



基于文本挖掘的不同购物网站商品评论一致性研究

施国良, 石桥峰

河海大学商学院 南京 211100

Shi Guoliang, Shi Qiaofeng

Business School, Hohai University, Nanjing 211100, China

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

Download: PDF (1KB) [HTML \(1KB\)](#) Export: BibTeX or EndNote (RIS) Supporting Info

摘要 基于文本挖掘的理论,提出不同购物网站商品评论对比分析的方法,对不同购物网站同一商品评论是否一致进行研究。首先对商品单个特征的评论进行对比分析,然后衍生到商品的整体特征对比。研究发现,不同购物网站对同一商品的评论并不完全一致,这种不一致主要体现在商品特征上面,这说明商品评论会因为购物网站的不同而有所差异。

关键词: 商品评论 购物网站 文本挖掘

Abstract: Based on the theory of text mining, this paper puts forward a contrast method of product reviews in different shopping websites, and makes analysis on whether the product reviews from different shopping websites are consistent. Firstly, this paper analyses the reviews of product feature one by one. Then, it makes contrast analysis from one product feature to total product features. The study discovers that the reviews of the same product from different shopping websites are not completely consistent, and this inconsistency mainly reflects in product features, which means product reviews will be different due to different shopping websites.

Keywords: Product reviews, Shopping websites, Text mining

收稿日期: 2011-06-13;

基金资助:

本文系教育部人文社会科学基金项目“组织间关系对软件外包联盟拓展市场能力的影响研究”(项目编号:10yjc630085)、江苏省教育厅哲学社会科学基金重点项目“企业国际化发展中技术平台战略选择研究”(项目编号:09SJD630003)和“211工程”三期重点学科建设项目(技术经济与管理)的研究成果之一。

引用本文:

施国良, 石桥峰. 基于文本挖掘的不同购物网站商品评论一致性研究[J]. 现代图书情报技术, 2011, V27(12): 64-68

Shi Guoliang, Shi Qiaofeng. Text Mining-based Consistency of Product Reviews in Different Shopping Websites[J], 2011, V27(12): 64-68

链接本文:

<http://www.infotech.ac.cn/CN/> 或 <http://www.infotech.ac.cn/CN/Y2011/V27/I12/64>

Service

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ Email Alert
- ▶ RSS

作者相关文章

- ▶ 施国良
- ▶ 石桥峰

[1] 孔亮, 石磊, 孙伯, 等. Web评论主流观点提取及不同源数据的对比分析[J]. 计算机研究与发展, 2009, 46(Z1): 1-7.

[2] Li N, Wu D D. Using Text Mining and Sentiment Analysis for Online Forums Hotspot Detection and Forecast[J]. *Decision Support Systems*, 2010, 48(2): 354-368.

[3] 李培. 产品评论挖掘的观点抽取和分类技术研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2009.

[4] 沈陵峰. 网上产品评价的意见挖掘模型研究[D]. 合肥: 中国科学技术大学, 2010.

[5] 曹斌. 互联网上旅游评论的情感分析及其有用性研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2008.

[6] Tsai F S, Kwee A T. Database Optimization for Novelty Mining of Business Blogs[J]. *Expert Systems with Applications*, 2011, 38(9): 11040-11047.

[7] Chang C W, Lin C T, Wang L Q. Mining the Text Information to Optimizing the Customer Relationship Management[J]. *Expert Systems with Applications*, 2009, 36(2): 1433-1443.

[8] Drewes B. Some Industrial Applications of Text Mining[J]. *StudFuzz*, 2005, 185: 233-238.

- [9] Roussinov D, Zhao J L. Automatic Discovery of Similarity Relationships Through Web Mining[J]. *Decision Support Systems*, 2003, 35(1): 149-166. 
- [10] Thorleuchter D, Poel D V d, Prinzie A. Mining Ideas from Textual Information[J]. *Expert Systems with Applications*, 2010, 37(10): 7182-7188. 
- [11] Turney P, Littman M. Measuring Praise and Criticism: Inference of Semantic Orientation from Association[J]. *ACM Transactions on Information Systems*, 2003, 21(4): 315-346. 
- [12] Liu B, Hu M, Cheng J. Opinion Observer: Analyzing and Comparing Opinions on the Web[C]. In: *Proceedings of the 14th International World Wide Web Conference*. Now York: ACM Press, 2005: 324-351.
- [13] 钱杰. 网络评论观点的倾向性分析[D]. 杭州: 浙江工业大学, 2008.
- [14] 王琦, 唐世渭, 杨冬青, 等. 基于DOM的网页主题信息自动提取[J]. *计算机研究与发展*, 2004, 41(10): 1786-1792. 
- [15] 张海燕. 基于分词的中文文本自动分类研究与实现[D]. 长沙: 湖南大学, 2002.
- [16] 姚晓娜. BBS热点话题挖掘与观点分析[D]. 大连: 大连海事大学, 2008.
- [17] Hu M, Liu B. Mining Opinion Features in Customer Reviews[C]. In: *Proceedings of the 19th National Conference on Artificial Intelligence*. San Jose: AAAI, 2004: 755-760.
- [18] Riloff E, Wiebe J. Learning Extraction Patterns for Subjective Expressions[C]. In: *Proceedings of the 2003 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. PA, USA: ACLS, 2003: 105-112.
- [19] 娄德成. 基于 NLP 技术的中文网络评论观点抽取方法的研究[D]. 上海: 上海交通大学, 2007.
- [20] 娄德成, 姚天昉. 汉语句子语义极性分析和观点抽取方法的研究[J]. *计算机应用*, 2006, 26(11): 22-25.
- [21] Xu K, Liao S S, Li J, et al. Mining Comparative Opinions from Customer Reviews for Competitive Intelligence[J]. *Decision Support Systems*, 2010, 50(4): 743-754.
- [1] 余传明, 黄建秋, 郭飞. 从客户评论中识别命名实体——基于最大熵模型的实现[J]. *现代图书情报技术*, 2011, 27(5): 77-82
- [2] 章成志, 王惠临. 多语言文本聚类研究综述*[J]. *现代图书情报技术*, 2009, 25(6): 31-36
- [3] 章成志. 文本聚类结果描述研究综述*[J]. *现代图书情报技术*, 2009, 3(2): 1-8
- [4] 殷蜀梅, 张智雄, 吴振新. 一种从医学文本中实现自动关键词抽取和筛选的技术方法*[J]. *现代图书情报技术*, 2008, 24(8): 31-36
- [5] 崔雷, 刘伟, 闫雷, 张晗, 侯跃芳, 黄莹娜, 张浩. 文献数据库中书目信息共现挖掘系统的开发*[J]. *现代图书情报技术*, 2008, 24(8): 70-75
- [6] 王连军. Web文本挖掘浅析[J]. *现代图书情报技术*, 2002, 18(6): 38-40
- [7] 王艳. 数据挖掘在数字图书馆中的应用[J]. *现代图书情报技术*, 2002, 18(5): 8-10