

个性化阅读升级

cqy

November 23, 2017

1 背景

1.1 升级目标

使内容分发系统成为满足用户不同阅读需求的全面个性化系统

1.2 现状

1. 文章来源以知名权威站点为主
2. 分发系统本身没有考虑多元化需求
3. 没有根据兴趣来进行排版，不能体现内容聚合的优势
4. 兴趣tag不准，很多tag不是用户兴趣点，没有结构化
5. 用户理解比较单薄，没有对用户的需求进行挖掘、推断
6. 模型在时效性、实时特征、探索算法方面没有开展工作

2 需求分析

2.1 六个基本层次

1. 生理刺激
2. 娱乐休闲
3. 信息获取
4. 知识获取
5. 审美情趣
6. 思想进步

以上是阅读产品主要满足的六大基本需求层次，由低到高反映了人们不同的文化程度、修养状态和价值

2.2 需求和语义的关系

目前的标签体系主要是以语义来建立的，是两个不同的维度。部分语义标签就是需求，但是不能完全涵

2.3 需求和兴趣的关系

在内容聚合平台中，需求就是兴趣。

2.4 细分的需求

太多太复杂，不可穷举，只能按受众价值和产品定位的优先级去做。

2.5 分析结论

2.5.1 内容聚合能满足的需求

生理型需求、娱乐休闲型需求（网络热点、花边报道、软新闻）、信息获取型需求（软、硬新闻、本地

2.5.2 内容聚合不能满足的需求

深度知识需求（教育、科研）、审美情趣需求、思想进步需求（通过深度阅读+冥想）

2.5.3 总结

大部分用户不在乎是人工推荐还是机器推荐，也不知道自己想看什么内容。但用户知道自己不喜欢看什么。所有用户都有多层次的阅读需求，内容平台要特别注意考虑满足同一用户高层次和低层次的阅读需求。

$$\text{频道} \subseteq \text{需求} = \text{兴趣标签} \neq \text{语义标签} \quad (1)$$

3 体验分析

3.1 中断

3.2 负反馈

3.3 心理体验

3.3.1 兴趣转移

3.3.2 兴趣厌烦

4 项目分解

4.1 信息抽取

4.2 文章流转机制

4.3 兴趣轮换机制

4.4 实时人群推断

4.5 需求预估

4.6 模型

4.7 排序