吉林大学本科毕业设计（论文）文献综述

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学 院 | 软件学院 | | | | 专业 | 软件工程 |
| 学生姓名 | 杨树德 | | | | 教学号 | 55160411 |
| 指导教师 | 柴胜 | | | | 职称 | 讲师 |
| 合作导师 | 无 | | 职称 |  | 单位 |  |
| 设计（论文）题目 | | 基于Android平台的今日头条app的设计与开发 | | | | |
| 文献综述（主要包括国内外现状、研究方向、进展情况、存在问题、参考文献等）（3000字以上）  *（说明：文献综述是通过系统地查阅与所选课题相关的国内外文献，进行搜集、整理、加工，从而撰写的综合性叙述和评价的文章。要体现“综合性”、“描述性”、“评价性”的特征。主体部分的结构包括该课题的“研究历史”的回顾，“研究现状”的对比，以及研究的“发展趋势”）*   1. 课题的背景与意义   随着移动网络时代的到来，传统媒体为顺应时代的发展加速转型，各大新闻用户端、商业化新闻网站之间的竞争已经呈现了白热化现象，抢占移动新闻入口成为众多新闻媒体关心的焦点。在这个“以用户为中心”的移动网络时代，就移动新闻用户端而言，研究影响用户体验的基本因素，熟悉用户需求和使用行为，对未来新闻用户端的发展起着至关重要的作用。类似今日头条APP开发实现了用户移动端对于资讯内容的获取，能够借助网络平台优点获取更多的高粘性用户群体。  “今日头条”作为聚合新闻客户端，其独特之处在于没有后台人员的参与，不做新闻生产者，只做新闻搬运工。它以强大的数据挖掘、搜罗和分析技术为支撑，通过在服务器上撰写各种代码的方式，在各大网站上进行热门搜索，之后对这些信息进行大数据分析，将信息搬运到自己的网络平台上，进而推荐给客户，从而满足民众自身对于所关注的新近事件的获取的需求。传播的数量和速度是“今日头条”所看重的，这与它们的追求——受众面广、接受度高是一致的。  同时，“今日头条”在传播上引入“社区”的理念，虽然这一理念并不新颖，但在传播上却能兴起一阵“圈子”的热潮。在客户端内，与社交账号关联的用户，可互相分享阅读过的内容，查看圈内的阅读动态，还能和圈内的好友一起探讨、评论新近发生的热门事件。这种社区般关系网的传播，在对社交账号绑定的同时，弱化模糊了自己的关系网定位，在强弱的关系网中，数据的挖掘会更为广泛，这样一来，“今日头条”为注册用户提供了个性化的推荐的同时，也将自己嵌入注册用户的关系网中，因此，“今日头条”便成为关系网中众人彼此的交点，其实也就成为了中心点。  本课题用到的语言仍然是java，可以积累使用java语言开发移动客户端app的经验，同时对大数据下的推荐算法能够有一定的了解，对当下流行技术有更深入的学习。在这个过程中，不仅提升了自己的编程思维，也培养了自己全方位的编程能力，包括建库、搭建服务器、编写接口等，综合以上此次《基于Android平台的今日头条app的设计与开发》有着重要的意义。   1. 研究历史   今日头条自2012年第一个版本发布，已经走过了8个年头，这期间其功能不断完善，添加了许多体验较好的功能。2012年3月，张一鸣创建今日头条，2012年8月发布第一个版本。2016年9月20日，今日头条宣布投资10亿元用以补贴短视频创作。后独立孵化 UGC 短视频平台火山小视频。2018年1月27日，今日头条公司正式对外宣布，正式与BuzzFeed达成内容授权协议。在达成合作协议之后，今日头条将向用户发布BuzzFeed的内容，同时包括一些视频内容。2018年5月7日，今日头条正式成立专家团，邀请学者、媒体人、公职人员参与，监督平台内容与服务。这是继上线反低俗小程序灵犬之后，今日头条引入社会意见优化内容生态的又一举措。2018年12月，今日头条APP在九宫格中正式加入了“保险”板块，推出一款联合互联网保险公司泰康在线开发的医疗险产品——“合家保·全家共享健康保障计划”。   1. 今日头条发展现状   今日头条在 2012 年 8 月发布第一个版本，截至 2016 年 10 月底，今日头条激活用户已超过 6 亿，月活跃用户数超过 1.4 亿，日活跃用户超过 6600 万，单用户日均使用时长超过 76 分钟，日均启动次数月 9 次。另外，截至 2016 年 11 月底，已有超过 39 万个个人、组织开始头条号。 2017 年 2 月 2 日，今日头条宣布全资收购美国短视应用 Flipagram。  今日头条最大的特色在于其能为用户提供个性化的推荐系统，个性化推荐系统包括两方面，一是分析用户行为和社交；二是精准定位传播。  用户可以通过两种方式登录今日头条，一种是通过第三方账户登录，如用户通过微信、微博、QQ 账号登录今日头条，根据关联的第三方账号的相关信息，自动生成第一批朋友圈，天然互动氛围的形成，然后通过用户在第三方账户的社交信息，在 5 秒钟计算出用户兴趣，同时根据使用过程中的行为再次优化，10 秒内更新用户模型；另外一种则是在直接在今日头条客户端上注册登录，根据用户的定位系统，识别用户所在的城市，然后自动生成本地新闻，将这些资讯精准推荐给当地用户。还可以根据用户年龄、性别、职业等特征，自动计算并推荐其感兴趣的资讯。  今日头条利用自己独特的技术优势，在短时间内为自己赢得了巨大的用户量，并且利用个性化推荐留住了用户，成为资讯类 APP 的一匹黑马。  四、今日头条类app的优势  1.今日头条推广在内容生态建设上有优势明显  今日头条推广拥有覆盖用户内容场景的多元化垂直领域和体裁，为品牌内容营销提供广阔的营销空间。目前，今日头条已入驻100+领域，10万+垂类的优质创作者， 2018年全年文章发布量达16467万，视频发布量达15328万，阅读量超10万的文章有113万篇，播放量超10万的视频有183万个（数据来源《优质内容当道，今日头条驱动内容营销新势能》）。  2.今日头条推广在流量获取上拥有很大优势  今日头条推广作为品牌进行流量采买的优质平台，除了通过开屏、信息流、视频流、详情页、视频后贴、固定分享位、搜索品专、图尾集帧等广告形式，覆盖用户浏览路径、高效渗透品牌信息外，还可以实现跨端APP联屏广告、开屏+信息流联动、信息流+详情页联动等跨平台跨位置的高效协作，合理配置媒体资源。  而基于数据的多维定向，则为流量获取提高效能，通过对消费行为特征的分析，助力广告主高效触达目标人群，实现精细化触达。另外，今日头条推广的智能分发+社交分发模式，为品牌获取流量提供了天然的土壤。KOL的影响力作为基础流量建设，利用今日头条分发模式，让品牌优质内容获取更多流量加持，最大范围触达兴趣用户，形成滚雪球式的自发酵传播，有效增强内容传播的广度和时长。  3.今日头条推广在数据洞察上拥有较大优势  在今日头条推广上，品牌可以通过对数据、人群、策略的管理，实现营销方面的全面进阶，为广告主提供营销洞察、策略辅助、动态优化及投后评估的全线智能策略管理，全链路辅助广告投放决策，智能化驱动品牌的流量管理。  五、发展趋势  对于未来五年今日头条如何发展，张一鸣总结出三个方向。  首先，产生更多种类的信息，不仅是文字，可能是图片、可能是短视频，在更多场景下给用户更好的推荐。  其次，要让越来越多用户信息被我们知道，“同样爱养哈士奇的朋友是不是更多交流跟互动，也是更重要的尝试方向。”  再次，未来的今日头条可能会变成能够连接更多O2O的服务“今日生活”。张一鸣强调，今日头条对于O2O的设想并不是指自己去做线下，作为一家产品技术公司，今日头条只做连接和推荐。  对于机器学习的看法，张一鸣认为，机器学习下一个5年，将是越来越人的兴趣、行为被投影到网络世界，越来越多的数据记录下来，并且这个趋势不可逆。  “在我看来，机器学习不仅是一个聪明的助理，可能还是世界共享的大脑，我们不仅知道张一鸣喜欢关心哪些公司，关心哪些人物，关心哪些蔬菜，关心哪个明星，到底是哈士奇还是金毛更受欢迎，不同城市宠物排行榜什么样，这个世界在给我们共享一个大脑，它在俯视观察所有用户。”  与此同时，张一鸣认为，机器学习将带来一个更加美好和高效的生活，机器还是为人服务的，大规模信息被记录、被连接，将产生之前从所未有的规模交流，会有更多的智慧被沉淀下来。 | | | | | | |

**注：**专业一定要填写全称。[专业名称：软件工程、软件工程（国家卓越工程师教育培养计划）]