# Thinking1

根据标签类别，对不同的用户采用不同的策略，精准定位到用户需求上，即千人千面对应不同策略。

# Thinking2

1. 根据用户数据直接的到。例如用户的年龄、性别、常住地等。
2. 根据用户数据通过算法或规则挖掘间接得到。例如用户最近频繁购买尿布则推测其为新手爸妈，或者通过标签聚类将疾病类标签归类到对应科室标签下。

# Thinking3

准确率=(TP+TN)/(TP+TN+FP+FN)，是指被正确预测的样本在所有样本中所占的百分比。

精确率=TP/(TP+FP)，是指被正确预测的正样本在所有正样本中所占的百分比。

# Thinking4

1. 统计已经给该餐厅打过标签的用户给出的标签，用最热门的TOPN标签作为推荐标签；
2. 计算该餐厅的特征，通过特征找出与该餐厅最相似的餐厅，拷贝相似餐厅的标签作为推荐标签。

# Thinking5

10种方法的不同点：

1. 朴素贝叶斯是生成式模型，逻辑回归是判别式模型；
2. 线性回归用于回归，逻辑回归用于分类；
3. KNN是聚类算法，既可分类又可回归；
4. 决策树可解释性强，快速；
5. SVM高准确率，可解决高维问题，但是运行和调参很麻烦

其他可用方法：

CNN，