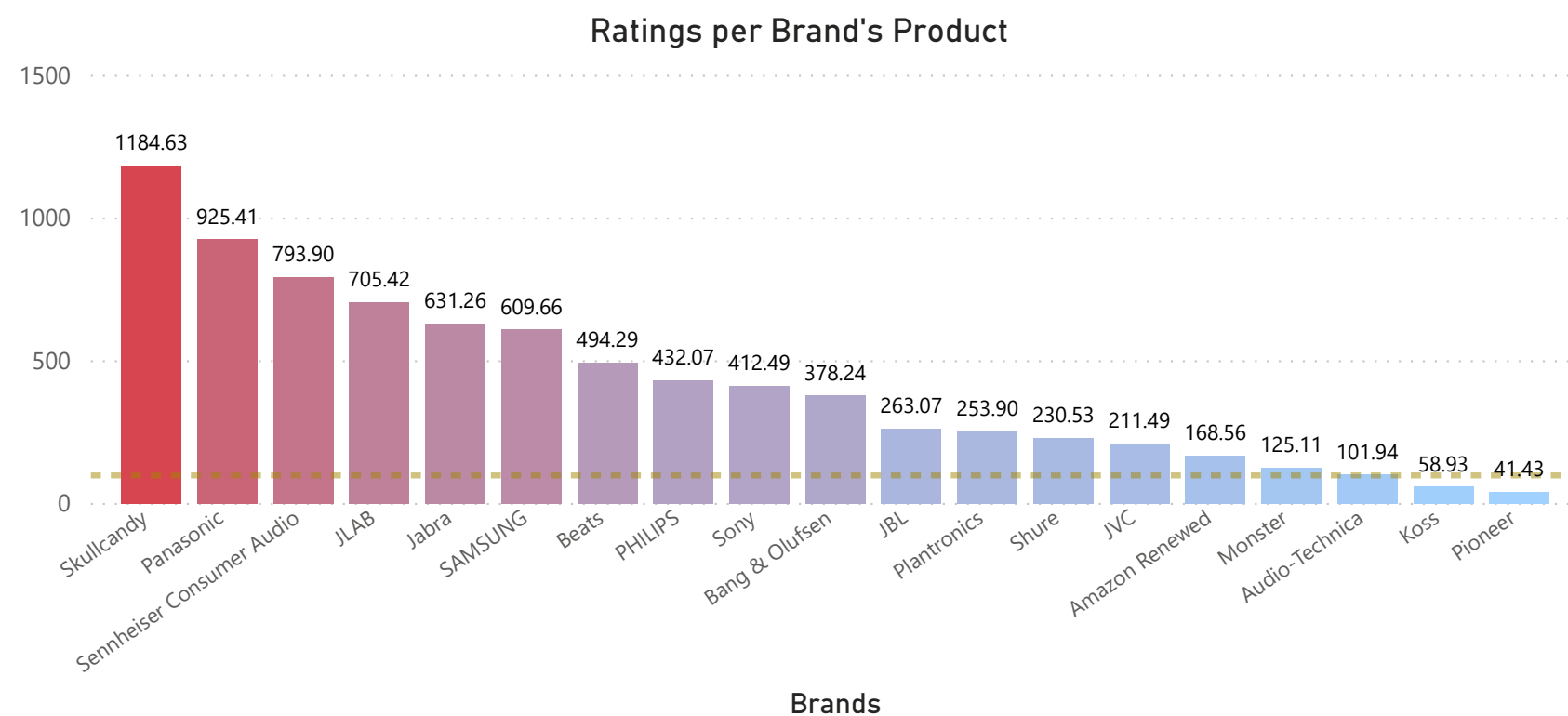
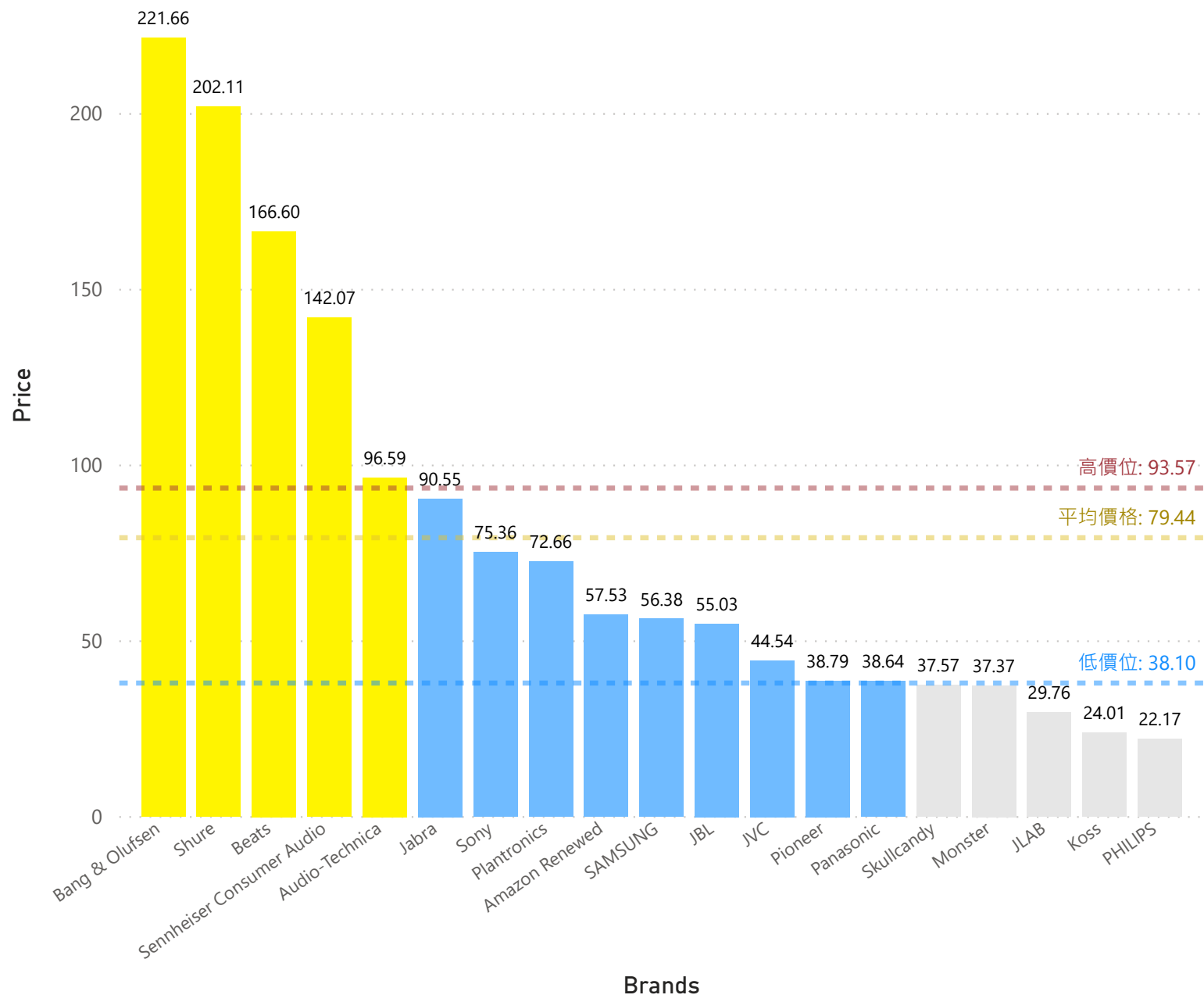


- 可以看出商家們並沒有明顯的星級差距。
- 平均星級為3.83，客觀地來看，3.83還算一個不錯的成績，但還是可以有進步的地方。可以在之後的分析中探討。
- 值得提出的是Beats有著比平均高出0.7的成績，也可以在之後探討其原因。
- 依照75%跟25%百分位，可以將商家們分成上、中、下三個區間:
Beats,SAMSUNG,Skullcandy,Sennheiser Consumer Audio,Amazon Renewed
Shure,JLAB,Sony,JVC,Pioneer,JBL,Panasonic,Monster,Audio-Technica
Bang & Olufsen,PHILIPS,Plantronics,Koss,Jabra
可以在之後研究為何上段區間較好，而下段區間較差。



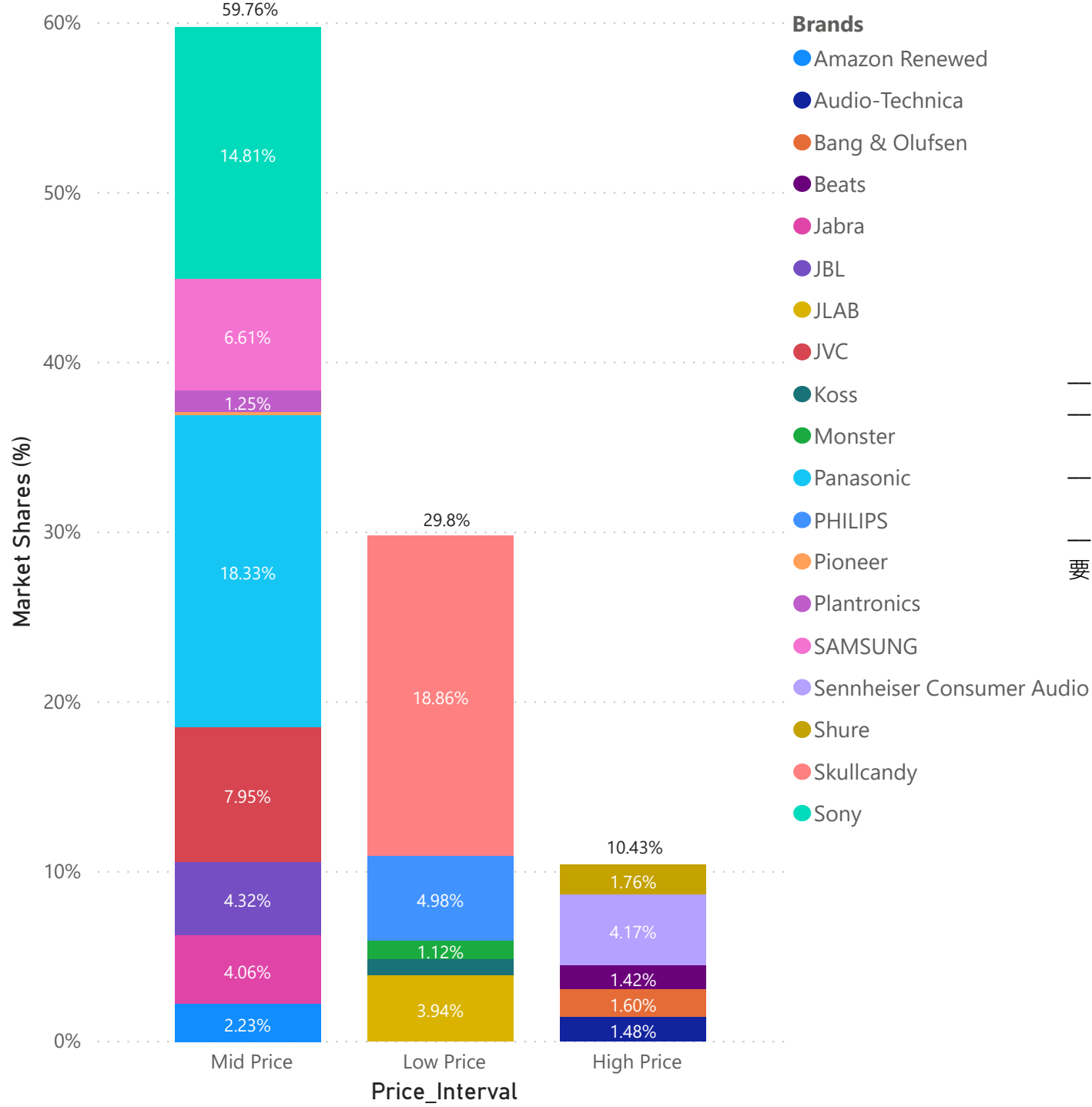
- 有些商家產品較多，所以評論數加總也會較多(會有失平衡)
所以決定用商家的平均每個產品有多少評論來做分析數據
- 平均為423個
- 認為至少每個產品要有100個評論數據才算是有可信度
- 可以看出Koss跟Pioneer的星級評分可能就沒那麼可信
而且koss在評論數少的情況下，還得到較低星級，實際上可能更差

Avg. Price of Brands



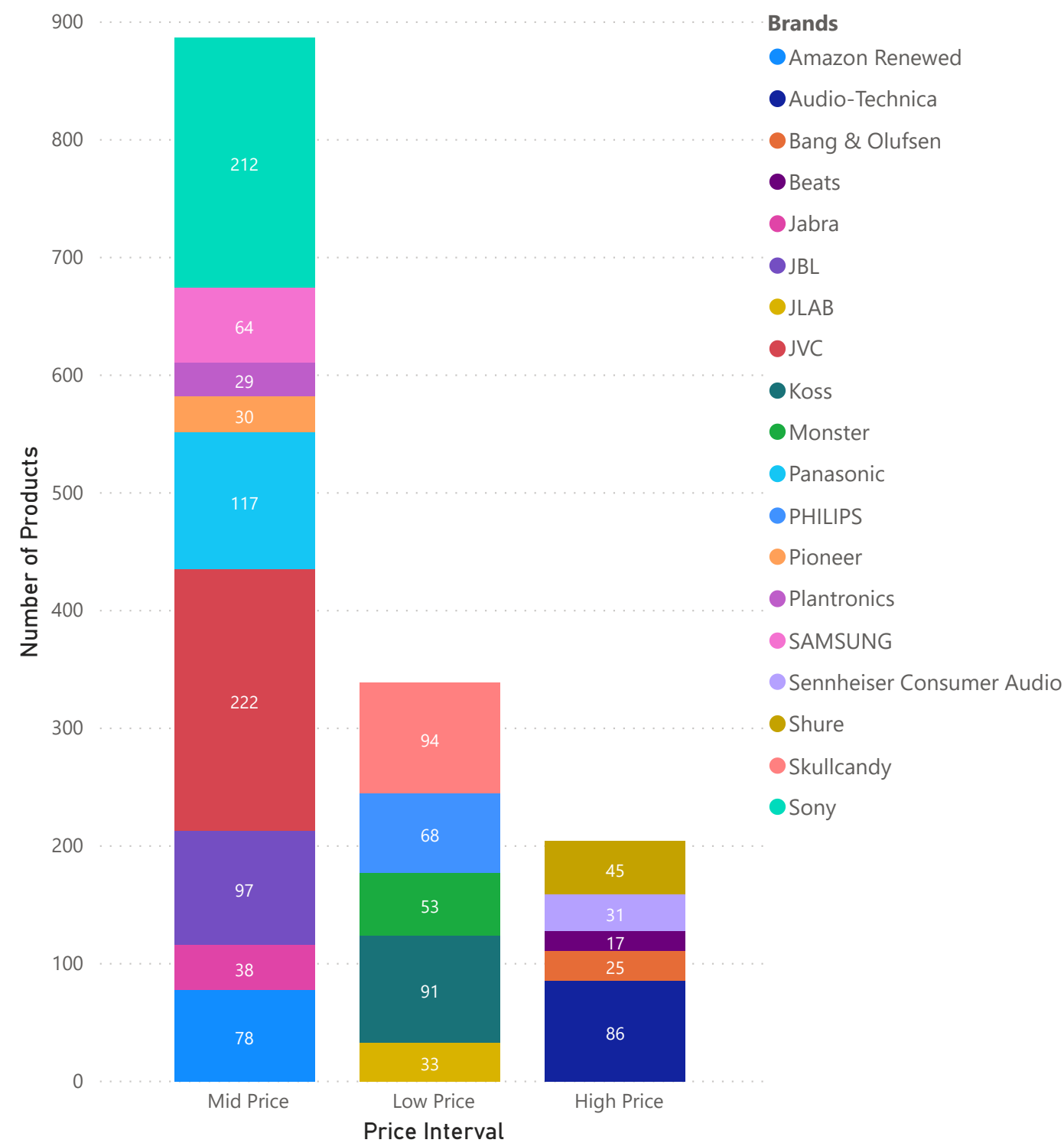
- 耳機的平均市場價格為:79.44
- 可以看出來各個廠商都有各自想瞄準的族群
 - 低於 38.1元為低市場價格
 - 高於93.56元為高市場價格
- 高端市場 : Bang & Olufsen, Shure, Beats, Sennheiser Consumer Audio, Audio-Technica
- 中端市場: Jabra, Sony, Plantronics, Amazon Renewed, SAMSUNG, JBL, JVC, Pioneer, Panasonic
- 低端市場: Skullcandy, Monster, JLAB ,Koss, PHILIPS
- 可以按照其所在市場並依照各自星級給予排名
 - 高端 : Beats > Sennheiser Consumer Audio > Shure > Audio-Technia > Bang & Olufsen
 - 平價 : SAMSUNG > Amazon Renewed > Sony > JVC > Pioneer > JBL > Panasonic > Plantronics > Jabra
 - 低價 : Skullcandy > JLAB > Monster > PHILIPS > Koss

Price-Interval Market Shares



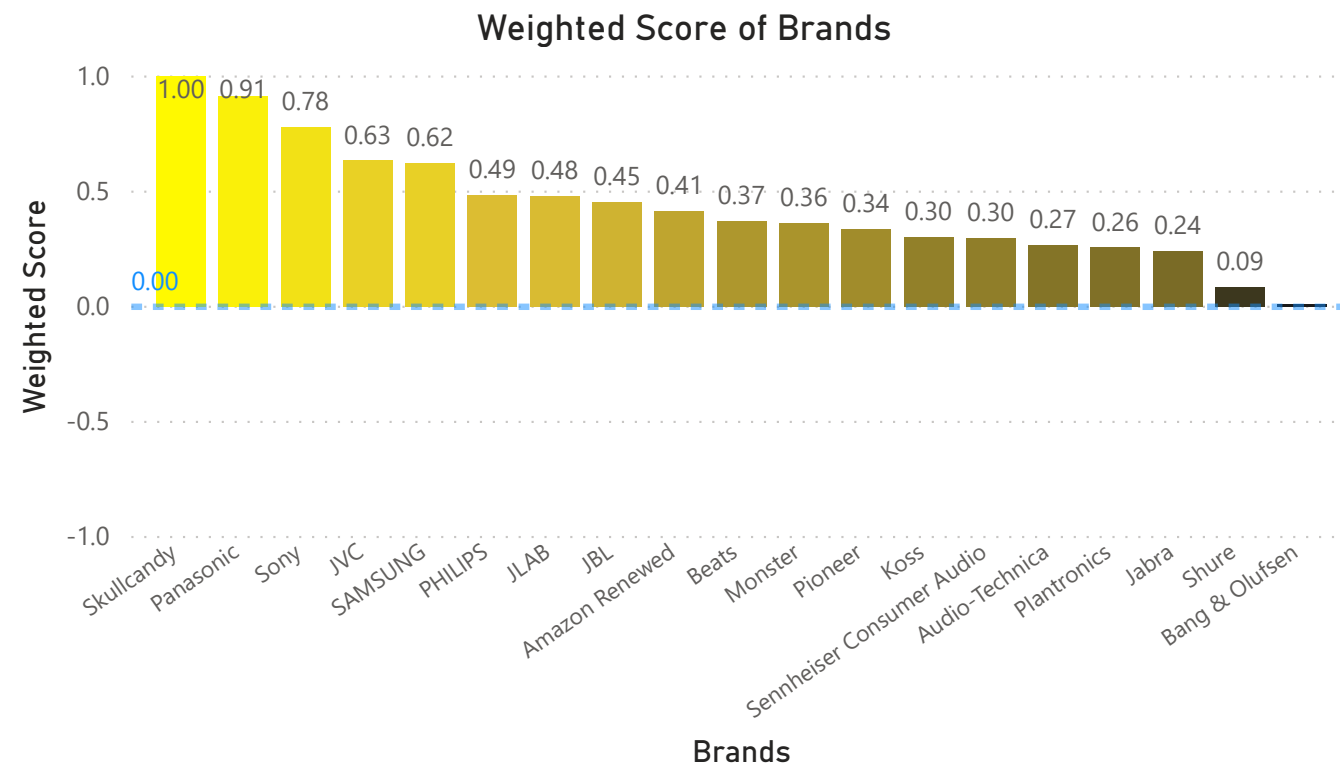
- Amazon的Ratings是需要經過購買才能填的，因此推斷ratings與銷售量成正比
- 可以看出市占率高的基本上都是中價位，可以說明大部份消費者並不喜歡高價位，但是也不輕易接受低價位產品，因為一分錢一分貨
- 值得提出的是SkullCandy。可以看出他們的薄利多銷策略挺成功的(處於低價位但卻擁有高市佔率)
- 也可以看出高價位的廠商們只佔了10%的市場份額，說明高價位不是以銷售量為主要目標，而是以價格為目標

Number of Products per Brand

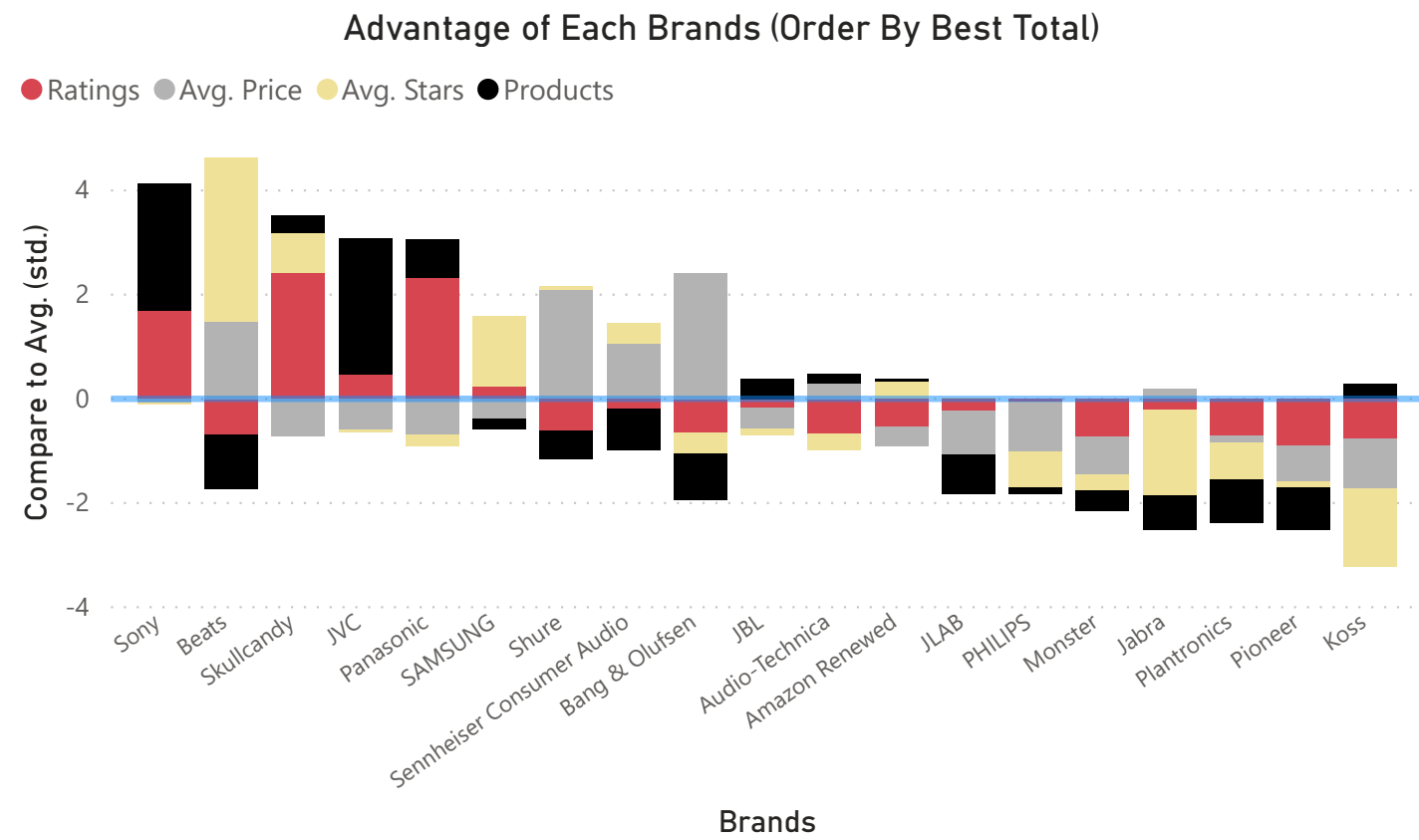


— 可以看出高價位的廠商走的可能是主打精緻性及獨特性的產品，這也就是為甚麼他們的產品數量都較少。

— 值得提出的是Audio-Technica。在高價位中卻有許多的產品數量，但是星級評分跟市占率都不高，意味著Audio-Tehnica 的個別產品賣的都不多，對於消費者來說可能是較冷門的選擇。



- 給各項目進行加權，來的到一個加權分:
- 有人買最重要 -> 市占率 越高越好 45%
- 價格必定有影響 -> 30%
- 從上面的分析可以看出Stars 有點vague，但依舊是個不可或缺的指標 20%
- 商品數量，月多產品意味著越多選擇性(但不能代表一切，因為主打市場不一定一樣) -> 5%



- 可以透過這張圖去看出各個商家的優劣勢
- 計算方式為各商家的數據去跟總商家的平均去做比較

Reviews



- 從評論的留言來看，消費者最注重的為音質、電池持久性、舒適性、和CP值
- 也可以看出扣分的點為故障率
- 至於功能的話：
Noise Cancellation、無線、音量控制

Brands Price-Stars Scatter Plot

