

個人化廣播電視廣告方法及其互動方法

摘要

本技術自數位電視的廣播節目中收集觀眾欲觀看的廣告資訊，再利用自動切換頻道或multicast結合broadcast，搭配排程演算法傳輸廣告，達到觀眾體驗、頻寬利用、廣告收入之最佳均衡。本系統接入非IP網路時以不同頻道播送；接入IP網路時則以broadcast結合multicast的方式傳送個人化廣告。在非IP網路中，各廣告將動態生成其頻道，對此廣告有興趣的觀眾群在廣告播送時會自動被切換到該頻道；而在IP網路中，利用多個multicast group傳輸內容可突破unicast傳輸重複內容的效益低落，對同一廣告有興趣的觀眾群都會加入在該廣告之multicast group下。在廣告排序方面，系統利用用戶選擇廣告的回饋統計各廣告的需求人數產生multicast group，並最佳化廣告播放順序，再以multicast的方式將廣告傳送給各群組的觀眾。本技術並囊括利用註記電視內容方式廣告及自動判斷推送廣告內容至其他媒體之技術。

技術優勢

在電視節目拍攝時可以吸引更多商品業者出資爭取商品在節目中曝光。利用在廣告時段提供觀眾感興趣的廣告可以讓觀眾省去尋找節目中商品的時間，提升觀眾購買的欲望。我們的專利則是根據廣播節目中的商品即時抽換相應廣告，統計欲觀看廣告者的數量並以multicast結合broadcast的方式發送給各廣告群組內之觀眾。

本院覽號

32A-1010606

公告日期

智財權狀態

台灣(發明)I601080放棄維護

應用範圍

由於這是偏向於電信方面的技術，將來希望與有線電視或無線電視的電視商合作(如:MOD)，希望藉由電信商的設備及技術將這樣的個人化互動廣告概念推展到電視上

創作人

黃彥男、麥仲宇、戴士堯、張傑名