

用户反馈（关键词）分析报告

报告生成于: 2025-05-30 18:51:04

分析目标

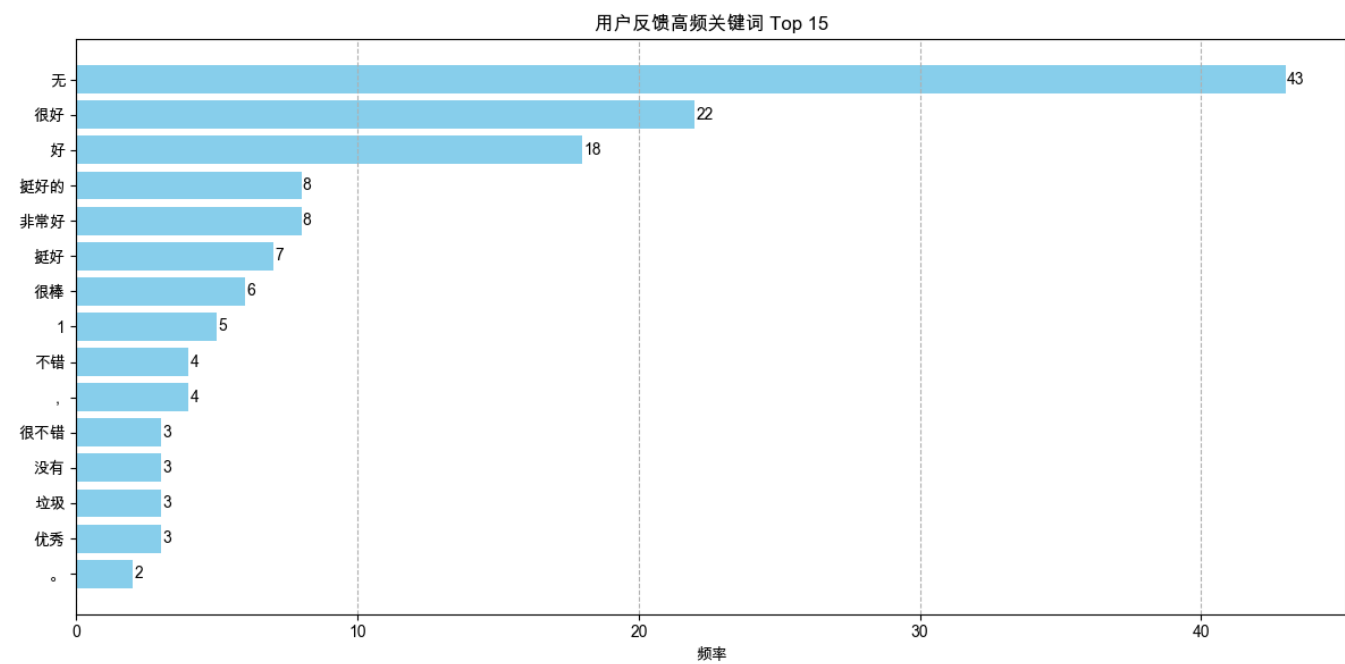
本报告分析来自"用户评价"列的主观用户反馈文本：

- 高频关键词：** 用户反馈中出现频率最高的 15 个词语（基础清洗后）。**重要提示：** 对于中文文本，当前使用简单的空格进行分词。为获得更准确的中文关键词，建议使用专业的中文分词库（如jieba）。
- 特定负面关键词提及：** 预定义负面关键词的提及次数。当前监控列表为: 不合理, 太难, 无聊, 加载慢, 卡顿, 闪退, 没声音, bug, 错误, 不流畅, 不满意, 差, 不好, 问题, 没用, 垃圾

数据来源

- 输入数据文件: `filtered_online_data.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/filtered_data/filtered_online_data.xlsx`)
- 文本分析基于 `用户评价` 列。

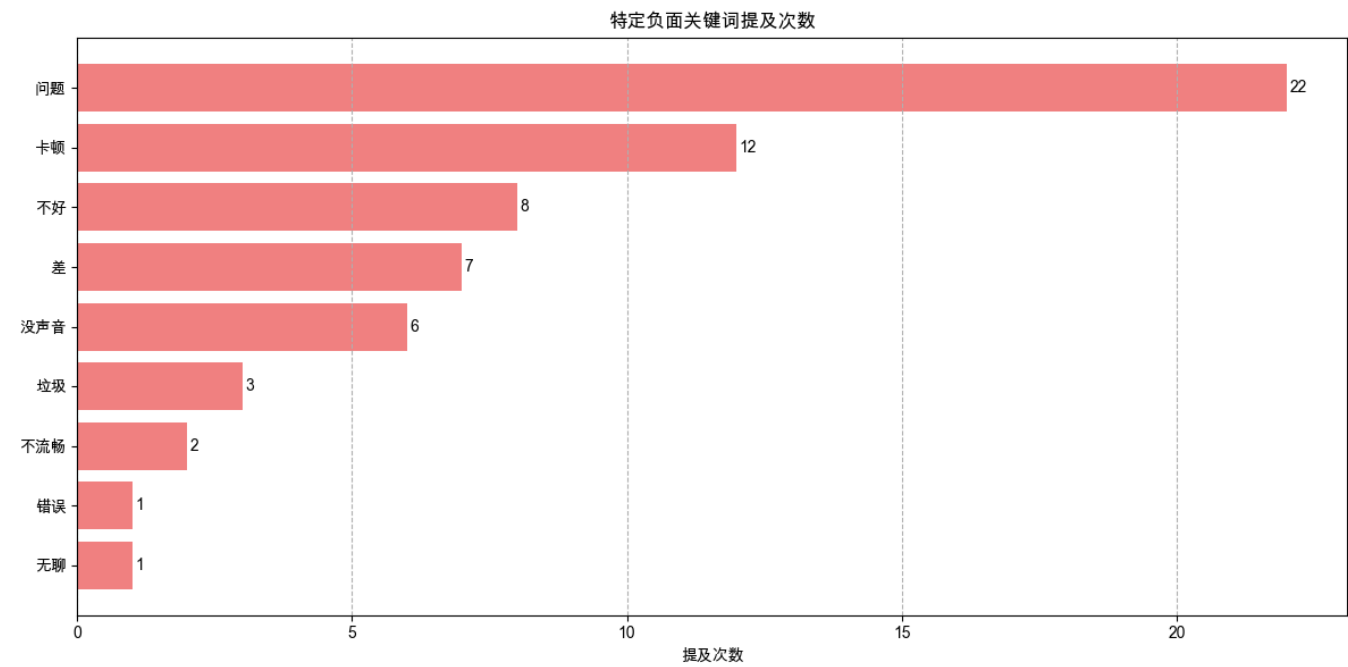
用户反馈中的高频关键词



关键词	频率
无	43
很好	22
好	18
非常好	8

关键词	频率
挺好的	8
挺好	7
很棒	6
1	5
,	4
不错	4
优秀	3
垃圾	3
没有	3
很不错	3
。	2

特定负面关键词的提及次数



关键词	提及次数
问题	22
卡顿	12
不好	8
差	7
没声音	6

关键词	提及次数
垃圾	3
不流畅	2
无聊	1
错误	1
不合理	0
太难	0
加载慢	0
闪退	0
bug	0
不满意	0
没用	0

输出文件

- 高频关键词数据: `high_frequency_keywords.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_keywords_analysis/high_frequency_keywords.xlsx`)
- 负面关键词提及数据: `negative_keywords_mentions.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_keywords_analysis/negative_keywords_mentions.xlsx`)
- 本报告: `user_feedback_keywords_report.md` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_keywords_analysis/user_feedback_keywords_report.md`)

深度分析

1. 核心洞察：主观反馈质量低，但仍透露关键问题

- **无效反馈占主导:** 高频关键词分析显示，绝大多数用户反馈是"无"、"很好"、"好"等无信息量的词语。这表明用户普遍没有提供有价值的主观反馈，当前的反馈机制未能有效激发用户表达。
- **原始分词方法的局限性:** 报告中明确指出中文分词方式过于简单，导致"垃圾"、"问题"等关键词被单独统计，而未能形成有意义的词组（如"垃圾体验"、"产品问题"），这限制了我们深入理解用户意图。

2. 从噪音中提取信号：定位核心负面反馈

尽管反馈质量不高，但负面关键词的提及次数仍然为我们指明了方向，印证了"用户体验与技术性能"分析维度的必要性。

- **首要问题：技术性能:**
 - "问题" (22次)、"卡顿" (12次)、"没声音" (6次) 是提及最多的具体负面反馈。这表明，在内容和设计之外，产品的技术稳定性和性能是当前用户体验的主要痛点。

- **内容体验的负面信号:**

- "不好" (8次)、"差" (7次)、"垃圾" (3次)、"无聊" (1次) 等词汇虽然频次不高，但直接表达了用户对体验的不满。这些反馈需要结合剧本ID进行关联分析，才能找到具体是哪个环节出了问题。

3. 策略建议

- **行动优先级：解决技术问题:**

- **成立技术排查小组:** 应立即将"卡顿"、"没声音"等技术问题反馈给技术团队，并根据用户ID和对话时间 (conv_id, start_time) 追溯具体场景，定位并修复问题。这是提升用户体验最直接、最有效的切入点。

- **改进反馈分析方法:**

- **引入专业分词工具:** 必须替换掉当前简陋的分词方法，采用如 **jieba** 等专业的中文分词库，并结合自定义词典（例如，将产品术语、剧本名称加入词典）重新进行关键词分析，以获得更准确的洞察。
- **进行情感分析与主题建模:** 仅看关键词是不够的。下一步应引入情感分析模型，自动判断每条评论的正面、负面或中性倾向，并使用主题建模（如LDA）等技术，从大量评论中自动归纳出用户反馈的核心主题（如"价格异议"、"功能建议"、"BUG报告"等）。

- **关联分析，精准定位:**

- 将包含负面关键词的反馈与其对应的 **剧本名称 (challenge_id)**、**失败率**、**通关轮次** 等数据进行交叉分析。例如，我们可以筛选出提及"太难"或"不合理"的反馈，看看它们主要集中在哪些高失败率的剧本上，从而为内容优化提供直接证据。这是"人工介入与深度分析流程"的关键一步。