**现有问题：**

1. 没有明确 消费者的购物目的/浏览目的。 以电子商务为例，男性是目的性消费，女性往往是浏览性消费。 所以推荐算法应该存在很大的差异。 从内容推荐而言，由于对于 用户目的衡量的确实，导致了用户粘性的大幅度下滑。
2. 没有 对消费者的购物需求予以衡量。已经满足的购物需求，实际上还在被持续性的推荐。 这实际上是一个很低效的内容。 以内容、新闻推广而言，多样性、新颖度、惊喜感统统没有得到满足，对于内容的记忆也没有得到满足。

**解决方法：**

1. 通过调查完成对于用户的分类和描述。
2. 从系统平衡性的角度 （多个推荐算法的指标），完成对于用户的分类，及其推荐算法和用户分类之间的匹配。

**其他贡献：**

1. 提出了一种新的，针对“目的性行为”的效率衡量指标。
2. 提出了一种多 分类器融合的，新推荐系统解决方案。

**实验设计：**

待定。