系統服務端44可以被分割成一個或多個模組，所述一個或多個模組被儲存在所述第二儲存器43中並被配置成由一個或多個處理器（本

實施方式為第二處理器45)執行，以完成本發明。例如，參閱圖5所示，所述廣告分析系統服務端44被分割成廣告上傳模組440、廣告分類模組441、資訊接收模組442、資訊分析模組443和廣告更新模組445。本發明所稱的模組是完成一特定功能的程式段，比程式更適合於描述軟體在伺服器4中的執行過程。以下將結合圖6說明各模組440-445的具體功能。

[0022] 參閱圖6所示，係本發明廣告分析方法的較佳實施方式的流程圖。

[0023] 在介紹圖6具體流程之前，先介紹上傳廣告到伺服器4（如主伺服器）中的過程。當廣告商需要投放廣告時，可以透過廣告上傳模組440上傳廣告內容，及廣告閱覽效果的預設要求。在本實施方式中，所述預設要求包括，但不限於，廣告的點擊次數、每次點擊的閱覽時間及閱覽人數等。

[0024] 例如，廣告商可以設定：點擊次數大於10000次，每次點擊的閱覽時間大於10秒，則該廣告的閱覽效果達到預設要求。當該廣告的閱覽效果達到預設要求時，伺服器4可以停止在用戶端2上播放該廣告，選擇其他未達到預設要求的廣告進行播放，以實現用戶端2廣告播放內容的動態更新。

[0025] 在本實施方式中，可以根據廣告商的等級對不同的廣告設置不同的等級，例如，可以透過給每個廣告設置一個優先權值（Priority weight），確定每個廣告的播放

等級，優先權值最高的廣告將被最先播放。

[0026] 當廣告上傳模組440接收到上傳的廣告內容後，廣告分類模組441對廣告內容進行分類。在本實施方式中，可以將廣告內容分成三個類型，包括聲音（Audio）內容、視頻（Video）內容、及圖片（View）內容。其中，一個廣告可能包括兩個甚至三個類型的內容，例如，一個廣告可以同時包括聲音內容和視頻內容。

[0027] 在本實施方式中，針對不同類型的廣告內容，採用不同的壓縮演算法進行壓縮，然後將壓縮後的廣告內容儲存於伺服器4的第二儲存器43中。這樣可以降低儲存空間，及減少後續將廣告內容傳送給用戶端2時的資料傳輸量，提高傳輸效率。

[0028] 例如，聲音內容可以採用ADPCM（Adaptive Differential Pulse Code Modulation，自適應差分脈衝編碼調製）壓縮演算法，視頻內容可以採用H.264壓縮演算法，圖片內容可以採用TIFF（Tagged Image File Format，標籤圖像檔格式）壓縮演算法。該壓縮後的廣告內容被嵌入到應用程式（如電子書）中，當用戶端2的程式下載模組240從伺服器4下載該應用程式時，壓縮後的廣告內容將與該應用程式一同被傳送到用戶端2。

[0029] 步驟S10，當用戶端的一個應用程式開啟時，廣告播放模組241播放置於該應用程式中的初始廣告（以下稱為“播放廣告”）。本實施方式以一個應用程式中內嵌一個初

始廣告為例進行說明，在其他實施方式中，一個應用程式中也可以內嵌多個初始廣告。

[0030] 步驟S11，每隔第一預設時間（如10分鐘），用戶端2的資訊收集模組242收集該播放廣告的閱覽效果，並將該播放廣告的閱覽效果儲存至第一儲存器23。

[0031] 當收集時間到達預定的時間週期（如60分鐘）後，資訊傳送模組243將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器4，並刪除第一儲存器23中儲存的該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果，以減少應用程式過多佔用用戶端2的資源。

[0032] 在本實施方式中，所述播放廣告的閱覽效果包括，但不限於，該播放廣告的點擊次數、每次點擊的閱覽時間及閱覽人數等。其中，閱覽人數可以根據該應用程式的開啟次數確定。資訊傳送模組243優先將收集的該播放廣告的閱覽效果傳送給與該用戶端2距離最近的伺服器4。

[0033] 在本實施方式中，資訊收集模組242只儲存最近一段時間週期（Cycle time）內該播放廣告的所有閱覽效果，以減少用戶端2的資源耗損。如果累計時間未達到該預定的時間週期，資訊傳送模組243則不回傳該播放廣告的閱覽效果至伺服器4，避免用戶端2過於頻繁進行資料傳輸。

[0034] 步驟S12，伺服器4的資訊接收模組442接收用戶端2傳送的該播放廣告的閱覽效果。每隔第二預設時間（如2小時），伺服器4的資訊分析模組443匯總所有用戶端2中的播放廣告的閱覽效果。例如，雲端服務中心的主伺服器的

資訊分析模組443匯總所有伺服器4接收的播放廣告的閱覽效果。

[0035] 舉例而言，假設用戶端C1、C2、C3中分別安裝有應用程式App1、App2、App3，用戶端C1的應用程式App1收集廣告Ad1的閱覽效果，並傳送給伺服器S1，用戶端C2的應用程式App2收集廣告Ad2的閱覽效果，並傳送給伺服器S2，用戶端C3的應用程式App3收集廣告Ad3的閱覽效果，並傳送給伺服器S3。主伺服器的資訊分析模組443匯總伺服器S1、S2、S3中所有播放廣告Ad1、Ad2、Ad3的閱覽效果。

[0036] 步驟S13，資訊分析模組443根據所有播放廣告的閱覽效果，判斷該伺服器4（如主伺服器）中是否存在未達到預設要求的廣告。其中，所述未達到預設要求的廣告包括：一直未播放的廣告，及未達到預設要求的播放廣告。其中，未達到預設要求的播放廣告是指：已經播放過但閱覽效果未達到預設要求的廣告。如果伺服器4中存在未達到預設要求的廣告，則執行步驟S14。如果伺服器4中不存在未達到預設要求的廣告，則代表所有廣告皆已播放過，且都達到預設要求，本次分析流程結束。

[0037] 在本實施方式中，以點擊次數和閱覽時間這兩個閱覽效果為分析參數進行說明，如果該播放廣告的點擊次數大於預設次數（如10000次），且每次點擊的閱覽時間大於預設時間（如10秒），則資訊分析模組443判定該播放廣告達到預設要求。在以下描述中，將閱覽時間大於預設時間的點擊稱為“有效點擊”（代表用戶感興趣的廣告

），當該播放廣告的有效點擊次數大於預設次數時，資訊分析模組443判定該播放廣告達到預設要求，當該播放廣告的有效點擊次數小於或等於預設次數時，資訊分析模組443判定該播放廣告未達到預設要求。

[0038] 進一步地，在其他實施方式中，所述資訊分析模組443還可以根據每個廣告達到預設要求的時間，分析出用戶端2的應用程式最適合的廣告類型。該最適合的廣告類型可以是達到預設要求時間最短的廣告對應的類型，也可以是用戶閱覽時間最長的廣告對應的類型等。例如，如果資訊分析模組443分析出圖片內容的廣告在用戶端2的電子書中達到預設要求的時間最短，則判定該電子書最適合的廣告類型為圖片內容。

[0039] 步驟S14，廣告更新模組445確定一個需要更新到用戶端2的廣告，並將該確定的廣告的優先權值調低。其中，如果一個廣告達到預設要求，則廣告更新模組445將該廣告的優先權值調至最低（如0），或停止該廣告的繼續播放，等待廣告商的續約。在本實施方式中，廣告更新模組445從伺服器4中的所有廣告中選擇一個優先權值最高且未達到預設要求的廣告作為需要更新到用戶端2的廣告。

[0040] 進一步地，如果一個廣告在預設的時間長度內一直未達到預設要求，則廣告更新模組445將該廣告的優先權值調高。具體而言，如果一個廣告在預設的第一時間長度內（如14天）一直未播放，則將該廣告的優先權值調高第一數值。如果一個廣告在預設的第二時間長度內（如7天）播放過但未到達預設要求，則將該廣告的優先權值調

高第二數值。在本實施方式中，所述第一數值大於第二數值，以保證一直未播放的廣告優先播放。在其他實施方式中，所述第一時間長度可以與第二時間長度相同。

[0041] 步驟S15，廣告更新模組445將該確定的廣告更新到每個用戶端2，然後返回步驟S11。具體而言，由於在本實施方式中，所述伺服器4中儲存的廣告根據廣告內容的類型，採用對應的壓縮演算法進行壓縮，廣告更新模組445將壓縮後的廣告傳送給每個用戶端2。用戶端2的廣告播放模組241接收伺服器4傳送過來的該確定的廣告後，對該確定的廣告進行解壓縮，並在第一顯示設備20上播放解壓縮後的廣告。在其他實施方式中，伺服器4也可以不對廣告內容進行壓縮，直接將廣告內容傳送給用戶端2。

[0042] 在其他實施方式中，當用戶端2的一個應用程式開啟時，廣告播放模組241也可以從伺服器4中獲取未達到預設要求的廣告，從中選擇一個優先權值最高的廣告進行播放，或從中選擇多個優先權值較大的廣告進行播放。

[0043] 最後應說明的是，以上實施方式僅用以說明本發明的技術方案而非限制，儘管參照較佳實施方式對本發明進行了詳細說明，本領域的普通技術人員應當理解，可以對本發明的技術方案進行修改或等同替換，而不脫離本發明技術方案的精神和範圍。

【圖式簡單說明】

[0044] 圖1係本發明用戶端與伺服器的網路架構圖。

[0045] 圖2係本發明廣告分析系統用戶端的運行環境示意圖。

[0046] 圖3係本發明廣告分析系統服務端的運行環境示意圖。

[0047] 圖4係廣告分析系統用戶端的功能模組圖。

[0048] 圖5係廣告分析系統服務端的功能模組圖。

[0049] 圖6係本發明廣告分析方法的較佳實施方式的流程圖。

【主要元件符號說明】

[0050] 用戶端：2

[0051] 網路：3

[0052] 伺服器：4

[0053] 第一顯示設備：20

[0054] 第一輸入設備：22

[0055] 第一儲存器：23

[0056] 廣告分析系統用戶端：24

[0057] 第一處理器：25

[0058] 程式下載模組：240

[0059] 廣告播放模組：241

[0060] 資訊收集模組：242

[0061] 資訊傳送模組：243

[0062] 第二顯示設備：40

[0063] 第二輸入設備：42

[0064] 第二儲存器：43

[0065] 廣告分析系統服務端：44

[0066] 第二處理器：45

[0067] 廣告上傳模組：440

[0068] 廣告分類模組：441

[0069] 資訊接收模組：442

[0070] 資訊分析模組：443

[0071] 廣告更新模組：445

七、申請專利範圍：

- 1 . 一種廣告分析系統，應用於用戶端，該系統包括：
廣告播放模組，用於當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；
資訊收集模組，用於每隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將該播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；
資訊傳送模組，用於當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；及
所述廣告播放模組，還用於接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。
- 2 . 如申請專利範圍第1項所述之廣告分析系統，其中，所述播放廣告的閱覽效果包括：該播放廣告的點擊次數和每次點擊的閱覽時間。
- 3 . 如申請專利範圍第2項所述之廣告分析系統，其中，所述需要更新到該用戶端的廣告為該伺服器中優先權值最高且未達到預設要求的廣告，所述未達到預設要求的廣告包括一直未播放的廣告，及已經播放過但閱覽效果未達到預設要求的廣告。
- 4 . 如申請專利範圍第1項所述之廣告分析系統，其中，所述廣告播放模組還用於：
對該伺服器確定的廣告進行解壓縮，並在該用戶端的顯示設備上播放解壓縮後的廣告。
- 5 . 如申請專利範圍第1項所述之廣告分析系統，其中，所述

廣告播放模組還用於：

當用戶端的一個應用程式開啟時，從伺服器中獲取未達到預設要求的廣告，從所述未達到預設要求的廣告中選擇一個優先權值最高的廣告進行播放。

- 6 . 一種廣告分析系統，應用於伺服器，該系統包括：

資訊分析模組，用於每隔第二預設時間，匯總每個用戶端收集的播放廣告的閱覽效果，根據播放廣告的閱覽效果判斷該伺服器中是否存在未達到預設要求的廣告；

廣告更新模組，用於當該伺服器中存在未達到預設要求的廣告時，確定一個需要更新到用戶端的廣告，並將該確定的廣告的優先權值調低；及

所述廣告更新模組，還用於將該確定的廣告更新到每個用戶端。

- 7 . 如申請專利範圍第6項所述之廣告分析系統，其中，所述播放廣告的閱覽效果包括：播放廣告的點擊次數和每次點擊的閱覽時間。

- 8 . 如申請專利範圍第7項所述之廣告分析系統，其中，所述需要更新到該用戶端的廣告為該伺服器中優先權值最高且未達到預設要求的廣告，所述未達到預設要求的廣告包括一直未播放的廣告，及已經播放過但閱覽效果未達到預設要求的廣告。

- 9 . 如申請專利範圍第8項所述之廣告分析系統，其中，所述資訊分析模組還用於：

當一個播放廣告的有效點擊次數大於預設次數時，判定該播放廣告達到預設要求，該有效點擊為閱覽時間大於預設時間的點擊；及

當一個播放廣告的有效點擊次數小於或等於預設次數時，判定該播放廣告未達到預設要求。

- 10 . 如申請專利範圍第7項所述之廣告分析系統，其中，所述資訊分析模組還用於：

根據每個廣告達到預設要求的時間，分析出用戶端的應用程式最適合的廣告類型。

- 11 . 如申請專利範圍第10項所述之廣告分析系統，其中，該最適合的廣告類型為達到預設要求時間最短的廣告對應的類型，或閱覽時間最長的廣告對應的類型。

- 12 . 如申請專利範圍第6項所述之廣告分析系統，其中，所述廣告更新模組還用於：

如果一個廣告達到預設要求，則將該廣告的優先權值調至最低；及

如果一個廣告在預設的時間長度內一直未達到預設要求，則將該廣告的優先權值調高。

- 13 . 如申請專利範圍第12項所述之廣告分析系統，其中，所述廣告更新模組還用於：

如果一個廣告在預設的第一時間長度內一直未播放，則將該廣告的優先權值調高第一數值；及

如果一個廣告在預設的第二時間長度內播放過但未到達預設要求，則將該廣告的優先權值調高第二數值，所述第一數值大於第二數值。

- 14 . 如申請專利範圍第6項所述之廣告分析系統，其中，所述伺服器中儲存的廣告根據廣告內容的類型，採用對應的壓縮演算法進行壓縮儲存，所述廣告內容的類型包括聲音內容、視頻內容及圖片內容。

15 . 一種廣告分析方法，應用於用戶端，該方法包括：

廣告播放步驟一，當用戶端的一個應用程式開啟時，播放置於該應用程式中的初始廣告；

資訊收集步驟，每隔第一預設時間，收集播放廣告的閱覽效果，並將該播放廣告的閱覽效果儲存至該用戶端的儲存器；

資訊傳送步驟，當收集時間到達預定的時間週期後，將該段時間週期內收集的該播放廣告的所有閱覽效果傳送給伺服器；及

廣告播放步驟二，接收伺服器確定的需要更新到該用戶端的廣告，並播放該伺服器確定的廣告。

16 . 如申請專利範圍第15項所述之廣告分析方法，其中，所述播放廣告的閱覽效果包括：該播放廣告的點擊次數和每次點擊的閱覽時間。

17 . 如申請專利範圍第16項所述之廣告分析方法，其中，所述需要更新到該用戶端的廣告為該伺服器中優先權值最高且未達到預設要求的廣告，所述未達到預設要求的廣告包括一直未播放的廣告，及已經播放過但閱覽效果未達到預設要求的廣告。

18 . 如申請專利範圍第15項所述之廣告分析方法，其中，該方法還包括：

廣告播放步驟三，對該伺服器確定的廣告進行解壓縮，並在該用戶端的顯示設備上播放解壓縮後的廣告。

19 . 如申請專利範圍第15項所述之廣告分析方法，其中，該方法還包括：

廣告播放步驟四，當用戶端的一個應用程式開啟時，從伺

伺服器中獲取未達到預設要求的廣告，從所述未達到預設要求的廣告中選擇一個優先權值最高的廣告進行播放。

20 . 一種廣告分析方法，應用於伺服器，該方法包括：

資訊分析步驟一，每隔第二預設時間，匯總每個用戶端收集的播放廣告的閱覽效果，根據播放廣告的閱覽效果判斷該伺服器中是否存在未達到預設要求的廣告；

廣告更新步驟一，當該伺服器中存在未達到預設要求的廣告時，確定一個需要更新到用戶端的廣告，並將該確定的廣告的優先權值調低；及

廣告更新步驟二，將該確定的廣告更新到每個用戶端。

21 . 如申請專利範圍第20項所述之廣告分析方法，其中，所述播放廣告的閱覽效果包括：播放廣告的點擊次數和每次點擊的閱覽時間。

22 . 如申請專利範圍第21項所述之廣告分析方法，其中，所述需要更新到該用戶端的廣告為該伺服器中優先權值最高且未達到預設要求的廣告，所述未達到預設要求的廣告包括一直未播放的廣告，及已經播放過但閱覽效果未達到預設要求的廣告。

23 . 如申請專利範圍第22項所述之廣告分析方法，其中，所述資訊分析步驟一包括：

當一個播放廣告的有效點擊次數大於預設次數時，判定該播放廣告達到預設要求，該有效點擊為閱覽時間大於預設時間的點擊；及

當一個播放廣告的有效點擊次數小於或等於預設次數時，判定該播放廣告未達到預設要求。

24 . 如申請專利範圍第21項所述之廣告分析方法，其中，該方

法還包括：

資訊分析步驟二，根據每個廣告達到預設要求的時間，分析出用戶端的應用程式最適合的廣告類型。

25 . 如申請專利範圍第24項所述之廣告分析方法，其中，該最適合的廣告類型為達到預設要求時間最短的廣告對應的類型，或閱覽時間最長的廣告對應的類型。

26 . 如申請專利範圍第20項所述之廣告分析方法，其中，該方法還包括廣告更新步驟三：

如果一個廣告達到預設要求，則將該廣告的優先權值調至最低；及

如果一個廣告在預設的時間長度內一直未達到預設要求，則將該廣告的優先權值調高。

27 . 如申請專利範圍第26項所述之廣告分析方法，其中，所述將該廣告的優先權值調高的步驟包括：

如果一個廣告在預設的第一時間長度內一直未播放，則將該廣告的優先權值調高第一數值；及

如果一個廣告在預設的第二時間長度內播放過但未到達預設要求，則將該廣告的優先權值調高第二數值，所述第一數值大於第二數值。

28 . 如申請專利範圍第20項所述之廣告分析方法，其中，所述伺服器中儲存的廣告根據廣告內容的類型，採用對應的壓縮演算法進行壓縮儲存，所述廣告內容的類型包括聲音內容、視頻內容及圖片內容。

八、圖式：

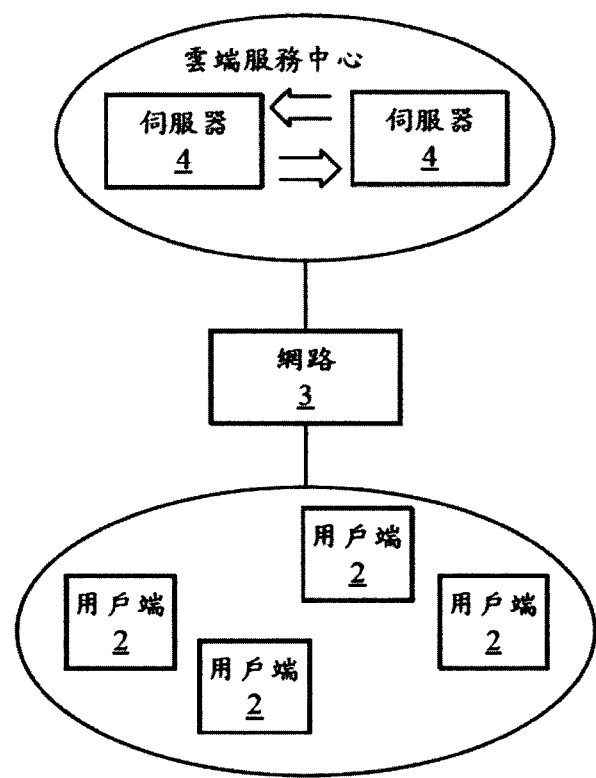


圖1

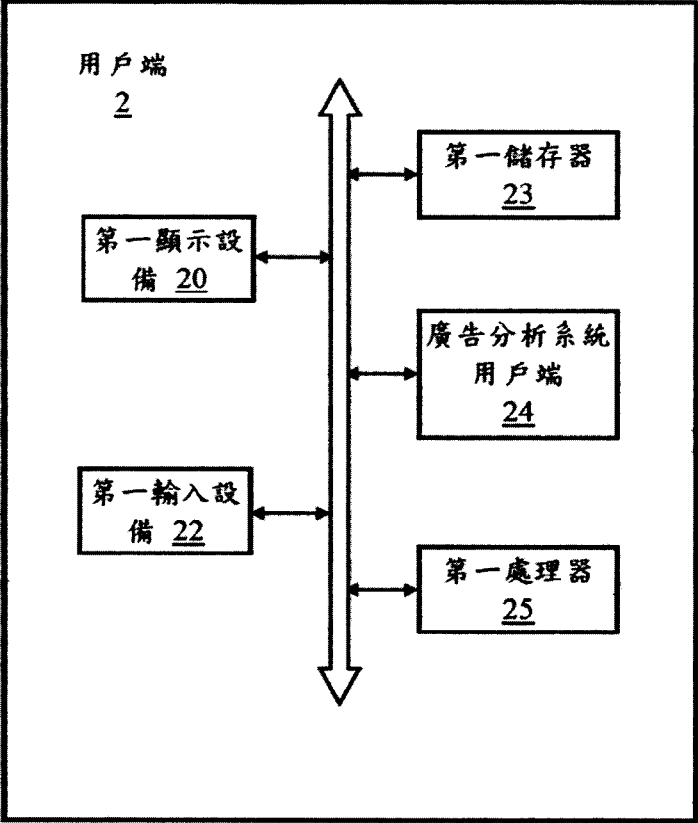


圖2

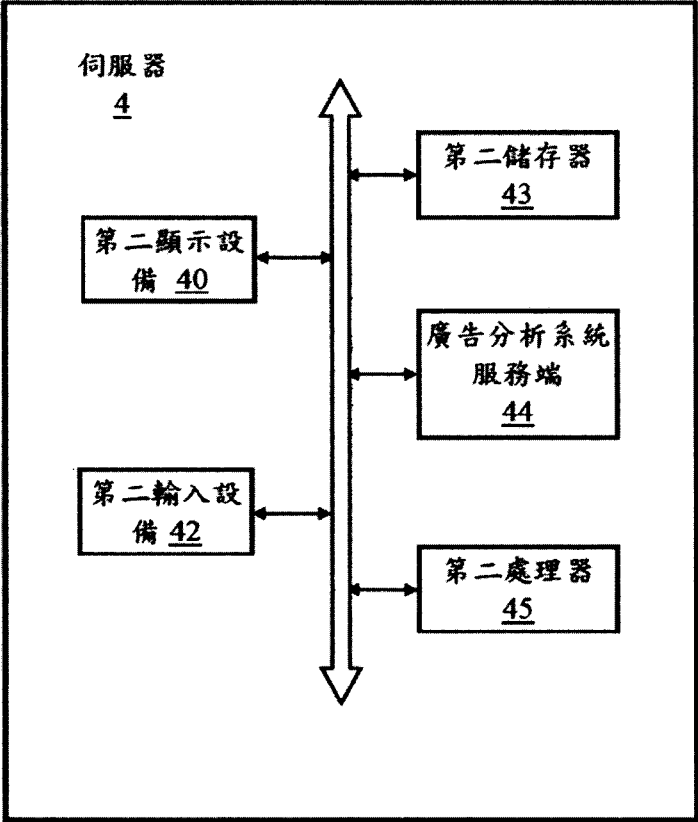


圖3

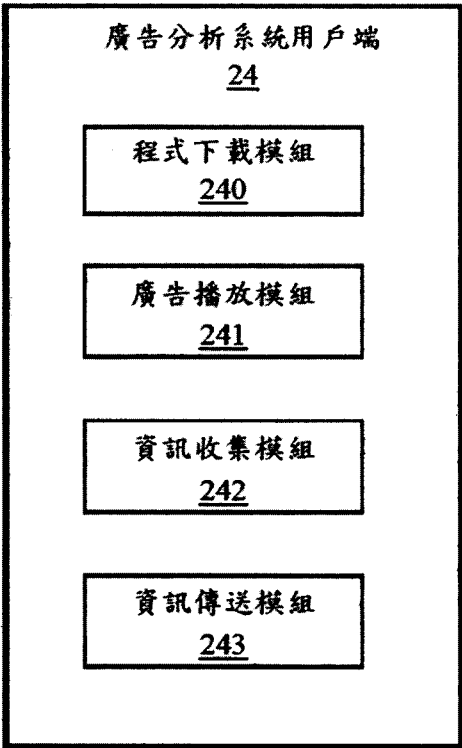


圖4

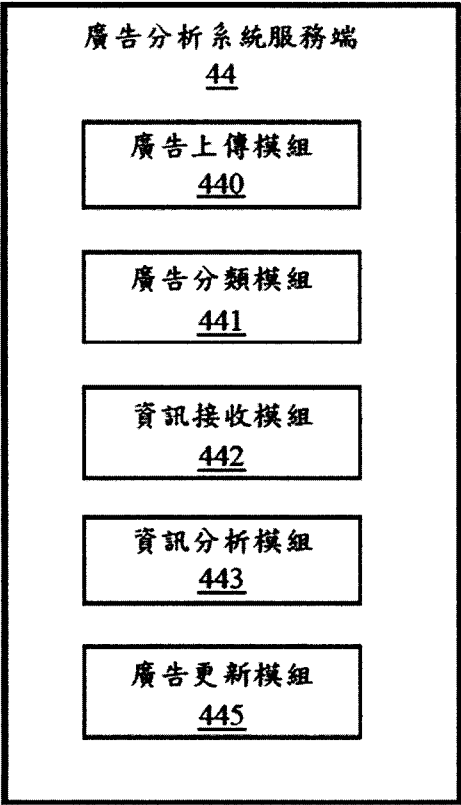


圖5

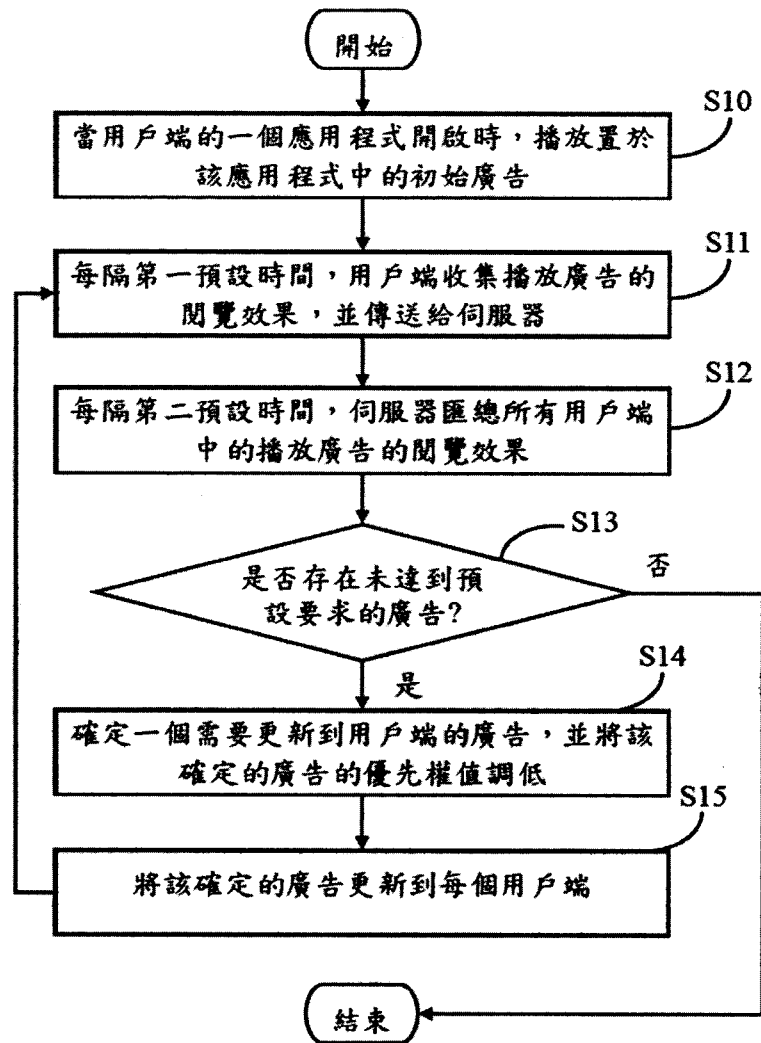


圖6