0530后续计划：

1. 按一周或两周合并数据，更新相关性分析以及建模
2. 描述性统计部分需更新天猫与京东的对比
3. 现有模型（线性回归、支持向量机）的推进（注：可能需要进一步讨论广告效果指标的含义和选取等）
4. 新模型的建模（随机森林等）
5. 后续在基本模型之上的更进一步的讨论：
6. 渠道对比：移动端与PC端，分数据进行讨论或引入dummy variable
7. 产品生命周期：将可以做的四个产品（开始日期在我们有的数据中端而不是），根据其销售数据划分为两段，以这个时间间隔分别对广告数据建模，或者引入dummy variable
8. 天猫与京东对比
9. 渠道间的协同与替代作用，可能需要先筛选是否有合适的数据