

腾讯云数据分析智能体 快速入门



腾讯云

【 版权声明 】

©2013–2025 腾讯云版权所有

本文档（含所有文字、数据、图片等内容）完整的著作权归腾讯云计算（北京）有限责任公司单独所有，未经腾讯云事先明确书面许可，任何主体不得以任何形式复制、修改、使用、抄袭、传播本文档全部或部分内容。前述行为构成对腾讯云著作权的侵犯，腾讯云将依法采取措施追究法律责任。

【 商标声明 】



及其它腾讯云服务相关的商标均为腾讯云计算（北京）有限责任公司及其关联公司所有。本文档涉及的第三方主体的商标，依法由权利人所有。未经腾讯云及有关权利人书面许可，任何主体不得以任何方式对前述商标进行使用、复制、修改、传播、抄录等行为，否则将构成对腾讯云及有关权利人商标权的侵犯，腾讯云将依法采取措施追究法律责任。

【 服务声明 】

本文档意在向您介绍腾讯云全部或部分产品、服务的当时的相关概况，部分产品、服务的内容可能不时有所调整。您所购买的腾讯云产品、服务的种类、服务标准等应由您与腾讯云之间的商业合同约定，除非双方另有约定，否则，腾讯云对本文档内容不做任何明示或默示的承诺或保证。

【 联系我们 】

我们致力于为您提供个性化的售前购买咨询服务，及相应的技术售后服务，任何问题请联系 4009100100或 95716。

快速入门

最近更新时间：2025-09-03 11:14:32

简介

TCDataAgent 提供面向企业数据自主分析与洞察的智能体服务。您可以通过本文档快速体验产品功能。

前置条件

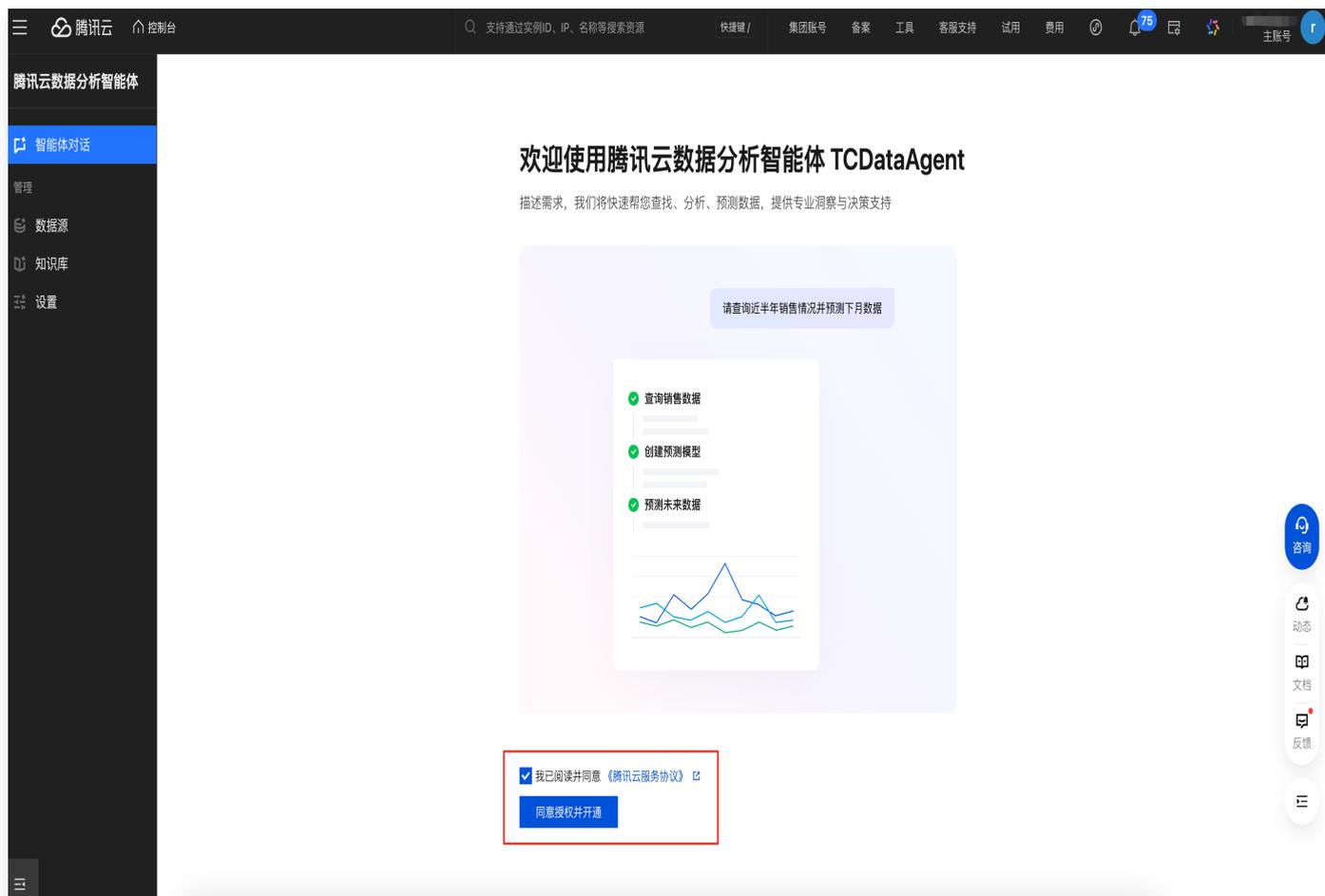
- 您已在腾讯云国内站 [注册账号](#) 并完成实名认证。
- 您已收到腾讯云数据分析智能体（以下简称 TCDataAgent）测试邀请。

说明：

腾讯云数据分析智能体（TCDataAgent）目前处于邀测中，邀测期间面向受邀用户开放免费使用。您可[加入邀测等待名单](#)，我们将尽快为您发送测试邀请。

Step1: 开通使用

- 登录 [TCDataAgent 控制台](#)，阅读《[腾讯云服务协议](#)》，单击[同意授权并开通](#)。



- 同意授权后，您可开始使用 TCDATAAgent。



Step 2: 使用样例知识库进行对话问答

- TCDATAAgent 内置了“UFO”官方知识库文档。

腾讯云数据分析智能体

智能体对话

管理

数据源

知识库

设置



TCDATAAGENT

让数据价值触手可及，助你 **实时 AI 搜索**

选择数据源 ▾ 选择库表 ▾

什么是UFO

你可以这样问我

根据近三年服装鞋帽产品每天的销售额情况，使用 Prophet 算法预测接下来一年该类产品的销售额



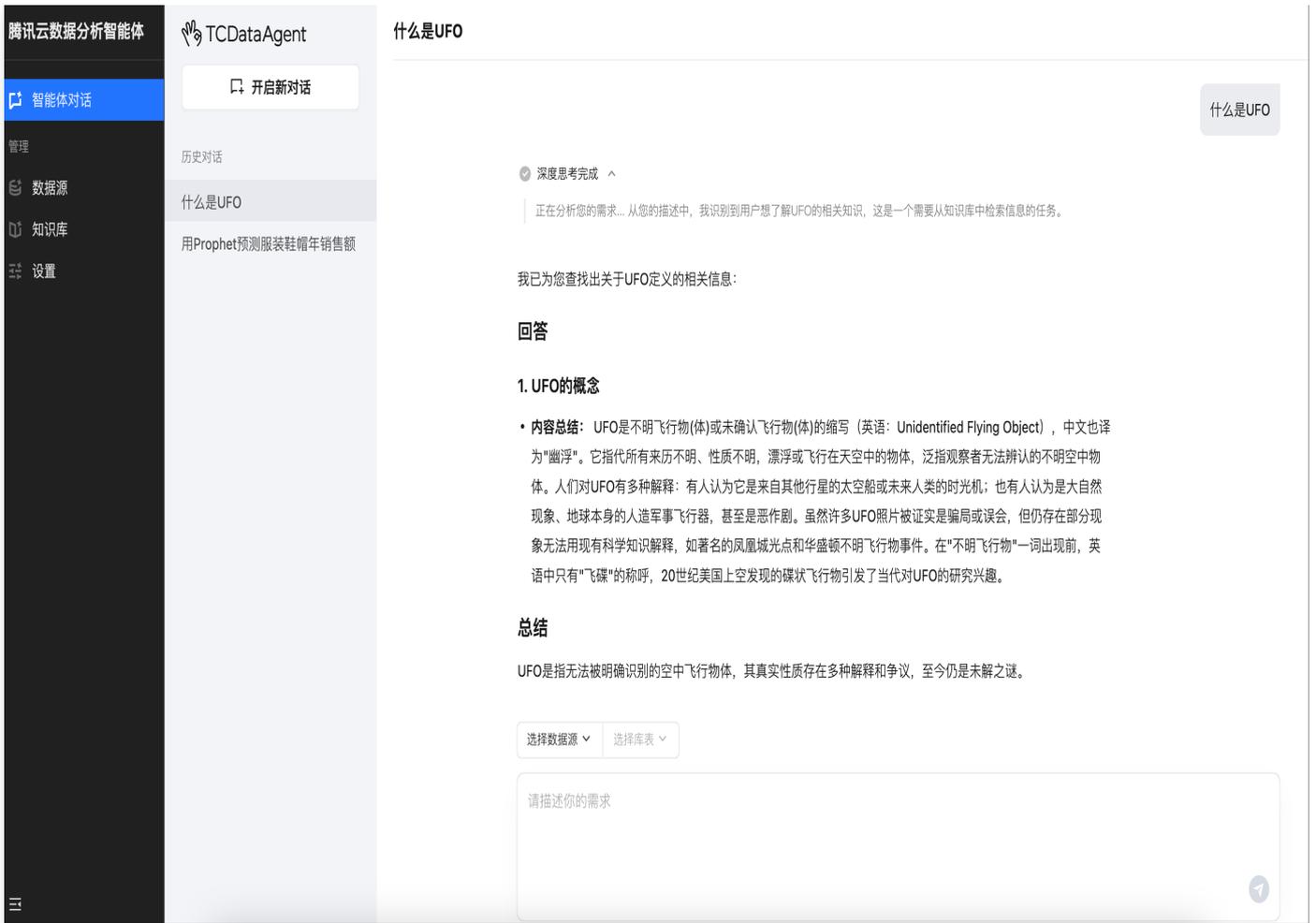
使用饼状图帮我分析一下各类产品的销量分布



25 年数码产品和家用电器销售额差值是多少

时间	数码产品 (万件)	家用电器 (万件)	差值 (万件)
全年	928.5	672.8	255.7
1月	31.2	18.6	12.6

- 您可以在对话框中简单搜索，体验知识库问答效果。



如您需添加自有文档进行对话问答，可参见操作指南 [知识库](#)、[对话问答](#)。

Step 3: 使用样例数据源进行数据库问答

- TCDATAAGENT 内置了官方样例数据源。您可以选择官方数据源体验数据库问答。



- 官方数据源中存在一个名为 `ecommerce_db` 的数据库, 包含 `products`、`orders`、`order_items`、`users` 表。



- 您可以基于官方数据源进行自由提问，选择部分或全部使用默认设置。

腾讯云数据分析智能体 TCDATAAgent

开启新对话

历史对话

什么是UFO

用Prophet预测服装鞋帽年销售额

官方数据源 products, orders, order_items, users

分析不同顾客的购买特点

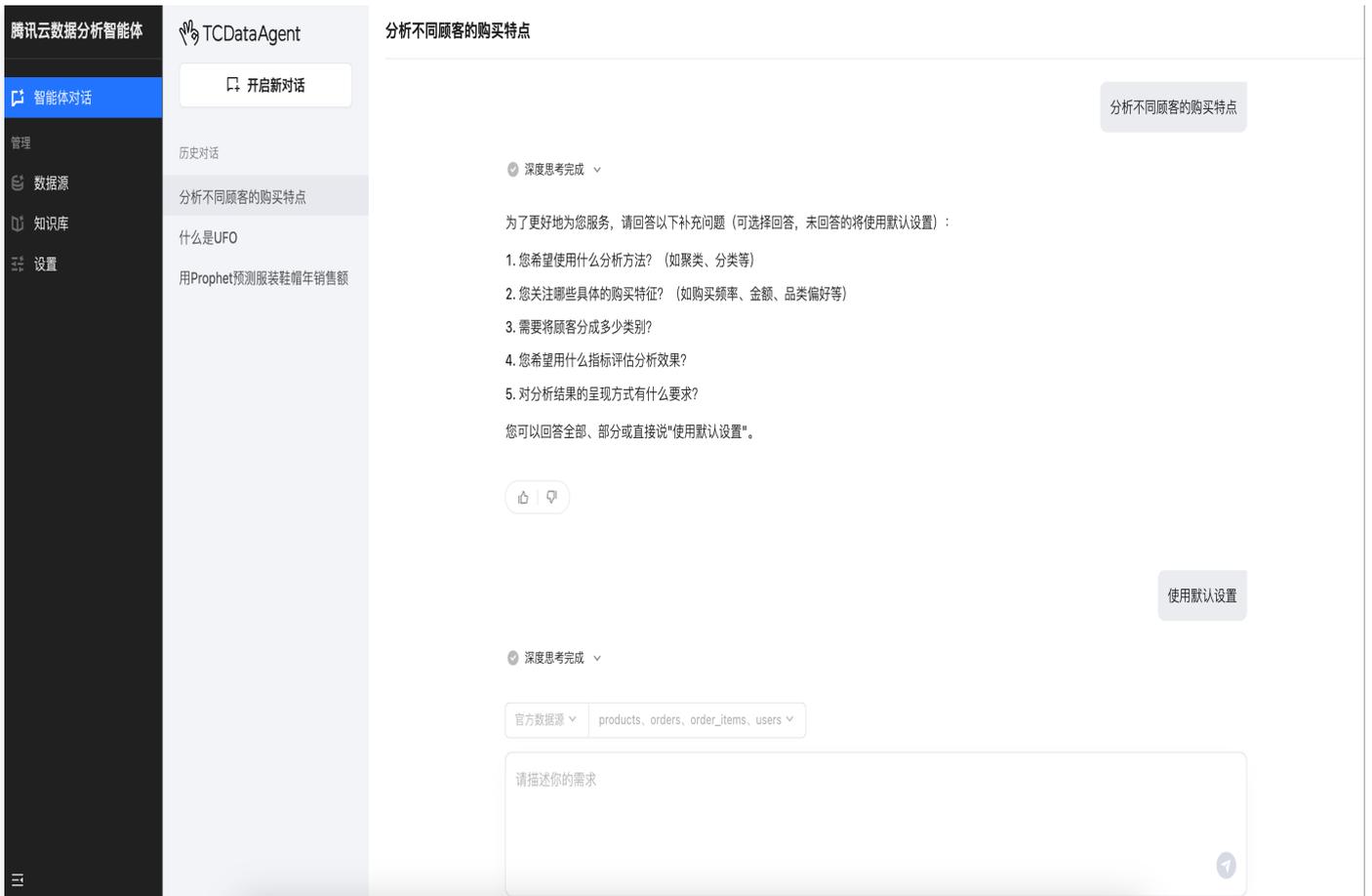
1

你可以这样问我

- 根据近三年服装鞋帽产品每天的销售额情况，使用 Prophet 算法预测接下来一年该类产品的销售额
- 使用饼状图帮我分析一下各类产品的销量分布
- 25 年数码产品和家用电器销售额差值是多少

时间	数码产品 (万件)	家用电器 (万件)	差值 (万件)
全年	928.5	672.8	255.7
1月	31.2	18.6	12.6

- 在本示例中，用户提问是“分析不同顾客的购买特点”，参数使用系统默认设置。



- 提问后, 首先会对用户提问进行解析, 识别用户意图并规划子任务。在本示例中, 第一个子任务是调用 SQL 工具加载数据, TCDDataAgent 此时自动进行 NL2SQL、运行 SQL 获取数据等操作。

腾讯云数据分析智能体

智能体对话

管理

数据源

知识库

设置

TCDDataAgent

开启新对话

历史对话

分析不同顾客的购买特点

什么是UFO

用Prophet预测服装鞋帽年销售额

分析不同顾客的购买特点

深度思考完成

为了更好地为您分析顾客购买特点，请回答以下补充问题（可选择回答，未回答的将使用默认设置）：

- 您有特定的分析方法偏好吗？（如聚类分析、关联规则挖掘等）
- 您关注哪些具体的购买特征？（如购买频率、金额、品类偏好等）
- 需要将顾客分成多少个群体进行分析？
- 您希望如何评估分析结果的有效性？
- 对分析结果的展示方式有什么要求？（如可视化图表、数据报告等）

您可以回答全部、部分或直接说“使用默认设置”。

使用默认设置

深度思考完成

好的，我将基于默认设置为您分析不同顾客的购买特点。

使用默认设置分析不同顾客的购买特点

- 数据加载
- 顾客特征分析
- 顾客分群可视化

官方数据源 products, orders, order_items, users

请描述你的需求

数据加载

问题解析

调用 SQL 工具

```
SELECT 'o'.user_id, 'p'.product_name, 'o'.order_date, 'o'.total_amount
FROM 'internal'.ecommerce_db.orders 'o'
JOIN 'internal'.ecommerce_db.order_items 'oi' ON 'o'.order_id = 'oi'.order_id
JOIN 'internal'.ecommerce_db.products 'p' ON 'oi'.product_id = 'p'.product_id
```

运行成功

	order_date	product_name	total_amount	user_id
0	2025-05-12	巧克力	489.64	89
1	2025-05-12	音乐专辑	489.64	89
2	2025-05-12	衬衫	27418.05	94
3	2025-05-12	高端电视机	27418.05	94
4	2025-05-13	鸡蛋	278.48	59

已成功生成SQL查询并加载顾客购买数据，包含顾客ID、购买商品、购买时间和金额等字段。

- 接着进行顾客特征分析。

腾讯云数据分析智能体

智能体对话

管理

数据源

知识库

设置

TCDATAgent

开启新对话

历史对话

分析不同顾客的购买特点

什么是UFO

用Prophet预测服装鞋帽年销售额

分析不同顾客的购买特点

分析不同顾客的购买特点

深度思考完成

为了更好地为您分析顾客购买特点，请回答以下补充问题（可选择回答，未回答的将使用默认设置）：

- 您有特定的分析方法偏好吗？（如聚类分析、关联规则挖掘等）
- 您关注哪些具体的购买特征？（如购买频率、金额、品类偏好等）
- 需要将顾客分成多少个群体进行分析？
- 您希望如何评估分析结果的有效性？
- 对分析结果的展示方式有什么要求？（如可视化图表、数据报告等）

您可以回答全部、部分或直接说“使用默认设置”。

使用默认设置

深度思考完成

好的，我将基于默认设置为您分析不同顾客的购买特点。

使用默认设置分析不同顾客的购买特点

- 数据加载
- 顾客特征分析
- 顾客分群可视化

官方数据源: products, orders, order_items, users

请描述你的需求

分析不同顾客的购买特点

2/3 X

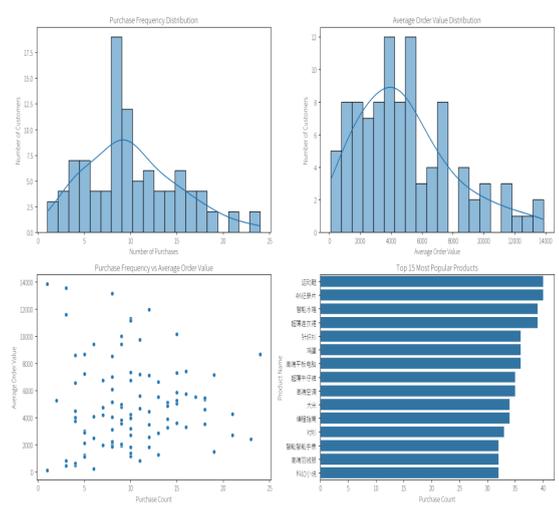
顾客特征分析

```

top_15_products = df['product_name'].value_counts().head(15)
sns.barplot(y=top_15_products.index, x=top_15_products.values)
plt.title('Top 15 Most Popular Products')
plt.xlabel('Purchase Count')
plt.ylabel('Product Name')

plt.tight_layout()
plt.show()
                    
```

运行成功



已成功分析顾客购买行为特征，包括购买频率、客单价和商品偏好等维度，并生成了相关可视化图表。

- 最后进行顾客分群、结果可视化、返回结论、生成洞察建议。

腾讯云数据分析智能体 TCDDataAgent

开启新对话

历史对话

分析不同顾客的购买特点

什么是UFO

用Prophet预测服装鞋帽年销售额

分析不同顾客的购买特点

2	4.39	1.50	2163.82	1643.83
3	16.84	3.02	4949.22	1716.29

主要发现

数据分析结果显示，订单数据包含5条记录，涉及巧克力、音乐专辑、衬衫等商品，单笔订单金额从278元到27418元不等。用户聚类分析识别出4个明显不同的顾客群体，各群体在购买频次和客单价上存在显著差异。

聚类特征显示，群体3购买频次最高（平均16.84次），客单价中等（4949元）；群体1虽然购买频次较低（7.87次），但客单价最高（9433元）；群体0和2分别表现为中等频次高客单价、低频次低客单价特征。数据无缺失值，数值型变量存在较大标准差，表明顾客消费行为差异明显。

洞察与建议

高价值客户群体1虽然购买频次不高，但贡献了最高客单价，建议针对该群体提供高端商品推荐和VIP服务。高频次群体3具有稳定消费习惯，适合开展会员积分和复购激励计划。可考虑优化商品组合策略，将高频次商品与高毛利商品进行捆绑销售。

短期可针对不同群体设计差异化营销活动，长期建议建立完善的客户分群运营体系，通过个性化推荐提升转化率。下一步应收集更多用户画像数据，完善聚类特征，并测试不同营销策略对各群体的效果差异。

帮我查询下销量超过 300 的产品信息 >

25 年数码产品和家用电器销售额差值是多少 >

请列出消费金额前十的客户，并给出他们的详细信息 >

官方数据源 products, orders, order_items, users

请描述你的需求

顾客分群可视化

cluster	purchase_count		avg_order_value	
	mean	std	mean	std
0	9.67	1.67	3311.00	1436.06
1	7.87	3.51	9433.85	2333.29
2	4.39	1.50	2163.82	1643.83
3	16.84	3.02	4949.22	1716.29

已成功基于顾客购买行为特征（购买频率、客单价）对顾客进行分群，并通过可视化展示了分群结果。同时，分析了每个分群的特征，包括购买频率和客单价的均值和标准差。

如您需添加自有数据源进行对话问答，可参见操作指南 [数据源](#)、[对话问答](#)。