**Z时代用户购买决策影响因素报告**

1. **影响因素**
2. 产品价格

图表, 散点图

描述已自动生成

整体来看，产品价格与付款人数呈负相关性，随着价格的增长购买的人数逐渐减少。

图示, 示意图

描述已自动生成

拆分不同关键词来看，产品价格与购买人数的关系依然成立。因此，产品价格是用户购买决策的一个重要影响因素。

1. 用户在商品页面停留时长

图表, 折线图

描述已自动生成

从图表来看，停留时长与付款人数呈正相关性，用户在商品页面停留的时间越长越有可能下单该商品。停留时长和付款人数的相关性较大为0.4。因此，停留时长是用户购买决策的一个重要影响因素。

1. 与同类产品对比次数

图表, 折线图

描述已自动生成

从图表来看，对比次数与付款人数的关系较弱。其相关性为0.009，不是影响购买决策的主要因素。

1. 热门程度
2. 评论数

图表, 散点图

描述已自动生成

从图表来看，评论数与购买人数的关系较弱。

1. 收藏数

图表, 散点图

描述已自动生成

从图表来看，收藏数与付款人数的关系较弱。

将评论数和收藏数各切分为10个均匀的等级（区间）。

图表, 折线图

描述已自动生成

经过等级划分后，收藏数与付款人数的相关性达到0.17，而评论数与付款人数的相关性只有0.07。从对比图来看，相比于评论数，收藏数对用户购买决策的影响较大。因此，收藏数是用户购买决策的影响因素之一。

1. 建模预测

综上所述，对购买决策影响较大的因素有：产品价格、停留时长和收藏数。根据这三个特征建立随机森林模型对购买人数进行预测。经过评估，由这三个特征建立的随机森林模型的R平方为0.84，较高。