

AI商用产品体验报告

一. 基本信息

- 体验平台：
- 体验时间：
- 体验身份： 学生群体

拆分需求	(1) 目标用户画像和实际用户画像 (2) 功能的实际使用场景，流程和优化 (3) 数据报表，下一步的运营策略
个人体验习惯	* 优先评估技术实现难度 * 优先以技术角度思考用户体验的原因 * 优先寻找具有替代性的同类Git hub开源项目
体验频率	
体验行为	
体验中的评估和反馈	
可能的认知偏见	

- 体验的产品

名称	版本

二. 按技术分类

2.1 NLP

2020.04.01–BERT在美团搜索业务中的应用

主讲人： NLP部算法专家–王金刚

- 业务场景

类别	算法细分	应用场景	tricks
单句分类	情感分析	垃圾评论识别和过滤 细粒度情感分析（比如每句话点评中的精选评论，点击评论标签完成评论召回）	用联合训练（考虑aspect之间的关系，中间加attention学权重）减轻不同aspect分布不均匀
	query意图识别	准确的query流量划分	
	推荐理由场景划分	和query、用户相关的个性化推荐理由的推送或召回理由	
句间关系	query改写语义一致性检测	对同意义，一词多义的query改写后是否和原意义一致（+人工审核）	
	query成分分析（NER序列标注）	对用户的随意搜索（关键词堆砌）做核心成分分析，做个二召	直接softmax看似整体准确率高，但是容易出现标签跳变，整个识别不完整，可用CRF规避

PS:

（1）完成分类后，还需要由业务方设计展示策略，从而完成类似“低星好评，高星差评”的问题的解决

（2）BERT使用性价比综合考虑显卡资源和FineTune后作为Baseline可以节省足够时间

- 遇到的业务难题-搭建平台解决
 - 业务方提供数据-train模型-交付，业务周期长人手少
 - 希望寻找模型效果好的原因
- 其他材料

PPT：E:\PM之路\日常积累\讲座资料\2020.04.01-BERT在美团搜索业务中的应用.pdf

录音：E:\PM之路\日常积累\讲座资料\2020.04.01-BERT在美团搜索业务中的应用.wav

视频回放：<https://www.bilibili.com/video/BV1vC4y147px?from=search&seid=1973887103969807897>

三. 按收集形式分

四. 按公司分类

五.