**7.1模型的优点**

1.我们对评论进行了量化处理，使用了TextBlob进行情感分析对每条评论进行打分，客观地得出了评论对产品的评级。

2.在解决问题d的时候，我们使用了斯皮尔曼系数分析，这种分析的要求不需要正态分布，并且它可以得出秩系数，即可以找出变量与变量以某种排序变化的关系。

3.模型较为客观的利用了尽可能多的数据, 并根据实际数据进行了调整, 通过对数据的可视化分析, 能够直观的挖掘出数据的大量信息, 透过信息来分析三个产品的趋势,声誉,成功与否等具体状况.

**7.2模型的缺点**

1.在构建LightGBM模型时, 由于时间问题未能很好的调参, 最终的结果虽然已经够好, 但是可能未达到最好.

2.模糊综合评价法的评价矩阵可能不够客观, 但是已经尽量通过数据保证了客观性.

3.词频统计时, 未能很好的将一些短语分析出来, 例如实际上想将”n’t like”等整体表现情感的短语分词, 但是未能很好的做到这一点, 导致最后的评级相关词中展现的不够完整

**7.3模型的应用**

1.模型可以应用在对产品初期的评估，分析其是否可以热销。

2.模型可以分析产品的声誉的变化，公司可以及时调整产品的销售策略。

3.模型可以较为客观的评价产品的成功与否, 并且及时向公司反馈相关信息.