**一、面向企业价值：**

**①价格与车辆属性关系：**

分析不同品牌、型号、年份、里程数的二手车价格分布，探究价格与车辆属性之间的关系。

**②品牌、车型、燃油类型车辆受欢迎程度：**

分析不同品牌、车型、燃油类型车辆交易记录数，以此作为受欢迎程度的分析，帮助企业更好地决策推荐应该更多地进哪些类型的车辆。

**③用户模拟：**

从数据中随机选取500条或1000条数据，模拟一个用户的浏览记录，对用户的浏览行为作分析（分析用户更喜欢什么价位、什么车型、什么品牌等），来对用户更好地做个性化推荐。（在随机选取前可以做点手脚，人为筛一些符合需求的数据，如价格区间在1w元左右的数据等）

这个用户分析可以做得更花哨一点，比如用户画像词云图等等

**③地图可视化：**

使用地图可视化展示各地区的二手车数量或销售额，观察地区间的差异，便于企业二手车投入市场的决策。

**二、面向用户价值：**

**①价格选择：**

根据汽车开始售卖时间，统计分析某品牌汽车的平均价格变化趋势，帮助用户选择适合自己价格区间的车型。

**②**

**③**