



(12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 110569449 A

(43)申请公布日 2019.12.13

(21)申请号 201810479732.1

(22)申请日 2018.05.18

(71)申请人 粉丝科技股份有限公司

地址 开曼群岛大开曼岛

(72)发明人 李雨暹

(74)专利代理机构 隆天知识产权代理有限公司

72003

代理人 黄艳

(51)Int.Cl.

G06F 16/9537(2019.01)

G06F 16/9535(2019.01)

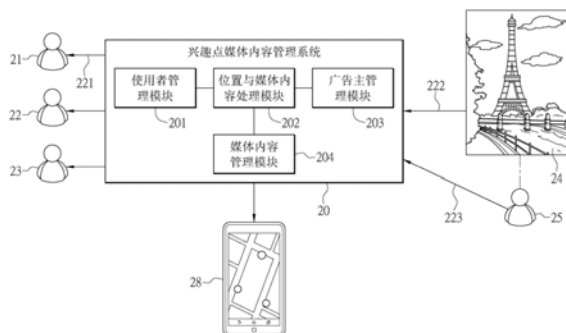
权利要求书3页 说明书10页 附图13页

(54)发明名称

在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法与系统

(57)摘要

一种在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法，赞助者先于系统设定与兴趣点有关的赞助内容与报偿条件，服务器根据使用者装置产生的位置信息查询数据库后，得出对应位置信息的一或多个兴趣点，其中可包括具有报偿的兴趣点以及相关的赞助者信息，之后可以根据赞助者需求提供有报偿的兴趣点数据，当使用者根据兴趣点位置到达现场，开启兴趣点页面，其中有一或多个赞助内容，之后可依照报偿条件产生媒体内容，例如拍摄现场影片，上传至服务器后，当确认媒体内容符合赞助者设定的报偿条件时，提供一报偿，并能对应兴趣点位置建立一媒体内容链接。



1. 一种在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,运行于一兴趣点媒体内容管理系统的一服务器内,其特征在于所述的方法包括:

该服务器通过一网络接收一使用者装置产生的一位置信息;

于该服务器中,查询一数据库,得出对应该位置信息的一或多个兴趣点;

若该一或多个兴趣点包括有任一具有报偿的兴趣点,其中该具有报偿的兴趣点由一或多个赞助者通过该兴趣点媒体内容管理系统设定要赞助的地点,该具有报偿的兴趣点连结一或多个赞助内容,该兴趣点媒体内容管理系统通过该使用者装置提供该具有报偿的兴趣点的数据,其中至少包括该具有报偿的兴趣点的一兴趣点位置;

该服务器自该使用者装置接收一媒体内容;以及

当根据该媒体内容的一产生位置确认该媒体内容符合该具有报偿的兴趣点的一报偿条件时,提供一报偿。

2. 如权利要求1所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于该使用者装置在一电子地图中探索一范围的兴趣点时,产生该位置信息。

3. 如权利要求2所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,通过该使用者装置显示该范围内一或多个兴趣点时,标注其中具有报偿的一或多个兴趣点。

4. 如权利要求3所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,通过该使用者装置选择其中的一个具有报偿的兴趣点时,显示一兴趣点页面,其中包括一报偿提示图案、一或多个赞助内容,以及一兴趣点媒体内容。

5. 如权利要求1所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于该使用者装置在一位置时,该使用者装置内的一定位电路产生该位置信息。

6. 如权利要求5所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,经查询该数据库得出对应该位置信息有任一具有报偿的兴趣点时,主动传送一邀请信息至该使用者装置,并提供该具有报偿的兴趣点的该兴趣点位置以及该报偿条件。

7. 如权利要求6所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,若该位置信息对应有多个具有报偿的兴趣点,以一选择页面提供多个兴趣点的选项。

8. 如权利要求7所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于该使用者装置选择其中的一个兴趣点时,显示一兴趣点页面,且对应的该兴趣点位置为该位置信息。

9. 如权利要求1所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于该使用者装置中浏览多个兴趣点时,该服务器查询该数据库,提供各兴趣点的数据,于选择其中的一个兴趣点时,显示一兴趣点页面,且对应的该兴趣点位置为该位置信息。

10. 如权利要求4、8或9所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于该服务器自该使用者装置接收选择其中的一个兴趣点时,若该兴趣点对应多个赞助内容,该多个赞助内容以一轮播方式、一并列方式或一选择方式显示于该兴趣点页面上。

11. 如权利要求10所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于所述的兴趣点是指一个地理范围中的一种类型的一或多个兴趣点,或是多种类型的多个兴趣点。

12. 如权利要求1至9中任一项所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于,于确认该媒体内容符合该报偿条件时,于该服务器中,对应该兴趣点位置建立一媒体内容链接。

13. 如权利要求1至9中任一项所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在

于,一赞助者通过该服务器提供的一赞助内容设定页面设定该具有报偿的兴趣点,包括一兴趣点名称、该兴趣点位置、一赞助内容、一赞助时间、一目标使用者条件,以及该报偿条件。

14.如权利要求13所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于所述的赞助时间为设定通过该使用者装置提示该具有报偿的兴趣点的时间。

15.如权利要求13所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于所述的目标使用者条件为该赞助者设定可以得到该报偿的使用者的一筛选条件,包括该使用者的性别、位置、年龄以及该使用者的一追踪数量的其中的一个,或任意组合。

16.如权利要求13所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法,其特征在于所述的报偿条件为该赞助者设定可以得到该报偿的一门槛,包括该媒体内容的该产生位置、一产生时间、一影片内容以及一动作的其中的一个,或任意组合。

17.一种在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于所述的系统包括:

一服务器,其中以一或多个处理器执行一兴趣点媒体内容管理方法;

一数据库,链接该服务器,其中记载多个赞助者设定的多个兴趣点,包括各兴趣点的一兴趣点名称、一兴趣点位置、一赞助内容、一赞助时间、一目标使用者条件,以及该报偿条件;

其中于该服务器中运行的该兴趣点媒体内容管理方法包括:

通过一网络接收一使用者装置产生的一位置信息;

查询该数据库,得出对应该位置信息的一或多个兴趣点;

若该一或多个兴趣点包括有任一具有报偿的兴趣点,其中该具有报偿的兴趣点由一或多个赞助者通过该兴趣点媒体内容管理系统设定要赞助的地点,该具有报偿的兴趣点连结一或多个赞助内容,该兴趣点媒体内容管理系统通过该使用者装置提供该具有报偿的兴趣点的数据,其中至少包括该具有报偿的兴趣点的该兴趣点位置;

自该使用者装置接收一媒体内容;以及

当根据该媒体内容的一产生位置确认该媒体内容符合该具有报偿的兴趣点的该报偿条件时,提供一报偿。

18.如权利要求17所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,于该兴趣点媒体内容管理方法中,当该使用者装置在一电子地图中探索一范围的兴趣点时,产生该位置信息;以及,通过该使用者装置显示该范围内一或多个兴趣点时,标注其中具有报偿的一或多个兴趣点。

19.如权利要求18所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,通过该使用者装置选择其中的一个具有报偿的兴趣点时,显示一兴趣点页面,其中包括一报偿提示图案、一或多个赞助内容,以及一兴趣点媒体内容。

20.如权利要求17所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,于该兴趣点媒体内容管理方法中,于该使用者装置在一位置时,该使用者装置内的一定位电路产生该位置信息;根据该位置信息,经查询该数据库得出对应该位置信息有任一具有报偿的兴趣点时,主动传送一邀请信息至该使用者装置,并提供该具有报偿的兴趣点的该兴趣点位置以及该报偿条件。

21.如权利要求20所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,若该位置

信息对应有多个具有报偿的兴趣点,以一选择页面提供多个兴趣点的选项,并自该使用者装置接收选择其中的一个兴趣点时,显示一兴趣点页面,且对应的该兴趣点位置为该位置信息。

22. 如权利要求17所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,于该兴趣点媒体内容管理方法中,于该使用者装置中浏览多个兴趣点时,该服务器查询该数据库,提供各兴趣点的数据,于选择其中的一个兴趣点时,显示一兴趣点页面,且对应的该兴趣点位置为该位置信息。

23. 如权利要求19、21或22所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,于该服务器自该使用者装置接收选择其中的一个兴趣点时,若该兴趣点对应多个赞助内容,该多个赞助内容以一轮播方式、一并列方式或一选择方式显示于该兴趣点页面上。

24. 如权利要求23所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于所述的兴趣点是指一个地理范围中的一种类型的一或多个兴趣点,或是多种类型的多个兴趣点。

25. 如权利要求17至22中任一项所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于,于该兴趣点媒体内容管理方法中,当确认该媒体内容符合该报偿条件时,于该服务器中,对应该兴趣点位置建立一媒体内容链接。

26. 如权利要求17至22中任一项所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于所述的目标使用者条件为该赞助者设定可以得到该报偿的使用者的一筛选条件,包括该使用者的性别、位置、年龄以及该使用者的一追踪数量的其中的一个,或任意组合。

27. 如权利要求17至22中任一项所述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统,其特征在于所述的报偿条件为该赞助者设定可以得到该报偿的一门槛,包括该媒体内容的该产生位置、一产生时间、一影片内容以及一动作的其中的一个,或任意组合。

在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法与系统

技术领域

[0001] 一种媒体内容管理的方法与系统,特别是一种吸引群众在特定被赞助的兴趣点产生媒体内容而达成赞助效果的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法与系统。

背景技术

[0002] 社群媒体除了提供社群活动的服务外,还渐渐取代传统媒体而成为内容中心、新闻中心以及购物平台,因此也吸引了有广告需求的业者。由于社群媒体可以通过大数据分析得到社群使用者的个人信息,如性别、年龄、兴趣、职业等,因此业者可能花钱在社群媒体上投放广告,并可设定营销的对象类型,例如商品为女性偏好者,业者可能设定营销对象为女性;商品为电子产品,业者可设定特定年龄范围内的族群;商品为婴幼儿产品,业者可设定有小孩的妈妈族群等。

[0003] 在社群媒体,或是其他如搜寻网站、部落格等媒体上投放广告时,一般仅是在广告上提供联络方式,如业者商店的地址、网页、社群使用者名称、电话号码、电子邮件等,让有兴趣的社群使用者点入得到广告以外的更多店家信息,达到广告的目的。

[0004] 然而,就投放广告的具有实体店面的业者而言,即便能够通过社群媒体追踪到链接到其网站或是相关社群页面的人数,但却不容易掌握到哪些到店的消费者是通过这些广告而来的,因此不容易评估广告效益,只能不断地花钱营销,得到不确定的广告效果。

[0005] 示意图可参考图1所示传统通过社群媒体置放广告的情境示意图。

[0006] 此例显示使用者10在使用者装置12上浏览内容时,例如以社群程序120观看社群网站,另外可能是观看部落格、一般网页或是通过搜索引擎得到的搜寻结果,内容当中可能会插入广告122,广告122一般是显示吸引使用者10点入的内容,使得使用者10可以转跳到广告主设定的网页14,或是直接(虚线)显示商店16的地址与联络方式,最终目的是希望看到广告122的人可以到店消费。

[0007] 不过,在这样传统的广告方式,商店16业者除了通过询问或是问卷调查外,其实并不容易得知到店的消费者是因为投放在某个社群程序120中的广告122而得知商店16信息并来店消费的。

发明内容

[0008] 有鉴于传统通过社群媒体、部落格、网页投放广告的营销方式效果不彰,或是不容易判断广告效果的缺点,揭露书公开一种在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法与系统,其中主要概念是,当赞助者在一兴趣点媒体内容管理系统中针对一兴趣点投放赞助内容,如一实体商店、建筑物、景点或区域的地址与内容,还包括报偿给使用者的条件。之后,兴趣点媒体内容管理系统设定分润给使用者的比例与办法,并将此具有报偿的兴趣点相关信息传送给使用者,使用者可以到达兴趣点位置,并依据系统与赞助者的要求产生一媒体内容,不拘是文字、语音、照片与影片的组合,并携带一定位信息,上传至兴趣点媒体内容管理系统的服务器中,经判断为符合报偿条件的媒体内容,系统将提供一报偿给使用者。

[0009] 如此,通过所述兴趣点媒体内容管理方法与系统,可以让使用者到特定兴趣点位置时,看到赞助内容,赞助者也因为所投放的赞助内容而吸引人到达兴趣点位置,因此可以提供有实际的赞助效益,对于赞助者而言,如果是个人、企业、商店业主,可达成一定宣传的目的。对于使用者而言,可以因为到达兴趣点位置时产生符合优惠与报偿条件的媒体内容。

[0010] 根据实施例,兴趣点媒体内容管理方法运行于一兴趣点媒体内容管理系统的服务器内,当服务器通过网络接收一使用者装置产生的位置信息时,服务器中软件程序将查询数据库,得出对应使用者装置的位置信息的一或多个兴趣点(POI),若其中有任一具有报偿的兴趣点,服务器将通过使用者装置提供具有报偿的兴趣点的数据,例如,一兴趣点位置以及相关赞助者的信息。其中,所述具有报偿的兴趣点可由一或多个赞助者通过所述的兴趣点媒体内容管理系统设定要赞助的地点,这个地点并不受限于赞助者的实体店面,因此,具有报偿的兴趣点将可能连结一或多个赞助内容。

[0011] 之后,使用者可携带使用者装置到达具有赞助者的兴趣点位置,并产生一媒体内容,例如拍摄一个与兴趣点相关的影片,经上传服务器后,由服务器内软件程序根据媒体内容的一产生位置确认媒体内容符合一报偿条件时,系统将提供一报偿,这就是赞助者提供费用的一个比例的利益。

[0012] 进一步地,在服务器中,将媒体内容建立对应兴趣点位置的一媒体内容链接,可让其他使用者浏览到此兴趣点的时候观赏相关的媒体内容。

[0013] 较佳地,使用者可以在使用者装置上一电子地图中探索一地理范围,过程中会产生对应这个范围的位置信息,经上传服务器后,将比对得到这个范围中的兴趣点,同样地,系统也会提供关于其中具有报偿的兴趣点的信息以及赞助者信息,让使用者可以前往兴趣点位置以相同的方式得到报偿。

[0014] 在另一实施例中,当使用者携带使用者装置在一位置时,使用者装置内的一定位电路产生位置信息,并上传至兴趣点媒体内容管理系统服务器,经查询数据库后,若得出对应这个位置信息有任一具有报偿的兴趣点时,系统将主动传送一邀请信息至使用者装置,并提供具有报偿的兴趣点的兴趣点位置、报偿条件,或加上赞助者信息。

[0015] 兴趣点媒体内容管理系统提供的使用者端软件程序亦提供使用者浏览信息,当其中包括有具有报偿的兴趣点时,可以选项提供使用者选择其中的一个兴趣点,经选择某个兴趣点后,系统将通过使用者装置显示一兴趣点页面,并提供对应信息,使得使用者可以决定是否前往取得报偿。

[0016] 进一步地,当服务器自使用者装置接收选择其中的一个兴趣点时,若此兴趣点对应多个赞助内容,这些赞助内容可以一轮播方式、一并排方式或一选择方式显示于兴趣点页面上。

[0017] 进一步地,赞助者可通过服务器提供的一赞助内容设定页面设定赞助内容,产生具有报偿的兴趣点,其中包括兴趣点名称、兴趣点位置、赞助内容、赞助时间、目标使用者条件,以及报偿条件。

[0018] 在兴趣点媒体内容管理系统的实施例中,设有一服务器,其中以一或多个处理器执行上述兴趣点媒体内容管理方法,设有一数据库,其中记载多个赞助者设定的多个兴趣点,包括各兴趣点的数据、一兴趣点位置、赞助内容以及一报偿条件。并且,当一个兴趣点的赞助者不只一个时,系统将依照一排序策略顺序提供赞助内容给使用者。

[0019] 为了能更进一步了解本发明为达成既定目的所采取的技术、方法及功效,请参阅以下有关本发明的详细说明、图式,相信本发明的目的、特征与特点,当可由此得以深入且具体的了解,然而所附图式仅提供参考与说明用,并非用来对本发明加以限制者。

附图说明

[0020] 图1显示传统通过社群媒体置放广告的情境示意图;

[0021] 图2显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统的系统架构实施例示意图;

[0022] 图3A~3D示意显示赞助者通过使用者接口设定赞助内容的实施例示意图;

[0023] 图4显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施例流程图之一;

[0024] 图5显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施例流程图之二;

[0025] 图6显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施例流程图之三;

[0026] 图7显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施例流程图之四;

[0027] 图8显在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施例流程图之五;

[0028] 图9A~9C显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法中通过探索提供兴趣点信息的实施例示意图之一;

[0029] 图10A~10C显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法中通过探索提供兴趣点信息的实施例示意图之二;

[0030] 图11A~11C显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法中主动通知使用者具报偿的兴趣点信息的实施例示意图。

具体实施方式

[0031] 传统广告主(特别是具有实体店面的业者)在特定网络媒体上投放广告主要目的是希望吸引使用者点入广告进入商店网站,或是看到广告记载的信息到店消费,而计算广告费用往往是从点选广告或是浏览率来计算,对于业者来说,不容易评估广告的成效。揭露书所提出的在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统则是可以让赞助者明确地得知自己所赞助的某个兴趣点的使用者,并且根据赞助目的,能进一步得到明确赞助的效果。值得一提的是,所述具有报偿的兴趣点可由一或多个赞助者通过揭露书提出的兴趣点媒体内容管理系统建构的平台或云端系统设定要赞助的地点,这个地点并不受限于赞助者的实体店面或是有任何地缘关系的地点,而可以为各种景点、某个区域、建筑物,甚至是其他实体有店面的地点,如此,一个具有报偿的兴趣点将可能有多个赞助者,也因此可以连结一或多个赞助内容。

[0032] 在赞助下的兴趣点媒体内容管理系统的主要概念可以参考图2所示的系统架构实施例示意图。

[0033] 图中显示由计算机系统实现的兴趣点媒体内容管理系统20,其中以一服务器的一或多个处理器执行一兴趣点媒体内容管理方法,其中运行的软件程序的功能可以分别以使用者管理模块201、位置与媒体内容处理模块202、赞助者管理模块203与媒体内容管理模块204来解释。

[0034] 使用者管理模块201用以管理系统的使用者,成为兴趣点媒体内容管理系统20的使用者可以通过安装并执行于使用者装置中的软件程序进行注册,并与系统通信,包括传

递位置信息,以及取得系统提供的兴趣点信息。

[0035] 图中显示有一景点24,这是表示让在兴趣点媒体内容管理系统20投放广告的赞助者决定投递赞助广告(222)的地点,系统通过赞助者管理模块203提供广告设定页面设定广告,包括设定播放广告的地点、广告的形式、内容、播出广告的时间与设定的目标使用者(族群),并在系统的要求下,需要设定报偿使用者的条件,最后投递赞助广告(222)到兴趣点媒体内容管理系统20,这个赞助广告虽非针对赞助者的实体店面或直接相关的地点,但可能因为赞助了知名的景点或地点而产生广告的效果。如此,在兴趣点媒体内容管理系统20中设有一数据库(未示于此图中),链接其中计算机软件实现的服务器,数据库中记载多个赞助者设定的多个兴趣点,包括的信息例如各兴趣点的兴趣点名称、兴趣点位置、赞助内容、赞助时间、目标使用者条件,以及报偿条件。

[0036] 图中示意显示在一些位置的使用者21,22,23,25,都可能成为兴趣点媒体内容管理系统20的使用者,经使用者管理模块201认证身份后,可以接收到系统传送的请求媒体内容(221)信号,将有报偿的兴趣点的相关信息传送给各使用者装置上,如同系统邀请使用者21,22,23,25前往赞助者设定的兴趣点(如景点24)位置产生媒体内容,并上传而完成可以取得报偿的动作。

[0037] 此例显示使用者25到达景点24的位置,根据报偿条件产生媒体内容,例如拍摄景点24的相关影片或是照片,或可以文字写出对于景点24的描述,接着传送媒体内容(223)到兴趣点媒体内容管理系统20,由其中位置与媒体内容处理模块202处理使用者25上传的媒体内容。根据实施例,位置与媒体内容处理模块202将取得媒体内容的上传位置,因此可以对照景点24的位置而确认是否符合赞助者设定的报偿条件。除了赞助者可以确认是否媒体内容可达到报偿条件的方式外,兴趣点媒体内容管理系统20亦可通过位置与媒体内容处理模块202等软件手段自动分析媒体内容,取出其中特征,如影像特征、文字或语音特征,进而比对景点24的相关特征,以确认媒体内容为符合针对景点24产生的内容,或是判断内容是否符合赞助者设定的报偿条件。

[0038] 经确认符合报偿条件后,除了通过兴趣点媒体内容管理系统20中使用者管理模块201对使用者25提供报偿外,例如记载于对应使用者帐户内,或是寄送优惠方案等,还以媒体内容管理模块204建立关联到此景点24的兴趣点位置的媒体内容链接,之后可以成为终端显示内容28,在使用者装置上显示出来,成为他人探索、浏览与取得兴趣点信息的数据。并且,当一个兴趣点的赞助者不只一个时,系统将可依照一排序策略顺序提供赞助内容给浏览的使用者观看。举例来说,当显示在使用者接口上的赞助者内容空间不够时,系统可以轮播方式播出赞助内容,而排序策略则可以赞助者提出的费用、报偿条件(如价钱)等条件进行排序;或是,系统可以根据赞助者提出赞助的时间顺序进行排序。

[0039] 在一实施例中,当一兴趣点具有多个赞助者与赞助内容,赞助内容在使用者接口有足够显示空间时,可以并排方式显示在使用者装置上的软件接口(兴趣点页面)上,并形成链接按钮,让使用者可以点入赞助内容。另有方式是在兴趣点页面上提供选单(如下拉式选单)的选择方式,让使用者自由选择有兴趣看下去的赞助内容。

[0040] 值得一提的是,以上所述的报偿主要是要奖励在具有报偿的兴趣点上建立媒体内容(文字、语音、图片与影片的一个或其任意组合)并上传成为系统内容的使用者,而且可以有实质报偿的办法,例如是一种广告报偿(advertisement reward),也就是赞助者在兴

趣点媒体内容管理系统设定赞助广告时,会支付一笔广告费用,而兴趣点媒体内容管理系统将一部分费用分润给符合上述报偿条件的使用者,而报偿的形式不拘,主要是提供使用者因为上传媒体内容而达到广告效果的利益分享。例如在系统中设定的虚拟货币,可以在系统或是相关平台如同货币般地购买商品或服务;现金报偿,可以将分润转账至使用者金融账户;商品或服务优惠,例如是赞助者所属实体或虚拟商店或品牌中消费的优惠办法、折扣等。实际实施时,所述报偿并不受限于以上列举方式,而可依照赞助者或是使用者的喜好而定。

[0041] 广告赞助者可以通过执行安装于计算机系统的软件程序连接兴趣点媒体内容管理系统,从中设定广告,如图3A~3D示意显示赞助者通过使用者接口设定赞助内容的实施例示意图。

[0042] 图3A示意显示在使用者装置上呈现的赞助者页面31,这是一个广告主或是赞助者的主页面,对于赞助者而言,兴趣点可指任一区域范围中某个类型的兴趣点,如公园、学校、商店等,通过设定赞助内容的页面,可让赞助者可以选择地图上的某个范围,或是指定某个区域(如国家、县市、道路等)设定其中某个类型的兴趣点,包括设定赞助内容与其相关页面,包括电话、邮件、网页等。赞助者可通过赞助者页面31中的建立广告启动按键301进入赞助内容设定页面。

[0043] 图3B显示提供赞助者设定一种赞助广告(sponsor)的赞助内容设定页面33,与上述到店广告不同的是,赞助者可以随意设定非店面的兴趣点,较佳地可以选择有地理位置相关连的位置,但也不受限一定要在否某处设置赞助广告。一旦赞助者设定赞助某处的广告,当使用者浏览某个地理位置时,页面上将呈现赞助的信息,是一种类似形象广告的概念;也可以是依附在知名景点,达到扩展知名度的目的;或是将赞助广告放在商业上有合作的其他商店页面上,产生依附关系,同样可以拓展业务与知名度。如此,具有报偿的兴趣点可具有一或多个赞助者,并连结一或多个赞助内容。

[0044] 在赞助内容设定页面33中,赞助者可以填写商店/企业/个人名称作为兴趣点上赞助内容的名称,并可填入某个兴趣点位置,例如可以通过电子地图选择赞助某个区域中的某个类型的兴趣点,如在此区域中的公园、学校、餐厅、建筑物等,系统初步可以依照每个兴趣点的属性设定一个默认范围。举例来说,若有企业想要通过某个区域范围中的孤儿院、老人院、公园等兴趣点的认养来增加企业形象,可以通过此兴趣点媒体内容管理系统赞助某些兴趣点,达到增加形象的目的。

[0045] 同样地,赞助者也可以在此页面上设定赞助时间,可以包括广告投放期间、每日时间、周一~周日选择等;目标使用者同样用于限定可以取得报偿的使用者,请求产生媒体内容的使用者的性别、位置范围、年龄、目标使用者的追踪数量等。另可让赞助者设定广告费用与报偿条件。

[0046] 在一实施例中,受到赞助的兴趣点可指一个地理范围中的一种类型的一或多个兴趣点,或者是多种类型的多个兴趣点。当赞助者通过赞助内容设定页面33设定兴趣点时,可以利用如图3C所示图例中的电子地图34圈选出一个赞助范围35,这时系统将根据圈选的范围(如经纬度)查询数据库得出其中的兴趣点,提供赞助者选择欲赞助的一或多个兴趣点。然而,选择赞助范围35或是特定一或多种类型的兴趣点的方式并不限于特定方式,例如仍可使用关键词输入得到某个类型的兴趣点。

[0047] 更者,还可如图3D所示,系统可将兴趣点进行分类,提出几种类型,例如,景点(如地标、公园)、学校(如中小学、育幼院、孤儿院等)、建筑物(如博物馆、政府机关、古迹等)、商圈(如商店、购物中心、购物大街等)等,让赞助者可以通过选择这些赞助类型选项37的一个,可一次设定多个要赞助的兴趣点,或是选择多种类型涵盖的多个兴趣点。此类赞助兴趣点并没有指向特定店家或是地点,而是依照赞助者的需求选择,可以提供个人、机关团体、没有实体店面的企业或是网络商店的业者设定赞助。

[0048] 举例来说,当赞助者想要在英国伦敦市内所有的公园投递赞助广告,即通过电子地图34找到伦敦市,将地图缩放到可以看到整个伦敦市的范围,利用手指或是圈选工具框住伦敦市,设定赞助范围35,此时,兴趣点媒体内容管理系统将从使用者装置得到赞助范围35的坐标数据,以此查询数据库得出赞助范围35内的兴趣点,以提供使用者选择赞助的兴趣点。在上述实施例中,系统提供这些兴趣点的分类信息,成为兴趣点的类型选项,让使用者可以从中决定赞助的兴趣点类型。

[0049] 通过上述兴趣点媒体内容管理系统架构的云端服务,使用者装置中安装并执行与系统传递信息的对应软件程序,运行其中的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的实施流程图如图4所示。

[0050] 此例中,开始如步骤S401,兴趣点媒体内容管理系统根据各赞助者设定报偿条件建立兴趣点数据,建构一个包括多个赞助者设定的多个兴趣点的数据库。报偿条件主要是产生符合取得报偿的媒体内容的条件,如拍摄位置应该是到达兴趣点的附近(某个范围内)、拍摄内容应该关于兴趣点的影像。对于赞助者而言,除了与兴趣点位置相关外,在兴趣点产生媒体内容的报偿条件中可以要求使用者拍摄涵盖兴趣点的内容,或是可涵盖有关赞助者的相关内容,才算符合报偿条件。

[0051] 当兴趣点媒体内容管理系统运作时,如步骤S403,系统中服务器的软件程序持续与使用者装置中的软件程序联机与交换数据,持续接收使用者装置产生的位置信息,包括使用者识别数据(ID)与装置定位信息(如GPS),更者,系统接收的位置信息也可以是使用者利用电子地图探索产生的地图位置、或是随意浏览到具有报偿的地点的页面(如探索某景点得到的页面)时,软件程序根据兴趣点数据得到地点对应的位置信息。

[0052] 当系统得到使用者装置产生的位置信息,如步骤S405,系统持续查询数据库以得出符合使用者位置的兴趣点。在另一个实施方式中,就赞助者的角度来看,可以通过兴趣点媒体内容管理系统找出符合条件(对照了兴趣点位置、目标使用者、时间等条件)的使用者。在步骤S407中,系统根据目标使用者条件筛选使用者,得到符合条件的使用者,并对对应的使用者装置传送具有报偿的兴趣点信息,如此,系统将可以据此主动提出邀请信息而希望使用者前往兴趣点位置取得报偿。

[0053] 需要一提的是,对于使用者而言,可能同时取得一或多个根据位置信息查询具有报偿的兴趣点的结果,因此,系统可提供选项给使用者,由使用者自行决定欲前往取得报偿的兴趣点;或是,系统可以针对符合资格的使用者提供兴趣点(有提供报偿者)排序,由使用者选择后,即传送对应具有报偿的兴趣点信息。其中,具有报偿的兴趣点可包括由一或多个赞助者设定的一或多个赞助内容,因此可以通过轮播、并排或选择方式提供使用者点选有兴趣的赞助内容。

[0054] 在步骤S409中,使用者到达兴趣点位置,通过使用者装置制作多媒体内容,再上传

系统,由系统接收使用者上传媒体内容,并在步骤S411中确认媒体内容是否符合某赞助者设定的报偿条件。若不符合报偿条件(否),例如位置错误或是内容不符设定,可以如步骤S413,系统通知使用者不符报偿条件的相关信息,在一实施例中,即便如此,也是完成了一个媒体内容,如步骤S417,在兴趣点媒体内容管理系统提供的机制下,仍可上传而对应制作媒体内容的位置上建立链接,这个位置仍可能是兴趣点位置。当系统确认媒体内容符合报偿条件(是),即执行步骤S415,由系统根据设定产生报偿,报偿的形式与内容则依据事先赞助者的需求与系统的设定而定,同样地,如步骤S417,系统将于对应兴趣点的位置建立媒体内容连结。

[0055] 当使用者上传媒体内容时,不论是否符合兴趣点对应的报偿条件,都可以成为地图上的媒体内容链接,这些都是提供他人探索、浏览与显示的某个兴趣点相关的媒体内容。

[0056] 在图5显示兴趣点影片拍摄管理方法的实施例流程图中,这是一个根据使用者位置主动通知附近有具有报偿的兴趣点。

[0057] 流程一开始,如步骤S501,系统先取得使用者装置中定位电路(如GPS电路)产生的位置信息,在步骤S503中,系统中软件程序根据位置信息比对数据库,以得出符合使用者位置的兴趣点,包括步骤S505所述,查询数据库中各兴趣点的赞助数据,确认目前符合投放广告的条件(时间、期限、目标使用者条件等),并据此判断其中是否包括具有报偿的兴趣点?(步骤S507)

[0058] 若查询的结果显示并未有具有报偿的兴趣点(否),表示系统并不提供任何具有报偿的兴趣点信息,但可能有一般兴趣点,可将相关兴趣点信息提供使用者外,流程回到步骤S501。若针对使用者装置产生的位置信息查询到具有报偿的兴趣点(是),流程继续步骤S509,系统将主动传送使用者装置附近包括有提供报偿的兴趣点,因为广告需求,同时可传送拍摄影片的请求给符合条件的使用者,其中可包括主动传送一邀请信息至使用者装置,并提供具有报偿的兴趣点的兴趣点位置与报偿条件。

[0059] 之后,使用者通过使用者装置取得有报偿的兴趣点的信息后,可以前往兴趣点,依照报偿条件制作媒体内容,如拍摄影片,接着如步骤S511,传送到系统的服务器,由服务器接收使用者上传影片。接着,如步骤S513,若以影片为例,可以通过软件手段取得影片的相关数据,如拍摄位置、长度、其中内容特征等,以此确认影片是否符合报偿条件?

[0060] 若影片并不符合报偿条件(否),在步骤S515中,系统将通知使用者不符报偿条件的信息,但是系统仍是可以建立某个位置上的链接(步骤S519)。反之,当影片经解析后判断为符合报偿条件的影片(是),如步骤S517,系统可根据赞助者提供的费用演算而产生报偿,同样地,如步骤S519,以此影片在对应兴趣点的位置建立影片链接。

[0061] 图6显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法的另一实施例流程图,此例显示使用者操作使用者装置探索某个区域,或是搜寻特定关键词,经探索一个区域时,会形成对应这个区域的位置信息,如步骤S601,系统接收使用者装置传送的探索位置,这个探索位置将对应一个范围,这个范围可能是使用者装置的显示范围,并可能依照使用者操作缩放而改变显示范围,当系统得到这些改变所对应的位置信息,则如步骤S603,先查询数据库,响应这个探索指令而产生一或多个兴趣点,可以标注在电子地图上。

[0062] 同时,如步骤S605,在这些兴趣点中,可以得出一般兴趣点以及具有报偿的兴趣点,在步骤S607中,即通过使用者接口显示兴趣点信息,还可在探索的电子地图上标示具有

报偿的兴趣点,如步骤S609,或是可以条列式选单提供使用者多个具有报偿的兴趣点信息。进一步地,如步骤S611,当使用者选择其中的一个兴趣点时,画面进入兴趣者页面,若此兴趣点提供报偿,将可以各种方式在页面上显示一或多个赞助内容。

[0063] 在另一实施例中,如图7,系统提供使用者携带执行有特定软件程序的使用者装置,仅是待在某处时,由于使用者装置中定位电路持续产生,系统将持续取得使用者装置产生的位置信息(步骤S701),过程中也会得到使用者识别数据,系统也就比对数据库,除了得到使用者数据外(用以比对目标使用者条件),还判断是否有符合使用者位置的兴趣点?(步骤S703)

[0064] 在此软件流程中,若在使用者装置的位置附近(可由使用者或系统设定范围)并未得到任何兴趣点(否),流程将反复步骤S701与步骤S703,直到得出兴趣点。

[0065] 若附近有兴趣点(是),系统可通过使用者装置显示选择的范围内一或多个兴趣点,并接着如步骤S705,系统中软件依据兴趣点的一相关范围查询当中是否有具有报偿的兴趣点?

[0066] 若经查询数据库后得知这个范围内并不包括具有报偿的兴趣点(否),程序将反复步骤S701。反之,若这个范围中包括至少一个赞助者设定的具有报偿的兴趣点(是),将继续步骤S707,判断使用者是否符合其中的一个兴趣点赞助者设定的资格?也就是藉此确认使用者是否为在某兴趣点上设定的目标使用者?

[0067] 若是系统判断使用者为其中的一个兴趣点赞助者设定的目标使用者(是),将以图案或特定方式标注其中具有报偿的一或多个兴趣点(步骤S709),使得使用者可以选择有兴趣的兴趣点。当使用者装置选择其中的一个兴趣点时,根据系统提供的兴趣点数据显示对应的兴趣点页面。

[0068] 在步骤S707中,若当中没有符合使用者资格的具有报偿的兴趣点(否),即表示仅有一般登记在系统中的兴趣点,即反复步骤S701、S703与S705。

[0069] 在一实施例中,在步骤S709中,通过使用者装置上的软件程序,系统发出提示使用者附近有具有报偿的兴趣点的信息,例如在画面上以符号显示这里包括有报偿的兴趣点,或是振动、声响等方式都可。若位置信息对应多个具有报偿的兴趣点,可以一选择页面提供多个兴趣点的选项。

[0070] 之后,如步骤S711,使用者可以选择其中的一个兴趣点,其中将显示有一或多个赞助内容,之后前往兴趣点位置,拍摄影片并上传,由系统接收使用者上传影片,并如步骤S713,由系统通过软件程序确认影片是否符合报偿条件?

[0071] 若拍摄的影片并不符合条件(否),即执行步骤S715,通知不符报偿条件的信息,同样地,仍可如步骤S719,在地图上对应位置建立影片链接。若拍摄的影片符合报偿条件(是),在确认影片符合报偿条件后,根据赞助者在系统上设定的条件产生报偿(步骤S717),报偿内容如以上实施例所述,并于对应兴趣点的位置建立影片连结(步骤S719)。

[0072] 在图8显示的实施例流程中,描述使用者浏览某些地点(景点、商店页面等与地点相关的数据)得到具有报偿的提示信息,如步骤S801,系统通过网络接收使用者装置产生浏览的影片信息,此时同样回传这个兴趣点的相关信息,也可包括兴趣点的位置信息,如此,系统将得到兴趣点与兴趣点位置,如步骤S803,系统查询数据库,并在步骤S805中,系统将判断目前浏览的影片对应的地点是否提供赞助内容以及报偿?

[0073] 若这个兴趣点并不提供报偿(否),也就是没有人赞助广告,即执行步骤S807,同样在兴趣点页面上显示一般信息;在步骤S809中,表示目前浏览的兴趣点有提供报偿,也就是有投放赞助广告,系统将根据地点位置查询得出赞助内容,除了显示在使用者装置上,还提示使用者目前浏览的地点提供影片上传的报偿。若同一兴趣点有多个赞助内容,系统根据显示空间(可动态决定)提供轮播赞助内容、并排显示赞助内容,或以一选择方式提供使用者选择观看有兴趣的赞助内容。

[0074] 其中,当使用者浏览一些地点时,系统通过使用者装置的操作产生的浏览兴趣点的指令,经选择其中的一个兴趣点时,对应的兴趣点位置为传送到系统的位置信息,系统应用使用者装置显示一兴趣点页面,若为具有报偿的兴趣点,其中将包括报偿提示图案、一或多个赞助内容以及兴趣点媒体内容。

[0075] 接着,以下以使用者装置显示示意图方式表示趣点媒体内容管理方法运作的情境。如图9A~9C所示,描述兴趣点媒体内容管理方法中通过探索提供兴趣点信息的实施例图。

[0076] 图9A显示兴趣点探索页面91,其中在地图上显示有几个兴趣点911,912,这是根据使用者装置传送的位置信息而从数据库查询得出的,并设有拍摄按钮913,可以让使用者立即操作而制作影片。

[0077] 图9B显示一兴趣点页面92,这是使用者点入某个兴趣点后产生该兴趣点的影像,可以是播放影片等兴趣点媒体内容922,若此兴趣点有提供报偿,将可以报偿提示图案921提示使用者可以前去得到报偿,若此报偿又是因为此地点有赞助者所提供,兴趣点页面92中可以特定区块显示出赞助内容923,其中可能显示为某厂商名称与网页连结、某个正在竞选的候选人的名字与照片,或仅是否个品牌的形象广告。

[0078] 图9C显示一个预备拍摄页面93,这是当使用者到达兴趣点时,进入这个预备拍摄的页面,上方同样提示这个兴趣点932具有可以取得报偿的好处,此时,使用者可以利用兴趣点拍摄按钮931开始拍摄影像。

[0079] 在进入预备拍摄的页面的实施例中,除了可以由使用者开启外,还可以由软件判断目前使用者装置产生的位置信息符合某个兴趣点的位置时,由软件自动因为位置符合而驱动开启。因此,通过执行于使用者装置内的软件程序,使用者在没有预定要前去任何具有报偿的兴趣点时,仍可得知附近有具有报偿的兴趣点,并能同时显示赞助内容。

[0080] 图10A~10C则是显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法中通过探索提供兴趣点信息的实施例图。

[0081] 图10A显示使用者通过软件探索一些兴趣点,可以不是使用者所在位置相关的兴趣点,其中显示某个兴趣点的兴趣点探索页面101,其中显示了兴趣点天气信息1011,以及相关使用者连结1012,这些使用者为已经在这个兴趣点上制作媒体内容了。若附近目前有具报偿的兴趣点,则提示如图显示的具报偿的兴趣点1013,1014,在一实施方式中,这些兴趣点1013,1014上显示的内容可以是赞助者所设定的赞助内容。

[0082] 当使用者有兴趣点入其中兴趣点,如图10B所示,可以进入兴趣点页面102,其中显示兴趣点媒体内容1022之外,还提示这个兴趣点提供报偿,如报偿提示图案1021,以及在某个显示位置上显示出赞助厂商或是个人的赞助内容1023。

[0083] 图10C显示一个预备拍摄页面103,也就是使用者可以前往该兴趣点1032,利用兴

趣点拍摄按钮1031拍摄影片。

[0084] 图11A~11B显示在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法中主动通知使用者具报偿的兴趣点信息的实施例图。

[0085] 图11A显示兴趣点通知页面111,这是在使用者携带使用者装置到某处时,其中软件程序主动发出位置信息,由系统比对数据库得到附近有多个具报偿的兴趣点,此例显示包括具报偿兴趣点一1111、具报偿兴趣点二1112与具报偿兴趣点三1113,在几个兴趣点的链接上可以同时显示出赞助内容。

[0086] 接着在图11B显示了使用者点入某个兴趣点后的显示画面,兴趣点页面112中同样依据该兴趣点的数据,显示兴趣点媒体内容1122与一或多个赞助内容1123,并以报偿提示图案1121提示有提供报偿。

[0087] 在一实施例中,通过探索一个范围时,将回传系统一个位置信息(如这个范围的中心点),系统将根据默认或是使用者设定查询这个范围中的兴趣点,经查询数据库后,若有赞助者,则可得到位置信息对应的多个具有报偿的兴趣点,各兴趣点也可能有一或多个赞助者,此时,可以一选择页面提供多个兴趣点的选项。当系统自使用者装置接收选择其中的一个兴趣点时,同样回传这个兴趣点的位置或是识别信息,系统将提供使用者装置显示一兴趣点页面。若这个兴趣点同时有多个赞助者,也对应多个赞助内容,这些赞助内容可以轮播方式、并排方式或选择方式显示于兴趣点页面上。

[0088] 实施例可参考图11C,不论是上述经探索、浏览或是系统根据位置信息主动邀请的情况,系统提示具有报偿的兴趣点,经使用者选择其中的一个兴趣点时,若此兴趣点具有多个赞助者,如图所示,一个兴趣点页面中可以显示出多个赞助内容:赞助内容一1131、赞助内容二1132与赞助内容三1133,图中显示将这些赞助内容以并排方式显示,若是显示空间不足,或是系统设定,系统仍依照一排序策略顺率轮播,或是以一选择方式提供使用者观看。

[0089] 综上所述,根据以上描述的在赞助下的兴趣点媒体内容管理方法与系统的实施例,可知,系统提供赞助者一种到店或是某处位置营销的服务,赞助的方式并不限于特定位置,而是可针对某种地理范围内的某个型态的地点,产生具体而有效的广告效果,而对于使用者而言,则是需要到店或某处位置才能得到广告报偿,提供使用者具体可以取得的报偿,而具有到店的动机,还提供赞助的方案,让赞助者可以选择一个兴趣点设定赞助内容,形成一种新颖的赞助广告服务。

[0090] 以上所述仅为本发明的较佳可行实施例,凡依本发明申请专利范围所做的均等变化与修饰,皆应属本发明的涵盖范围。

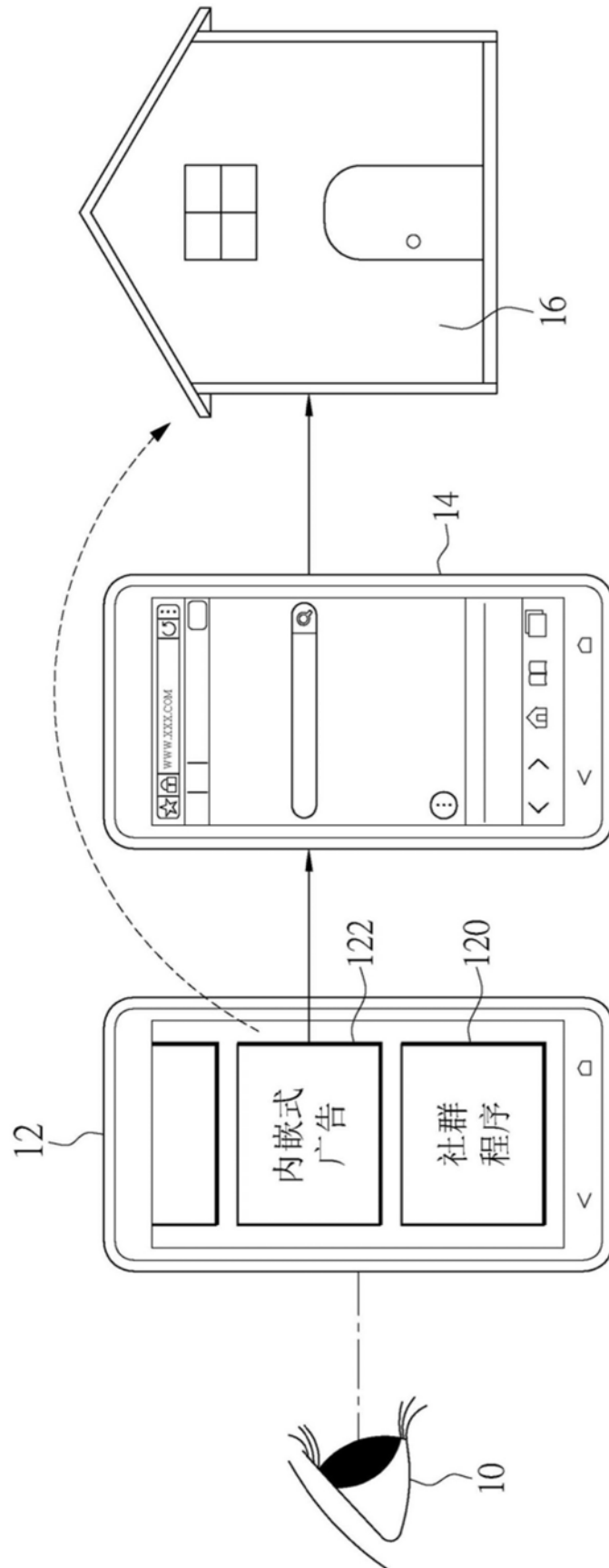


图1

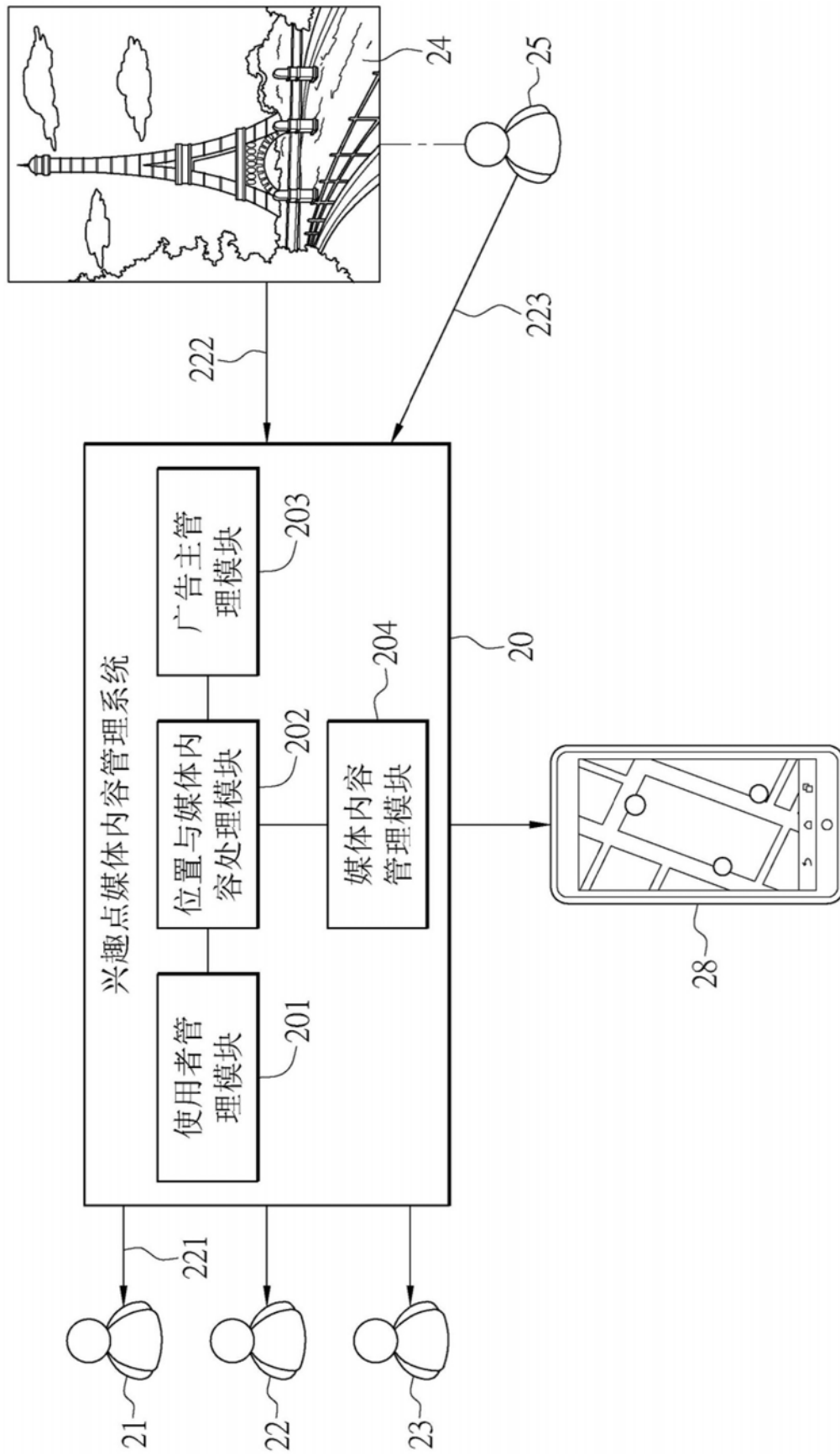


图2

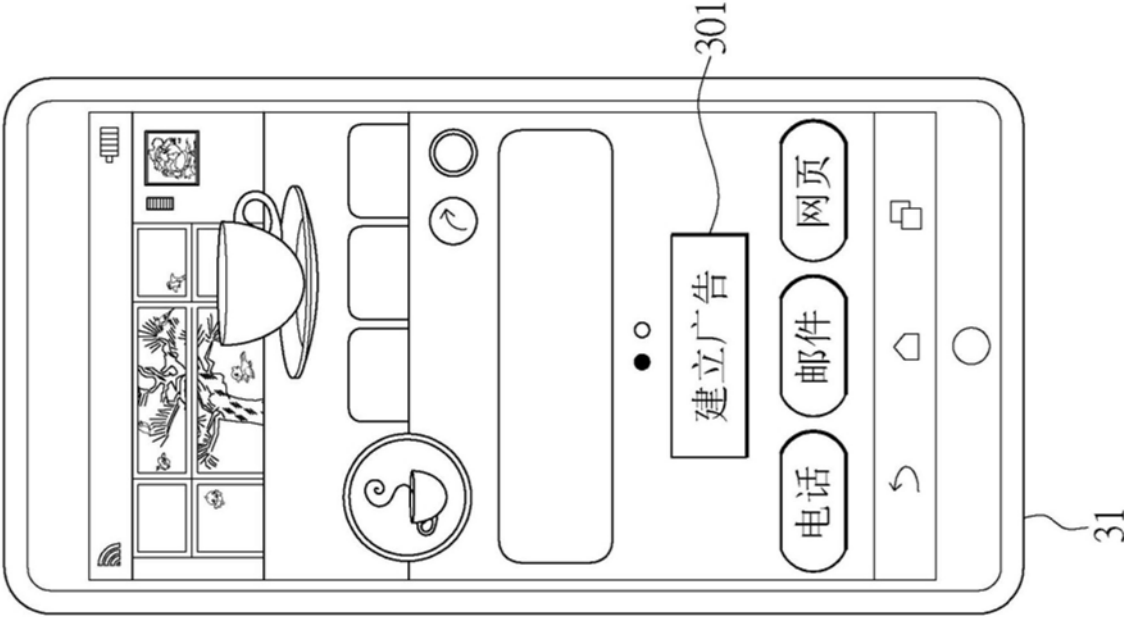


图3A

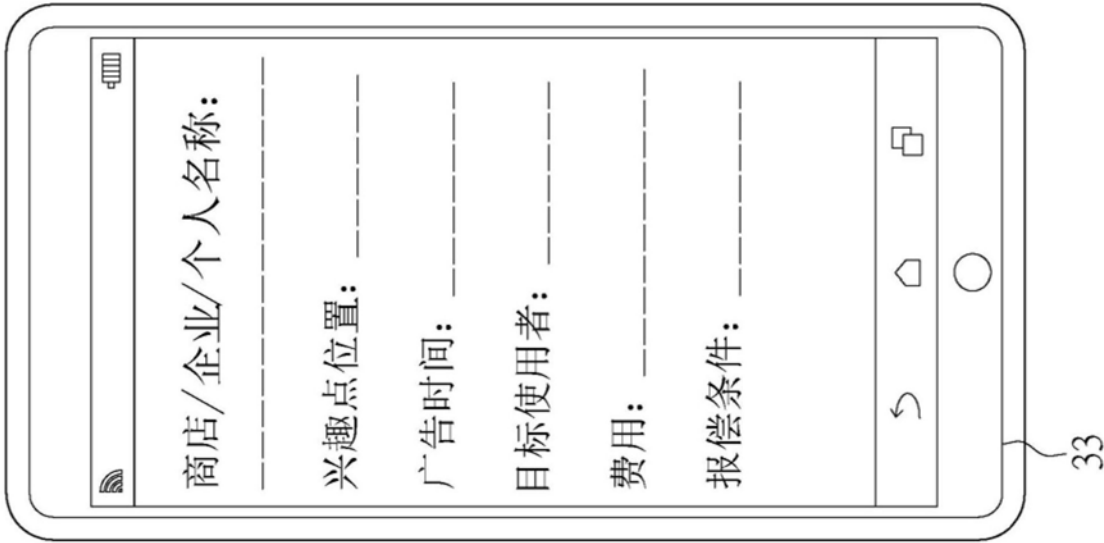


图3B

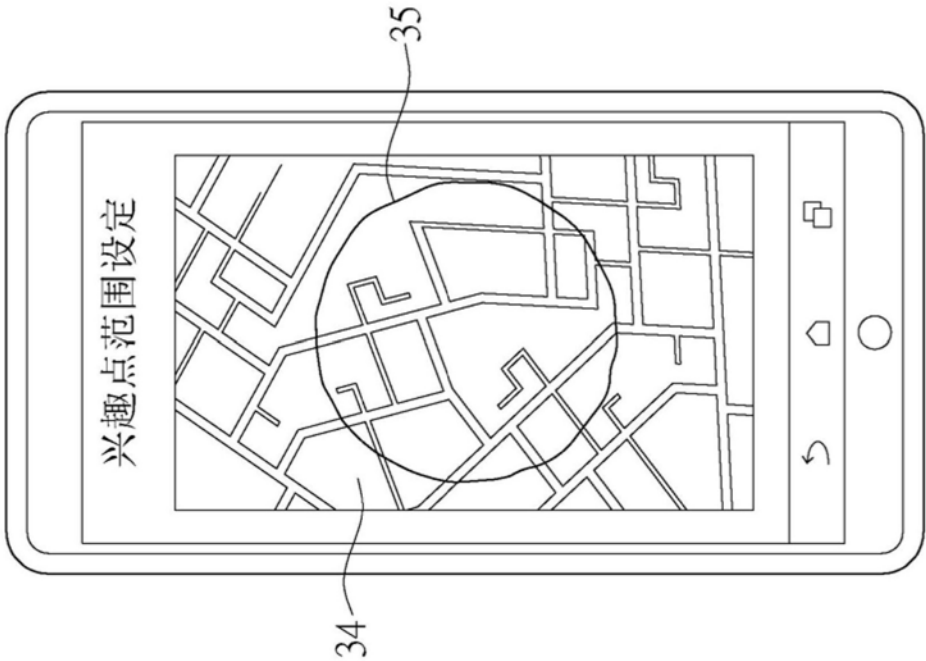


图3C

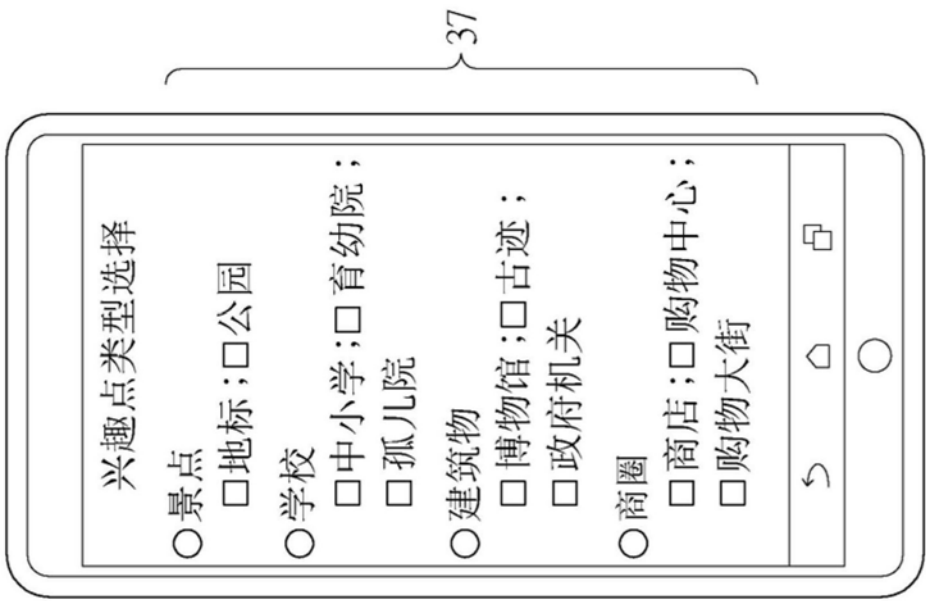


图3D

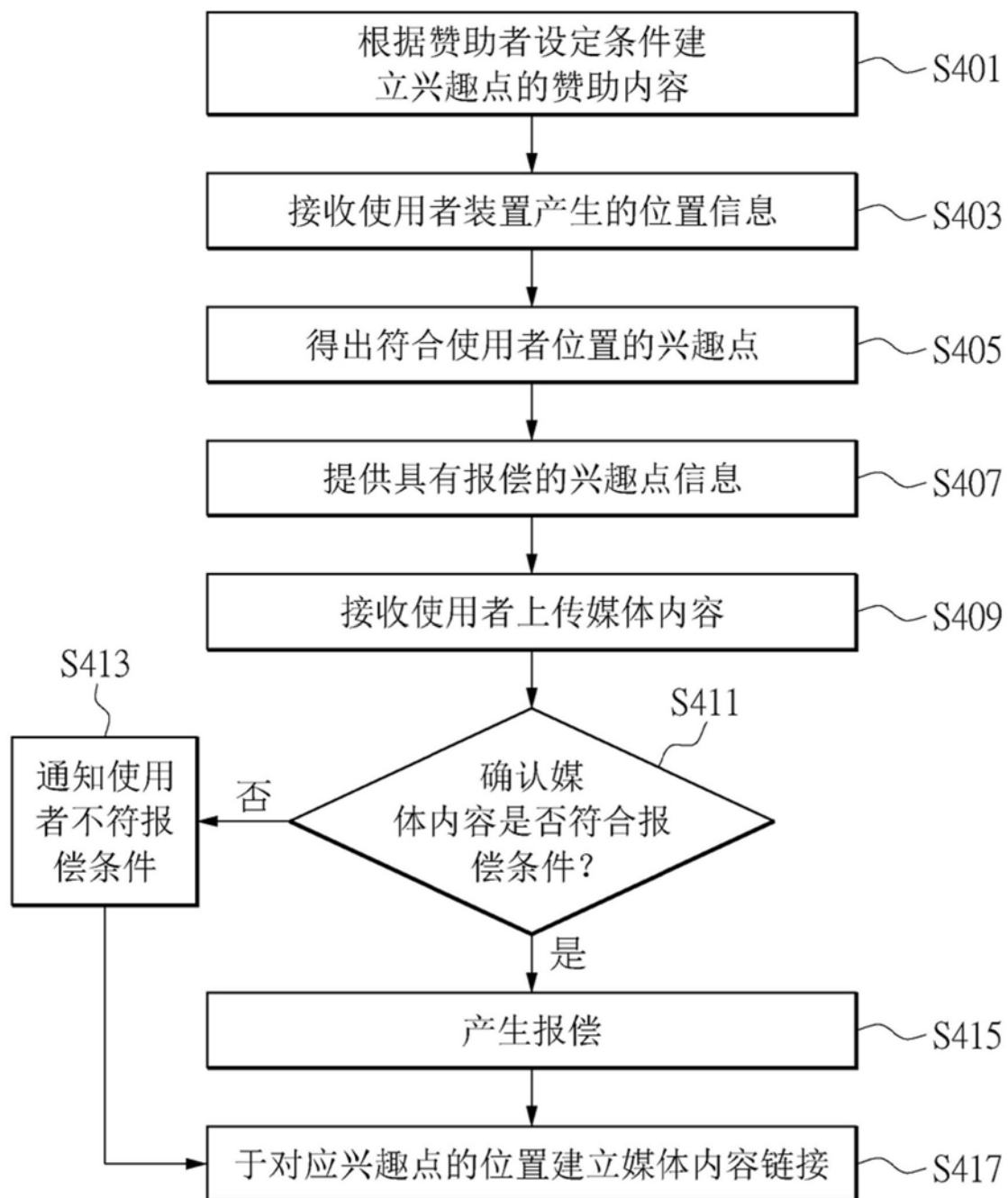


图4

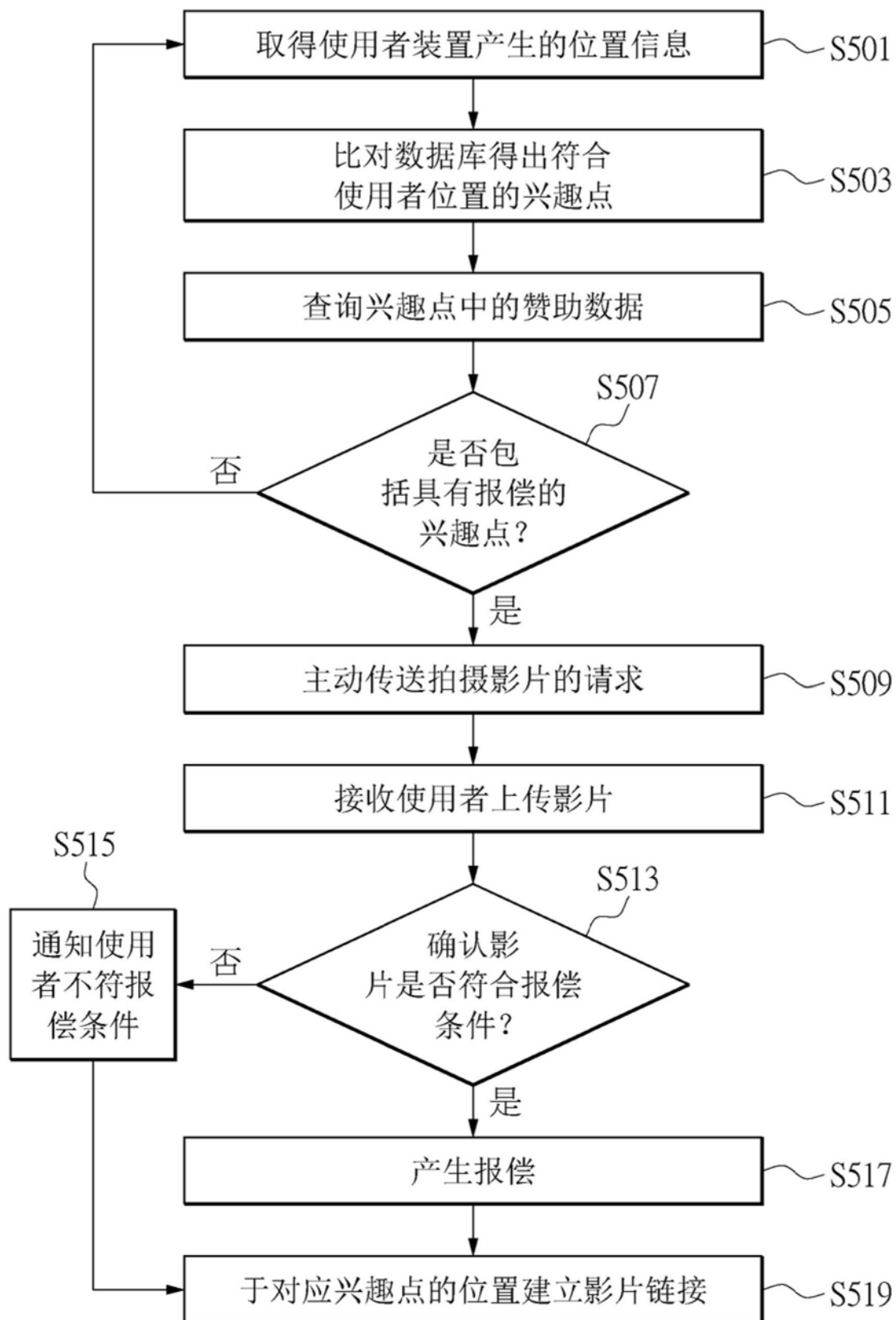


图5

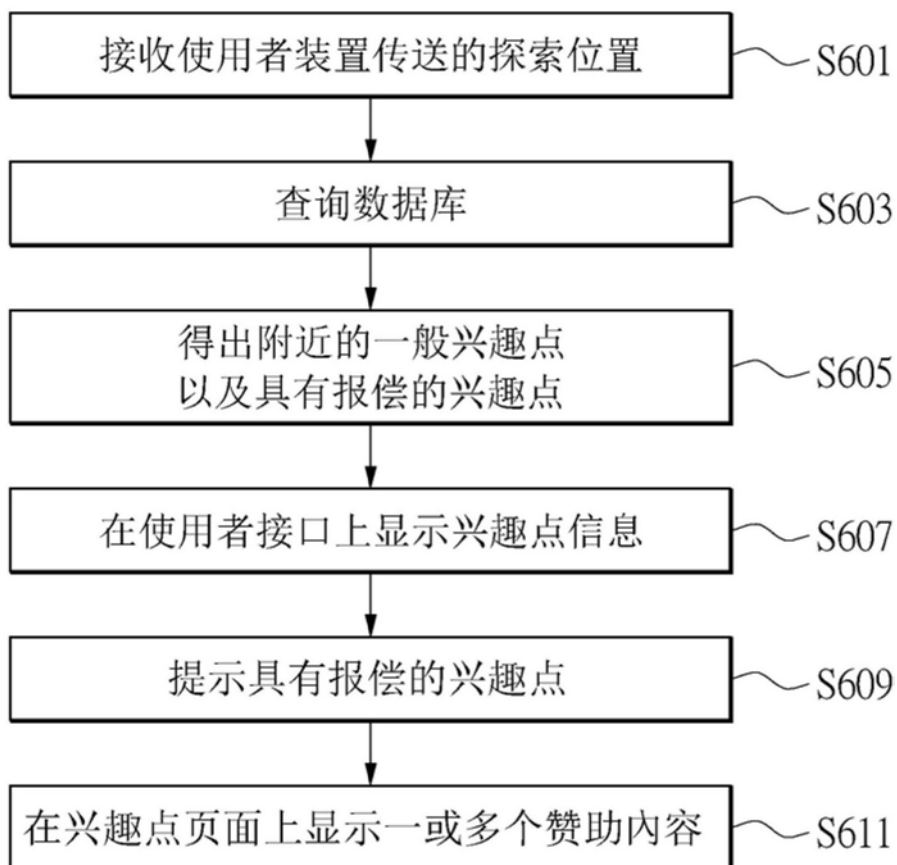


图6

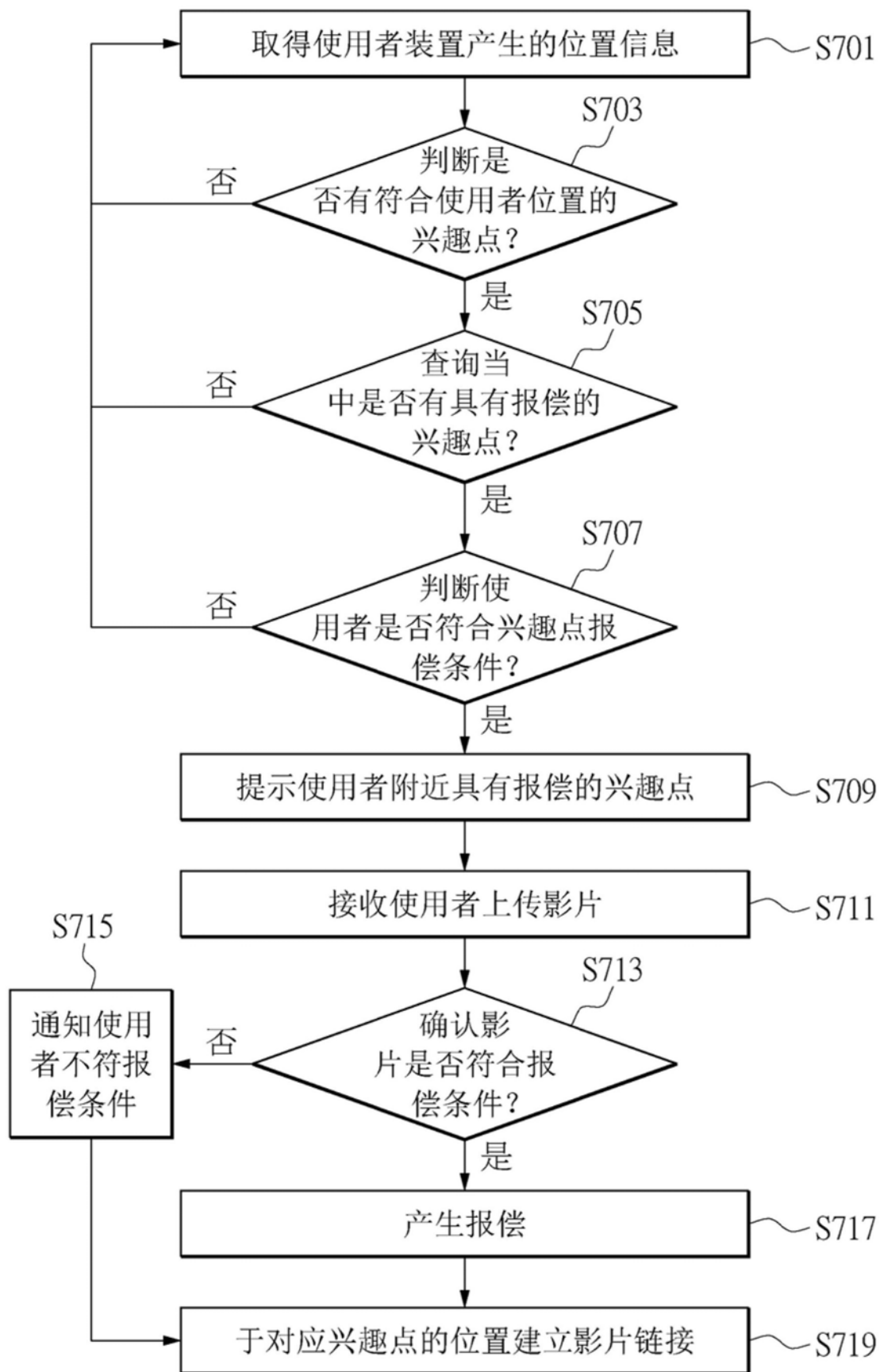


图7

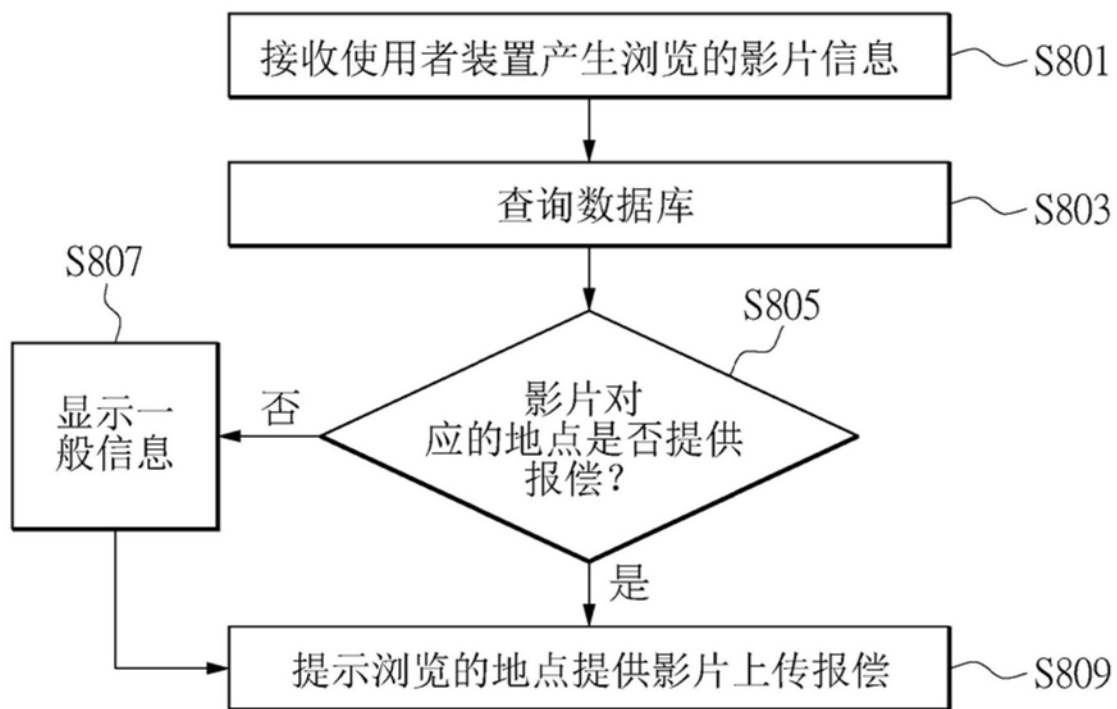


图8

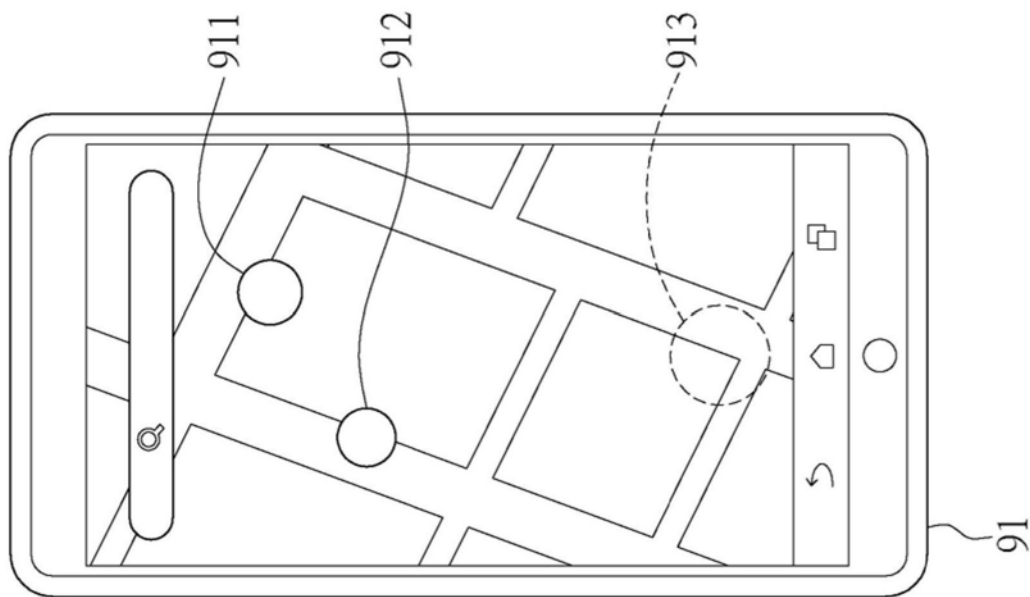
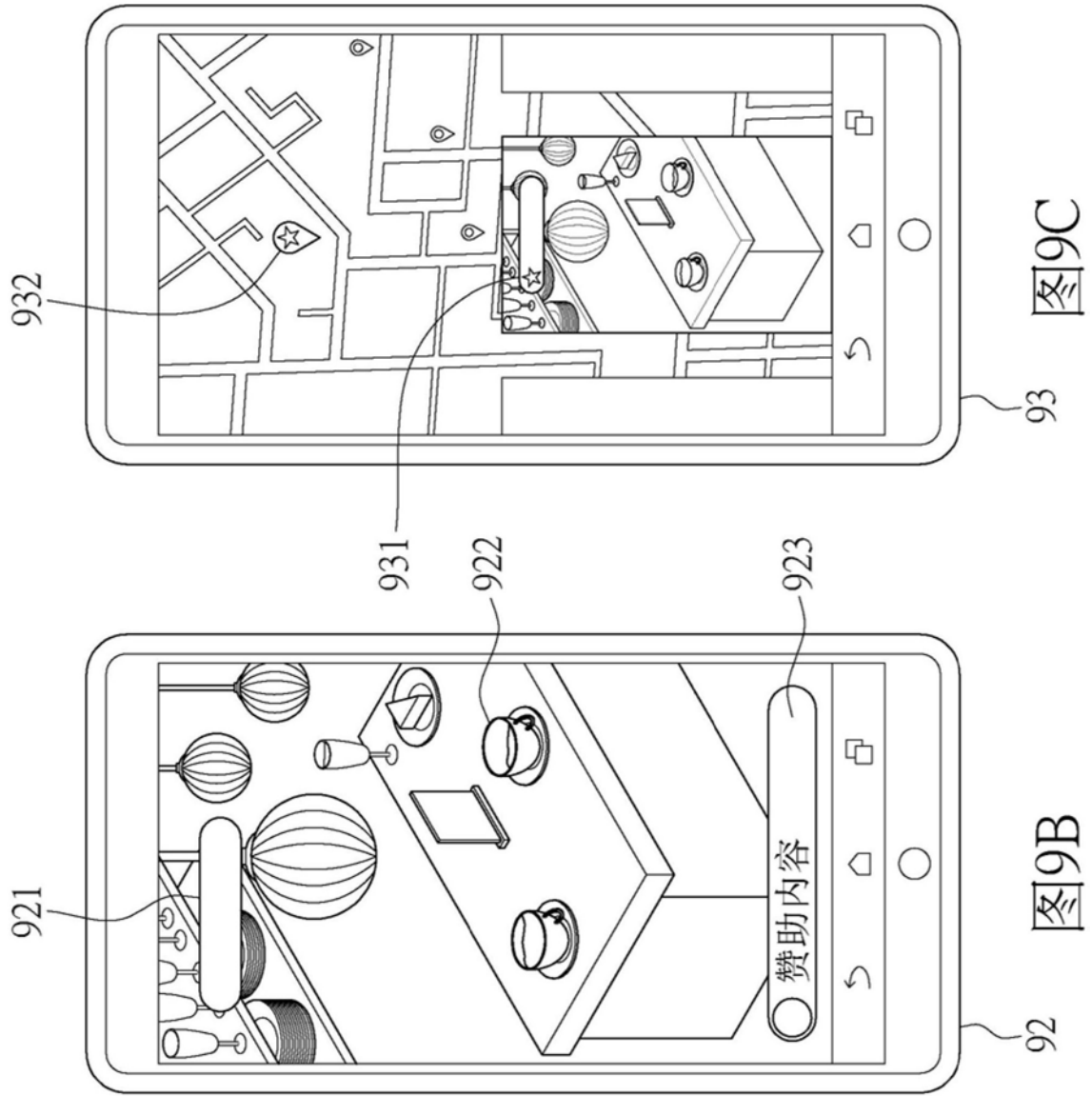


图9A



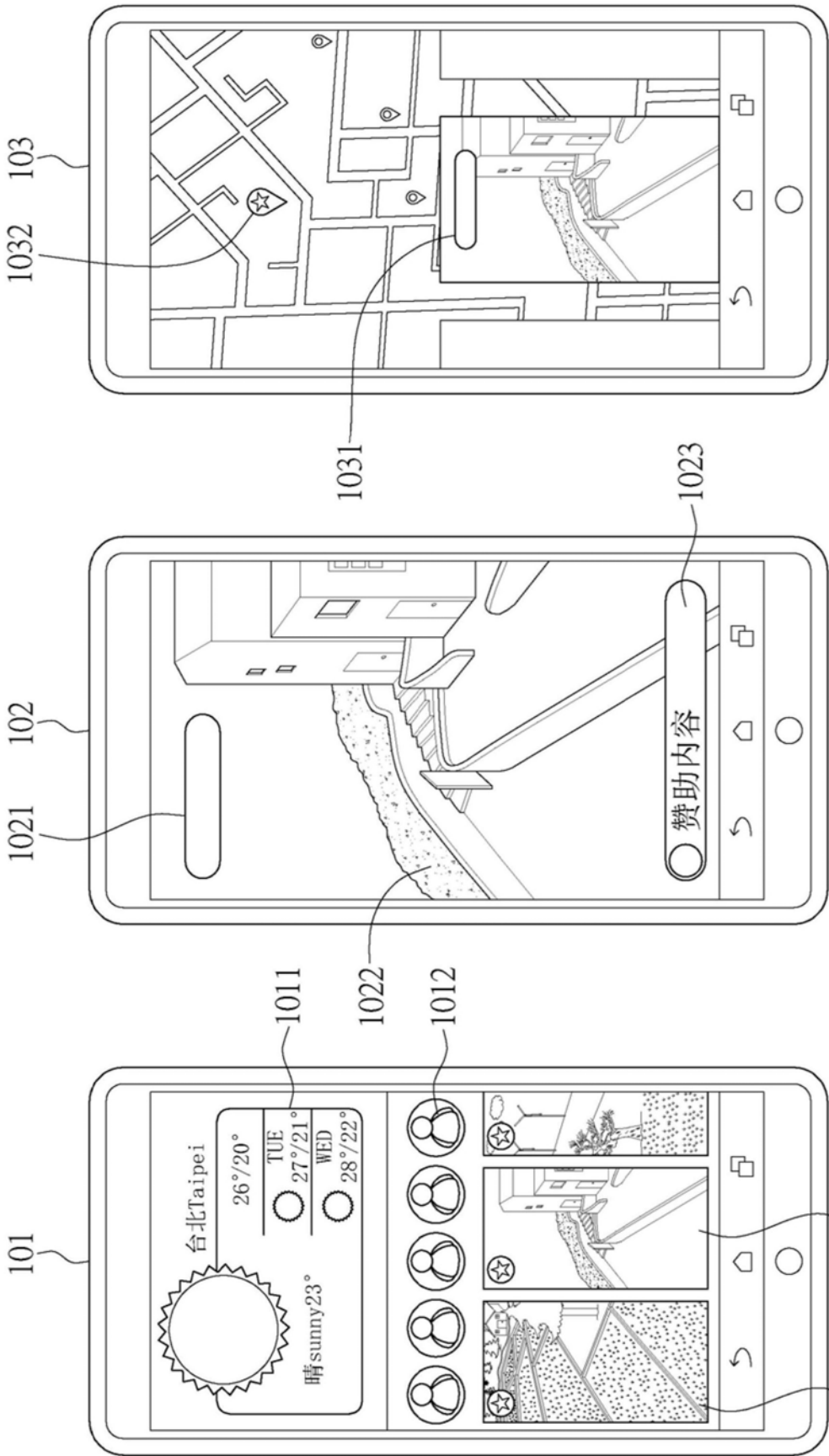


图10C

图10B

图10A

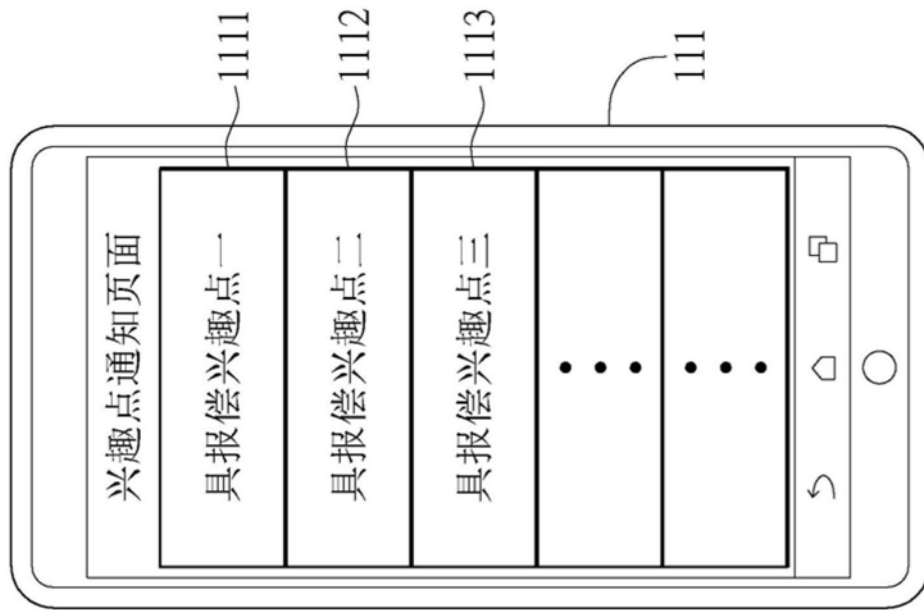


图11A

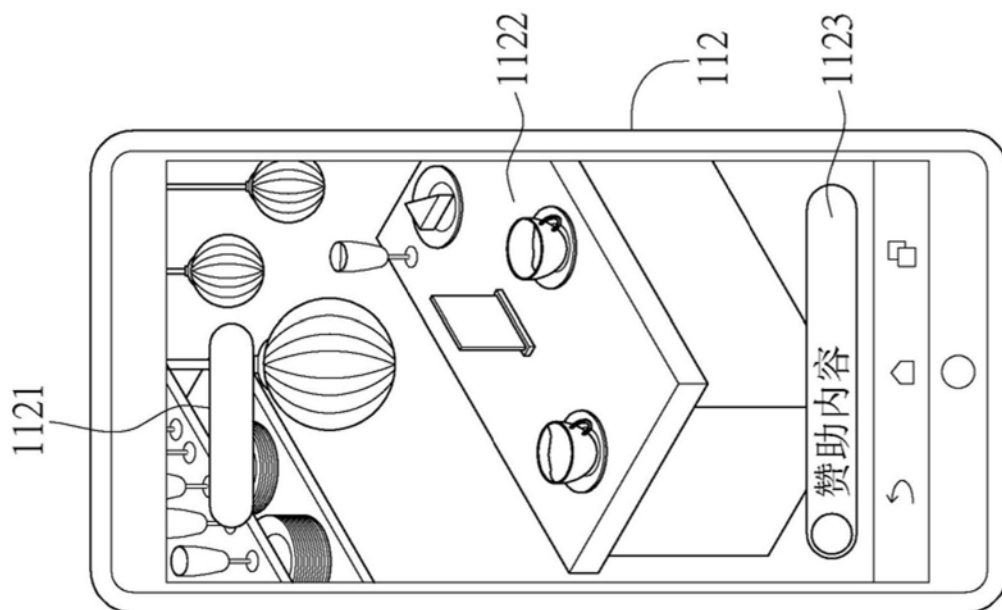


图11B

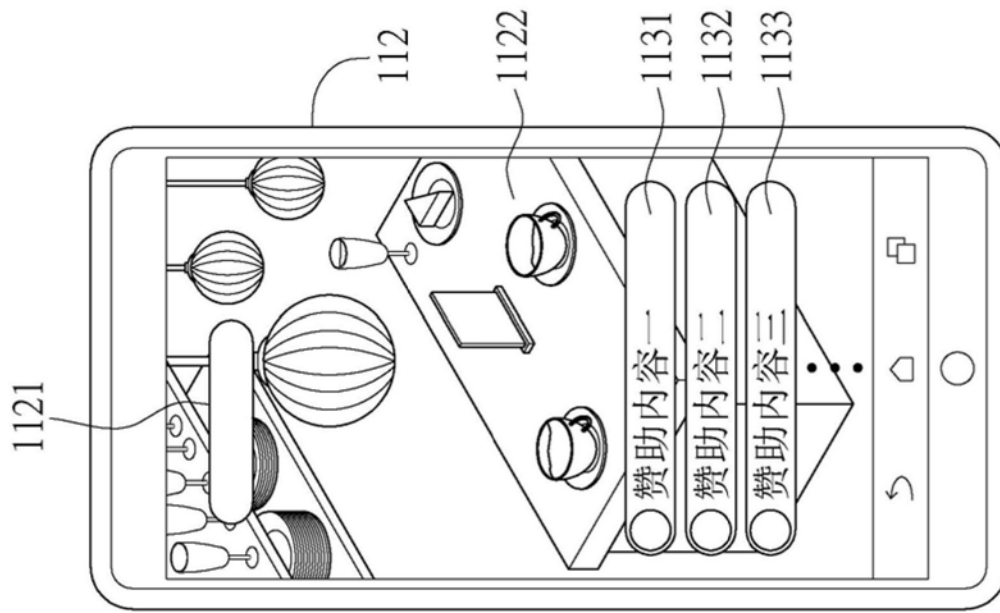


图11C