



# [12] 发明专利说明书

专利号 ZL 200510122999.8

[45] 授权公告日 2008年11月12日

[11] 授权公告号 CN 100433771C

[22] 申请日 2005.12.12

[21] 申请号 200510122999.8

[73] 专利权人 沈逸林

地址 210024 江苏省南京市西康新村2幢403室

[72] 发明人 沈逸林 周红

[56] 参考文献

CN1561088A 2005.1.5

CN1564578A 2005.1.12

WO2005045721A1 2005.5.19

WO9738535A1 1997.10.16

审查员 黄颢夫

[74] 专利代理机构 南京天翼专利代理有限责任公司

代理人 汤志武 王鹏翔

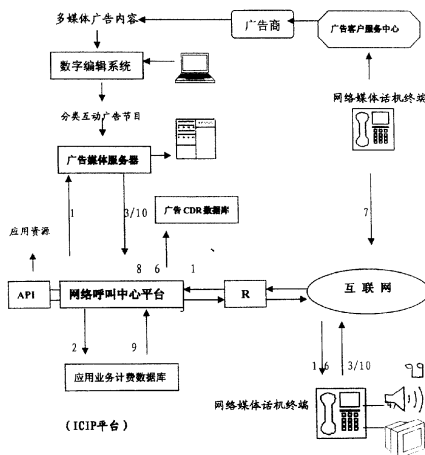
权利要求书1页 说明书10页 附图1页

## [54] 发明名称

通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法

## [57] 摘要

通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法，在各种支持网络媒体话机终端的网络服务平台上设有广告服务业务号码，互动广告服务器及其索引检索服务，用户互动应答记录与应答结果和用户帐户的数据库；网络媒体话机终端呼叫平台互动广告服务业务号码，用户确认服务通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法，除了可执行网络媒体话机终端的收费业务应用拨接模式外，进一步包含有一互动广告发布与免费资源应用捆绑模式，使网络媒体话机终端通过键盘操作可执行互动广告播放模式，并通过外接电视机及音响播放从网络呼叫中心平台媒体服务器所接收广告信息，将网络媒体话机终端开发成为免费应用资源提供者带来经济效益广告发布新媒体。



1. 通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法，其特征是在各种支持网络媒体话机终端的网络服务平台上设有广告服务业务号码，互动广告服务器及其索引检索服务，用户互动应答记录与应答结果和用户帐户的数据库；通过平台为每条多媒体互动广告内容信息提供互动广告/电子节目单索引，并匹配自动语音应答；通过平台的计费数据库帐户设置免费资源应用为广告服务业务号码提供自动充值条件、设置用户呼叫广告服务业务号码及广告交互数据验证条件和 CDR 数据库；平台通过网络呼叫中心平台以 VOIP 方式为广告客户服务中心提供远端座席接入，并分配广告主客户服务号码；并包括下列步骤：1) 网络媒体话机终端呼叫平台互动广告服务业务号码，用户确认服务，2) 平台录入网络媒体话机的终端具体信息；并验证用户帐户的有效性，3) 平台提供用户终端与互动广告服务器链接，4) 网络媒体话机终端通过外接显示装置/音响播放广告，5) 终端用户按显示装置/音响播放互动广告交互提示，回复应答信息，6) 平台依据互动应答记录与应答结果分析判断是否为应用户帐户进行免费应用资源业务充值，按广告交互进程进行相应的充值操作；网络媒体话机终端接受互动广告后通过帐户充值奖励捆绑资源免费应用；

上述过程结束时，网络媒体话机终端启动正常业务应用，终端用户帐户扣费，平台自动暂停广告播放，正常业务应用结束；广告播放恢复、终端用户帐户继续充值；按用户终端的进一步请求可生成 VOIP 业务转接客户服务中心；平台自动记录用户呼叫与广告发布互动数据；平台按预设要求分类自动统计用户呼叫与互动广告发布数据，输出结果。

2、根据权利要求 1 所述的方法，其特征是：网络媒体话机终端选择在线应用和应用待机两种模式通过电视机/音响发布互动广告信息。

3、根据权利要求 1 所述的方法，其特征是：平台将广告主客户拟发布的多媒体广告内容通过数字式编辑系统编辑为适合网络媒体话机终端发布的互动广告内容信息；互动广告内容信息以流媒体格式预存于与电信服务商网络呼叫中心平台连接的广告客户服务中心连接的广告媒体服务器，并进行发布引导编排；网络媒体话机终端通过键盘操作与广告媒体服务器实现交互。

4、根据权利要求 1 所述的方法，其特征是：网络媒体话机终端实现广告交互播放的同时，即时启动其它应用服务。

通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法

### 技术领域

本发明涉及一种通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法，也涉及一种广告发布方法，尤其是通过与网络媒体话机终端免费应用资源捆绑，提供终端用户主动接受的互动广告播放模式。

### 背景技术

随着互联网时代的到来，数字媒体成为继语言、文字和电子技术之后最新的信息载体。数字媒体的发展极大地改变着人们的生活，同时也对传统的广告媒体产生深远的影响。以网络为传播媒介的互动广告成为新的热门的广告形式。这使得无论广告公司与营销厂商都面临着改变营销传播方法及选取广告媒体的压力和机遇。网络技术在一定程度上拓展了人们的思维和创新。实际上随着“三网合一”的不断进展，不同网络的界限越来越模糊，综合各种网络的优势已成为一种趋势，广告理所当然地应当适应这种变革。网络互动广告是以网络技术为依托，随着互联网的迅猛发展而出现的一种快速便捷、成本低廉的市场信息传播方式。与传统的四大传播媒体(报纸、杂志、电视、广播)广告及近来备受垂青的户外广告相比，网络互动广告具有得天独厚的优势：1. 传播范围大 2. 非强迫性传送资讯 3. 受众数量可准确统计 4. 灵活的实时性 5. 强烈的交互性与感官性。

网络的组成是复杂的，但业务的要求是简单的。从市场、业务角度考虑：哪种技术的成本和效果更好就应该采用哪种解决方案，随着网络融合通信概念的出现，特别是信息家电概念的普及，人们意识到网络已经泛指传输、存储和处理各种信息的设备及其技术的集成。因此，网络广告应是基于多种网络技术和多媒体技术的广告形式，其具体发布方式将定位在给目标消费者发送信息的网络终端上。

总结网络互动广告在过去的经历可以发现：具备互动优势的网络广告正在被越来越多的广告主和广告代理商认可。在网站的良好配合下，提高了网络广告的效果，增强了广告主通过网络发布广告的信心。同时也可以发现网络互动广告中存在的一些问题：

1. 严重滞后的广告调研无法给广告主和广告代理商提供综合、准确和公正的调研数据；无法精确了解用户的上网习惯；不清楚广告所到达的人群、地区分布，以及相应的次数，是否有效果等。

2. 死板的旗帜(包括按钮)广告形式降低了网络广告的效果，更无法充分发挥网络广告的互动性。而单调的广告放置位置更加削弱了广告的效果。

3. 用户对网站广告的被动接收方式使多数网站因业务同质选择降价销售的策略，从而使恶性竞争给网络互动广告业的发展带来负面影响。

网络广告形式的多样化和互动广告的创意的复杂化,使网络互动广告的发布目标定位在广告到达目标观众的范围有多大,互动频次有多少,对于特定的广告活动(特别是促销活动,或邀请目标观众参与),广告被用作作为催动目标用户接受更多的品牌/产品讯息时,通过传统电视机/音响的接收多媒体广告信息的播放模式显得十分重要。

广告信息的用户主动接收模式带来另一个不容忽视的网络广告市场,即来自应用资源的捆绑广告。这种网络广告的设想是当用户使用某收费应用资源时,广告主通过预先的设置向应用资源的消费用户发送广告内容,达到发布广告的目的。但此方式目前仅有通过计算机终端浏览器发布免费应用软件或娱乐信息捆绑广告和通过电话终端发布免费电话捆绑广告两种小规模应用。由于推广应用范围受限于网络用户终端,因而与传统广告发布渠道相比无明显竞争优势。

CN03100043.6公开了一种第三方为接收方接收多媒体短消息付费的方法,第三方与增值应用业务提供商(VASP)、运营商或接收方签订第三方付费和约,在运营商网络的计费系统中设置第三方账户,并保存第三方付费的规则和相关信息,发送方将多媒体短消息发送给发送方所在的多媒体短消息业务服务器/中继服务器(MMS Relay/Sever),发送方所在的MMS Relay/Sever获取第三方付费的规则和相关信息,如果需要由第三方为接收方接收多媒体短消息付费,则将多媒体短消息及第三方付费的规则和相关信息发送给接收方,接收方收到多媒体短消息后返回响应消息,发送方所在的MMS Relay/Sever通知运营商的计费系统本次MMS消息由第三方付费,运营商的计费系统从第三方账户中扣除相关费用。

CN00814591.1公开了一种广告系统,包括用于发送广告图像文件的服务器和用于接收该广告图像文件并且将其呈现给用户的终端,服务器和终端都连接到网络。广告图像文件还附加含有包括与广告有关的相关文件的一个或多个指针的信息。在将附加了这种信息的广告图像文件存储在终端的本地文件存储器中以后,当访问该文件时,请求将相关文件发送到包含在具有这种信息的广告图像文件中的相关文件的指针,并且由终端执行响应于该请求而发送到该终端的相关文件。

CN01116615.0公开了一种适用于具有电脑主机与连接服务器主机的网络影音广告播放方法,利用一种新的广告播放模式来进行播放影音广告,更进一步达到网络广告的推广。首先,电脑主机中提供一储存影音广告的数据库。然后,由该数据库中选择一影音广告。接着,将此影音广告进行播放。然后,电脑主机连网至连接服务器主机以及最后由连接服务器主机下载影音广告片段,以供下次进行播放。以上两种方法仅仅提出了广告图像(影音)文件的发送/接收流程,并未涉及广告互动实现方法和终端主动接收并发布的广告模式。

CN200510018198.7公开了一种“互联网免费资源做为强迫性广告媒体的方法”,其方法是利用相关技术机制,在网民(即广告受众)使用这些免费资源过程的某个或某几个环节,插播文字的、图象的、声音的、视频的以及动画的等多种可能表现形

式的广告，并按一定价格向广告客户收费。并且在可能的前提下，向广告客户提供广告受众的性别、年龄、学历、职业、收入、IP、地区等对广告投放决策以及市场营销具有重要意义的资料；还可将网民（即广告受众）收看广告的次数换算成积分，并根据积分量给予广告受众以一定奖励。此方法提出了免费资源做为强迫性广告媒体的思路，但播放模式采用目前互网站广告发布的常用插播模式和奖励方法，非特定终端接收广告信息无法保证完成交互过程，难以具体判断用户是否真正通过终端有效接收广告，而且，此方法将业务应用与广告发布在非特定终端的强迫性混合提供，限制了用户对于业务应用和广告获得的选择性，从而影响广告发布的效果。

CN03146635 公开了一种实现网络侧与终端侧业务适配的方法，该方法包括：A. 网络侧在向用户终端发送业务之前，向用户终端发送请求终端能力信息的信息；B. 用户终端收到该消息后，向网络侧发送回应信息，该回应信息向网络侧提供用户终端能力信息；C. 网络侧根据该用户终端能力信息，向该用户终端发送与其能力相适配的业务通知。该方法可以使网络侧及时、正确地获取到接收方终端能力信息，从而使用户终端能正确解析出内容。并且，使用该方法可以极大地提高用户使用 MMS 业务的用户感受，并给运营商提供更灵活的业务提供机制。

CN200410051812 是一种把文本信息以图形方式发送到无线通讯终端设备的实现方法，用户将自己的需求（图片、声音）编辑成为一段文本，然后通过短信、web、无线应用协议等方式，发送到服务提供商系统。服务提供商系统收到用户发送的信息后，经过服务器分析得出用户想要发送的文字，然后在数据库中进行扫描，寻找与文字相匹配的图片，并对扫描的结果记录。如果在数据库中没有用户需求的图片，“服务提供商系统”将会按照用户的需求制作对应的图片，并且在数据库中将图片和文字相关联。最后，服务提供商系统通过 wappush、MMS 等方式发送给目标用户。

CN03822752 用于在电信网上传输消息的方法和系统及相关发送器终端，从发送者终端（18）接收（17）文本消息，诸如 SMS 消息，综合（16）所述文本消息与视频内容，以生成多媒体消息，以及把所述多媒体消息以 MMS 消息的形式发送（10）到至少一个接收终端（12）。由此保证传统的移动终端（例如，GSM）与新一代移动终端（例如，UMTS）的可能的共存和互操作。以上文件未涉及通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法。

CN200420078125.8 和 CN200410041512.8 公开了一种网络媒体话机终端和其应用通信方法，此终端以网络为通信传播媒介，设有将目标被叫号码映射为相应的网关 IP 地址的 IP 电话模块，整机设有 PCI 总线、主 CPU、在 PCI 总线上设有以太网接口，和支持流媒体的 MPEG-4 解码、视音频编码处理、A/D 转换的多媒体处理模块，所述多媒体处理模块包括语音/多媒体处理器和 DSP 处理模块、在所述语音/多媒体处理器通过 D/A 转换连接出电话和视频信号媒体端口，在主 CPU 硬件和操作系统软件协调下的实现 I/O 通讯，在 SIP 通讯协议和 MPEG-4 流媒体格式的基础上进行通信。

支持 INTERNET 漫游和 PSTN 同一帐户 PSTN 接入漫游; 具有话机功能: 扩展支持可视电话; 多媒体功能: 在线支持电视机, 音响等。以电视机/音响为接收界面, 以拨号操作完成通讯交互的特性, 除已公开的收费业务应用方法以外, 此终端可以最大限度满足网络互动广告的发布需求。通过网络媒体话机终端发布网络互动广告: 可以更充分地利用互联网的独有优势(大范围广域开放接入); 可以获得更进一步的互动性(键盘操作, 即时应答); 可以更好的适应用户对于广播电视媒体广告接收习惯(音视频多媒体广告信息播放); 可以更多地借助于捆绑终端应用资源免费捆绑广告发布(用户主动接收广告模式)

UMTS 蜂窝通信技术也是一种新的 GSM 数据通信技术, 在移动用户和数据网络之间提供一种连接, 给移动用户提供高速无线数据接入服务, 中文含义为通用无线通信系统。UMTS 核心网技术标准是在现有 GSM/GPRS 基础上发展起来的, 对 GSM 具有良好的继承性。GSM 网络的语音和分组数据业务对应于不同的网络处理节点(MSC/GSN), UMTS 核心网依然可以沿用目前网络的结构, 语音、分组数据分别处理, 同时支持语音数据一体化网络节点, 从网络模型上存在语音数据分离网络模型和语音数据一体化网络模型。UMTS 不但能够将 GSM 的功能发挥到极限, 还可以透过目前的无线网络提供宽频多媒体的服务。UMTS 的传输速度可以达到 2Mb/s, 可以应用在诸如无线多媒体、电子邮件、网络信息娱乐以及电视会议上。除支持上述的一些固定和移动业务外, UMTS 还提供全新的交互式多媒体业务。

本发明网络媒体话机终端也包括 UMTS 蜂窝通信的终端。

### 发明内容

**本发明的目的是:** 提供一种通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法, 一方面通过网络媒体话机终端实现电视机/音响播放多媒体广告, 另一方面网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用; 本发明的目的还在于: 广告互动, 并与网络媒体电话终端的免费应用资源进行捆绑的实现方法

**本发明的技术方案是:** 通过网络媒体话机终端捆绑获得免费资源应用的方法, 包括下列步骤: 在各种支持网络媒体话机终端的网络服务平台上设有广告服务业务号码, 互动广告服务器及其索引检索服务, 用户互动应答记录与应答结果和用户帐户的数据库; 1) 网络媒体话机终端呼叫平台互动广告服务业务号码, 用户确认服务, 2) 平台录入网络媒体话机的终端具体信息; 3) 平台提供用户终端与互动广告服务器链接, 4) 网络媒体话机终端通过外接显示装置/音响播放广告, 5) 终端用户按显示装置/音响播放互动广告交互提示, 通过键盘回复应答信息, 6) 平台依据互动应答记录与应答结果分析判断是否为应用户帐户进行免费应用资源业务充值, 按广告交互进程进行相应的充值操作。

上述过程结束时, 网络媒体话机终端启动正常业务应用, 终端用户帐户扣费, 平台自动暂停广告播放, 正常业务应用结束, 广告播放恢复、终端用户帐户继续充值; 按用户终端的进一步请求可生成 VOIP 业务转接客户服务中心; 平台自动记录用

户呼叫与广告发布互动数据；平台按预设要求分类自动统计用户呼叫与互动广告发布数据，输出结果。

网络服务平台是指电信服务商的网络呼叫中心平台，包括ISP或SP等。

本发明可以通过平台为每条多媒体互动广告内容信息提供IVR互动广告/电子节目单索引，并匹配平台广告服务业务号码，自动语音应答。

通过平台的计费数据库帐户设置免费资源应用为广告服务业务号码提供自动充值条件、设置用户呼叫广告服务业务号码及广告交互数据验证条件和CDR数据库。

平台为广告主提供呼叫中心远端座席接入，并分配广告主客户服务号码。

网络媒体话机终端拨打平台提供的广告服务统一号码依据IVR提示自动转接。

网络媒体话机终端可选择在线应用和应用待机两种模式通过电视机/音响发布互动广告信息。

网络媒体话机终端通过键盘操作与广告媒体服务器实现交互。

网络媒体话机终端实现广告交互播放的同时，可即时启动其它应用服务。

平台按预设要求自动记录统计用户呼叫与互动数据，输出结果。

#### 1. 网络媒体话机终端接受互动广告可通过帐户充值奖励捆绑免费资源应用：

##### 1-1. 电信服务商开通针对网络媒体话机终端的网络互动广告业务：

广告商向电信服务商提出发布网络互动广告申请，并提供多媒体广告内容，确认捆绑相关免费应用资源。支付广告发布和免费应用资源捆绑费用。

电信服务商将广告商拟发布的多媒体广告内容通过数字式编辑系统编辑为适合网络媒体话机终端发布的互动广告内容信息；

互动广告内容信息以流媒体格式预存于与电信服务商网络呼叫中心平台连接的广告媒体服务器，并进行发布引导编排；

电信服务商通过网络呼叫中心平台为每条流媒体格式互动广告内容信息提供IVR/电子节目单索引，并匹配网络互动广告服务业务号码；

电信服务商通过网络呼叫中心平台为广告服务业务号码提供计费数据库用户帐户设置免费应用资源自动充值条件；

电信服务商通过网络呼叫中心平台为广告服务业务号码设置用户呼叫广告服务业务号码及广告交互数据验证条件和CDR数据库；

电信服务商通过网络呼叫中心平台以VOIP方式为广告主客户服务中心提供远端座席接入，并分配广告主客户服务号码；

电信服务商开通提供免费应用资源的广告服务统一号码和网络互动广告服务业务号码，并通过节目指南或广告单、客户服务中心予以公告。

##### 1-2. 网络媒体话机终端用户获取网络互动广告服务接入号码：

在用户网络媒体话机终端接入互联网，并成功登录到电信服务商网络呼叫中心平台的情况下，用户查询互动广告内容信息提供索引和匹配广告服务业务号码的途径：

- 1). 通过服务商提供的节目指南或广告单获得
- 2). 通过服务商查号或客户服务中心获得
- 3). 通过网络媒体话机终端拨打网络呼叫中心平台提供的免费应用资源捆绑广告服务统一号码依据IVR提示转接
- 4). 通过网络媒体话机终端拨打网络呼叫中心平台提供的免费应用资源捆绑广告服务统一号码依据外接电视机提供的电子节目单获得
- 5). 通过服务商或广告主提供的推广活动和其它广告宣传途径获得

1-3. 通过网络媒体话机终端实现互动广告发布与免费资源应用捆绑:

在用户网络媒体话机终端接入互联网, 并成功登录到服务商网络呼叫中心平台的情况下, 网络媒体话机终端实现互动广告发布与免费资源应用捆绑的具体实现方式如下:

1) 网络媒体话机终端呼叫网络呼叫中心平台互动广告服务业务号码, 用户确认选择网络互动广告服务

2) 平台自动录入网络媒体话机的终端具体信息, 并验证用户帐户的有效性

3) 用户帐户有效: 平台提供用户终端与互动广告服务器链接;

用户帐户无效: 平台不提供用户终端与互动广告服务器链接;

4) 用户选择网络媒体话机终端在线应用和应用待机广告发布模式

网络媒体话机终端通过外接电视机/音响播放互动广告服务器提供的流媒体广告信息

5) 网络媒体话机终端用户按电视机/音响播放互动广告信息中的交互提示, 通过键盘回复应答信息

6) 平台依据互动记录与结果分析: 应答有效计费库按预设捆绑免费应用资源充值条件为终端用户帐户充值; 应答无效重复步骤4) 和5) 继续播放互动广告信息

7) 平台按网络媒体话机终端的进一步请求生成VOIP业务自动转接广告商预订的客户服务中心号码;

8) 网络媒体话机终端在线应用广告发布模式: 网络媒体话机终端启动正常业务应用, 平台自动暂停广告播放, 正常业务应用结束, 广告播放恢复;

网络媒体话机终端应用待机广告发布模式: 按IVR或广告服务号码提示, 选择所要获取的广告信息, 平台自动针对网络媒体话机终端进行广告播放;

9) 平台自动记录用户呼叫, 广告发布时间与广告发布应答互动数据, 并按预设要求分类自动统计互动广告发布数据, 输出结果

10) 网络媒体话机终端选择待机广告播放模式, 自动接收流媒体格式互动广告捆绑免费应用资源电子节目单和号码索引

此业务可使网络媒体话机终端用户通过选择互动广告捆绑获得免费应用资源服务, 实现广告发布的针对性、有效性。



**本发明的有益效果：**信息产业的发展极大地改变着人们的生活，同时也对传统的广告媒体产生深远的影响。随着网络及其相关产业的高速发展，以 Internet 为传播媒介的网络广告 (Internet Advertising) 成为当今最热门的广告形式。广告媒体计划的决定，是建立在健全的行销原理与研究以及市场状况的基础上的。它先决定主要的目标视听众，然后设定目标或方针以期与这些视听众沟通。媒体目标可以表达在到达率 (reach)、频度 (frequency)、影响效果 (impressions)、总视听率 (gross rating points) 及连续性 (continuity) 等一系列指标上。通过网络媒体话机终端实现互动广告发布与免费应用资源捆绑，可以考虑到很多变数，包括市场的范围、信息的性质、消费者的购买形态、预算标准、媒体的限制、竞争战略、广告主的商品需求，以及媒体本身的基本性质等。理想的媒体广告发布，应该将所投入广告经费的效率发挥到极致，产生合理的到达率、频度，及连续性的分量。

通过网络媒体话机终端实现互动广告发布与免费应用资源捆绑，其优势在于：

——全交互，用户与广告信息互动，广告查看无时限要求，并能随时方便用户与广告主联系；

——符合用户利益，最大限度激发用户获取广告信息的主动性，高针对性，降低广告成本；

——面对特定用户群，对广告受众无特别的操作技能要求，符合用户传统的信息获取和交互习惯；

### 1. 网络媒体话机终端应用吸引广告商的优势 个性化和多媒体化

网络媒体话机终端具备用户固定使用的特性，用户通过网络媒体话机终端获得 VOIP 通信和网络多媒体通信等个性化的 3C 业务应用，更为重要的是，终端所匹配的网络电话号码就像身份证号码一样，结合用户的预留信息，为广告商提供了定向营销的可能性。

1-1. 直接性：通过网络媒体话机终端提供的通信服务是面向特定终端用户的，从业务链角度来分析：广告主能够通过网络呼叫中心平台以网络媒体话机终端直接面向广告受众，没有中介，也没有零售店商，广告主所要传达的就是广告受众所接受的 (除非存在理解上的差别)，而且在时间上是基本同时发生。

1-2. 及时性：网络媒体话机终端提供的广告发布和互动速度取决于发出信息的数量和服务商的网络状况，但基本上能在极短的时间内完成，用户可以及时反馈接受的信息，可以做到在恰当的时间把恰当的信息发给恰当的人。

1-3. 可靠性：网络媒体话机终端提供了监测活动很便捷的手段，可以准确地监控用户回复率和回复时间，广告主可以了解和监督广告信息被有效地发送给目标受众 (传统的直邮和广播电视等单向广告发布形式无法达到)，随时调整营销策略。

1-4. 双向性：广告主可以与用户进行实时双向沟通，用户可以选择通过 VOIP 方式直接与广告主交谈或者聆听。

### 2. 网络互动广告吸引网络媒体话机终端电信服务商的优势 广告媒体 提升收益

2-1. 提升终端号码ARPU值: 电信服务商通过针对网络媒体话机终端引入网络互动广告业务将带来新的赢利增长点, 展开系列大规模的广告传播活动, 可以增加广告传播业务收入, 降低应用业务综合成本, 从而通过捆绑提供网络媒体话机终端免费资源应用服务, 吸引用户入网, 并增加对收费业务的终端消费概率。

2-2. 打造网络互动广告媒体: 电信服务商通过对网络媒体话机终端新推出的网络互动广告业务捆绑免费应用资源进行品牌规划与建设, 可以探索全新的业务推广应用方式, 特别是顺应3C终端普及和3G业务的开发运营, 基于下一代网络(NGN)的网络媒体话机终端以广告传播业务为基础, 捆绑终端免费业务应用, 将彻底改变传统电信行业的终端收费经营习惯, 形成符合电信业务特点的媒体运营模式。

2-3. 带动电信增值服务拓展: 网络互动广告业务对于服务商提出了更多的客户服务和用户信息挖掘要求: 一方面: 在线互动广告服务要求广告主的客户服务必须成为服务商网络呼叫中心所提供的一部分: 这将给服务商带来呼叫中心座席外包和企业联网的商机; 另一方面: 通过服务商提供网络互动广告业务积累的大量用户信息数据, 经过专业统计、分析、加工, 将成为极具价值的《用户市场分析报告》, 并为服务商逐步带来新的增值服务市场和收益回报。

此外: 电子商务和在线交易的发展, 也将给网络媒体话机终端播放网络互动广告业务的延伸和拓展带来新的空间。广告业务捆绑免费应用吸引网络媒体话机终端用户的优势 更多资讯 更低消费。网络媒体话机终端主要定位于面向中小企业和个人, 用户针对性强。通过网络媒体话机终端发布网络互动广告捆绑免费终端应用资源: 传播形式简单, 操作快捷, 也易于用户选择更新, 便于用户集中比对。消费者和企业需要在需要时才互动, 不是强制性广告, 因而更能被用户接受。同传统媒体相比, 网络媒体话机终端更适合交互广告的发布, 因其展示空间更大, 免费应用捆绑方式多样, 不受地域限制, 播放信息量大也为用户乐于接受。

**3. 网络媒体话机终端用户通过主动接收网络互动广告, 并可直接与广告主客户服务中心联络的同时, 还可以获得由广告主和服务商合作提供的免费应用资源充值反馈:**

- 免费拨打IP电话或免费通话时长赠送
- 免费欣赏VOD, IP-TV和参与网络游戏
- 可以获得向服务商申请发布免费广告的机会, 借助于电信服务商的互动广告发布渠道发布优惠广告
- 可以免费获赠网络音像制品、动画等文化产品
- 可以免费通过服务商获得使用新业务的机会

综合以上分析: 网络互动广告按照网络媒体话机终端用户的行业 and 区域特性被划分为若干组播放号码。网络媒体话机终端用户可以选择接入相应的号码, 广告商针对特定网络媒体话机终端用户群发布广告信息, 也可以快速找到目标潜在用户, 真正实现各取所需, 方便快捷、实用有效。

随着下一代互联网的架构和业务运用,越来越多的用户将习惯于在网络上查询广告信息,受众接受网络互动广告将成为发展趋势。网络互动广告将得益于电信服务商提供的网络媒体话机终端,特别是网络互动广告业务捆绑免费应用资源,将有可能成为大规模普及型广告发布新形式,且以其定向投放能力和受众区分能力而被广告主所看好,网络媒体话机终端将帮助电信服务商开始从传统媒介上抢占互动广告业务的市场。

### 附图说明

图1是本发明方法的实现的结构和流程图

### 具体实施方式

1. 网络媒体话机终端呼叫互动广告服务业务号码,用户选择确认网络互动广告服务;
2. 平台自动录入网络媒体话机的终端具体信息,并验证用户帐户的有效性;
3. 平台提供用户终端与互动广告服务器链接;
4. 网络媒体话机终端通过外接电视机/音响播放互动广告服务器提供的流媒体广告信息;
5. 网络媒体话机终端用户按电视机/音响播放互动广告信息中的交互提示,通过键盘回复应答信息;
6. 平台依据互动记录与结果分析为终端用户帐户充值;
7. 平台按网络媒体话机终端的进一步请求生成VOIP业务自动转接广告商预订的客户服务中心号码;
8. 网络媒体话机终端启动正常业务应用,平台自动暂停广告播放,正常业务应用结束,广告播放恢复;
9. 平台自动记录用户呼叫与广告播放应答互动数据,并按预设要求分类自动统计用户呼叫与互动数据,输出结果;
10. 网络媒体话机终端可选择待机广告播放模式,自动接收流媒体格式互动广告内容信息电子节目单和号码索引。

采集来的数据存入数据库,原始的计费源数据称为CDR(Call Detail Record),CDR数据将由计费系统处理后计费 and 生成帐单。

本发明所述CDR数据是在UMS系统中由各数据源触发事件而产生的,以供数据处理子系统进行后处理,生成帐单或转入其它系统。CDR数据基于Group Name、Group ID、Network ID(用户邮箱ID)、起始时间、终止时间等,数据足够丰富以满足计费系统对每个用户的使用周期和使用情况计费。

本发明可以应用于基于网络呼叫中心架构的ICIP综合增值业务平台。在ICIP综合增值业务平台融合了智能网设计思想(业务与控制分离),结合软总线技术,采用面向软交换的设计思路,进一步把呼叫控制与交换承载分离,使得这种平台方式不仅可快速灵活地增加电信新业务,而且更易于与异种网连接,如VOIP、分组数据、

宽带接入等，通过平台基本的软交换功能，分布接入、集中控制，业务扩展灵活，需增加新业务时，只要把该业务功能叠加到平台之上，硬件平台则无需改动；因此，系统平台都可以独立地二次开发、运行不同的增值业务，在实际应用中，可以根据当地的规模和具体需求选用最佳的平台解决方案。ICIP 综合增值业务平台可以通过网关的方式实现和各种业务资源系统的联网，支持 IVR、短信、网站等多媒体方式互动服务，为在电信、移动通信网络上针对固网和手机用户提供声讯和其他信息增值服务，并提供在线娱乐等其它增值服务。音信结合类：与短消息结合的声讯服务。外呼服务等。企业服务类：产品防伪查询、电话听广告等。

其中 IVR 服务包括文本转语音 (TTS)、语音识别 (ASR)、IFR 传真服务、预拨号功能、会议电话功能、数据库访问智能路由分配、人工话务台、全面计费

#### ICIP 综合增值业务平台的优势:

- 1、融合了软交换 (NGN) 的设计思想
- 2、引入智能网的思想
- 3、支持在线加载新业务
- 4、支持多种媒体服务
- 5、可配备完善的管理系统
- 6、可提供强大易用的图形化二次业务开发工具
- 7、灵活的数据源访问
- 8、可热插拔的模块化设计
- 9、完善的计费管理
- 10、电信级、高稳定性、高可靠性

#### 部分缩略语英汉对照表

英文缩写	英文全称	中文译名
VOIP	Voice over IP	语音复合 IP 通信
ARPU	Average Revenue Per User	每用户平均收入
VOD	Video on Demand	视频点播
IP-TV	IP TV	网络电视

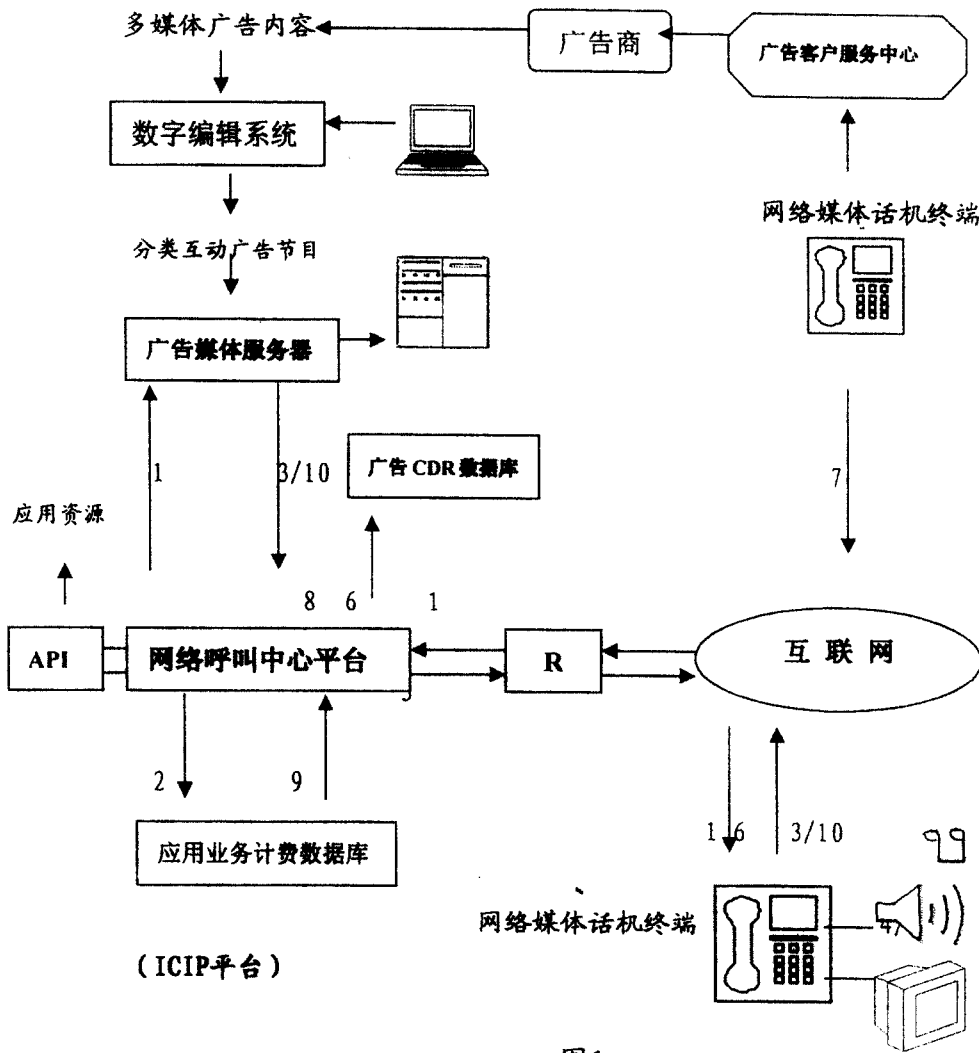


图1