



# [12] 发明专利说明书

专利号 ZL 02806973.0

[45] 授权公告日 2007 年 3 月 14 日

[11] 授权公告号 CN 1304967C

[22] 申请日 2002.3.22 [21] 申请号 02806973.0

[30] 优先权

[32] 2001. 3. 22 [33] US [31] 60/277,651

[32] 2001. 9. 17 [33] US [31] 60/322,454

[86] 国际申请 PCT/US2002/008832 2002. 3. 22

[87] 国际公布 WO2002/077768 英 2002. 10. 3

[85] 进入国家阶段日期 2003. 9. 22

[73] 专利权人 郑明真

地址 美国纽约

[72] 发明人 郑明真

[56] 参考文献

JP10307775A 1998. 11. 17

WO9940527A1 1999. 8. 12

CN1303201A 2001. 7. 11

审查员 陈 婕

[74] 专利代理机构 深圳市顺天达专利商标代理有

限公司

代理人 郭伟刚

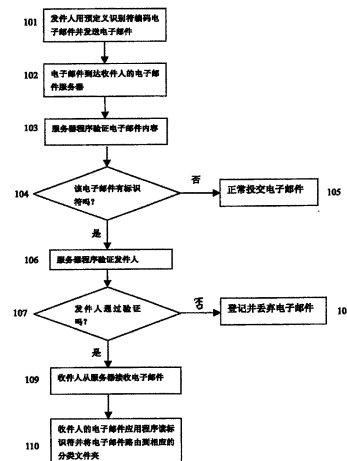
权利要求书 2 页 说明书 17 页 附图 16 页

## [54] 发明名称

一种管理和分类通过电脑网络接收电子邮件的方法

## [57] 摘要

一种管理和分类通过电脑网络接收电子邮件的方法，通过电脑网络接收电子邮件；确定所接收的电子邮件是否符合预定的代码集，该代码集定义电子邮件的处理；如果确定所接收的电子邮件符合预定的代码集，则检索包含在所接收电子邮件中的代码；根据检索的代码对接收的电子邮件作处理，其中，所述代码集是收件人与发件人之间预先约定的规则和代码。可以用于在自身含有电子邮件系统中特别识别电子邮件(“email”)的特殊标准、代码集和处理的方法和系统，包括分选路由以及专一投交这种识别的电子邮件到它们指定的目标客户端文件夹/接口，或其它特殊处理。



1、一种管理通过电脑网络接收的电子邮件的方法，其特征在于，包括以下步骤：通过电脑网络接收电子邮件；确定所接收的电子邮件是否符合预定的代码集，该代码集定义电子邮件的处理；如果确定所接收的电子邮件符合预定的代码集，则检索包含在所接收电子邮件中的代码；根据检索的代码对接收的电子邮件作处理，其中，所述代码集是收件人与发件人之间预先约定的规则和代码。

2、根据权利要求1所述的方法，其特征在于，检索的代码代表一个将显示在电子邮件列表中的该电子邮件亮显的指令，以使接收的电子邮件和显示的列表中的其它电子邮件相区别。

3、根据权利要求1的方法，其特征在于，检索的代码代表一个将接收的电子邮件路由到一个文件夹中的指令，该文件夹不同于一般收件箱的文件夹。

4、根据权利要求1的方法，其特征在于，代码集定义了电子邮件选路到一个或多个预定的分类，处理步骤包括：根据检索的代码确定接收的电子邮件的分类；将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中。

5、根据权利要求4的方法，其特征在于，还包括如果关联文件夹不存在，就创建关联文件夹的步骤。

6、根据权利要求5的方法，其特征在于，所述多个预定的分类包括一个或多个账单类，订单类，选入类和广告类。

7、根据权利要求4的方法，其特征在于，还包括认证接收的电子邮件的发件人的步骤。

8、一种分类通过电脑网络接收的电子邮件的方法，其特征在于，包括以下步骤：通过电脑网络接收电子邮件；确定所接收的电子邮件是否符合预定的代码集，代码集定义电子邮件选路到一个或多个预定的分类；如果确定所接收的电子邮件符合预定的代码集，则检索包含在所接收电子邮件中的代码；根据检索的代码确定接收的电子邮件的分类；以及将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中，其中，所述预定的代码集是发件人和收件人预先安排的规则和代码。

9、根据权利要求8的方法，其特征在于，还包括以下步骤：检索所接收电子邮件代码中是否包含代表将显示在电子邮件列表中的该电子邮件亮显的指令，如

果包含则使该电子邮件亮显以区别其它电子邮件。

10、根据权利要求 8 的方法，其特征在于，还包括在执行所述将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中的步骤时，如果关联的电子邮件文件夹不存在，就创建关联文件夹的步骤。

11、根据权利要求 10 的方法，其特征在于，所述多个预定的分类包括一个或多个账单类、订单类、选入类和广告类。

12、根据权利要求 8 的方法，其特征在于，还包括认证接收的电子邮件的发件人的步骤。

## 一种管理和分类通过电脑网络接收电子邮件的方法

### 技术领域

本发明的技术领域涉及电子邮件(email)系统、电子邮件地址和数据库汇聚、映象和添加,以及互联网广告和营销,具体涉及一种管理和分类通过电脑网络接收电子邮件的方法

### 背景技术

现有技术的电子邮件过滤器用指定的标准(有您指定)扫描收到的消息,自动进行各种动作,例如将电子邮件分选到不同的文件夹,将特定的以及转发给你的朋友,等等。警告:电子邮件过滤器如果使用得当确是强有力的工具,但若使用不当则很容易丢失电子邮件,所以请小心处理!作为用过滤器能完成的这种事情的一个实例,以下说明帮助您安装过滤器来捕捉用我们的电子邮件投交 Lizard 标记为 spam 的电子邮件。Lizard 标签怀疑具有特殊的附加电子邮件头的 spam 邮件,这样我们很容易注意到它们并可进行相应过滤。”来源:[http://www.dnai.\[COM/HELPDESK/MAILANDNEWS/EMAILFILTERING/\]](http://www.dnai.[COM/HELPDESK/MAILANDNEWS/EMAILFILTERING/)。还有其它现有技术是:美国专利 6,167,435,公开了“用于验证预订信息分配业务的双 opt-in. TM 方法”。“当收到特定用户地址的预订请求时,产生一个与该地址相关联的唯一令牌,且将含有该令牌的验证消息发送到指定的预定电子邮件地址”。美国专利 6,052,709 公开了“用于控制主动提供的电子邮件的投交的装置和方法,在该装置中创建一个或多个 spam 探针电子邮件地址并植于电子邮件网络的不同位置,以便确保它们包括在大规模的电子垃圾邮件(“spam”)的邮寄列表中。”美国专利 6,199,102 “本发明提供一种过滤主动提供的电子商业消息的系统和方法”。美国专利 6,112,227 “提供一种防止不需要的电子邮件投交到目标用户的方法”。从 [www.businessweek.com](http://www.businessweek.com) 摘录的系列有关电子邮件的其它信息:2002 年 3 月 18 日:“不能耍花招。Spam 和 pom 邮件也日益受到合法营销人员的攻击。Direct Marketing Assn., 一个工商集团,在一月份采用了新的规定,要求所有营销电子邮件必须含有一个能作为唯一标识符的特殊字符。新规定的目的在于筛选出 spammers 并为收件公司识别合法电子邮件创建了一个容易的途径。”“这条新规定比公司实施要求员工在一定时期后清空收件箱的策略更有远见。而且,业界现正指望有这样一种软件,它能允许用户指定几个文件夹作为不可碰-而且过一段时间就清除掉其余的电子邮件。同样,电子邮件营销人员也期望能创建合法操作的登记,以拒 spammers 于〔美国〕电子邮件系统之外,至少理论上如此。”“但不论问题是垃圾邮件或容量,人们,像每天收到超过 100 封电子邮件的人,甚至把他们可能想看的邮件或请求允许发电子邮件的公司发来的邮件也清除掉了。”“健壮成长。这是一个我们这行业需要处理的事情”, Michael Mayor, 电子邮件营销列表提供商 NetCreations 总裁和 COO,这样说,“要使您的邮件在成百上千的其它邮件中鹤立鸡群,越来越成为一种挑战”。“情况越来越糟。Jupiter Media Metrix 估计每个互联网用户在 2001 年收到 571 件 spam 消息,到 2006 年,预计此数字会增加到 1500”。“对于处于反击 spam 的战斗最前沿的 ISP 们,成本甚至更高。据市场研究员 Gartner 的 1999 年的报告,有 100 万用户的 ISP 年收入损失会超过 600 万美元,因为要花费更多的精力和投入,争取新用户来替代失去的用户所花的成本也增加了。还要算上专用于抗击 spam 的新硬件,软件,和人员的 50 万美元。据 2001 年欧盟的研究,全世界 Spam 的费用每年总计大约 86 亿美元。”

“从长远的观点来看,还有理由可以乐观。Ferris Research 说,今后 5 年内,抗击 spam 的一个关键武器可能是数字签名。这些电子护照可验证您所收到的预计确实来自邮件所说的发件人。Ferris 预计,不久,公司和精明的用户就不会接受没有数字签名的发件人发来的邮

件。“有理由联系我的人应能证明他们自己”，他说。“如果某人不愿告诉我他是谁，他很可能就是个无耻的人”。摘录完毕。

还有...“试图制定法律，使每件 spam 必须在其邮件头含有能识别其为主动提供的一条特定的信息。”

虽然可以创建新的指导原则和规定，但防止主动提供的大量商业电子邮件或强制使用 spam 标识符似乎不大可能。

其它提出的解决方案提议使用标识符给电子邮件加标签。一个实例是在 2001 年 8 月 16 日在 Direct Marketing News 上发表的文章 - 一个营销员“呼吁电子邮件通信出版商和信息业务提供商组成联合体与 HOTMAIL, YAHOO 以及 AOL 开展对话，制定一种区别不需要的大量邮件和 opt-in 通信的途径。该营销员建议 [电子邮件] 提供商能提供某种可使用的“注册邮件代码”，它能标记出 opt-in 邮件并将它发送到用户的收件箱中。”

Direct Marketing Assn., 美国直接营销产业最大的工商集团，在一月份采用了新的规定，要求所有营销电子邮件必须含有一个能作为唯一标识符的特殊字符。新规定的目的在于筛选出 spammers 并为收件公司识别合法电子邮件创建了一个容易的途径。在同一发布中，Direct Marketing Assn. “允许向那些未表示允许电子联系的用户（虽然他们通过其它渠道作生意）发电子邮件”，它没有提到如何获得这些电子邮件的地址，至今仍有争论：自愿提供电子邮件地址的行为就是允许使用它，将公司客户名单和地址列表映射到 opt-in 电子邮件列表并不十分可靠，且 opt-in 电子邮件列表常缺少准确的街道地址。本发明包括了这些解决方案，并进一步提供了分别的文件夹，能够根据特定的主题，分类和发件人区分和处理电子邮件。本发明还包括加密和认证代码集，标签和其它这类区别手段的方法，以防止或减少非授权使用其捕捉和代码集的可能性。

网上在线目标和直接电子邮件/营销的背景。商家使用多种服务和解决方案，离线和在线，直接向公众推销。其中传统的直接营销渠道及其人口统计（直接营销/邮件）数据库是使用最多的，从小商家到大商家都依赖着它们。通过电子邮件渠道的直接营销要求获得或添加电子邮件地址，目前这些地址是一个一个获得的。本发明解决了传统的人口统计数据库因缺少电子邮件地址用于网上直接营销的困难。本发明也处理当前获得和添加电子邮件地址的一些缺陷问题。

在美国有着一个世纪历史的传统或离线直接营销产业相对他们的在线或互联网收集数据的同行来说具有某些优势，包括更有目的性和具体的收集数据和概要方法。“每当消费者提供姓名和地址来购买或接收一种产品或服务时，就是一个很好的机会将他们加到一个或多个邮寄列表中。当他们买了一辆新车，搬到一个新的地址，生了一个小孩，从产品目录中买了东西，向慈善机构捐款，或填写产品登记卡，他们的姓名就可能进入电脑的数据库中。”这些数据可以通过产品目录列表中得到。例如，有些公司跟踪和储存着（超过 200 个不同的数据领域）据报道是美国一亿家庭中 90% 的家庭的信息。美国一家主要的直接营销列表业务提供商估计共有超过 20,000 个商家和消费者分类目录和超过 30,000 个原始列表来源。这些专业的列表是从贸易地址簿，政府来源，以及专有来源获得的。他们将此数据卖给商家，使公司能对他们的消费者和前景建立一个完整的看法。这些也可以按标准工业分类（SIC）代码来分类。严格的私密标准需要由这些公司（以及所有公司积累的数据）来遵守，以符合本地和联邦政府的保护消费者私密的法律。通常，列表经纪人从他们所有人处编撰列表，而后按一次性出租的方式提供给这类列表的潜在用户。

人口统计数据的一些来源：“邮件订单，信用卡以及杂志。一个邮件订单公司的客户很可能收到其它公司的报价。许多邮件订单公司把他们的邮寄列表“出租”给其它公司。信用卡公司也出租他们的邮寄列表，杂志也如此。所以，烹调杂志的订户可能收到厨房用具和食品特产的邮寄订单目录。

信用局。消费者与其作生意的公司向信用局提供他们欠多少钱和多快就会付帐等数据。虽然许多信用局出租列表，但他们不公开具体的信息，例如欠了多少，欠谁等。他们根据消

费者的特性来编撰列表。一个例子是收入超过 40,000 美元,使用信用卡并及时付款的人员列表。如果一个消费者被列入这一类目录,他们可能在邮件中会收到“预批准”的信用卡服务。

传单和广告增刊。主动提供的邮件最常见的类型就是每周成批投交到邮箱的广告传单。它们寄给“住户”,通常含有当地商家的广告,例如比萨店或汽车修理服务等。”

传统的人口统计数据列表以下列类型形式提供: 3x5 卡, 4[-up] Cheshire, 条码, BBS/EMAIL, CD ROM, 软盘, Gallery, P/S 标签, 磁带, Presort.。[使用/租用]一个列表的费率可能为\$75CPM(每一千的费用),或\$150CPM一年内无限制使用。其它选择,在目录内,按性别、按题目、按地区、按年龄等通常需要附加费用才可得到。(Dunhills.com)。

据报道单独获得一个电子邮件地址要花费\$.50到\$11。没有电子邮件地址,传统的人口统计数据库就不能用作网上营销。目前获得电子邮件地址的途径通常是通过基于 opt-in 或允许的渠道。这些方法利用打印的发件人,或网上签订的一些区域,用手工过程获得电子邮件地址。这种获得方法的另一缺点是,电子邮件地址一般会经常改变。另一方面,互联网业务提供商的用户数据库则 100%准确并“免费预添加”到电子邮件和互联网业务提供商用户的姓名和地址数据库中。

除了位置统计外,电子邮件和互联网业务提供商不具有他们用户的其它人口统计数值,例如年龄,经济情况,心理情况等。

在允许数据库进行汇聚和映象的数据字段中一个通用的成分是人口统计(直接营销/邮件)数据库的姓名和邮寄地址以及电子邮件和互联网业务提供商的用户的姓名和付款地址。使用这种映象,就可对已将付费邮寄 POSTALBILLING 地址提供给电子邮件和互联网业务提供商的每个网上家庭实现简要的人口统计定目标,概要以及投交。本发明可使两个数据库的唯一“签名特性”补充了另一方所缺少的数据,于是产生一个含有人口统计数值以及网上投交渠道地址的“第三”数据。所以本发明可以有最可靠和准确的人口统计数据库和最准确和完全的电子邮件地址数据库一起使用。

本发明人尚不知道有任何现有技术利用电子邮件和互联网业务提供商的用户数据库作添加电子邮件地址之用,特别是由无关的实体用作直接营销以及用自动过程在电脑上使用。至今,互联网产业中的商家,广告商和营销人员关注的是仅通过 opt-in 或在允许的基础上获取电子邮件地址。因此他们不需要任何用户数据库映象系统,因为即使添加了电子邮件地址,目前排斥使用非基于 opt-in 或允许也会妨碍他们的使用。因此,对于“现有技术”产业,电子邮件地址不是问题,问题在于获得允许,所以他们对每个电子邮件地址采用“手工”且逐项获取和添加的过程。本发明反转了 opt-in 过程,这就是为什么本发明相信能够使用这种方法来“自动地添加”电子邮件地址。

而且,假定电子邮件和互联网接入业务可以对他们用户的数据库提供映象,他们也极不可能允许广告商或甚至中间经纪人接入实际的电子邮件地址。电子邮件地址太容易被复制或潜逃了。本发明为电子邮件和互联网业务提供商提供了方法可完全保护他们的用户电子邮件地址的安全,同时又允许匹配和有目标的投交。

一些目前的技术是传统直接营销产业的个人和商家的人口统计直接邮寄列表。人口统计目录是按主题和分类来分段的。例如,一个直接营销/邮件地址簿的“业务响应列表”有成百个主题和分类,每一个又要更精确的细分。例如,在“建筑学”下,各段的主题从“美国建筑家成员学院”(American Institute of Architects Members)”(52,850位个人目标),到(约翰[周刊]及儿子公司建筑学书籍买家(John [weekly] & Sons Inc. Architecture Books Buyers)”(27,110位个人目标)。地理统计数值是这种列表的第二种人口统计数值。其它技术是最近的基于 opt-in 或允许的列表,其中数据库和人口统计分类的设立与传统列表基本相同,不过取代个人姓名,端口地址和电话号码的是提供电子邮件地址。这些列表一般不将姓名和地址与电子邮件地址相关联。通过基于 opt-in 或允许的列表所得到的口统计数据看得出更具主观性,因为它们一般都是自愿提供的信息。而且,Valpak.COMO 允许在他们的

网站进入他们的地理信息(例如邮编)。然后他们显示基于邮编的服务。每次列入都按分类进行,例如汽车和运输,美容和健身,娱乐和休闲,等等。

还有另一种技术是美国专利 6,070,147 “用户识别和营销分析系统”,其中“不是使用私人发行的忠诚度营销卡,而是使用绝大多数人口都随时携带的政府识别卡。”还有另一种网上直接营销和投交渠道的技术是:美国专利 6,167,435. “双 OPT-IN 方法,用于验证对信息分配业务的预订”。在收到一个特定用户地址的预订请求时,就产生一个与该地址相关联的令牌,并将含有该令牌的验证消息发送到指定的预订邮件地址。另一个现有技术是美国专利 -5796395:“出版和搜索个人兴趣的系统”。

还有一个现有技术是美国专利申请 -20020002590。“本发明是用于根据收件人的实际地址路由电子邮件的系统和方法。该系统包括一个电子邮件服务器,它含有一个将用户的实际地址映射为电子邮件地址的数据库”。本发明的目的是提供一种系统和方法,能将姓名和地址列表或人口统计分类与电子邮件和互联网业务提供商的一个或多个用户数据库相匹配,以使电子邮件投交到匹配的姓名和地址。

电子邮件标题概述:目前技术的电子邮件头系统使用基于文本的系统给观众提供邮件头信息。这可以比作为强迫邮政邮件使用同样统一外观和大小的信封;起码一点,营销人员很难分辨他们的邮件。与现行的技术-逐行,文本式的邮件头不同,本发明对电子邮件提供了一种丰富的图形风格标题邮件头。这种图形显示可以描述其外观和感觉类似网上的标题广告且类似于离线的直接营销信封。它一般可含有提供人的信息,主题和收件人的姓名,电子邮件的主题。电子邮件标题投交到专用的目标文件夹或接收它们的接口。每个电子邮件标题都链接到主要的广告主体或其它网上资源。用户目标接口具有典型电子邮件客户端的类似功能,这样用户可以删除,储存和回复。电子邮件标题可以有不同的大小和形状-例如小,中,大-对商业发件人可相应收费。

在传统的直接营销产业中,创建和使用广告信封或外部邮件包装,本身就是一门单独和重要的技术-要引起收件人的注意,并迫使他们采取行动打开信封。

在目前的电子邮件基于文本头的系统中,营销人员无法将他们的“信封”(即电子邮件头)与其它邮件相区别。而商业广告用的图形电子邮件头对收件人在视觉上更具吸引力,传达更丰富的信息,而且更深入人心,这些都与基于文本邮件头的“spam”不同。图形标题吸引注意力的重要性就是目前网页标题广告所用的种类繁多的风格和技术。

电子邮件标题可有各种尺寸,形状和性能-例如,当鼠标光标移动过电子邮件标题时,可以启动某个互动消息,例如二进制文档,例如声音,图片和视频可以附加和启动,甚至有链接到发件人的销售部门的“立即消息”功能,等。每个都可以链接,引出广告的主体或附加资源。电子邮件标题系统可作成:如果收件人没有应用程序能显示电子邮件标题头,在传统的邮件头风格仍起作用。广告主体仍和目前技术一样。在一个实例中,图形标题头电子邮件将包含能表示上述的标识符,并路由到能转换和显示这种邮件头的目标应用程序。如果不能识别,则电子邮件正常处理和显示。

电子邮件标题的接口或“收件箱”可类似于浏览器或弹出窗口。这些电子邮件标题可以垂直或水平放置。收件箱的内容可以由系统定期更新。例如,过期的和未读的电子邮件标题和广告主体可以删除。而且,电子邮件标题可用各种方式分选;缺省的分选可以基于邮件的“到达”或邮戳的日期。

标题包括的信息如用于发件人的姓名和图标的“发自”字段,“主题”区和“发至”区。“发至”可以填上预期用户的姓名“Mr. John Q. Smith”或甚至仅是“住户”。一旦发件人选择了[电子邮件标题]中各字段的风格,该字段的数据就可从人口统计或用户数据库的字段中加以转换。

## 发明内容

本发明要解决的问题包括 1) 将某些电子邮件和发件人从一般电子邮件中加以区别和分别

处理的方法；2) 将直接请求电子邮件，路由到特别指定的目标文件夹中；3) 为电子邮件系统提供唯一代码集或标准方法，用在发件人和目标投交服务之间，以便识别和特殊处理某些电子邮件和发件人，与没有用这种代码集和标准的一般电子邮件相区别；4) 根据预定的主题，分类或任何其它特性等为电子邮件创建标准和代码集，用在电子邮件的发件人和目标电子邮件系统之间。多个发件人和多个目标电子邮件系统都可使用这种标准和代码集或每个目标电子邮件系统使用特定的标准和代码集；5) 创建并插入唯一的代码集到电子邮件中，提供对这类邮件的特殊处理，包括路由到特殊的目标文件夹。本发明的一个目的是提供方法，使互联网上的电子邮件系统仅能由使用本系统的代码集和标准的发件人和他们的电子邮件接入。

本发明的一个目的是提供方法，以使利用其代码集的基于 opted-in (选入) 和允许的电子邮件有各自的接收和显示文件夹或接口。

本发明的一个目的是提供方法，以使利用其代码集的主动提供的 (或直接请求) 的商业广播的或有针对目标的电子邮件有各自的接收和显示文件夹或接口。

本发明的一个目的是提供方法，使其程序和应用程序能被电子邮件和互联网业务提供商安装在他们专有的本地和网络用户的接口上 - 例如本地和网络电子邮件客户，端口页面，等等。但终端用户可单独安装本发明的应用程序。

本发明的一个目的是提供用于目标文件夹的方法，该目标文件夹将储存不带有唯一代码集或标识符的，或发件人地址不在收件人的联系地址簿中或不在含有收件人“发至”的电子邮件地址的数据库中的所有电子邮件。这种文件夹可疑看作是“未识别”的文件夹。这种文件夹还可进一步分为未识别的大量发送的邮件和非大量发送的邮件。

本发明的另一个目的是对插入电子邮件主体中的可视代码集，编码和标签使用版权保护，这样该代码集的非授权复制者和用户将违反版权法。

本发明的一个目的是提供一种方法，用于将姓名和地址列表下载到含有电子邮件和互联网业务提供商的用户数据库的数据库中，提供自动匹配和映象，然后提供输出和结果。

本发明的一个目的是提供一种方法，其中用户上传或选择一个已有的姓名和地址列表，然后选择电子邮件和互联网业务提供商的一个或多个可用的用户数据库，然后系统自动分批或发送姓名和地址列表到所选的提供商，然后完成映象，输出，然后将这些结果返回给用户。

本发明上述技术问题这样解决，构造一种管理通过电脑网络接收的电子邮件的方法，其特征在于，包括以下步骤：通过电脑网络接收电子邮件；确定所接收的电子邮件是否符合预定的代码集，该代码集定义电子邮件的处理；如果确定所接收的电子邮件符合预定的代码集，则检索包含在所接收电子邮件中的代码；根据检索的代码对接收的电子邮件作处理，其中，所述代码集是收件人与发件人之间预先约定的规则和代码。

在上述方法中，检索的代码代表一个将显示在电子邮件列表中的该电子邮件亮显的指令，以使接收的电子邮件和显示的列表中的其它电子邮件相区别。

在上述方法中，检索的代码代表一个将接收的电子邮件路由到一个文件夹中的指令，该文件夹不同于一般收件箱的文件夹。

在上述方法中，代码集定义了电子邮件选路到一个或多个预定的分类，处理步骤包括：根据检索的代码确定接收的电子邮件的分类；将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中。

在上述方法中，还包括如果关联文件夹不存在，就创建关联文件夹的步骤。

在上述方法中，所述多个预定的分类包括一个或多个账单类，订单类，选入 (opt-in) 类和广告类。

在上述方法中，还包括认证接收的电子邮件的发件人的步骤。

本发明上述技术问题还可以这样解决，构造一种分类通过电脑网络接收的电子邮件的方法，其特征在于，包括以下步骤：通过电脑网络接收电子邮件；确定所接收的电子邮件是否符合预定的代码集，代码集定义电子邮件选路到一个或多个预定的分类；如果确定所接收的电子邮件符合预定的代码集，则检索包含在所接收电子邮件中的代码；根据检索的代码确定接收



的电子邮件的分类；以及将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中。

在上述方法中，检索所接收电子邮件中是否包含代表将显示在电子邮件列表中的该电子邮件亮显的指令，如果包含则使该电子邮件亮显以区别其它电子邮件。

在上述方法中，还包括在所述将电子邮件路由到与确定的分类相关联的电子邮件文件夹中时，如果关联的电子邮件文件夹不存在，就创建关联文件夹的步骤。

在上述方法中，所述多个预定的分类包括一个或多个账单类、订单类、opt-in类和广告类。

在上述方法中，还包括认证接收的电子邮件的发件人的步骤。

本发明包括用于内置电子邮件系统的方法，其中电子邮件的接入、选路、投送和显示完全受控并阻断未授权的电子邮件和用户。它基于预定标准的以及代码集为个人电子邮件和/或它们的发送人实现有区别的系统。它通过特殊的选路由和显示过程投送这种电子邮件。本发明的电子邮件系统可以看成是互联网传输系统上的一个“专有”的电子邮件系统，其中为与一般的电子邮件相区别，对该系统的电子邮件使用附加的专有标准和代码集并提供特别的处理。对各种类型的电子邮件，例如基于opt-in(选入)或允许的电子邮件使用电子邮件区别方法以便将它们选择路由到它们各自的opt-in目标文件夹或接口。除了现有技术的选择路由方法外，在发送人和目的电子邮件用户之间而不是目标接收人的电子邮件地址，电子邮件还有至少另外一层或一级预定的识别和处理装置和标准。该标准、代码集和目标文件夹可以是系统提供者所专有。而且，未授权的使用该标准，代码集和目标文件夹可以视为侵权以及盗用业务。

本发明的电子邮件地址附加、映象方法包括在传统的直接营销/邮件人口统计(demographic)数据库和用户列表以及电子邮件的用户数据库和互联网业务提供商(统称为ISP)之间的数据汇聚和映象。它也可用人口统计列表(aka直接营销或直接邮件列表)对ISP的用户作多人口统计的概要和数值的“反向”(“reverse”)映象和附加。

而且，本发明提供了一种“图形-标题风格电子邮件”显示用来代替现有技术的“基于文本电子邮件”邮件头。它能显示色彩、图片、丰富的文本和图像。

本发明可以用硬件或软件实现，或由二者的组合实现。

理想的是，本发明用在可编程的电脑上执行的程序来实现，每台电脑包括一个处理器，一个数据储存系统(包括易失性和非易失性存储器和/或存储元件)以及至少一个输入装置和一个输出装置。

将程序代码加到输入数据上以完成所述功能并产生输出信息。输出信息以已知方式加到一个或多个输出装置上。

这种电脑程序最好储存在通用或专用可编程电脑可读出的储存介质或装置上(例如，ROM或磁盘)。所发明的系统也可以认为是一个配置有电脑程序的电脑可读的储存介质，这样配置的储存介质可使电脑以特定和预定的方式工作以实现本文所述功能。

本发明分段描述，读者可以理解在各段中提供的一些方法可以单独成立或一起使用。

设想一下如果全部日常邮件都集合起来，在“单个信封”中投交给收件人，即个人信件，账单、订单、垃圾邮件等都不分别打包，而都是在写有收件人的个人地址的单个集合信封中。不说别的问题，单是分类各种邮件就非常不方便，且收件人从垃圾邮件中会感到更大的不便。

在某种程度上，现在的单个电子邮件收件箱系统以及开放的投交平台(投给有收件人地址的任何人)就类似于这种“单个信封”。

当前技术提供了对现有投交通道和目标电子邮件文件夹的阻断、过滤和保护。而本发明创建了“defacto”单独的投交通道以及目标文件夹，其接入、投交和使用都是缺省受控的。这样利用所能控制的，即合法发件人的电子邮件，来对“所不能控制的”(例如，兜售信息邮件“spam”)提供控制。

为了对现有的电子邮件系统建议某种秩序和管理，本发明将对电子邮件进行区分，方法是提供在合作发件人和目标电子邮件系统之间使用的唯一的标准和代码集以及识别方法。

代码集可用提供各种信息给系统。例如，它携带有这种代码集，与不带有代码集的那些邮件可以区别开，然后是电子邮件的主题或分类，以便根据系统的标准和规定路由或处理，例如路由到它们各自的目标，主题等特定的文件夹。非授权或非识别的发件人和电子邮件，不论是否有收件人的电子邮件地址，都不能通过本发明的可投交网络和其目标文件夹来投交电子邮件。

对于代码集，可以使用各种方法。包括：使用特殊的发送域或唯一的改变目标电子邮件地址，在电子邮件中放置标签或编码。电子邮件的发源系统（或中间人或代理）插入或使用代码集和选路，目标电子邮件客户则有互易的识别和处理系统。至于带有这种代码集的特殊电子邮件的过滤器，路由器，和标识符，可以使用各种方法，还提供了许多方法可用于目标显示接口和文件夹。

消费者面对着越来越多的电子邮件。有时他们很难区分那些是基于 opt-in 或允许的电子邮件，那些不是。本发明的代码集可以允许对电子邮件的某些预定的分类进行自动分选，从 opted-in 和允许的电子邮件-账单，订单，到直接请求，等等。

本发明特殊的代码集，处理和显示方法是供在公众互联网上运行的自身含有并受控接入的电子邮件系统使用。

一般来说，目前的电子邮件过滤和阻断技术是基于一种开放或互动系统，也就是说，他们对电子邮件和发件人地址，电子邮件中的某些“关键”字做出反应，根据这些方法，再试图过滤，阻断或路由它们。但本发明是受一个代主动（proactive）系统所控制，其中发件人和收件人主动使用预先创建的以及和发件人和各目标电子邮件系统的操作人之间（或中间人或代理）预先同意的标准和代码集，以使他们的邮件和他们自己与一般的电子邮件和发件人相区别。特殊处理包括根据预定的分类指定目标客户文件夹。

例如，“账单”文件夹放有关账单和发票的电子邮件，“预订”文件夹放新闻和订单，“广告”文件夹放广告，这还可以分为“本地广告”和“全国广告”，本地广告文件夹又可分为“超市”，“饭店”，“优先”或“特快”文件夹，用于被认为具有高优先权的一类电子邮件，等等。

每一份使用本发明的代码集和标准的电子邮件都可唯一识别，特殊处理和投交。而不带有其代码集和不使用其标准的电子邮件，即使发件人有目标收件人的电子邮件地址，也会被阻断而不作目标投交。在一个实施例中，本发明将其电子邮件路由到指定的目标文件夹，该系统可以导致许多其它的实际应用。

例如可以建立一个发件人到一个收件人标识符和文件夹的系统，或在人口统计（直接营销/邮件）列表出租地址簿中用于个人范畴的个人代码集。这些也可以由标准工业代码（SIC），贸易特定代码以及分类来识别。例如，一个医生可以有一个文件夹专门用于医学专业，多个不知姓名的发件人利用此代码集发来的电子邮件都投交到那个文件夹里，不论发件人的地址如何。

本发明也可在内部网使用。例如一个大公司就可在他们的内部网络上使用本发明。它可在每个批准用户的目标客户上创建一个特定的用户 X 或项目、X“电子邮件文件夹。这可用将来将所有与用户 x 有关的电子邮件都自动路由到其特定的文件夹中。该文件夹可以成为公共的文件夹，在授权用户中共享。另一个用途是有这种标识符的所有电子邮件可以单独储存并检索，不论其发源方如何。

本发明的指定目标文件夹系统的类推。假如，传统的邮递服务和邮递员在他们的投递网络中为所有家庭建立了分室的邮件投交箱，其中邮箱对某些主要类别的邮件都有单独的指定的目标小室：私人邮件，订单，账单，和广告，而且邮政服务还根据这些分类自动分选邮件。这样收件人可在闲暇时到各小室去，那里保留有广告，直到收件人愿意并有兴趣浏览它们。这并不是实际的离线，但本发明的系统将为电子邮件提供了这种可能。

本发明可建立一个特定的目标客户分类文件夹或允许许多不同的类别。如果是一个分类文件夹，它可用于直接请求（的电子邮件）。例如，由本发明的系统发源的所有直接营销的电子邮件都带有标识符，本发明的目标客户应用程序就会将这类电子邮件路由到其专用的目标

文件夹中。

在另一种变换方案中，系统可具有两个主要的分类，一类用于所有的广告（即本地的和全国的，opt-in 或主动提供的），另一类用于所有其它非基于广告的 opted-in 电子邮件（例如，订单，账单，发票）。或者，可以根据特定的发件人-商家或个人终端用户 - 创建定制的代码集或标识符以及各自的文件夹。

另一种变换方案是 opt-in 电子邮件的预定分类。例如，与 opt-in “新闻” “订单” 或 “账单” 等有关的电子邮件可以作相应的标签，然后路由和分选到目的地的各自的文件夹中。甚至可以建立发件人的特定文件夹系统。而且，美国一个主要的直接营销列表经纪人有成千的分类消费者和商家列表，也有 30,000 个商业可用的列表供出租。

本发明可以建立所有这些分类的唯一代码 [SETALDENTIFIER]，这些可以投交到一般 “广告” 目标文件夹或其分类的特定文件夹。

说明本发明的直接请求方法的一些新的术语是：“‘反向 [允许 “REVERSE OPT-INRM”]，选择 OPT-INIWAPOSS；。本发明对主动提供的商业电子邮件的发件人以及收件人建议的基本社会 BASIC”SOCIAL 合约是说：当以及如果收件人与本发明的用户接口（例如文件夹）互动，他/她就是 opt-in，否则他们就可不理睬其内容。这样本发明在投交点，而不是在发源点获得允许（和基于 opt-in 或允许的电子邮件中一样）。这样就部分克服了有关主动提供的大量商业电子邮件的问题。本发明也提供了一种方案，使 “合法” 的营销人员能向他们的客户和未来客户发送主动通知。

传统的离线直接营销产业（美国）的 “开放投交和直接请求平台”（远程营销和直接邮寄）已使其成为一个与消费者和未来客户沟通的无所不在的渠道。整个产业-邮寄秩序，人口统计数据收集，全部依赖这个开放平台。如果每个远程营销电话或每个直接邮件都要 Opted-in 或获得允许，就会大大限制该产业的增长，其数据收集和定目标的方法学的使用，更不用说，在收到和打开有目标的和有关邮件时的乐趣了。目前，即使一个人是一个商家的离线客户，除非此人给出明确的允许，商家是被禁止发送主动提供的消息或出售物品的。虽然通过各种主要传统通信渠道-电话、邮件和电视的直接请求很普遍，但这并不是那么在线。对于商家和广告商这都是一大不利。

一部分目的是提供社会可接受的装置通过一个选择 OPTING 系统来投交直接请求，[A/K/A]，主动提供的商业大量电子邮件：有目标的或广播的，其中是投交到与收件人的一般电子邮件的收件箱分开的专用目标文件夹中，且收件人可以选择看或不看它们。

发明人相信：任一方都可用其电子邮件地址以其为目标的个人电子邮件的收件箱和目前的投交渠道的本征性质，一直是目前对主动提供的商业电子邮件（”spam”）关注的主要原动力；在美国商家投给主要的传统通信渠道，例如邮件和电话，向他们的客户和未来客户发送主动提供的或直接请求，已根深蒂固并为大众所接受；整个产业：邮件秩序、列表经纪人和人口统计数据收集者，实施中心和业务都取决于直接请求的实施；大多数消费者可以接受（即使不是非常欢迎的话）通过邮件发来的有关的和有目标的营销业务，如果投交得当，但在非常个人化的目前技术的电子邮件收件箱中。

本发明公开了一种按照本发明教导的电子邮件系统，它基本上消除或减少了与现有系统和解决方案相关联的缺点并提供了过去从未有的新解决方案和优点。

按照本发明的一个实施例，提供了一种采用特殊的代码集的电子邮件系统，并提出了它们的创建，过滤以及特殊处理。

按照本发明的一个实施例，代码集是位于电子邮件头或主体中的标签或代码，特殊的寻址方法或任何区别和特殊预定的区别方法。

按照本发明的一个实施例，代码集可用作或指示不止一个动作。代码集可有多个级别。例如，添加上代码集标识符就可以将其与不携带标识符的电子邮件相区别，然后就可指示需路由到的特定目标接口或文件夹，再到子类或分类中更具体的分类。如果在目的地不存在对这类电子邮件的文件夹，则电子邮件可投交到高一级的分类文件夹。例如，带有 “超市” 分

类的代码集的电子邮件，如果不存在超市文件夹，就可以放到“本地广告文件夹”中，如果“本地广告文件夹”也不存在，就放到本发明的缺省主文件夹中。

按照本发明的一个实施例，发明的目标文件夹系统可以与用户的缺省电子邮件客户分开，或可与其集成在一起，对某些人还可以就是缺省的本地电子邮件客户。此时该系统会创建至少一个另外的文件夹来放不带有代码集和不用其标准的所有电子邮件。

按照本发明的一个实施例，广告商想通过发明的**可投交网络**来投交他们的电子邮件，则输入他们的身份，验证之后，并选择所需的分类后，特殊的代码集或标识符就会提供给发件人。然后发件人就可将该代码集添加到他们的电子邮件上。

按照本发明的一个实施例，通过过滤指示主题或发件人身份的唯一代码集，ISP还可选择确定投交给用户的电子邮件的类型。可以把竞争对手ISP的营销广告排除掉。用对应于各主题或各ISP的代码集把某些主题或发件人放到“未批准列表”上就可做到这一点。或者，所有商业广告的投交在允许分配到各用户的文件夹之前首先路由到ISP作审查。例如，一个可ISP可以把竞争对手ISP的广告排除掉。这可以在服务器级实现，也可在本机的过滤级实现。

按照本发明的一个实施例，利用本发明的标准和代码集的电子邮件都会投交到它们指定的分类接口或文件夹。

按照本发明的一个实施例，如果使用多个文件夹和分类系统，每个文件夹应基于某个预定的和主题分类。例如，“账单”文件夹接收有关账单和发票的电子邮件，“订单”文件夹接收有关新闻和预订信息业务的电子邮件，这些一般可以认为是基于opted-in或允许的。或者，可以有一个主文件夹，其中含有到其它文件夹的标签和链路。或者，如果要投交到现有接收的缺省电子邮件文件夹，则可选择用可视标记特别亮显以表明此电子邮件的特别发送性质和分类。

按照本发明的一个实施例，每种人口统计分类可以指定有其自己的代码集和文件夹。例如“飞机驾驶员”或甚至一个子类“单引擎飞机驾驶员”。

在本发明的一个实施例中，主用户是家庭的代表供定目标用。原因是，主用户的姓名和地址ISP一般是从用户向ISP购买业务的付帐地址中得知的。如果主用户希望与家庭其它成员共享某一文件夹，用转发或“cc”就可以了。例如丈夫是主用户，他可选择将分类“我的广告”下的所有电子邮件转发到他妻子的文件夹中。本发明的系统可以提供此功能。这种电子邮件可有其自己的代码集并投交到其自己的目标文件夹。

“Yahoo!也认为，由于过滤技术的限制以及在识别哪些用户来源于法国方面的困难，要符合法庭的裁决技术上是不可能的。但一个专家组，包括一个互联网的早期建筑师，断定：很高百分比的法国用户事实上能被成功的阻断，特别是那些通过法国互联网业务提供商连接的用户。软件制造商，像以美国为基地的Quova，也同意。他说他的技术可以使Yahoo!以大约90%的准确度定位用户的起源。”新闻稿。

网上目标和直接电子邮件/营销概述。本发明的数据库映象系统和方法涉及到使用电子邮件和互联网业务提供商的一个或多个用户/用户列表/数据库的姓名和地址列表。电子邮件和互联网业务提供商的用户/用户列表/数据库有他们用户的付帐地址和电子邮件地址或一些其它可定目标的IP地址。该系统将使用这些列表把有目标的电子邮件投交到与两个列表相匹配的姓名和地址处。

本发明解决的一些问题包括一种系统和方法，能使第三方的姓名和地址（即邮政地址）匹配到或映象到电子邮件和互联网业务提供商的用户数据库，以便可提取，映象和添加电子邮件地址到第三方的姓名和地址列表上。至今，发明人相信这些用户数据库还未能用于映象到第三方的姓名和地址列表，因为即使将电子邮件地址提供给了营销人员，目前“推荐”的电子邮件营销做法是禁止他们发送主动提供的通信的。而且，本发明提供系统和方法，使电子邮件和互联网业务提供商完全保证用户数据的安全，例如匹配的姓名和地址和/或电子邮件地址，但允许电子邮件送达姓名和地址都匹配的用户，这可用各种装置实现。目前获取或添加电子邮件地址的技术主要是通过手工过程对基于opt-in和允许的邮件逐个获取，或利用机

机器人或这类程序搜集电子邮件地址。本发明提供了系统和自动方法来使用电子邮件和互联网业务提供商的用户电子邮件地址数据库。

本发明用于将广告或营销材料映象到目标用户的方法包括：映象到 ISP 的用户数据库以添加电子邮件地址；预期用户装置的 IP 地址；例如互动，互联网或能接收电子邮件的 TV 的 IP。对于互动 TV，最新一代使用机顶盒来转换信号，监控使用和储存数据。它也有一个唯一的地址。至于其它的用户信息，例如他们的电子邮件地址，此 IP 地址可以用来识别家庭供定目标之用。互动 TV 有线网络提供商知道这些 IP 地址。

本发明的映象方法使发件人能将所需的姓名和地址列表映象到电子邮件和互联网业务提供商的用户数据库，这样就可将他们的广告投交到所述的姓名和地址。电子邮件通信还可利用本发明的代码集作上标签并路由到收件人的各目标电子邮件文件夹中。例如，如果该通信是直接请求广告，则投交到指定的“广告文件夹”中。

按照本发明的内容，公开了利用人口统计直接营销/邮件列表和电子邮件和互联网业务提供商的用户数据的方法，它基本上消除或减少了与原有系统和解决方案相关联的缺点，并提供了过去从未有过的新的解决方案。

按照本发明的一个实施例，提供一个网上接口或电脑供接入服务器/数据库之用。

这种“经纪人”服务器/数据库含有，或组网以接入一个或多个人口统计数据库以及一个或多个用户数据库。或者，人口统计数据库和用户数据库可分别设置。通常广告商会对经纪人的系统作搜索，或已有姓名地址列表。如果他们想对经纪人的人口统计服务器作搜索，他们可以从各种分类中进行选择并获得姓名和地址。一旦获得了姓名和地址，就可启动映象到用户电子邮件地址的过程。该姓名和地址列表被发送到所选的电子邮件和互联网业务提供商的具有本发明的匹配和映象程序的一个或多个服务器上。匹配的结果被输出，将信息提供给广告商。

按照本发明的一个实施例，opt-in 电子邮件和基于允许的列表是“反向”映象一个或多个人口统计数据库，以产生更大的人口统计概要，与电子邮件地址相关联的姓名和地址，是将电子邮件地址映象到人口统计数据库并得到姓名和地址，有些电子邮件地址可能不能被识别，因为它们不是本发明的电子邮件和 ISP 用户数据库的一部分。其它电子邮件地址可能被识别为邮政地址但不会识别为姓名，例如 AOL 允许每个用户账户有好几个电子邮件地址，多数可由其它未注姓名的家庭成员使用。

按照本发明的一个实施例，免费（基于非付费或非预定）电子邮件业务可以获得其用户的姓名和地址，这样就可建立一个可用人口统计数据库映象的用户数据库。可以不向用户要求自愿提供姓名和地址的信息，这些数据可以被认为是“主观性”的，他们可以要求用户提供信用卡的信息，用这种信用卡信息来（“客观地”）验证用户的姓名和邮政地址。

这种信息用信用卡产业的验证过程来验证。例如，免费电子邮件业务提供商 - HOTMAIL 或 YAHOO! [T&APOS; LL] 可以要求他们用户的信用卡信息仅作姓名和地址验证，也许作为回报，提供那些没有提供信用卡信息的人所不能得到的附加服务。

按照本发明的又一个实施例，用户可以从人口统计目录中选择这些文件夹/分类，使之与这种人口统计分类相关联/列入。这种关联可以汇聚到现有的人口统计数据库中，或由于主题人口统计分类可能来源于第三方的数据源，对人口统计数据库的新的添加可以分别保存，但所有对主题人口统计分类的搜索仍可接入。用户可以选择并将自己列到表上，比如“高尔夫”，“钓鱼”，于是就可得到在这些主题区域下发送电子邮件的发件人提供的服务单。

可以将某些关于用户的附加人口统计信息加到数据上，帮助营销人员进一步定义用户。文件夹可有子文件夹。这完全取决于此发明的本地用户的能力。用户列表的数据会加到系统人口统计数据库中的所选分类下，广告商搜索时可用。

但是，由于本发明系统的许多人口统计数据是由第三方人口统计数据提供商所提供，这些新的列入（由本发明的系统产生）应与第三方人口统计数据（或也许归于用户的 ISP）分别保存。例如在 [A"GOLF&APOS; CATEGORY] 下，用户自愿列入他们自己的用户信息与第三方的

数据保存在分别不同的字段。

本发明也提供了方法，用于匿名电子邮件发送，比如用户希望构成一个请求电子邮件或对一个请求电子邮件做出响应，但不泄漏其电子邮件地址。匿名答复/请求是电子邮件客户接口的一部分。用户选择匿名答复/请求特性，然后发出电子邮件。系统将会检查该电子邮件并用自动生成的仅用一次的电子邮件地址来代替用户的电子邮件地址。收到该消息的广告商仍可答复该消息，系统将检查该消息，更换用户的电子邮件地址并投交给用户。在该次投交后，此电子邮件地址就被禁用，别人不能再向该地址发送消息。

电子邮件标题 (banner) 概述: 电子邮件的“A”图形标题风格显示” (电子邮件 [标题])。就是提供以丰富的可视和/或互动的图形标题显示的典型电子邮件地址标题信息 (“发自 (from)”, “发至 (to)” “主题 (subject)” 等) 来“代替”目前仅有“文本”的电子邮件头。在视觉上类似于网上广告标题，可有不同大小。

在目标客户接口有一个应用程序来组成或显示这种附加的广告或营销材料，如果没有安装这种目标应用程序，就用通常的或目前的技术 [EMAIL”TEXT HEADER”]。

本发明解决的一些问题是目前的电子邮件文本头不能传达丰富的图像 (视频, 彩色, 图片等), 且限制在有限的水平空间。正像邮政邮件, 广告的信封有各种设计, 彩色, 形状和大小; 本发明对电子邮件提供了可与之相比拟的设置。

根据本发明的内容, 公开了一种电子邮件收件箱和电子邮件显示系统, 它基本上消除或减少了与现有系统和解决方案相关联的缺点并提供了过去从未有的新解决方案和优点。

按照本发明的一个实施例, 用图形标题显示来代替目前技术的收件箱基于文本的电子邮件头。它通过大小的电子邮件协议传输并在目标客户端显示。可以在一个向用户提供了适当大小和风格的模板的网上界面上创建。用户可以用各种方式风格化邮件头。如需要, 发件人姓名, 预期收件人姓名都可自动放在每个邮件头中。如果收件人姓名不可得, 可以插入“住户”。超级链接 HYPERLINKS 或其它资源也可附加在邮件头上, 包括通常的电子邮件主体。收件人的目标应用程序识别带有这种邮件头的电子邮件并显示这种电子邮件。如果收件人的目标应用程序不能识别带有这种邮件头的电子邮件, 则由缺省的电子邮件客户端处理。

按照本发明的一个实施例, 单次宣传运动的图形标题可以根据预期收件人的已知人口统计信息定制。例如, 如果用户是“男性”, 可在 EMAIL&GT 的背景中自动添上蓝色背景, 如果是女性, 则用粉红色背景。这也可延伸到字体风格和图像。如果用户偏爱的第二语言是已知的人口统计数值, 则可提供翻译, 而其它用户仍以主要语言接收电子邮件。

本发明的一个目的就是提供电子邮件基于丰富的图形标题风格的邮件头, 其传输、处理和显示的方法。

本发明的一个目的就是提供方法, 来创建以上所述, 包括网上模板, 或把上述由广告商附加到他们现有的广告创造上。本发明的一个目的就是提供方法, 在图形标题风格的电子邮件头中适当的字段, 例如“发自”, “发至” 和“主题” 字段。

上述和其它目的在本文中公开。对于本专业技术人员来说, 通过以下对本发明的详细说明, 附图和所附权利要求, 本发明的这些和其它目的就可一目了然。

#### 发明概述

本发明所实现的, 各个部分, 总体, 和/或独立地 - 以前的系统从未实现过的 - 就是提供一种电子邮件系统, 它具有与现有技术的电子邮件系统可比拟的全部功能, 可以作为附加装置提供到主要的本地电子邮件客户端或代替该客户端, 其投交系统只有使用系统操作员为路由和投交电子邮件所专有的使用标准, 协议和代码集的发件人和电子邮件才能使用, 未批准的发件人或未识别的电子邮件, 即使它们有电子邮件地址, 也阻断其投交, 目前的技术使用收件人的电子邮件地址作为路由和定目标的方法, 而本发明使用区别装置的一层或多层, 来代表预期收件人客户端的批准的发件人/电子邮件, 电子邮件的主题或分类, 以及它们指定的目标文件夹, 可以看做是一个自身含有的, 但又是公众的电子邮件系统, 它采用目前技术的电子邮件系统, 传输协议和分配, 但它又是一个私人 and 专有的系统, 他有权控制系统的用户,

此外,本发明还首先提供将电子邮件和互联网业务的用户数据库中的电子邮件地址自动映象和添加到第三方的姓名和地址列表,用户可直接接入电子邮件和互联网业务提供商或经纪人系统的这种数据库,或反之也可接入各种用户数据库,而且,系统提供盲搜索和匹配,这样电子邮件地址就不鼻泄漏给任何第三方(包括中间经纪人),电子邮件和互联网业务提供商的用户列表也可反向映象到一个或多个人口统计数据库以产生他们的用户的人口统计数据,而且,本发明提供了一种丰富的图形标题风格的电子邮件头和显示接口,用来代替目前技术的基于文本的邮件头和收件箱接口,创建用的模板,传输,在本地目标客户端的识别和显示。

#### 术语说明

**代码集:** 在本申请的文本中,这是指在电子邮件发件人和收件人之间预先安排的一个或多个规则或代码,它们是用于接收电子邮件服务器或程序对电子邮件采取某些行动或处理的一些指令,包括投交电子邮件到指定的目标文件夹-根据任何可能的分类,例如账单,订单,广告,特定发件人,特定目标组,高优先权;转发-实际上,“某些行动”可以是发件人和收件人预先安排的或预定的任何行动。

**用户-电子邮件和互联网业务提供商的用户,**且用户已提供其邮政地址作支付业务费用计费之用。而且,对于免费电子邮件或互联网接入业务,这些业务都已要求有信用卡或类似证明以验证用户的身份和地址。还提到“主”用户,用以区别用户帐户的其它用户,-例如 AOL.COM 的互联网接入用户被预允许有多个电子邮件地址,主用户则是与付帐地址相关联的一方。

**可投交网络-电子邮件和互联网业务提供商的网络,**它们使用本发明的特殊代码集,标准和处理协议和/或提供对他们用户数据库的接入,允许将姓名和地址列表映象给他们的用户。电子邮件和互联网业务提供商(或简称 ISP)-提供电子邮件或互联网业务的网上服务商。电子邮件业务提供商的实例是网络电子邮件业务例如 HOTMAIL, Yahoo!, 互联网连接业务的实例是 AOL, EARTHLINK 等。

**人口统计(数值,概要,数据)-**这是一个通用术语。一般来说,其主要组成为:〔心理图-概括性〕目标观众的心理构成,地理-目标的位置(例如州,“地段中心设施”,邮政编码,县和城市区域;人口统计-既定人口的数量特征,按年龄,收入水平,财产,性别和人口性质的其它主要统计数字。

**商业列表常按产业,职业功能,雇员人数,购买和指定的产品。**来源-[www.edithromam.com](http://www.edithromam.com) (美国最大的5个直接营销经纪人)。

**电子邮件-**此术语广泛包括了电子邮件消息及其任何附件,包括但不限于文本,文件,文档,图形对象,数据对象,多媒体内容,〔声频/声音〕文档,视频文档, MPEG 文档, JPEG 文档, GIF 文档, PNG 文档, HTML 和 XML 文件,应用程序,格式化文件(例如文字处理器和/或展开文件或文档), MP3 文档,动画,照片,和能在图形网络例如互联网上传输的任何其它文件,文档,数字的或多媒体内容。

**关于电子邮件和互联网业务提供商-**本发明将对其可投交网络中的 ISP 的和电子邮件业务提供商的专有系统定制其应用程序。有不同类型的业务提供商(ISP)。ISP 包括通过个人电脑,可启动电子邮件和互联网的互动 TV,电子邮件, SMS, 以及可启动互联网的无线个人通信装置所进行的电子邮件和互联网接入业务。这些 ISP 的业务,用户数据库类型,建议的缺省电子邮件系统和电子邮件客户端都各不相同。

例如:提供自己专有的电子邮件客户端或网络(例如 AOLTM 的 ISP 有他们用户的姓名和地址。虽然由于他们知道邮政地址能在地理上定目标,但他们缺少“传统的”直接营销的人口统计数据(虽然他们可以通过 cookies, 跟踪, 单击流, 等有收集到的其它数据)。

另一个是免费 ISP(例如 NETZERO) Yahoo! TM, HOTMAIL”他们有以及自愿提供的一些人口统计信息,但由于是自愿的,就可不能正确或具有“主观性”。因此,通常他们控制电子邮件的客户端(本地或网络)但没有传统的人口统计信息也没有他们用户的“客观的邮政(即付费)地址。但他们可以从免费用户要信用卡信息仅用来作地址“添加”,然后就可映象到本发

明的数据库映象系统中。

ISP 提供互联网接入但不提供网络电子邮件业务或本地电子邮件客户端。他们的用户一般声音第三方的软件, [例如 OUTLOOKMU, ] [EUDORA]。这些 ISP 有他们用户的邮政(付费)地址(但也缺少人口统计信息)。实例有: Time [WARNER] Road Runner 有线互联网业务, 注意, Time [WARNER] Road Runner (有线)不在他们用户的本地电脑上安装他们的应用程序。[EARTHLINK] DSL 不提供本地电子邮件客户端, 但提供网络电子邮件业务。可以提供对本地电子邮件客户端的插入。也可以在由这些 SP 提供给用户的本地 modem 上(如果是互动 TV 则在机顶盒上)安装本地应用程序和系统。

另一种是电子邮件客户端应用程序提供商 OUTLOOK, EUDORA, 他们只提供本地电子邮件应用程序, 没有用户的邮政信息, 当然也没有人口统计信息, 也不接入互联网。但他们很重要, 因为一些 ISP 提供商实际上认为用户将它们作为优选的本地电子邮件客户端来使用。我们的应用程序及其用户接口可以在安装他们的软件时插入“缺省”的电子邮件客户端或单独进行安装。

另一种是本地电子邮件客户端应用程序提供商和网络业务提供商。MSN HOTMAIL 和 MSN Explorer。微软控制了[OUTLOOKLM 并也]提供他们的 ISP 业务提供互联网业务。MSN HOTMAIL 最近一直在与 Outlook 2002 相集成。Outlook 2002 包括对 HOTMAIL 的全部支持, 但也有一些限制。Outlook 2002 也支持 HTTP 接入 MSN 账户和在 Exchange 2000 上的邮箱, 但不能接入其它 HTTP 的邮件服务器。这样, 如果 HOTMAIL 使用本发明的代码集标识符系统, 这些电子邮件就可一直路由到 Outlook。用户则可组织他们的文件夹将带有代码集的电子邮件路由到 Outlook 文件夹中。

还有, 微软的 Passport。NET Passport (或类似的网上钱包), 成员的信息储存在钱包中, 它提供一个签字的姓名和密码而已。NET Passport 站点。它不提供任何互联网接入或电子邮件业务, 但这些业务有他们用户的姓名和地址以及电子邮件地址。他们的成员的姓名和地址和/或电子邮件地址可以反向映象到数据库中, 以获取或添加人口统计概要到这种钱包中的个人数据上。该附加信息可以由 NET Passport 站点用来将有目标的广告发送到电子邮件地址上。

一个 ISP 可能既控制用户数据库又控制本地和网络电子邮件客户端, 而另一个 ISP 可能只有用户数据库。本发明的各种代码集和路由系统, 其应用程序, 数据库映象, 在用户电脑上的目标接口, 等等, 都可以有多种实施例以适应各 ISP 的系统和偏好。例如, 一个 ISP 只允许有单一的目标文件夹, 来放所有与广告有关的电子邮件, 不论是否 opted-in, 也不论分类, 于是所有本发明的广告电子邮件都路由到那个文件夹中, 而另一个 ISP 可能允许有多个广告文件夹。

#### 附图说明

- 图 1 示出本发明的电子邮件代码集的方法。
- 图 2 示出 ISP 数据库映象方法。
- 图 3 示出电子邮件标题的方法。
- 图 4 示出在一个 ISP 专有电子邮件客户端的主目标文件夹。
- 图 5 是一个 ISP 专有电子邮件客户端的目标文件夹。
- 图 6 是在一个 ISP 的邮政登录端口页面上的目标文件夹/界面。
- 图 7 是在一个网络电子邮件客户端上的目标文件夹。
- 图 8 是一个本地电子邮件客户端的目标文件夹。
- 图 9 是电子邮件客户端的一些实施例。
- 图 10 是目标分类文件夹和电子邮件标题方案的一些实施例。
- 图 11 是目标分类文件夹和亮显的一些实施例。
- 图 12 是在能启动互联网的互动 TV 上的主目标文件夹。
- 图 13 是在互动 TV 上的广告分类列表显示的一个实施例。



图 14 是电子邮件标题的主要显示。

图 15 是来自电子邮件标题的开放式电子邮件的不同方式。

图 16 是一个主题用户的反向数据库映象“卡”。

具体实施方式

在图 1 框 101 中，发件人是广告商或经纪人。，编码电子邮件装置使用预定义的代码集或标识符构成电子邮件的任何部分，包括电子邮件头，主体，和/或附件。预定义的代码集或标识符的一个实施例是使用 XML。一个实例如下：

```
<MYSORTS rev=1.021>
  <ADS>
    <INDUSTRY type="SUPERMARKET">
      <DIGITALSIG>lsadhv93418foiq3j8f3lj0ru10329ur02138jf931u4-
321j9dp084n10o8rj03148jr31</DIGITALSIG>
      <COMPANY>Waldbaums</COMPANY>
      <MSG>10% off at all waldbaums store tonight only</MSG>
      <DISCVALUE>10%</DISCVALUE>
      <DISTZIP>11510</DISTZIP>
      <IMG>http://www.walbaums.com/logo.gif</IMG>
      <URL>http://www.walbaums.com/</URL>
    </INDUSTRY>
    <LIFESPAN>
      <STARTDATE> 11/01/01</STARTDATE>
      <ENDDATE> 11/30/01</ENDDATE>
    </LIFESPAN>
  </ADS>
</MYSORTS>
```

该实例示出使用 MYSORTS 更改 1.021 的一段代码。它是发送到 [BY"WALDBAUMS"] 的一个广告。它有一个使用寿命，这就是说当它过期时就会自动从收件人的邮件系统中去除。

在框 102，电子邮件路由到收件人的电子邮件服务器。

在框 103，收件人的电子邮件服务器检查电子邮件的预定义标识符。在前一个实例中，应用程序检查标识符对 MYSORTS &LT; /MYSORTS&GT;。

在框 105，如果电子邮件没有预定义标识符，电子邮件正常投交。

在框 106，如果电子邮件有预定义标识符，检查电子邮件的认证。在前一个实例中认证部分是使用公司名称和数字签名。发件人用他们的专用密钥签署电子邮件，收件人服务器用发件人的公开密钥验证发件人信息。

发件人也可用他们的公开密钥加密电子邮件，然后收件人用发件人的专用密钥解密电子邮件。

在框 108，如果发件人未能通过验证，该事件被记录，电子邮件被丢弃。

在框 109，如果发件人通过验证，电子邮件消息被投交到收件人的邮箱并可由收件人的电子邮件应用程序存取。

在框 110，收件人的电子邮件应用程序读出收到的作有标签的电子邮件消息，并将它储存在相应分类的文件夹中。“电子邮件应用程序”包括基于网络的电子邮件应用程序，本地电子邮件应用程序，以及其它可启动网络和电子邮件的装置。

图 2 实施例 A 在框 201。发件人，包括广告商和经纪人，发送姓名和地址数据到一个或多个 ISP 的系统，以搜索匹配的电子邮件地址。

在框 202，ISP 服务器上的应用程序检索姓名和地址数据并搜索 ISP 的数据库的匹配记录。

在框 203，匹配的结果是电子邮件地址。

在框 204，ISP 系统通知发件人匹配的电子邮件地址数。

发件人可决定使用全部或部分结果。ISP 服务器不会把真实的电子邮件地址发送给发件人，而是创建一个或多个代表匹配电子邮件地址的别名提供给发件人。

在框 205，发件人使用别名作为收件人的电子邮件地址。

实施例 B

在框 251，发件人发送姓名和地址数据到一个或多个 ISP 的系统，以搜索匹配的电子邮件地址。

在框 252，ISP 服务器上的应用程序检索每个姓名和地址集并搜索 ISP 的数据库的匹配记录。

在框 253，ISP 向发件人提供匹配记录数。发件人可决定取用全部或部分匹配的电子邮件地址。所选的电子邮件地址就为收件人。

在框 254，发件人上载电子邮件到 ISP 的系统。

在框 255，ISP 投交电子邮件给收件人。

在图 3 框 302，电子邮件标题可以作为附件附加到电子邮件消息上，或它可以是电子邮件主体的一部分。

在框 303，收件人的电子邮件应用程序包括本地电子邮件应用程序，基于网络的电子邮件应用程序或然后可启动网络或电子邮件的装置。

在框 304，如果收件人的电子邮件应用程序不能启动电子邮件标题，在电子邮件以正常电子邮件消息显示，没有电子邮件标题。

在框 306，如果收件人的电子邮件应用程序能够启动电子邮件标题，电子邮件应用程序读出电子邮件标题部分并处理电子邮件标题中的代码。

在框 307，当收件人请求查看含有电子邮件标题的电子邮件列表时，收件人的电子邮件应用程序以图形标题显示所处理的电子邮件标题部分。

图 4 的方法同图 1，这是一个具有标签“501”的目标电子邮件客户端的实施例，标签“501”是一个主要的标签，用来接入有一个或多个目标分类文件夹的主菜单。系统也可以用户的名义在主菜单中创建新的文件夹。

图 5 的方法同图 1，这是一个目标电子邮件客户端的实施例，其标签“503”是目标分类文件夹。

图 6 的方法同图 1，这是在用户主页或端口页面上的目标电子邮件文件夹或接口 505 的另一实施例。“My Family”文件夹已由用户指定来检索用户以前所选的并指示其路由到此文件夹的某些人口统计分类的电子邮件。

图 7 的方法同图 1，这是在网络电子邮件客户端的目标电子邮件文件夹或接口 507 的一个实施例。该实施例示出三个文件夹 - “About”，“My opt-in Mails”和“My Ads”。网络电子邮件业务提供商可再将电子邮件转发到本地客户端的文件夹中。

图 8 的方法同图 1，这是在本地电子邮件客户端（例如 MICROSOFT Outlook）上目标电子邮件文件夹/接口 509 和 511 的一个实施例。这个本地客户端可以接收如图 7 所示的网络电子邮件客户端转发来的电子邮件。

图 9 的方法同图 1，这是某个 ISP（例如“AOL.com”）的现有技术的电子邮件，客户端 C 但具有本发明的标签 521 的实施例。选择一个标签就可打开那个文件夹。图 9, D，是本发明匿名回复人功能 523 的实施例。启动 523 就可打开匿名回复电子邮件作者。

匿名回复是电子邮件客户端接口的一部分。本发明的系统或目标电子邮件客户端业务提供商

可以处理它。电子邮件收件人/用户选择匿名回复/请求特性并发出电子邮件。本发明系统检查电子邮件并用自动生成的仅用一次的电子邮件地址来替换收件人/用户的电子邮件地址。收到该消息的广告商仍可回复该消息，本发明系统检查该消息，更换收件人的电子邮件地址并投交给用户。但，在那单次投交之后，电子邮件地址就被禁用，没有人可再向该地址发送消息。仅用一次的电子邮件地址是如何生成的实例：系统保存一个已使用过的所有电子邮件地址列表 [L1 OF ALL]；系统保存一个仅用一次的电子邮件地址和它们的真实电子邮件地址的表 T1；用一种算法随机生成一个电子邮件地址 A1；系统搜索列表 L1，查看是否有 A1 的匹配；如果有，回到步骤 c；如果没有，地址 A1 就用作仅用一次的电子邮件地址并转发电子邮件；系统用 A1 及其对应的真实电子邮件地址更新表 T1；收到对 A1 的回复时，系统对 A1 进行匹配并转发给用户。

图 10 示出实施例 E，其分类文件夹“MyAds”已打开。这个实施例示出该文件夹既使用现有技术“文本邮件头”电子邮件列表 525，又使用本发明的电子邮件标题 527 和 529 列表。F 是在选择 527 时电子邮件显示的实施例；或者，可以显示一个含有广告消息的单独弹出的窗口，甚至连接到广告商的任何其它网络页面。

图 11, G, 示出打开的指定目标用户文件夹 531，其中有指定的电子邮件。

图 11, H, 是文件夹中某些电子邮件亮显的一个实施例。

图 12 是在能启动电子邮件和/或互联网的互动或数字 TV（卫星或有线）上电子互动 TV 导视/用户接口上本发明主要目标文件夹 541 的实施例。541 可以用 TV 遥控器或键盘上的键接入，可以打开一个或多个目标文件夹。本发明的启动程序可以装载并储存在互动 TV 的机顶盒上或位于互动 TV 业务提供商（aka Cable Network Operator）的前端设备上。

互动 TV 机顶盒的操作应用程序提供商包括：Worldgate(wgate.com)——“利用 Channel Hyperlinking（频道超连接），全世界的有线用户都已享受到了 TV 的新互动范例的好处。有了这种技术，观众只需按动按钮，就可从 TV 节目或广告链接到直接有关的基于网络的互动内容。Channel Hyperlinking 可使 TV 观众连接到关于某一主题，产品或服务的大量信息，以及网上购物和互动节目的机会，例如能参与游戏演出或对调查作出响应。如果要回到他们原来正在看的节目，观众只需按动他们的无线键盘或遥控器上的按钮就可以了”。“Worldgate 互动业务的用户可以享受到电子邮件，游戏，聊天，历书，本地化内容，t-商务，互动节目和广告，Web 接入等等的娱乐和信息价值。”www.wgate.com。

另一个是释放（LIBERATE）——“LIBERATE 技术概要：Liberate Technologies 是向全世界电视观众发送增强内容和业务的开放平台的主要提供商。主要的有线和卫星电视运营商，电信公司，和互联网业务提供商都使用 Liberate 软件平台在电视机上提供革命性的双向体验以提高观众的满意度并创造新的收入来源。这些互动的数字业务包括增强的 TV 广播，电子节目导视，电视点播，个人化内容（包括本地新闻，天气，和其它信息），TV 聊天，立即发送消息，数字录像，等等”。<http://corporate.liberate.com/>

图 13。图 12 的 541 启动后，在 ITV 的屏幕上向 ITV 的用户显示各种有目标的广告。每条广告都可用遥控器或键盘来选择。在用户选择了一条广告后，广告的“标题”部分可本地储存在机顶盒的临时存储器中，广告的主体从前端服务器下行传送。

图 14 和 15。

图 14 是目标收件箱 551 的实施例，电子邮件标题的方法同图 3。它显示了不同大小的各种“标题”553 和丰富的信息，有些只有图片，有些有图片和图形，等。

555 是本发明其它分类文件夹的标签——这些标签不需要基于标题电子邮件——该实施例将电子邮件标题作为本发明的分类文件夹的主菜单，“鼓励”用户互动或观看广告然后再接入其它“账单”和“订单”文件夹。557 是选择框，用户可选择删除或储存广告。

图 15 是电子邮件标题的电子邮件主体的两个可能的实施例，或者，也可以显示浏览器窗口，或将用户带到广告商的网页。

图 16 提供了一个将人口统计数值“反向映象”到电子邮件和互联网业务提供商的用户列

表上的实施例。一个映象程序取出合作列表主的人口统计列表并将飞击式 (on-the-fly) 或预映象数据提供到姓名和地址列表, 也可将用户列表加上作为选项。其目的在于可以创建每个用户的聚合人口统计概要 (根据合作的第三方的人口统计数据库的可用性), 以及向主题名称和地址提供服务的 ISP。和传统直接营销/邮寄列表的主要区别在于传统列表或“映象”姓名和地址到人口统计分类, 每个列表一般是整体出售/出租 (它确实可以限制其它的人口统计映象, 例如地理数据, 这是在任何人口统计分类姓名和地址列表中的缺省“第二人口统计数值”。但对网上电子邮件营销, 用户的电子邮件和 IP 地址也许和人口统计数据同样重要。

所以, 本发明将各种人口统计概要和数值反向映象到 ISP 用户数据库的姓名和地址上。这样作的好处是搜索者可以选择两个或多个心理情况准则, aka 为“生活方式选择器”, 例如爱好, 休闲, 生活方式 (以及地理和人口统计) - 然后就可实时、动态和自动地识别符合准则的个人, 例如, 一个搜索者选择“巡游度假”, “年长的 [公民”, “GOLF&APOS; AND “WINE” ] [分类/列表] 等项汇聚, 结果找到很普通的一些个人。

再有, 人口统计分类列表来源于并属于不同的各方; 系统将跟踪并向合作的列表主逐项适当支付费用。

在美国, 有 30, 000 左右的商业列表供出租。这些列表从心理情况和生活方式人口统计数据到 SIC, 等。在一个实施例中, 生活方式人口统计数据用来创建用户的生活方式人口统计数据库。由于有成千种分类和列表, 生活方式分类可以将领域缩窄到主要的分类。一个主要的列表经纪人有 18 种主要分类: 例如。“积极的旅行家”又细分为乘船巡游度假, 出差旅游, 娱乐/度假旅游, 外国旅游, 国内旅游, 经常乘飞机; “美好生活”-文化艺术, 美术, 度假屋主, 酒; “信用卡-任何信用卡, 银行, 加油站, 百货商店, TREVEVENTERTAINMENT。

图 16 示出数据的数值, 各种人口统计和 ISP 的数值都已映象和添加到姓名和地址列表“数据卡”上。

561 是主题个人的经纪人的主题数据库标识符或其所有人; 565 是主题个人的 ISP 的标识符; 如果 ISP 需要, 也可选择为主题个人提供唯一虚假电子邮件地址 565, 这种虚假电子邮件地址的解码只有 ISP - 或电子邮件地址列表提供商知道; 567 是与主题个人相鼓关联的人口统计分类, 569 是人口统计分类数据的提供商或所有人的身份, 以便在根据由合作的人口统计数据库提供商 x6 提供的人口统计数值作了有目标的投交时, 可以支付适当的费用。id 标签用来帮助数据的搜索和操作。

按照 563 和 565, 许多个人是不止一个电子邮件和互联网业务提供商的用户。所以, 姓名和地址列表系统或经纪人要实施一些规则来控制哪个 ISP 是最优的选择, 或预期的搜索人/广告商可作此决定。

图 16 示出两个 ISP 和两个人口统计数据, 但可以看出, 还可以包括更多。

使用这种数据库的一个实例是搜索人可以搜索对“GARDENING”AND “VACATION AND (园艺和度假] 感兴趣的人, 并能得到这种结果, 选择优选的 ISP, 将使用人口统计数据适当归功于各人口统计数据提供商。

有各种数据库服务器和程序可用来实施这种映象和搜索, 以及其它数据功能。每个字段都可由各数据源定期更新。例如, ISPI 可以每月或每季定期更新用户数据。原来的姓名和地址列表可以来自姓名和地址列表的任何目录。

电话号码字段中的 NPA-NXX-XXXX 是北美电话编号计划 (NANP) 所用的现行格式。适用老化定义的电话号码是在现有地理 [中心局 (NXX) ] 代码...”的 10 位 NANP 号码格式的那些号码。  
[www.\[NANP.\]com](http://www.[NANP.]com); [www.atis.org](http://www.atis.org)。

本领域技术人员应认识到本发明的方法和装置有许多应用, 且本发明不限于此文所公开的代表性实例。而且, 本专业技术人员也应了解, 本发明的范围覆盖对此文所述系统元件的通常已知的各种更动和改变。

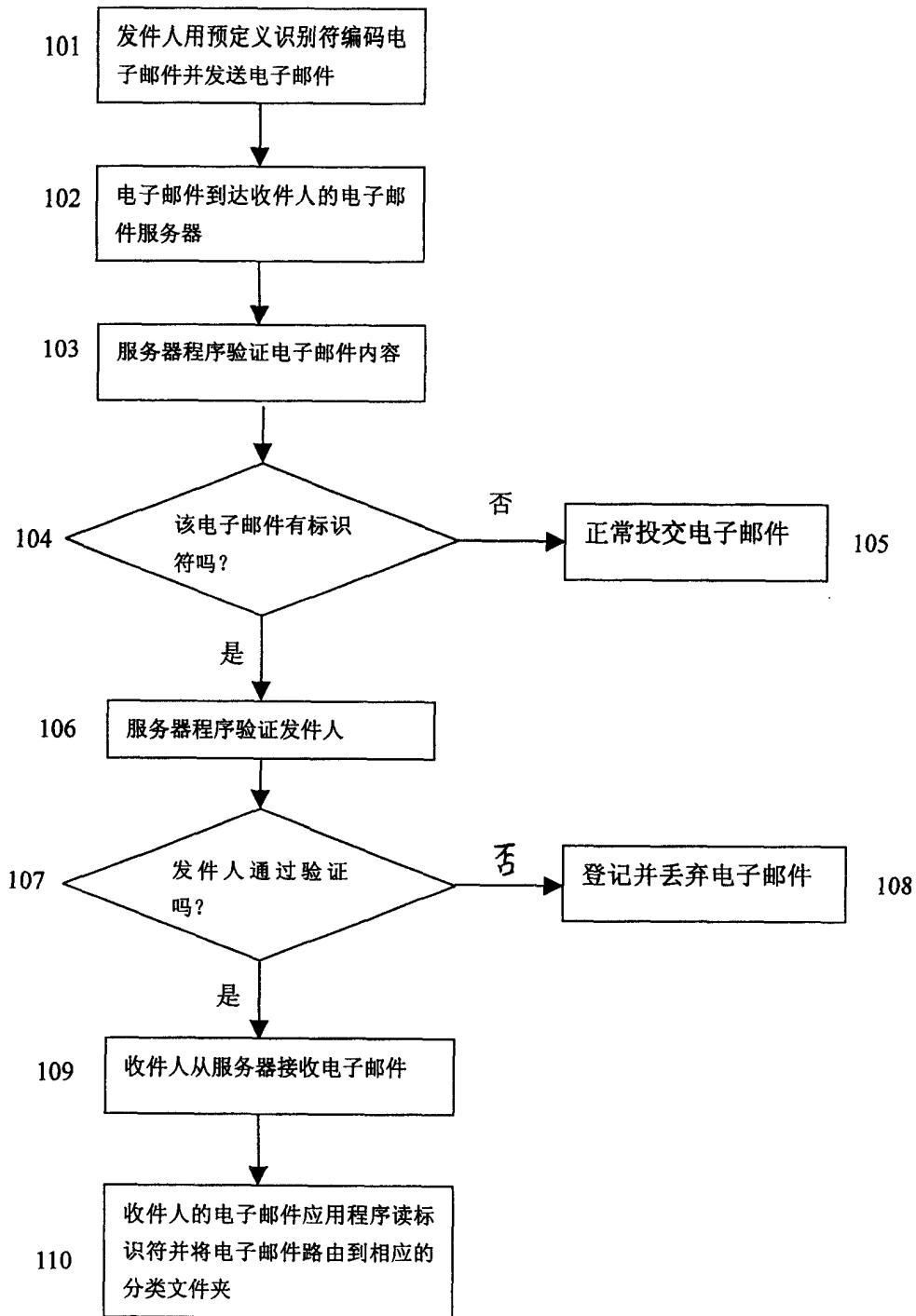


图 1

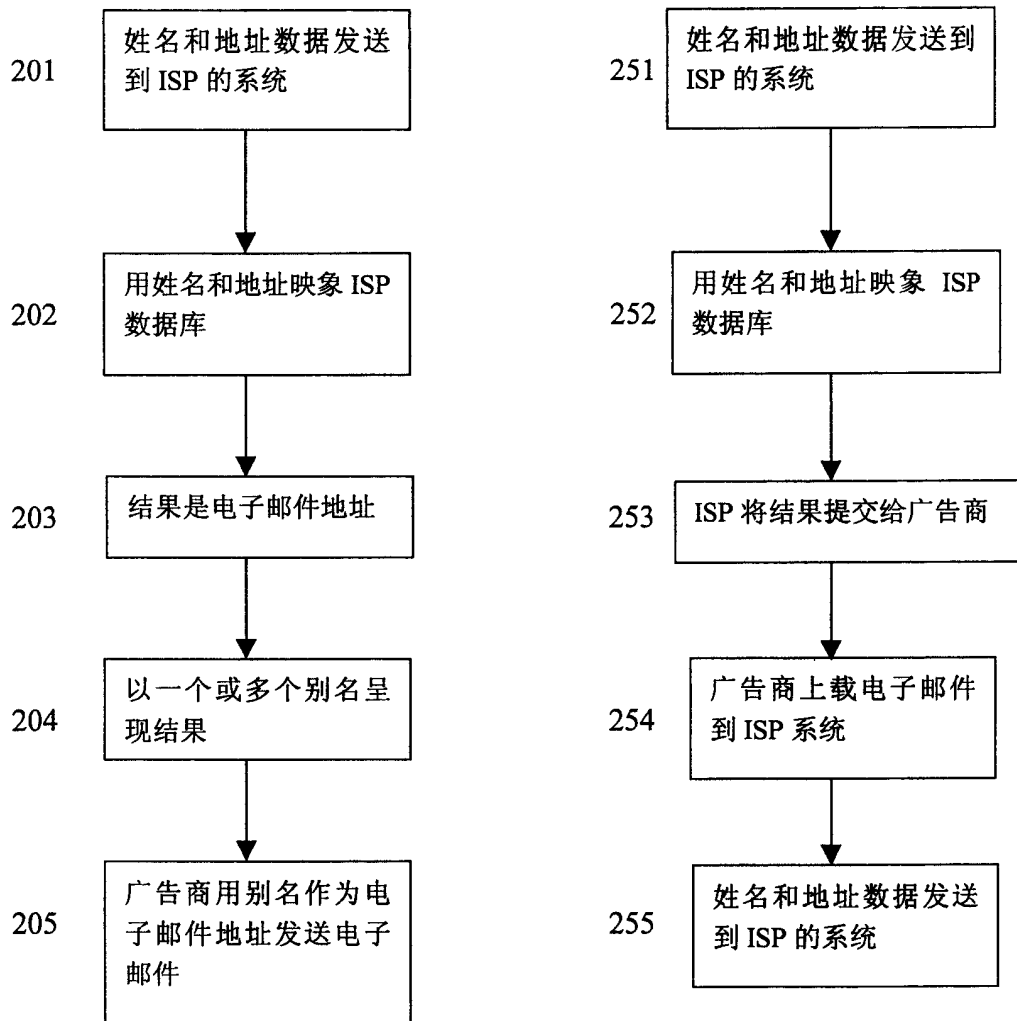


图 2

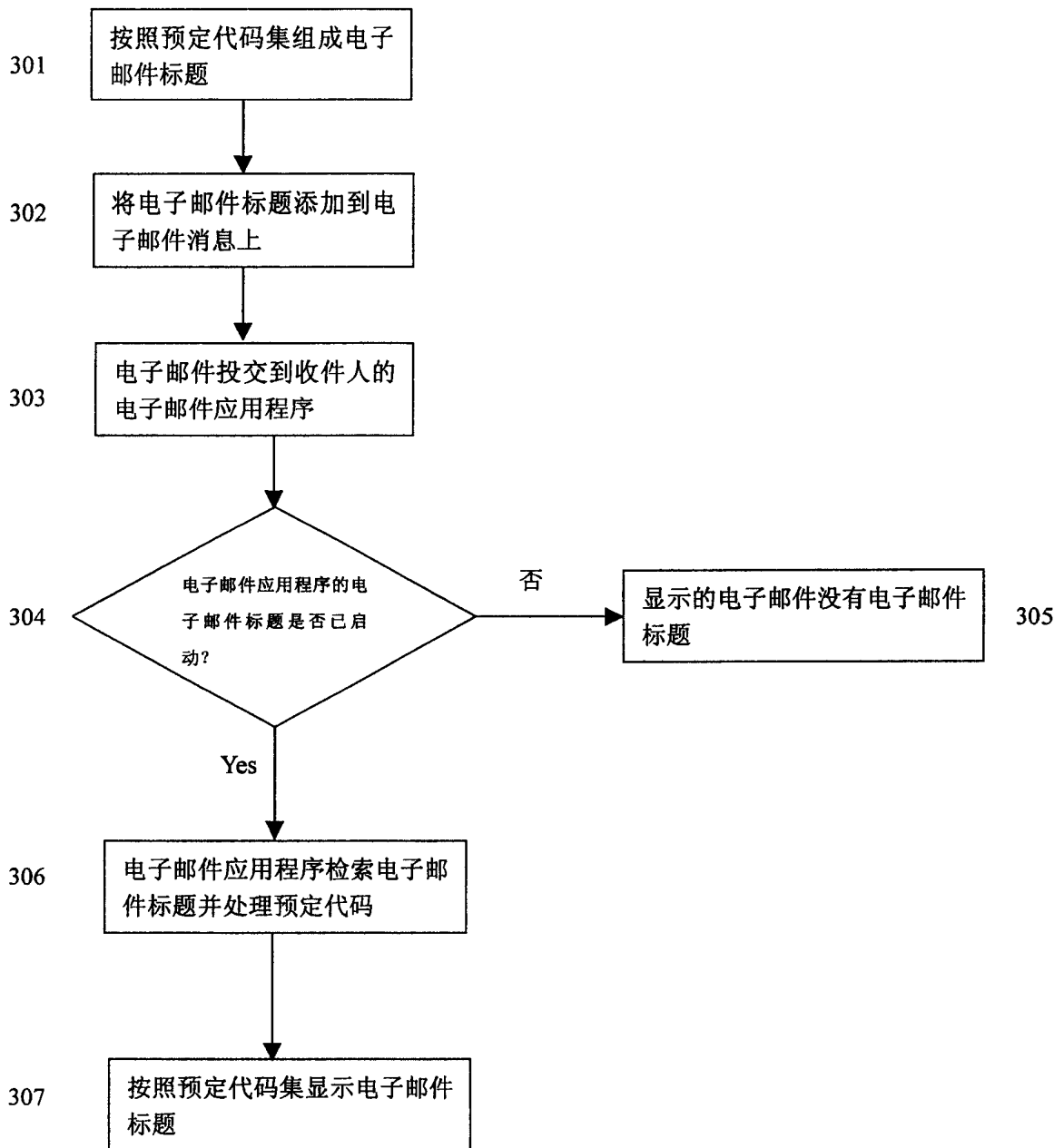


图 3





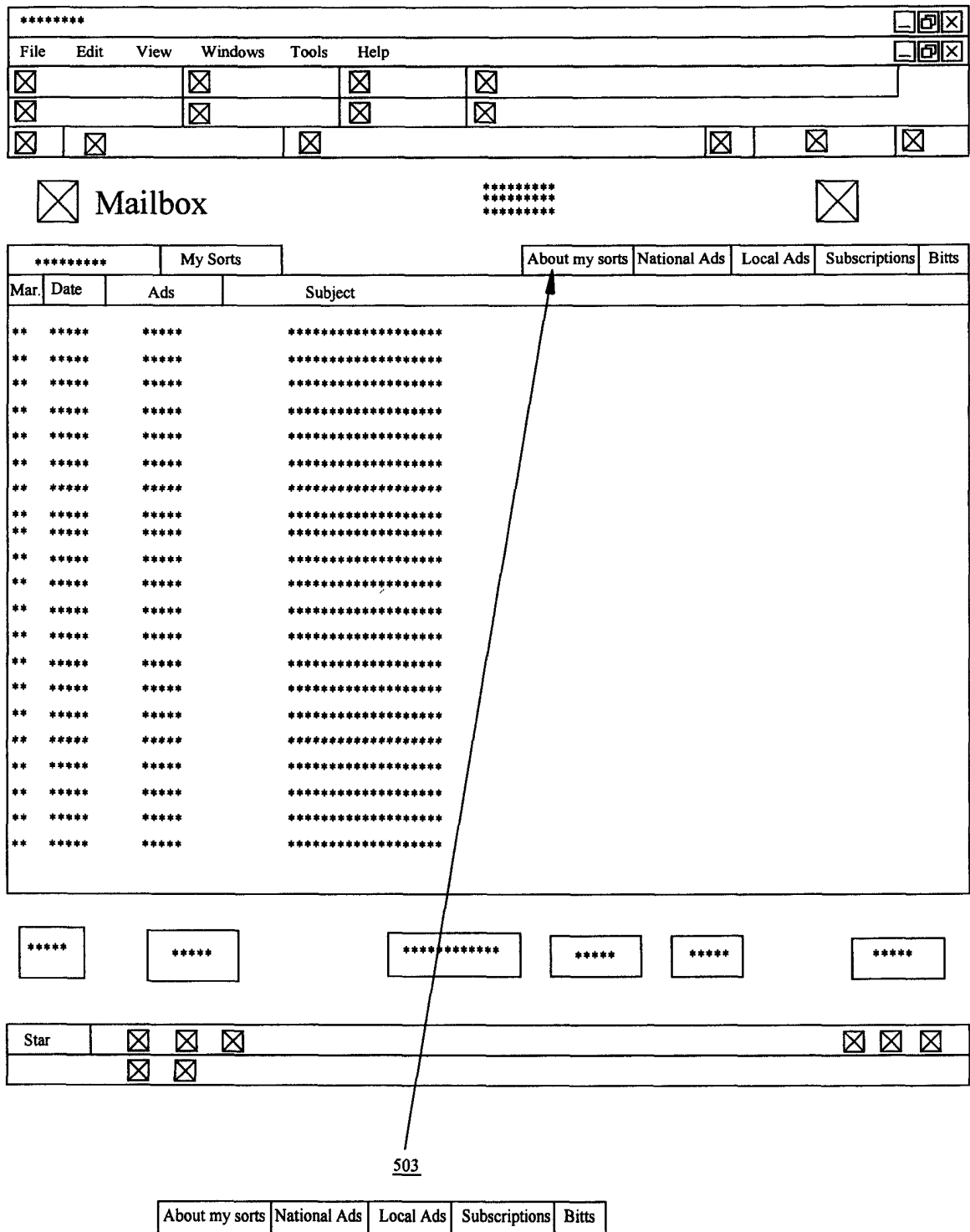


图 5

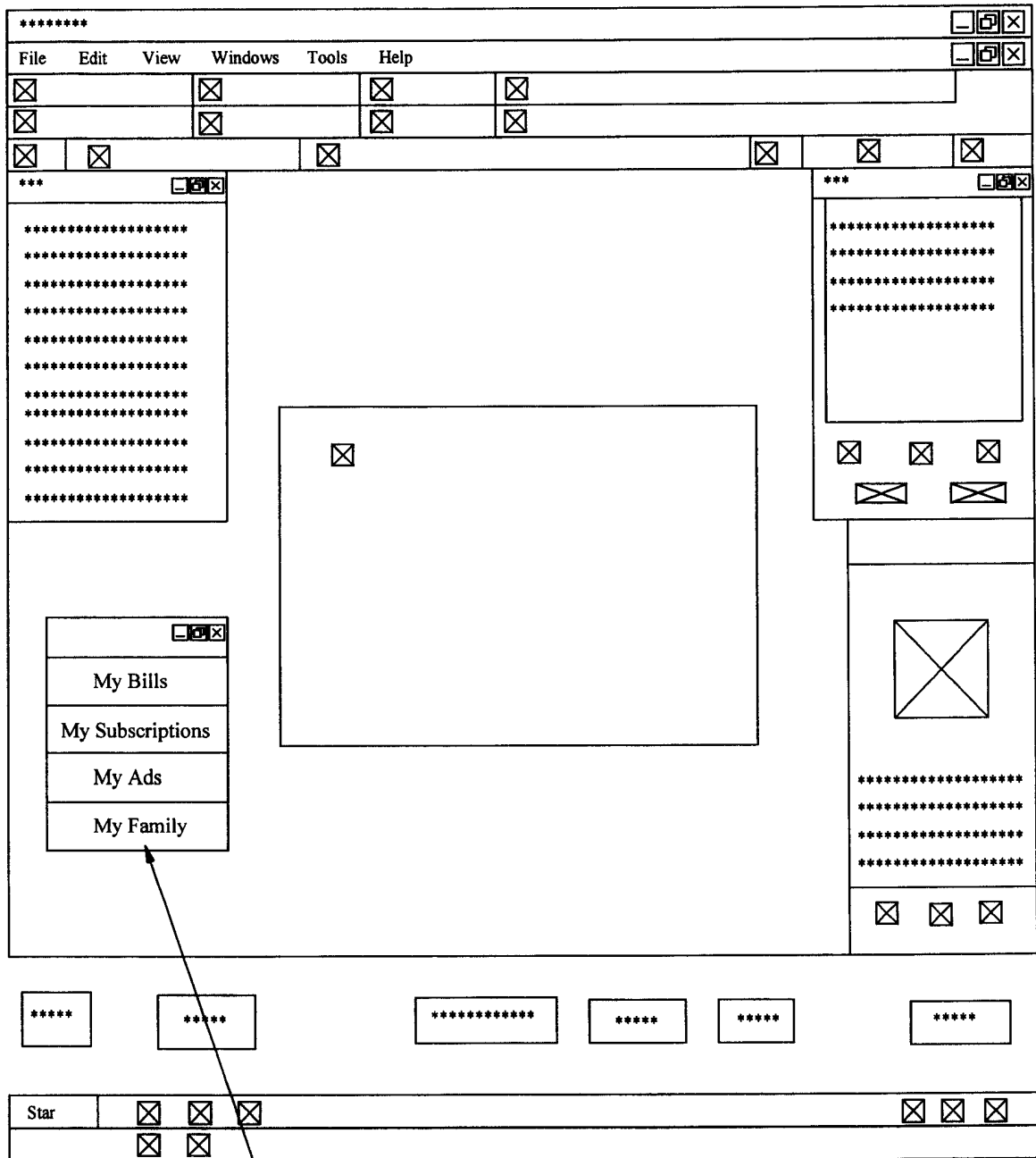
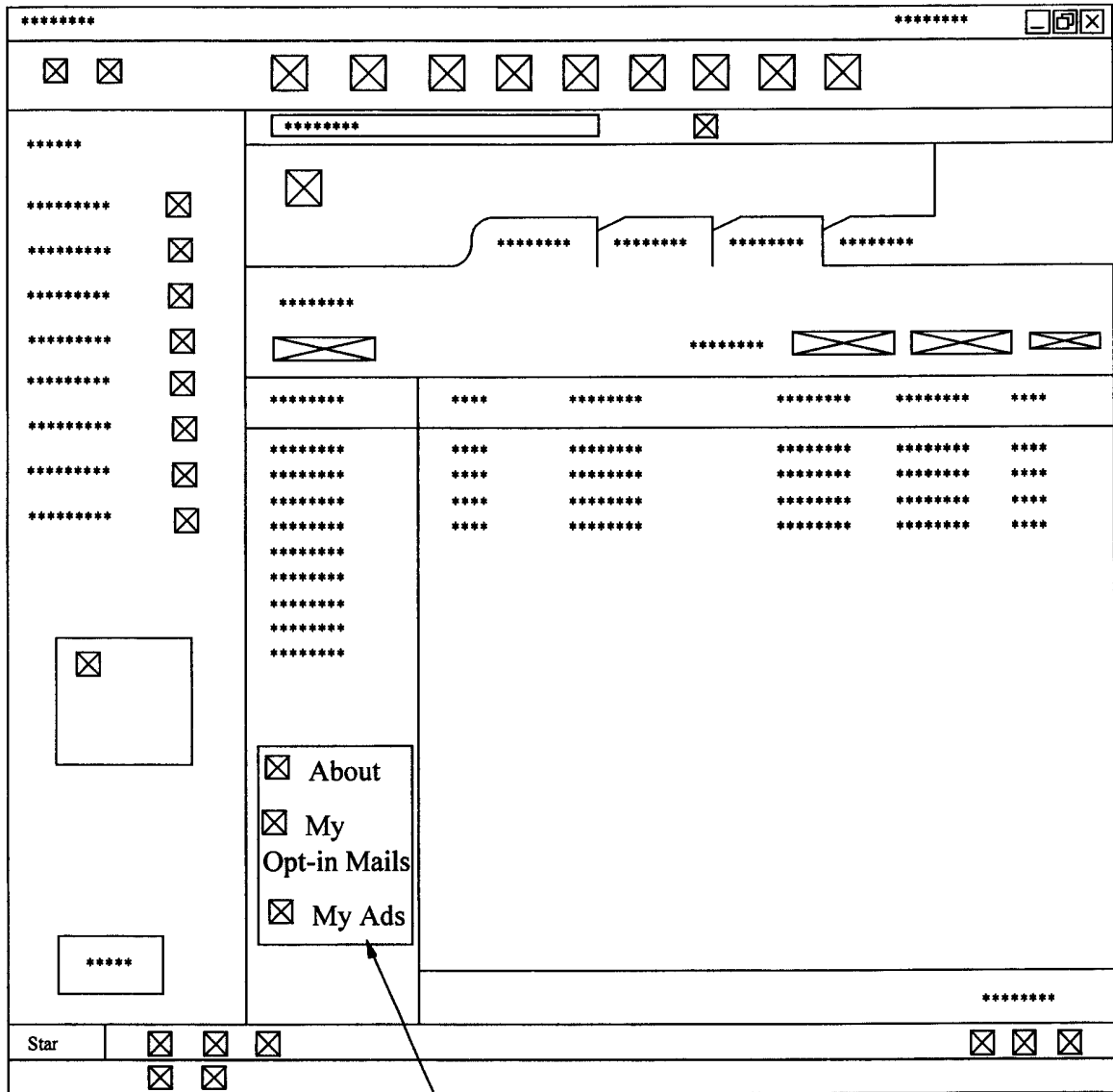


图 6



507

图 7

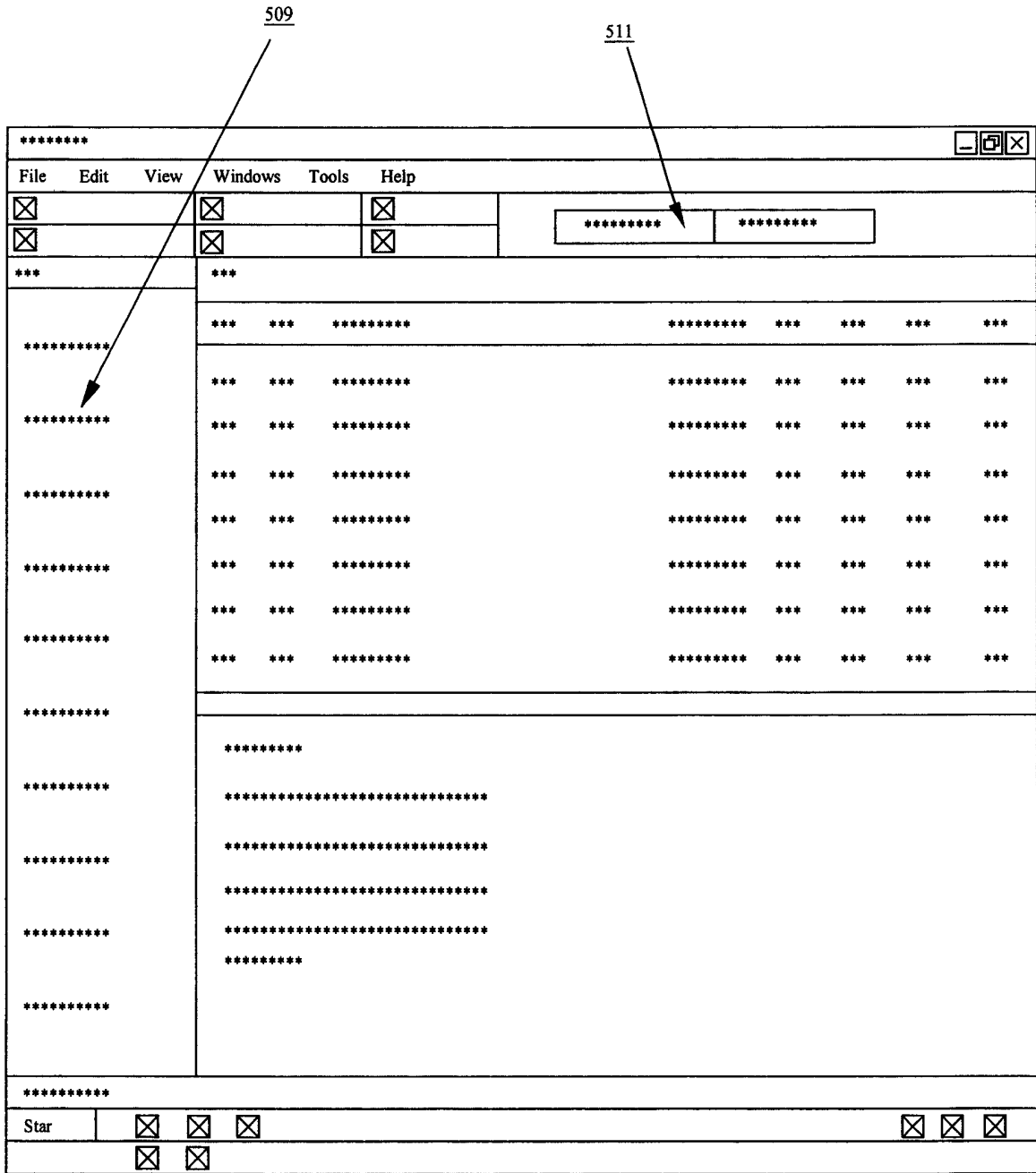


图 8

C

"Navigation Bar area"								
New Email	Old Email	Sent Email		My Subscriptions	My Bills	My Coupons	My Ads	
Type	Date	Email Address						Subject
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						Special March Promotions
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						***
	3/1/2001	john1@***						***

D

"Navigation Bar area"						
Subject	Special March Promotions					
From	Staples-Office Supplier					
Date	3/5/2001					
Reply-To	specials@staples.com					
To	tpublic123@aol.com					
A Special Offer***						
<div style="float: right;"> <table border="1"> <tr><td>Reply With Email Address</td></tr> <tr><td>Reply Anonymously</td></tr> <tr><td>Forward</td></tr> <tr><td>Reply-All</td></tr> <tr><td>ect.</td></tr> </table> </div>		Reply With Email Address	Reply Anonymously	Forward	Reply-All	ect.
Reply With Email Address						
Reply Anonymously						
Forward						
Reply-All						
ect.						
Save	Delete					
Previous	Next					
Help						

图 9

E

"Navigation Bar area"							
New Email	Old Email	Sent Email		My Subscriptions	My Bills	My Coupons	My Ads
Type	Date	To	From	Subject			
	3/1/2001	Mr. John Public1	Sharper Image	March Specials			
	3/1/2001	Mr. John Public1	American Express	We are upgrading your card***			
	3/3/2001	john1@***	Diacover Credit Card	Pre-Approved Card			
	3/4/2001	Mr. John Public1	***	***			
	3/5/2001	Reident	***	Special March Promotions			
	3/5/2001	Mr. and Mrs. Public1	"XYZ" Auto Dealer	Grand opening at "Yourtown" Branch			
	3/5/2001	john1@***	Ford Automobile	Warranly Edension Offer			
Mr. Public1 A Pre-approved credit card From: BankCard USA				Mr. Public1 ---Image---			
Save	Delete	Previous	Next	Help			

525
527
529

F

"Navigation Bar area"							
Subject	Pre-Approved Credit Card						
From	BankCarsUSA						
Date	3/5/2001						
Reply-To	offers@Bankcardusa.com						
To	Mr.Public1						
A Special Offer***							
							Reply With Screen Name
							Reply Anonymously <span style="float: right;">523</span>
							Forward
							Reply-All
							ect.
Save	Delete	Previous	Next	Help			

图 10

531

G

"Navigation Bar area"							
New Email	Old Email	Sent Email		My Subscriptions	My Bills	My Coupons	My Ads
Type	Date	To	From	Subject			
	3/1/2001	Mr.John Public1	Sharper Image	March Specials			
	3/1/2001	Mr.John Public1	American Express	We are upgrading your card***			
	3/3/2001	john1@***	Diacover Credit Card	Pre-Approved Card			
	3/4/2001	Mr.John Public1	***	***			
	3/5/2001	Reeldent	***	Special March Promotions			
	3/5/2001	Mr. and Mrs. Public1	"XYZ"Auto Dealer	Grand opening at "Yourtown" Branch			
	3/5/2001	john1@***	Ford Automobile	Warranly Edension Offer			

H

New Email	Old Email	Sent Email					
Type	Date	Email Address	Subject				
	3/1/2001	john1@***	March Specials				
	3/1/2001	john1@***	We are upgrading your card***				
	3/3/2001	john1@***	Pre-Approved Card				
	3/4/2001	john1@***	***				
	3/5/2001	john1@***	Special March Promotions				
	3/5/2001	john1@***	Grand opening at "Yourtown" Branch				
	3/5/2001	john1@***	Warranly Edension Offer				
	3/1/2001	john1@***	We are upgrading your card***				
	3/3/2001	john1@***	Pre-Approved Card				
	3/4/2001	john1@***	***				
	3/5/2001	john1@***	Special March Promotions				
	3/5/2001	john1@***	Grand opening at "Yourtown" Branch				
	3/5/2001	john1@***	Warranly Edension Offer				

\*\*\*\*\*

图 11

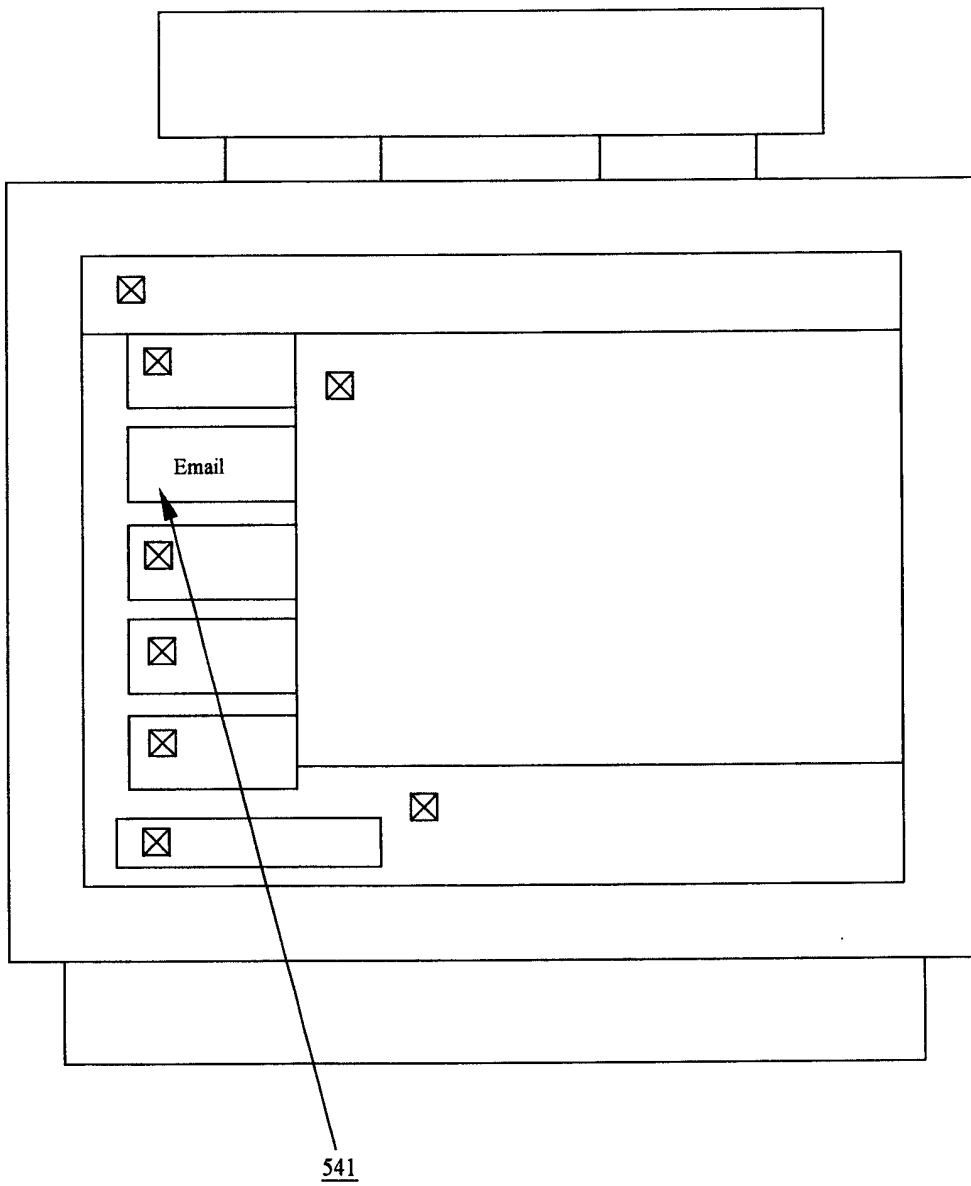


图 12



Page 1 of 3							
<b>Mr. Bush, Tuxedo Rentals!</b> Rent for 4 years plus option for 4 more years at the same price! Free Shipping! Tuxedo-R-Us Co.	<b>4 Year Furniture Rentals</b> No House to Large or Small funitures-r-us.com <b>Welcome to the Neighborhood</b> Your nearest Dry Cleaner Free Dry Cleaning Pick-up						
<i>HarryandDavid.com Gifts</i> Gift baskets for any occation! One call and we do the rest!	<b>Dominos Pizza</b> for 1600 Pennsylvania Ave. Delivered 24 Hours a Day! etc.						
<b>Click or Call 800-547-3033</b>	<b>Advertisement Banner</b>						
Guide	Up	Down	Save	Delete	File	Tools	Exit

图 13

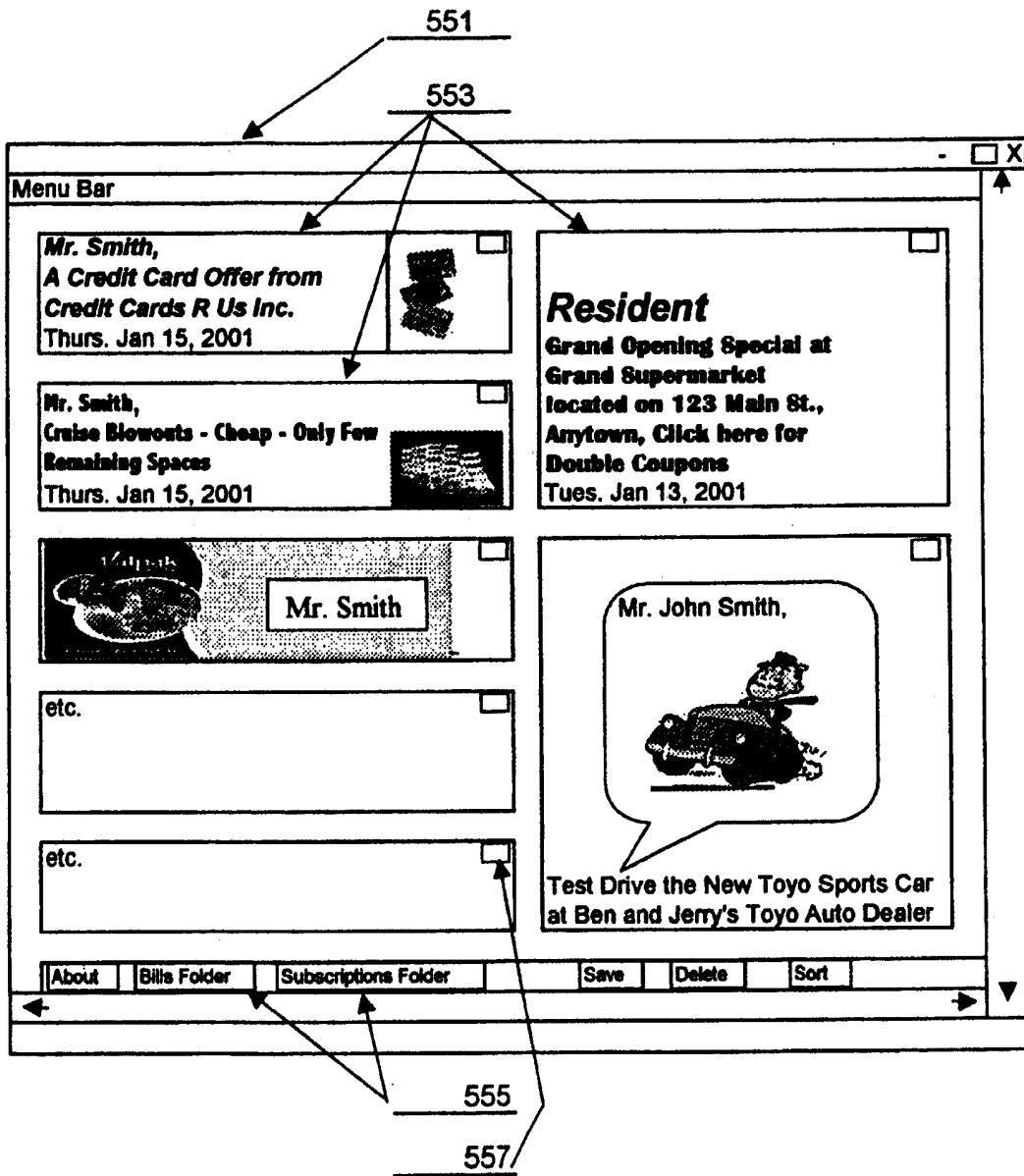
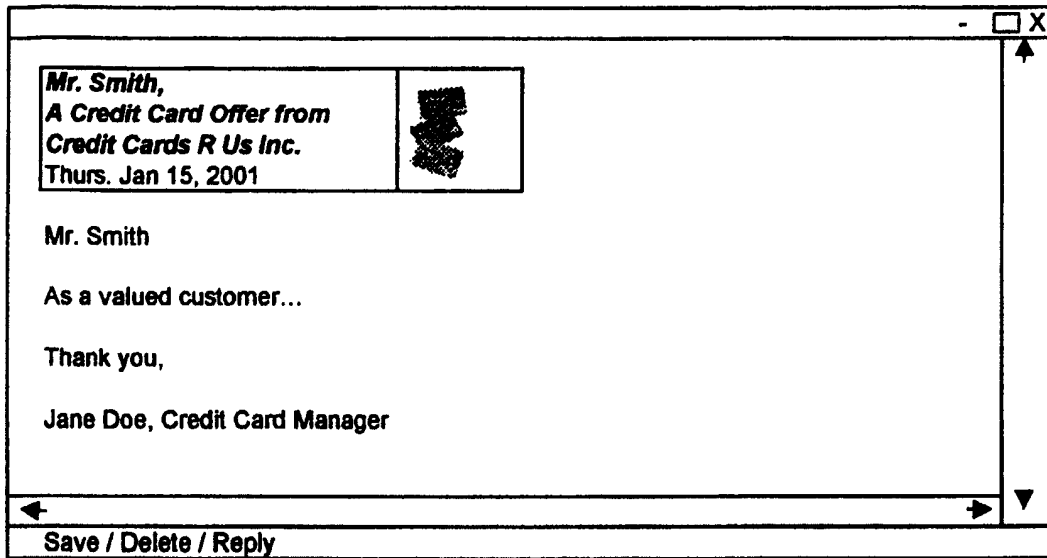


图 14

Email Body A



Email Body B

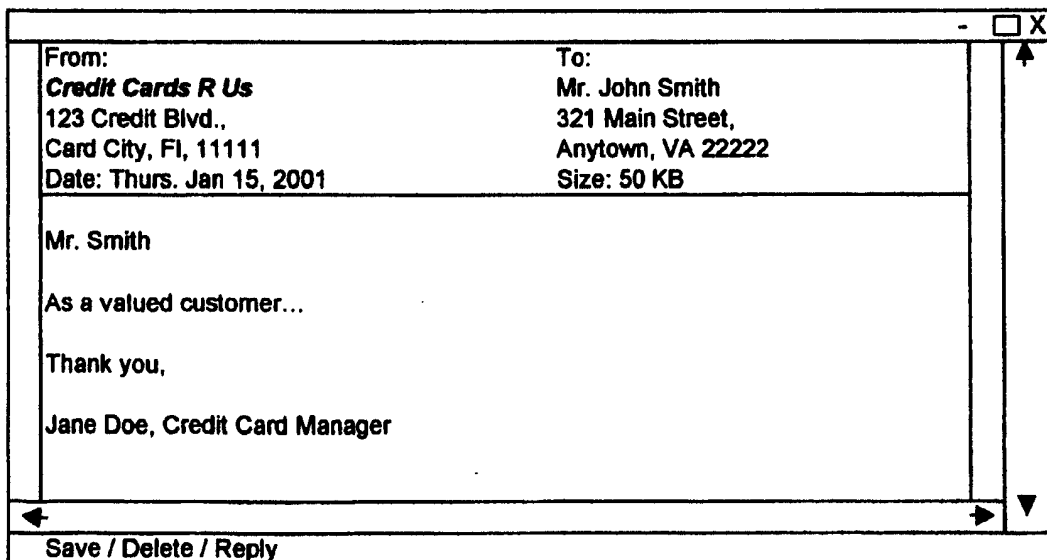


图 15

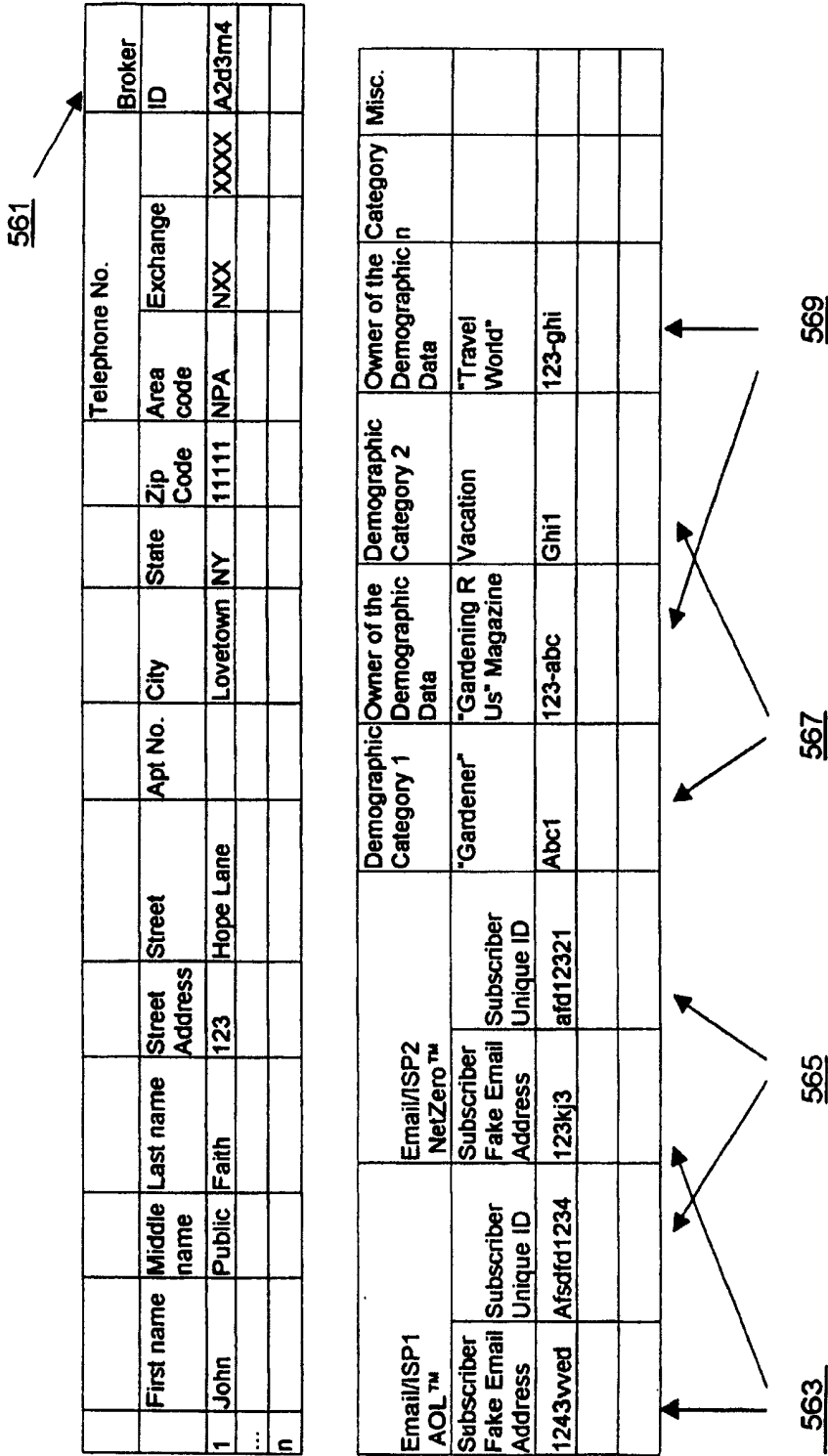


图 16