

發明專利說明書

(本說明書格式、順序及粗體字，請勿任意更動，※記號部分請勿填寫)

※ 申請案號：97109294

※ 申請日期：97.3.17

※IPC 分類：G06F 1/30 (2006.01)

一、發明名稱：(中文/英文)

用於贊助搜尋的動態競價/DYNAMIC BID PRICING FOR
SPONSORED SEARCH

二、申請人：(共 1 人)

姓名或名稱：(中文/英文)(簽章) **ID :**

雅虎股份有限公司/YAHOO! INC.

指定 為應受送達人

代表人：(中文/英文)(簽章)

弗茲 杜恩 R./ VALZ, DUANE R.

住居所或營業所地址：(中文/英文)

美國加州 94089 矽谷第一大道 701 號

/ 701 First Avenue, Sunnyvale, CA 94089, U.S.A.

國 籍：(中文/英文) 美國/ U.S.A.

三、發明人：(共 1 人)

姓 名：(中文/英文) **ID :**

弗茲 杜恩 R./ VALZ, DUANE R.

國 籍：(中文/英文)

美國/ U.S.A.

四、聲明事項：

主張專利法第二十二條第二項 第一款或 第二款規定之事實，其事實發生日期為： 年 月 日。

申請前已向下列國家（地區）申請專利：

【格式請依：受理國家（地區）、申請日、申請案號 順序註記】

有主張專利法第二十七條第一項國際優先權：

1. 美國、2007年04月06日、11/784,481

無主張專利法第二十七條第一項國際優先權：

主張專利法第二十九條第一項國內優先權：

【格式請依：申請日、申請案號 順序註記】

主張專利法第三十條生物材料：

須寄存生物材料者：

國內生物材料 【格式請依：寄存機構、日期、號碼 順序註記】

國外生物材料 【格式請依：寄存國家、機構、日期、號碼 順序註記】

不須寄存生物材料者：

所屬技術領域中具有通常知識者易於獲得時，不須寄存。

五、中文發明摘要：

一種用於一線上贊助搜尋系統的方法，其包含儲存一項目資料庫。至少部份的項目含有一關鍵字以及與一個別廣告主相關聯的一金錢數額。該方法進一步包含將有關於目前使用者偏好的資訊接收至該線上贊助搜尋系統之內。當該所收之使用者資訊是有關於一項目之關鍵字時，該方法包含根據所收之使用者興趣資訊以自動地調整該項目的金錢數額。回應於所收使用者查詢，該方法包含識別有關於該所收使用者搜尋查詢的項目，並且產生一含有該等相關項目的搜尋結果列表。然後，該方法包含根據與該等相符項目相關聯的經調整金錢數額以對該等相關項目進行排序。而回應於將一網頁指定於所收贊助廣告，該方法包含識別有關於該網頁之一或多個部分的主題事物之項目。在此實例中，該方法接著包含根據與該等相關項目相關聯的經調整金錢數額，決定應顯示出哪些項目以及其在該網頁上的登設方式。

六、英文發明摘要：

A method for an online sponsored search system includes storing a database of items. At least some of the items include a keyword and a money amount associated with a respective advertiser. The method further includes receiving information about current user preferences within the online sponsored search system. When the received user information relates to a keyword of an item, the method includes automatically adjusting the money amount of the item based on the received user interest

information. In response to a received user query, the method includes identifying items relating to the received user search query and generating a search result list including the related items. The method then includes ordering the related items according to the adjusted money amounts associated with the matching items. In response to the designation of a Web page to received sponsored advertisements, the method includes identifying items relating to the subject matter of one or more portions of the Web page. In this instance, the method then includes determining which items are to be shown and their placement on the Web page according to the adjusted money amounts associated with the related items.

七、指定代表圖：

(一)本案指定代表圖為：第(一)圖。

(二)本代表圖之元件符號簡單說明：

100	線上資訊系統	114	使用者資料庫
102	使用者客戶端系統	116	通訊網路
104	廣告主客戶端系統	120	電腦儲存媒體
106	資訊網路伺服器	122	處理系統
108	資訊資料庫	124	搜尋引擎
110	帳戶管理系統	126	競價數額調整引擎
112	使用者偏好及巡覽系統		

八、本案若有化學式時，請揭示最能顯示發明特徵的化學式：

無

九、發明說明：

【發明所屬之技術領域】

本發明概有關於線上搜尋及廣告方法及設備。尤其，本發明是有關用於贊助搜尋的動態競價。

【先前技術】

贊助搜尋系統可讓廣告主及資訊供應商增加對於向線上系統使用者呈現其廣告或線上資訊的控制程度。於2001年7月21日核發，標題為「System and Method For Influencing A Position On A Search List Generated By A Computer Network Search Engine」之美國專利第6,269,361號案文連同本申請案共同授予，其中即揭示一此種贊助搜尋系統。此種系統提供一種用以在一付費登設搜尋資料庫中管理資訊供應商或廣告主之搜尋列表的方法。一付費登設搜尋系統可讓資訊供應商能夠對關鍵字或搜尋詞彙進行競價。該付費登設搜尋系統或贊助搜尋市集係由一線上服務供應商所提供，該者維護必要的資料庫及伺服器，藉以提供使用者以及廣告主或資訊供應商進行線上存取。資訊供應商搜尋列表一般含有一搜尋詞彙以及其他文字或一標誌廣告，而向該者搜尋一與所遞交之搜尋查詢相符的結果。一使用者利用一瀏覽器程式以將一搜尋查詢遞交至一搜尋引擎，此者對該資料庫進行搜尋，包含該資訊供應商之搜尋列表的搜尋詞彙。此種系統之範例可如 searchmarketing.yahoo.com 的「全球資訊網」。茲將美國專利第6,269,361號按其整體而依參考方式併入本案。

在此種系統裡，當一使用者透過一搜尋引擎而針對

一該資訊供應商對其具有競價的特定關鍵字或搜尋詞彙搜尋資料庫時，會將該資訊供應商的搜尋列表，並連同其他搜尋結果，顯示予該使用者。傳統上，在該等搜尋結果中會更明顯地顯示出具較高競價金額的搜尋列表，這通常是位在該列表的頂部處，該等於此會首先被使用者觀看到。若該使用者點按一搜尋列表，則會將該使用者的瀏覽器重新導引至該資訊供應商的網站，並且向該資訊供應商收取一等於該者對該搜尋列表所喊出之競價金額的金額。

從而，在此一系統中的資訊競價是對應於由該等資訊供應商所設定的競價金額。該競價金額是在一主動競價程序中由資訊供應商所管理。一資訊供應商可根據各種因素以提高或降低對一關鍵字的一競價，這些因素包含廣告預算、市場條件以及其他資訊供應商在贊助搜尋市集上的出席與活動。現已開發出對於贊助搜尋系統的其他競價模型。

而在該等贊助搜尋競價模型裡仍有其他目前並未納入考量的因素。例如，市集可更具動態性質，並且可相較於資訊供應商所能反應還更快速地改變，以利管理其競價。其一範例即為對於某名人或產品的知名度或興趣之突發激增。在此種情況下，在贊助搜尋市場上的相對定價將不正確地反映出關於該名人或產品之資訊的實際市場價值。在此情況下，實際市場興趣與市場定價之間會有一時間延後。

目前，對於廣告主提供贊助搜尋服務之主要搜尋引擎業者，像是 Yahoo! Inc. 及 Google Inc.，會讓廣告主獲用有關於關鍵字及語句的使用者查詢資料，藉此協助該

競價程序。Yahoo! Inc.雖可提供在一固定時段過程中對於一選定關鍵字或語句以及近似等同項的實際查詢計數，然 Google Inc.僅為利用未經標註之長條圖表和圖形以展示在一固定時段過程中一選定關鍵字或語句以及近似等同項的相對知名度。然後，廣告主可知曉地決定哪些關鍵字或語句為相對地較具知名度，並因此哪些確值得競價，同時若如此，應競喊多少價格。然而，所提供之使用者查詢資訊極為靜態，原因在於該者僅自最近過往提供使用者查詢資訊的快照結果。

從而，在贊助搜尋情境下，確需一種對由廣告主及資訊供應商所提供之資訊進行定價的經改良系統與方法。

【發明內容】

僅為介紹之方式，在一具體實施例裡，一種用於一線上贊助搜尋系統之方法，其中包含儲存一項目資料庫。至少部份的項目含有至少一關鍵字以及與一個別廣告主相關聯的一金錢數額。該方法進一步包含將有關於目前使用者偏好的資訊接收至該線上贊助搜尋系統之內。當該所收之使用者資訊是有關於與一項目相關聯的一關鍵字時，該方法包含根據所收之使用者偏好資訊以自動地調整該項目的金錢數額。回應於所收使用者查詢，該方法包含擷取有關於該所收使用者搜尋查詢的項目，並且產生一含有該等相符項目的搜尋結果列表。然後，該方法包含根據與該等相符項目相關聯的經調整金錢數額以對該等相符項目進行排序。

在第二具體實施例裡，一種用於一線上贊助搜尋系

統的方法包含儲存一項目資料庫。至少部份的項目含有至少一關鍵字以及與一個別廣告主相關聯的一金錢數額。該方法進一步包含將有關於目前使用者偏好的資訊接收至該線上贊助搜尋系統之內。當該所收之使用者資訊是有關於與一項目相關聯的一關鍵字時，該方法包含根據所收之使用者偏好資訊以自動地調整該項目的金錢數額。而回應於指定一網頁以接收贊助廣告，該方法包含識別有關於該網頁之一個以上的部分主題事物之項目。然後，該方法包含根據與該等相關項目相關聯的經調整金錢數額，決定應顯示出哪些項目以及其在該網頁上的登設方式。

在第三具體實施例裡，一贊助搜尋系統包含一贊助搜尋資料庫，此者儲存複數個項目，而該等之至少一部份係關聯於一廣告主，並且含有至少一關鍵字及金錢數額。該贊助搜尋系統進一步含有一使用者偏好及巡覽資訊系統，此者決定有關於目前使用者對該系統之興趣的資訊。此外，該系統含有一資訊網頁伺服器，其中含有一搜尋引擎，此者可對該贊助搜尋資料庫的使用者搜尋查詢進行回應，以及一競價金額調整引擎，此者可對有關於目前使用者興趣的資訊進行回應。該資訊網頁伺服器回應於一使用者查詢而將一組搜尋列表送返至一使用者，該組搜尋列表係至少部份地根據有關於目前使用者興趣的資訊所排序。

在第四具體實施例，一用以在一線上贊助搜尋系統中控制廣告主競價金額的電腦式使用者介面含有一資料輸入點，藉以自一廣告主接收一對於在該線上贊助搜尋系統內之使用者興趣活動向上或向下移動的競價調

整回應之使用者指示。該使用者介面進一步含有一競價資料輸入點，藉以自該廣告主接收一競價調整增量。

【實施方式】

僅藉由介紹方式，在一根據本揭示之系統及方法裡，可藉由將與一給定贊助搜尋廣告登設相關聯之標籤及關鍵字關聯至該搜尋引擎查詢內之相關關鍵字的波動知名度，以建立反映出對於該給定內容項目之波動性市集偏好的動態定價。

當廣告主利用像是 Yahoo! Inc. 在 searchmarketing.yahoo.com 所提供的贊助搜尋系統時，該廣告主投下對與該等有意促銷之產品或服務相關聯的關鍵字(或關鍵語句)之競標。該廣告主之目的係在於，當使用者搜尋由該廣告主所競價的關鍵字或語句時，欲令以一或多個連至該廣告主之網站或連至一電子商務附屬網站的超鏈結出現在該使用者的搜尋查詢結果之內。該競價數額，以及相對於對該等相同關鍵字或語句而由其他廣告主所提出之競價數額的比較，將決定該廣告主之贊助鏈結出現在送返至輸入相對應搜尋查詢之使用者的搜尋結果頁面上之何處(若確有)。藉由將其對選定之關鍵字或語句的競價數額鏈結至使用者對此等關鍵字或語句之查詢頻率的波動性，廣告主可動態地且自動地移改其競價策略，藉以在使用者的搜尋結果頁面上更佳地捕捉所欲之登設方式。該等詞彙「關鍵字」及「關鍵語句」在此可互換地運用。

於 2006 年 12 月 22 日申審，標題為「Dynamic Pricing Models for Digital Content」之美國專利申請案第

11/615,602 號案文中揭示一種動態定價模型，此者有助於進行線上數位內容散佈。茲將該申請案依其整體而按參考方式併入本案。數位內容包含像是新聞、文章、影像、視訊及音訊的資訊。在該經併入申請案裡，對於數位內容之定價係基於有關網際網路使用者行為及偏好之相對目前累集的資訊。藉由在對於相關聯之內容項目的定價中反映出網際網路使用者偏好，以及在此等偏好中的相對新近偏移，內容擁有者可在更佳地反映出市集使用者需求之價格點處產生更高的數位內容項目銷售量。

一根據本具體實施例之系統可提供累集網際網路使用者偏好資料的一個以上來源。由與使用者查詢及巡覽樣式相關之搜尋引擎所產生的資料可提供關於網際網路使用者群體之累集意欲及偏好的極為探試性、有用資訊，藉此獲得或存取某類型的資訊。此等累集資訊提供一為近密地瞭解使用者對於不同產品、服務、資訊項目及娛樂之市集需求的極佳手段。因此，可確信能夠有利地運用反映出持續移改之使用者偏好的累集資訊，藉以按動態方式設定及重設廣告主對於與其產品和服務相關聯並且有關該等使用者偏好之關鍵字及語句的競價。

在此所揭示之定價模型係假定在一贊助搜尋市集上之資訊供應者能夠直接地存取到捕捉有關網際網路使用者偏好及行為之相對目前、累集資訊的一個以上資訊來源。這些來源包含一搜尋引擎所收到的搜尋請求資訊，以及由使用者經一搜尋引擎所存取的網站。

演算法搜尋引擎，像是 Yahoo! Inc. 所提供者，每天

都會登註數以百萬的關鍵字搜尋查詢。幾乎所有的網際網路使用者皆常規地仰賴於搜尋引擎以尋獲所欲之網站、資訊和商業項目。因此，搜尋引擎業者由於在當數以百萬的使用者查詢被輸入時即捕捉該等查詢，因此可存取至有關在某一給定時點處哪一主題事物會產生較多或較少興趣(使用者興趣)的豐富資料儲存。此外，該項資訊是接近似即時方式所捕捉。在此情境下，即時或者近似即時是指大致同時於一使用者與一搜尋引擎進行互動的時間展幅。搜尋請求及相關資訊可在當自存取該搜尋引擎之使用者處收到時加以儲存，並且之後再為其他應用項目進行處理。在收到使用者網路及搜尋互動與對此等互動進行處理俾由其他線上服務供應商設施加以使用之間可行經一不超過數毫秒的延遲。在一些應用裡，可能希望是即時或近似即時操作。然而，在其他的應用裡，可能是希望能夠行經額外時間以利處理使用者互動，使得能夠對所有關於一給定關鍵字或語句之所欲類型的使用者興趣及使用行為資料適當地進行關聯、加權和正範化以供未來使用。因此，本揭發明涵蓋將相對目前使用者互動資料運用於像是動態競價的其他應用項目，無論此種互動資料針對此種應用項目之處理究係為即時、近似即時或者在某一延宕之後皆然。

此外，搜尋引擎業者捕捉近似即時資訊，此等資訊係有關於一旦回應於給定查詢而送返相關搜尋結果列表之後使用者所巡覽的所欲網站。可將其稱為有關於使用者行為的資訊。在對該使用者呈現符合於該使用者查詢的搜尋結果列表之後，該使用者可點按該等搜尋結果的一或多個者。線上服務供應商設施處會收到此點按，

並於此加以記錄。將該點按加以記錄，俾對與該所點按搜尋列表相關聯之廣告主的帳戶扣款。此外，可記錄該點按藉以追蹤使用者行為。該點按可提供有關一該使用者自該線上服務供應商網站而所對此巡覽之目的地的資訊。

又進一步，一瀏覽器可提供有關於使用者互動的資訊，此互動係與由該線上服務供應商經由該瀏覽器提供至該使用者之資訊所進行。例如，可追蹤使用者花費在觀看一搜尋結果上的時間量，並且回報給該線上服務供應商以供追蹤及處理。此外，亦可回報、追蹤及處理使用者在當觀看該搜尋結果列表時的滑鼠活動或是由該使用者所巡覽的後續網頁。

按此方式，可由搜尋引擎業者收集有關於使用者查詢、瀏覽器互動及巡覽樣式的資料。可對所收集之資料進行進一步處理及累集，俾呈現出該網際網路使用者群體的意欲及偏好。即如在此所使用者，該詞彙「使用者偏好」意思是任何針對於透過一客戶端裝置所執行之使用者活動的概念組合或單一實例，然不限於此，像是下列項目：使用者查詢、使用者瀏覽器互動、使用者巡覽樣式、使用者興趣及使用者行為。

此等累集資訊提供一為瞭解使用者對於不同產品、服務、資訊項目及娛樂之市集需求的極佳工具。用以自使用者捕捉並組織此等所欲程度的方法可如美國專利第 7,146,416 號案文中所揭示及教述。可於線上獲用一用以建立由 Yahoo! Inc. 所提供之 Yahoo! Buzz Index 的技術之相關具體實施例。因此，可確知此反映出持續偏移使用者偏好的累集資訊能夠有利地運用於按動態

及自動方式設定並重設廣告主對所贊助關鍵字及語句的競價。運用此相對目前使用者偏好資訊可讓廣告主能夠將對於關鍵字及語句之特定競價數額更佳地鏈結至有關於這些關鍵字及語句的所預期使用者搜尋活動。

對於一些廣告主而言，可將關於該等廣告主對其等具有競價之關鍵字及關鍵語句的另增使用者查詢量轉化為在搜尋結果頁面上所送返之廣告主贊助鏈結上的較高點按量。根據該廣告主之商務類型、該廣告主之預算以及對於品牌意念或銷售之整體影響而定，部份的廣告主可能希望能夠回應於有關該廣告主對其所競價之關鍵字及語句的使用者查詢量尖峰，俾改良其所贊助之廣告在搜尋結果頁面上的登設方式。這意味著可提高對於這些關鍵字及語句之競價的意願，原因是預期可能因較高查詢量而產生較高的商務量能夠消移由於在該廣告主之較佳登設贊助廣告鏈結上的較高使用者點按量所致之任何所廣告花費增加。不過，有些其他具有固定預算，或是對其而言增加查詢量將不必然獲致成比例地提高品牌意念或銷售量的廣告主，可能是希望回應於所競價之關鍵字或語句查詢量的尖峰而降低對於關鍵字及語句的競價數額。這會回應於所競價之關鍵字或語句使用者查詢量的尖峰而導致劣化其在搜尋結果頁面上之贊助廣告的登設方式，而又有助於將在該廣告主之贊助廣告鏈結上的實際使用者點按率加以「正常化」。

本案所揭示之一動態競價模型較佳具體實施例係最低度地仰賴於大型、常用之演算法搜尋引擎以作為反映使用者偏好的主要累集資訊來源。然應瞭解可利用任何反映使用者偏好之相對目前資訊的貯庫，藉以提供對

於內容項目之動態定價的經累集資訊。例如，此等資訊來源可包含多個資料庫，該等含有經常更新之問卷調查回應資料，或是含有對於與主題緊密地相關之商業項目的經常更新實際銷售數字，或與依關鍵字而識別之所提供的項目。

現參照圖式，其中第一圖顯示一線上資訊系統 100。該線上資訊系統 100 係經特別地調適以回應於來自一線上使用者的搜尋查詢而提供資訊及廣告。該線上資訊系統 100 含有一使用者客戶端系統 102、一廣告主客戶端系統 104、一資訊網路伺服器 106、一資訊資料庫 108、一帳戶管理系統 110、一使用者偏好及巡覽系統 112 及一使用者資料庫 114。該系統的元件透過一個以上的通訊網路，像是通訊網路 116，以傳通資料及資訊。

在一具體實施例裡，該線上資訊系統 100 係一贊助搜尋系統。一贊助搜尋系統可讓廣告主能夠在一線上市集裡對關鍵字或搜尋詞彙進行競價。該贊助搜尋市集係由一線上服務供應商所提供，該者維護必要的資料庫及伺服器，藉以提供使用者以及廣告主或資訊供應商進行線上存取。資訊供應商搜尋列表一般含有一搜尋詞彙以及其他文字或一標誌廣告，而向該者搜尋一與所遞交之搜尋查詢相符的結果。一使用者利用一瀏覽器程式以將一搜尋查詢遞交至一搜尋引擎，此者對該資料庫進行搜尋，包含該資訊供應商之搜尋列表的搜尋詞彙。該等廣告主可控制競價數額，而又會運用該者以排序符合於該搜尋查詢的搜尋列表，並予發送至該使用者。一般說來，較高的競價數額可在一搜尋列表裡被放置在較靠近

該等搜尋結果的頂部處，此為較為人所希冀之點處，因為比較可能被使用者看到。若該使用者在一廣告主之搜尋列表上進行點按或是執行其他動作，則會將一等於該競價之金額自該廣告主轉帳至該線上服務供應商。其他的贊助搜尋系統變化確為可能，並且可將本揭所述特性延伸至其他的系統。

一贊助系統之範例係一由 Yahoo! Inc. 在「全球資訊網(World Wide Web)」上於 yahoo.com 所營運的系統。其他範例則包含附屬於此一線上系統之服務供應商，像是廣告主或是其他可對使用者提供源自於即如由 Yahoo! Inc. 所營運之系統的資訊之服務供應商。再度地，本揭所述特性亦可延伸至附屬系統。

該使用者客戶端系統 102 可透過該通訊網路 116 以存取該線上資訊系統 100 來搜尋有關於一所欲主題的資訊。例如，該使用者客戶端系統 102 的一使用者可透過該通訊網路 116 以將一查詢遞交至該資訊網路伺服器 106，該者可為一伺服器或是其他具有網路功能的系統上。在一具體實施例裡，該查詢含有一關鍵字或關鍵語句。

該使用者客戶端系統 102 可利用一標準瀏覽器應用程式透過該通訊網路 116 連接至該資訊網路伺服器 106。一以瀏覽器為基礎的應用程式可供以對系統特性進行存取，無論該使用者客戶端系統 102 的底層平台如何皆然。例如，該使用者客戶端系統 102 可為一桌上型、膝上型、手持式電腦、行動電話、行動傳訊裝置、具網路功能之電視、數位視訊記錄器，像是一數位錄影機、汽車或者其他具有網路功能的使用者客戶端系統 102，

這些可運用各種硬體及/或軟體套裝程式。在第一圖裡，該使用者客戶端系統係經繪示為含有一電腦，像是一桌上型電腦或是一具有電信功能的個人數位助理(PDA)。該使用者客戶端系統 102 可利用一可為平台相關或是平台無關的單立式應用程式以連接至該資訊網路伺服器 106。可利用其他方法以實作該使用者客戶端系統 102。

該廣告主客戶端系統 104 可由網路服務供應商如網站促銷商或廣告網站擁有者加以運用。為簡化說明，在第一圖說明裡僅顯示出單一個廣告主客戶端系統。然可由任意數量的廣告主客戶端系統存取該系統 100。

廣告主可維護在該帳戶管理系統 110 上的廣告主帳戶，以在該系統上對使用者提供廣告。廣告可包含標誌廣告、競價廣告或任何其他形式的廣告。這些資訊供應商或廣告主可能希望存取常駐於該帳戶管理系統 110 上的廣告主帳戶資訊。在一範例裡，一資訊供應商可透過常駐於該帳戶管理系統 110 上的廣告主帳戶，根據所指示之使用者興趣以與其他廣告主參與一競爭競價程序俾將資訊登設在使用者之前。一廣告主可對任意數量與該廣告主網站之內容相關的搜尋詞彙進行競價。此一線上搜尋引擎系統之範例可如美國專利第 6,269,361 號，標題為「System and Method for Influencing a Position on a Search Result List Generated by a Computer Network Search Engine」且受讓予 Overture Services, Inc. 的案文所揭示。在另一範例裡，一廣告主可標定標誌廣告而登設於經發送至在該系統上存取資訊之使用者的網頁上，

該廣告主客戶端系統 104 亦可透過該通訊網路 116 以存取該線上資訊系統 100。一利用該廣告主客戶端系

統 104 之廣告主可將廣告、搜尋列表及其他內容遞交至該資訊資料庫 108 及該資訊網路伺服器 106。廣告主可管理許多針對於累集使用者背景資料之搜尋列表的個別搜尋列表和促銷資料。管理搜尋列表包含備製並編輯該搜尋列表的文字、標題及關鍵字或關鍵語句。此外，管理一搜尋列表包含設定通用資源定位器 (URL, “Universal Resource Locator”)，而當點按該搜尋列表時可將一使用者的瀏覽器重新導引至此。又進一步，管理一搜尋列表包含設定對於該搜尋列表的競價數額。此競價數額會影響到該搜尋列表在其他搜尋列表中的排序方式，並將搜尋結果所呈現予該使用者。可由廣告主按人工方式，例如存取一由該線上搜尋系統之業者所提供的網站，以完成搜尋列表管理作業。或另者，可由一機器，例如像是一電腦，利用可延伸標記語言 (XML, “Extensible markup language”) 來存取該業者中含有該資訊網路伺服器 106 之網站，而按自動方式完成搜尋列表管理作業。

將瞭解該線上資訊系統 100 之元件可為個別者；可為在一單一伺服器或是其他具有網路功能之系統上所支援；或者可為由伺服器或具有網路功能系統之任何組合所支援。可利用各種通訊裝置以在該線上資訊系統的元件之間提供資料通訊。

該通訊網路 116 可為任何私屬或公眾通訊網路或網路組合。該通訊網路 116 可經組態設定以將一計算裝置，像是一伺服器、系統、資料庫或其他具有網路功能的裝置，耦接至另一裝置，藉此提供多個計算裝置之間的資料通訊。該通訊網路 116 通常可供運用任意形式的

機器可讀取媒體，藉以將資訊自資訊計算裝置傳通至另一者。該通訊網路 116 可含有如下之一或更多者，即一無線網路、一有線網路、一區域網路(LAN, “Local Area Network”)、一廣域網路(WAN, “Wide Area Network”)、一直接連線，像是透過一「通用序列匯流排(USB, “Universal Serial Bus”)」連接埠等等，並且可包含組成網際網路的互連網路集組。該通訊網路 116 可包含任何通訊方法，而資訊可藉以在多個計算裝置之間傳遞。

該帳戶管理系統 110 包含電腦儲存媒體 120 及一處理系統 122。一資料庫係經儲存於該帳戶管理系統 110 的電腦儲存媒體 120 上。該資料庫含有關於廣告主的帳戶資訊。該處理系統 122 可由營運一廣告主客戶端系統 104 之資訊供應商加以存取。

該資訊網路伺服器 106 含有一搜尋引擎 124 及一競價數額調整引擎 126。該資訊網路伺服器 108 係併同於該資訊資料庫 108 而運作。該資訊資料庫 108 構成一贊助搜尋資料庫，此者儲存存取該資訊網路伺服器 106 及該資訊資料庫 108 之廣告主的搜尋列表。該搜尋引擎 124 可回應於對該資訊資料庫 108 的使用者搜尋查詢。亦即，該搜尋引擎 124 可按一關鍵字或關鍵語句之形式接收一搜尋查詢。該搜尋引擎 124 比較經儲存在該資料庫 108 之內的搜尋列表與該所收查詢。若一個以上的搜尋列表具有與該搜尋查詢的相符關係，則會將該相符搜尋列表增入一組搜尋結果之內。藉由相符關係，這指示一搜尋列表係按一預定方式，例如根據比對規則，而相符於該搜尋查詢。例如，可藉由移除常用字尾、字首或其他無意義字詞以將該搜尋查詢正則化。若經正則化之搜

尋詞彙相符於該資料庫 108 之關鍵字的經正則化形式，則決定一相符結果並且將與該等關鍵字相關聯的搜尋列表增入至搜尋結果列表之內。

該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 係經組態設定以決定在該線上贊助搜尋系統裡有關於目前使用者興趣及行為的資訊。在此具體實施例裡，該使用者資料庫 114 儲存關於該系統 100 裡所有交易及互動的資訊。例如，會將關於所有搜尋查詢的資訊儲存在該使用者資料庫 114 之內。這對應於有關對使用者目前興趣之主題事物的資訊。此外，會將關於所有點按之資訊儲存在該使用者資料庫 114 內。同時也會儲存關於一使用者之所有點按後動作的資訊。因此，若一使用者點按至一廣告主網站，並且採取像是訂閱一電子報、進行線上購物、提供一信用卡號或填妥一客戶資訊表單之動作，則可將該動作回報至該系統 100。然後再將有關該動作之資訊儲存在該使用者資料庫 114 中。

又進一步，有些瀏覽器應用程式可提供關於該瀏覽器之所有活動的資訊。例如，該瀏覽器可回報在一電腦上持續顯示一網頁的時間。一些瀏覽器回報所有的使用者活動，像是在該電腦鍵盤上所鍵入的文字或是滑鼠動作，包含滑鼠軌跡，此為將一滑鼠移至螢幕上之一範圍然並未點入。該瀏覽器可在程式碼的控制下運作，而此程式碼係藉一來自該系統 100 之 URL 的網頁所下載。回應於此，該瀏覽器監視並回報該使用者在該使用者系統 102 上的部分或所有活動。所有該項資訊都是由該瀏覽器回報至該系統 100，並予儲存在該使用者資料庫內。

可利用原始資訊以獲致關於目前使用者偏好的結

論，即如後文中併同於第二圖所詳述者。例如，針對於相同或類似關鍵字之大量搜尋查詢指示使用者對於與該等關鍵字相關之主題事物的高度興趣。此外，可對在該使用者資料庫 114 之內的資訊加以累集或另予分析以擷取額外結論。例如，在一設定時段上對於相同或類似關鍵字，或相關主題事物之搜尋查詢的頻率可指示遽增的使用者興趣。亦可進行其他類型的分析作業。在所述具體實施例裡，此項分析係由併同於經儲存在該使用者資料庫 114 內之資訊而運作的使用者偏好及巡覽資訊系統 112 所執行。

因此，該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 可作為一有關該網際網路使用者群體之累集意欲及偏好的有用資訊來源，藉此獲得或存取某類型的資訊。此等累集資訊提供一為近密地瞭解使用者對於不同產品、服務、資訊項目及娛樂之市集需求的極佳手段。因此，可運用反映出持續移改之使用者偏好的累集資訊，藉以按動態方式設定及重設廣告主對於與其產品和服務相關聯並且有關該等使用者偏好之關鍵字及語句的競價。所以，由該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 所提供的資訊可依相對目前市場需求偏移相關聯的自動競價調整，即反映出使用者查詢樣式中之累集改移。這可讓該贊助搜尋系統上的廣告主能夠在贊助搜尋系統之投資上獲得更佳報酬。

從而，當在該資訊網路伺服器 106 處收到一搜尋查詢時，可將該查詢提供至該搜尋引擎 124，藉以識別該資訊資料庫 108 的相符搜尋列表。將該等相符搜尋列表收集在一組搜尋結果內。

該競價數額調整引擎 126 在該線上贊助搜尋系統裡自該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 個別地獲得有關於目前使用者興趣的資訊，即由該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 所發展出者。此項資訊可由該競價數額調整引擎 126 用以自動地調整在該資訊資料庫 108 內之項目的競價或金額。接著，當該搜尋引擎 124 將該搜尋結果排序為一搜尋結果列表時，可維護根據競價數額的傳統排序程序。或另者，該競價數額調整引擎 126 可將有關於目前使用者興趣的資訊提供至該搜尋引擎 124。在此情況下，該搜尋引擎 124 可根據有關該等目前使用者興趣之資訊以修改該等搜尋結果在該搜尋結果列表內的排序。

然後再將該搜尋結果列表發送至發出該搜尋查詢的使用者。在此情況下，該組搜尋列表係至少部份地根據有關在該線上資訊系統 100 之中目前使用者興趣的資訊所排序。該結果係一用於該系統 100 的動態定價模型。不以僅為固定或是僅回應於廣告主競價調整而改變，該系統可根據該等系統之使用者的相對知名度或興趣程度以在該贊助搜尋系統內自動地且動態地調整競價。

在一替代性具體實施例裡，第一圖的線上資訊系統 100 可回應於來自該使用者之請求而將廣告提供至一發送予一線上使用者的網頁。該線上資訊系統 100 可偵測該網頁的主題事物或該網頁的一或多個部分。在一具體實施例裡，該網頁係經預先設計以接收一贊助廣告。該贊助廣告是有關於該網頁的主題事物。該線上資訊系統 100 識別出像是與該經識別主題事物有關之廣告的項

目。按此方式，可針對該使用者之興趣以調整一發送至該使用者的廣告及其他內容，藉此提高該網頁對該使用者的可用性，並且增加該使用者點按納入在該網頁內之廣告的可能性。

在一範例裡，該使用者點按一連至一關於塑身網頁的鏈結。該線上資訊系統 100 接收該點按，並自該資訊資料庫 108 或是任何其他來源擷取有關於該點按網頁之主題事物的資訊。然後該線上資訊系統 100 可自該資訊資料庫 108 或另一來源擷取定義廣告之資訊，而該廣告係關聯於待予發送至一使用者之頁面的主題事物。在此情況下，將會擷取符合「塑身」的主題事物列表，並且在將網頁連同於所請求資訊發送至使用者之前，會先利用一個以上的符合列表以發佈該網頁。例如，可根據廣告選擇及定位之因素，將對於健身設備及個人訓練服務的廣告納入在網頁裡。

待予納入在該網頁上之主題事物列表的選擇是根據由與個別搜尋列表相關聯之廣告主所提標的金錢數額。一般說來，會對較高金額或競價酬予較顯明位置，藉以提高觀看該網頁之使用者將後續地點按該廣告的可能性。

根據本發明具體實施例，搜尋列表或廣告在一經發送至一使用者之網頁上的選擇及定位係至少部份地根據目前使用者偏好資訊所決定。在第一圖的示範性具體實施例裡，此一使用者偏好資訊係由該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 所決定並儲存。然而，確可運用任何使用者偏好資訊來源。此外，在一具體實施例裡，可利用由廣告主所提標之金錢數額以及該使用者偏好資訊兩

者以決定廣告在一網頁內的納入及定位方式。

第二圖說明在第一圖之線上資訊系統裡一主題於時間上的相對知名度。尤其，第二圖顯示一在一牽涉到一稱為「名人 X」之人士的電影發佈，然後牽涉到該「名人 X」之新聞醜聞的時段上，對於該「名人 X」的搜尋知名度之計分模型。第 2 圖說明來自四個來源的興趣資訊，即新聞專題分數 202、電影專題分數 204、談話秀專題分數 206 及平均分數 208。第二圖的計分模型僅為示範性。

第二圖的計分模型說明對於「名人 X」在時間上變化的知名度。在第二圖中所模型化的簡單情境係採取在該「名人 X」生命之中的十週事件快照以及關於該「名人 X」的資訊輸出/耗用，即如在使用者在新聞、電影及視訊 3 個區段中的查詢(或其他的所捕捉使用者興趣指示)之中所反映者。在圖式中的第二週，一牽涉到該「名人 X」的新電影發佈上映。該「名人 X」比起電影發佈兩週之前開始更頻繁地出現在談話秀節目上，並且於發佈當週及之後的數週內甚至更高。同樣地，提及或是專題報導該「名人 X」的新聞專題亦於電影發佈之前開始增加，並且在電影發佈之後更是如此。而在發佈之後兩週，電影的票房知名度開始下降。以「名人 X」為專題的新文章及談話秀播出亦減少。然後在約八週處，於新聞節目中報導一牽涉到「名人 X」的醜聞，造成「名人 X」在贊助搜尋系統使用者之中的大眾興趣又再度增加。該醜聞亦略使得電影銷售以及對於「名人 X」上談話秀節目的需要增加。

對於一更詳盡範例，可僅藉由觀察聚焦於或關聯於

該「名人 X」在一個以上的搜尋引擎所有區段內之查詢的組合，以決定出該「名人 X」的整體相對知名度。這些交叉區段結果可有利地用來作為在所揭示之動態定價模型中的因素。不過，即如第二圖所述，對於一些可能希望對其進行更細緻調整之知名度評估藉以決定與該關鍵字相關之動態價格點的關鍵字而言，是可比較並加權在兩個以上之搜尋區段裡搜尋查詢頻率上的任何差異。

如第二圖所繪示之圖點說明可指配予在一個以上的演算法搜尋引擎內於新聞、電影及視訊搜尋區段內之目標搜尋查詢的經加權或未經加權分數。此方式係假定專題報導「名人 X」的談話秀部分係按如觀看視訊片段所線上提供，而該等可在普遍演算法搜尋引擎的視訊區段中搜尋到。或另者，該新聞專題分數 202 及該電影專題分數 204 兩者係自等同之演算法搜尋引擎區段內的知名度查詢所取獲，而該談話秀專題分數 206 則是從一對於各式電視節目進行觀看評比的特定資料庫中所導出。

如此，可將前文中關聯於第一圖所述之動態定價模型針對於一特定觀眾而加以調整。若關聯於「名人 X」的搜尋列表係如本揭所述利用動態定價而提供至一組一般消費者，則該線上搜尋系統可跨於所有搜尋區段上析化為對於該「名人 X」之查詢知名度的平均水準。然而，若對於有關「名人 X」之搜尋資訊的目標市場係新聞媒體製作人，則該動態定價可能僅析化「名人 X」在該新聞搜尋區段內之查詢知名度。按此後者方式，即如第二圖所示，「名人 X」搜尋列表之定價會些略較高，並且在「名人 X」醜聞播出之後的過程中會更高。

第三圖係一說明操作第一圖線上搜尋系統之方法的流程圖。尤其，第三圖說明一方法，其中可利用一線上搜尋資訊的貯庫，像是第一圖的使用者資料庫 114，以例如由第一圖的使用者偏好及巡覽資訊系統 112 進行競價數額更新。該方法開始於區塊 300 處。

在區塊 302，自一廣告主收到對於一搜尋列表的初始競價數額。這通常是出現在例如當該廣告主首次將一新搜尋列表增入於其在該搜尋系統上的帳戶時。該廣告主藉由例如一文字標題、一文字說明、一競價或金錢數額以及一在當被點按時搜尋者之瀏覽器被重新導向至的 URL，以發佈一搜尋列表。有些系統可提供對於多個特性的多個競價，像是一對於點按之競價、一對於一印象之分別競價以及另一對於點按後動作之分別競價。該等本揭所述之特性隨可延伸至此一系統。

在區塊 304，對該搜尋列表的競價數額進行更新。此區塊之一具體實施例係併同於第四圖以進一步詳細描述。

在區塊 306，進入一包含區塊 306、308、310 及 312 的迴圈。在區塊 306，決定是否存在有對於與該搜尋列表之主題事物相關聯的新活動。例如，新的活動可包含新近收到的搜尋查詢，或是其他有關於與該搜尋列表相關聯之主題事物的新資訊。該新活動是否相關可為根據該搜尋列表之關鍵字以及任何適當的相關性規則。若有新活動，則控制回返到區塊 304 以更新該競價數額。

若並無新活動，則控制前進到區塊 308，藉以決定對於該搜尋列表的關鍵字是否可獲用新網站資訊。尤其是決定該搜尋資訊貯庫既已收到一搜尋者之指示，其中

該搜尋者點按一與該關鍵字相關聯之搜尋列表並且巡覽至一個以上的其他網站，並說明有一可獲用新網站資訊的指示。在此情況下，控制回返至區塊 304 以更新該競價數額。

否則，控制前進到區塊 310。在區塊 310 處決定是否可獲用對於該關鍵字的新頻率資訊。若既已在一給定時段裡收到兩個以上對於一關鍵字的搜尋查詢，則將會對該新頻率資訊進行更新。在此情況下，控制回返至區塊 304 以更新該競價數額。

若否，則該區塊 312 決定是否可獲用新的瀏覽器互動資訊。若該貯庫儲存關於一使用者之瀏覽器與關聯於該關鍵字之互動的資訊，則會出現此情況。若是如此，則控制回返至區塊 304 以更新該競價數額。否則，控制回返到區塊 306 以繼續處理該迴圈俾進一步更新資訊。

第四圖係一詳細說明一第三圖區塊 304 之具體實施例的流程圖。該方法可為按如一副程式所實作，而該副程式可被像是第三圖所述之方法的另一程式所呼叫。在區塊 400，擷取該目前競價數額。例如，在第一圖範例裡，該使用者偏好及巡覽資訊系統 112 執行競價更新處理，並且藉由從該資訊資料庫 108 擷取對於該目前搜尋列表的目前競價數額而開始。

在區塊 402，擷取該目前競價調整資訊。對於一些廣告主而言，可將關於該等廣告主對其等具有競價之關鍵字及語句的另增使用者查詢量轉化為在搜尋結果頁面上所送返之廣告主贊助鏈結上的較高點按量。根據該廣告主所在之商務類型、該廣告主之預算以及對於品牌意念或銷售之整體影響而定，部份的廣告主可能希望

能夠回應於有關該廣告主對其所競價之關鍵字及語句的使用者查詢量尖峰，俾改良其所贊助之廣告在搜尋結果頁面上的登設方式。這意味著可提高對於這些關鍵字及語句之競價的意願，原因是預期可能因較高查詢量而產生較高的商務量能夠消移由於在該廣告主之較佳登設贊助廣告鏈結上的較高使用者點按量所致之任何所廣告花費增加。不過，有些其他具有固定預算，或是對其而言增加查詢量將不必然獲致成比例地提高品牌意念或銷售量，的廣告主可能是希望回應於所競價之關鍵字或語句查詢量的尖峰而降低對於關鍵字及語句的競價數額。這會回應於所競價之關鍵字或語句使用者查詢量的尖峰而導致劣化其在搜尋結果頁面上之贊助廣告的登設方式，而又有助於將在該廣告主之贊助廣告鏈結上的實際使用者點按率加以「正常化」。

因此，在區塊 404，根據待予進行之調整決定該廣告主是否尋求較多活動。若是，則在區塊 406 根據對於更多活動之意願以調整對於該搜尋列表的競價。否則，在區塊 408，調整該競價數額以產生較少活動。在區塊 410，於既已調整該競價數額後，會將在該贊助搜尋系統中儲存新的競價數額以供後續使用。在區塊 412，控制回返到呼叫第四圖方法的程序。

如此，可根據該廣告主之偏好而定，將對一給定關鍵字或語句而在使用者偏好活動中之向上移位析化為在廣告主競價數額方面的朝上或朝下調整。按相同方式，該廣告主可回應於使用者查詢量或其他使用者偏好指示值方面的向下移位，而選擇以選定朝上或朝下的競價數額調整。可按演算法方式以決定對於朝上或朝下使

用者查詢量的所選定競價調整回應，使得能夠藉由任何適當的金錢數額增量以將使用者興趣之朝上或朝下變化合宜地鏈結於競價量的更移。

將該查詢量或其他使用者偏好指示值析化為朝上或朝下競價調整之方式可主要是由該廣告主或一第三方登設代理商所驅動。可對該廣告主提供一使用者介面，藉此指示關於一所競價之關鍵字或語句的使用者偏好活動之朝上或朝下偏移希望會是何種基本競價調整回應(朝上或朝下)，並亦指示對此該等偏移各個之所欲競價調整增量。該介面亦可提供最大及最小競價數額，像是一旦觸及高或低門檻值之後即不再繼續動態地調整競價數額。

從而，一用以控制廣告主競價數額的電腦式介面可含有一資料輸入點，藉以從該廣告主接收一競價調整回應之使用者指示，此回應係針對在使用者興趣活動方面的朝上或朝下偏移。此外，該使用者介面可含有一競價資料輸入點，藉以自該廣告主接收一競價調整增量。例如，該資料輸入點可為一經顯示於一圖形使用者介面上的跳出式選單。在另一範例裡，該等資料輸入點可為文字框，以供接收由該廣告主鍵入該文字框內的文字資訊。又在另一範例裡，該等資料輸入點可為由該廣告主所排置以供啟動的超鏈結。同樣地，可提供最大及最小資料輸入點以供該廣告主使用。而為協助廣告主設計用於動態調整的適當競價增量，亦可在該介面裡提供歷史資料，這些資料是關於在有關所競價之關鍵字或語句的使用者互動活動方面之偏移。

因此，所欲者係應將前揭詳細說明視為具有示例性

質而非限制性，同時應瞭解後載之申請專利範圍，包含所有等同項目，係為以定義本發明的精神及範圍。

【圖式簡單說明】

第一圖顯示一線上資訊系統；

第二圖說明在第一圖之線上資訊系統裡一主題於時間上的相對知名度；

第三圖係一說明操作第一圖線上搜尋系統之方法的流程圖；以及

第四圖係一詳細說明一第三圖區塊 304 之具體實施例的流程圖。

【主要元件符號說明】

100	線上資訊系統
102	使用者客戶端系統
104	廣告主客戶端系統
106	資訊網路伺服器
108	資訊資料庫
110	帳戶管理系統
112	使用者偏好及巡覽系統
114	使用者資料庫
116	通訊網路
120	電腦儲存媒體
122	處理系統
124	搜尋引擎
126	競價數額調整引擎
202	新聞專題分數
204	電影專題分數
206	談話秀專題分數
208	平均分數

十、申請專利範圍：

1. 一種用於一線上贊助搜尋系統之方法，該方法包含：

儲存項目於一資料庫，其中至少部份項目含有一關鍵字以及與該線上贊助搜尋系統之一個別廣告主相關聯的一金錢數額；

於該線上贊助搜尋系統之一資料處理系統處，在該線上贊助搜尋系統內接收有關於目前使用者偏好的資訊；

回應目前使用者偏好的資訊內之一改變，該贊助搜尋系統自動地調整廣告主所儲存之項目的金錢數額；

對於此項目，偵測一資訊提供應商之競價調整定義資訊，該競價調整定義資訊包含定義該廣告主之意圖的資料以藉由該贊助搜尋系統根據待予進行之調整尋求較多或較少活動以回應目前使用者偏好內之一改變；以及

當所接收之使用者偏好資訊與一項目的一關鍵字有關時，根據該廣告主之競價調整定義資訊於該資料處理系統處自動調整該項目的該金錢數額。

2. 如申請專利範圍第 1 項之方法，其進一步包含：

回應於一接收使用者查詢，於該資料處理系統處識別所接收之使用者搜尋查詢之相關項目；

產生一搜尋結果列表其包含該等相關項目；以及

根據與該等相關項目相關聯之經調整之金錢數額來排序該等相關項目。

3. 如申請專利範圍第 1 項之方法，其進一步包含：

針對預先設計以接收贊助廣告之網頁，於該資料處理系統處識別出與該網頁的一或多個部分之主題事物相關聯的項目，以及

根據與該等相關項目相關聯之經調整的金錢數

額來決定欲顯示出哪些項目以及其在該網頁上的登設方式。

4. 如申請專利範圍第 1 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，根據使用者與該線上贊助搜尋系統的互動來累集與較新之網際網路使用者偏好有關的資訊。

5. 如申請專利範圍第 4 項之方法，其進一步包含：

接收來自該線上贊助搜尋系統之該資料處理系統處之使用者的搜尋查詢；

在該等搜尋查詢中識別出主題事物以及對該主題事物的使用者興趣；

根據所識別之主題事物及所識別之使用者興趣更新關於使用者偏好的資訊；以及

至少部份根據所更新之使用者偏好資訊調整在該資料庫內之項目的金錢數額。

6. 如申請專利範圍第 4 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，接收關於該線上贊助搜尋系統之一使用者所到訪過的網站之資訊；

在到訪過的該等網站中識別出主題事物以及對該主題事物的使用者興趣；

根據所識別之主題事物及所識別之使用者興趣更新關於目前使用者偏好的資訊；以及

至少部份根據所更新之使用者偏好資訊調整該資料庫內之項目的金錢數額。

7. 如申請專利範圍第 4 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，接收關於該線上贊助搜尋系統之一使用者所進行的瀏覽器互動之資訊；

在該等瀏覽器互動資訊中識別出主題事物以及對該主題事物的使用者興趣；

根據所識別之主題事物及所識別之使用者興趣更新有關目前使用者偏好的資訊；以及

至少部份根據經更新之使用者偏好資訊調整在該資料庫內之項目的金錢數額。

8. 如申請專利範圍第 1 項之方法，其中該競價調整定義資訊包含定義於該金錢數額內之一增加或減少之資料以回應該項目的該關鍵字之查詢量的一增加及該項目的該關鍵字之查詢量的一減少。

9. 如申請專利範圍第 8 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，將一使用者介面提供予該資訊供應商以供收集競價調整定義資訊。

10. 如申請專利範圍第 9 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，提供一使用者介面部分以供接收一競價調整回應，以於有關目前使用者偏好之資訊中設定一特定偏移。

11. 如申請專利範圍第 10 項之方法，其進一步包含：

於該資料處理系統處，提供一第二使用者介面部分以供接收一最大競價數額及一最小競價數額之一或多者。

12. 一種電腦可讀取儲存媒體儲存電腦可讀取程式碼，其係運作以併同一資料處理系統而實施在一線上贊助搜尋系統中用以控制廣告主競價數額的電腦式使用者介面，實施該使用者介面之該電腦可讀取碼包含：

電腦可讀取碼，以實施一自動調整副程式，其係該資料處理系統根據於使用者興趣活動中一偏移產

生自動地調整該廣告主之該競價數額；

電腦可讀取碼，以實施一資料進入點，其接收一使用者指示，該使用者指示係來自一廣告主對於該線上贊助搜尋系統內之使用者興趣活動中一向上或向下偏移的競價調整回應，該競價調整回應包含定義該廣告主之意圖的資料以藉由該系統根據待予進行之調整尋求較多或較少活動以回應使用者興趣活動中一向上偏移及回應使用者興趣活動中一向下偏移；以及

電腦可讀取碼，以實施一競價資料輸入點，其自該廣告主接收一競價調整增量，其係藉由根據競價調整數額調整該競價數額。

13. 如申請專利範圍第 12 項之電腦可讀取儲存媒體，其進一步包含：

電腦可讀取碼，以實施一關鍵字資料輸入點，此者自該廣告主接收一關鍵字之指示，該關鍵字已在該線上贊助搜尋系統裡由該廣告主所競價。

14. 如申請專利範圍第 12 項之電腦可讀取儲存媒體，其進一步包含：

電腦可讀取碼，以實施一最大競價數額輸入點，以自該廣告主接收一最大競價數額；以及

電腦可讀取碼，以實施一最小競價數額輸入點，以自該廣告主接收一最小競價數。

15. 一種贊助搜尋系統，其中包含：

一贊助搜尋資料庫，其係配置以儲存複數個項目，所儲存之該等項目中至少一部份係與一廣告主相關聯，並含有一關鍵字及一金錢數額；

一資料處理系統運作作為一使用者偏好及巡覽資訊系

統，其係配置以決定該線上贊助搜尋系統內有關目前使用者偏好的資訊；以及

一資料處理系統運作作為一資訊網路伺服器，且與該贊助搜尋資料庫相通訊，

該資料處理系統運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統，該資料處理系統運作作為該資訊網路伺服器實施回應於對該贊助搜尋資料庫的使用者搜尋查詢之一搜尋引擎且進一步實施回應於有關目前使用者偏好之資訊之一競價數額調整引擎，

搜尋引擎回應於一使用者查詢而將一組搜尋列表送返至一使用者，該組搜尋列表係至少部份根據有關目前使用者偏好之資訊而加以排序，

該資料處理系統運作作為該競價數額調整引擎，其運作以根據該競價調整回應資訊自動地調整所選擇之所儲存之項目的金錢數額以回應目前使用者偏好內之一改變，包含偵測關聯於一特定搜尋列表之一廣告主的競價調整資訊，該競價調整資訊定義該廣告主之意圖以尋求較多或較少至一使用者之該特定列表的送返以回應與該特定搜尋列表的關鍵字相符之一使用者查詢，使得該競價調整引擎在提供至該使用者之前可調整該特定列表之該金錢數額以回應該搜尋檢索，藉此變更該組搜尋列表之排序以回應有關目前使用者偏好之資訊的變更。

16. 如申請專利範圍第 15 項所述之贊助搜尋系統，其進一步包含：

一使用者資料庫，此者與運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統相通訊之該資料處理系統，且其係配置以儲存來自對該贊助搜尋系統之複數個使用者查詢之使用者查詢

資訊。

17. 如申請專利範圍第 16 項所述之贊助搜尋系統，其中運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統之該資料處理系統係配置以存取儲存在該使用者資料庫內的使用者查詢資訊，以決定在該贊助搜尋系統內目前使用者興趣之主題事物。
18. 如申請專利範圍第 16 項所述之贊助搜尋系統，其中運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統之該資料處理系統係配置以存取儲存在該使用者資料庫內的使用者查詢資訊，以根據有關一特定主題之使用者查詢的頻率決定在該贊助搜尋系統內之目前使用者興趣。
19. 如申請專利範圍第 16 項所述之贊助搜尋系統，其中運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統之該資料處理系統係配置以存取儲存在該使用者資料庫內的使用者查詢資訊，以決定使用者在該贊助搜尋系統中所巡覽的目前興趣網站。
20. 如申請專利範圍第 16 項所述之贊助搜尋系統，其中運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統之該資料處理系統係配置以存取儲存在該使用者資料庫內的使用者查詢資訊，以決定使用者在該贊助搜尋系統中的瀏覽器互動及巡覽樣式，以決定目前使用者興趣。
21. 如申請專利範圍第 16 項所述之贊助搜尋系統，其中運作作為該使用者偏好及巡覽資訊系統之該資料處理系統係配置以自複數個使用者查詢累集該使用者查詢資訊，以決定有關該目前使用者興趣的資訊。
22. 一種用於一線上贊助搜尋系統之方法，該方法包含：
 - 於該線上贊助搜尋系統之一資料處理系統處，在該線上贊助搜尋系統內接收有關於目前使用者偏好的資訊；
 - 偵測一資訊提供應商之競價調整定義資訊，該競價

調整定義資訊包含定義該廣告主之意圖的資料以藉由該贊助搜尋系統根據待予進行之調整尋求較多或較少活動以回應目前使用者偏好內之一改變；以及

回應目前使用者偏好與競價調整資訊內之一改變，該贊助搜尋系統自動地調整廣告主所儲存之項目的金錢數額，該金錢數額用以排置發送的一網頁上的資訊提供者項目以回應於該線上贊助搜尋系統所接收之一請求，包含偵測關聯於一特定搜尋列表之一廣告主的競價調整資訊，該競價調整資訊定義該廣告主之意圖以尋求較多或較少至一使用者之該特定列表的送返以回應與該特定搜尋列表的關鍵字相符之一使用者查詢，使得該競價調整引擎在提供至該使用者之前可調整該特定列表之該金錢數額以回應該搜尋檢索，藉此變更該組搜尋列表之排序以回應有關目前使用者偏好之資訊的變更。

23. 如申請專利範圍第 22 項之方法，其進一步包含：

回應於所接收之該請求，於該資料處理系統處識別所接收之該請求之相關項目；

產生一搜尋結果列表其包含該等相關項目；以及

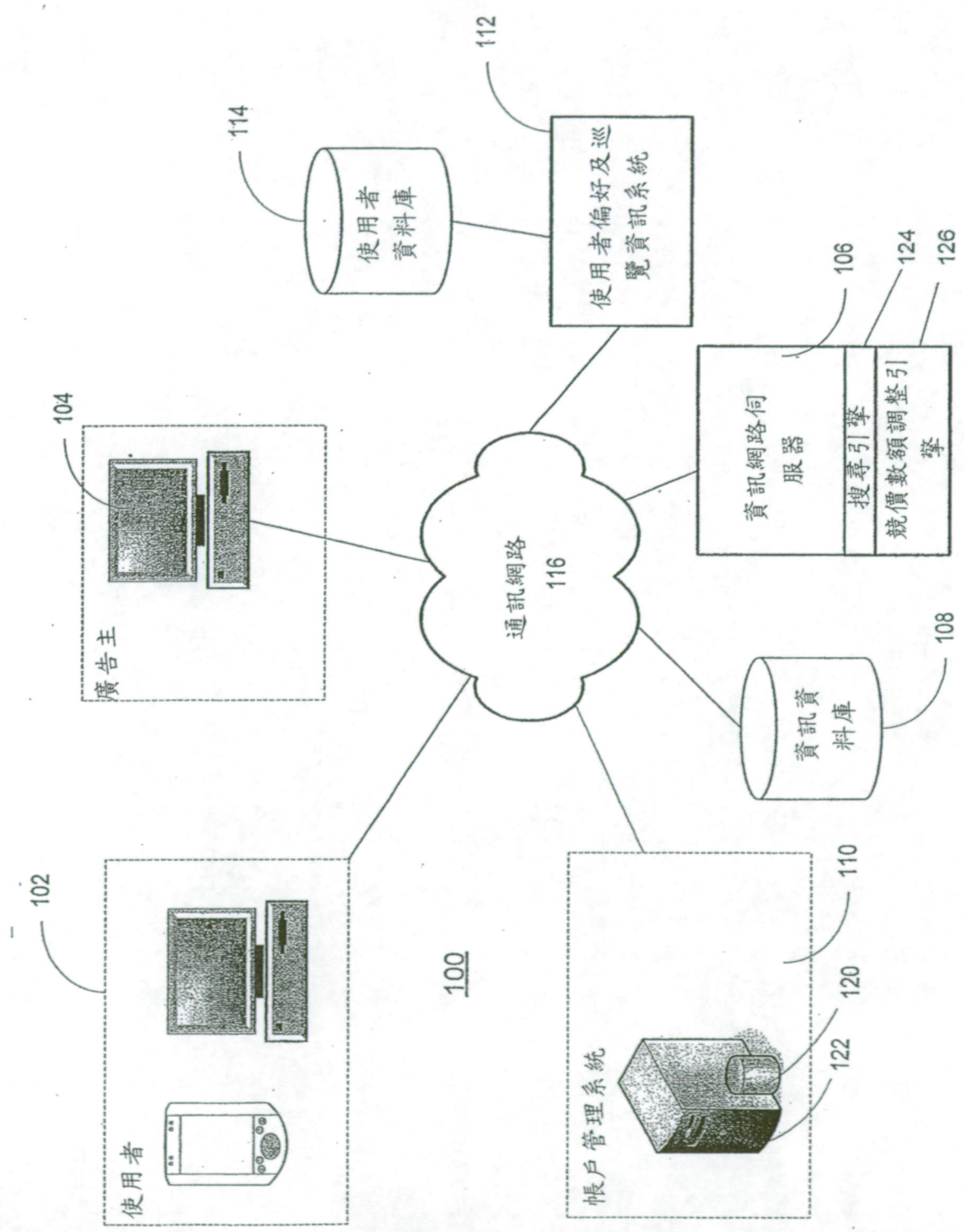
根據與該等相關項目相關聯之經調整之金錢數額來排序該等相關項目。

24. 如申請專利範圍第 22 項之方法，其進一步包含：

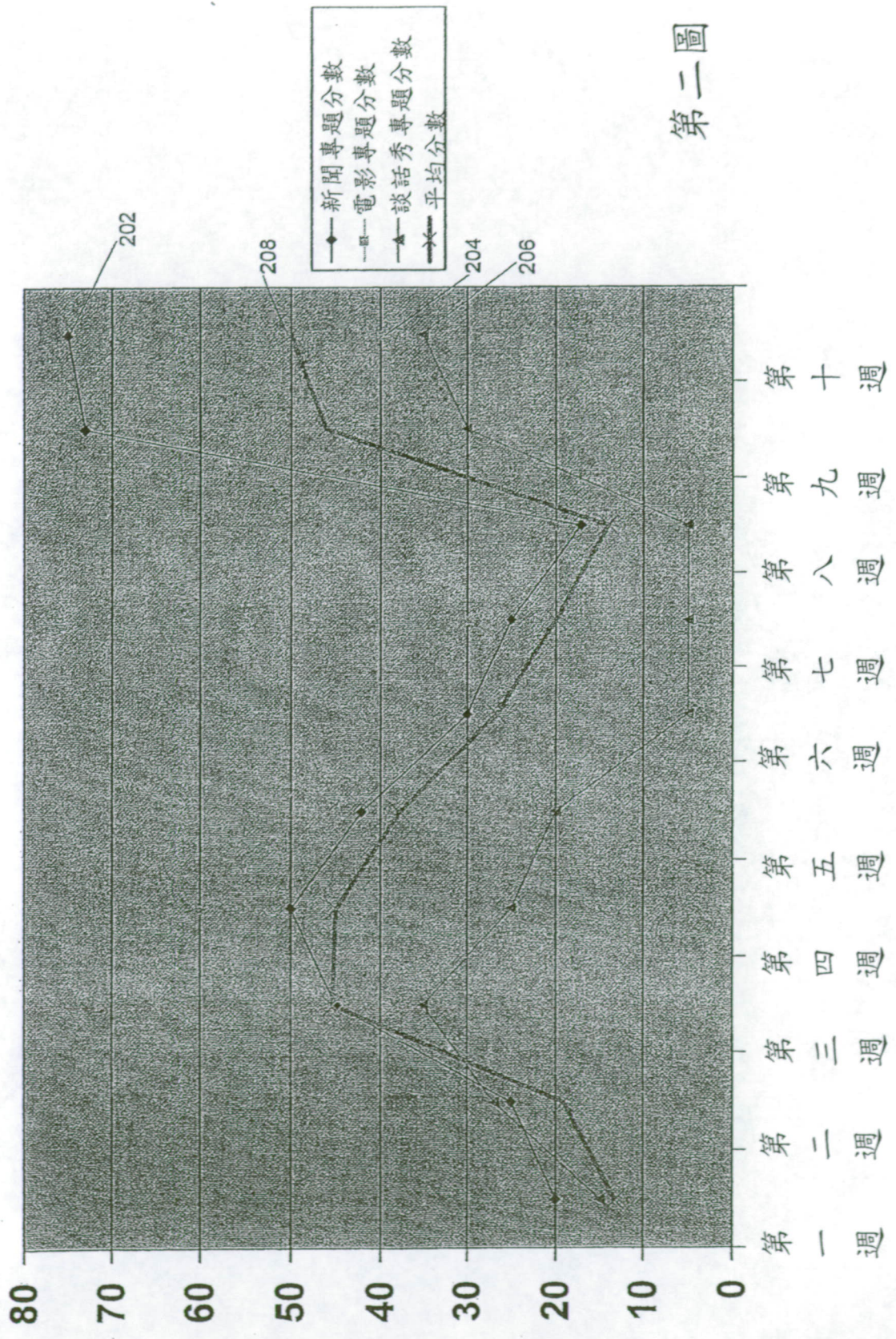
於該資料處理系統處，根據使用者與該線上贊助搜尋系統的互動來累集與較新之網際網路使用者偏好有關的資訊以至少部分形成有關目前使用者偏好之資訊。

十一、圖式：

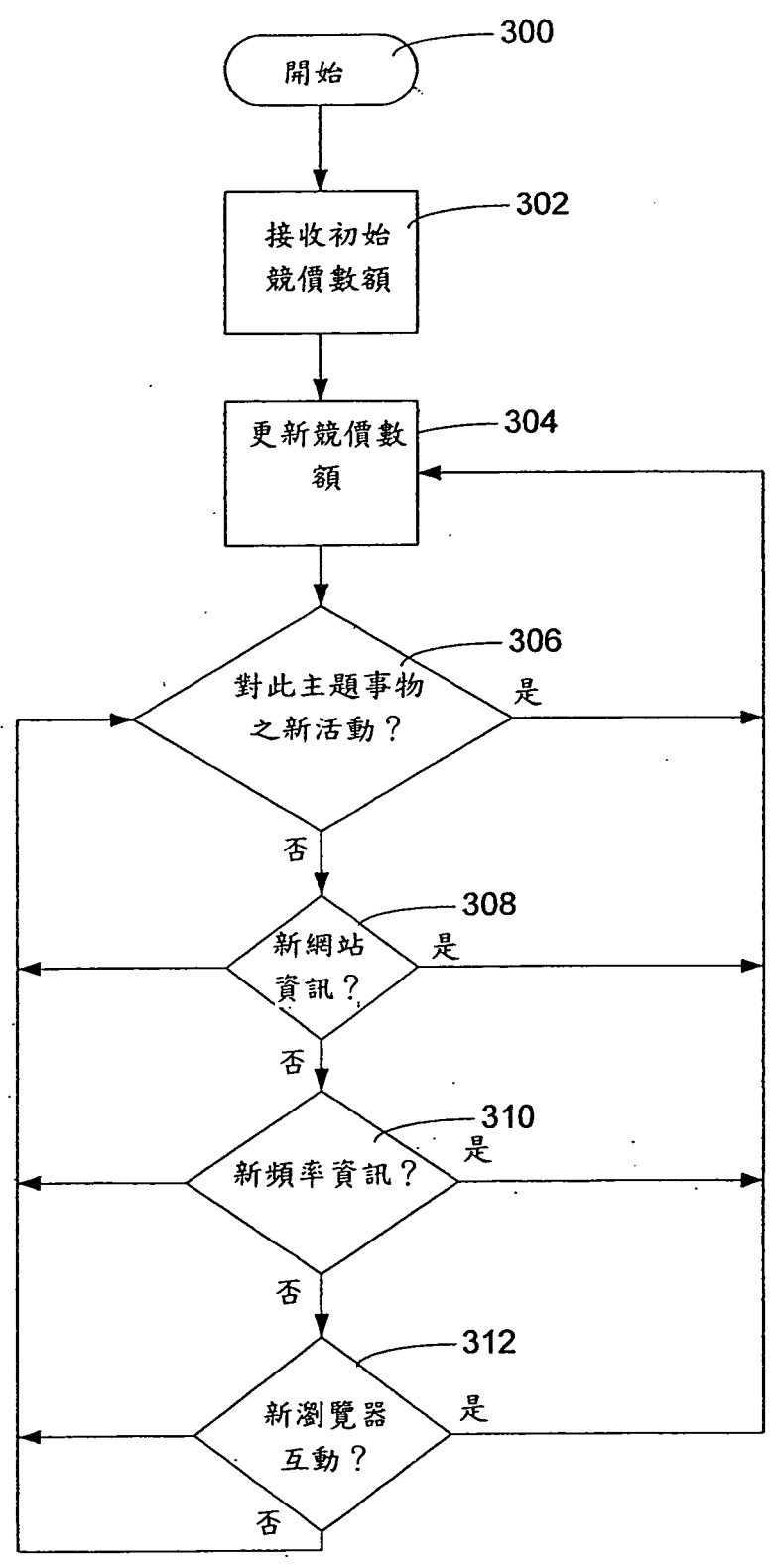
1 / 4



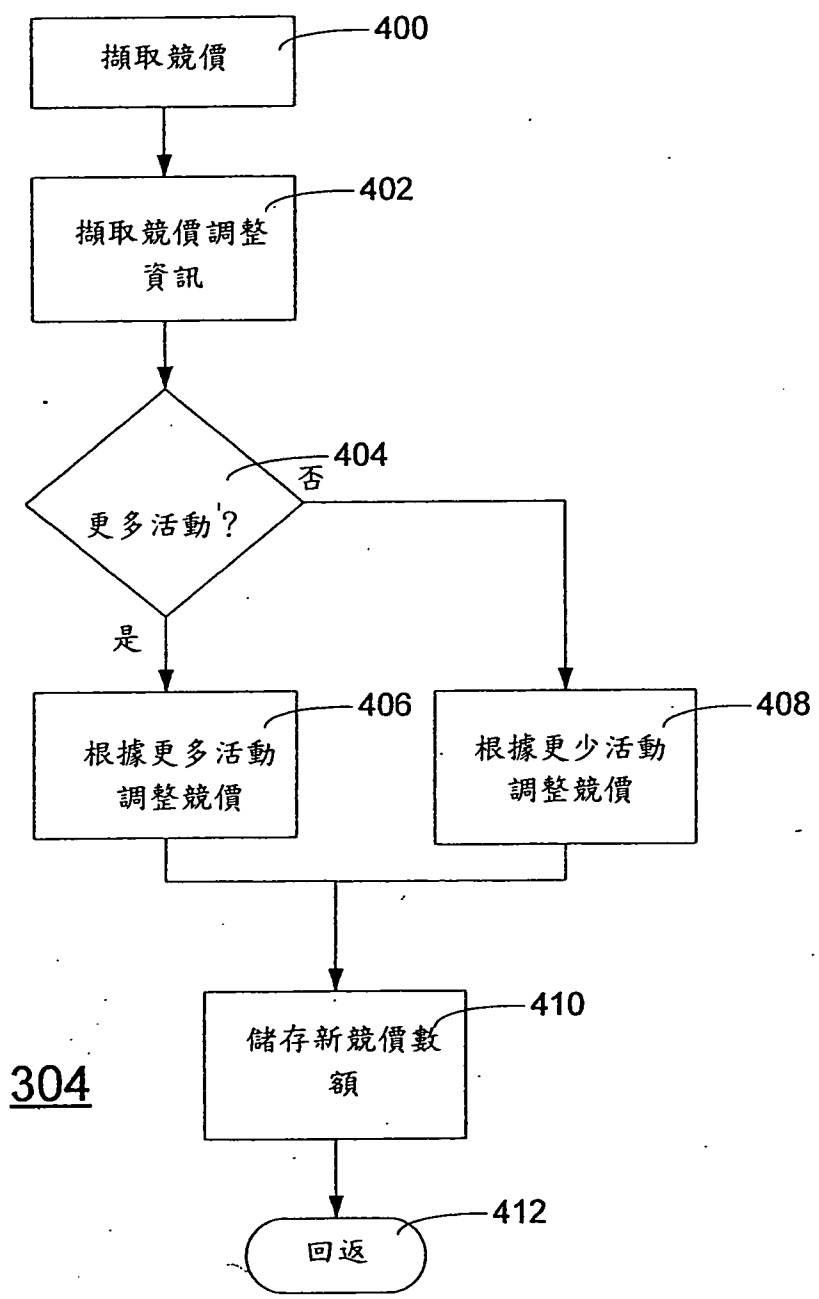
第一圖



第二圖



第三圖



第四圖