



今日头条2018年上半年 手机品牌网络舆情与用户口碑白皮书




今日头条



头条指数
TOUTIAO INDEX

京东手机



“看看别人怎么说”，这是消费者在看完一篇文章或者浏览完一件商品之后，将手机屏幕滑到评论区时，内心最简单直白的想法。消费者可能不会一条好评就选择一个品牌，但完全有可能因为一条差评就否定一个品牌。

在以今日头条为代表的资讯平台上，每一则资讯和资讯后的评论区，都构成了一个舆论场。红海市场的激烈竞争下，这个舆论场中难免会出现“水军”、“黑稿”等违背商业道德的行为。

今日头条将在这次白皮书中，对上半年手机类资讯中用户产生的8388845条评论展开洞察，同时还参照了京东用户上半年购买新品机型所产生的1028385条售后评分及评论。除了用户评论之外，资讯本身所呈现出来的情感倾向未来也会成为我们的研究课题。“黑稿”和“水军”将是我们持续研究和打击的对象。

此外，手机评测多如牛毛，其中也产生了像DxO Mark、Tom's Guide等知名的国际评测公司与媒体。但基于各项技术指标的测评结果，和消费者的实际体验真的一致吗？

长久以来，如何评价一款产品，业内人视角和普通消费者的视角有所不同，从而形成两套评价指标。比如电影界的奥斯卡和豆瓣电影评分。而正在走向国际的中国手机行业，目前正缺乏一个完全由消费者决定的口碑评价体系。

不管是电影行业的豆瓣还是餐饮行业的大众点评，他们的评分体系无法规避那些没去看电影、没去就餐的用户在平台上进行评价。我们要改变这种情况，作为国内最大的内容创作与分发平台，今日头条可以利用自身技术优势以及海量用户优势，向各款机型的「实际使用用户」发放满意度调查问卷，从而建立一个完全由消费者打分决定的口碑评价体系。

继3.15之后，我们第二次对“大众评机”这个模式进行了实践，这次我们对18年上半年发布过新机的9个品牌44款主流机型的6万名实际使用用户投放了问卷。

以下是我们对手机品牌「网络舆情」和「用户口碑」的一些研究结果，他们构成了今日头条手机行业系列白皮书的第二篇——红海市场下，手机品牌网络舆情分析与用户口碑调研。

目录 / CATALOGUE.

CHAPTER 01

| 主流手机品牌网络舆情分析

CHAPTER 02

| 主流手机品牌用户口碑调研

核心发现

●在10个手机品牌中，9个品牌的正面评论占比过半，荣耀的正面评论比例最高，超过70%；vivo紧随其后，和荣耀成为唯二正面评论超过7成的品牌。

●三星的网络舆情不容乐观，用户正面评论比例仅为42%，在10个品牌中排名垫底。三星并没有为自身的市场销售营造出良好的舆论环境，消费者在基于资讯的社会讨论中，对三星多持负面批评的态度。

●vivo上半年发布的vivo NEX对vivo的整体舆情有较大改观，“低配高价”的声音仍有出现，但较之此前少了很多。用户对vivo的屏幕指纹和创新能力夸赞较多，对屏幕显示效果、电池容量等方面都有吐槽。

●华为上半年的用户评论中，在中美贸易战的大环境下，正面评论主要围绕华为“民族品牌”的定位进行，比如国货、自主研发等。主要的槽点则是价格高、自带软件多、售后价格贵等。

●用户口碑方面，从消费者满意度调查情况来看，一加满意度最高。一加只发布旗舰机型的做法，保证了用户可以获得相对高水准且统一的使用体验。而其他品牌低端机型的消费者满意度普遍拉低了整个品牌的满意度。除一加外，“华米O”三强，在高中低端均有产品布局的情况下，在消费者满意度上也保持了较高水准，领先于其他品牌。

●在2000元以下的“入门机”市场，价格“厚道”、配置“良心”的小米机型满意度较高，前五名占据三席。而vivo刚推出的vivo Z1一经发布，也收获了消费者颇多好评。

●在2000-3000元的中端机型市场中，小米8满意度最高，而荣耀的整体满意度更高，前五名中占据两席。

●在3000元以上的高端市场，一加6满意度最高。华为的三款机型紧随其后，华为在高端市场已经建立起品牌效应和规模效应，在高端市场站稳了脚跟，并受到了消费者的广泛认可。

●用户拍照性能满意度最高的机型是华为P20 Pro，游戏性能和系统流畅性满意度最高的机型是一加6，安全性能满意度最高的机型是三星GALAXY S9+。

01 / CHAPTER ONE.

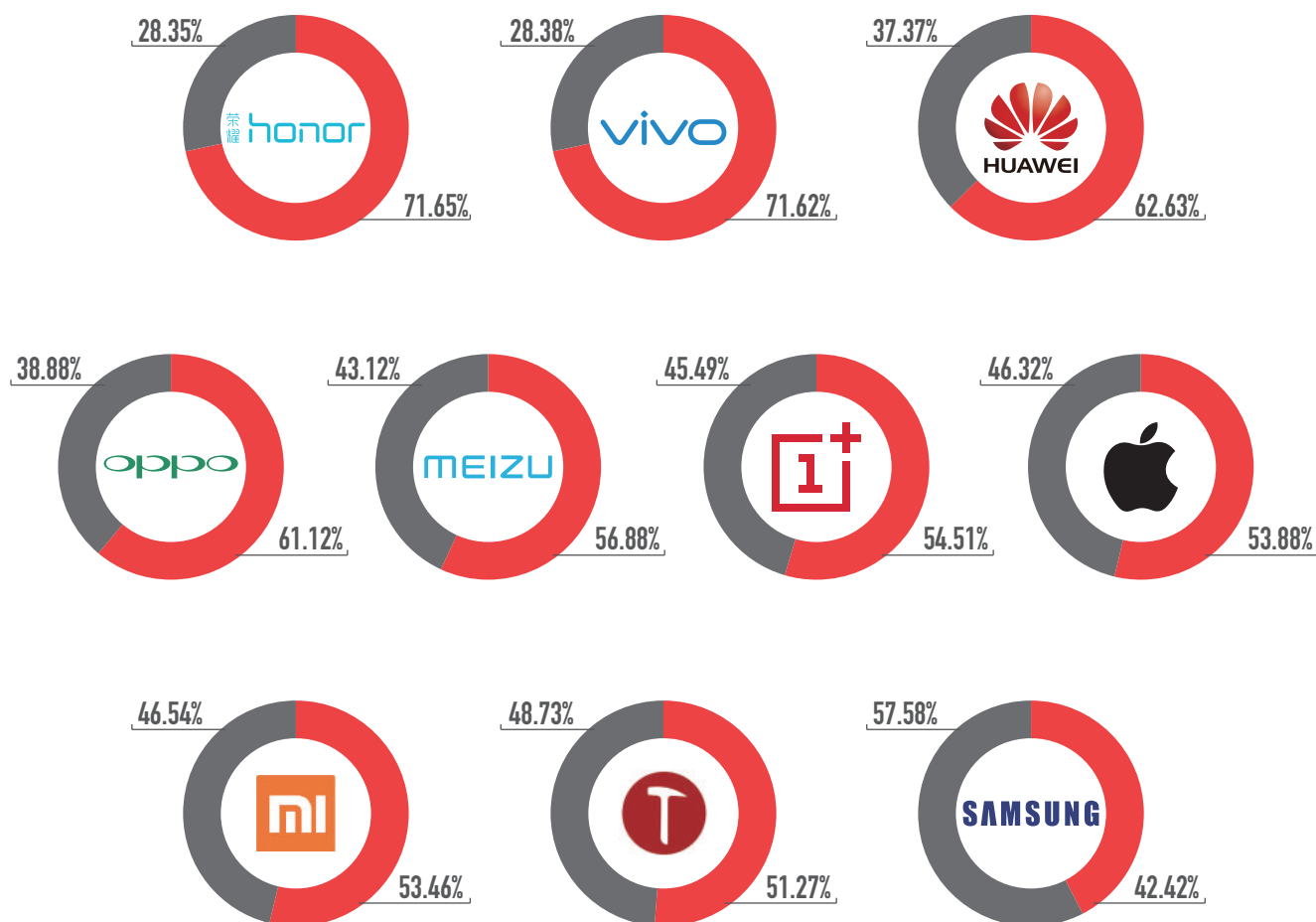
主流手机品牌网络舆情分析

主流手机品牌上半年整体正负舆情分布

- 在10个手机品牌中，9个品牌的正面评论占比过半，只有三星低于50%，排名垫底。
- 10个手机品牌中，荣耀的正面评论比例最高，超过70%；vivo紧随其后，和荣耀成为唯二正面评论超过7成的品牌，位列第一梯队。
- 华为和OPPO的整体评论舆情也较好，正面评论超过6成，位列第二梯队。
- 而魅族、一加、苹果、小米、锤子在网络舆情方面处于第三梯队，正面评论占比在50-60%之间。
- 三星的网络舆情不容乐观，用户正面评论比例仅为42%，在10个品牌中排名垫底。三星并没有为自身的市场销售营造出良好的舆论环境，消费者在基于资讯的社会讨论中，对三星多持负面批评的态度。

■ 正面评论比例

■ 负面评论比例



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

I上半年网友正面评论比例最高的手机行业热点事件TOP5

●作为OPPO2018年首款旗舰手机，R15的发布赢得不少网友好评，该机型相关资讯正面评价比例以60.83%拔得头筹；6月20日在巴黎发布的OPPO FINDX以93.8%的占比成为史上屏占比最高的手机，3D结构光、双轨潜望结构等创新方案让用户眼前一亮，用户正向评论比例排名靠前。

●vivo在6月12日推出了首款真全面屏手机，并且成为了业内首个使用升降式摄像头的厂商。创新的设计与高颜值刷新了用户对vivo的认知，虽然“高价低配”的声音依然存在，但产品好，用户口碑自然也不用愁，这次vivo NEX的发布让用户看到了国产厂商的创新能力，正面评论占比也以57.43%位居第二。

●3月份发布的魅蓝E3无论是在处理器、续航、拍照等各方面，在千元机档位中算是综合性能较强的机型，“性价比高”是在魅蓝E3资讯用户经常提及的关键词，其56.58%的正面评价占比排行第三，仅次于OPPO R15及vivo NEX。

●在2000-3000元档位的机型中，荣耀10同样以高性价比的优势赢得用户好评，变色极光镀膜工艺和麒麟970处理器的加持也让荣耀10在颜值和性能上更胜一筹。

正面评论占比



*正面评论比例=在事件相关资讯评论中，情感倾向正面的数量占比，统计区间为该事件发生后的一周。

I上半年网友负面评论比例最高的手机行业热点事件TOP5

●锤子科技5月15日发布会相关资讯评论以82.33%成为负面评论比例最高的手机行业热点事件，其中既有吐槽TNT工作站等颠覆性产品的评论，也不乏批判罗永浩“精日”的言论和因为产品演示失误带来的尴尬。

●小米8发布会预热时放出了“非常吓人的技术”宣传海报，夸张的营销话术拉爆了消费者的预期。但发布会后，小米8相关资讯的负面评论占比高达68.56%，从网友态度看，夸张的营销话术确实会给品牌招黑。本次上榜的还有小米另一款全面屏机型MIX 2S，其上榜的主要原因是网友仍存有对小米“抢购”、“耍猴”等饥饿营销模式的固有认知，而产品上，网友的槽点则集中在摄像头在下方，需要倒拍摄的不方便。

●18年初“iPhone降速门”事件也让苹果成为舆论焦点，网友负面评论比例逼近68%，而另外一起事件，美国运营商AT&T取消与华为合作的资讯也备受网友关注，超过64%的网友对此事持负面态度，期间也有部分如“禁售苹果”的报复性言论出现。

负面评论占比

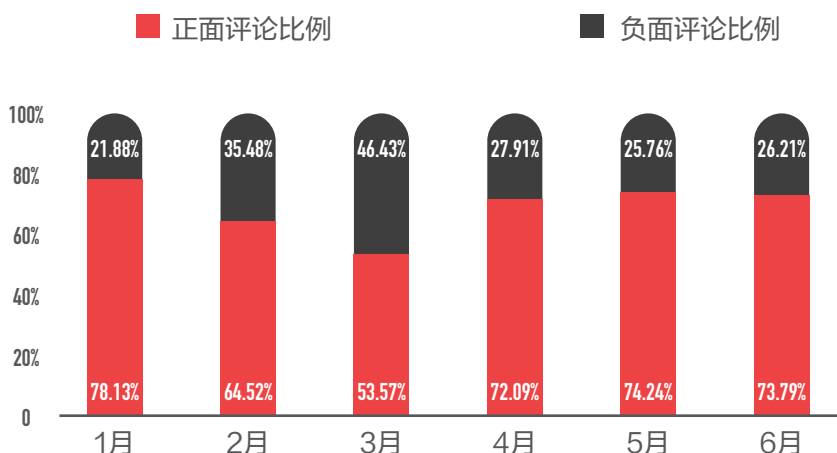


*负面评论比例=在事件相关资讯评论中，情感倾向负面的数量占比，统计区间为该事件发生后的一周。

I 主流手机品牌上半年 整体舆情变化趋势与红黑因子



荣耀上半年整体舆情较好，用户评论大多以正面评价为主，用户的夸赞点主要集中在性价比高、做工好；槽点则主要集中在升级慢、采用吓人营销等方面。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

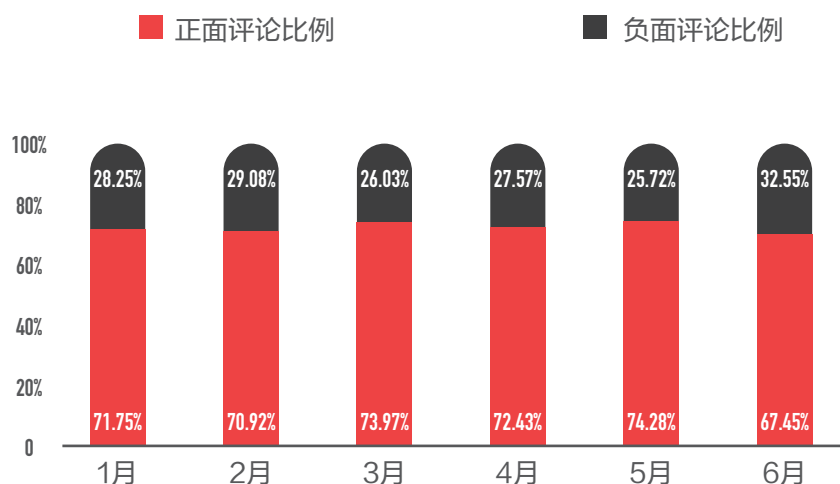
荣耀头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

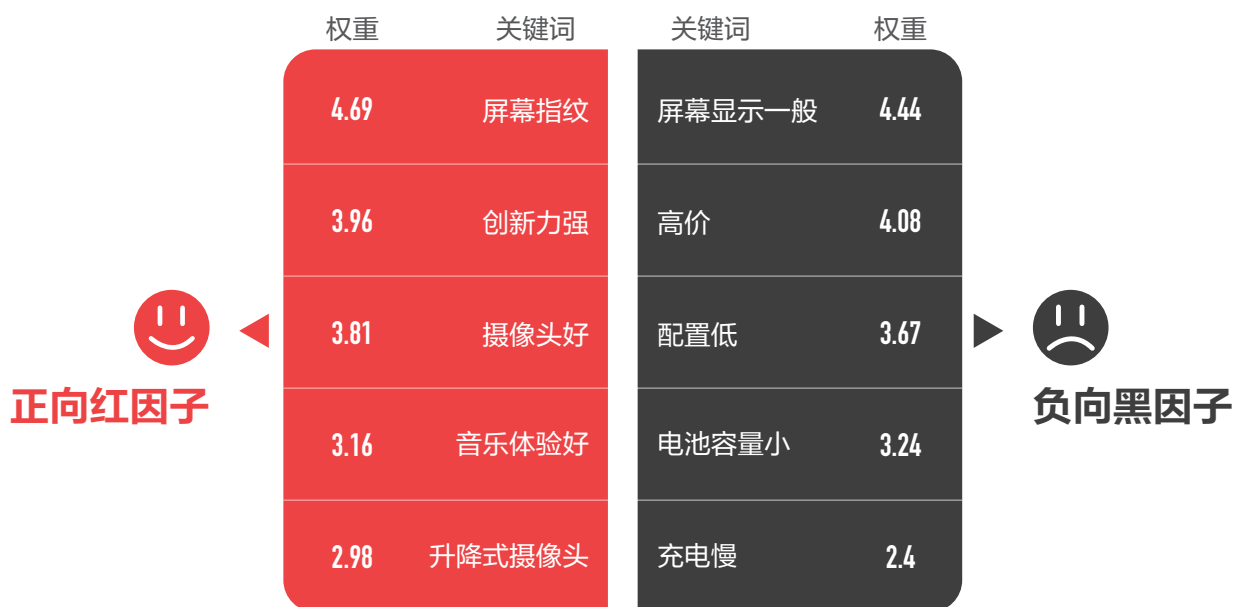


vivo上半年发布的vivo NEX对vivo的整体舆情有较大改观，“低配高价”的声音仍有出现，但较之此前少了很多。用户对vivo的屏幕指纹和创新能力夸赞较多，对屏幕显示效果、电池容量等方面都有吐槽。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

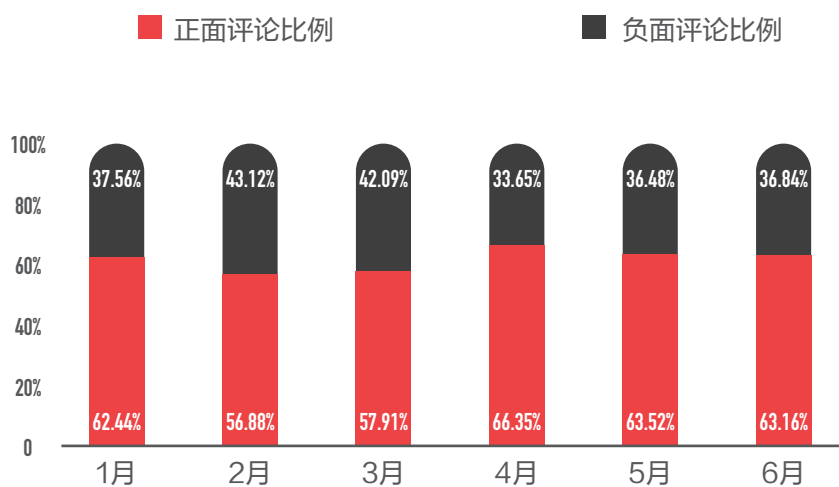
vivo头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

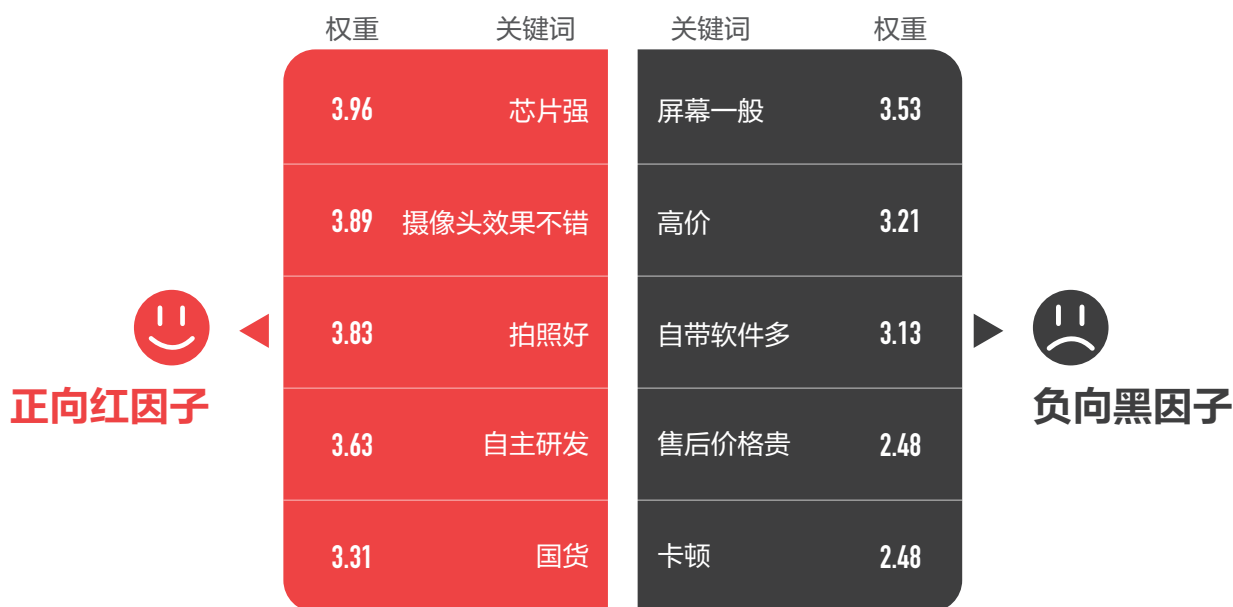


华为上半年的用户评论中，在中美贸易战的大环境下，正面评论主要围绕华为“民族品牌”的定位进行，比如国货、自主研发等。主要的槽点则是价格高、自带软件多、售后格贵等。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

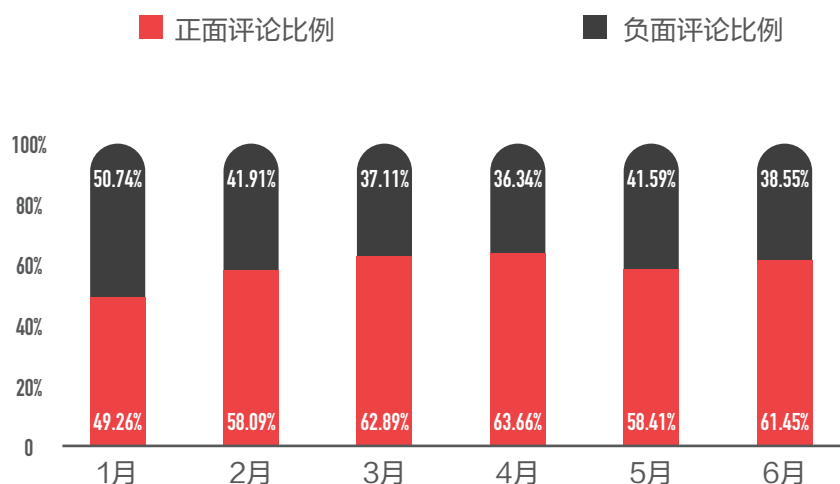
华为头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。



和vivo类似，OPPO上半年发布的旗舰机型FIND X在一定程度上扭转了消费者对OPPO“低配高价”的刻板印象。用户对OPPO的正面评价主要集中在“拍照效果好”、“外观漂亮”等几个方面，OPPO塑造的备受年轻人喜欢的品牌形象在评论中也有出现。而负面评价则主要围绕“主打营销”、“电池掉电快”等方面展开。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

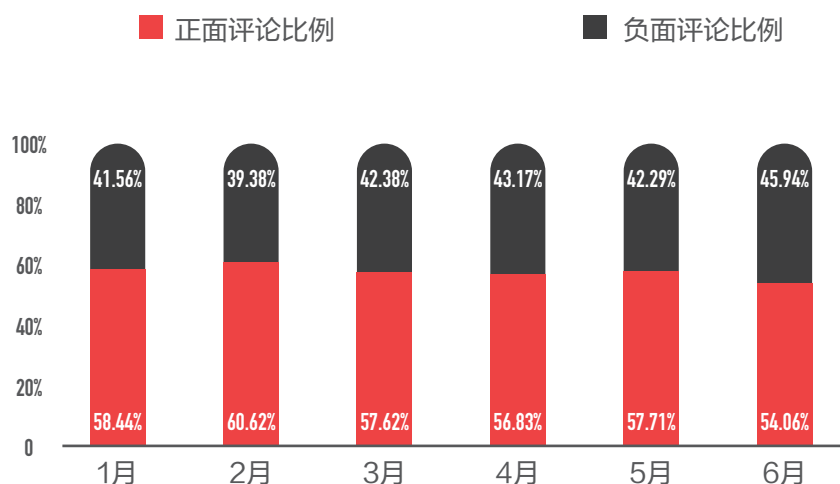
OPPO头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

MEIZU

魅族上半年整体正面评论的比例在50%-60%之间，第二季度魅族因公司管理和高层人事变动所带来的负面资讯，对魅族的整体舆情有所冲击。用户对魅族的正面评价主要集中在外观方面，而“处理器差”、“屏幕不行”、“信号差”则是用户对魅族的主要槽点。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

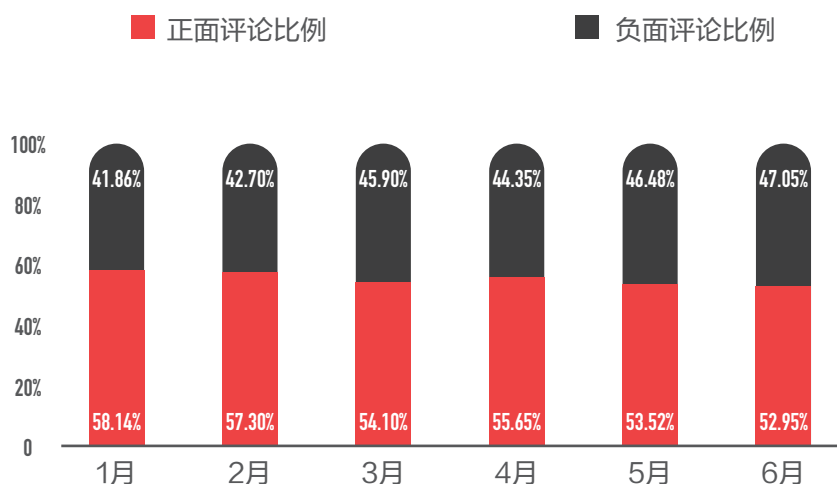
魅族头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。



一加第一季度的评论重要集中在对去年旗舰5T的讨论，第二季度的评论则主要围绕一加6展开。一加一年只发布两款旗舰，且使用人群主要集中在一二线的年轻人当中，品牌对三四线城市的下沉人群覆盖不足，“没人用”、“没听过”在一加资讯评论区中经常出现。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

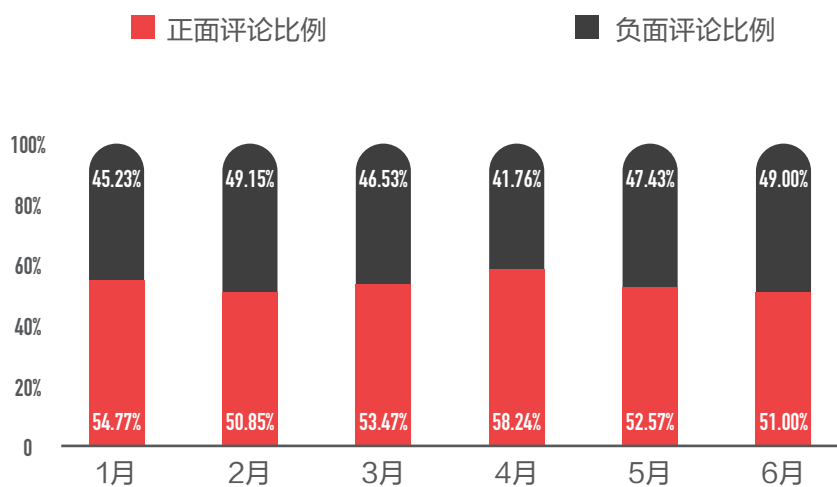
一加头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

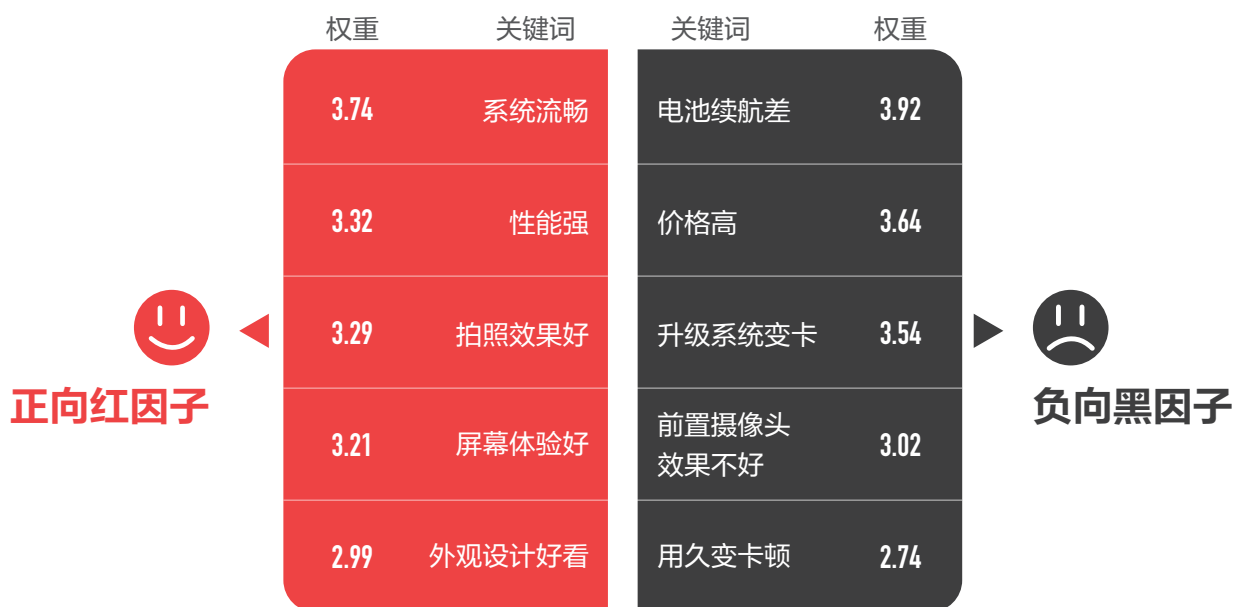


最近几年，国内消费者“民族主义”情绪显著，在各大消费领域，国际品牌面临的舆论环境都相对较差。但苹果依然维持了5成以上的正面评价比例，与之对应的则是没有很好的处理中国消费者舆情的三星。上半年苹果的正面评论主要集中在“系统流畅”、“屏幕体验好”等方面，而“电池续航差”、“升级系统后变卡”则是主要的槽点。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

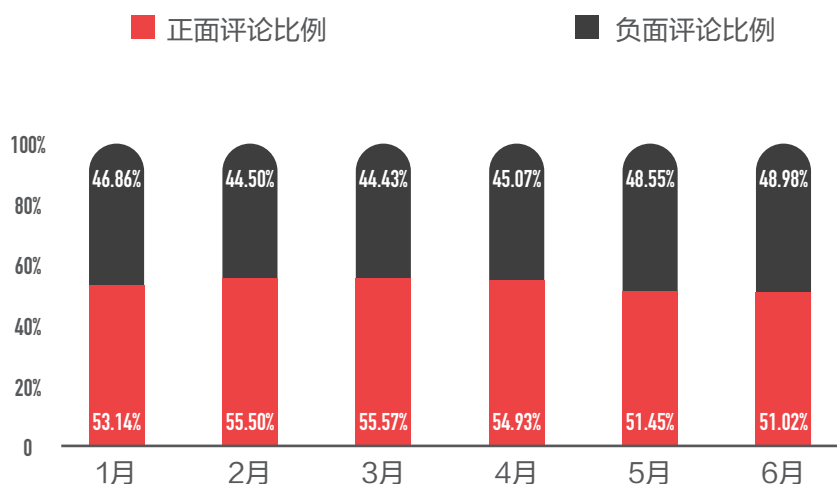
苹果头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。



小米上半年整体舆情正面评论比例刚刚过半，在用户眼中的优点是“性价比高”，而“饥饿营销”、“吓人技术”、“碰瓷营销”则成为主要槽点。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

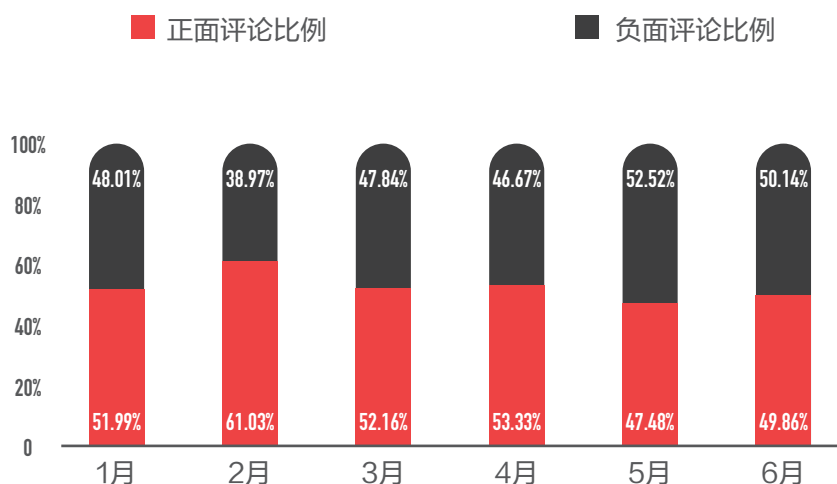
小米头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。



在第二季度罗永浩被质疑发表“精日”言论、并以“吓尿了”、“颠覆世界”等夸张话术对TNT新品进行营销之后，锤子相关资讯的评论区出现“雪崩”，负面评论比例大幅升高。在坚果R1发布之后，也有很多用户评论，围绕锤子手机的品控问题展开，比如“屏幕触控失灵”、“摄像头磨花”、“屏幕开胶”等。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

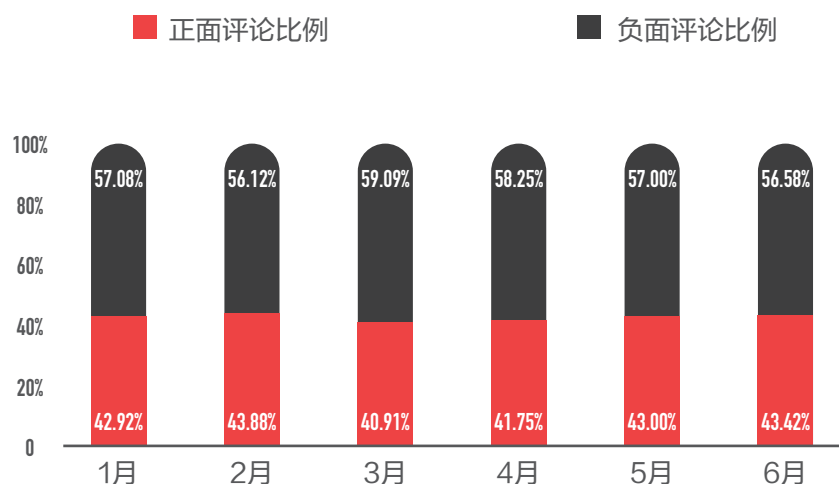
锤子头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

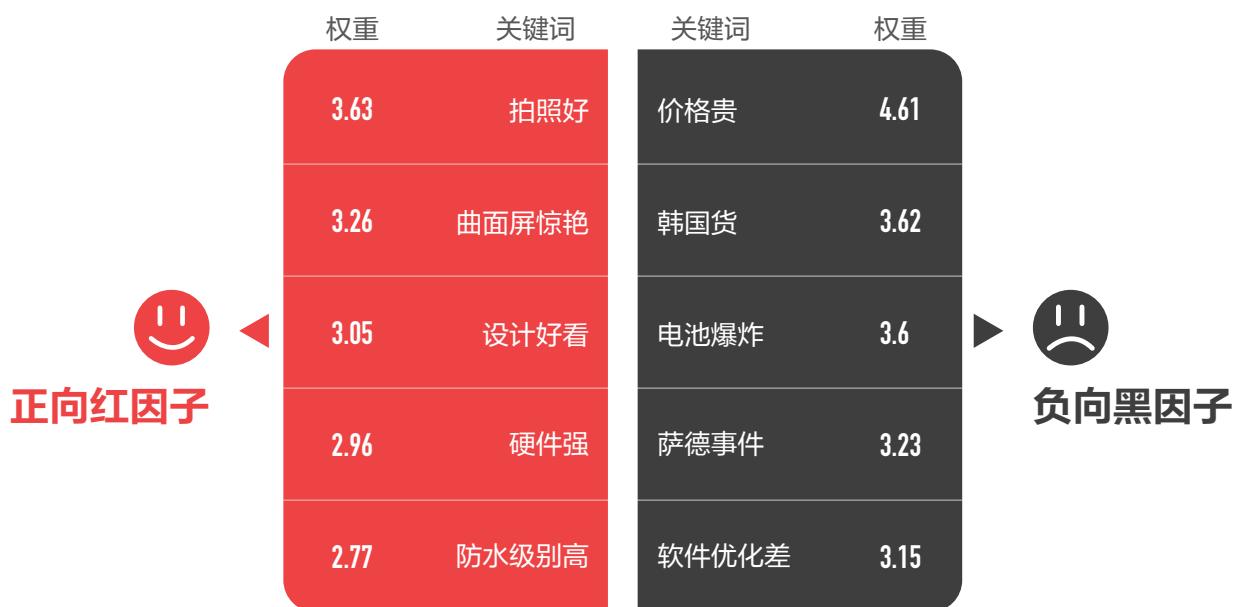
SAMSUNG

在Note7爆炸两年后、三星和中国消费者的关系依然没有出现重大改善。反而受“民族主义”的大环境影响，三星上半年正面评论比例垫底，网友对三星手机的负面情绪明显高于其他品牌。而且网友对三星的负面评价，都跟产品本身关系不大。



*正面评论比例=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，情感倾向正面的数量占比。

三星头条资讯评论



*热词权重=在某品牌的相关资讯评论区下，明确提及某品牌的评论中，某关键词对于评论的重要程度。重要程度由关键词词频、关键词的区分能力、关键词与其他词的语义聚合程度等三个指标决定。

02 / CHAPTER TWO.

主流手机品牌用户口碑调研

I 用户满意度最高的品牌TOP5

硬件的好坏可以通过测评得出，但手机整机的体验优劣却是消费者冷暖自知的。

因此头条指数向18年上半年发布过新品手机的9个品牌44款新品机型在头条平台上的实际使用用户，投放了满意度调查问卷，测量消费者使用体验的满意程度，并在回收数据阶段对各品牌不同价位段的机型以及受访用户年龄、性别、城市等不同属性进行了配平，尽可能的保证样本接近市场总体情况。并以此得出了各品牌、各机型的消费者满意度。

满意度满分为十分，下同。

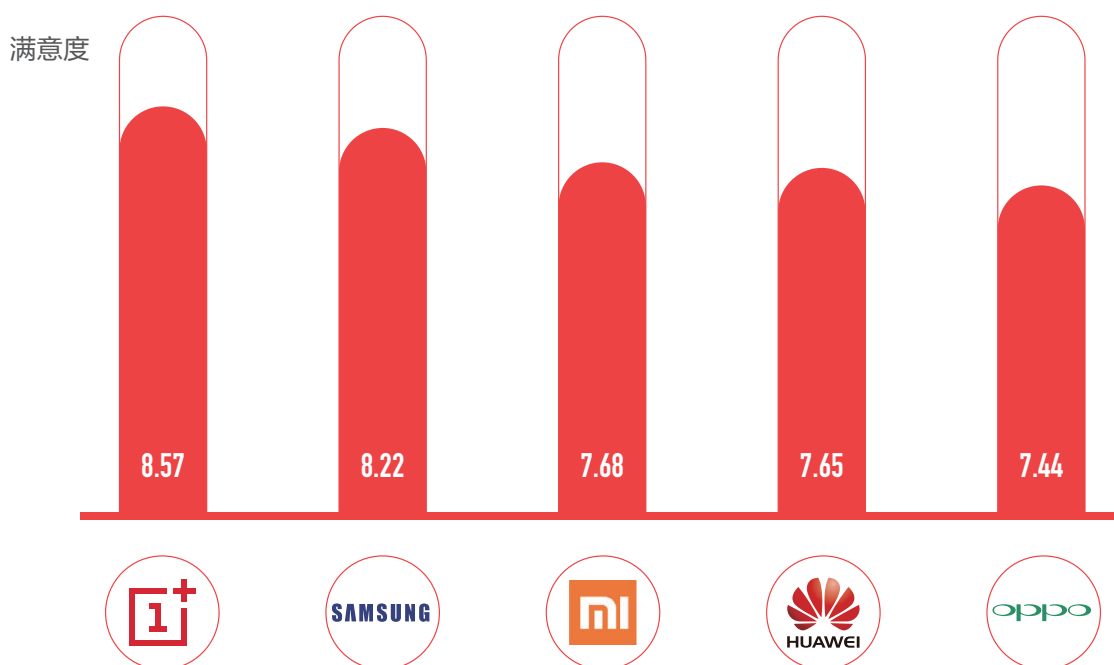
从消费者满意度调查情况来看：

●一加满意度最高。一加只发布旗舰机型的做法，保证了用户可以获得相对高水准且统一的使用体验。而其他品牌低端机型的消费者满意度普遍拉低了整个品牌的满意度。

●除一加外，“华米O”三强，在高中低端均有产品布局的情况下，在消费者满意度上也保持了较高水准，领先于其他品牌。

●三星的用户满意度排名第二，这跟白皮书第一部分中三星网络舆情正面评论比例垫底形成了鲜明对比。三星凭借供应链端的巨大优势，依然可以生产出优质的产品，并且保持较高水平的用户体验，但正如负面评论大多跟产品无关一样，三星高水平的产品并不能拯救三星的惨淡的市场。

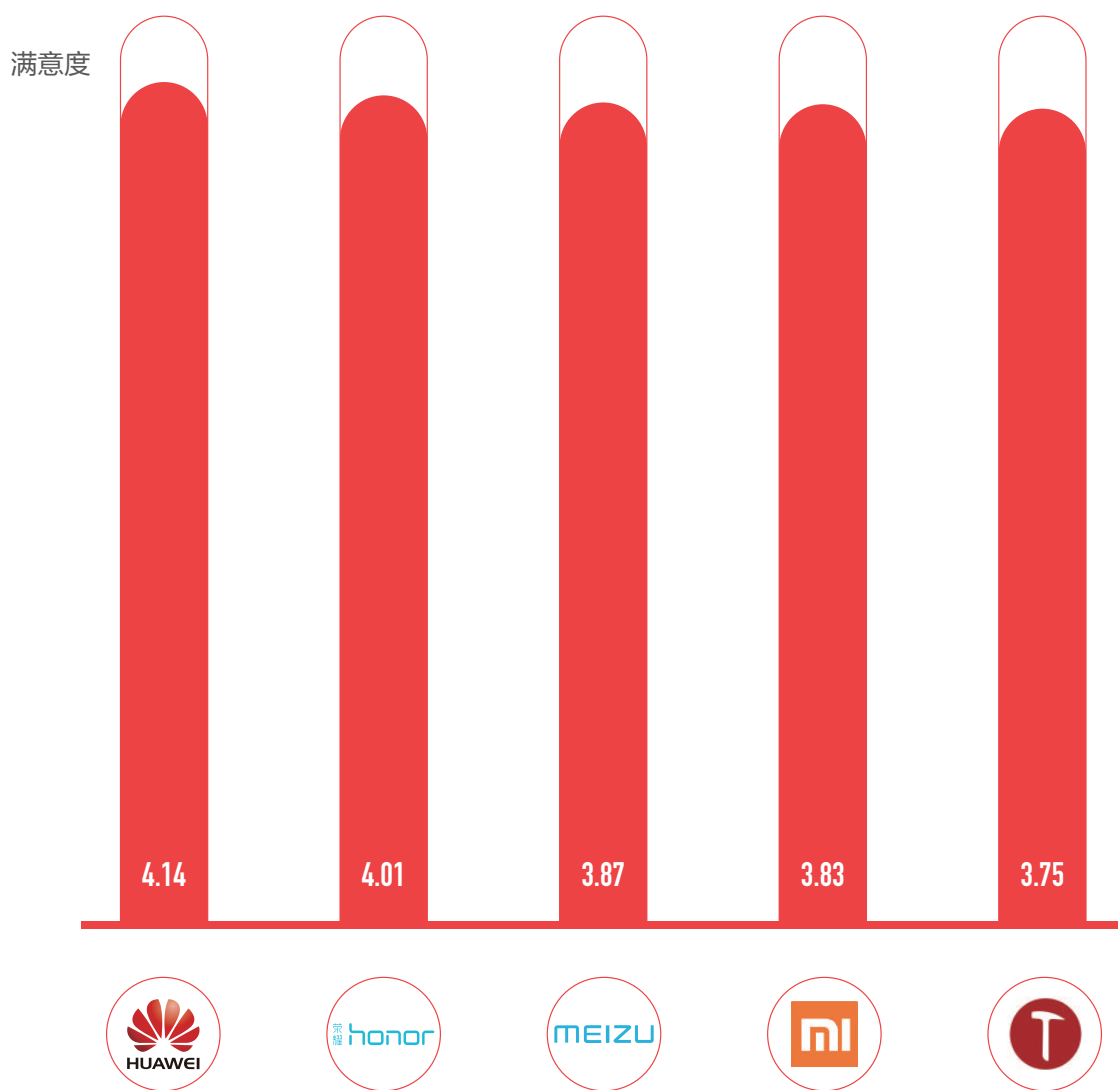
各品牌用户满意度



*满意度=某品牌用户对该手机整体使用体验的满意度打分（10分为满分）。

京东用户好评度最高的品牌TOP5

京东手机甄选了18年上半年发布过新品手机的16个品牌68款新品机型，消费者在订单完成后的售后满意度评分11028385条，并以品牌维度汇总机型评分，并以此得出了各品牌上半年新品机型的消费者满意度。（满意度满分为5分）





*好评度=上半年京东平台某手机品牌新品售后评价平均分。好评度满分5分。

各品牌在京东购买评价中红黑因子



纵观消费者的评论，不乏有5星好评的消费者也在评论里中肯地讨论产品的设计问题和缺陷，也有1星差评的消费者提出产品不可抹杀的优点。

因此，京东手机根据18年上半年发布过新品手机的品牌，筛选消费者的售后评价内容进行分词，并以品牌维度汇总了与手机性能、价格与配置相关的评价词频，得出了各品牌上半年新品机型的红黑因子。

荣耀京东购买评论

 正向红因子	词频	评价热词	评价热词	词频	 负向黑因子
	14090	外观好看	发热	457	
	10312	价格实在	卡顿	281	
	4178	功能强	触摸屏不灵敏	140	
	2203	大品牌	内存	131	
	1786	人脸识别快	烫手	75	

vivo京东购买评论

 正向红因子	词频	评价热词	评价热词	词频	 负向黑因子
	6973	屏幕指纹好	图像被拉伸	409	
	5579	指纹解锁快	系统优化不好	283	
	4382	拍照强	充电慢	202	
	2058	外观漂亮	玩游戏卡	134	
	979	颜色好看	内存不实	126	



华为京东购买评论


正向红因子

词频	评价热词
14164	拍照效果佳
6050	手感好
6031	外观好看
3608	国货
1311	指纹解锁快

评价热词	词频
触屏不灵敏	174
电池出问题	165
发热	121
系统不流畅	117
卡顿	84


负向黑因子



OPPO京东购买评论

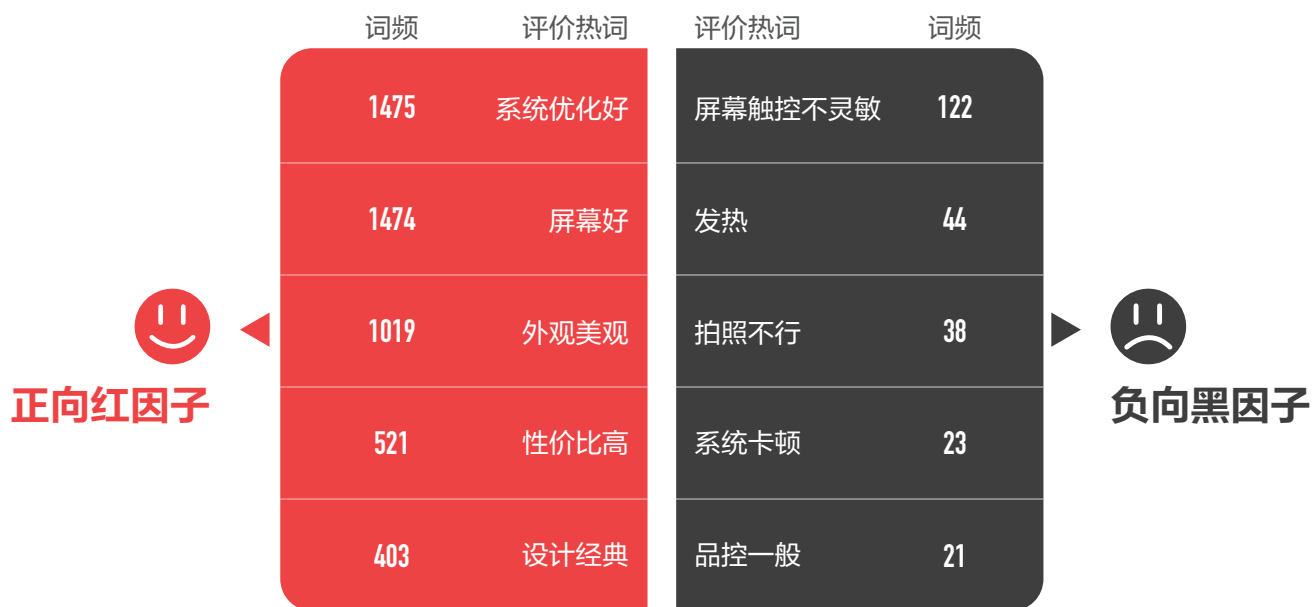

正向红因子

词频	评价热词
3241	拍照好看
2899	外观漂亮
1525	颜色好看
810	充电快
764	像素高

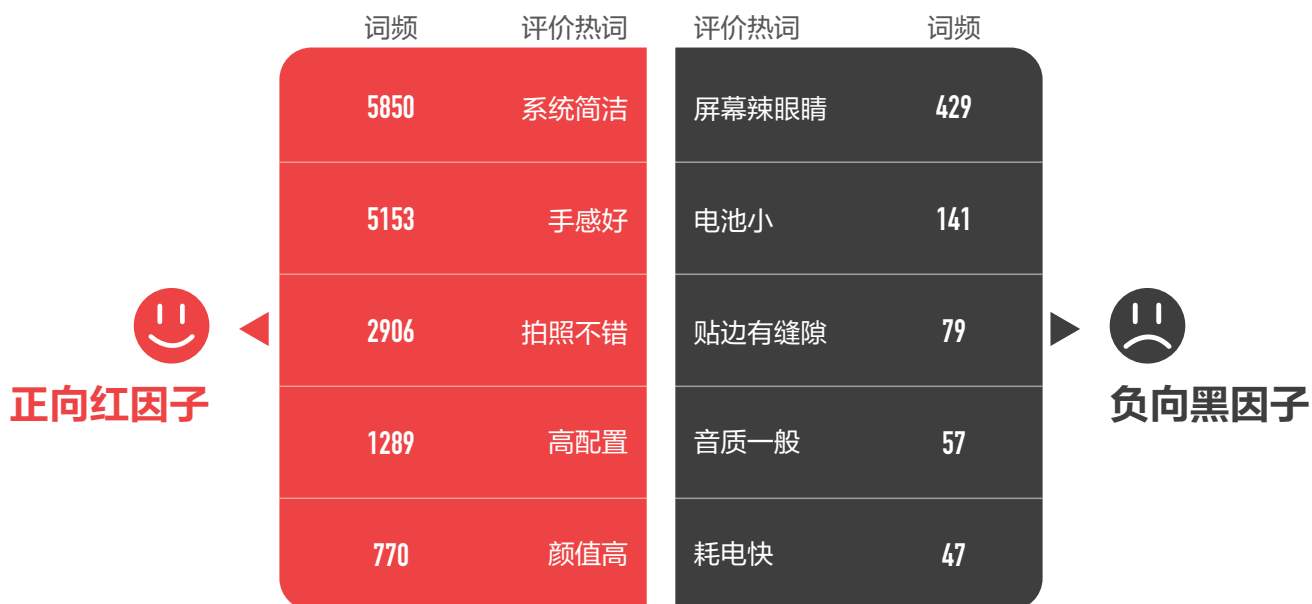
评价热词	词频
玩游戏卡	78
视频模糊	70
电池容量一般	62
系统不流畅	45
发热	34


负向黑因子

MEIZU 魅族京东购买评论



一加京东购买评论





苹果京东购买评论


正向红因子

词频	评价热词
1169	红色好看
1043	速度快
815	设计好看
353	系统流畅
251	拍照效果好

评价热词	词频
售后一般	33
价格贵	21
系统变卡	13
发热	8
声音小	7


负向黑因子



小米京东购买评论


正向红因子

词频	评价热词
21502	性价比高
17434	拍照好
10787	系统好用
6416	外观好看
6264	质量好

评价热词	词频
抢购	938
电池耗电快	548
卡顿	273
发热严重	267
耗电	201


负向黑因子



锤子京东购买评论


正向红因子

词频	评价热词
4121	系统好用
3112	外观好看
2051	屏占比高
1602	支持老罗
1072	设计美观

评价热词	词频
屏幕质量一般	448
充电	207
摄像头磨花	199
发热	96
边缘触控失灵	88


负向黑因子

SAMSUNG

三星京东购买评论


正向红因子

词频	评价热词
2810	曲面屏惊艳
1866	手感好
1494	颜值高
502	拍照效果好
490	无线充电方便

评价热词	词频
屏幕缝隙大	118
电池不好	44
续航一般	25
软件优化差	21
发热	19


负向黑因子

头条用户机型满意度排行榜（按价位段分）

硬件的好坏可以通过测评得出，但手机整机的体验优劣却是消费者冷暖自知的。

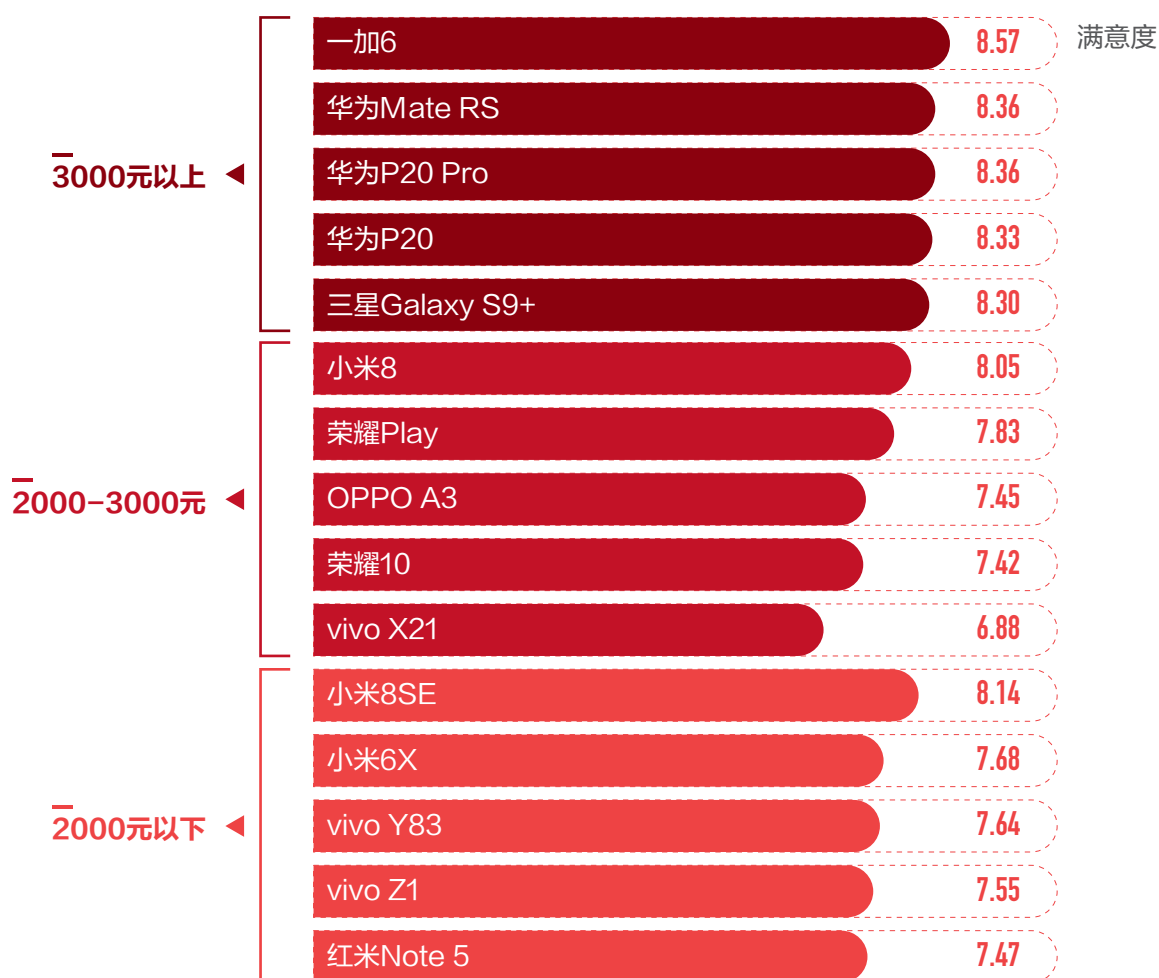
因此头条指数向18年上半年发布过新品手机的9个品牌44款新品机型在头条平台上的实际使用用户，投放了满意度调查问卷，测量消费者使用体验的满意程度，并在回收数据阶段对各品牌不同价位段的机型以及受访用户年龄、性别、城市等不同属性进行了配平，尽可能的保证样本接近市场总体情况。

满意度调查结果显示：

●在2000元以下的“入门机”市场，价格“厚道”、配置“良心”的小米机型满意度较高，前五名占据三席。而vivo刚推出的vivo Z1一经发布，也收获了消费者颇多好评。

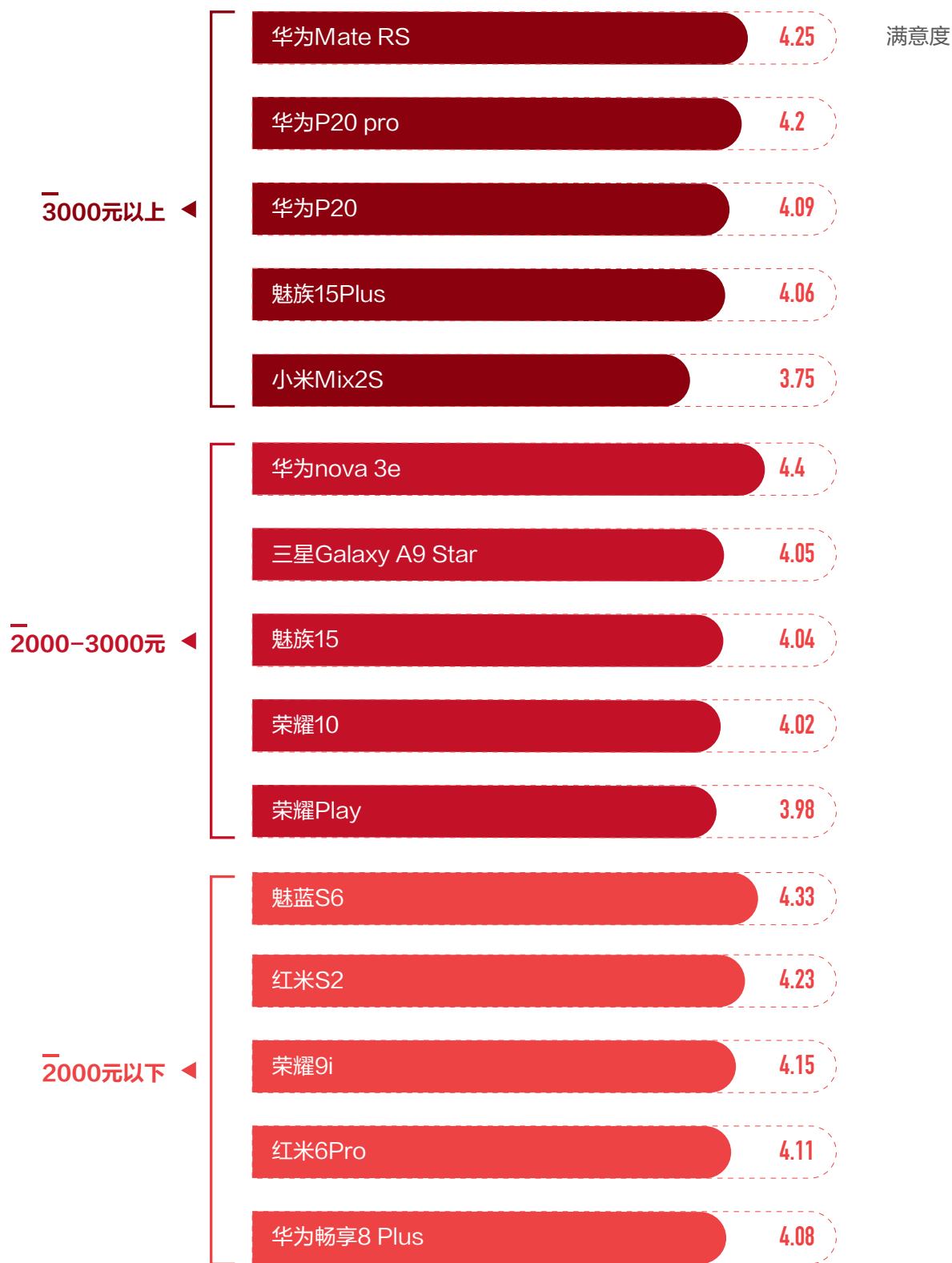
●在2000-3000元的中端机型市场中，小米8满意度最高，而荣耀的整体满意度更高，前五名中占据两席。

●在3000元以上的高端市场，一加6满意度最高。华为的三款机型紧随其后，华为在高端市场已经建立起品牌效应和规模效应，在高端市场站稳了脚跟，并受到了消费者的广泛认可。



*满意度=某品牌机型用户对该手机拍照性能的满意度打分（10分为满分）。

京东机型好评度排行榜（按价位段分）



*好评度=上半年京东平台某手机品牌新品售后评价平均分。好评度满分5分。

机型拍照性能满意度排行榜

除整体的使用满意度之外，头条指数还对机型单项功能的满意程度，对18年上半年发布的44款新品机型的实际使用用户，进行了问卷调查。满意度满分10分。

此处拍照性能指拍照效果是否满意、对焦速度是不是快、场景识别是否准确、夜间拍摄是否清晰等。

满意度调查显示，搭载徕卡三摄的华为P20 Pro是拍照性能满意度最高的机型。



*满意度=某品牌机型用户对该手机拍照性能的满意度打分（10分为满分）。

机型游戏性能满意度排行榜

除整体的使用满意度之外，头条指数还对机型单项功能的满意程度，对18年上半年发布的44款新品机型的实际使用用户，进行了问卷调查。满意度满分10分。

此处游戏性能指游戏过程中对手机的整体体验是否满意、游戏过程中是否存在掉帧、卡顿、发烫、耗电过快等不良现象。

满意度调查显示，搭载骁龙845处理器并对50余款热门游戏进行了特别优化的一加6是游戏性能满意度最高的机型。



*满意度=某品牌机型用户对该手机拍照性能的满意度打分（10分为满分）。

机型安全性能满意度排行榜

除整体的使用满意度之外，头条指数还对机型单项功能的满意程度，对18年上半年发布的44款新品机型的实际使用用户，进行了问卷调查。满意度满分10分。

此处安全性能指对手机的整体安全体验是否满意、是否存在偷跑流量、应用自启、隐私泄露等不良现象，满意度调查显示，配备了Samsung Knox的三星GALAXY S9+是安全性能满意度最高的机型。



*满意度=某品牌机型用户对该手机拍照性能的满意度打分（10分为满分）。

机型系统流畅性满意度排行榜

除整体的使用满意度之外，头条指数还对机型单项功能的满意程度，对18年上半年发布的44款新品机型的实际使用用户，进行了问卷调查。满意度满分10分。

此处系统流畅性指手机OS/Rom的整体体验是否满意、滑动屏幕是否存在延时、系统运行是否卡顿、应用启动速度是否快速等。

满意度调查显示，搭载了基于Android8.1开发的氢OS的一加6是系统流畅性满意度最高的机型。



*满意度=某品牌机型用户对该手机拍照性能的满意度打分（10分为满分）。

数据统计说明

时间统计区间：2018年1月1日-2018年6月30日

网络舆情的数据样本：

基于18年上半年今日头条手机类资讯中用户产生的8388845条评论。评论数据均来源于字节跳动系产品的数据分析和共享平台——头条指数。

网络舆情正负面、红黑因子的判定标准：

用户评论的正负向由字节跳动AI Lab和Data部门共同研发的情感分析算法判定，判定后头条指数将正面、负面评论分别进行切词和词频权重分析，以此得出红黑因子。

用户口碑的数据样本：

●选取18年上半年发布过新机的9个品牌的44款机型，对这44款机型的实际使用用户进行了问卷投放，其中有8款机型问卷回收数未达到样本分析的最低标准，因此未纳入到满意度的分析、排行中。共计回收有效问卷6万份，并按照各品牌机型价位段的不同、受访用户年龄、性别、地域等属性的不同，依照头条全平台整体情况进行了配平。

●京东18年上半年销售的68款新品机型所产生的1028385条用户售后主动评分及评论。按照品牌汇总评分，并筛选消费者的售后评价内容进行分词，挑选并呈现与手机性能、价格与配置相关的评价词频。

关于我们

本报告由手机算数进行数据采集分析和深度研究完成，手机算数是头条指数在垂直领域的探索和尝试。售后评分及评论部分的数据由京东手机提供。

头条指数是字节跳动系产品的数据共享、分析平台，致力于依托字节跳动全系产品海量用户每天数以百亿次级的资讯阅读和视频播放行为产生的数据，测量每一条信息的传播力，描绘每一个用户更精准的画像，洞悉用户行为下更深层的动机。

未经允许，不得对本报告进行改造和加工。如有转载或引用，需及时与我们联系并注明出处【手机算数】。

- ✉ 邮箱：datadance@bytedance.com
- 📍 地址：北京市海淀区北三环西路43号中航广场1号楼
- 👤 研究人员：徐志宏、张汉卿、杨若玉



手机算数头条号



手机算数微信公众号