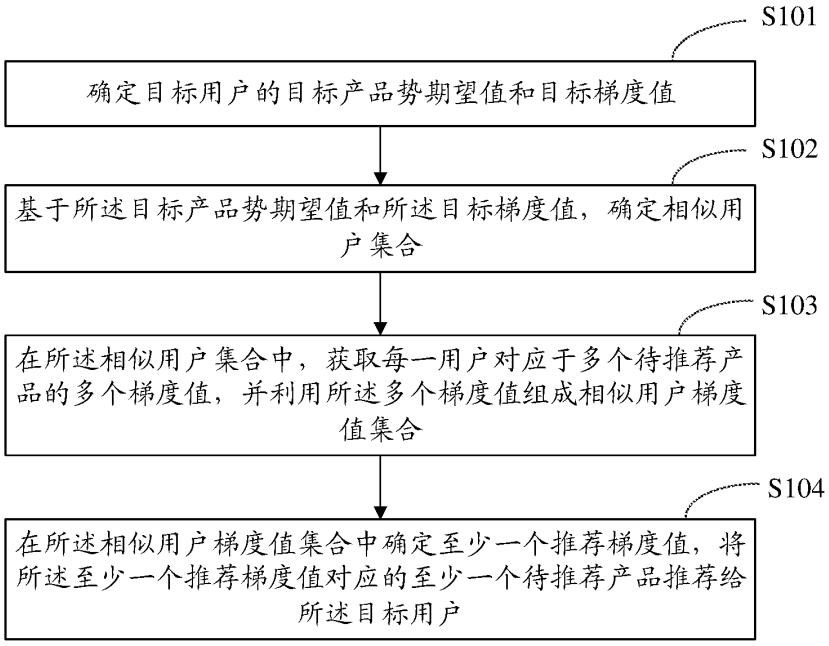

S101
确定目标用户的目标产品势期望值和目标梯度值
S102
基于所述目标产品势期望值和所述目标梯度值，确定相似用户集合
S103
在所述相似用户集合中，获取每一用户对应于多个待推荐产品的多个梯度值，并利用所述多个梯度值组成相似用户梯度值集合
S104
在所述相似用户梯度值集合中确定至少一个推荐梯度值，将所述至少一个推荐梯度值对应的至少一个待推荐产品推荐给所述目标用户

图 1

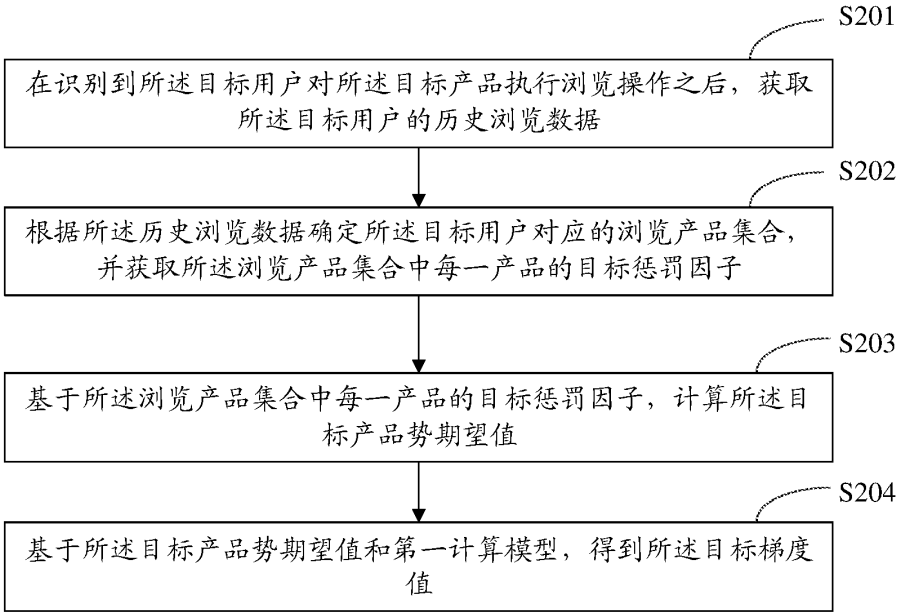

S201
在识别到所述目标用户对所述目标产品执行浏览操作之后，获取所述目标用户的历史浏览数据
S202
根据所述历史浏览数据确定所述目标用户对应的浏览产品集合，并获取所述浏览产品集合中每一产品的目标惩罚因子
S203
基于所述浏览产品集合中每一产品的目标惩罚因子，计算所述目标产品势期望值
S204
基于所述目标产品势期望值和第一计算模型，得到所述目标梯度值

图 2

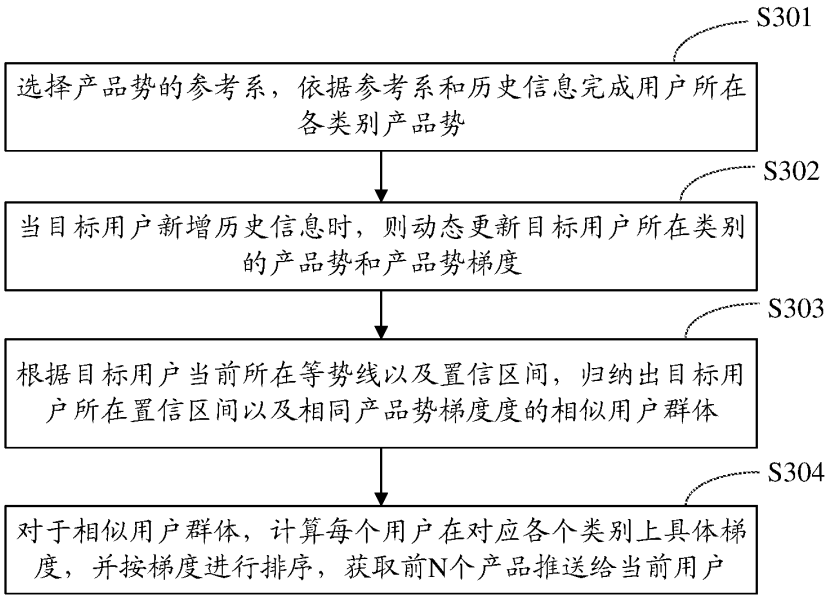

S301
选择产品势的参考系，依据参考系和历史信息完成用户所在各类别产品势
S302
当目标用户新增历史信息时，则动态更新目标用户所在类别的产品势和产品势梯度
S303
根据目标用户当前所在等势线以及置信区间，归纳出目标用户所在置信区间以及相同产品势梯度度的相似用户群体
S304
对于相似用户群体，计算每个用户在对应各个类别上具体梯度，并按梯度进行排序，获取前N个产品推送给当前用户

图 3

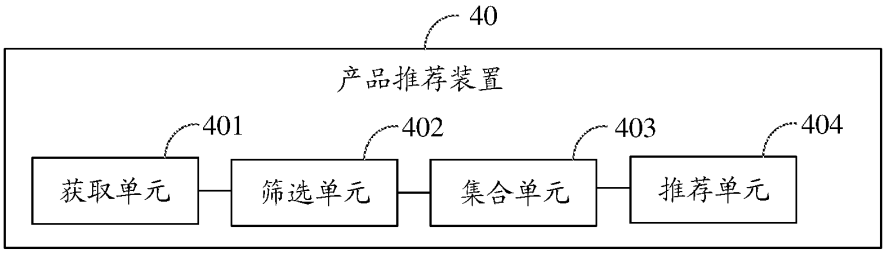

40
产品推荐装置
401
402
403
404
获取单元
筛选单元
集合单元
推荐单元

图 4

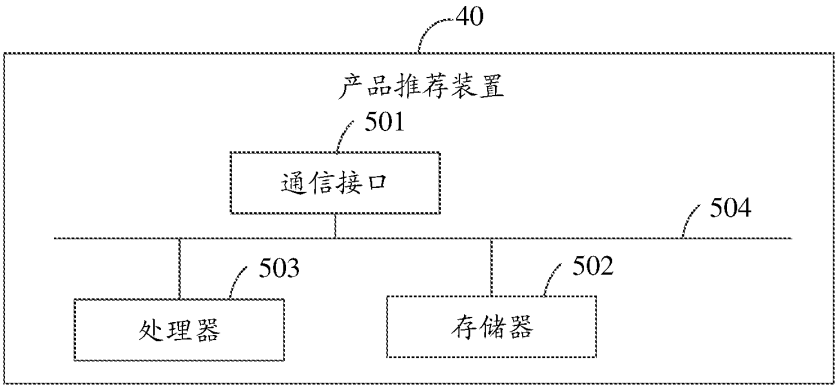

40
产品推荐装置
501
通信接口
504
503
502
处理器
存储器

图 5

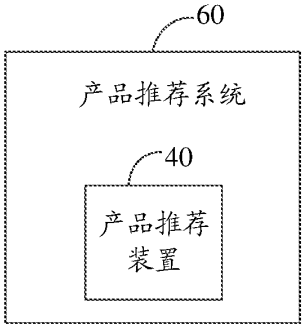


图 6