中国科学技术大学

专业硕士学位论文

（专业学位类型）

**B2C商城及推荐系统设计与实现**

作者姓名：张宁

专业领域：软件工程

校内导师：戴礼荣 教授

企业导师：程宁 博士

完成时间：2018年2月14日

University of Science and Technology of China

A dissertation for master’s degree

（Professional degree type）



**Design and Achievement of B2C Shopping Mall and Recommendation System**

Author： Ning Zhang

Speciality： Software Engineering

Supervisor：Lirong Dai

Advisor： Ning Cheng

Finished time: February 14,2018

中国科学技术大学学位论文原创性声明

本人声明所呈交的学位论文,是本人在导师指导下进行研究工作所取得的成果。除已特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含任何他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在论文中作了明确的说明。

作者签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

中国科学技术大学学位论文授权使用声明

作为申请学位的条件之一，学位论文著作权拥有者授权中国科学技术大学拥有学位论文的部分使用权，即：学校有权按有关规定向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅，可以将学位论文编入《中国学位论文全文数据库》等有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。本人提交的电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。

保密的学位论文在解密后也遵守此规定。

□公开 □保密（\_\_\_\_年）

作者签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# 摘要

随着互联网经济的蓬勃发展，淘宝、京东等网上购物模式的逐渐兴起，大量线下实体经济转入线上，致使网上商品信息资源日益丰富，但是随着信息量的不断增长，商品的种类日益繁多，使得用户往往很难仅仅通过关键字搜索的方式找到自己需要的商品，这就是如今的信息过载的现象。目前缓解信息过载问题的方式有很多，推荐系统作为其中的一种方式在互联网经济中也变得越来越重要。系统通过计算提取用户或商品的特征信息，根据一定的算法规则，更加主动、智能的为用户定向推送产品信息，使得商城的产品信息由局部的高度紧密，转换成松散的随机可达，帮助用户挖掘自己感兴趣的商品，提升网上购物体验。

随着信息量的不断增加，以及推荐系统应用场景的多样性，推荐系统的实现遇到了各种各样的挑战。其一、是推荐信息的时效性，用户某一时刻产生的行为日志信息可能随着时间推移产生无效的推荐结果因此如何根据用户当前行为，为用户提供实时的推荐成为了关键问题之一。其二，对于新用户而言，缺少必要的特征信息，如何进行推荐（冷启动问题）也成为了一项巨大挑战。

论文从B2C商城及推荐系统的设计与实现展开，主要包括商城系统和推荐系统两部分，其中商城系统主要设计并实现了登陆注册模块，购物车模块，订单管理模块，以及优惠商品秒杀。并在系统的设计实现过程中，针对系统的稳定性，响应时间，低耦合性等方面进行设计与优化。对于推荐系统模块，是在商城系统的用户和商品数据基础上进行的，结合spark分布式计算，设计了推荐系统的计算框架，并根据具体的推荐场景实现了三种主要的推荐模块，并对其进行理论分析和实际测试。综上，本文在大数据背景下，设计并实现了B2C商城及推荐系统，在推荐系统的辅助下，增强用户网上购物体验。

**关键词：**信息过载，商城系统，推荐系统

# ABSTRACT

As internet economy booms, Taobao, Jingdong and other online shopping models are rising gradually and massive real economy goes online providing increasingly rich commodity information resources. But as information content and types of commodity increase constantly, it is hard for users to find their wanted commodities by searching keywords, which is called information overload. As one of many ways solving information overload, recommendation system plays a more and more important role in internet economy. System recommends product information to users more actively and intelligently by calculating and extracting user or commodity’ feature information and according to a certain of algorithm rule achieving the transformation of product information from local high density to loose and random arrival, helping users to explore their interested products and improving online shopping experience.

With the constant increase of information and the diversification of application scenarios of recommendation system, the achievement of recommendation system faces different challenges. First, timeliness of recommended information. As time goes by, the behavior log information produced by user at one moment may produce invalid recommend results, so providing real-time recommendation according to user’s current behaviors is one the key problems. Second, new users lack essential feature information, so the recommendation for them (cold start problem) is also a giant challenge.

The paper starts with B2C shopping mall and recommendation system. Its main body consists of shopping mall system and recommendation system. And shopping mall system mainly designs and achieves log-in and registration module, shopping cart module and order management module. The system is designed and optimized in system stability, response time and low coupling. Recommendation system module is based on the users and commodity data of shopping mall system. The computational frame is designed combining spark distributed computation. Three main recommendation modules are achieved according to the specific recommendation scenarios and analyzed in theory and tested. In conclusion, the paper designs and achieves B2C shopping mall and recommendation system under the background of big data and improves users’ online shopping experience with the assistance of recommendation system.

**Key Words:**Information overload, ecommerce system, recommender systems

# 目录

[摘要 I](#_Toc509083092)

[ABSTRACT II](#_Toc509083093)

[目录 IV](#_Toc509083094)

[第1章 绪论 1](#_Toc509083095)

[1.1系统研究背景 1](#_Toc509083096)

[1.2系统研究意义 1](#_Toc509083097)

[1.3国内外研究概况 2](#_Toc509083098)

[1.4 本人主要研究内容和本人工作 3](#_Toc509083099)

[1.4.1 本人研究内容 3](#_Toc509083100)

[1.4.2 本人主要工作概述 3](#_Toc509083101)

[1.5论文结构安排 4](#_Toc509083102)

[1.6本章小结 4](#_Toc509083103)

[第2章 相关工作 5](#_Toc509083104)

[2.1 Spark 分布式框架 5](#_Toc509083105)

[2.1.1 Spark Core技术 6](#_Toc509083106)

[2.1.2 Spark Streaming 7](#_Toc509083107)

[2.1.3 Spark MLlib 技术 7](#_Toc509083108)

[2.1.4 Spark与Hadoop区别 7](#_Toc509083109)

[2.2 服务端相关技术 8](#_Toc509083110)

[2.2.1 Spring框架简介 8](#_Toc509083111)

[2.2.2 SpringMVC框架简介 8](#_Toc509083112)

[2.2.3 Nginx反向代理 9](#_Toc509083113)

[2.3推荐算法 9](#_Toc509083114)

[2.3.1推荐系统介绍 9](#_Toc509083115)

[2.3.2协同过滤算法概述 10](#_Toc509083116)

[2.3.3基于人口统计学的推荐 11](#_Toc509083117)

[2.3.4基于内容的推荐 11](#_Toc509083118)

[2.4本章小结 12](#_Toc509083119)

[第3章 商城及推荐系统需求分析 13](#_Toc509083120)

[3.1系统业务需求 13](#_Toc509083121)

[3.2系统功能性需求 13](#_Toc509083122)

[3.2.1商城系统及推荐系统总体功能需求 13](#_Toc509083123)

[3.2.2登录注册模块需求分析 15](#_Toc509083124)

[3.2.3购物车模块需求分析 16](#_Toc509083125)

[3.2.4订单管理模块需求分析 18](#_Toc509083126)

[3.2.5秒杀系统模块需求分析 19](#_Toc509083127)

[3.2.6推荐系统计算框架需求分析 20](#_Toc509083128)

[3.2.7基于user的协同过滤推荐模块需求分析 20](#_Toc509083129)

[3.2.8基于item的协同过滤推荐模块需求分析 21](#_Toc509083130)

[3.2.9基于内容的推荐模块需求分析 21](#_Toc509083131)

[3.3系统非功能性需求 21](#_Toc509083132)

[3.3.1并发性 21](#_Toc509083133)

[3.3.2稳定性 22](#_Toc509083134)

[3.3.3健壮性 22](#_Toc509083135)

[3.3.4冷启动问题 22](#_Toc509083136)

[3.4本章小结 23](#_Toc509083137)

[第4章 商城及推荐系统概要设计 24](#_Toc509083138)

[4.1系统总体结构设计 24](#_Toc509083139)

[4.2系统功能模块设计 25](#_Toc509083140)

[4.3数据库设计 26](#_Toc509083141)

[4.4推荐系统设计 29](#_Toc509083142)

[4.5非功能性需求设计 29](#_Toc509083143)

[4.6本章小结 33](#_Toc509083144)

[第五章商城及推荐系统详细设计 34](#_Toc509083145)

[5.1 商城基础功能模块设计与实现 34](#_Toc509083146)

[5.1.1 商城系统总体设计与实现 34](#_Toc509083147)

[5.1.2单点登录模块设计与实现 35](#_Toc509083148)

[5.1.3购物车模块设计与实现 36](#_Toc509083149)

[5.1.4订单管理模块的设计与实现 38](#_Toc509083150)

[5.2 推荐系统相关模块设计与实现 39](#_Toc509083151)

[5.2.1用户日志收集设计与实现 39](#_Toc509083152)

[5.2.2推荐系统计算框架设计与实现 40](#_Toc509083153)

[5.2.3基于user的协同过滤推荐模块设计与实现 44](#_Toc509083154)

[5.2.4基于item的协同过滤推荐模块设计与实现 46](#_Toc509083155)

[5.2.5 基于内容的推荐模块设计与实现 47](#_Toc509083156)

[5.3 本章小结 49](#_Toc509083157)

[第6章 实验与测试 50](#_Toc509083158)

[6.1 系统开发实现环境 50](#_Toc509083159)

[6.2 商场系统测试 50](#_Toc509083160)

[6.2.1 测试环境 50](#_Toc509083161)

[6.2.2 商城系统功能性测试 51](#_Toc509083162)

[6.3 推荐系统测试 53](#_Toc509083163)

[6.3.1 测试环境 53](#_Toc509083164)

[6.3.2 推荐系统功能性测试 54](#_Toc509083165)

[6.4非功能性测试 58](#_Toc509083166)

[6.4.1并发性测试 58](#_Toc509083167)

[6.4.2兼容性测试 58](#_Toc509083168)

[6.4.3冷启动效果测试 59](#_Toc509083169)

[6.5 测试结论 60](#_Toc509083170)

[6.6 本章小结 60](#_Toc509083171)

[第7章 总结与展望 62](#_Toc509083172)

[7.1 总结 62](#_Toc509083173)

[7.2 展望 63](#_Toc509083174)

[参考文献 64](#_Toc509083175)

[致 谢 **错误! 未定义书签。**](#_Toc509083176)

# 第1章 绪论

## 1.1系统研究背景

随着互联网经济的快速发展和网上购物的日益普及，互联网用户日益增多，随之增加的则是大量的用户和信息数据，数据增多的同时也出现了严重的信息过载问题，给人们的生活带来了些许不便，由于互联网上的信息过多繁杂导致用户很难自己定位到自己需要的内容，抑或是应用需要引导用户进行浏览消费，为了解决上述问题，个性化推荐系统应运而生，并且已经得到了越来越多的关注，相关的专家学者们对其研究也更加深入。因为个性化推荐需要实时推送，所以海量数据的实时性和准确性要得到保证。

      由于信息量数据的日益增加，导致搜索引擎出现功能缺陷，用户很难通过搜索来挖掘自己可能感兴趣的商品，因此商城个性化推荐系统[2]应运而生，弥补了搜索引擎的部分缺陷。目前，推荐系统主要用于处理信息过载的情况，系统通过分析日志数据、用户历史行为、用户属性等信息创建用户兴趣偏好模型，通过算法根据用户的喜好对物品进行排序，之后经过后端服务向用户推送排序列表。因此推荐系统与搜索引擎相互补充，相辅相成，当用户有明确需求时则采用捜索引擎搜索相关信息，而在用户没有明确自身需求或者以新成员身份进入到一个新的环境中时推荐系统可以帮助他们获取到感兴趣的内容。推荐系统也借此在电子商务领域取得广泛应用。然而，如何推送高质量推荐列表、快速地响应推荐请求、实时生成推荐列表、海量数据的分析都成为必须面对和解决的难题。

       随着消费类网站的数量增多，互联网用户和数据也在急剧增加。对于用户而言，由于商品的品牌、种类繁多，使得用户越来越难通过简单的关键字搜索以及商品的结构化属性排序来定位到目标商品。而对于商家而言，特别是对于没有成交量，没有历史交易记录的商家，他们发布的商品难以被用户发觉，需要推荐系统的介入，其次对于精准的广告投放，推荐系统可以根据用户的喜好，较为精准的将商家需要推广的产品推送到可能对它感兴趣的目标群体中，减少商家的广告成本，提高广告转化率。

## 1.2系统研究意义

在本文的以商城系统为主体，并在此基本功能和数据基础上搭建推荐系统模块，推荐系统从宏观上解决了当前互联网经济下信息过载问题，系统主要由数据收集和数据计算为主，通过离线计算和实时计算相结合的方式，加速计算效率和速度，并根据不同的推荐场景使用不同的推荐算法，为用户生成个性化推荐结果，对于消费者而言，推荐系统可以帮助消费者更好的挖掘潜在的兴趣商品，提高用户购物效率，增强用户体验。对于商家，有助于较为精准的投放商品广告信息，增加商品推广命中率，减少广告投放成本，并吸引潜在的客户群体。

    综上所述，该系统无论对于用户还是商家而言都是双赢，具有较高的应用价值和商业意义。

## 1.3国内外研究概况

推荐系统从上世纪90年代开始被美国科学家研究，最早的推荐项目是对影片进行推荐，主要是通过根据用户点击习惯和一些影片评分综合起来创建用户画像，从而分析出用户可能喜欢感兴趣的电影，然后进行推荐。早期的算法主要是基于内容的推荐，通过对推荐物品本身进行特征提取，该方式会导致如果用户没有对某类产品评价，该类产品就永远不会被推荐。随着科学技术的发展，上述问题得以解决，原始的推荐算法即将被替代。

协同过滤推荐（Collaborative Filtering，简称CF）起源于1992年。该算法的理论基础在目前的推荐算法领域也占有很重要的地位，由于该算法效果明显，所以科学家基于该算法提出了诸多优化，例如基于物质的或者基于模型的协同过滤推荐算法，基本理论都是基于最初的协同过滤算法。推荐方式有很多种，具体如下：一、基于上下文的推荐[5]，即推荐系统会根据用户的访问位置、访问时间、用户心理以及已有信息预测该用户对其他物品可能的估值。由于个体用户的心理是变化莫测的所以预估的结果有可能有偏差，二、基于用户画像的推荐，即将该用户的所有信息进行整合抽象，把用户的所有数据进行展示，建立该用户的一个用户画像，从多个方面进行映射然后进行个性推荐。三、基于内容的推荐、即对数据内容进行分析并得到物品的结构化描述信息，分析用户在过去时间中评分或评论的商品，利用用户画像[7]构建预测模型，从而生成推荐策略。四、基于机器学习的推荐系统、根据数据的多样性选取合适的算法策略，自动的归纳逻辑和规则，并根据归纳总结的结果（模型）来对未来数据进行推荐。但是，上述每种单一方式的推荐系统都有各自的缺点，比如基于内容的推荐有严重的矩阵稀疏问题，基于关联规则的推荐较为耗时只能做离线处理等等。

上述的各个算法在不同的工作场景中都有各自的优势和缺陷，所以不能选取单一的推荐算法进行推荐，目前业界的标准方式是选取多个推荐方法相结合的方式进行推荐，目前比较流行的搭配是

推荐算法和基于项目的推荐相结合的方式，上述组合能够达到比较满意的效果。虽然按排列组合的方式计算会有很多种结合方式，但是需要真正有效的结合才有意义，需要提高推荐算法的准确度，使得结合的算法在准确率、实时性和稳定性方面都有提高。

## 1.4 本人主要研究内容和本人工作

### 1.4.1 本人研究内容

    （1）通过对推荐系统的需求分析，进一步了解分析了推荐系统所需要的大数据基础组件，了解了Spark分布式框架及其相关组件的配置和使用，以及HDFS和Hbase的原理和数据存储方式。

    （2）随后研究对比了时下应用广泛的推荐算法，并通过案例分析，为不同的推荐算法选择合适的推荐场景，以获得较好的推荐结果。

    （3）为缩短推荐结果的生成，减轻服务器压力，设计了将离线计算与实时计算相分离的推荐系统计算框架。

    （4）分析研究了推荐系统的冷启动以及数据稀疏性等非功能性需求，设计了改善系统冷启动问题的相关算法。

### 1.4.2 本人主要工作概述

在开发B2C商城及推荐系统过程中，本人参与的具体工作如下：

  （1）B2C商城及推荐系统的设计与实现，主要包括各模块的需求分析、概要设计、详细设计以及相关功能模块的测试。

    （2）基于MVC设计模式，结合Sping、SpringMVC以及MyBatis三大开源框架构建了整个商城系统的基本骨架，并主要完成了商城的登录注册模块、商品的浏览和购买、以及用户订单管理和用户购物车管理等。

  （3）设计用户日志收集模块，针对推荐系统的性能和适用场景出发，设计推荐系统的计算框架，并主要实现了基于User的协同过滤推荐模块、基于Item的协同过滤推荐模块、和基于内容的推荐模块，并暴露对外接口供服务层调用。

   （4）对于推荐系统的非功能性需求冷启动部分给出算法层面解决方案。

   （5）针对商城系统和推荐系统进行相关模块的功能性测试。

## 1.5论文结构安排

    本文主要基于JavaWeb相关技术框架搭建网上商城及推荐系统，并在商城系统基本使用功能基础上，实现在不同的应用场景下为用户提供不同维度的商品推荐，提升用户购物体验。本文组织结构如下：

    第一章：绪论，主要基于商城及推荐系统的研究背景和意义进行考察，对国内外推荐系统在商城领域的应用进行阐述，并对论文的主要研究和工作内容做出简要介绍。

    第二章：介绍了论文的相关工作，主要是介绍了论文中使用到的关键技术，如Spark 的相关技术栈、HDFS分布式文件系统以及Hbase数据库的原理和应用。并对推荐算法以及协同过滤相关算法做了大致的介绍。

    第三章：商城及推荐系统需求分析，主要针对系统的功能性需求和非功能性需求做出简要的分析和介绍。

    第四章：商城及推荐系统概要设计，对整个系统设计架构做出介绍，并对系统功能模块设计做出简要阐述，并介绍了数据库表的设计，以及对推荐系统冷启动问题的相关非功能性设计的介绍。

    第五章：商城及推荐系统详细设计，包括商城及推荐系统总类图的介绍，以及主要功能模块的设计实现，推荐系统计算框架和具体推荐模块的设计。

    第六章：商城及推荐系统测试，包括商城系统主要模块的功能性、健壮性测试以及推荐系统相关模块的测试。

    第七章：总结与展望，对本文的相关工作做出总结并对下一步工作进行展望。

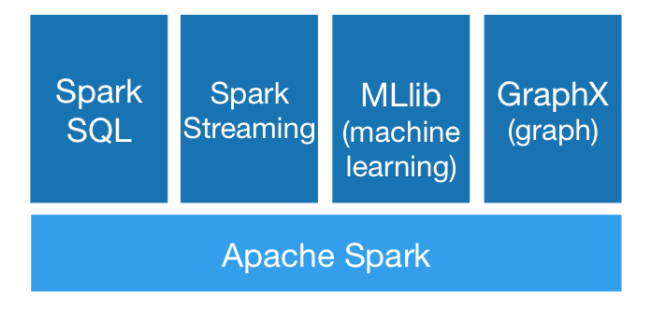
## 1.6本章小结

本章主要阐述了推荐系统的研究背景、意义和当前推荐算法的研究现状，阐述了推荐系统在实际应用中需要攻克的主要问题，最后对论文的组织结构进行了介绍，使得读者对论文的结构可以一目了然。

# 第2章 相关工作

## 2.1 Spark 分布式框架

作为2009年加州大学伯克利分校AMPLAB研究项目的一部分，Spark与Apache Hadoop仍在积极发展。Spark 2010年正式开源并成为Apache基金项目。 2015年有三个版本，从1.3到1.5，分别包含DataFrames API，SparkR和Project Tungsten等功能。版本1.6在2016年初发布，包括新的Dataset API和数据科学功能的扩展。Spark 2.0于2016年7月发布，这是一个主要版本，有很多新功能和增强功能。



**图2-1 Spark提供的主要计算框架**

图2-1是Spark计算框架包含的主要组成模块，其中Graphx主要进行并行图计算，Spark Graphx性能良好，又具有非常丰富的API，并可以基于海量数据进行复杂的图计算从而得到了较为广泛的应用。MLlib[11]作为Spark生态系统中的一部分，由AMPLab实验室的Mlbase团队开发，是Apache Spark中的核心机器学习库，专门提供机器学习相关的丰富的API，从而让机器学习的门槛更低，使那些不了解机器学习的开发人员也能通过MLlib来处理自己的数据。Spark SQL的引入专门用于处理结构化数据比如（DB、JSON）。Spark SQL不仅是SQL，它对各种数据源做了抽象，能够对各种数据源进行ETL操作，并提供丰富的对复杂数据读写的API，使用非常方便。Spark SQL对多种数据源都提供了很好的支持，其中DataFrame API作为一种具备高伸缩性的数据操作方式，相比RDD API 效率更高[12]。此外Spark SQL还提供了Catalyst Optimizer查询优化器，可以自动优化程序，使得程序更加高效。

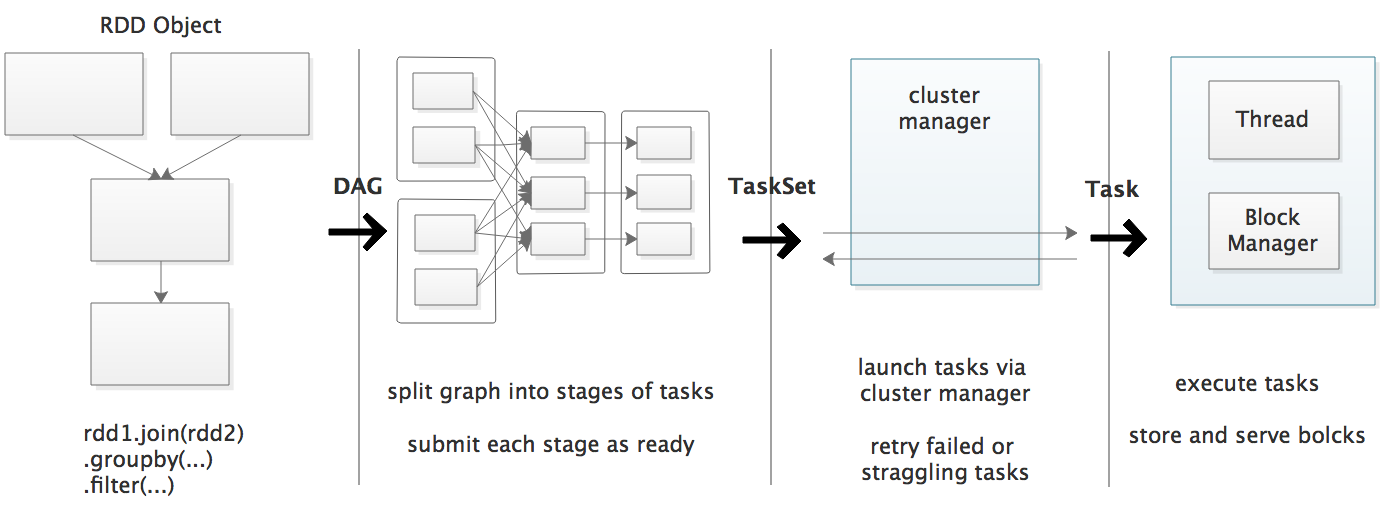
Spark引入的弹性分布式数据集RDD[13]，是一种高度受限的共享内存模型，是基于内存的。这使得其计算效率和速度相比Hadoop 的 MapReduce（基于磁盘，每次执行时都要从磁盘读取数据，计算完毕后都要把数据存放到磁盘上）提升很多。

Apache Spark是围绕速度、易用性和复杂分析构建等方面的大数据处理框架，适用于多种不同的情形的分布式应用场景，包括批处理、流处理、交互式查询等等，并大大减轻了原先需要对各种平台分别管理的负担。统一的RDD抽象和操作，基于统一的技术堆栈，使得Spark称为大数据通用计算平台。在大数据时代逐渐普及的背景下得到了越来越广泛的应用。

### 2.1.1 Spark Core技术

Spark Core是Spark整个生态系统的核心，它主要提供了一套基于RDD的API以及分布式的计算引擎。Spark采用了Master-Slave的分布式计算模型，Master作为主节点，负责任务调度，管理Worker节点，并通过RPC（远程过程调用）通知Worker 启动Executor。Worker则是计算节点，负责管理本节点资源，并向Executor结点发送执行命令，并维持与计算节点的心跳。此外Spark还引入了弹性分布式数据集RDD(Resilient Distributed Datasets)，作为spark计算的基本数据结构，它可以让用户可以显式操作数据，同时，RDD还提供了一组丰富的api来操作这些数据。下面具体介绍spark 执行流程：

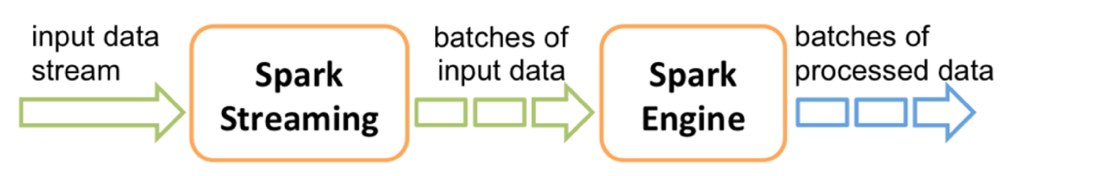
如图2-2所示，当RDD算子遇到Action方法时，DAG图（有向无环图）即确定了边界，DAG图形成，随后将DAG提交给DAGScheduler。DAGScheduler 会将DAG切分成多个stage，切分依据（宽依赖—即RDD数据需要通过网络传递）。多个stage封装到TaskSet后提交给TaskScheduler，随后TaskScheduler把任务提交给worker执行。其中DAGScheduler 和TaskScheduler都在Driver端，main函数创建SparkContext时会使得driver和Master建立连接，Master会根据任务所需资源在集群中找到符合条件的worker。随后Master对worker进行RPC通信，通知worker启动Executor，Executor会和Driver 建立连接，随后的工作worker和Master不再有关系。Driver会直接向Executor提交Task，并启动Executor执行任务。



**图2-2 Spark任务执行流程**

### 2.1.2 Spark Streaming

Spark Streaming类似于Apache Storm，主要应用于流式数据计算，具有高吞吐量和容错能力强等特点。Spark Streaming支持的数据输入源很多，例如：Kafka、Flume、Twitter、ZeroMQ和简单的TCP套接字等等。另外Spark Streaming也能和MLlib（机器学习库）以及Graphx完美融合。



**图2-3 SparkStreaming 工作流程图**

Spark Streaming 主要功能是根据时间片的长短，将数据流转换拆分到一个个的RDD算子中, 通过Spark引擎将RDD分散到各个计算节点进行批处理处理，然后整合处理结果，从而达到大规模处理流数据的作用。同时，Spark Streaming还提供了丰富的API 用于流数据的计算，开发者可以根据具体的使用场景进行灵活的选择。

### 2.1.3 Spark MLlib 技术

机器学习以及相关的统计学技术可以帮助我们从复杂的海量数据中挖掘有用的信息。对于一般开发者来说，其学习成本较大，即使了解其中的相关算法，但是要想具体实现，也是有一定困难的。因此MLlib的愿景就是解决开发者的这些问题，MLlib 构建在apache spark之上，是一个专门针对大量数据处理的通用的、快速的引擎，并实现了一些常见的机器学习算法和实用应用程序，包括分类、回归、聚类、协同过滤、降维以及相关的底层优化。因此对于开发者想要涉足机器学习领域的开发，只需要具体一定的理论知识即可。

### 2.1.4 Spark与Hadoop区别

Hadoop和Apache Spark都是大数据框架，但它们并不真正具有相同的用途。 Hadoop其本质是一个分布式数据基础架构，它在大量服务器群集中的多个节点之间分发海量数据集，这意味着用户不需要购买和维护昂贵的定制硬件。它还可以索引并跟踪数据，从而大大提高了数据处理和分析效率。另一方面，Spark是一种数据处理工具，可以对这些分布式数据集合进行操作，但它本身不具备分布式存储能力，因此需要在Hadoop的分布式文件系统或其他文件系统的基础上工作。

Hadoop不仅包括称为Hadoop分布式文件系统的存储组件，还包含一个名为MapReduce的处理组件，因此我们可以不使用Spark来进行计算。相反，我们也可以使用Spark而不使用Hadoop。Spark是一个多阶段的具有RAM能力的计算框架，具有机器学习，交互式查询和图形分析的实现库。但Spark并没有自己的文件管理系统，所以它需要与一个HDFS（而不是另一个基于云的数据平台）集成。Spark通过内存计算和处理优化加快了批处理速度，因此它的速度通常比MapReduce快得多，这使得它成为处理流式传输工作、交互式查询和基于机器学习的不错选择。Spark实时处理能力使它成为大数据分析的首选。

## 2.2 服务端相关技术

### 2.2.1 Spring框架简介

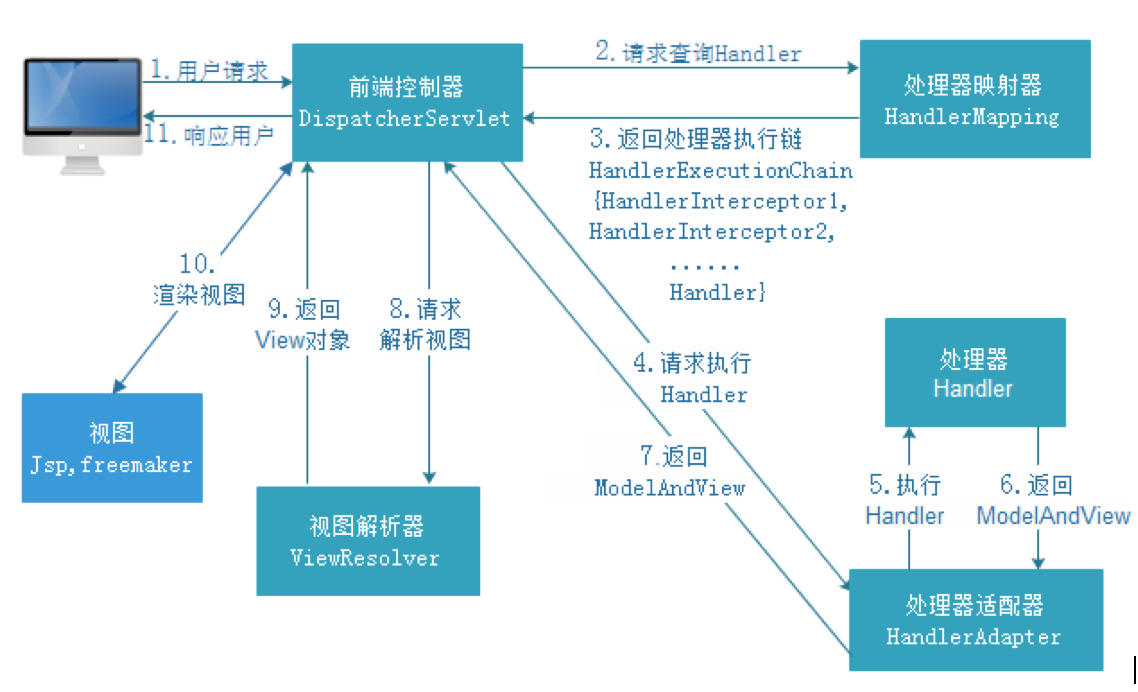
Spring是一个开放源代码的设计层面框架，它主要用户解决的业务逻辑层和其他各层的松耦合问题，因此它将面向接口的编程思想贯穿整个系统应用。商城系统的开发在Spring框架的帮助下使得各个模块的耦合度降到最低，并借助于Spring的Aop面向切面的编程方式，弥补了面向对象变成的不足，AOP的引入使得原来重复的散布在业务逻辑中的代码被横向的分割出来，例如商城系统的权限管理，用户登录检测，日志生成等操作，这些重复的代码通过AOP的方式得到重用，并且只需要简单的配置就可以类似于拔插式的添加和删除，减少了重复的相同逻辑的代码对整体逻辑结构的污染，降低了模块的耦合度。

其次Spring来提供了IOC控制反转的概念，这也是Spring的核心功能并贯穿始终，Spring通过该功能，控制管理对象的生命周期、对象的初始化时机以及对象之间的关系，并可以通过ApplicationContext类来灵活的获取容器中的对象。

Spring的功能远不至于上述几点，在此框架的基础上，使得系统的具有较高的灵活性，低耦合性和易维护。

### 2.2.2 SpringMVC框架简介

SpringMVC作为SpringFrameWork的主要成员，是Spring框架的重要的组成部分，该框架为MVC设计模式提供Controller层的技术解决方案。其主要控制流程如图2-4所示。



**图2-4 SpringMVC 请求流程图**

SpringMVC通过前端控制器DispatcherServlet接受前端的http请求，并根据xml配置去处理器映射器HandlerMapping请求查询指定的Handler，并返回处理器执行链，通过执行链去请求处理器适配器HandlerAdapter调用执行指定的Handler并返回视图对象ModelAndView。DispatcherServlet在根据视图解析器ViewResolver解析视图并返回View对象，在根据执行链将View对象解析渲染返回前端展示给用户。SpringMVC的使用使得开发人员更加轻松的包括服务接口供前端调用，摆脱了web.xml的相关配置，并使程序变得更加简洁易懂。

### 2.2.3 Nginx反向代理

Nginx作为代理服务器，在商城及推荐系统的应用中尤其重要，它可以根据服务器配置隐藏用户服务的真实服务器，间接的提高了内部各个服务器的安全性。其次Nginx可以作为负载均衡器可以根据各个服务器使用情况进行压力的均衡，根据每个服务结点的连接数和负载情况进行请求分发，将用户的请求分配给低负载的服务器来处理，均衡各个服务器的负载压力，此外它还可以灵活的配置权重，对于高性能的服务器适当的增加权重，而对于低性能服务器降低权重，来进一步均衡请求的分发，提高系统资源利用率。

## 2.3推荐算法

### 2.3.1推荐系统介绍

推荐系统的出现大多数用于为实时互动中的用户提供相关信息、产品的个性化推送服务。在这些系统中，特别是基于k-最邻近法[16]（k-nearest）协同过滤的系统已经在网络上取得了广泛的成功。近年来，可用信息量和网站访问量的巨大增长形成了对推荐系统的一些关键挑战。最关键的技术挑战是产生高质量的建议，并为数百万用户和项目在每秒钟内提供准确有效的建议，在面对较少的数据的情况下实现高覆盖率。在传统的协同过滤系统中，工作量随着系统参与者的数量而增加，因此需要一个即使在非常大规模的问题的情况下，也可以快速产生高质量建议的新的推荐系统技术。为了解决这些问题，我们探讨了并分析了多种推荐算法，并介绍了它们各自的优缺点、原理和应用场景。

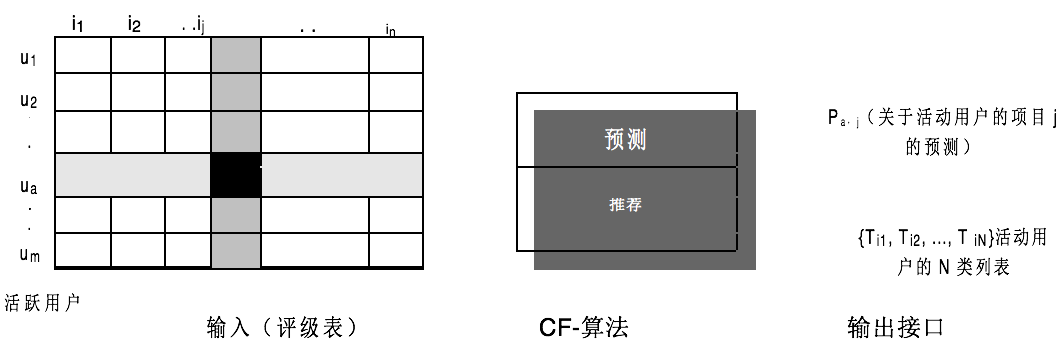
### 2.3.2协同过滤算法概述

协同过滤算法的目标是根据用户之前的兴趣喜好和他相似用户的兴趣爱好来推荐新项目和预测用户对该项目的评分。在典型的CF场景中，有一个m个用户U={u1,u2,…..um}列表和n个项目I={i1,i2,….in}的列表。每个用户ui都有一个项目列表Iui用于来表达用户对项目的评价。用户可以通过分析定时日志、挖掘Web超链接等来将用户的意见明确地进行评分操作，通常这些分数在一定数值范围内，或者可以隐含地从记录中导出。

预测是一个数值，Pa, j，表示对于活跃用户Ua的项目ij ∉Iua的预测可能性。该预测值与Ua提供的意见值在相同的比例内。

推荐是N个项目的列表，Iτ∈I，是活跃的用户最喜欢的项目。请注意，推荐列表必须是活动用户尚未购买的项目，即。

协同过滤过程的示意图如图2-5。CF算法将整个m x n个用户项目数据表示为评级矩阵A。A中的每个条目ai, j表示第i个用户在第j个项目上的偏好分数（评分）。每个单独的评分都在数字范围内，数值为0，表示用户尚未对该项目作出评价。目前主流的协同过滤算法主要包括基于内存（基于用户）和基于模型（基于项目的）两种[17]。在本节中，我们提供了基于项目的CF的推荐系统算法的详细分析。



**图2-5协同过滤过程**

### 2.3.3基于人口统计学的推荐

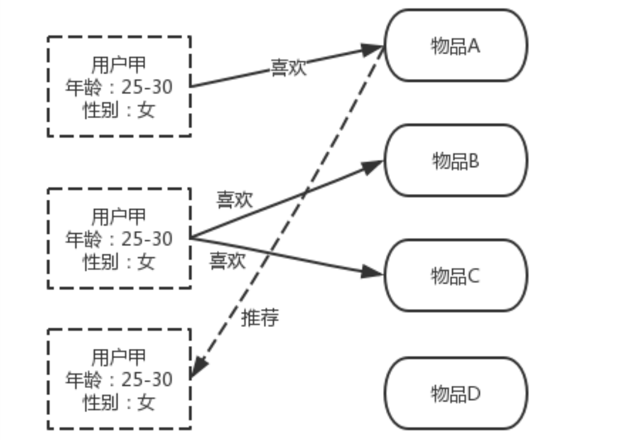
基于人口统计学[20]的推荐方法则是根据人的静态描述信息来进行推荐的方法。它是根据简单的人口统计信息来发现并得到用户的相似度，然后利用相似度寻找与该用户相近的人，并给该用户推荐这些与他相近的人所喜欢的物品。

具体的来说，这种方法首先会收集并利用用户基本的统计信息，比如年龄，性别，籍贯，住址等，其次采用特定的方法计算相异度，计算用户之间的差异。然而实际计算用户属性类别却并不是相同的，比如性别属于二元属性，年龄属于序列属性，职业属于名称属性等等。现假定数据集中一共含有p个混合的属性，那么对于对象i和j的距离，我们将会采用下面的公式计算得出：

(公式2.1)

(公式2.1) 中代表用户的属性f的指示符，则是含有用户的属性f的记录i和j之间的相异度。

如图2-6所示，左边一列分别是用户甲、乙和丙的信息，用户的属性都是名称类和二值类的属性，那么根据公式（2.3）计算后可以得到用户丙与用户甲的距离为0，和用户乙的距离为1，由此可得用户丙和用户甲之间更加相似，所以我们就可以将用户甲喜欢的东西推荐给用户丙。这里假设的邻居数只有一个，然而在实际应用中，可以通过对邻居数目做相应的调整，从而进行覆盖率更高的推荐。



**图2-6基于人口统计学的推荐**

### 2.3.4基于内容的推荐

基于内容的推荐[21]是利用物品的内容信息，首先算出物品之间的相似度，根据用户以前喜欢的物品信息，向用户推荐与这些物品信息记录相似的类似物品。具体计算相似度的方式有很多，这里可以我们采用Jaccard公式：

(公式2.2)

或者采用简化的余弦相似度公式：

(公式2.3)

公式（2.2）和公式（2.3）中的代表两个电影u与v之间的相似度，其中代表电影u的内容，代表电影v的内容。

如图2-7所示，右侧一列为电影的类型信息，A为“爱情，浪漫”类型的电影，B为“恐怖，惊悚”类型的电影，C为“爱情，浪漫”类型的电影。利用（公式2.3）计算可以得知，电影A与电影B之间的相似度为0，电影A与电影C之间的相似度为1，由于用户甲喜欢电影A，并且电影A与电影C的相似度较高，所以系统会将电影C推荐给甲。



**图 2-7基于内容的推荐**

## 2.4本章小结

本章主要介绍了Spark的生态系统以及相关框架，并阐述了其优越性。介绍了项目中使用相关的后端技术框架以及大数据技术框架以及工作原理，并且简单介绍了几种常见的推荐系统和一些常用的推荐算法。

# 第3章 商城及推荐系统需求分析

## 3.1系统业务需求

本系统以网上商城为主体，在其数据基础上通过对用户行为日志的分析，结合协同过滤推荐算法来为用户推送可能感兴趣的商品列表，从而帮助用户在海量商品中快速定位到适合自己的产品，同时也为更好的帮助商家扩展业务渠道，增加业务流水。

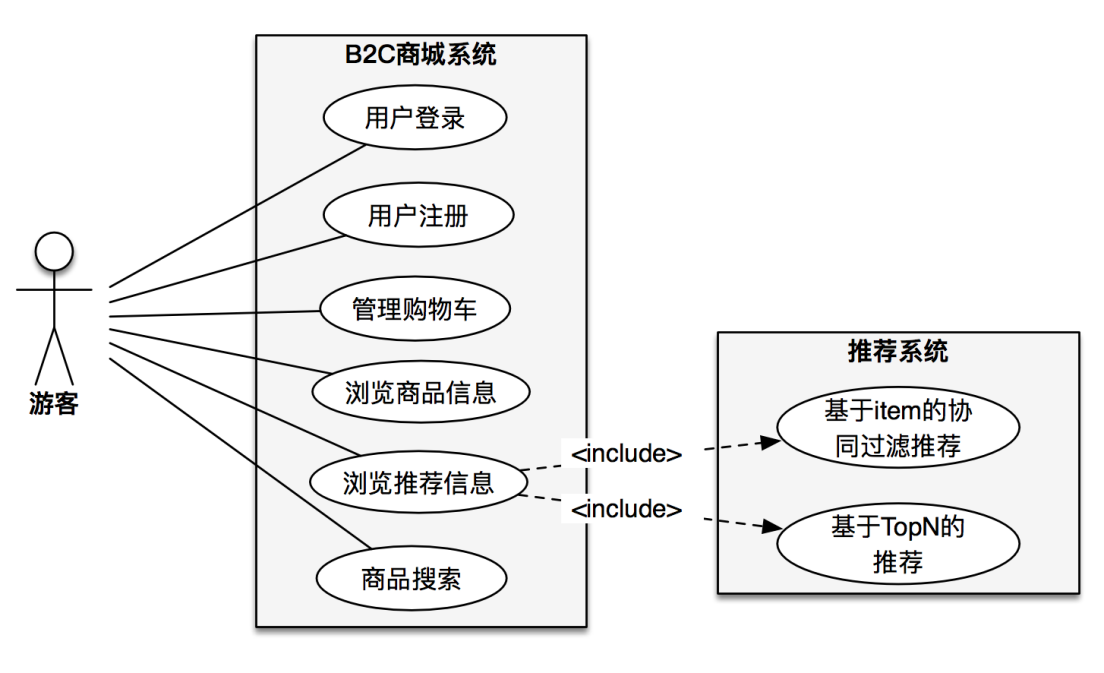
整个商城推荐系统的业务流程如下：

通过用户分析用户的行为日志信息、浏览记录、停留时间、点击数等来预测用户偏好。以用户数据库信息为基础，来进行多维度商品推荐。基于用户注册信息（性别、年龄、地区等）通过基于user的协同过滤算法给出基于用户的推荐结果。通过用户浏览、收藏、以及购物车中的商品同时结合商品标签，通过基于item的协同过滤算法给出基于商品的推荐结果，随着用户量以及商品总数的不断增加，推荐算法的准确性和时效性是考验整个系统好坏的主要标准之一。

## 3.2系统功能性需求

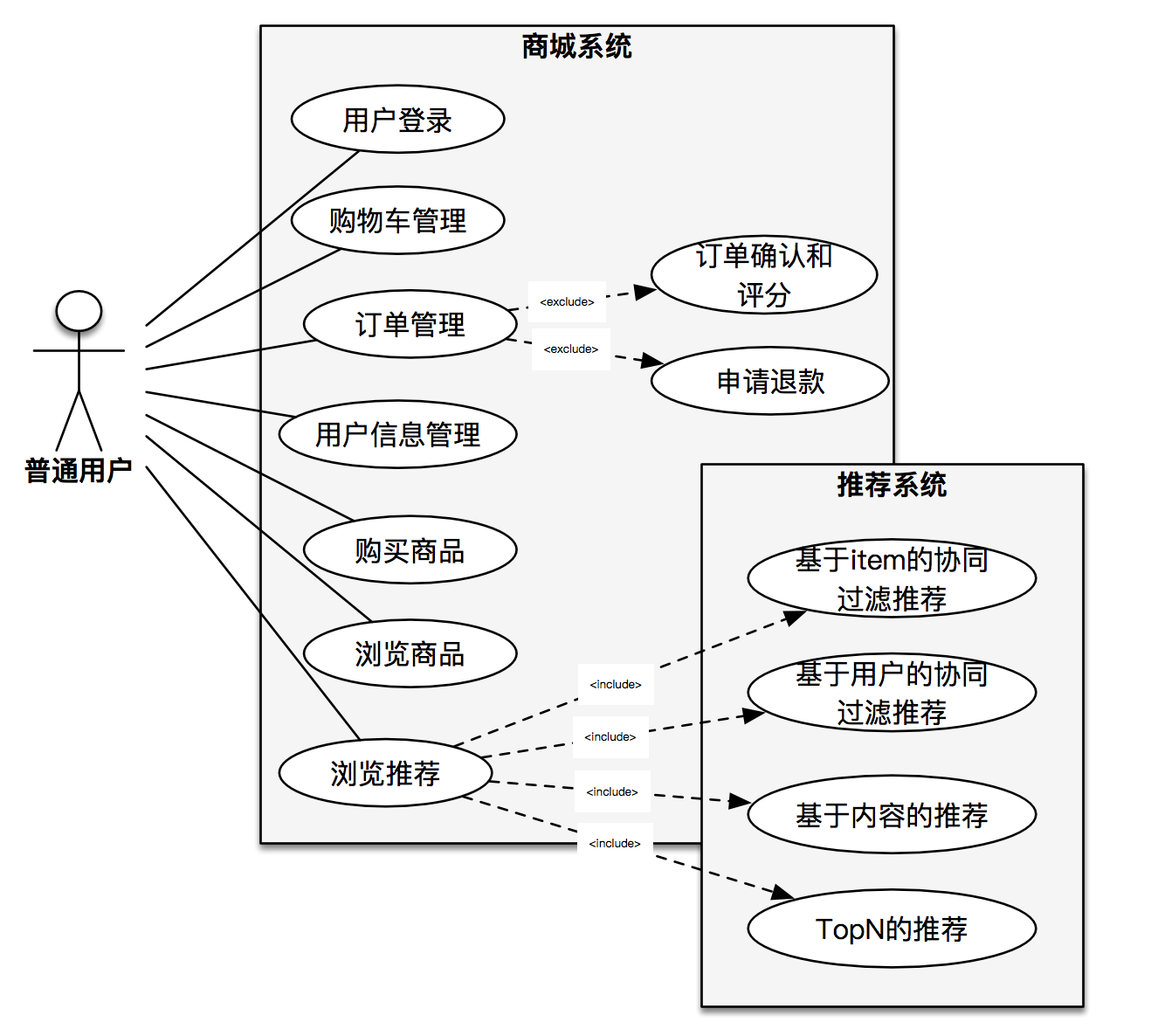
### 3.2.1商城系统及推荐系统总体功能需求

用户通过注册接口，填写个人信息并登录，调用商品详情接口浏览商品的基本信息，并可以对喜欢的商品进行收藏、加购物车、购买等操作，并在确认收货后，对商品进行评价和打分，和享受售后的相关服务。对于优惠促销商品，会员用户可以通过限时的秒杀的购买。整个系统的用户类型包括游客，普通用户，会员用户。推荐算法会根据不同的用户状态使用不同的推荐算法生成推荐结果。



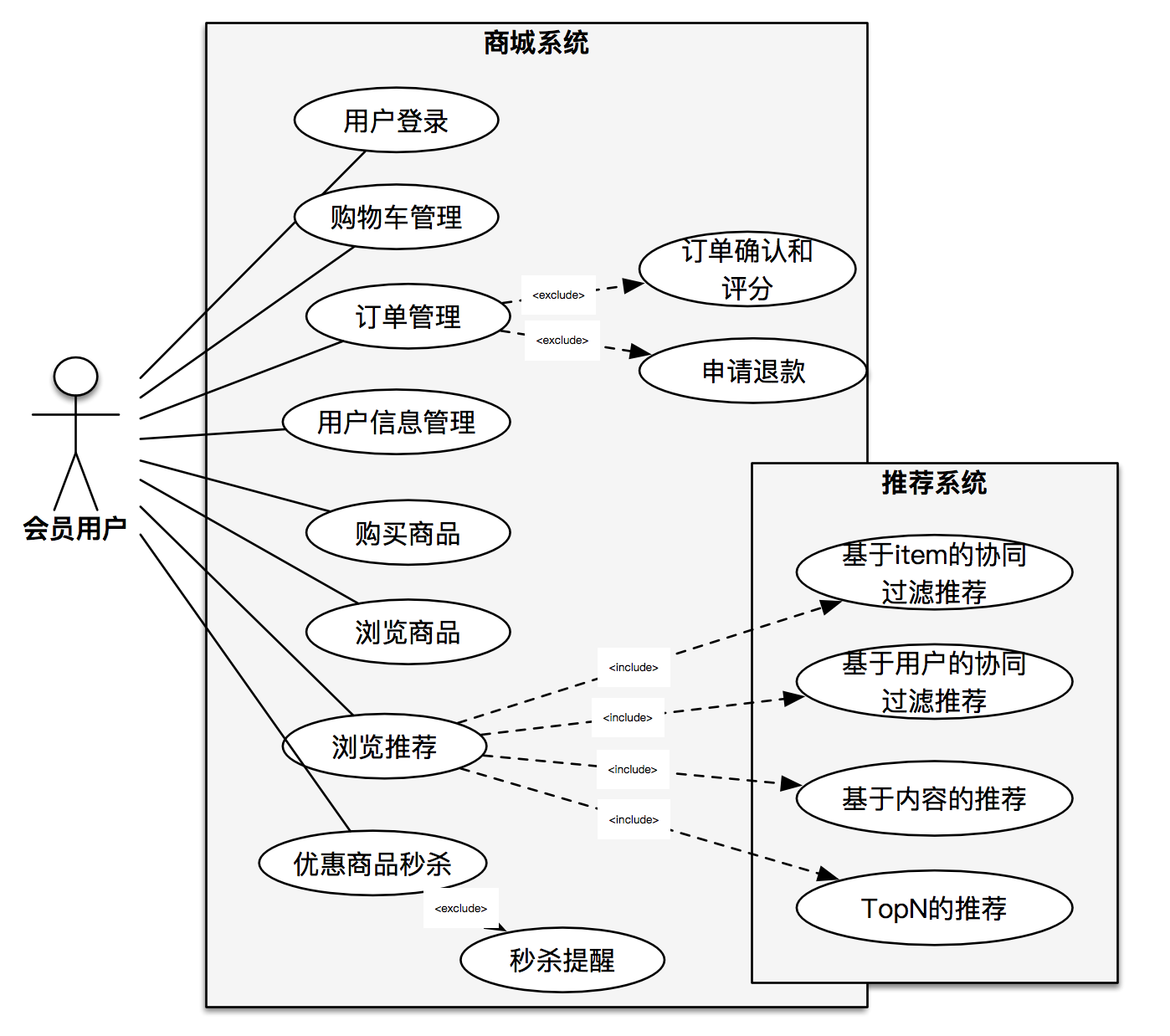
**图3-1 游客状态下用户用例图**

图3-1是用户状态为游客时的用例图，由此可见，游客时可以进行商品的浏览搜索和购物车管理以及用户的登录注册，推荐系统的推荐方式只有基于item的协同过滤推荐和基于TopN的推荐方式。



**图3-2普通用户状态用例图**

图3-2是用户状态为普通用户时的用例图，相比游客状态而言，普通用户状态可以进行个人信息编辑、购买商品、收藏商品、管理已生成订单。由于普通用户有着更加丰富的功能，因此推荐系统也可以根据数据库中用户日志以及偏好来生成更加精准的用户推荐。

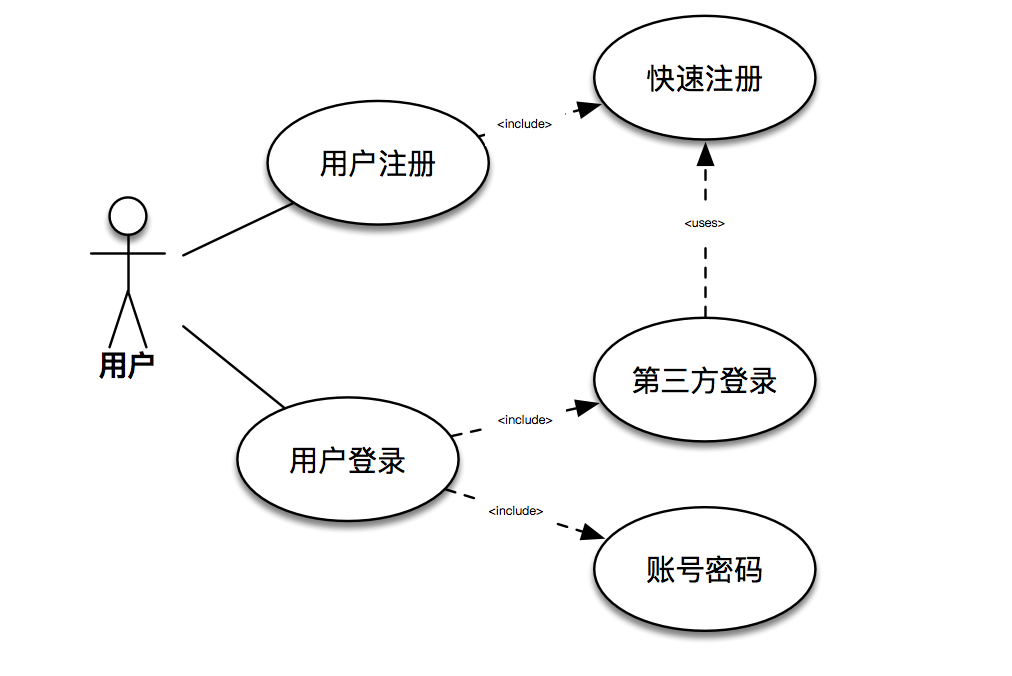


**图3-3 会员状态下用户用例图**

图3-3用户状态为会员时的用例图，相比普通用户而言会员用户可以进行参与优惠商品的秒杀以及享受会员优惠等。

### 3.2.2登录注册模块需求分析

登录注册功能是应用系统的基本功能之一，其中包括登录模块和注册模块，登录模块包括普通账号类型登录和第三方快捷登录，使用第三方快捷登录时，如果检测第三方账号未绑定商城实体账号，则跳转注册界面，成功注册后，自动绑定第三方账号。具体用例图如图3-4所示。



**图3-4 登录注册模块用例图**

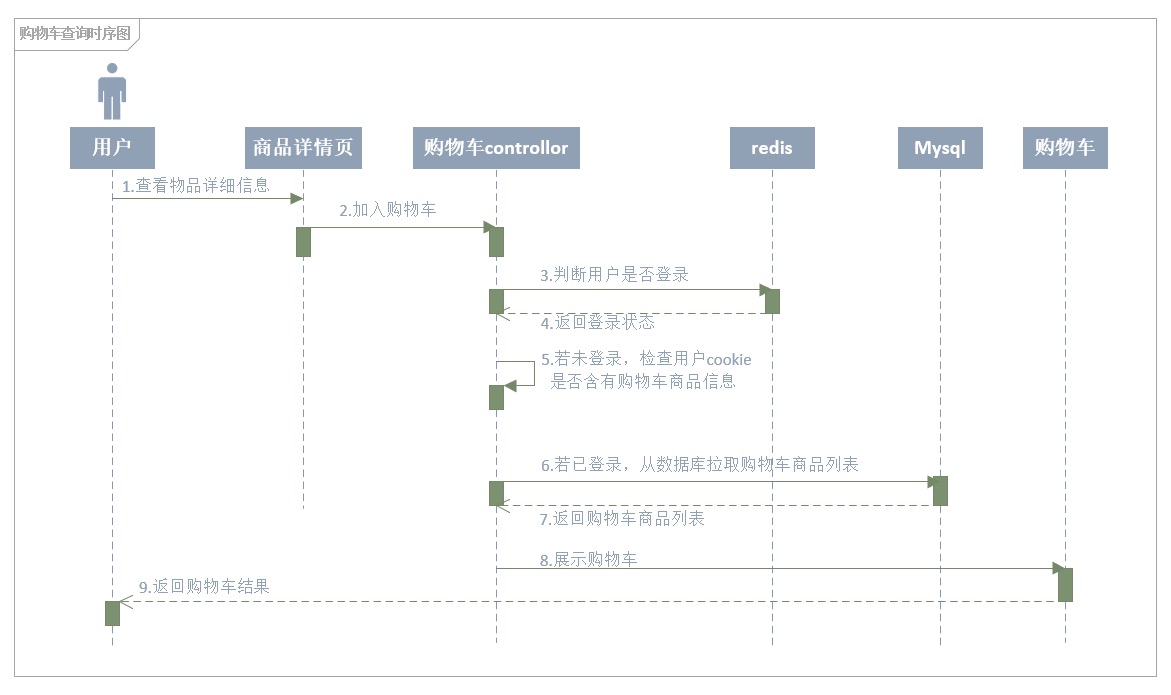
对于单一服务器应用系统而言，用户登录成功后，会在服务器端生成session保存用户相关信息，然后将用户唯一的session\_id返回，并存入客户端对应的cookie中。用户下次访问其他页面会携带此cookie，服务器会根据cookie中的session\_id来验证用户是否登录。

但是对于多服务器应用而言，我们希望用户在某一个模块上登录后，其他跨服务器模块可以获取到当前模块的登陆信息，不需要用户二次登陆，提升用户体验，然而由于每个应用模块可能分布在不同的服务器节点上，而登录产生的session只存储在登录的服务器中，其他模块如果需要获取登录状态就必须将session共享，因此基于该需求的逻辑基础上，设计并实现了类似于session共享的单点登录模块，该模块维护了一套用户的登陆认证机制，实现只需要用户登录一次就可以在多服务器的系统中保持登录状态。

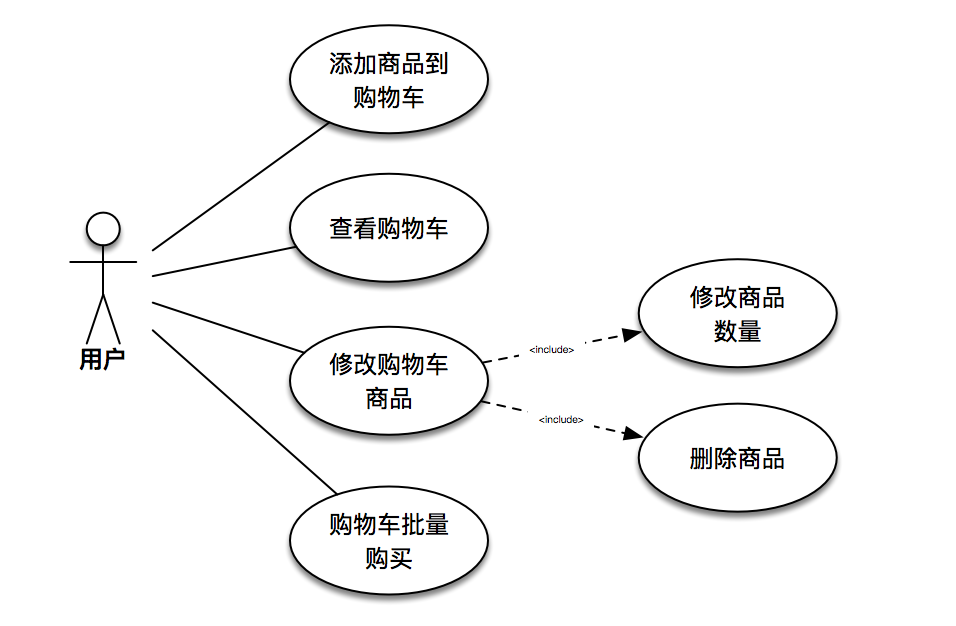
### 3.2.3购物车模块需求分析

购物车的基本需求是保存用户待下单商品，主要包括未登录状态保存商品到购物车、已登录状态保存商品到购物车、查询购物车商品列表、修改或删除购物车商品、以及购物车商品批量购买等。

其中用户添加商品到购物车的具体时序图如图3-5所示：



**图3-5购物车模块时序图**

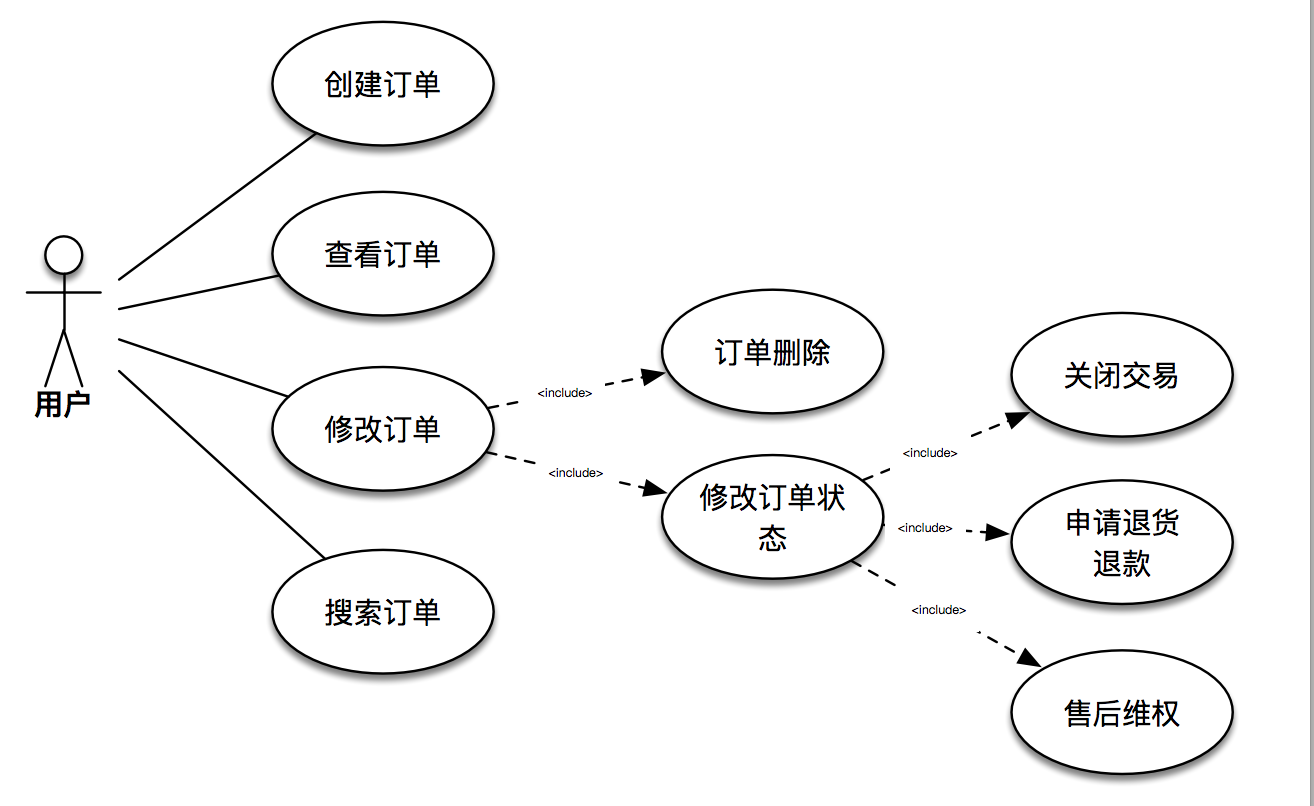


**图3-6 购物车模块用例图**

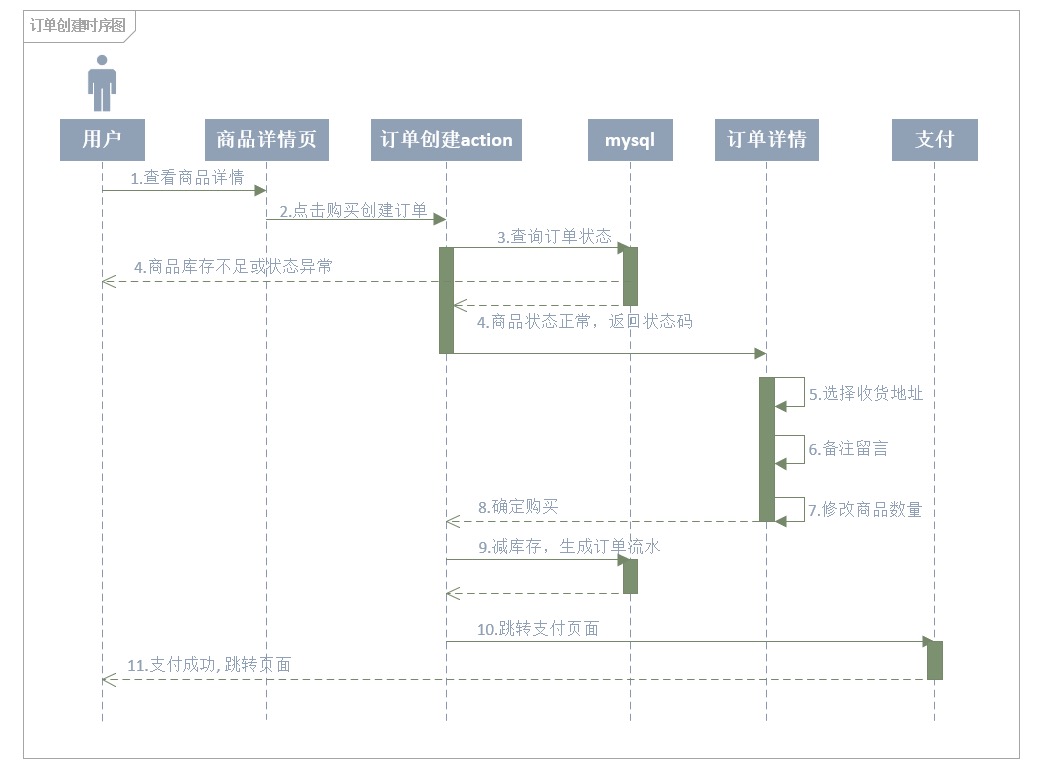
图3-6是购物车模块用例图，其中包括用户对购物车的相关操作，其中添加商品到购物车，若用户未登录，会将购物车信息保存在浏览器的cookie中，若用户已登录，那么就将数据保存在数据库中。查看购物车详情，会罗列该用户的所有购物车商品。修改购物车中的内容则包括删除购物车中的商品以及修改购物车中商品的数量等。最后我们可以批量的选取购物车中的指定商品进行购买操作。

### 3.2.4订单管理模块需求分析

用户可以通过订单管理模块创建订单，查看自己的历史订单信息，修改当前为完成的订单，管理自己的订单。管理订单中可以关闭未支付的订单，对于已支付的订单，用户可以进行申请退款，确认收货，以及对订单商品进行评价。其中当用户创建订单但没有支付该订单时，系统定时任务会每隔60s扫描用户超过24小时的订单并自定关闭。



**图3-7 订单管理模块用例图**



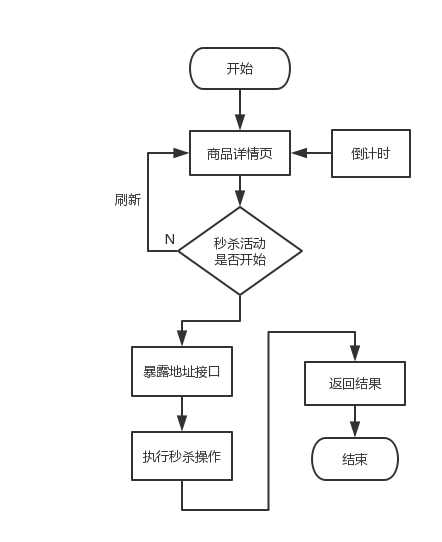
**图3-8 订单创建时序图**

订单管理模块用例图如图3-7所示，除了订单管理创建等基本功能外，该模块的操作行为会被记录并为推荐系统提供用户偏好计算的数据支持。

图3-8 是订单创建的流程图，订单创建过程主要需要考虑库存不足，订单创建未支付以及用户余额不足支付不成功等临界情况。

### 3.2.5秒杀系统模块需求分析

会员专区的秒杀系统主要提供优惠商品的秒杀服务，该服务需要承受较高的并发请求，为此我们根据秒杀系统的用户操作行为流程图如图3-9，分析了系统技术瓶颈。



**图3-9 秒杀服务用户操作流程图**

由流程图可知，系统高并发部分主要出现在商品详情页的频繁刷新和执行秒杀操作上。因此我们分析是否可以通过硬件或者软件的方式提升系统的并发量。对于频发刷新操作，分析考虑是否使用CDN(内容分发网络)，使用离用户最近的网络节点为用户提供网页资源，并将动静态数据分离，对动态数据使用redis缓存，加速用户获取数据的速度。对于频繁的秒杀操作，我们将服务瓶颈定位到频繁的update操作上，对于同一用户对同一个商品id进行update减库存操作时压力测试可以达到4w QPS(每秒内的查询次数)，但是对于多用户并发的修改某一商品的库存时，却变得十分低效，经过分析发现，多用户在进行减库存操作时，mysql会对该行加行级锁，这使得并行操作变为串行化，大量用户线程等待锁的释放，无法达到描述的并发需求。因此我们从减少行级锁的持有时间的角度出发对mysql的相关操作进行优化，从而提高系统并发量。

### 3.2.6推荐系统计算框架需求分析

通过分析用户行为日志和用户基础数据为用户实时的推荐可能感兴趣的商品列表，在此为了使得推荐系统的效果在时效性和准确性达到性能平衡，我们引入和离线计算和实时计算相结合的方式，下面我们对两种计算方式的业务需求进行介绍。

1. 离线计算功能需求

推荐系统在数据基础构建阶段有大量的耗时操作比如模型训练，中间数据计算（线性分类器参数），协同过滤中item的相似矩阵的计算，用户画像构建，关联规则的发现等等，这些计算通常比较复杂并且有大量的数据库查询操作，计算周期长，是算法性能的主要瓶颈，因此需要通过离线计算获得，为实时推荐提供数据基础，最后通过实时数据校正计算结果，从而达到近乎即时的推荐。

(2) 实时计算功能需求

对于推荐系统而言，随着应用场景的多样性，以及许多业务场景的特殊性，对推荐系统实时性的要求日益提高，如果推荐系统不能根据用户的行为变化和商品信息的变化做出及时的结果更新，推荐结果的有效性可能会大打折扣，用户可能会因此无法获取有效的符合自身需求的推荐结果。传统的推荐方式采用定时离线计算来更新推荐结果，该方式计算周期往往以小时、天为单位。推荐给用户的商品或信息往往是滞后的、过时的，是基于用户前几个小时或者前一天的行为得到的结果，往往无法满足用户当前的需求，因此这就迫使实际的推荐系统实时性有本质的提高。

整个推荐系统推送的商品主要显示区域包括主页标题滚动的商品，主页右侧猜你喜欢的模块列表，以及当用户成功添加商品到购物车时底部推荐的相似商品等。

### 3.2.7基于user的协同过滤推荐模块需求分析

基于用户的协同过滤推荐算法其主要思想是找到与该用户相似的用户群，然后将这些相似用户喜好的商品进行过滤筛选，去除掉用户已知和评价低的商品，然后计算用户对物品集的兴趣度，按排名由高到低给出推荐。

因此我们可以选择合适的应用场景来使用此类算法生成推荐。当新用户首次注册时，我们根据用户填写的注册信息如年龄、地区、以及兴趣爱好、以及购物偏好等通过相似度计算找到与该用户相似度较高的用户群，然后找到该用户群购买收藏度较高的商品推荐给用户。

### 3.2.8基于item的协同过滤推荐模块需求分析

基于商品的推荐相比于基于用户的推荐而言应用较为广泛，此类推荐的主要思想是通过所有用户历史喜好的物品以及最近搜索关注度较高的物品来计算物品之间的相似度，找到相似物品后预测用户评分，然后把与用户的喜好相似度较高的商品推荐给用户。

假设商品A和商品B具有较高的相似度，那么用户甲对商品A进行收藏、加购物车、或者购买操作时，我们可以将于商品A相似的商品B推荐给该用户，从而帮助用户更好的挖掘自己可能喜欢的商品，提高购买效率。

由于商品间的相似度较为稳定，我们可以通过离线的方式预先将商品间的相似度计算并入库，后期直接通过查表的方式给出推荐结果。

### 3.2.9基于内容的推荐模块需求分析

        由于如今的互联网商品数量庞大，涉及范围广，而商城首页的商品推广区的位置有限，如何每天将所有需要推广的商品推送给每个人不仅页面无法即时展示，还会将一些用户根本不关注的商品推送给用户，导致推广效果和用户体验极差。为了针对不同的目标客户实现较为有效的商品推广，我们使用了基于内容的商品推荐方式，基于内容的推荐可以针对用户爱好进行针对性的推荐，这是之前两种推荐算法无法做到的，该方式在商品内容的数据基础上，需要用数据挖掘的方式完成商品以及用户的特征提取。从而根据不同用户的历史喜好，按照一定策略学习用户的兴趣偏好，进而从推广商品中筛选中用户可能感兴趣的商品推送给用户。

基于内容的推荐方式，对于网站首页而言，实现了’千人千面’的展示效果，对于商家而言，该方式有助于较为精准的投放广告，增加商品推广命中率，减少广告投放成本，并吸引潜在的客户群体。对于互联网用户而言，可以为用户提供体验个性化的商城主页，帮助用户挖掘更加优质、感兴趣的商品，提升浏览效率和购物体验。

## 3.3系统非功能性需求

### 3.3.1并发性

整个系统的服务响应时间将会直接影响用户体验，因此要求各个服务接口要有足够快响应速度，包括页面的加载以及其他基本操作，因此我们对于页面的动态资源和静态资源分离，并将较为频繁的查询和使用的动态数据放入缓存中，来减少服务响应时间，在更新mysql的同时更新缓存，保持数据一致性。

推荐系统的推荐结果也有着较高的时效性，用户可能在某一时间段中对某类商品感兴趣，而超出该时间段后可能会丧失对目标商品的兴趣度，因此需要推荐系统在有效的时间范围内给出推荐结果。

### 3.3.2稳定性

当集群中某个服务节点宕机，集群会动态感知并获取该服务器信息，并发送告警信息，并将该节点从服务节点列表中移除，由其他节点代替该节点继续处理请求。

而对于推荐系统的分布式数据集的容错方式一般来说有两种，数据检查点和记录数据的更新。Spark采用记录更新的方式。但是如果更新粒度太细太多，则记录更新成本也会相应的增加。因此spark提供的弹性分布式数据集RDD具有数据流模型的特点：自动容错，位置感知调度和良好的可伸缩性。与分布式共享内存系统需要付出高昂代价的检查点以及回滚机制不同，RDD通过Lineage来创建丢失的分区：RDD记录了单个块上执行的单个操作，每个RDD都记录了他变换的所有操作，以便恢复丢失的分区，这种容错机制有着较低的资源开销和一定的性能提升。

### 3.3.3健壮性

系统健壮性主要表现在用户非常规操作下的系统能够正常的返回信息，处理请求。在代码层面，我们做了充分的异常处理，并以严格的日志格式做出记录，当系统出现异常，系统并不会崩溃，而是返回用户友好的提示信息，并将异常详情记入日志文件。

此外我们还通过监控反馈的方式，对于重要的异常及时报警，通过人工或自动的方式处理。

### 3.3.4冷启动问题

推荐系统的冷启动问题主要包括新项目冷启动和新用户冷启动两个方面。而对于新用户的冷启动问题一般可以通过利用用户在其他地方已经沉淀的数据和用户兴趣偏好进行冷启动或者制造选项生成粗粒度的推荐等方式进行。这里着重解决新项目的冷启动问题，在此我们引入了用户时间权重的概念，通过对用户评价的时间间隔判断用户活跃度并根据用户对新项目偏爱程度等因素创建构建个性化的预测评分公式。由于新项目不存在任何一个用户对它的评价信息，故无法使用协同过滤算法来实现推荐，因此，本章节提出解决该类冷启动问题推荐算法，该算法不仅仅使用用户对物品的评分信息对来进行推荐，而是要综合考虑项目本身的诸多属性信息、标签对项目的标注信息等较为全面的考虑影响推荐系统的诸多因素。实验证明该方式，在解决推荐系统在新项目的冷启动的问题上是较为有效的。

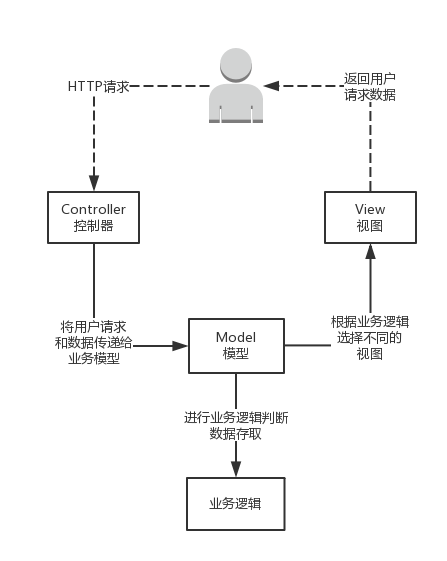
## 3.4本章小结

本章对于商城及推荐系统的各个模块进行了详细的需求分析，分别包括商城系统的相关模块的介绍，用例图以及流程图的介绍，以及推荐系统的设计和不同推荐模块的应用场景，最后介绍了整个系统的非功能性需求，包括系统的响应时间、稳定性、健壮性、以及推荐系统的冷启动问题。

# 第4章 商城及推荐系统概要设计

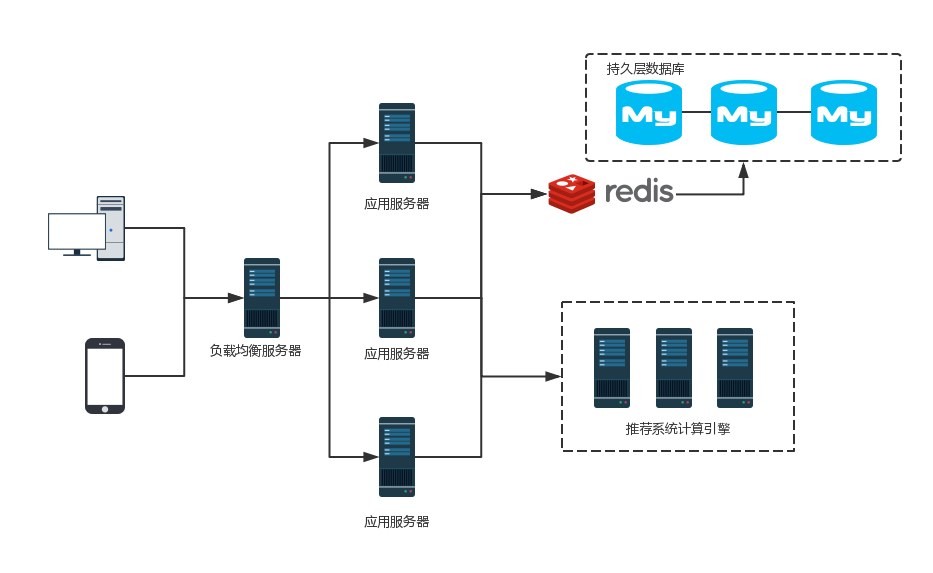
## 4.1系统总体结构设计

整个商城系统是在Springmvc、Spring、Mybatis三大框架基础上搭建而成，采用MVC的设计模式，其中Model模型层所管理的对象直接与数据库表相关联，负责数据的存取；View层为视图层，主要用于为系统提供图形化页面和数据显示；Controller控制器层负责具体的业务模块流程的控制，为外部请求返回相对应的视图。MVC设计模式层次关系如下图所示。



**图4-1 MVC模式层次关系图**

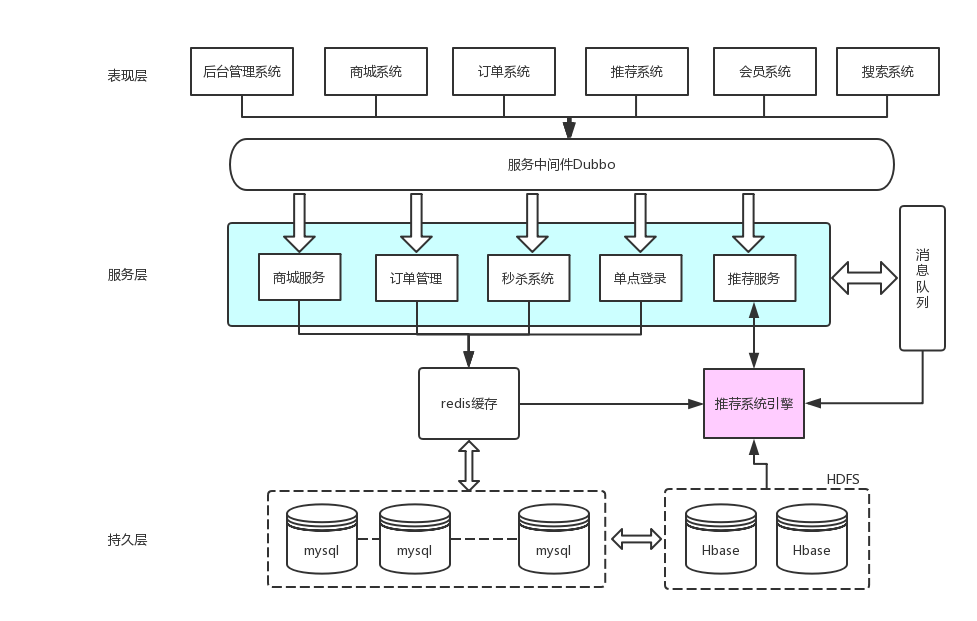
整个系统架构图如图4-2所示。



**图4-2系统架构图**

## 4.2系统功能模块设计

该商城系统的技术架构主要分为三层，包括表现层、服务层、以及持久层，具体架构图如下图所示：



**图4-3商城系统技术架构图**

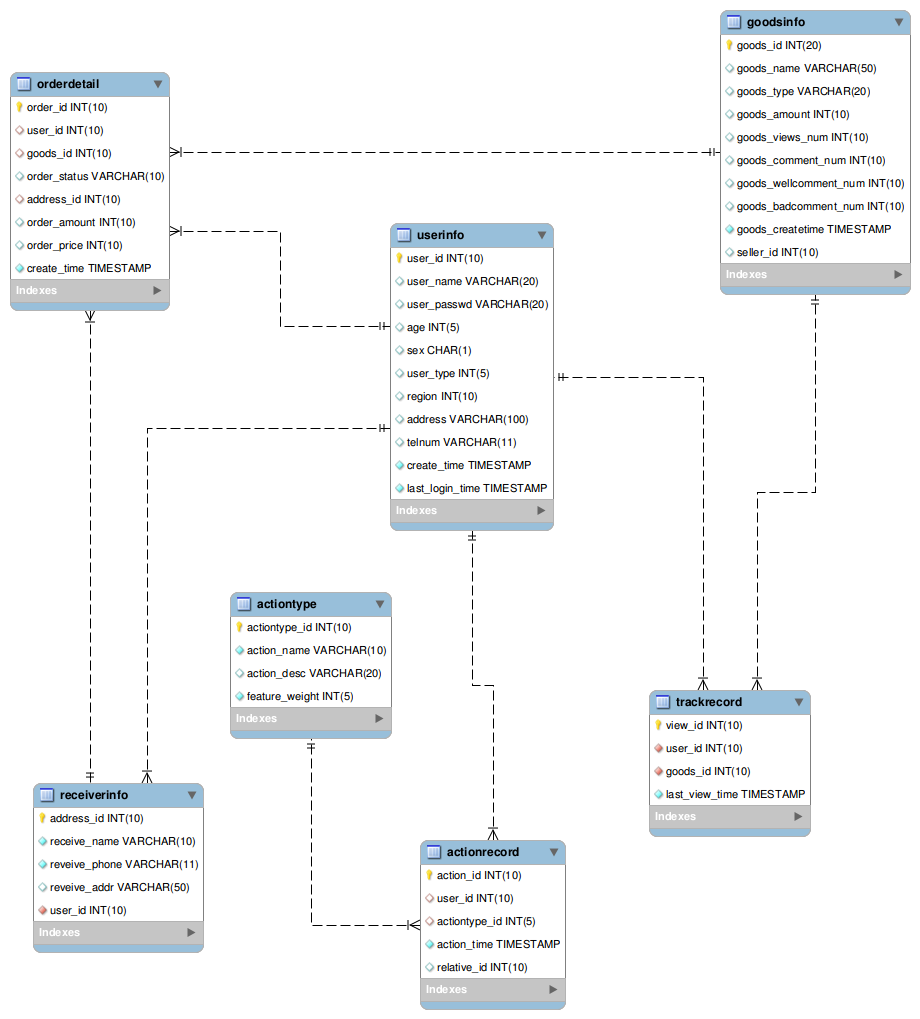
其中，表现层主要包括基础的商城功能模块，包括用户注册、登录、以及前端的商品页面显示；用户订单系统，主要用于用户管理商品订单，以及确认收货，申请退款，订单评价等相关操作；会员系统为会员用户提供相关服务和优惠活动；秒杀系统为会员商品的秒杀提供高并发的服务接口；后台管理系统主要用于管理员进行商品发布，订单处理，用户管理等；最后的推荐系统，也是本文的侧重点，该系统通过对用户行为日志分析，结合用户历史标签信息，和当前最新的热门商品帮助用户挖掘可能当前可能感兴趣的商品，并推送给用户，从而实现用户与商家共赢。

服务层主要用于实现表现层相关的业务逻辑，根据不同的用户类型开放不同的用户权限，对于游客而言只能浏览和搜索商品，并可以添加物品到购物车中，推荐系统会根据短暂的用户的浏览记录以及购物车的商品，生成用户可能感兴趣的商品列表。对于已经登录的普通用户，除了包含游客用户的基本操作功能之外，还可以管理用户个人信息以及商品的订单，此时推荐系统可以掌握更多的用户数据和历史兴趣偏好，推荐的结果比游客状态更为精准。而对于会员用户而言，具备可以参与折扣商品的秒杀以及享受普通商品的会员价格。整个推荐系统推送的商品在服务层主要显示区域包括主页标题滚动的商品，主页右侧猜你喜欢的模块列表，以及当用户成功添加商品到购物车时底部推荐的相似商品等。

持久层主要有mysql集群以及分布式存储构成，为服务层提供数据基础。其中mysql集群用来存储主要的商品以及用户数据，而Hbase主要用于存储历史数据和大量的用户日志信息等。

## 4.3数据库设计

  对于商城的基本数据存储我们使用了mysql数据库，并对于热点数据进行分库分表以增强数据库访问性能，所有的数据库表在满足三范式的前提下，各自独立，为了方便分离，放弃使用外键，由于整个系统数据库比较复杂，表数量较多，在此我们选取局部重要且相互关系紧凑的表并导出E-R图如下图所示。



**图4-4 商场系统相关模块E-R图**

下面我们就对具体的表以及表中字段进行展开介绍。

（1）用户基本信息表，该表中记录了用户基本信息如用户名，用户登陆密码，以及用户的唯一表示user\_id，还有与推荐相关的用户年龄性别以及省市区域等。

**表4.1用户基本信息表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| user\_id | int(10) | Y | 用户ID(PK) |
| user\_name | varchar(20) | Y | 用户名 |
| user\_passwd | varchar(20) | Y | 用户密码 |
| age | int(5) | N | 用户年龄 |
| sex | char | N | 用户性别 |
| user\_type | int(5) | N | 用户类型 |
| region | int(10) | N | 用户省市区域 |
| address | varchar(100) | N | 用户详细地址 |
| telnum | varchar(11) | Y | 用户手机号 |
| create\_time | timestamp | Y | 用户创建时间 |
| last\_login\_time | timestamp | N | 最后登陆时间 |

（2）商品信息表，其中goods\_id为自增主键，字段主要包含商品的基本信息，以及用户浏览和评价的相关的相关信息。

**表4.2 商品信息表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| goods\_id | int(20) | Y | 商品ID(PK) |
| goods\_name | varchar(50) | Y | 商品名称 |
| goods\_type | varchar(20) | Y | 商品类型 |
| goods\_amount | int(10) | Y | 商品总数 |
| goods\_views\_num | int(10) | N | 商品浏览总数 |
| goods\_comment\_num | int(10) | N | 商品评价总数 |
| goods\_wellcomment\_num | int(10) | N | 好评总数 |
| goods\_badcomment\_num | int(10) | N | 差评总数 |
| goods\_createtime | timestamp | Y | 商品创建时间 |
| seller\_id | int(10) | Y | 商家id |

（3）商品浏览记录表，由自增主键view\_id作为记录的唯一表示，由user\_id和goods\_id作为外键来唯一的确定用户所浏览的商品。

**表4.3 商品浏览记录表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| view\_id | int(10) | Y | 浏览记录id(PK) |
| user\_id | int(10) | Y | 用户ID |
| goods\_id | int(10) | Y | 商品ID |
| last\_view\_time | timestamp | Y | 最后浏览时间 |

（4）订单记录，该表记录的用户的订单详情，包括商品对应的goods\_id，以及订单的数量和总计以及当前订单的状态等。

**表4.4 订单记录表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| order\_id | int(10) | Y | 订单ID(PK) |
| user\_id | int(10) | Y | 订单所属用户ID |
| goods\_id | int(10) | Y | 商品ID |
| order\_status | varchar(10) | Y | 订单状态 |
| address\_id | int(10) | Y | 收货地址ID |
| order\_amount | int(10) | Y | 订单商品数量 |
| order\_price | int(10) | Y | 订单总价 |
| create\_time | timestamp | Y | 订单创建时间 |

（5）收货地址表，如表4.5所示，该表保存的用户的所有收货地址，与用户表构成一对多的关系。

**表4.5 收货地址表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| address\_id | int(10) | Y | 地址ID(PK) |
| receive\_name | varchar(10) | Y | 收件人姓名 |
| reveive\_phone | varchar(11) | Y | 收件人手机号 |
| reveive\_addr | varchar(50) | Y | 收件地址 |
| user\_id | int(10) | Y | 地址所属用户的id |

（6）用户行为记录表，该表记录了用户的操作行为，以actiontype\_id作为外键与行为类型表做关联，来记录用户的购买、收藏、评论、搜索等操作，是推荐系统生成用户喜欢的重要依据。

**表4.6 用户行为记录表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| action\_id | int(10) | Y | 记录id(PK) |
| user\_id | int(10) | Y | 用户id |
| actiontype\_id | int(5) | Y | 操作类型 |
| action\_time | timestamp | Y | 操作时间 |
| relative\_id | int(10) | N | 行为关联id |

（7）行为类型表，该表内容由管理员手动添加，记录了所有需要后续持久化的行为类型，以及对应行为描述，对于不同的行为，设定不同的推荐权重来设置该行为对后期推荐的影响。

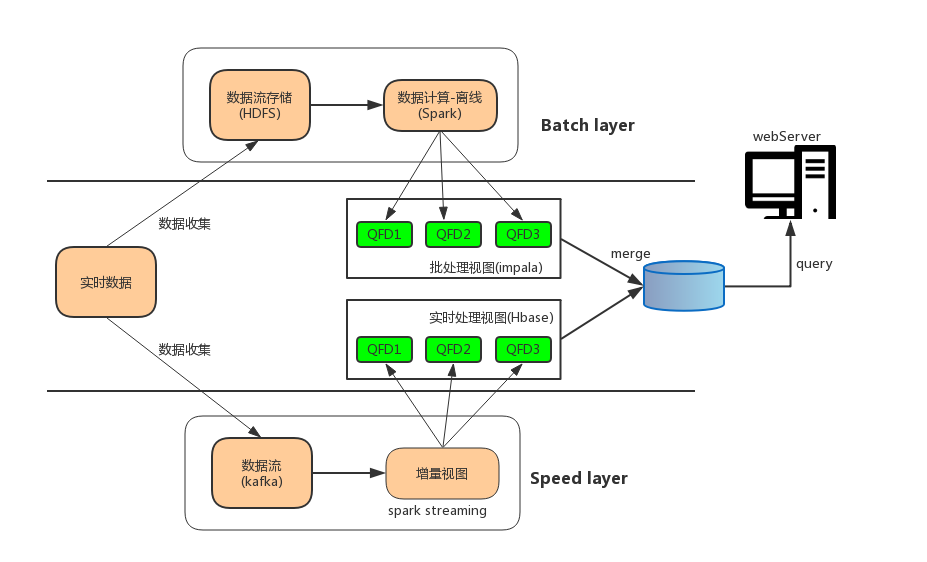
**表4.7 行为类型表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段名 | 字段类型 | 非空 | 备注 |
| actiontype\_id | int(10) | Y | 行为类型id(PK) |
| action\_name | varchar(10) | Y | 行为名称 |
| action\_desc | varchar(20) | N | 行为描述 |
| feature\_weight | int(5) | Y | 行为权重 |

## 4.4推荐系统设计

推荐系统主要用于整合用户数据，进行相关计算，最后为应用层提供推荐服务接口，供应用层调用。该系统整体架构主要包含批处理层、实时处理层，数据存储层、应用层。其中批处理层用户进行复杂的耗时的数据处理，实时处理层主要是从消息队列中选择部分数据通过流计算快速获取一个临时解，从而实现准实时的推荐效果。数据存储层用于读取批处理层和实时处理层通过一定的合并策略（择优选择，累加等）将数据合并，支持随机读，可以在较短的时间内返回查询结果。应用层主要用于推荐结果的展示等一系列的业务逻辑处理。

该架构设计整合了大数据组件，具有高容错、低延时和可扩展性等特性。详细架构图详见图4-5。



**图4-5推荐系统模块架构图**

推荐系统通过实时收集用户相关操作（如浏览、搜索、收藏、评论、购买、加购物车）结合相关的推荐算法，生成推荐结果。

## 4.5非功能性需求设计

(1) 推荐系统冷启动问题解决方案

冷启动问题[31]有很多解决方法，本文采用的方法主要是将时间信息加入到推荐算法中。我们都知道，现实世界中，用户群体一般分为两类：一类用户即所谓的活跃用户，这类用户的特点是喜欢追逐并评价新鲜事物；另一类用户即所谓的消极用户，这类用户更多的是追随角色。在这种情况下，积极用户对项目的评价时间往往在项目发布之后很短的一段时间内，而消极用户的反应则要相对滞后。由于这两类用户的普遍存在，推荐系统应用的时候会考虑把新项目优先推荐给积极用户，以此来带动评价。我们同时把时间信息[33]加入到系统中后，冷启动问题也就得到了解决。

由于时间信息对推荐算法有重要的影响，因此我们对用户的时间权重作了如下定义:

时间权重=

其中sum表示用户评价过的项目总数；timeui表示用户评价的第i个项目的时间，datai表示项目i发布的时间。则用户u的时间权重Wu计算公式如下：

(公式4-1)

由此可知，timeui – datai越小，说明项目评价时间与项目发布时间的距离越近，用户越积极。反之亦然。

与实际项目为例，用户评价时间表如下：

表4.8用户评价时间表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Item | U1 | | U2 | | U3 | |
| Time | Date | Time | Date | Time | Date |
| i1 | 2016 | 2015 | 2015 | 2014 | 2017 | 2017 |
| i2 | 2016 | 2014 | 2016 | 2013 | 2017 | 2014 |
| i3 | 2015 | 2012 | 2017 | 2014 | 2017 | 2016 |

以表一为例，采用公式1计算得到每个用户的时间权重wui即：

根据如上计算可知，用户积极程度由大到小依次是Wu1>Wu3>Wu2，即用户Wu1更偏爱于新发布的产品。

此外我们还根据项目标签信息预测评分值[34]。

1) 基于项目评分信息预测评分值

这里，我们假定有一个用户u，分析用户-项目评分矩阵可以发现用户与项目之间存在评价与未评价，以及评价次数的关系。对于评价与未评价的关系，我们设置一个变量ruj，当ruj的值为1时表示用户评价过该项目，0则表示未做评价。对于评价次数，本文设定以ICk来表示用户评价的个数，UCj表示某一项目被共同评价的次数。在这个关系中，用户评价项目的个数和项目被评价次数可以从用户-项目评分矩阵中得到。根据项目的已评价总数、评分具体信息和用户对项目的评价次数，我们可以定义基于项目评分信息的预测评分值，从而观察和研究他们间的关系。具体公式如下:

(公式4-2)

2) 基于项目属性信息预测评分值

如公式所示表示基于用户u对项目j的预测评分值。如果用户u 对项目 j 做了评价ruj =1, 反之为0。如果项目j具有属性l，则hlj=1，反之为0。

(公式4-3)

3) 基于项目标签信息预测评分值

基于项目标签信息的预测评分计算公式如下：

(公式4-4)

公式(4-4) 中，表示基于标签的用户u对项目j的预测评分值。如果标签g标注的项目j，则bgj=1分之为0。

下面我们基于具体的数据矩阵和公式来围绕研究对象u1计算预测评分值。

**表4.9用户项目评分矩阵**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| rij | i1 | i2 | i3 | i4 |
| u1 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| u2 | 0 | 3 | 1 | 0 |
| u3 | 5 | 0 | 2 | 0 |

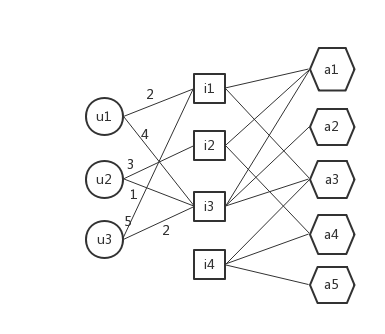
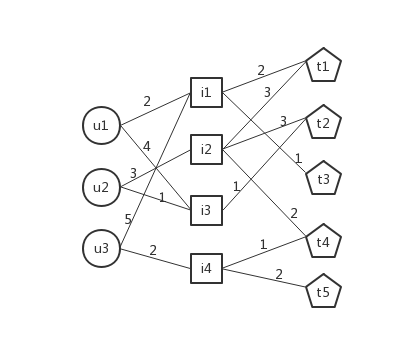
表4-5 标签-项目标注矩阵

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| bij | i1 | i2 | i3 | i4 |
| t1 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| t2 | 0 | 3 | 1 | 0 |
| t3 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| t4 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| t5 | 0 | 0 | 2 | 0 |

**表4.10属性-项目矩阵** **表4.11 标签-项目标注矩阵**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| hij | i1 | i2 | i3 | i4 |  |  | bij | i1 | i2 | i3 | i4 |
| a1 | 1 | 0 | 1 | 0 |  |  | t1 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| a2 | 1 | 1 | 1 | 0 |  |  | t2 | 0 | 3 | 1 | 0 |
| a3 | 1 | 0 | 1 | 1 |  |  | t3 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| a4 | 0 | 1 | 0 | 1 |  |  | t4 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| a5 | 0 | 1 | 0 | 1 |  |  | t5 | 0 | 0 | 2 | 0 |

其中{i1,i2,…in}为n个项目的集合，{u1,u2…um}表示m个用户，rij表示用户ui对项目j的评分。{a1,a2…,an}表示p个属性的集合，hij表示项目j是否具有an属性。{t1,t2…,tq}表示q个标签的集合,bij表示项目j被标注的次数。为了更好的理解公式与表之间的关系，使用两个三分图的形式来表示。



**图4-6用户-项目-标签信息 图4-7用户-项目-属性信息**

因此我们可以根据上述理论基础，分别根据用户-项目-标签信息和用户-项目属性信息来挖掘他们之间的潜在关系。从而通过预测评分值来解决新项目的冷启动问题。

根据之前的分析发现，结合用户、标签、项目属性提出的个性化推荐算法从理论上可以提高推荐系统的准确率。在此，为了更好的观察用户评分信息、项目属性信息，项目标签信息以及用户评分时效性信息在推荐算法中所产生的影响，我们定义权重, 其中得到预测评分公式如下：

(公式4-5)

由公式4-15可知，该个性化推荐充分利用了用户、标签以及项目属性的相关信息。当, 会综合考虑用户、标签与项目属性信息进行预测评分计算，即用户、标签与项目属性的个性化推荐算法(consider user,tag,and item-attribute personalized recommendation algorithm,简称CUTA)。同理，当时为用户项目属性推荐算法（简称CUA），当时，为用户标签信息推荐算法（简称CUT）。

为了解决推荐系统冷启动问题，我们在上述基础上加入了用户时间权重信息，得到CUTATime算法，该算法会在获取基于项目评分(CUTA)、基于标签评分(CUT)、基于项目属性信息(CUA)得到的预测评分值的基础上通过分析用户评价项目的时间信息，获取用户时间权重，并结合之前得到的预测评分实现推荐。

## 4.6本章小结

本章介绍了系统的整体架构以及各个功能模块间的关系，并给出了相关模块的数据库表结构设计，最后对推荐系统的整体架构以及功能进行简要介绍。本章让我们从宏观上对整个系统有了大致了解，为后续详细设计奠定基础。

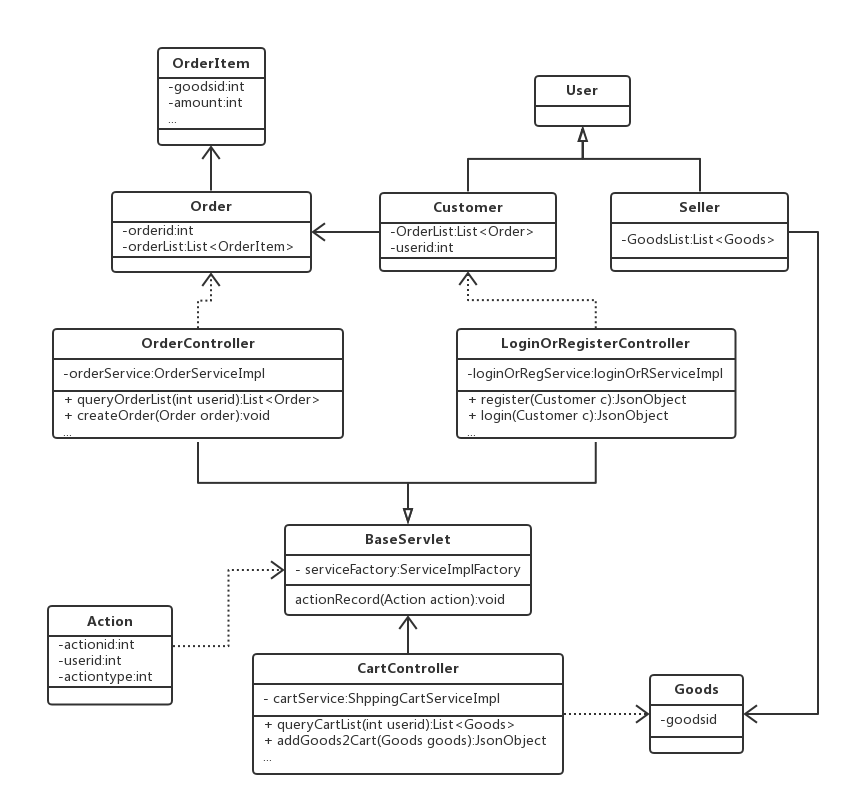
# 第五章商城及推荐系统详细设计

## 5.1 商城基础功能模块设计与实现

本章节主要对整个商城系统做出详细介绍，包括各个模块间的关系，以及核心模块的实现细节等。

### 5.1.1 商城系统总体设计与实现

商城系统的核心模块是用户的登陆注册模块、订单管理模块、以及购物车模块、以及为推荐系统提供数据支持的相关服务。其中各个模块与对象间的关系详见图5-1。



**图5-1商城及推荐系统总类图**

为了较为清晰的阐述系统的总体设计结构，我们在图5-1中主要展示了系统的核心模块和相关对象间的基本关系，详细的类图会在后续的章节具体展开。下面我们对主要类的关系做出如下介绍：

(1) BaseServlet 为三大模块提供通用的方法，如生产service具体实现的工厂类。服务接口需要继承此类以获取公共的通过方法和成员变量。其中CartController、OrderController、LoginOrRegisterController 的相关行为会根据用户登录状态通过actionRecord记录到相关日志表中。为推荐模块提供数据基础。

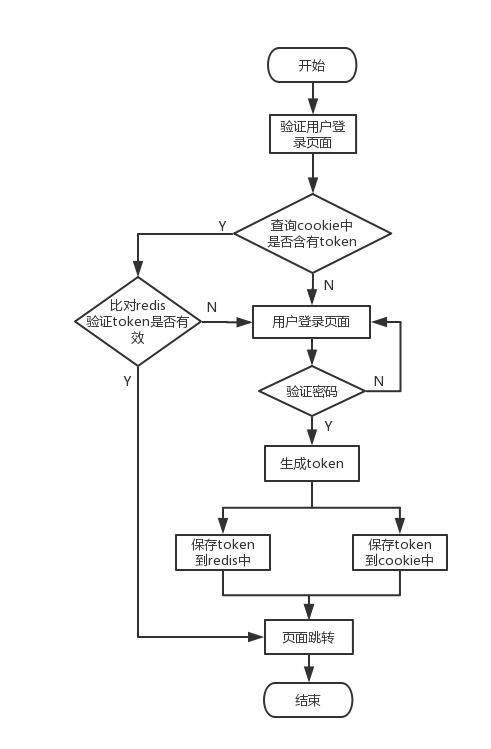
(2) CartController 为购物车的相关操作提供服务接口，包括用户购物车信息的查询，添加商品到购物车，以及修改/删除购物车内商品。

(3) OrderController 为订单模块提供服务接口，其中订单查询接口通过获取请求信息用的user\_id将用户的订单数据封装，并返回到前端展示。当用户从商品详情页或购物车页面下单时，前端页面会将下单的商品数据封装到json中并请求订单创建接口，该接口通过SpringMvc解析json数据并封装成到数据传输对象中，通过具体的service方法完成数据的持久化工作。

(4) LoginOrRegisterController 主要为用户提供注册和登陆服务。

### 5.1.2单点登录模块设计与实现

由于整个系统由多个服务器节点组成，每个节点独立的运行系统的某个模块，因此设计了单点登录系统来实现多服务器共享session，考虑的session的查询需要较高的查询效率并且其本身具有时效性的要求，因此我们借助基于内存的数据库redis来实现session的功能。



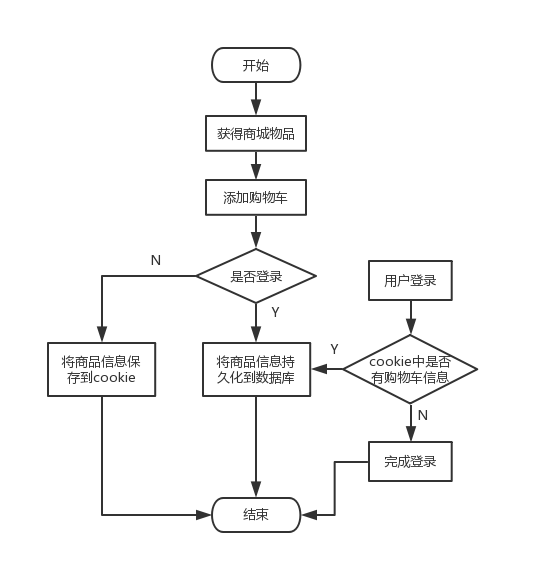
**图5-2点登录模块流程图**

单点登录模块流程图如图5-2所示，它替代了单服务器情况下的session的功能，当用户进入登录界面输入用户名和密码进行登录时，如果密码正确，登录的服务接口会根据用户名和当前时间戳通过MD5加密算法生成token，并将该token作为key，将用户对象的转换json字符串作为value存储到redis缓存中，并将token加入到用户浏览器的cookie中。

整个redis缓存作为认证服务器，可以被多个系统访问，当用户访问需要用户认证的服务接口，如购买、收藏、查看订单时，接口会访问认证服务器查看当前用户是否登录，如果没有登录，会自动跳转到登录界面。

### 5.1.3购物车模块设计与实现

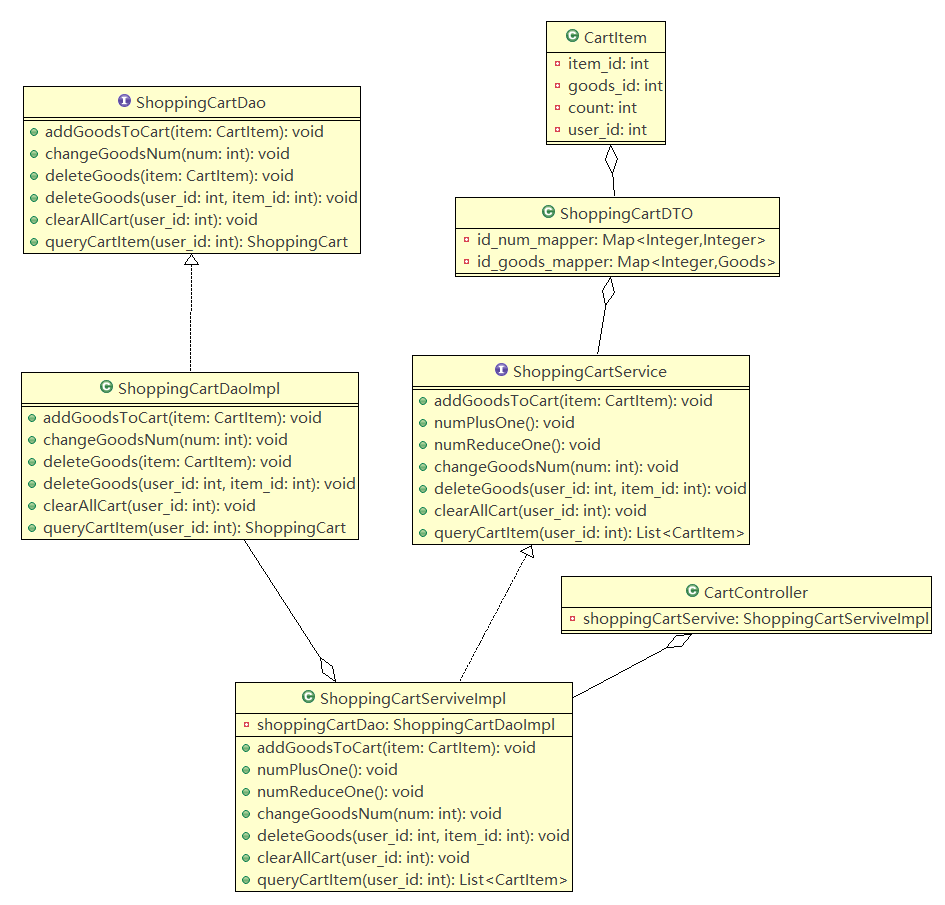
购物车模块主要用户临时保存用户有意愿购买的商品记录，其主要操作包括将商品加入购物车、查看购物车商品列表，修改商品数量，批量结算购物车中商品，清空购物车等。图5-3为添加商品到购物车的流程图。



**图5-3购物车模块流程图**

当用户没有登录时，我们将用户的购物车内容以json的格式存储在cookie中，当用户登录后，我们先检查cookie购物车字段对应的value是否为空，如果不为空，我们会将购物车中的商品信息持久化到用户数据库中。

购物车模块相关类图如图5-4所示。



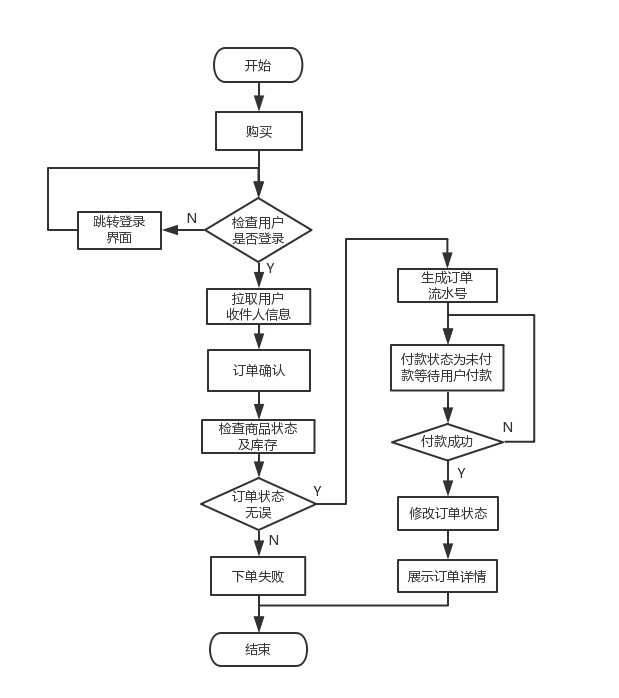
**图5-4购物车模块类图**

当用户进入购物车详情页面时，通过前端页面发送http请求，进去Springmvc的前端控制器DispatcherServlet，此时前端控制前会根据xml配置去查询HandlerMapping并返回处理执行链，然后去请求处理器适配器去执行具体的Handler CartController，CartController 则通过shoppingCartService的实现类去根据用户id查询用户购物车详情，并返回购物车的详情的数据传输对象ShoppingCartDTO，并由CartController处理后封装成json返回给前端展示。当用户修改购物车数量，删除购物车商品，则会通过ajax异步的发送请求给CartContoller来调用具体的实现，并异步返回状态码通知前端执行的响应结果。 此外，添加/删除购物车的行为对于已登录用户，会影响该用户的商品喜好评分表goods\_attention\_degree中商品id对应的值，而对于未登录的用户，该行为只会对基于item的推荐结果产生影响。

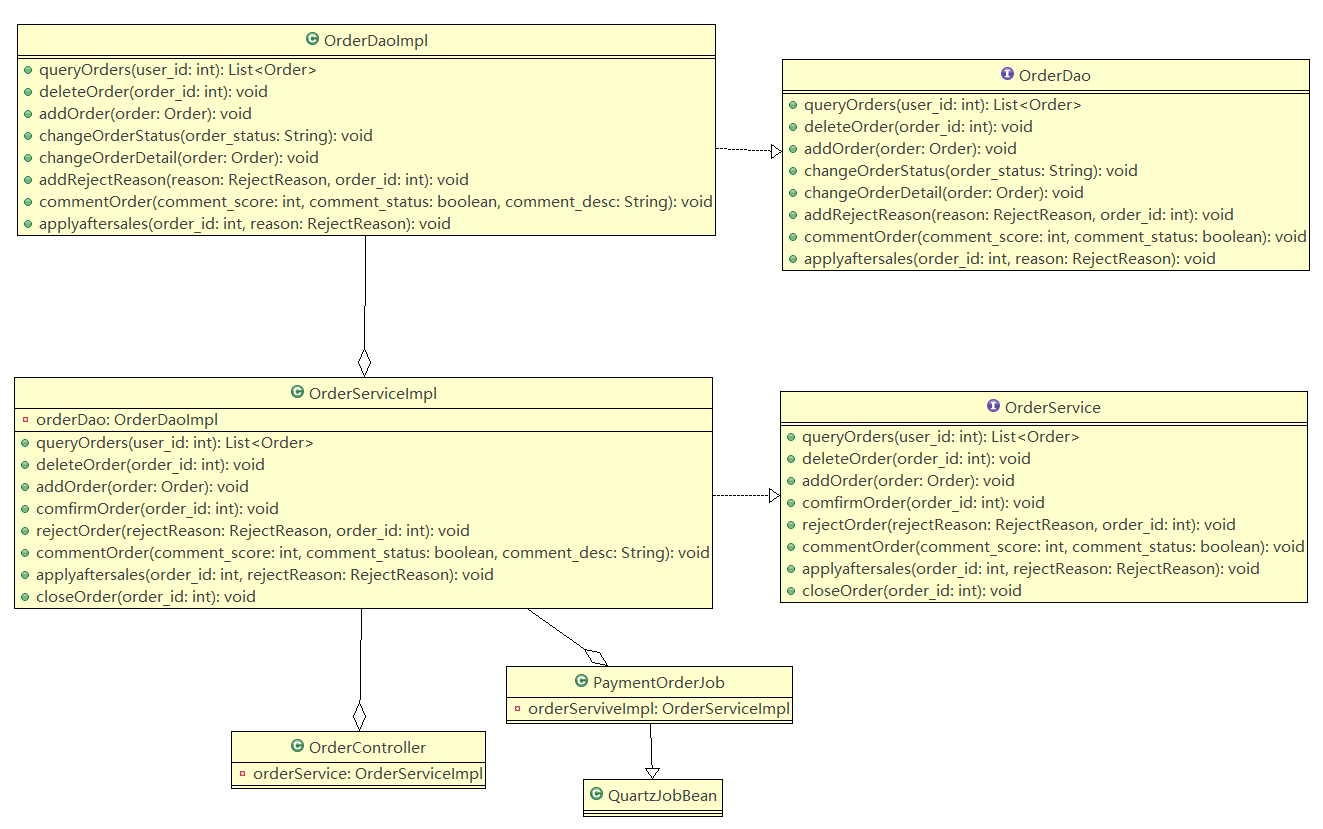
### 5.1.4订单管理模块的设计与实现

用户订单管理模块主要为用户提供订单管理功能，主要包括商品的购买(订单生成)、订单取消、订单查询、未支付订单自动关闭、以及订单售后的相关服务。

下面主要针对订单生成功能进行详细介绍，具体流程如图5-5所示。



**图5-5订单模块流程图**

其中订单流水号由用户ID与时间戳组合而成。商品购买、订单确认、订单取消、订单详情等订单管理模块的相关类图如图5-6所示。

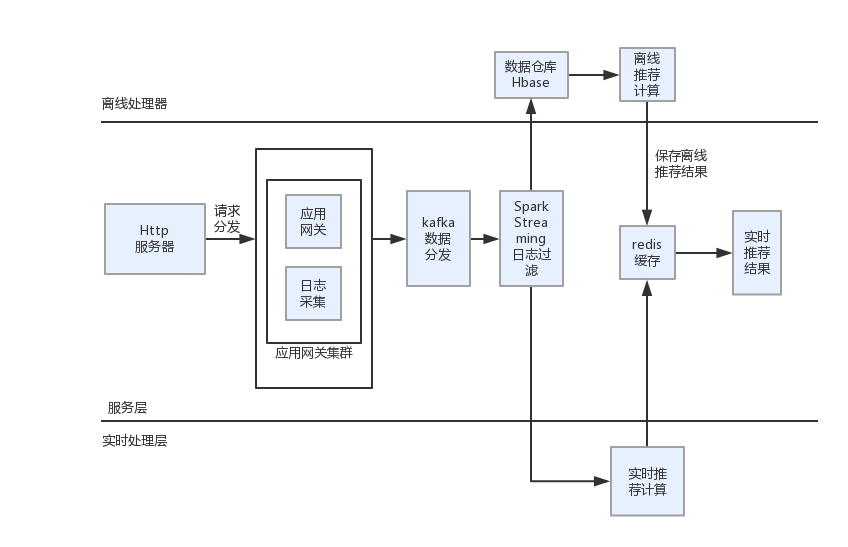
**图5-6订单管理模块类图**

当用户点击购买按钮或者通过购物车合并付款来下订单时，会先判断用户此时的登陆状态，若用户未登录，则跳转到用户登录界面，登陆成功后跳转的下单界面，选择收货地址等相关信息，确认订单。此时，OrderController会调用OrderService的addOrder方法，该方法由实现类OrderServiceImpl实现具体的逻辑，OrderServiceImpl会遍历Order中的List<OrderItem> orders，orderItem类的成员变量包括goods\_id和goods\_num，分别表示该item对应的商品的id和购买数量，Service层会将orderItem封装到数据传输对象中，传递给OrderDao会将该记录持久化到OrderDetail表中，完成订单创建操作。订单管理的其他请求操作如订单查询、搜索、删除、修改等的基本数据流向与之前的相类似。

## 5.2 推荐系统相关模块设计与实现

### 5.2.1用户日志收集设计与实现

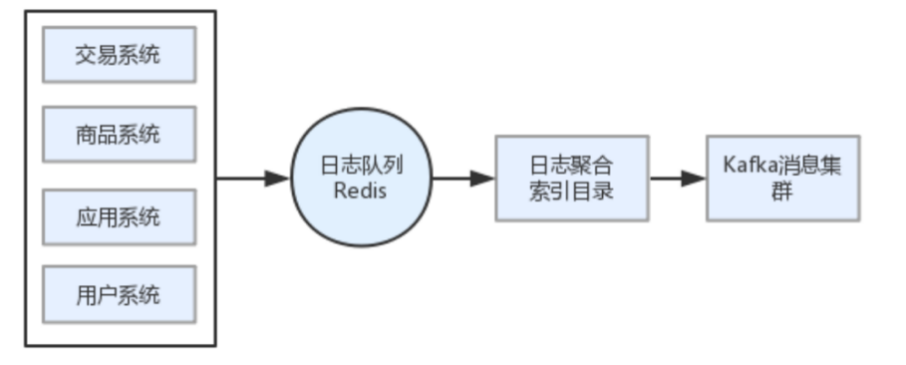
基于Spark平台的分布式日志框架如图5-7所示，该框架用于采集访问各个业务系统的日志信息，通过可靠的消息传送中间件作为数据计算与数据源采集之间的纽带，系统构建了基于Kafka集群的消息分发中间件，实现了日志数据的统一下发。由于日志数据中包含着各个业务系统的日志以及用户点击流的日志，在进入离线或实时推荐节点前，需要进行统一的数据清洗。本系统采用Spark Streaming技术按时间分片，对固定时间间隔内收到的数据进行统一的批处理，从而达到实时处理的效果，并具有很高的吞吐量。



**图5-7 基于Spark分布式日志框架**

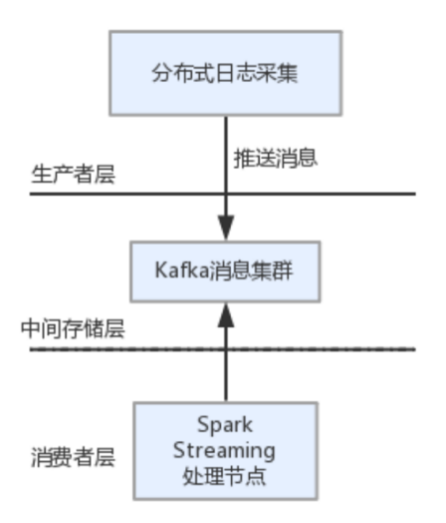
数据收集主要会经历如下阶段：日志数据采集，日志数据聚合和日志数据过滤。

实时推荐系统需要大量的隐式的用户行为作为基础数据,而且每种用户的行为的源日志信息分布在不同的业务系统中，需要构建分布式日志汇总系统数据资源，将日志进行收集。以备后续流程使用。分布式日志采集如图5-8所示。



**图5-8分布式日志采集模块**

通过构建分布式日志实时采集模块，完成用户行为日志的采集。但是在进入日志过滤阶段之前，由于日志流并发产生且数据量大，为了保证数据的实时性以及尽量减少数据丢失，使用分布式消息订阅和发布系统Kafka,图5-9为基于Kafka集群的数据分发架构。



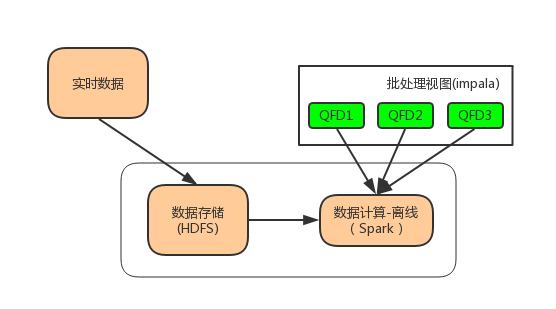
**图5-9基于Kafka集群的数据传输**

### 5.2.2推荐系统计算框架设计与实现

(1) 离线计算部分

离线数据的存储过程是当新数据产生时，我们通过flume/sqoop（用于关系型数据库）将其收集到hdfs中，每半小时存放到hdfs的一个目录中，然后进行批处理（可以使用mapReduce或者spark）处理完后倒入impala, impala是一个sql引擎，能够通过sql语句查询存储在Hadoop的HDFS和Hbase中的PB级大数据。

批处理层特点，因为写到了hdfs系统中，因此数据不可修改，只可以追加，可通过spark或map-reduce进行任意计算，支持水平扩展（通过扩展机器），缺点是高延迟，根据计算量或者数据量的不同，运行时间可能是几分钟到几个小时。具体设计架构见图5-10。



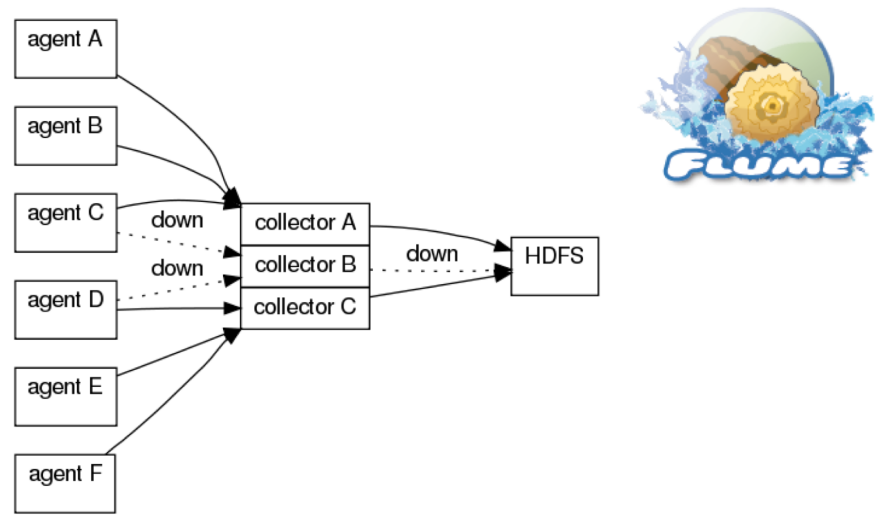
**图5-10离线计算系统架构**

该模块主要承担两个主要职责，一、存储Master DataSet, 即一个持续增长的数据集。数据来源于系统的实时数据采集模块。二、对Master DataSet 进行预计算。离线计算的模式与批处理为主，我们使用Spark的RDD算子方式进行：

|  |
| --- |
| 批处理计算伪代码： |
| function runOffLineCompute():  while(true)  recomputeBatchViews() |

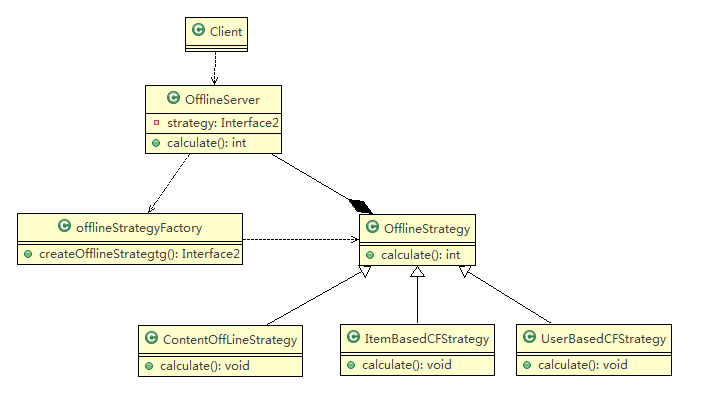
利用离线计算模块进行数据预处理的主要作用是将实时计算的数据量尽可能的减小，从而有效地利用资源，改善实时计算的性能。但这里有一个前提，就是我们需要预先知道实时计算需要的数据，如此才能在离线计算中安排执行计划，定期对数据进行批量处理。此外，还要求这些预运算的统计数据是支持合并。

离线计算的数据采集我们使用的是flume框架，该框架主要用于采集非关系型数据-如日志信息等，flume为收集、移动大量的日志数据提供了一种可靠的可用的分布式框架，它具有基于流式数据简单灵活的架构，并具有故障转移和恢复机制，为系统提供一定的可靠性和容错能力。Flume需要在产生日志的agent结点上部署,用于监听节点产生的数据，agent节点可以将收集的数据传输给collector,然后collector对数据流进行汇总（该设计的主要目的是为了减少hdfs中小文件的个数，减轻hdfs的并发压力），并将其写入hdfs中。



**图5-11 flume数据采集流程图**

推荐系统离线计算框架的设计实现采用了策略设计模式，该模式下将不同的推荐算法独立封装并实现，并暴露对外接口通过入参来自由的切换使用的算法，该模式可以在服务运行或调试期间灵活的更换使用的具体算法，各个算法时间相对独立封闭，而在实际的项目中，我们通过工厂设计模式来获取策略类的实现，离线计算具体类图如图5-12。



**图5-12离线计算模块基本类图**

其中OfflineSever对外提供服务接口，OfflineStrategy将具体的策略进行抽象，该类不关注算法层面的具体实现方式，每个算法的实现相互独立，如基于内容的推荐的离线计算部分的具体实现由ContentOffLineStrategy类来完成，而基于Item的协同过滤推荐算法则是由ItemBasedCFStrategy完成。

（2）实时计算部分

要完成用户实时推荐的计算任务，第一步，要对数据进行采集和清洗操作。对于实时推荐系统的计算需要两部分数据集，一部分是用户之前的离线的数据，第二部分是用户最新的实时数据。其中实时数据主要包括用户ID,用户最新的行为日志（如：用户对商品和评价操作，即用户-商品信息，包括用户ID，商品ID，商品分类，评分等级，时间戳字段等）。

实时流计算是指对源源不断的数据流进行系统的连续计算，并实时的返回结果。为了确保计算的精确性和有效性，就要求系统提供实时的用户行为信息，然后通过相关计算，将结果写入Hbase中，为后续推荐操作提供推送和查询。

实时流计算作为加速层主要用于实时处理，缺点是不能进行复杂计算。

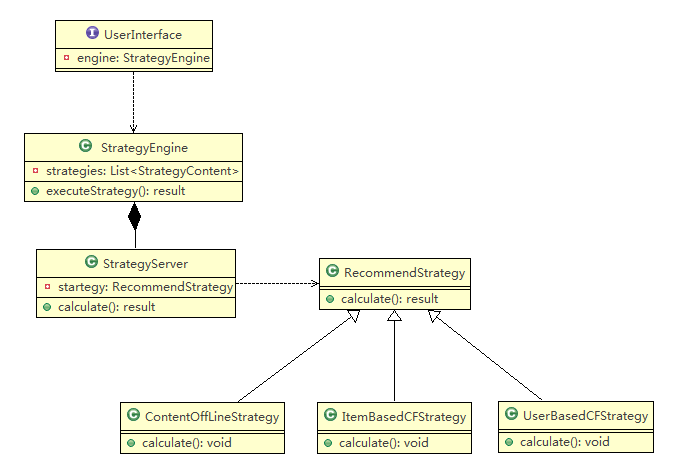
实时计算层的特点主要是对数据进行流式处理，持续性计算，存储和分析某个窗口内的数据，该方式通常是基于实时性和准确性的一种折中，因此准确性有时并不高（临时解），后期最终的结果，会通过批处理获取，批处理会覆盖掉流式处理的结果。具体架构图详见图5-13：



**图5-13实时计算系统架构图**

其中对于新产生的数据会收集用于离线计算部分，因为实时计算不允许进行耗时的复杂计算。因此其中一小部分数据会选择性的提交给kafka消息总线，用于实时计算。对于数据收集部分会通过节点上部署的flume上进行，而且flume与kafka也有很好的兼容性。

在线计算具体的设计逻辑与离线计算有本质上的不同，离线计算的计算方式是在固定的时间点或间隔点执行。而在线计算则是由通过暴露的对外接口调用来执行。具体实现类图如图5-14所示。



**图5-14实时计算模块基本类图**

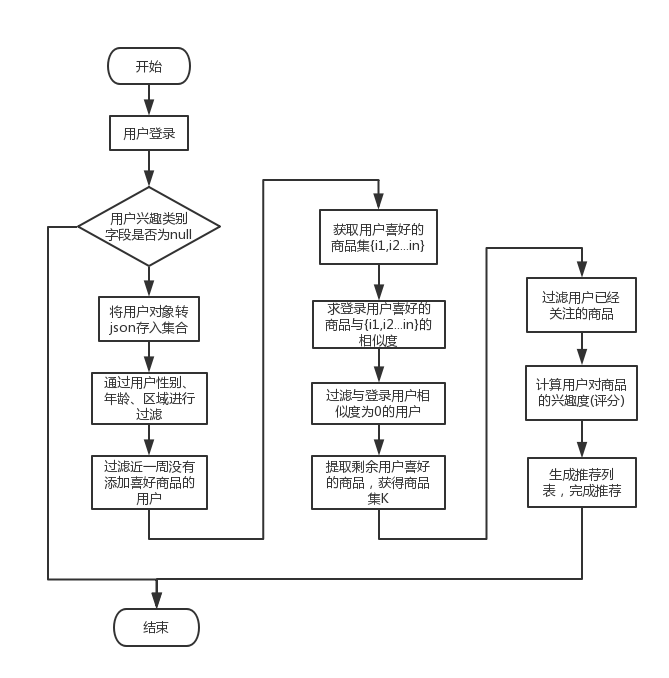
实时计算模块的依然通过策略模式来实现，StrategyServer是算法具体实现使用的类，StrategyEngine则是用来对外暴露的服务接口，通过调用executeStrategy() 来调用具体的算法实现类来获取计算结果，再将结果通过封装返回给用户。

### 5.2.3基于user的协同过滤推荐模块设计与实现

由于注册用户的数据量比较庞大，用户-商品的特征矩阵非常稀疏，因此需要使用离线计算对用户数据做预处理来减少在线实时推荐的计算压力。离线计算时，通过查询用户登录次数，总订单数，计算用户历史活跃度，当活跃度满足条件，我们根据历史行为为用户进行分类，并将用户类别标签记录到用户表中。该标签会随着用户行为变化而变化。通过聚类，然后对相同类别用户展开计算，可以大大减少计算量。

当用户登录后，先查询用户标签是否为null，如果不为null，说明该用户活跃度满足条件，我们就可以使用基于用户的协同过滤推荐算法。

首先我们先把与该用户具有相同用户标签的用户中的对象转json存入List<String> userList中，我们使用jdk8的并发流处理List中的数据，首先通过userList.stream()回去流对象，根据userList.stream().filter( )对用户性别，年龄，所在地区，做进一步过滤，最后，我们对剩余用户做相似度计算，并找到与目标用户相似度较大的前n个用户，然后提取该用户最近喜好的商品，剔除出用户已经关注的商品，然后进行推荐。具体流程图见图5-15。



**图5-15基于user的协同过滤算法流程图**

其中用户间相似度计算我们可以使用余弦或者Jaccard公式，其中N(u)为用户u喜欢的物品集，N(v)是用户v喜欢的物品集，那么用户u与用户v的相似度计算详见第二章公式2.3和公式2.3。

根据相似度排名后取前N个与目标用户u最相似的用户集,用公式S(u,N)表示，并获取这N个用户喜好的商品集合，并去除登录用户已经喜欢的商品，获取剩余商品集S(i)，对于用户u对商品i的兴趣度(计算评分)可通过公式(5.1)计算。

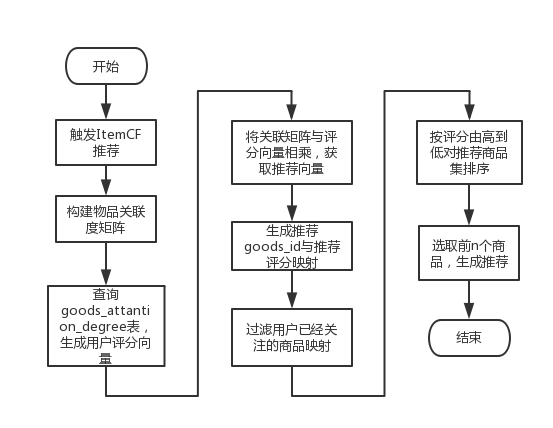
（公式5.1）

然后我们根据目标用户对相关商品的兴趣度右高到低进行排序，然后选取前k个商品推荐给用户，完成推荐。

### 5.2.4基于item的协同过滤推荐模块设计与实现

相比于从用户角度出发的User-Based 协同过滤算法，Item-Based 协同过滤则是从商品角度出发来生成推荐，寻找与用户喜欢的、最近关注的、或者曾经购买并好评的商品相似的商品推荐给用户，其主要思想是分析用户-项目矩阵以识别不同项目之间的关系，然后使用这些关系来计算给定的某对用户的预测分数。找到用户有兴趣购买与用户之前购买项目相似的项目，并且倾向于避免/不予以推荐类似于用户之前不喜欢的项目。由于该算法是基于商品的推荐，因此无论用户是否登录均适用，只要当用户对商品进行收藏、加购物车等表现出对该商品关注的行为时，我们就可以基于ItemCF生成推荐。

首先我们会通过离线的方式计算用户历史行为偏好的商品间的相似性关系，并添加都用户商品推荐表中，并标注推荐生成时间。当用户将某商品加入购物车后，我们需要为用户在购物车加入成功的提示底部生成商品推荐列表，具体推荐流程图如图5-16所示。



**图5-16基于item的协同过滤算法流程图**

基于ItemCF推荐算法，需要维护一张物品-用户关注度表（goods\_attention\_degree）,该表主要用户记录goods\_id与user\_id相关联的物品关注度，用户对商品的行为通过对应评价规则表将直接影响该关注度的值，具体评价规则表如表5-1所示。

**表5.1用户商品喜好度评价规则表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 收藏 | +2 | 购买 | +2 |
| 浏览 | +0.5 | 评价(好评/带文字) | +2/+4 |
| 加购物车 | +1 | 评价(差评) | -4 |
| 购物车删除商品 | -1.5 | 商品详情页停留时间<5s | -1 |
| 收藏删除商品 | -1.5 | 商品详情页停留时间>15s | +1 |

对于物品相似度矩阵，我们可以将矩阵的值按照最大值进行归一化处理，以此来提高推荐结果的准确度，归一化公式如下:

其中是归一化后得到的目标相似矩阵。

  随后查询用户关注度表，生成推荐向量，然后将归一化后的物品相似矩阵与推荐向量相乘，获取推荐向量，选取推荐向量中前n个值对应商品进行推荐。

### 5.2.5 基于内容的推荐模块设计与实现

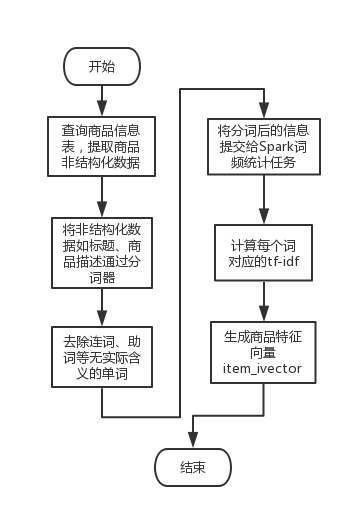
基于内容的推荐，主要是根据用户历史喜好的商品，如已购买并好评的商品，寻找与这些商品相类似的商品。基于内容的推荐算法主要包括三个步骤，第一、为商品提取特征信息(item-vector)。第二、利用用户历史数据(对商品的评价信息)来计算该用户喜好的特征信息(profile-vector)。第三、根据候选商品的item-vector和用户的profile-vector选取出相关性较大的前N个商品推荐给用户。

首先我们进行商品特征信息的提取，我们将商品信息中的非结构化数据(如: 商品标题、商品描述信息等)通过分词统计的方式提取中一个词在该商品中出现的频率，大部分情况下，一个商品的非结构化信息包含多个词，因此该商品i可以通过向量di=(w1i,w2i,w3i...) 表示，其中w1i表示第一个词在商品i中出现的权重，该值越大，表示这个词对于该商品的意义越重要。

随后我们通过词频-逆文档频率（term frequency–inverse document frequency， tf-idf） 计算向量di的各个权重，其中第i篇商品的第k个词对应的tf-idf为：

其中TF(tk，di)是第k个词在商品描述中出现的次数，nk所有商品描述中出现第k个词的商品的数量，最后，第k个词在商品k中的权重可以通过公式5.4将tf-idf做归一化获得。

商品特征提取流程图如图5-17所示。



**图5-17商品特征向量提取流程图**

接着我们根据用户对历史商品的评价数据，构建用户喜好模型，我通过查询商品的结构化数据，如商品的分类、属性等，构造训练集，并将其提交给spark计算任务，输入数据如表5.2所示：

**表5.2 商品结构化数据类型表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 商品一级分类 | 商品二级分类 | 商品三级分类 | 是否好评(浏览相当于好评) |
| 数码产品id | 手机id /配件id | 品牌id | 好评1/差评0 |

我们通过Spark Mllib提供的机器学习库来进行模型的构建，首先通过API LabeledPoint将原始数据转化成向量标签，然后设置决策树深度depth，以及最大分支树maxBranch,设置分类变量val categoricalFeaturesInfo = Map[Int, Int]()，最后就可以通过val model = DecisionTree.trainClassifier来进行模型训练。

当需要从一批候选商品中，找到用户可能喜欢的商品时，就可以通过之前训练的决策树模型调用model.predict方法做初步的过滤和筛选，然后提取剩余的商品特征向量item-ivector，与用户的偏好向量profiler-ivector做余弦相似度计算，选取topN的商品，推荐给用户。

## 5.3 本章小结

本章主要介绍商城系统和推荐系统的主要模块的设计与实现，包括商城系统的登陆注册模块、购物车模块、订单管理模块，以及推荐系统的日志收集、计算框架、和具体的推荐模块的功能实现。每个模块的设计与实现从模块的流程图，以及系统的类图分别进行介绍。

# 第6章 实验与测试

## 6.1 系统开发实现环境

  网上商城系统和推荐系统和具体实现环境、开发工具和部署环境见表6.1。

**表6.1 开发测试环境信息表**

|  |  |
| --- | --- |
| 说明 | 开发工具 |
| 开发操作系统 | MacOS 10.12 |
| 开发工具 | IntelliJ IDEA、Vim、Sublime Text2 |
| 设计工具 | Microsoft Visio2016、MySQLWorkbench |
| 代码部署环境 | Ubuntu 16.04 / Centos 6.5 |
| Web服务器 | Nginx 、Tomcat7 |
| 版本控制 | SourceTree |

## 6.2 商场系统测试

### 6.2.1 测试环境

我们分别从软硬件角度介绍测试环境，其中商城系统测试的硬件环境配置表如表6.2所示，软件环境配置表如表6.3所示。

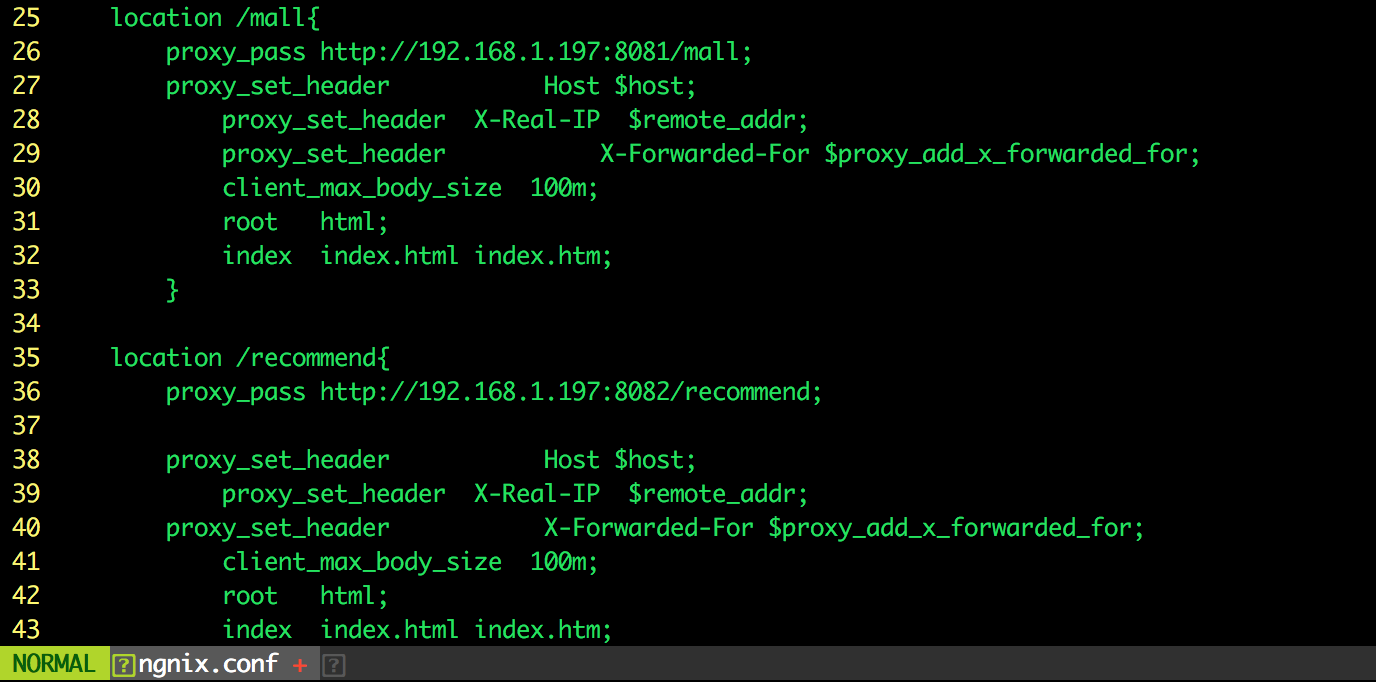
**表6.2 商城系统硬件环境配置表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 类别 | 基本配置 | 数量 | 单位 |
| PC | 客户端 | 3.2GHz Intel Core i7 ,16G 内存 | 1 | 台 |
| 服务器 | 应用服务器 | 8核CPU ，16G内存  1T硬盘 | 1 | 台 |

**表6.3商城系统软件环境信息表**

|  |  |
| --- | --- |
| 类型 | 名称/版本 |
| 操作系统 | ubuntu16.04 |
| web服务器 | tomcat7 |
| 负载均衡服务器 | nginx 1.12.2 |
| 数据库 | Mysql 5.0 |

我们在ubuntu上分别部署了两个tomcat web服务器，并将商城系统部署在tomcat1上，将推荐系统的服务模块部署在tomcat2上，然后通过ngnix做反向代理访问各个服务接口，修改/usr/local/nginx/conf/nginx.conf ,相关配置如图6-1所示。



**图6-1 Nginx反向代理配置**

然后保存，通过nginx –s reload 重启服务，就可以通过http://192.168.1.197/mall 和http://192.168.1.197/recommend 来分别访问相关服务。

### 6.2.2 商城系统功能性测试

启动tomcat服务器，并部署商城服务代码，通过postMan发送http请求，观察http返回json结果是否符合实际要求，商城系统具体测试用例如下表所示。

**表6.4商城系统测试用例表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 测试模块 | 用例描述 | 返回值情况 | 结论 |
| 用户登录注册模块 | 用户注册信息不完整、格式错误 | 无法提交表单，提示错误信息 | 正常 |
| 已注册用户提交注册表单 | 返回状态码和提示信息 | 正常 |
| 未注册用户提交注册信息 | 返回注册成功 | 正常 |
| 单一IP频繁注册 | 无法注册、返回提示信息 | 正常 |
| 用户登录格式信息不完整 | 无法提交表单，返回提示信息 | 正常 |
| 用户登录信息完整，用户不存在 | 返回状态码和提示信息 | 正常 |
| 用户登录信息完整，用户已注册 | 提示登录成功，页面跳转 | 正常 |
| 购物车模块 | 未登录状态下，查看购物车内容 | 页面正常跳转，购物内容无误 | 正常 |
| 已登录状态下，查看购物车内容 | 页面正常跳转，购物内容无误 | 正常 |
| 添加商品到购物车，当商品库存数量<=添加购物车的商品数量 | 商品添加成功，页面正常跳转 | 正常 |
| 添加商品到购物车，当该商品库存数量>添加购物车的商品数量 | 无法添加商品到购物车，提示库存不足 | 正常 |
| 修改购物车商品数量时，当更改的商品数量>=商品库存时 | 修改成功 | 正常 |
| 修改购物车商品数量时，当修改商品数量>商品库存 | 提示库存不足,无法修改 | 正常 |
| 在未登录状态下删除购物车中商品 | 成功删除 | 正常 |
| 已登录状态删除商品 | 验证数据库，用户购物车对应商品已删除 | 正常 |
| 用户登录后合并未登录时的购物车商品 | 可以将登录前cookie中的商品数据提取并合并到用户历史购物车中。 | 正常 |
| 订单管理模块 | 未登录状态查询订单 | 页面跳转到登录界面。 | 正常 |
| 已登录状态查询订单 | 订单数据显示正常，多个订单已分页显示。 | 正常 |
| 搜索用户历史订单 | 根据关键字模糊查询，返回结果准确。 | 正常 |
| 查询订单商品详情 | 跳转商品详情界面  1、若商品已下架，展示商品详情快照。  2、若商品状态正常，正常显示商品详情。 | 正常 |
| 用户在不同的订单状态下修改订单状态(删除订单，关闭订单，申请退款，确认收货，评价等操作) | 1、订单未确认状态不允许删除订单操作。  2、处于申请退款状态的订单无法进行确认收货操作。  3、关闭订单，申请退款，评价等操作返回状态均正确无误。 | 正常 |

## 6.3 推荐系统测试

### 6.3.1 测试环境

推荐系统的测试环境仍然从软硬件角度介绍，具体配置表详见表6.5和表6.6。

**表6.5 推荐系统硬件环境信息表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 类别 | 基本配置 | 数量 | 单位 |
| PC | 客户端 | 3.2GHz Intel Core i7 ,16G 内存 | 1 | 台 |
| 服务器 | 应用服务器 | 4核CPU ，8G内存  512M硬盘 | 3 | 台 |

**表6.6 推荐系统软件环境配置表**

|  |  |
| --- | --- |
| 类型 | 名称/版本 |
| 操作系统 | centos 6.5 |
| 分布式文件系统 | hadoop-2.7.5 |
| 分布式计算框架 | spark-2.3.0 |
| web服务器 | tomcat7 |

如配置表所示，我们使用3台centos系统的服务器构建测试集群，并在master节点上部署tomcat  web服务器用户部署计算服务框架，用于接收外部请求并返回处理结果。分布式文件系统我们使用hadoop提供的hdfs，分布式计算则使用spark进行。

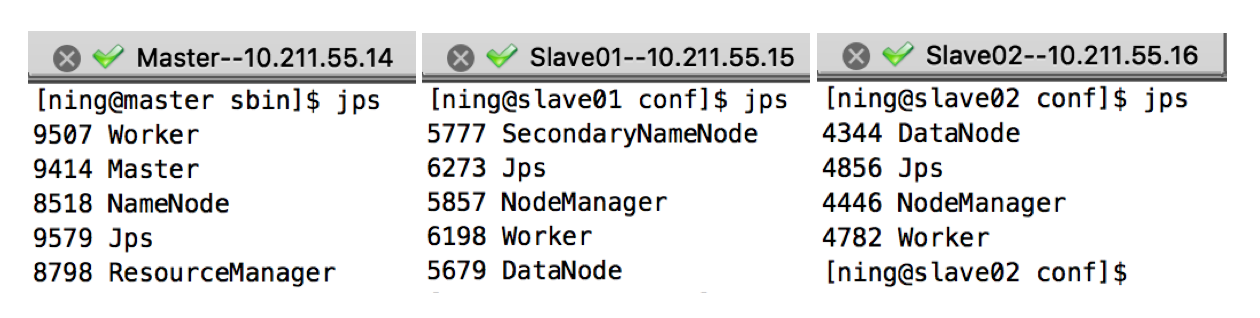
根据测试环境需求，我们分别配置安装hadoop和spark环境，其中需要为各个服务器配置JDK环境，关闭防火墙，修改/etc/hosts文件配置相关ip的映射，并配置各个服务器的rsa免密登陆。

随后我们在master节点将hadoop-2.7.5解压，分别修改hadoop-2.7.5/etc/hadoop下的hadoop.env.sh、hdfs-site.xml、core-site.xml、mapred-site.xml、mapred-env.sh以及yarn-site.xml。并在slaves中添加slave01和slave02，最后通过执行./bin/hdfs namenode –format 格式化namenode。

接着我们将spark解压，并配置spark-env.sh和slaves。

最后将配置好的hadoop和spark 通过scp命令复制到slave01节点和slave02节点。

部署好后启动hadoop和spark服务，通过start-all.sh 启动集群。启动后具体的服务进程如图6-2所示。



**图6-2 hadoop、spark服务进程详情**

Spark 分布式计算各个计算节点资源以及Worker的详情如图6-3所示。



**图6-3** spark 计算监控页面

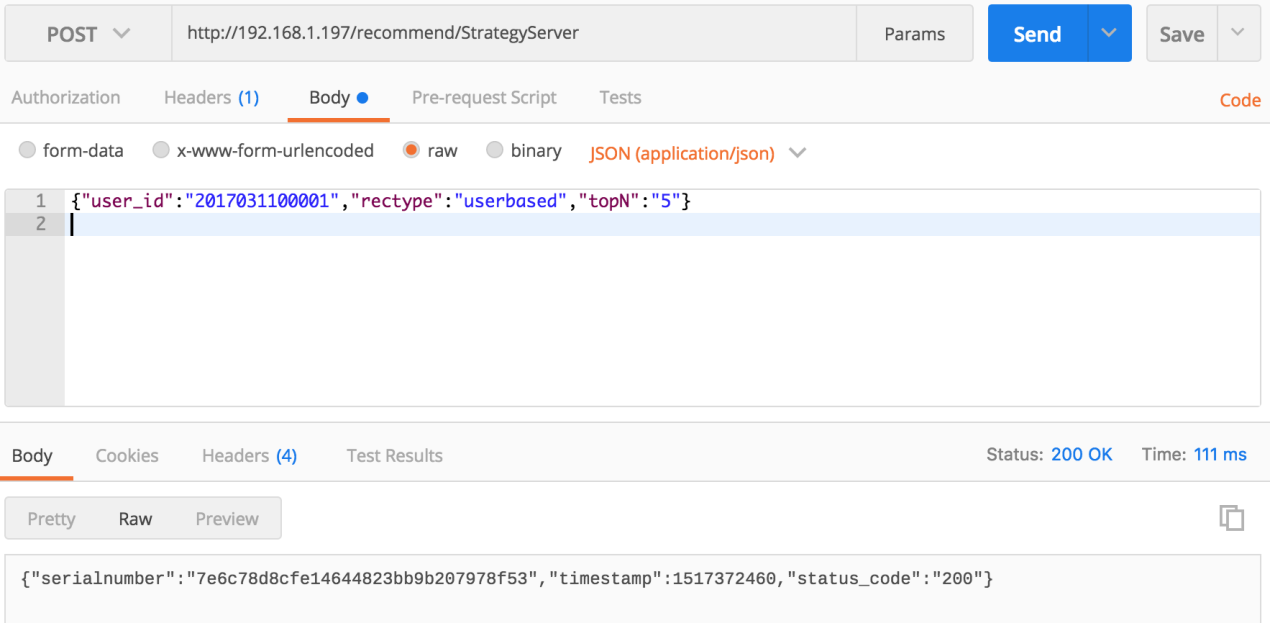
### 6.3.2 推荐系统功能性测试

推荐系统功能测试主要采用黑盒的方式进行，测试的主要方面包括测试计算服务框架接收请求并触发spark任务的正确性，基于user的协同过滤推荐算法的返回结果，基于item的协同过滤推荐算法的返回结果和基于内容的推荐算法的返回结果，并进行并发性测试，评估系统抗压能力。其中功能性测试仍然使用黑盒测试的方式，对不同应用场景下的三种推荐算法分别展开。具体测试用例见表6.7。

**表6.7推荐算法功能测试**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 测试模块 | 输入用例 | 期望结果 | 测试结论 |
| 基于user的协同过滤推荐模块 | 发送HTTP请求到StrategyServer服务接口，入参为：{user\_id=”2017031100001”, rectype=”userbased”，topN=”5”} | 根据该用户历史记录返回推荐结果。 | 符合预期 |
| 基于item的协同过滤推荐模块 | 发送HTTP请求到StrategyServer服务接口，入参为：{user\_id=”2017031100001”, goods\_id:”1002001192”, rectype=”contentbased”, topN=”5”} | 根据该用户历史记录和商品标签返回推荐结果。 | 符合预期 |
| 基于内容的推荐模块 | 发送HTTP请求到StrategyServer服务接口，入参为：{user\_id=”2017031100001”, rectype=”contentbased”, topN=”5”} | 根据该用户历史记录返回推荐结果。 | 符合预期 |

基于用户的协同过滤测试，请求入参为 user\_id=”2017031100001”, rectype=”userbased” ,测试结果如下图所示。

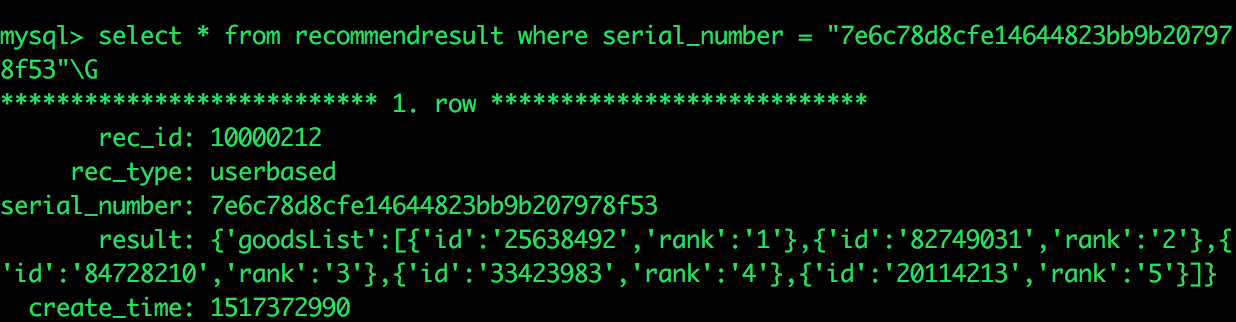


**图6-4 基于user的协同过滤推荐模块异步返回结果**

如图所以，我们使用postman发送http请求到推荐系统的应用服务器StrategyServer上，入参如图所示，返回结果是一个json字符串包括流水号serialnumber，当前时间戳timestamp和状态吗status\_code。

由于计算结果的返回需要一定时间，为了使得计算的速度不影响到StrategyServer的并发量，我们将请求设为异步，即当我们访问/recommend/StrategyServer接口时，该接口会生成流水号和spark任务提交的状态码以及时间戳并返回给前端，当前请求结束连接关闭。前端通过流水号发送查询请求，获取推荐结果。

我们根据返回的serialnumber查询数据库，获取推荐结果如图6-5所示。



**图6-5基于user推荐数据库详情**

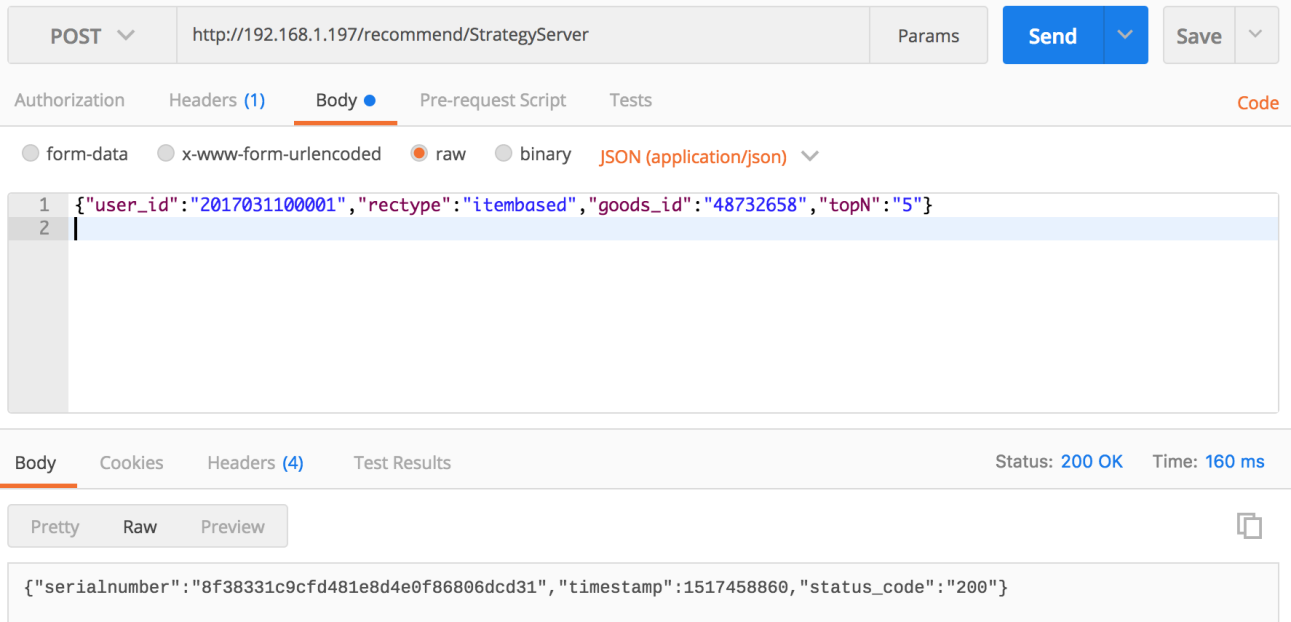
id对应的具体商品信息如表6.8所示。

**表6.8 基于user的协同过滤推荐结果**

|  |  |
| --- | --- |
| goods\_id | 商品标题 |
| 54334921 | Cherry樱桃MX8.0机械键盘RGB背光 |
| 14359823 | 音乐脉动BL Pulse2无线蓝牙迷你音响炫彩 |
| 14763491 | 光明莫斯利安酸奶200g\*12装玫瑰花风味 |
| 36124122 | 真皮斜挎包男士软皮包包潮头层男包单肩包牛皮竖款 |
| 12342177 | 2018夏季新品PINLI品立圆领印花男装修身 |

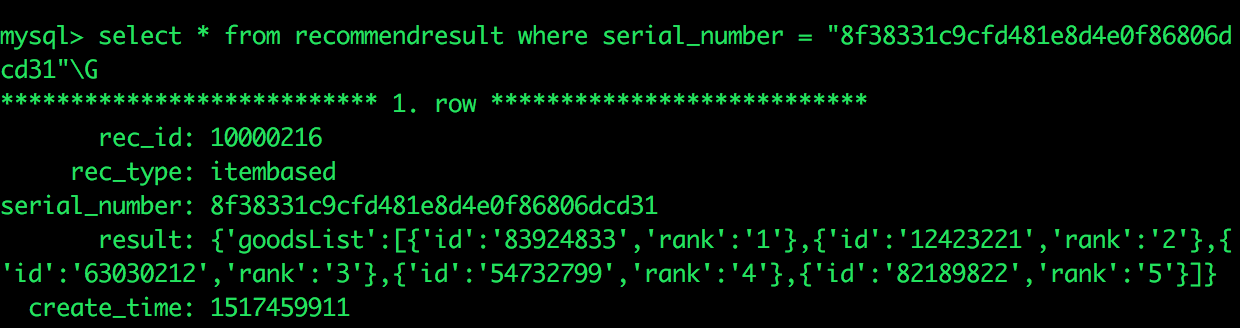
经过数据库核实，推荐结果与该用户近一周的商品喜好记录描述基本吻合，推荐结果符合预期效果。

基于item的协同过滤的测试流程与此类似，请求入参user\_id=”2017031100001”, goods\_id = “48732658”, rectype=”itembased”。测试结果如下图所示。



**图6-6 基于item的协同过滤推荐模块异步返回结果**

通过数据库查询流水号对应的推荐结果如图6-7。



**图6-7基于item推荐数据库详情**

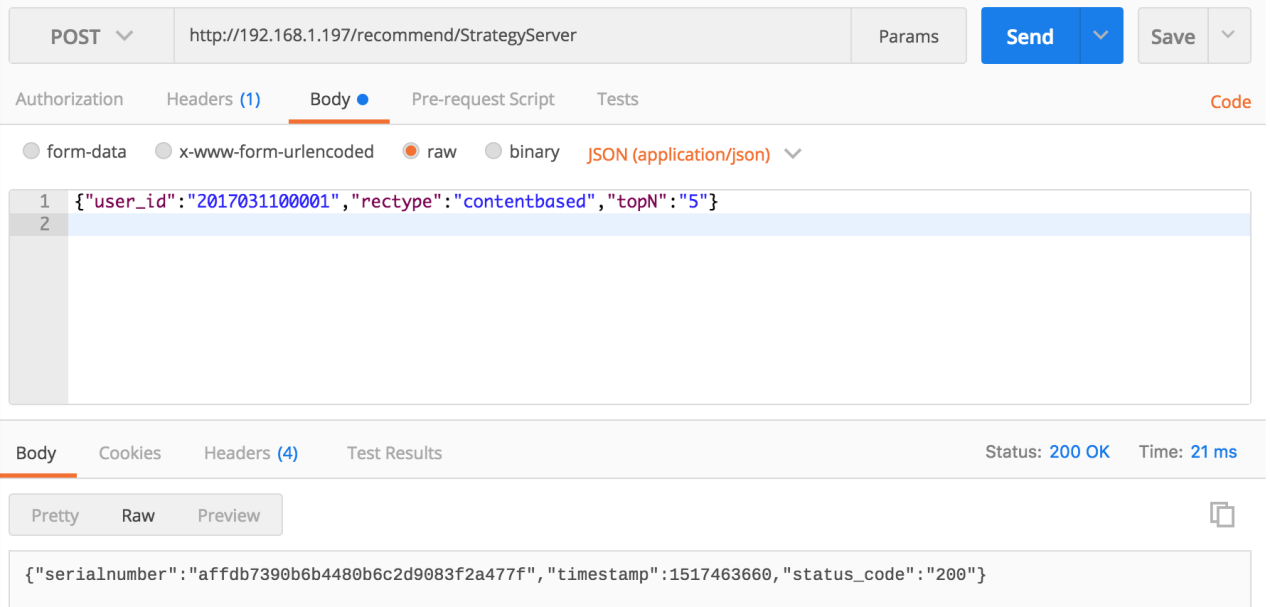
通过查询goodsinfo可知，请求的goods\_id 以及推荐结果中goodsList的对应的商品如表6.9所示。

**表6.9 基于item的协同过滤推荐结果**

|  |  |
| --- | --- |
| goods\_id | 商品标题 |
| 48732658(请求时的id) | 扫地机手推式吸尘器家用软扫把簸箕套装 |
| 83924833 | 旗舰超薄科沃斯家用扫地机器人规划一体机 |
| 12425221 | 海尔Haier全自动扫地机器人智能家用 |
| 63030212 | 好媳妇免手洗拖把360度旋转 |
| 54732799 | 大卫免手洗平板拖把旋转家用懒人托把 |
| 82189822 | 德国ElfBot擦窗机器人全自动智能电动清洁窗宝 |

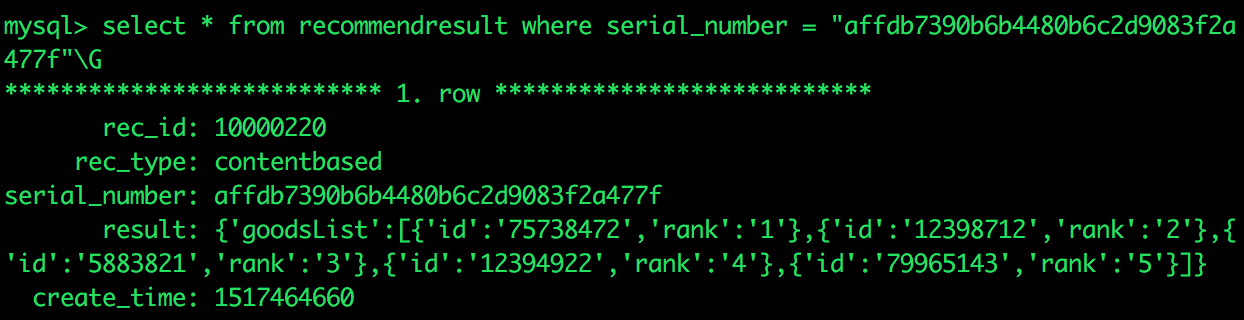
由返回数据可知，推荐结果与请求的商品数据具有较高的相关性，符合推荐预期。

基于内容的推荐模块测试，其入参与基于用户的协同过滤模块相似，只需要用户id，推荐类型和推荐记录数即可，Http请求结果如图6-8所示。



**图6-8 基于内容的推荐模块异步返回结果**

通过数据库查询流水号对应的推荐结果如图6-9。



**图6-9基于内容的推荐数据库详情**

通过查询goodsinfo可知，请求的goods\_id 以及推荐结果中goodsList的对应的商品如表6.10所示。

**表6.10 基于内容的推荐结果**

|  |  |
| --- | --- |
| goods\_id | 商品标题 |
| 75738472 | [天猫魔盒3Pro网络高清播放器家用电视机顶盒子](https://detail.tmall.com/item.htm?id=545676619032&ad_id=&am_id=&cm_id=140105335569ed55e27b&pm_id=&abbucket=11) |
| 12398712 | 定制原创小米5c/5x/note2小米手机壳软 |
| 58831821 | DJI大疆精灵智能航拍Phantom 3无人机 |
| 12394922 | Sphero 2.0 SPRK+遥控机器人蓝牙智能小球可编程 |
| 19965143 | iPhone6数据线苹果6s充电线器7plus智能断电加长 |

基于内容的推荐通过对物品特征和用户特征的匹配，从候选的待推广的商品列表中过滤筛选，提取topN的推荐结果，推荐给用户。推荐结果符合预期要求。

## 6.4非功能性测试

### 6.4.1并发性测试

我们使用python脚本对服务接口做压力测试，测试模块包括订单的查询，购物车查询，商品详情页和秒杀系统的秒杀效果。

我们分别对${domain}/mall/queryOrder?user\_id=“2017031100001”,

${domain}/mall/queryCart?user\_id=”2017031100001”,以及${domain}/mall/goodsDetail?goods\_id=”10002001”分别发起5000QPS并发量的压力测试。

不考虑数据传输以及带宽的情况下，响应结果如下图所示：

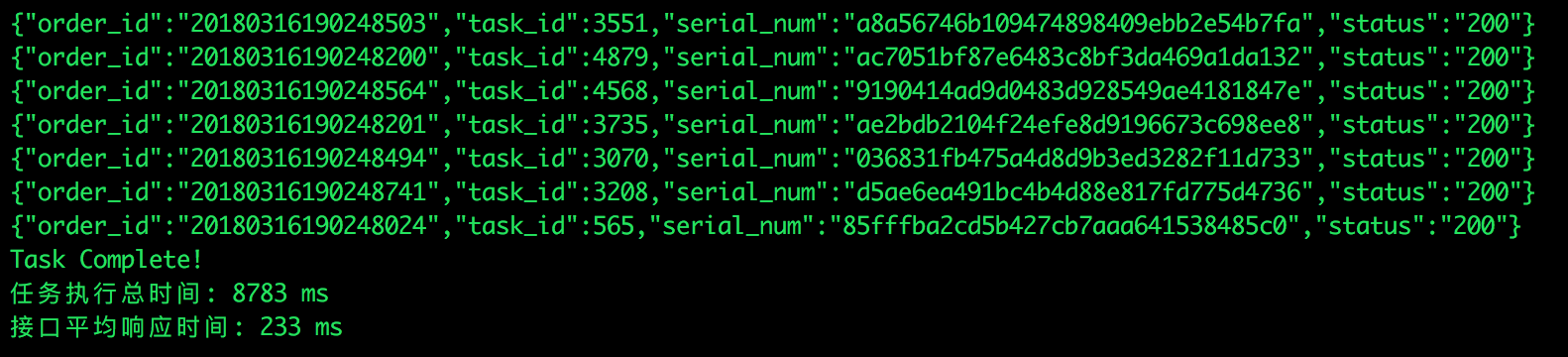


图6-10 服务接口压力测试

由响应结果可知，5000QPS下服务接口消耗的总时长为：，平均单一请求的响应时间为：ms，基本满足并发要求。

### 6.4.2兼容性测试

商城系统的兼容性问题主要体现在对浏览器的支持上，我们分别对表6.11几种常用的浏览器进行测试，测试对系统各个页面的兼容性支持良好，符合预期要求。

**表6.11**

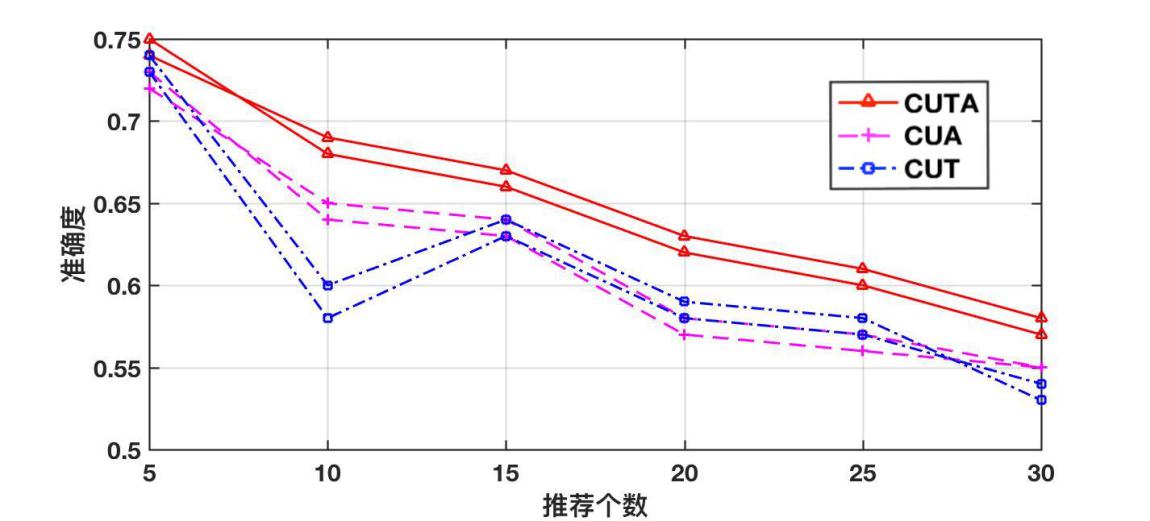
|  |  |
| --- | --- |
| 浏览器 | 兼容性 |
| Chrome浏览器 | 兼容 |
| 360浏览器 | 兼容 |
| Firefox火狐浏览器 | 兼容 |
| QQ浏览器 | 兼容 |

### 6.4.3冷启动效果测试

(1) 不考虑新项目的不同推荐算法的准确度对比

为了验证我们提出的冷启动算法的性能，我们对4.5节提出的的三类推荐算法进行了相关的实验对比，我们使用MovieLens数据集，该数据集主要包括用户对电影的评分信息，电影的属性信息以及电影的标签信息等。我们从该数据集中选取至少被30个用户同时评论的电影，以及至少评论过10部电影的用户.经过筛选我们得到2035个用户以及3200部电影并将其50%划分为训练集，另外50%为测试集。

通过调整不同的的取值，并针对近邻个数为5，10，15，20，25，30的情况下进行了相关实验，实验结果如图6-11所示：



**图6-11不同推荐算法的准确度对比**

通过观察我们可以发现，CUTA算法的准确度明显高于CUA和CUT算法，而当邻域个数大于15时，调整的取值对CUA和CUT推荐的准确率并无明显影响。因此我们可以发现，在不考虑新项目的前提下，CUTA的准确率明显优于CUA和CUT算法。

(2) 改善冷启动问题的相关实验对比

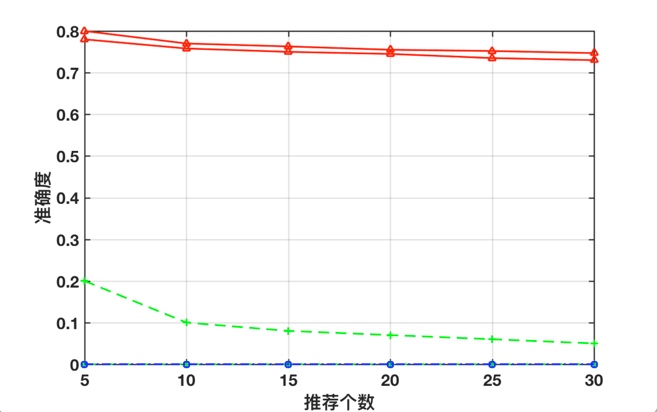
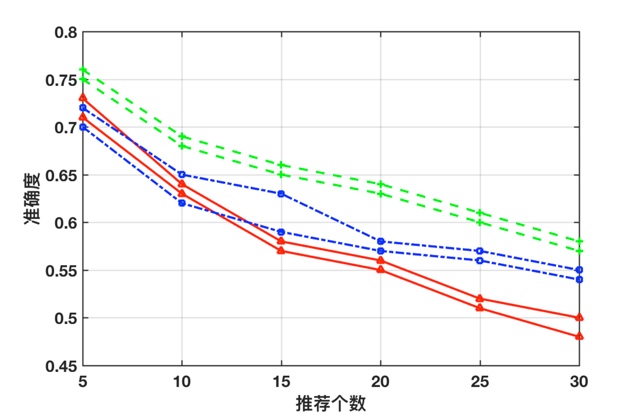
对于冷启动的问题，即通常用户并未曾对项目做出过任何评价，所以在数据集中并不会存在用户对项目的任何评分信息。因此当面临冷启动问题，我们主要会通过项目的基本属性信息和用户的时间权重两项综合来为用户推荐项目。

这里我们借鉴了一个新的概念：新颖度[35]，这里所说的新颖度是指在给目标用户推荐的列表中，新项目的个数占推荐项目的总数的度，即一个比值：

novelty = Recommended\_SUM /SUM (公式6.1)

其中novelty表示新颖度，Recommended\_SUM表示推荐列表中包含的新项目的个数，SUM表示项目总数。

首先我们将实验一中的测试集分成两部分，其中一部分是随机抽取150个项目当作新的项目，同时将训练集中这些对应项目的评分信息和标签信息全都置为0，其余未被抽取的部分为另一部分。的取值和实验一取值相同，并在不同邻域的情况下进行相关实验。



**图6-12解决冷启动问题算法的准确度对比** **图6-13解决冷启动问题算法的新颖度对比**

从实验结果(图6-12，图6-13)可以看出，本文提出的CUTA算法的准确率略高于CUT算法，当近邻值取5左右时，CUTATime的准确度略高于CUT，但是当近邻值大于5时，CUT算法的准确率依然可观。而对于新项目的推荐情况如图6-12，可知CUT算法所推荐的项目的新颖度为0，不能解决冷启动问题，综合考虑，CUTATime算法的新颖度最高，因此在处理新项目冷启动问题时其效果最佳。

## 6.5 测试结论

我们对商城系统以及推荐系统按照测试用例进行了相关测试，对于商城系统对于不同状态下的用户请求能够，能够友好的与用户进行交互，各系统模块具有较好的健壮性。对于推荐系统，不同场景下各种推荐算法所给出的推荐结果也基本符合预期要求。

## 6.6 本章小结

本章针对于论文中的两大系统的各个模块分别进行测试，主要介绍了测试环境、测试用例、以及测试结果。最后根据测试结果结合用例来判断功能模块是否达到预期要求。

# 第7章 总结与展望

## 7.1 总结

目前，大数据背景下，互联网海量信息中蕴含了很多有价值的信息，如何挖掘这些信息为人所用变得越来越重要，同时也是大数据平台首要需要解决的问题，其中推荐系统的出现，其本质正是通过挖掘用户的行为信息，更好的了解用户的喜好，从而帮助用户了解自己，并帮助用户从海量数据中找到自己需要的内容。如今推荐系统已经广泛的应用于众多大型互联网公司中，并成为公司战略推广的主要技术手段。通过深度挖掘用户行为信息和偏好信息，为用户提供有效的高质量的推荐结果，可以大大提高互联网公司运营服务能力，进一步提高公司营业额，因此优秀的高质量的推荐系统具有广泛的发展和服务场景。本文以设计实现了基于分布式计算框架spark的推荐系统，介绍了大数据的相关技术以及推荐系统的相关概念和面临的问题。并基于商场系统的历史数据的基础下进行了相关测评。

首先我们介绍了推荐系统所解决的问题，即大数据背景下的信息过载问题。然后我们详细介绍了Spark生态系统的相关框架以及所使用到的大数据处理的相关模块。使用Spark来代替MapReduce，使用Scala编程语言，从而实现更高的编程效率以及算法的执行效率。

在设计和实现部分，介绍了系统的整体架构，包括系统各层次的作用以及相关的功能，接着我们介绍了论文的主要内容，商城系统的主要模块的设计以及推荐系统的相关算法的实现。并针对推荐系统最常见的冷启动问题进行深入分析，并提出时间权重的概念，改善了推荐系统的冷启动问题。具体工作如下：

1. 在本文的开始部分介绍了商城系统及推荐系统的背景和存在意义，并介绍了国内外主流推荐算法的应用场景及优缺点。
2. 本文的第二部分主要介绍了推荐系统的计算部分所需要的技术支持，主要包括Spark分布式计算框架以及相关模块，通过spark实现算法的并行计算。介绍了商城后端使用的主流框架以及推荐系统使用的相关算法。
3. 本文的第三部分针对系统的需求分析、概要设计以及详细设计进行分别阐述，包括商城系统的登陆模块、购物车模块、订单管理模块。以及推荐系统的用户日志收集、计算框架设计、以及相关推荐模块的分析与实现。
4. 第四部分主要是针对商城系统和推荐系统进行测试，主要包括模块的功能性测试、健壮性测试、并发性测试等。测试结果表明各模块基本满足设计要求，符合预期效果。

本人通过上述工作，完成了B2C商城及推荐系统的设计与实现，本在此基础上完成论文撰写。

## 7.2 展望

本文基于B2C商城系统的数据基础上，设计了推荐系统根据策略模式来为不同的应用场景提供推荐服务，通过测试，商城系统和推荐系统在功能性、健壮性等方面基本符合预期要求。不过该系统仍存在很多不足和需要改进的方面。

(1) 整个系统如何在数据快速增长的情况下，有效的调配计算资源，进行有效的推荐。

(2) 系统设计本身没有考虑到安全因素，例如商家恶意操作影响推荐结果以谋取利益的情况。

(3) 针对算法提出相应的优化方案，考虑扩展更多的应用场景，并考虑在应用环境下设计相应的特征向量。

(4) 本文的所有实验连接线上数据库进行，具体推荐结果的准确性暂时通过历史记录和查看用户喜好倾向判断，没有标准的量化数据。

# 参考文献

1. 朱扬勇，孙婧.推荐系统研究进展[J].计算机科学与探索，2015，9( 5) : 52-61.
2. 赵良辉，熊作贞.电子商务推荐系统综述及发展研究[J].电子商务，2013( 12) : 58-60.
3. 杨凤萍. 基于神经网络集成和用户偏好模型的协同过滤推荐算法研究[D]. 华中师范大学, 2016.
4. 吴颜, 沈洁, 顾天竺,等. 协同过滤推荐系统中数据稀疏问题的解决[J]. 计算机应用研究, 2007, 24(06):94-97.
5. 吴奕, 乐嘉锦. 基于上下文的分布式协同过滤推荐技术[J]. 计算机工程, 2010, 36(12):90-93.
6. R. Burke, M. O'Mahony, and N. Hurley. Robust collaborative recommendation. In F. Ricci, L. Rokach, B. Shapira, and P. B. Kantor, editors, Recommender Systems Handbook, chapter 25, pages 805-835.
7. 刘海, 卢慧, 阮金花,等. 基于"用户画像"挖掘的精准营销细分模型研究[J]. 丝绸, 2015, 52(12):37-42.
8. Li G, Li. A new algorithm of cold-start in a collaboration filtering system. Journal of Shandong University (engineering science),2012,2(24):12-17 (in Chinese with English abstract).
9. 梁彦.基于分布式平台Spark和YARN的数据挖掘算法的并行化研究[D].中山大学,2014.
10. 孙冬婷, 何涛, 张福海. 推荐系统中的冷启动问题研究综述[J]. 计算机与现代化, 2012(05):59-63.
11. Kraska T, Talwalkar A, Duchi J, et al. MLbase: A Distributed Machine-learning System[J]. Cidr, 2013.
12. 冯琳.集群计算引擎Spark中内存优化研究与实现[D].清华大学，2013.
13. Huang C Q, Yang S Q, Tang J C, et al. RDDShare: Reusing Results of Spark RDD[C]// IEEE International Conference on Data Science in Cyberspace. IEEE, 2016:370-375.
14. 李崇欣. 分布式数据库Hbase: the definitive guide[M]. Sebastopol: O’Reilly Media, Inc. 2015.
15. 刘冬鸣. 分布式组件Zookeeper事务一致性探析[J]. 信息通信, 2017(06).
16. Maillo J, Ramírez S, Triguero I, et al. kNN-IS: An Iterative Spark-based design of the k-Nearest Neighbors Classifier for Big Data[J]. Knowledge-Based Systems, 2017.
17. 郭艳红. 推荐系统的协同过滤其法与应用研究[D]. 大连:大连理工大学.2014.
18. 陈清浩.基于SVD的协同过滤推荐算法研究[D].西南交通大学.2015.
19. Kim J K, Cho Y H. Using Web Usage Mining and SVD to Improve E-commerce Recommendation Quality[J]. 2003, 2891:86-97.
20. 王媛媛, 李翔. 基于人口统计学的改进聚类模型协同过滤算法[J]. 计算机科学, 2017, 44(03):63-69.
21. Yoshida T, Kitayama D. A feature terms extraction method based on polarity analysis of customer reviews for content-based recommendation[C]// The, International Conference. 2016:7-11.
22. Cao J,Wu ZWang Y, et al. Hybrid collaborative filtering algorithm for bidirectional Web service recommendation[J]. Knowledge and Information Systems,2013,36(3):607-627.
23. YIN H Z，CUI B，SUN Y Z，et al.Lcars: a spatial item recommender system[J].Journal of the ACM Transactions on Information Systems，2014，32 ( 3) : 1-11，37.
24. 张亮，赵娜.改进的协同过滤推荐算法[J].计算机系统应用，2016，25( 7) : 45-52.
25. Polatidis N, Georgiadis C K. A multi-level collaborative filtering method that improves recommendations[M]. Pergamon Press, Inc. 2016.
26. Huang CG, Yin J, Wang J, Liu YB, Wang JH. Uncertain neighbors collaborative filtering recommendation algorithm. Chinese Journal of Computers,2010,8(33):1370-1377(in Chinese with English abstract).
27. Park S T, Chu W.Pairwise preference regression for cold-start recommendation[M].
28. 程飞，贾彩燕.一种基于用户相似性的协同过滤推荐算法[J].计算机工程与科学，2013，35( 5) : 161-165.
29. He X, Zhang H, Kan M Y, et al. Fast Matrix Factorization for Online Recommendation with Implicit Feedback[J]. 2017:549-558.
30. W.-S. Chin, Y. Zhuang, Y.-C. Juan, and C.-J. Lin. A learning-rate schedule for stochastic gradient methods to matrix factorization. In Advances in Knowledge Discovery and Data Mining, pages 442–455. Springer, 2015.
31. Jesús Bobadilla,Fernando Ortega,Antonio Hernando,Jesús Bernal.  [A collaborative filtering approach to mitigate the new user cold start problem](http://www.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?filename=SJES13011501719153&dbcode=SSJD&v=Mjc0MTdvOUVZK29HRFhrNm9HY1U2VDU4UUh1VXJtUXpDOGZpVEw3d1plWnVFU25zVTdqSUlWd1JhQnM9TmlmT2ZiSzdIdEROcQ==)[J]. Knowledge-Based Systems . 2011.
32. 丁少衡，姬东鸿，王路路.基于用户属性和评分的协同过滤推荐算法[J].计算机工程与设计，2015(2):487-491.
33. 李改. 一种解决协同过滤系统冷启动问题的新算法[J]. 山东大学学报(工学版),2012.
34. Zheng N, Li QD. A recommender system based on tag and time information for social tagging systems. Expert Systems with Applications, 2011,38(4):457-485.
35. 刘建国，周涛.个性化推荐系统的研究进展[J].自然科学进展,2009,19(1);1-15.