

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第6753578号  
(P6753578)

(45) 発行日 令和2年9月9日(2020.9.9)

(24) 登録日 令和2年8月24日(2020.8.24)

(51) Int.Cl. F I  
**G06Q 30/06 (2012.01)** G06Q 30/06 308  
 G06Q 30/06 330

請求項の数 18 (全 25 頁)

<p>(21) 出願番号 特願2018-509903 (P2018-509903)                  (86) (22) 出願日 平成28年8月11日 (2016.8.11)                  (65) 公表番号 特表2019-508756 (P2019-508756A)                  (43) 公表日 平成31年3月28日 (2019.3.28)                  (86) 国際出願番号 PCT/CN2016/094661                  (87) 国際公開番号 W02017/028735                  (87) 国際公開日 平成29年2月23日 (2017.2.23)                  審査請求日 令和1年7月11日 (2019.7.11)                  (31) 優先権主張番号 201510515860.3                  (32) 優先日 平成27年8月20日 (2015.8.20)                  (33) 優先権主張国・地域又は機関 中国 (CN)</p>	<p>(73) 特許権者 510330264                  アリババ・グループ・ホールディング・リミテッド                  ALIBABA GROUP HOLDING LIMITED                  英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、フォース・フロア、ピー・オー、ボックス 847                  (74) 代理人 110000877                  龍華国際特許業務法人</p>
---	---

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 電子配信プラットフォーム上で提示対象を選択および推奨するための方法および装置

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

サブサーバにおいて、第1のユーザ端末からのサービス参加要求メッセージを受信する段階であって、前記サービス参加要求メッセージは、複数の提示対象を表す複数の識別子を含む、段階と、

前記サブサーバが、第1のユーザの識別子と提示対象の識別子との間の対応関係に従って、前記複数の提示対象を表す前記複数の識別子に関連付けられた複数の第1のユーザの複数の識別子を決定する段階と、

前記サブサーバが、メインサーバから、前記複数の第1のユーザの複数の識別子に関連付けられたそれぞれの過去の行為情報を取得する段階と、

前記サブサーバが、それぞれの前記過去の行為情報に基づいて、前記複数の第1のユーザの複数の識別子のそれぞれが、サービス参加条件を満たすかどうかを決定する段階と、

前記サブサーバが、前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第1のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択する段階と

を備える

方法。

【請求項2】

それぞれの過去の行為情報を取得する前記段階は、店舗登録記録と、店舗ログイン記録と、過去のペナルティスコアと、模倣品を販売した記録と、第2のユーザから詐取した記録と、提示が禁止されている対象を販売した記録と、偽造認証の記録と、賄賂記録とを取

得する段階を含む、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 3】

第 2 のユーザの苦情の記録と、ネットワーク管理者審査の記録とに基づき、前記過去の行為情報を生成する段階をさらに備える請求項 2 に記載の方法。

【請求項 4】

それぞれの前記第 1 のユーザの識別子が、サービス参加条件を満たすか否かを決定する前記段階は、第 1 のユーザの識別子に関連付けられた過去のペナルティスコアが設定値より高い場合、前記第 1 のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定する段階であって、前記過去のペナルティスコアは、ユーザの非倫理的記録の数および重大度に基づいて生成される、段階を含む、請求項 1 から 3 のいずれか 1 つに記載の方法。

10

【請求項 5】

第 1 のユーザの識別子に関連付けられた過去のペナルティスコアが設定値より高い場合、前記第 1 のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定する前記段階は、

前記サブサーバが、第 1 のユーザの過去の行為情報に従って、非倫理的第 1 のユーザを決定する段階と、

前記サブサーバが、前記第 1 のユーザの店舗登録記録および店舗ログイン記録に従って、前記非倫理的第 1 のユーザにおいて前記第 1 のユーザと同じである任意の非倫理的第 1 のユーザが存在するかを決定する段階と、

前記サブサーバが、前記第 1 のユーザが非倫理的第 1 のユーザと同じである場合、前記第 1 のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定する段階とを含む、請求項 4 に記載の方法。

20

【請求項 6】

前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第 1 のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択する前記段階は、

前記サブサーバが、前記提示対象の低品質インデックス値を決定する段階と、

前記サブサーバが、前記提示対象の販売量インデックス値を予測する段階と、

前記サブサーバが、前記低品質インデックス値と、前記予測された販売量インデックス値とに従って、前記提示対象の総合スコアを決定する段階と、

前記サブサーバが、前記提示対象の前記総合スコアが設定された区間範囲内にあるかを決定する段階と、

30

前記提示対象が設定された区間範囲内にある場合、前記サブサーバが、前記提示対象を選択された提示対象として使用する段階と、

前記提示対象が設定された区間範囲内でない場合、前記サブサーバが、前記提示対象をフィルタリングして除外する段階とを含む、請求項 1 から 5 のいずれか一項に記載の方法。

【請求項 7】

前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第 1 のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択する前記段階はさらに、

前記サブサーバが、第 2 のユーザの過去の行為情報に従って、前記第 2 のユーザの購買力レベルおよび前記第 2 のユーザが興味を持つ興味タグを決定する段階と、

40

前記サブサーバが、前記選択された提示対象から、前記第 2 のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、前記第 2 のユーザの前記購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象をさらに選択する段階と、

前記第 2 のユーザが前記サブサーバにアクセスしたとき、前記サブサーバが、前記さらに選択された提示対象を含むウェブページを前記第 2 のユーザに推奨する段階とを含む、請求項 1 から 6 のいずれか一項に記載の方法。

【請求項 8】

前記サブサーバが、第 2 のユーザの前記過去の行為情報に含まれる各提示対象の識別子により示された提示対象に対応するリーフカテゴリを決定することと、

50

前記サブサーバが、前記リーフカテゴリに該当する前記第2のユーザの行為を少なくとも1つの行為クラスタに分類することであって、同じ行為クラスタに属する任意の2つの行為の発生時間の間の差が設定された時間範囲内にある、分類することと、

前記サブサーバが、前記分類された行為クラスタに従って、前記第2のユーザが前記リーフカテゴリに興味を持つかを決定することと、

前記第2のユーザが前記リーフカテゴリに興味を持つことが決定されたとき、前記サブサーバが、前記リーフカテゴリに対応する興味タグを前記第2のユーザが興味を持つ興味タグとして使用することにより、

前記第2のユーザが興味を持つ前記興味タグを決定する段階をさらに備える請求項7に記載の方法。

10

【請求項9】

前記サブサーバが、前記選択された提示対象の数が設定された推奨数未満であるかを決定する段階と、

前記サブサーバが、前記第2のユーザの特徴と、前記選択された提示対象の特徴と、前記選択された提示対象が属する店舗の運営特徴と、前記提示対象が配置されるべきオンラインショッピングプラットフォームのサービス特徴とに従って、前記さらに選択された提示対象ではなく、前記第2のユーザが前記選択された提示対象から提示対象を購入する確率を決定する段階と、

前記サブサーバが、前記第2のユーザが前記提示対象を購入する前記確率の降順で、前記さらに選択された提示対象ではなく、前記選択された提示対象における前記提示対象をソーティングする段階であって、前記第2のユーザの前記特徴は、購買力レベル、性別、閲覧特徴、および購買特徴のうち1または複数を含む、段階とをさらに備える請求項7または8に記載の方法。

20

【請求項10】

プロセッサと、

前記プロセッサによる実行のためのプログラムロジックを有形的に記憶するための記憶媒体とを備える装置であって、

前記記憶されたプログラムロジックは、

第1のユーザ端末からのサービス参加要求メッセージを受信するための、前記プロセッサにより実行されるロジックであって、前記サービス参加要求メッセージは、複数の提示対象を表す複数の識別子を含む、ロジックと、

30

第1のユーザの識別子と提示対象の識別子との間の対応関係に基づいて、前記複数の提示対象を表す前記複数の識別子に関連付けられた複数の第1のユーザの複数の識別子を決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

メインサーバから前記複数の第1のユーザの前記複数の識別子に関連付けられたそれぞれの過去の行為情報を取得するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

それぞれの前記過去の行為情報に基づいて、前記複数の第1のユーザの複数の識別子のそれぞれが、サービス参加条件を満たすか否かを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第1のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択するための、前記プロセッサにより実行されるロジックとを含む

40

装置。

【請求項11】

過去の行為情報を取得するための前記ロジックは、店舗登録記録と、店舗ログイン記録と、過去のペナルティスコアと、模倣品を販売した記録と、第2のユーザから詐取した記録と、提示が禁止されている対象を販売した記録と、偽造認証の記録と、賄賂記録とを取得するための、前記プロセッサにより実行されるロジックを含む、請求項10に記載の装置。

【請求項12】

50

第2のユーザの苦情の記録と、ネットワーク管理者審査の記録とに基づき、前記過去の行為情報を生成するための、前記プロセッサにより実行されるロジックをさらに備える請求項11に記載の装置。

【請求項13】

前記複数の第1のユーザの複数の識別子のそれぞれが、サービス参加条件を満たすか否かを決定するための前記ロジックは、ユーザに関連付けられた過去のペナルティスコアが設定値より高い場合、前記第1のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックであって、前記過去のペナルティスコアは、前記ユーザの非倫理的記録の数および重大度に基づいて生成される、ロジックを含む、請求項10から12のいずれか1項に記載の装置。

10

【請求項14】

ユーザに関連付けられた過去のペナルティスコアが設定値より高い場合、前記第1のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定するための前記ロジックは、

第1のユーザの過去の行為情報に従って、非倫理的第1のユーザを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記第1のユーザの店舗登録記録および店舗ロゲイン記録に従って、前記非倫理的第1のユーザにおいて前記ユーザと同じである任意の非倫理的第1のユーザが存在するかを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記第1のユーザが非倫理的第1のユーザと同じである場合、前記第1のユーザの識別子が前記サービス参加条件を満たさないと決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックとを含む、請求項13に記載の装置。

20

【請求項15】

前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第1のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択するための前記ロジックは、

前記提示対象の低品質インデックス値を決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記提示対象の販売量インデックス値を予測するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記低品質インデックス値と前記予測された販売量インデックス値とに従って、前記提示対象の総合スコアを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

30

前記提示対象の前記総合スコアが設定された区間範囲内にあるかを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記提示対象が設定された区間範囲内である場合、前記提示対象を選択された提示対象として使用するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記提示対象が設定された区間範囲内でない場合、前記提示対象をフィルタリングして除外するための、前記プロセッサにより実行されるロジックとを含む、請求項10から14のいずれか一項に記載の装置。

【請求項16】

前記複数の提示対象から前記サービス参加条件を満たす第1のユーザの識別子に関連付けられた提示対象を選択するための前記ロジックはさらに、

40

第2のユーザの過去の行為情報に従って、前記第2のユーザの購買力レベルおよび前記第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記選択された提示対象から、前記第2のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、前記第2のユーザの前記購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象をさらに選択するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、前記さらに選択された提示対象を含むウェブページを前記第2のユーザに推奨するための、前記プロセッサにより実行されるロジックとを含む、請求項10から15のいずれか一項に記載の装置。

【請求項17】

50

第2のユーザの前記過去の行為情報に含まれる各提示対象の識別子により示された提示対象に対応するリーフカテゴリを決定することと、

前記リーフカテゴリに該当する前記第2のユーザの行為を少なくとも1つの行為クラスタに分類することと、同じ行為クラスタに属する任意の2つの行為の発生時間の間の差が設定された時間範囲内にある、分類することと、

前記分類された行為クラスタに従って、前記第2のユーザが前記リーフカテゴリに興味を持つかを決定することと、

前記第2のユーザが前記リーフカテゴリに興味を持つことが決定されたとき、前記リーフカテゴリに対応する興味タグを前記第2のユーザが興味を持つ興味タグとして使用することにより、

前記第2のユーザが興味を持つ前記興味タグを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックをさらに備える請求項16に記載の装置。

#### 【請求項18】

前記選択された提示対象の数が設定された推奨数未満であるかを決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記第2のユーザの特徴と、前記選択された提示対象の特徴と、前記選択された提示対象が属する店舗の運営特徴と、前記提示対象が配置されるべきオンラインショッピングプラットフォームのサービス特徴とに従って、前記さらに選択された提示対象ではなく、前記第2のユーザが前記選択された提示対象から提示対象を購入する確率を決定するための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、

前記第2のユーザが前記提示対象を購入する前記確率の降順で、前記さらに選択された提示対象ではなく、前記選択された提示対象における前記提示対象をソーティングするための、前記プロセッサにより実行されるロジックと、前記第2のユーザの前記特徴は、購買力レベル、性別、閲覧特徴、および購買特徴のうち1または複数を含む、ロジックとをさらに備える請求項17に記載の装置。

#### 【発明の詳細な説明】

#### 【技術分野】

#### 【0001】

#### [関連出願の相互参照]

本開示は、2015年8月20日に出願された「表示用対象の選択および推奨のための装置」と題する中国特許出願番号第201510515860.3号、および2016年8月11日に出願された「表示対象を選択および推奨するための方法およびデバイス」と題するPCT出願番号第PCT/CN16/94661号に基づく優先権を主張し、両方の出願は、それらの全体が参照により本明細書に組み込まれている。本開示は、データ処理技術の分野に関し、特に、電子配信プラットフォーム上で提示対象を選択および推奨するための方法及び装置に関する。

#### 【背景技術】

#### 【0002】

消費者を引き付け、かつ様々な方法で提示対象を販売促進（例えば、商品またはサービスのデジタル展示）し、提示対象の販売量を向上させるために、電子取引プラットフォーム、特にC2C（Consumer to Consumer）電子取引プラットフォームでは通常、（ビジネスプラットフォームを運営するための）メインサーバ下に、（サブビジネスプラットフォームを運営するための）異なるサブサーバを関連付ける。ここで、各サブサーバは、異なるサービスをホスティングする。

#### 【0003】

例えば、サブサーバA1とサブサーバA2とが、メインサーバA下に関連付けられる。メインサーバAは、提示対象の従来の販売サービスを提供するために用いられ、サブサーバA1は、提示対象の共同購買促進サービスを提供するために用いられ、サブサーバA2は、提示対象の払い戻し促進サービスを提供するために用いられる。

#### 【0004】

10

20

30

40

50

この場合、メインサーバA上の提示対象は、サブサーバA1の共同購買促進サービスに含まれることに適格であり、提示対象が共同購買促進サービスに実際に含まれ得るかを決定する必要がある。提示対象O1が共同購買促進サービスに含まれるよう選択される場合、提示対象O1の第1のユーザ（例えば、提示対象O1を提供する販売ユーザ）が、サブサーバA1上で提示対象O1のための共同購買促進オーファを生成してよい。同様に、メインサーバA上の提示対象は、サブサーバA2の払い戻し促進サービスに含まれることに適格であり、提示対象が払い戻し促進サービスに実際に含まれ得るかを決定する必要がある。提示対象O2が払い戻し促進サービスに参加するよう選択される場合、提示対象O2の第1のユーザが、サブサーバA2上で提示対象O2のための払い戻し促進オーファを生成してよい。

10

**【0005】**

ユーザ（例えば、提示対象を視聴または購買するユーザ）のユーザエクスペリエンスに負の影響を与え得る、またはユーザに被害さえも与え得るサブサーバ上で疑わしい（例えば、偽造および偽物）提示対象の提示を回避するために、サブサーバの管理者は通常、価格および過去の取引情報などの、サービスに参加する提示対象に関連付けられた様々な情報に従って、サービスに含まれ得る提示対象を選択する必要がある。この選択は、あらゆる不審な提示対象を消費者に提示することを回避する。

**【0006】**

現在、先に説明されているような、サービスに含まれるべき提示対象を選択することはほとんど、経験に基づいて人手により実行されている。この決定方法には、主観性、多い仕事量、低効率、および増加した人件費という問題がある。更に、サービスに参加する提示対象の、人手ベースの選択および決定は、より高い誤り率を有し、かつより高い清廉性のリスクを有する傾向にある。

20

**【発明の概要】****【0007】**

本開示の実施形態は、提示対象を選択および推奨するための方法及び装置を提供し、これにより、主観性、低効率という問題を有し、かつ高い誤り率を有するという、サービスに参加する提示対象が人手により決定される現在のシステムにおける問題を解決する。

**【0008】**

提示対象を選択するための方法が開示され、該方法は、サブサーバが、各第1のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセージを受信する段階であって、サービス参加要求メッセージは、提示対象の識別子を含む、段階と、提示対象の識別子とメインサーバから取得された第1のユーザの識別子との間の対応関係に従って、受信されたサービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子に対応する第1のユーザの識別子を決定する段階と、メインサーバから、第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザの過去の行為情報を取得する段階と、第1のユーザの取得された過去の行為情報に従って、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザを決定する段階と、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から提示対象を選択する段階とを備える。

30

**【0009】**

上述の方法を用いて選択された提示対象を推奨するための方法が開示され、各提示対象は、1または複数の消費レベルと1または複数の興味タグとに対応し、該推奨方法は、第2のユーザの過去の行為情報に従って、第2のユーザの購買力レベルおよび第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定する段階と、選択された提示対象から、第2のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、第2のユーザの購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象を更に変更する段階と、第2のユーザがサブサーバにアクセスするとき、更に選択された提示対象を含むウェブページを第2のユーザに推奨する段階とを備える。

40

**【0010】**

提示対象を選択するための装置が開示され、該装置は、各第1のユーザ端末により送信

50

されたサービス参加要求メッセージを受信するよう構成される受信モジュールであって、サービス参加要求メッセージは、提示対象の識別子を含む、受信モジュールと、提示対象の識別子とメインサーバから取得された第1のユーザの識別子との間の対応関係に従って、受信されたサービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子に対応する第1のユーザの識別子を決定するよう構成される第1の決定モジュールと、メインサーバから、第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザの過去の行為情報を取得するよう構成される第2の決定モジュールと、第1のユーザの取得された過去の行為情報に従って、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザを決定するよう構成される第3の決定モジュールと、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から提示対象を選択するよう構成される第1の選択モジュールとを備える。

10

**【0011】**

上述の装置を用いて選択された提示対象を推奨するための装置が開示され、各提示対象は、1または複数の消費レベルと1または複数の興味タグとに対応し、該推奨装置は、第2のユーザの過去の行為情報に従って、第2のユーザの購買力レベルおよび第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定するよう構成される第5の決定モジュールと、選択された提示対象から、第2のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、第2のユーザの購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象を更に選択するよう構成される第2の選択モジュールと、第2のユーザがサブサーバにアクセスするとき、更に選択された提示対象を含むウェブページを第2のユーザに推奨するよう構成される推奨モジュールとを備える。

20

**【0012】**

本願の実施形態に提供されている解決手段において、提示参加条件が第1のユーザに対して予め設定される。第1のユーザの過去の行為情報に従って、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザであるかが決定される。第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす場合、第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から、提示対象のうちいくつかまたは全てが選択される。このことは、メインサーバにおいてサブサーバの提示サービスに含まれ得る提示対象を決定する必要が生じるとき、メインサーバが、メインサーバからサブサーバの提示サービスに含まれ得る提示対象を自動的に、比較的客観的に、かつ正確に選択することを可能にする。更に、第1のユーザの情報を用いて、ソースである第1のユーザにおいてサービスに参加する提示対象がまずフィルタリングされるので、本出願は、疑わしい提示対象が消費者に提示されることを有効に回避し、後の決定されるべき提示対象の数を低減させ、それにより、第2のユーザのショッピングエクスペリエンスを向上させ、提示対象選択の効率を高める。

30

**【図面の簡単な説明】****【0013】**

【図1】本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を選択するための方法のフロー図である。

【図2】本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を推奨するための方法のフロー図である。

40

【図3】本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を選択するための装置のブロック図である。

【図4】本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を推奨するための装置のブロック図である。

**【発明を実施するための形態】****【0014】**

サブサーバのサービスに含まれ得るメインサーバの提示対象をサブサーバが決定するときの主観性、低効率、および高い誤り率という問題を回避するために、本開示の実施形態は、提示対象を選択するための方法を提供する。該方法において、まず、サブサーバが、提示対象の識別子を保持する第1のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセ

50

ージを受信し、提示対象の識別子とメインサーバに記憶されている第1のユーザの識別子との間の対応関係を用いることによって、サービス参加要求が出された提示対象に対応する第1のユーザを決定する。次に、方法は、メインサーバから第1のユーザの過去の行為情報を取得し、取得した過去の行為情報に従って、決定された第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たすかを決定する。最終的に、方法は、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たすと決定されたとき、第1のユーザによりサービス参加要求が出された提示対象から、提示対象のうちいくつかまたは全てを決定された提示対象として選択する。このことは、メインサーバにおいて、サブサーバの提示サービスに含まれ得る提示対象を決定する必要が生じるとき、メインサーバが、メインサーバからサブサーバの提示サービスに含まれ得る提示対象を自動的に、比較的客観的に、かつ正確に選択することを可能にする。更に、開示されている実施形態では、第1のユーザの情報を用いてソースにおいてサービスに参加する提示対象がまずフィルタリングされるので、疑わしい提示対象を消費者に提示することが有効に回避され、後の決定されるべき提示対象の数が低減され、それにより、第2のユーザのショッピングエクスペリエンスが向上し、提示対象選択の効率が高まる。

10

**【0015】**

本願の実施形態において提供されている解決手段を説明するために、以下では、まず、メインサーバに記憶または記録された情報を説明する。

**【0016】**

(1) 各提示対象の特徴および過去の取引行為特徴が含まれる。提示対象の特徴は、価格、在庫、カテゴリ、および性別の好みのうち1または複数と、1または複数の対応するリーフカテゴリと、1または複数の対応する消費レベルとを含んでよい。提示対象の過去の取引行為特徴は、販売量、払い戻し率、低評価率、お気に入りの追加量、検索量、閲覧量、および過去のテキスト評価情報のうち1または複数を含む。店舗運営特徴は、星の等級、配送速度、サービスの品質、および店舗運営時間のうち1または複数を含む。

20

**【0017】**

(2) 各第1のユーザの識別子と、第1のユーザによりメインサーバ上で提示される提示対象の識別子との間の対応関係である。

**【0018】**

(3) 各第1のユーザによりメインサーバ上で提示された提示対象を販売するプロセスにおいて生じた行為情報、および提示対象を販売するための準備において生じた行為情報である。これらの行為情報は、現在の行為情報と対照的に、すでに発生しており、過去の行為情報と称される。第1のユーザの過去の行為情報は、第1のユーザの過去の行為を記録する。

30

**【0019】**

例えば、過去の行為情報は、店舗登録記録(登録時間、登録されたメインカテゴリ、登録された現在の居所、登録された携帯電話番号、登録された電子メールアドレスなど)と、店舗ログイン記録(店舗でのログイン期間、店舗にログインするために用いられるデバイスの識別子、および店舗にログインするために用いられるインターネットプロトコル(IP)アドレスなど)とを含んでよく、情報は、過去のペナルティスコア、模倣品を販売した記録、第2のユーザから詐取した記録、提示が禁止されている対象を販売した記録、偽造認証の記録、および賄賂記録のうち1または複数を含んでもよい。含まれてもよい上述の情報は、第2のユーザの苦情の記録およびネットワーク管理者審査の記録を通じて取得され得る。

40

**【0020】**

ここで、模倣品を販売した記録、ユーザから詐取した記録、提示が禁止されている対象を販売した記録、偽造認証を用いる記録、および賄賂記録は、「非倫理的記録」と称されてよい。過去のペナルティスコアは、これらの非倫理的記録の総体的な重大度および発生数を反映する。非倫理的記録が観察されるたびに、過去のペナルティスコアは、その非倫理的記録に対応するスコアにより増加され得る。一般に、模倣品の販売、詐取、提示禁止

50

対象の販売、偽造認証の使用、および賄賂の記録の数がより多ければ多いほど、より高い過去のペナルティスコアの上昇をもたらす。

【 0 0 2 1 】

( 4 ) 各第 2 のユーザがメインサーバにアクセスする際に生じた行為情報は、第 2 のユーザの過去の行為情報である。この種の情報の例としては、( 購買 / 閲覧 / お気に入りへの追加 / ショッピングカートへの追加などの ) 行為、行為によりターゲットとされる提示対象の識別子、行為の発生時間についての情報、提示対象のテキスト評価情報、提示対象が属する店舗の配送速度と、サービスの品質と、説明の一致度とに対する評価情報、および同様のものが挙げられる。

【 0 0 2 2 】

以下では、添付図面を参照して、開示されている実施形態のいくつかを説明する。ここで説明されている実施形態は、本開示を示して説明するためのものだけであって、実施形態を限定するためのものではないことが理解されるべきである。更に、矛盾が生じなければ、開示されている実施形態および実施形態の特徴は、互いに組み合わせられてよい。

【 0 0 2 3 】

本開示により提供されている方法および装置は、添付図面を参照して具体的な実施形態を用いることによって、以下において詳細に説明される。

【 0 0 2 4 】

図 1 は、本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を選択するための方法のフロー図である。方法は、以下の段階を備える。

【 0 0 2 5 】

段階 1 0 1 : サブサーバが各第 1 のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセージを受信する段階であり、ここで、サービス参加要求メッセージは、提示対象の識別子を含む。

【 0 0 2 6 】

メインサーバに含まれる第 1 のユーザの識別子により示された第 1 のユーザが、メインサーバの第 1 のユーザの提示対象をサブサーバのサービスに含むことを要求する必要があるとき、第 1 のユーザは、サービスに参加する要求が出された提示対象の識別子を含むために第 1 のユーザ端末を用いてよい。第 1 のユーザ端末は次に、サービス参加要求をサブサーバへ送信してよい。

【 0 0 2 7 】

ここで、サービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子により示される提示対象は、サービスに参加する要求が出された提示対象である。サブサーバは、この段階 1 0 1 を通じて、サービスに参加する要求が出された提示対象を識別してよく、その後、サービスに参加する要求が出されたこれらの提示対象が提示に含まれ得るかを決定してよい。

【 0 0 2 8 】

段階 1 0 2 : サブサーバが、提示対象の識別子とメインサーバから取得された第 1 のユーザの識別子との間の対応関係に従って、受信されたサービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子に対応する第 1 のユーザの識別子を決定する段階である。

【 0 0 2 9 】

メインサーバは、各第 1 のユーザの識別子と第 1 のユーザによりメインサーバ上で提示される提示対象の識別子との間の対応関係を記憶する。第 1 のユーザが提示対象を追加するたびに、メインサーバは、新たに追加され提示対象と第 1 のユーザの識別子との間の対応関係を確立してよい。第 1 のユーザが提示対象を削除するたびに、削除された提示対象と第 1 のユーザの識別子との間の対応関係がそれに応じて削除され得る。

【 0 0 3 0 】

第 1 のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセージを受信した後に、サブサーバは、メインサーバから対応関係を取得するように、対応関係要求メッセージをメインサーバへ送信してよい。このように取得された対応関係は最新のものであるので、受信

10

20

30

40

50

されたサービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子に対応する第1のユーザの識別子は、このように取得された対応関係を用いることによって、より正確に決定され得る。

【0031】

第1のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセージを受信する前に、サブサーバは、メインサーバから対応関係を取得するように、対応関係要求メッセージもメインサーバへ送信してよい。

【0032】

段階103：サブサーバが、メインサーバから、第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザの過去の行為情報を取得する段階である。第1のユーザの過去の行為情報はすでに上で説明されており、詳細はここでは再び説明しない。

10

【0033】

段階103において、方法は、第1のユーザの過去の行為情報を取得し、その後の、サービスに参加する要求が出された提示対象に対応する第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たすかを決定するためのベースを提供する。

【0034】

段階104：サブサーバが、第1のユーザの取得された過去の行為情報に従って、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザを決定する段階である。

【0035】

ここで、設定されたサービス参加条件は、第1のユーザをフィルタリングするための条件である。主な目的は、疑わしい提示対象を販売する第1のユーザをフィルタリングするためである。

20

【0036】

ある疑わしい提示対象を販売している第1のユーザが、現在または将来に、相当高い可能性で更に他の疑わしい提示対象を販売することを考慮すると、疑わしい第1のユーザは、段階104でフィルタリングされて除外される。それにより、疑わしい提示対象がソースである第1のユーザにおいて消費者に提供されることを防止する効果が達成される。

【0037】

疑わしい提示対象は、第1のユーザから来る。この疑わしい提示対象が表示され販売された後に、第2のユーザおよび他のユーザは、提示対象および店舗に対してフィードバックを提供するであろう。例えば、否定的な評価が与えられる場合があり、苦情が模倣品を販売して詐取する第1のユーザに対してファイルされる場合があり、提示が禁止されている対象を販売する第1のユーザと、偽造認証を使用する第1のユーザと、賄賂に関わる第1のユーザとに対して報告がファイルされる場合がある。これらのフィードバックおよび報告は、最終的に、第1のユーザの過去の行為を反映し、第1のユーザの過去の行為情報に記録される。

30

【0038】

上述の分析に基づき、疑わしい提示対象がサブサーバにアクセスする第2のユーザに提示されることは、防止され、設定されたサービス参加条件は、疑わしい提示対象を提供する第1のユーザの過去の行為情報に従って決定され得る。当然ながら、設定されたサービス参加条件は、他の要因との組み合わせにおいても決定され得て、ここでは限定されない。以下では、サービス参加条件の2つの実装方式を説明する。

40

【0039】

第1の実装方式において、方法は、第1の設定値未満の過去のペナルティスコアを、設定されたサービス参加条件として用いる。

【0040】

すなわち、第1のユーザの各決定された識別子により示された第1のユーザに関して、第1のユーザの過去のペナルティスコアが第1の設定値未満であるかが決定される。未満である場合、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザであることが決定される。そうでない場合、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たし

50

ていない第1のユーザであることが決定される。

【0041】

過去のペナルティスコアは、第1のユーザの非倫理的記録の数および重大度を反映する。したがって、より高いスコアは、第1のユーザの非倫理的記録のより大きい数および重大度を示す。方法は、第1の設定値より高い過去のペナルティスコアを有する第1のユーザをフィルタリングして除外するであろう。

【0042】

第2の実装方式において、過去のペナルティスコアが、第1の設定値未満であり、かつ、第1のユーザが、決定された非倫理的第1のユーザと同じ第1のユーザではないことは、設定されたサービス参加条件として用いられる。第2の実装方式の段階は、以下の段階を含んでよい。

10

【0043】

段階1：第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザではなく、メインサーバに記憶されている第1のユーザの識別子により示された第1のユーザから第1のユーザの過去の行為情報に従って、非倫理的第1のユーザを決定する段階である。

【0044】

非倫理的第1のユーザは、模倣品を販売する第1のユーザと、第2のユーザから詐取する第1のユーザと、提示が禁止されている対象を販売する第1のユーザと、偽造認証を使用する第1のユーザと、賄賂問題を有する第1のユーザとを含む。

【0045】

20

メインサーバは、全ての第1のユーザの過去の行為情報を記録する。したがって、非倫理的第1のユーザは、メインサーバに記憶されている第1のユーザの識別子により示された第1のユーザであるが第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザではない第1のユーザの過去の行為情報に従って、決定されてよい。

【0046】

段階2：第1のユーザの各決定された識別子により示された第1のユーザを識別し、第1のユーザの過去のペナルティスコアが第1の設定値未満であるかを決定する段階であり、第1の設定値未満である場合、段階3を実行し、そうでない場合、段階5を実行する。

【0047】

ここで、段階2における決定するプロセスは、上述の第1の実装方式のものと同じであり、その詳細は再び説明しない。

30

【0048】

段階3：第1のユーザの店舗登録記録および店舗ログイン記録に従って、決定された非倫理的第1のユーザにおいて、第1のユーザと同じ第1のユーザである任意の非倫理的第1のユーザが存在するかを決定する段階であり、存在する場合、段階4を実行し、存在しない場合、段階5を実行する。

【0049】

先の開示では、店舗登録記録および店舗ログイン記録を説明しており、対応する詳細はしたがって、再び説明しない。

【0050】

40

ネットワークにおいて、1つの第1のユーザは、複数のアカウント（すなわち、第1のユーザの識別子）に登録し、同じ時間において複数の店舗を運営し得る。第1のユーザの識別子は異なるが、識別子は実際に同じ第1のユーザに対応し得る。第1のユーザは、設定値未満である過去のペナルティスコアを有する第1のユーザの1つの店舗A1において問題のない提示対象を提示して販売し得る。しかし、同じ第1のユーザは、店舗A2において疑わしい提示対象を提示して販売し得る。この場合、店舗A1の第1のユーザにより用いられる識別子により示された第1のユーザは、設定されたサービス参加条件を満たすことができる。いったん設定されたサービス参加条件が満たされると、第1のユーザは、疑わしい提示対象でサブサーバのサービスに参加し得る。したがって、ここで、段階3において、決定された非倫理的第1のユーザにおいて、第1のユーザと同じ非倫理的第1の

50

ユーザが存在するかを決定する必要がある。すなわち、第1のユーザが非倫理的第1のユーザにおける同じ非倫理的第1のユーザであるかを決定し、これにより、疑わしい提示対象が第2のユーザに提供されることを、万難を排して回避する。

【0051】

複数の店舗を運営する同じ第1のユーザに対して、異なる店舗が登録される際に記入される登録情報、すなわち、店舗登録記録は、非常に高い可能性で広い範囲まで類似する。店舗がログインする際に用いられるデバイス、店舗にログインする期間、および店舗にログインするために用いられるIPアドレスも、非常に高い可能性で広い範囲まで類似する。したがって、第1のユーザの店舗登録記録および店舗ログイン記録を、非倫理的第1のユーザにおける非倫理的第1のユーザの店舗登録記録および店舗ログイン記録と比較することによって、決定された非倫理的第1のユーザのうち、第1のユーザと同じ非倫理的第1のユーザが存在するかが決定され得る。

10

【0052】

店舗ログイン記録が、店舗でのログイン期間と、店舗にログインするために用いられるデバイスの識別子と、店舗にログインするために用いられるネットワークインターネットプロトコル(IP)アドレスとを含む場合、段階3の実装方式は以下の通りであり得る。決定された非倫理的第1のユーザにおいて、以下の3タイプの非倫理的第1のユーザのうち任意の1または複数が存在するかを決定し、存在する場合、第1のユーザと同じ第1のユーザである非倫理的第1のユーザが存在することを決定し、存在しない場合、第1のユーザと同じ第1のユーザである非倫理的第1のユーザが存在しないことを決定する。第1のタイプの非倫理的第1のユーザは、第1のユーザにより店舗にログインするために用いられるデバイスの識別子と同じ識別子を有するデバイスを用いることによって店舗にログインし、かつ、第2の設定値より長い期間においてデバイスを用いることによって店舗にログインする非倫理的第1のユーザを含んでよい。第2のタイプの非倫理的第1のユーザは、第1のユーザにより店舗にログインするために用いられるIPアドレスと同じIPアドレスを用いることによって店舗にログインし、かつ、第2の設定値より長い期間においてIPアドレスを用いることによって店舗にログインする非倫理的第1のユーザを含んでよい。第3のタイプの非倫理的第1のユーザは、第3の設定値より高い、第1のユーザの店舗登録記録との類似度を有する店舗登録記録を有する非倫理的第1のユーザを含んでよい。

20

30

【0053】

段階4：第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザであることを、決定する段階である。

【0054】

段階5：第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たしていない第1のユーザであることを、決定する段階である。

【0055】

段階105：サブサーバが、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から、提示対象を選択する段階である。

【0056】

40

段階105において、サブサーバは、複数の方法を用いて、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象のうちいくつかから提示対象を選択してよい。例えば、第1の方法はランダムな選択である。第2の方法は提示対象の価格に従う選択である。第3の方法は、サービスに参加する要求が出された提示対象のカテゴリが、サブサーバによりホスティングされる、提供されるサービスの現在のカテゴリと一致するかに従う選択であり、ここで、カテゴリが一致する場合、サービスに参加する要求が出された提示対象は選択され、カテゴリが一致しない場合、サービスに参加する要求が出された提示対象は選択されない。

【0057】

段階105において選択された提示対象は、提示対象のうち全てであってよく、または

50

提示対象のうちいくつかであってよい。

【 0 0 5 8 】

この段階 1 0 5 の実装方式は、以下において与えられる。提示対象は、下記の方式において、設定されたサービス参加条件を満たす第 1 のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から、選択されてよい。

【 0 0 5 9 】

設定されたサービス参加条件を満たす第 1 のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象ごとに、以下の段階 a 1 ~ f 1 が実行される。段階 a 1 : 提示対象の低品質インデックス値を決定する段階である。

【 0 0 6 0 】

いくつかの提示対象は、偽物の提示対象ではないが、それらの品質においていくつかの問題が存在する場合がある。そのような提示対象を第 2 のユーザに提供することを回避するために、提示対象が低品質を有する提示対象であることを反映する情報を定量化する必要があり、これにより、提示対象の低品質インデックス値を決定する。

【 0 0 6 1 】

低品質インデックス値を決定するレベルは、提示対象の低品質の重大度を反映する。より高い低品質インデックス値は、提示対象の低品質のより高い重大度を示す。

【 0 0 6 2 】

具体的には、提示対象の低品質インデックス値は、詳細な第 1 のユーザ評価 D S R ( 詳細な第 1 のユーザ評価スコア )、価格情報、過去のテキスト評価情報、および払い戻し率情報という、提示対象が属する店舗の情報のうち 1 または複数に従って、提示対象の低品質インデックス値を決定することによって決定され得る。

【 0 0 6 3 】

D S R は、商品と説明の一致性、第 1 のユーザのサービス品質、およびパッケージ配送速度という 3 つのディメンションを含む。D S R スコアは、提示対象の品質および詳細を直接示している。したがって、D S R は、提示対象の低品質インデックス値を決定するために用いられ得る。

【 0 0 6 4 】

提示対象の価格が、同じスタイルおよび同じ材料を有する提示対象の平均価格からはるかに逸脱する場合、提示対象が低品質を有する提示対象であり得ることを示す。逸脱度は、提示対象の低品質インデックス値を決定するために用いられ得る。

【 0 0 6 5 】

過去のテキスト評価情報は通常、提示対象の品質を反映する、「良好」、「好き」、および「悪い」などの単語を含む。したがって、D S R に類似し、過去のテキスト評価情報は、提示対象の低品質インデックス値を決定するためにも用いられ得る。

【 0 0 6 6 】

提示対象の払い戻し率が高い場合、ほとんどの第 2 のユーザが、提示対象を購入し後に提示対象に対して満足していない場合があることを示す。この場合、提示対象は、低品質を有する提示対象であってよく、払い戻し率は、提示対象の低品質インデックス値を決定するために用いられてよい。

【 0 0 6 7 】

より具体的には、段階 a 1 における低品質インデックス値は、既存の段階的な回帰モデルを用いて、D S R スコア、価格情報、過去のテキスト評価情報、および提示対象が属する店舗の払い戻し率を含むことによって、決定されてよい。段階 b 1 : 提示対象の販売量インデックス値を予測する段階である。

【 0 0 6 8 】

提示対象は、以前にメインサーバ上で定常的に販売された。提示対象の販売量インデックス値は、定常の販売での過去の販売量を用いることによって、および ( 販売促進努力値および季節性要因などの ) 他の要因との組み合わせによって、予測されてよい。

【 0 0 6 9 】

10

20

30

40

50

具体的には、提示対象の販売量インデックス値は、提示対象の特徴、過去の取引行為特徴、提示対象が属する店舗運営特徴、および提示対象が提示されるべきオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴のうち1または複数に従って提示対象の販売量インデックス値を予測する技術を用いることによって、予測されてよい。段階b1において用いられる提示対象の特徴は、価格、在庫、カテゴリ、性別の好み、および消費レベルのうち1または複数を含む。

【0070】

段階b1において用いられる過去の取引行為特徴は、販売量、払い戻し率、良好評価率、販売量、払い戻し率、低評価率、お気に入りの追加量、検索量、および閲覧量のうち1または複数を含む。

10

【0071】

段階b1において用いられる店舗運営特徴は、星の等級、配送速度、サービスの品質、および店舗運営時間のうち1または複数を含む。

【0072】

段階b1において用いられるオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴は、メインカテゴリおよび販売促進努力値のうち1または複数を含む。

【0073】

具体的には、提示対象の特徴、過去の取引行為特徴、提示対象が属する店舗運営特徴、および提示対象が提示されるべきオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴のうち1または複数に関するデータは、最初に処理されてよく、次に、提示対象の販売量は、既存の反復決定木である勾配ブースティング回帰木(「GBRT」)予測アルゴリズムを用いることによって予測されてよい。

20

【0074】

段階c1：決定された低品質インデックス値と予測された販売量インデックス値とに従って、提示対象の総合スコアを決定する段階である。

【0075】

決定されたインデックス値は、提示対象の低品質を反映することができるので、予測された販売量は、第2のユーザの提示対象に対する需要を反映する。開示されている実施形態において、サブサーバにより提示対象を選択する目的は、比較的高品質を有し、かつ、第2のユーザにより強く需要されるそれらの提示対象を選択するためである。したがって、決定された低品質インデックス値と予測された販売量インデックス値とに従って、提示対象の総合スコアを決定する必要がある、総合スコアは、提示対象の品質のレベルおよび提示対象に対する需要を反映することができる。

30

【0076】

正規化された低品質インデックス値がpであり、正規化された販売量インデックス値がqであることを仮定すると、段階c1において、提示対象の総合スコアSは、以下の数式(1)を用いることによって取得され得る。

【数1】

$$S = \sqrt{(1-p)^2 + q^2} \quad (1)$$

40

【0077】

当然ながら、提示対象の総合スコアを決定するために他の数式を用いることが限定されない。例えば、提示対象の総合スコアSは、数式(2)を用いることによって取得される。

【数2】

$$S = P1 \times \frac{x}{m} + P2 \times \frac{N}{y} \quad (2)$$

【0078】

50

Mは、低品質インデックス値を示し、P 1およびP 2は、重みづけ要因を示し、ここで、 $P 1 + P 2 = 1$ である。Nは、販売量インデックス値を示し、XおよびYは、固定値である。

【0079】

段階d 1：提示対象の総合スコアが設定された区間範囲内にあるかを決定する段階であり、範囲内にある場合、段階e 1を実行し、範囲内でない場合、段階f 1を実行する。設定された区間範囲は、経験値に従って決定され得る。段階e 1：提示対象を選択された提示対象として用いる段階である。

【0080】

この場合、段階e 1において選択された提示対象は通常、より低い低品質インデックス値とより高い予測された販売量とを有する提示対象であり、これらの提示対象は、選択され、その後、サブサーバのサービスに含まれることができる。段階f 1：提示対象をフィルタリングして除外する段階である。

10

【0081】

この場合、段階f 1において選択される提示対象は通常、より低い予測された販売量およびより高い低品質インデックス値の両方を有する提示対象であり、これらの提示対象は、フィルタリングされ除外され、その後、サブサーバのサービスに含まれることができない。

【0082】

上述の段階a 1～段階f 1の選択プロセスの後に、より高い低品質インデックス値を有する提示対象と、より低い予測された販売量を有する提示対象とがフィルタリングされ除外され、その後の第2のユーザに提供される提示対象は、より低い低品質インデックス値とより高い予測された販売量とを有する提示対象であり、高品質の提示対象とみなされてよい。第2のユーザについて、購買する提示対象を選択する第2のユーザにより使われた時間が低減し、したがって、購買エクスペリエンスが向上する。サブサーバについて、より低い予測された販売量を有する提示対象と低品質の提示対象とを記憶するスペースが確保され、第2のユーザがより高い低品質インデックス値とより低い予測された販売量を有する提示対象を閲覧すること（そのような閲覧は、大いに販売量をもたらさない）に起因する第2のユーザにもたらすプレッシャが低減する。更に、サブサーバは、その後、より低い低品質インデックス値とより高い予測された販売量とを有する提示対象を第2のユーザに提供するので、これらの提示対象は、第2のユーザにより購買される可能性がより高く、それにより、提示対象の購買変換率が増加する。

20

30

【0083】

サブサーバが提示対象を選択した後、選択された提示対象は、サブサーバにアクセスする第2のユーザに推奨されてよい。以下では、図2において説明されている実施形態における解決手段を用いて提示対象を推奨するための方法を説明する。

【0084】

図2は、本開示のいくつかの実施形態に係る提示対象を推奨するための方法のフロー図である。図2に示されている実施形態は、提示対象を推奨するための方法を提供する。ここで、提示対象は、図1において説明されている実施形態における提示対象を選択するための方法を用いることによって選択された提示対象であってよい。図2に示されている方法は、以下の段階を備える。

40

【0085】

段階201：第2のユーザの過去の行為情報に従って、第2のユーザの購買力レベルおよび第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定する段階である。

【0086】

ここで、各提示対象は、1または複数の消費レベルおよび1または複数の興味タグに対応する。

【0087】

各提示対象は、具体的な価格情報に対応する。価格は、提示対象の価格情報と、同じ力

50

テゴリにおける提示対象（すなわち、同じカテゴリに該当する提示対象）の価格情報とに従って、少なくとも2つの価格範囲に分類される。価格範囲と消費レベルとの間の対応関係が確立され、次に、提示対象の価格が含まれる価格範囲が決定され、最終的に提示対象に対応する消費レベルが、価格範囲と消費レベルとの間の対応関係から取得され得る。

【0088】

興味タグは、提示対象の存在が理想の状況、または、提示対象が用いられた後の購買者の報告された好みを指してよい。例えば、旅行およびアウトドアスポーツに適したアウトドアジャケットの提示対象について、対応する興味タグは、旅行およびアウトドアスポーツであってよい。使用後の購買者の報告された好みが、ショッピング好き、優雅、シャネル風、またはしとやかである格子縞のバッグの提示対象について、対応する興味タグは、10優雅、シャネル風、しとやか、およびショッピング好きであってよい。

【0089】

具体的には、第2のユーザの購買力レベルは、第2のユーザにより購買された各提示対象の価格が属する価格範囲に対応する消費レベルに従って、第1のユーザの購買力レベルを決定する手段を通じて決定されてよく、ここで、価格範囲は、提示対象が属するカテゴリの価格範囲であり、各カテゴリは、複数の価格範囲に対応する。

【0090】

例えば、第1のユーザ1により購買された、各第2のユーザのブランドAの婦人用ショルダーバッグの価格が300元である場合、300は、250以上、かつ400以下の格子縞のバッグのカテゴリ内の価格範囲内に含まれる。280以上、かつ500以下の価格範囲が、消費レベル2に対応し、そして、第1のユーザの購買力レベルがレベル2である。20

【0091】

ここで、簡潔性のために、第2のユーザにより購買された1つの提示対象のみの価格が、例において説明のために用いられる。当然ながら、第2のユーザの購買力レベルは、第2のユーザにより購買された複数の提示対象の価格に従って、決定されてよい。この場合、第2のユーザの取得された購買力レベルはより正確となるであろう。

【0092】

第2のユーザの過去の行為情報は、行為と、行為の発生時間と、行為によりターゲットとされるサービス対象の識別子とを含んでよく、行為は、購買と、閲覧と、ショッピングカートへの追加と、お気に入りへの追加とを含む。30

【0093】

具体的には、第2のユーザが興味を持つ興味タグは、以下の段階a2～段階d2を通じて決定されてよい。

【0094】

段階a2：第2のユーザの過去の行為情報に含まれる各提示対象の識別子により示された提示対象に対応するリーフカテゴリを決定する段階である。リーフカテゴリは、その下にサブカテゴリがもう存在しないカテゴリである。

【0095】

例えば、第2のユーザ1の過去の行為情報は、以下の表(1)に示されている。識別子0112890により示された提示対象がブランドAの婦人用格子縞のショルダーバッグであり、識別子0112899により示された提示対象がブランドBの婦人用格子縞のハンドヘルドバッグである。ブランドAの婦人用ショルダーバッグとブランドBの婦人用格子縞のハンドヘルドバッグとに対応するリーフカテゴリは、格子縞のバッグであることが決定される。40

【表 1】

第2のユーザ1 の行為	閲覧	お気に入り追加	閲覧	購入	閲覧	お気に入り追加
行為が観察され た時間	2015年 7月5日 12時00分	2015年 7月5日 12時02分	2015年 7月7日 19時07分	2015年 7月7日 19時10分	2015年 7月7日 19時15分	2015年 7月7日 19時18分
行為により目標 とされる提示対 象の識別子	0112890	0112890	0112890	0112890	0112899	0112899

表(1)

## 【0096】

表(1)において、第2列を例として用いると、第2のユーザ1が2015年7月5日12時00分に0112890と識別された提示対象を閲覧したことが示される。決定されたリーフカテゴリごとに、以下の動作が実行される。

## 【0097】

段階b2：リーフカテゴリに該当する第2のユーザの行為を少なくとも1つの行為クラスタに分類する段階であり、ここで、同じ行為クラスタに属する任意の2つの行為の発生時間の間の差が設定された時間範囲内にある。

## 【0098】

興味のある提示対象を検索するとき、第2のユーザは通常、ただずっと単一の提示対象のみを見て、検索して、お気に入りに追加して、間断なくショッピングカートに追加することはしないということを考慮すると、これは、単一の提示対象を用いて行為クラスタを計算する場合、行為が過度に散乱されることをもたらす。第2のユーザが、大きいクラスタを形成するために十分な単一の商品に対する継続的で一致している行為を有することの可能性が低い。したがって、リーフカテゴリに該当する行為クラスタは、単一の提示対象の行為クラスタを用いることの代わりに、この実施形態において行為クラスタとして用いられる。

## 【0099】

また段階a2の例を用いると、設定された時間範囲が2時間であると仮定した場合、格子縞のバッグのカテゴリに該当する第2のユーザ1の行為は、行為クラスタ1および行為クラスタ2という2つの行為クラスタに分類されてよい。行為クラスタ1は、閲覧およびお気に入りへの追加という2つの行為を含み、行為クラスタ2は、閲覧、購入、ショッピングカートへの追加、およびお気に入りへの追加という合計4つの行為を含む。

## 【0100】

段階c2：分類された行為クラスタに従って、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持つかを決定する段階である。

## 【0101】

具体的には、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持つかは、以下の2つの方式で、分類された行為クラスタに従って、決定されてよい。

## 【0102】

方式1：行為ごとに対応してスコアを事前に設定し、次に、各行為クラスタに含まれる行為に対応する設定されたスコアをまとめて、行為クラスタごとにスコアを取得し、次に、カテゴリに該当する行為クラスタにおける第2のユーザの最大スコア値を設定された第1の興味閾値と比較し、最大値が第1の興味閾値より大きい場合、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持っていることを決定し、そうでなければ、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持っていないことを決定する。

10

20

30

40

50

## 【 0 1 0 3 】

また段階 b 2 の例を用いると、お気に入りへの追加に対応する設定されたスコアが 3 点であり、閲覧に対応する設定されたスコアが 2 点であり、購買に対応する設定されたスコアが 6 点であると仮定する。方式 1 において、行為クラスタ 1 の取得されたスコアが 5 点であり、行為クラスタ 2 に対応するスコアが 1 3 点である。格子縞のバッグのリーフカテゴリに該当する第 2 のユーザ 1 の行為クラスタの最高スコアが、1 3 点である。設定された第 1 の興味閾値が 6 であることを仮定すると、最高スコア 1 3 点が 6 点より高いので、第 2 のユーザ 1 が格子縞のバッグのリーフカテゴリに興味を持っていると決定される。

## 【 0 1 0 4 】

方式 2 : 行為クラスタに含まれる行為の数をカウントし、含まれる行為の数の最大値を決定し、最大値が設定された第 2 の興味閾値より大きい場合、最大値が第 2 の興味閾値より大きいことを決定し、第 2 のユーザがリーフカテゴリに興味を持っていると決定する。そうでなければ、第 2 のユーザがリーフカテゴリに興味を持っていないと決定する。

10

## 【 0 1 0 5 】

また段階 b 2 の例を用いると、格子縞のバッグのリーフカテゴリに該当する行為クラスタ 1 に含まれる第 2 のユーザ 1 の行為の数が 2 であり、格子縞のバッグのリーフカテゴリに該当する行為クラスタ 2 に含まれる行為の数が 4 である。第 2 の興味閾値が 3 である場合、第 2 のユーザ 1 が格子縞のバッグのリーフカテゴリに興味を持つことが決定される。

## 【 0 1 0 6 】

段階 d 2 : 第 2 のユーザがリーフカテゴリに興味を持つことが決定されたとき、リーフカテゴリに対応する興味タグを第 2 のユーザが興味を持つ興味タグとして用いる段階である。

20

## 【 0 1 0 7 】

また段階 c 2 の例を用いると、段階 d 2 において、第 2 のユーザ 1 が格子縞のバッグのリーフカテゴリに興味を持っていると決定され、格子縞のバッグに対応する興味タグ、すなわち、優雅、シャネル風、しとやか、およびショッピング好きが、第 2 のユーザ 1 が興味を持つ興味タグであると決定される。

## 【 0 1 0 8 】

段階 2 0 2 : 選択された提示対象から、第 2 のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、第 2 のユーザの購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象を更に選択する段階である。

30

## 【 0 1 0 9 】

第 2 のユーザの購買力レベルが第 2 のユーザが興味を持つ提示対象の消費レベルに一致するとき、第 2 のユーザが興味のある提示対象を購買する可能性がより高い。ここで、一致することは、第 2 のユーザの購買力レベルと、第 2 のユーザが興味を持つ提示対象の消費レベルと同じであることであってよく、または、設定された数のレベル内に含まれる、両者の間の差の絶対値であってよい。

## 【 0 1 1 0 】

段階 2 0 2 において、更に選択する間に、第 2 のユーザの消費レベルおよび第 2 のユーザが興味を持つ興味タグを考慮することに加えて、提示対象が性別傾向を有するとき、第 2 のユーザの性別も考慮されてよい。すなわち、対応する興味タグが第 2 のユーザの興味を持つ興味タグを含む提示対象と、第 2 のユーザの購買力レベルに一致する対応する消費レベルと、第 2 のユーザの性別に一致する対応する性別とが、更に選択される。

40

## 【 0 1 1 1 】

段階 2 0 3 : 第 2 のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページを第 2 のユーザに推奨する段階である。

## 【 0 1 1 2 】

推奨する間に、パーソナライズされた提示ウェブページが、第 2 のユーザに対して設定されてよく、更に決定された提示対象または提示対象が属するカテゴリは、第 2 のユーザがウェブページにアクセスしたとき、訪問したホームページに提示されてよい。あるいは

50

、更に決定された提示対象は、各ウェブページの提示対象推奨エリアにおいて表示されてよい。

【0113】

更に選択された提示対象の数が、設定された推奨数より多い場合があること、または設定された推奨数未満である場合があることを考慮すると、第2のユーザに設定された推奨数の提示対象を推奨するべく、好ましくは、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページを第2のユーザに推奨する前に、方法は、更に選択された提示対象の数が設定された推奨数未満であることを決定する段階であって、決定結果が設定された推奨数未満であることを示す場合、第2のユーザの特徴と、選択された提示対象の特徴と、選択された提示対象が属する店舗運営特徴と、提示対象が配置されるオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴とに従って、更に選択された提示対象ではなく、選択された表示対象から第2のユーザが提示対象を購入する確率を決定する、段階と、第2のユーザが提示対象を購入する確率の降順で、更に選択された提示対象ではなく、選択された表示対象における提示対象をソーティングする段階であって、第2のユーザの特徴は、購買力レベル、性別、閲覧特徴、および購買特徴のうち1または複数を含む、段階とを更に備える。

10

【0114】

具体的には、更に選択された提示対象ではなく、選択された表示対象から第2のユーザが提示対象を購入する確率は、GBRTアルゴリズムを用いることによって、第2のユーザの特徴と、選択された提示対象の特徴と、選択された提示対象が属する店舗運営特徴と、提示対象が配置されるオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴とに従って、決定されてよい。

20

【0115】

この場合、段階203は具体的に、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページと、最初のM個のソーティングされた提示対象を第1のユーザに推奨する段階を含み、Mは、設定された推奨数と更に選択された提示対象の数との間の差である。

【0116】

決定結果がそうでない場合、更に選択された提示対象ごとに、提示対象に対応する興味タグのスコアが決定され、スコアの最大値は、第2のユーザの提示対象に対する興味値として用いられ、更に選択された提示対象が、決定された興味値ごとに降順でソーティングされる。ここで、段階d2の例はまた説明のために用いられる。

30

【0117】

段階d2から、第2のユーザ1が興味を持つ興味タグは、優雅、シャネル風、しとやか、およびショッピング好きであることが分かる。この場合、格子縞のバッグのリーフカテゴリに該当する第2のユーザ1の行為クラスタの13点の最高スコアは、優雅、シャネル風、しとやか、およびショッピング好きというこれらの興味タグの興味値として用いられてよく、更に選択された提示対象に対応する興味タグのうち、第2のユーザ1が興味を持つ興味タグに一致する興味タグの興味値も13に設定されてよい。例えば、更に選択された対象がブランドAの普段着およびブランドBのブレスレットを含むことと、ブランドAの普段着に対応する興味タグは、ショッピング好きを含み、かつブランドBのブレスレットに対応する興味タグも、しとやかを含むことと、そして、ブランドAの普段着に対応するショッピング好きの興味タグの興味値も13に設定され、ブランドBのブレスレットに対応するしとよかの興味タグの興味値も13に設定されることとを仮定する。

40

【0118】

この場合、段階203は具体的に、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、ソーティングされた提示対象の第1の設定された推奨数を含むウェブページを、第2のユーザに推奨する段階を含む。

【0119】

図2に示されている実施形態の解決手段において、図1において説明されている実施形

50

態において選択された提示対象がユーザに推奨されるとき、第2のユーザの過去の行為情報と組み合わせて、対応する興味タグが、第2のユーザが興味を持つ興味タグを含み、かつ、対応する消費レベルが第2のユーザの購買力レベルに一致する提示対象が更に選択される。推奨された提示対象が第2のユーザに一致する提示対象であるので、第2のユーザは推奨された提示対象から所望の提示対象を迅速に選択し得て、それにより、ユーザエクスペリエンスが向上し、提示対象の購買変換率が増加する。

#### 【0120】

図1に記載されている実施形態に応じて、図3に示される実施形態は、提示対象を選択するための装置を提供し、装置のブロック図が図3に示されており、該装置は、各第1のユーザ端末により送信されたサービス参加要求メッセージを受信するよう構成される受信モジュール31であって、サービス参加要求メッセージは、提示対象の識別子を含む、受信モジュール31と、提示対象の識別子とメインサーバから取得された第1のユーザの識別子との間の対応関係に従って、受信されたサービス参加要求メッセージに含まれる提示対象の識別子に対応する第1のユーザの識別子を決定するよう構成される第1の決定モジュール32と、メインサーバから、第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザの過去の行為情報を取得するよう構成される第2の決定モジュール33と、第1のユーザの取得された過去の行為情報に従って、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザを決定するよう構成される第3の決定モジュール34と、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象から提示対象を選択するよう構成される第1の選択モジュール35とを備える。

#### 【0121】

好ましくは、第1のユーザの過去の行為情報は、1または複数の過去のペナルティスコアと、模倣品を販売した記録と、第2のユーザから詐取した記録と、提示が禁止された対象を販売した記録と、偽造認証の記録と、賄賂記録とを含み、模倣品を販売した記録、詐取の記録、提示が禁止されている対象を販売した記録、偽造認証を使用した記録、および賄賂の記録の数がより多ければ多いほど、より高い過去のペナルティスコアの上昇をもたらす。

#### 【0122】

好ましくは、第3の決定モジュール34は具体的に、第1のユーザの各決定された識別子により示された第1のユーザに関して、第1のユーザの過去のペナルティスコアが第1の設定値未満であるかを決定し、第1の設定値未満である場合、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザであることを決定し、そうでない場合、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たしていない第1のユーザであることを決定するよう構成される。

#### 【0123】

好ましくは、第1のユーザの過去の行為情報は更に、店舗登録記録および店舗ログイン記録を含み、装置は更に、第1のユーザの決定された識別子により示された第1のユーザではなく、メインサーバに記憶されている第1のユーザの識別子により示された第1のユーザから第1のユーザの過去の行為情報に従って、非倫理的第1のユーザを決定するよう構成される第4の決定モジュール36を備え、ここで、非倫理的第1のユーザは、模倣品を販売する第1のユーザと、第2のユーザから詐取する第1のユーザと、提示が禁止された対象を販売する第1のユーザと、偽造認証を使用する第1のユーザと、賄賂問題を有する第1のユーザとを含む。装置は更に、第1のユーザの過去のペナルティスコアが第1の設定値未満であることを第3の決定モジュールが決定した後、かつ、第3の決定モジュールが第1のユーザを設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザとして決定する前に、第1のユーザの店舗登録記録および店舗ログイン記録に従って、決定された非倫理的第1のユーザにおいて第1のユーザと同じ第1のユーザである任意の非倫理的第1のユーザが存在するかを判断するよう構成される第1の判断モジュール37を備え、第3の決定モジュール34は具体的に、第1の判断モジュールの判断結果が判断された非倫理的第1のユーザにおいて第1のユーザと同じ第1のユーザである非倫理的第1のユーザが存在し

10

20

30

40

50

ないことを示す場合、第1のユーザが設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザであることを決定するよう構成される。

【0124】

好ましくは、店舗ログイン記録は、店舗でのログイン期間と、店舗にログインするために用いられるデバイスの識別子と、店舗にログインするために用いられるネットワークインターネットプロトコル(IP)アドレスとを含む。第4の決定モジュール36は具体的に、決定された非倫理的な第1のユーザにおいて任意の1または複数の以下の3タイプの非倫理的な第1のユーザが存在するかを決定し、存在する場合、第1のユーザと同じ第1のユーザである非倫理的な第1のユーザが存在することを決定し、存在しない場合、第1のユーザと同じ第1のユーザである非倫理的な第1のユーザが存在しないことを決定する構成される。第1のタイプの非倫理的な第1のユーザは、第1のユーザにより店舗にログインするために用いられるデバイスの識別子と同じ識別子を有するデバイスを用いることによって店舗にログインし、かつ、第2の設定値より長い期間においてデバイスを用いることによって店舗にログインする非倫理的な第1のユーザである。第2のタイプの非倫理的な第1のユーザは、第1のユーザにより店舗にログインするために用いられるIPアドレスと同じIPアドレスを用いることによって店舗にログインし、かつ第2の設定値より長い期間においてIPアドレスを用いることによって店舗にログインする非倫理的な第1のユーザである。第3のタイプの非倫理的な第1のユーザは、第3の設定値より高い、第1のユーザの店舗登録記録との類似度を有する店舗登録記録を有する非倫理的な第1のユーザである。

10

【0125】

好ましくは、第1の選択モジュール35は具体的に、設定されたサービス参加条件を満たす第1のユーザによりサービスに参加する要求が出された提示対象ごとに、提示対象の低品質インデックス値を決定する動作と、提示対象の販売量インデックス値を予測する動作と、決定された低品質インデックス値と予測された販売量インデックス値とに従って、提示対象の総合スコアを決定する動作と、提示対象の総合スコアが設定された区間範囲内にある場合、提示対象を選択された提示対象として用いる動作とを実行するよう構成される。

20

【0126】

好ましくは、第1の選択モジュール35は具体的に、詳細な第1のユーザの評価DSRスコア、価格情報、過去のテキスト評価情報、および払い戻し率情報という、提示対象が属する店舗の情報のうち1または複数に従って、提示対象の低品質インデックス値を決定するよう構成される。

30

【0127】

好ましくは、第1の選択モジュール35は具体的に、提示対象の特徴、過去の取引行為特徴、提示対象が属する店舗の運営特徴、および提示対象が提示されるべきオンラインショッピングプラットフォームのサービス特徴のうち1または複数に従って、提示対象の販売量インデックス値を予測するよう構成され、ここで、提示対象の特徴は、価格、在庫、およびカテゴリのうち1または複数を含み、過去の取引行為特徴は、販売量、払い戻し率、および良好評価率のうち1または複数を含み、店舗運営特徴は、星の等級、配送速度、およびサービスの品質という店舗の情報のうち1または複数を含み、オンラインショッピングプラットフォームサービス特徴は、メインカテゴリおよび販売促進値のうち1または複数を含む。

40

【0128】

図2において説明されている実施形態に応じて、図4に示される実施形態は、提示対象を選択するための装置を提供し、装置のブロック図が図4に示されており、ここで、各提示対象は、1または複数の消費レベルと、1または複数の興味タグとに対応する。該推奨装置は、第2のユーザの過去の行為情報に従って、第2のユーザの購買力レベルおよび第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定するよう構成される第5の決定モジュール41と、選択された提示対象から、第2のユーザが興味を持つ対応する興味タグと、第2のユーザの購買力レベルに一致する対応する消費レベルとを有する提示対象を更に選択するよう

50

構成される第2の選択モジュール42と、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページを第2のユーザに推奨するよう構成される推奨モジュール43とを備える。

【0129】

好ましくは、各リーフカテゴリは、1または複数の興味タグに対応し、第2のユーザの過去の行為情報は、行為と、行為の発生時間と、行為によりターゲットとされる提示対象の識別子とを含み、行為は、購買と、閲覧と、ショッピングカートへの追加と、お気に入りへの追加とを含み、第2の選択モジュール42は具体的に、第2のユーザの過去の行為情報に含まれる各提示対象の識別子により示された提示対象に対応するリーフカテゴリを決定する方式を通じて、第2のユーザが興味を持つ興味タグを決定し、かつ、決定されたリーフカテゴリごとに、リーフカテゴリに該当する第2のユーザの行為を少なくとも1つの行為クラスタに分類する動作であって、同じ行為クラスタに属する任意の2つの行為の発生時間の間の差が設定された時間範囲内にある、動作と、分類された行為クラスタに従って、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持つかを決定する動作と、第2のユーザがリーフカテゴリに興味を持つことが決定されたとき、リーフカテゴリに対応する興味タグを、第2のユーザが興味を持つ興味タグとして用いる動作とを実行するよう構成される。

10

【0130】

好ましくは、推奨装置は更に、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページが第2のユーザに推奨される前に、更に選択された提示対象の数が設定された推奨数未満であるかを判断するよう構成される第2の判断モジュール44と、更に選択された提示対象の数が設定された推奨数未満である場合、第2のユーザの特徴と、選択された提示対象の特徴と、選択された提示対象が属する店舗運営特徴と、提示対象が配置されるべきオンラインショッピングプラットフォームサービス特徴とに従って、第2のユーザが、更に選択された提示対象ではなく、選択された表示対象から提示対象を購買する確率を決定するよう構成される第6の決定モジュール45であって、第2のユーザの特徴は、購買力レベル、性別、閲覧特徴、および購買特徴のうち1または複数を含む、第6の決定モジュール45と、第2のユーザが提示対象を購買する確率の降順で、更に選択された提示対象ではなく、選択された表示対象における提示対象をソートするよう構成されるソートモジュール46とを備える。推奨モジュール43は具体的に、第2のユーザがサブサーバにアクセスしたとき、更に選択された提示対象を含むウェブページと、最初のM個のソートされた提示対象とを第1のユーザに推奨するよう構成され、Mは、設定された推奨数と、更に選択された提示対象の数との間の差である。

20

30

【0131】

実施形態の上述の説明を通じて、当業者は、本開示の実施形態は、ハードウェアにより、または、必要とされるユニバーサルハードウェアプラットフォームのためのソフトウェアにより、実装されてよいことを明白に理解し得る。この理解に基づき、本開示の実施形態における技術的解決手段は、(パーソナルコンピュータ、サーバ、またはネットワークデバイスであり得る)コンピュータデバイスが本開示の実施形態において説明されている方法を実行することを可能にするいくつかの命令を含む(CD-ROM、USBフラッシュディスク、除去可能なハードディスクなどであり得る)非揮発性記憶媒体に記憶され得るソフトウェア製品の形態で具現化され得る。

40

【0132】

当業者は、添付図面は、実施形態の概略図に過ぎないことと、添付図面におけるモジュールまたはプロセスは、必ずしも本開示を実装するために必要とされるわけではないことを理解し得る。

【0133】

当業者は、実施形態における端末のモジュールが、実施形態において説明されているように実施形態における端末へ割り振られてよく、または、対応する変更が行われてよく、モジュールは、実施形態と異なる1または複数の端末に配置されてよいことを理解し得る

50

。先述の実施形態におけるモジュールは、1つのモジュールに組み合わせられてよく、または、複数のサブモジュールに更に分類されてよい。

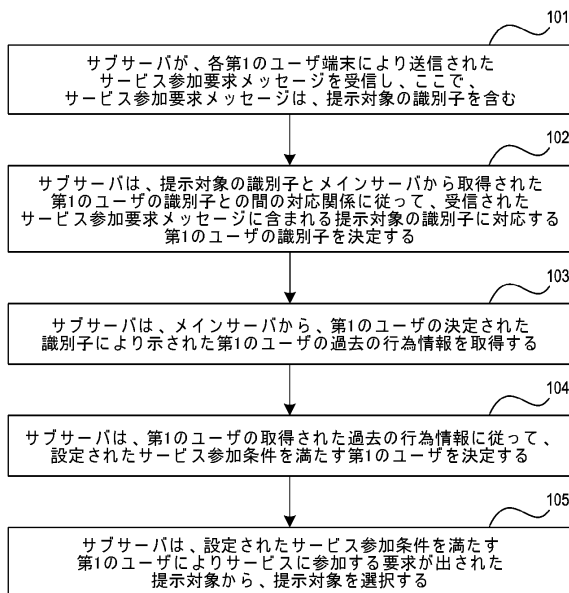
【0134】

本開示の上述の実施形態のシーケンス番号は単に説明の目的のためのものであり、実施形態の優劣を表すものではない。

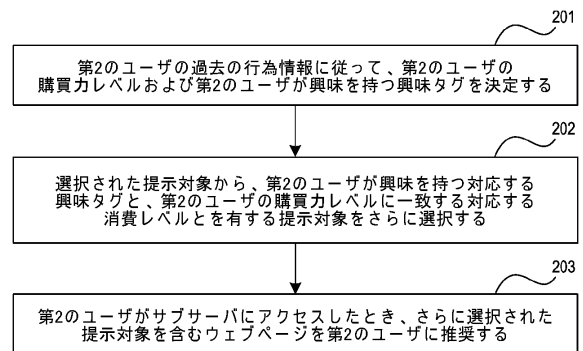
【0135】

明らかに、当業者は、本開示の趣旨および範囲から逸脱することなく、本開示に対して様々な修正及び変更を行い得る。そのような場合、本開示のこれらの修正及び変更が本開示の特許請求の範囲およびこれらの均等な技術内に含まれる場合、本開示は、これらの修正及び変更を含むことも意図する。

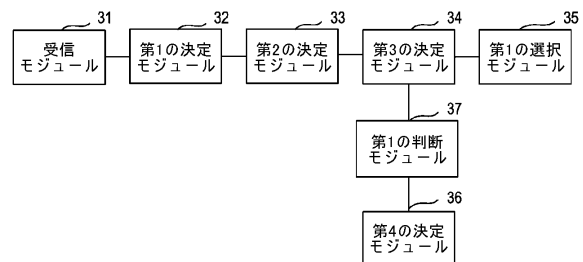
【図1】



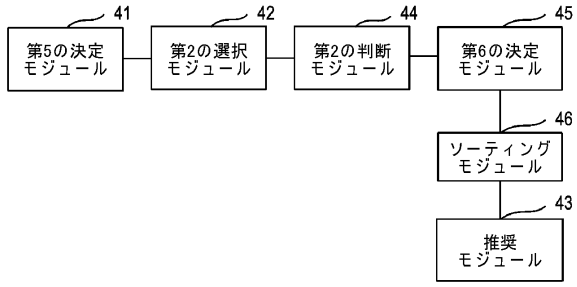
【図2】



【図3】



【 図 4 】



## フロントページの続き

- (72)発明者 イエ、スリ  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内
- (72)発明者 ダイ、ズン  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内
- (72)発明者 ジャオ、アイジュアン  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内
- (72)発明者 チェン、ファン  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内
- (72)発明者 オー、ジリヤン  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内
- (72)発明者 チャ、パン コック  
英国領、ケイマン諸島、グランド・ケイマン、ジョージ・タウン、ワン・キャピタル・プレイス、  
フォース・フロア、ピー・オー・ボックス 847 アリババ・グループ・ホールディング・リミ  
テッド内

審査官 関 博文

- (56)参考文献 国際公開第2003/098510(WO, A1)  
特表2014-522072(JP, A)  
国際公開第2014/204900(WO, A2)  
特表2009-512098(JP, A)  
特開2011-128840(JP, A)  
国際公開第2014/062606(WO, A2)  
米国特許出願公開第2011/0238516(US, A1)

- (58)調査した分野(Int.Cl., DB名)  
G06Q 10/00-99/00