

# 智慧地铁族

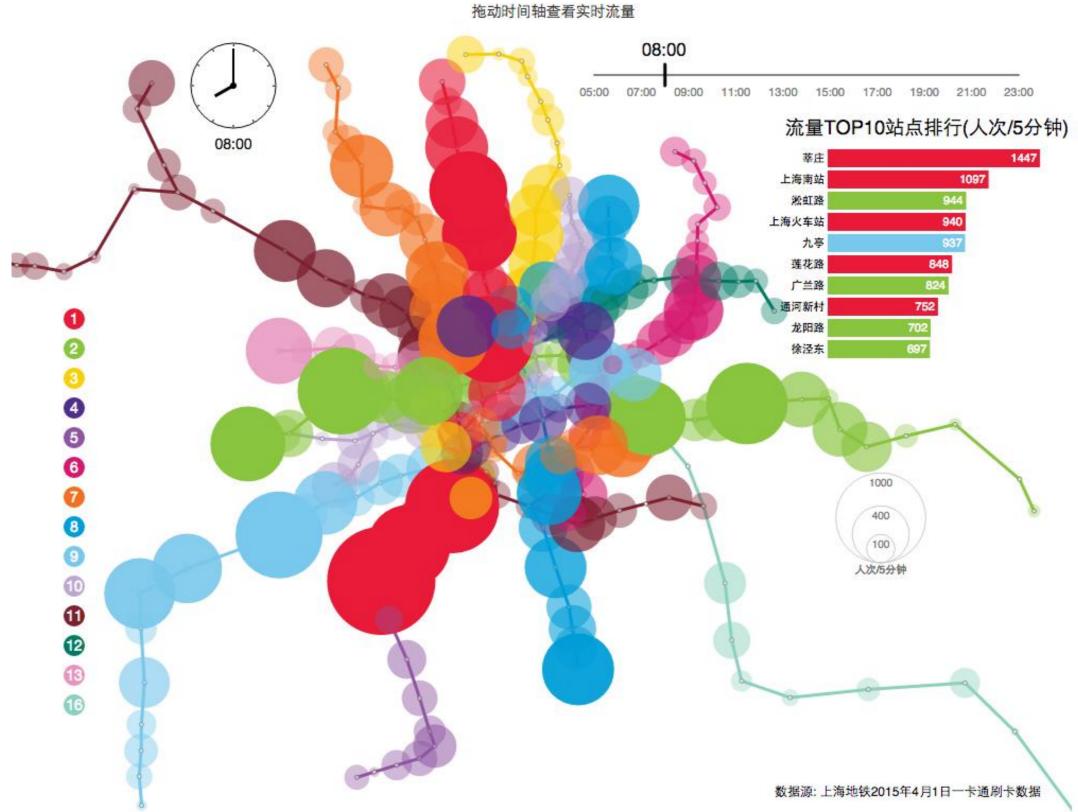
# 地铁族的哲思

- 他们从哪里来?
- 他们到哪里去?
- 他们是谁?



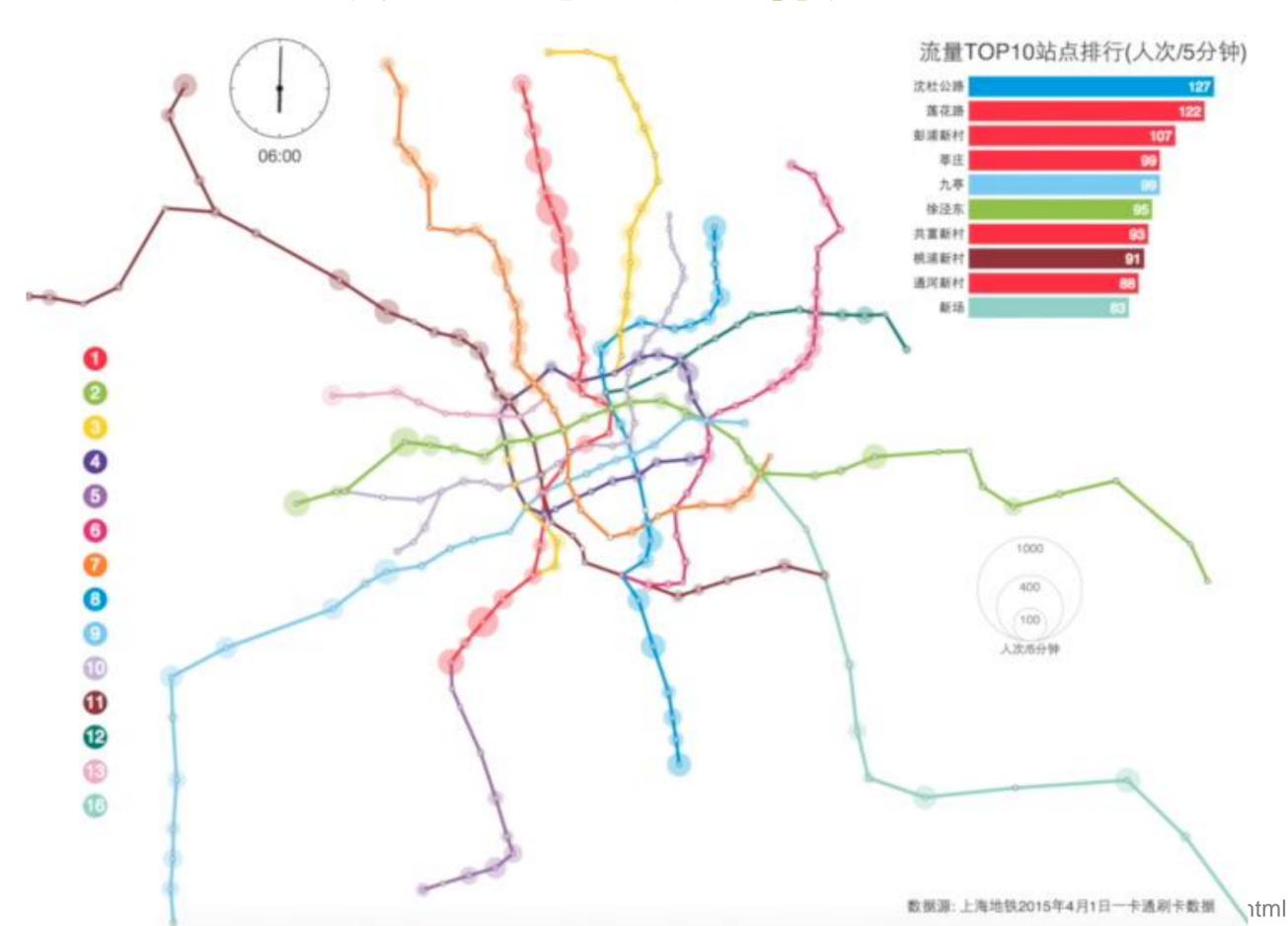
#### 可视化示例

#### 上海地铁系统进站流量图

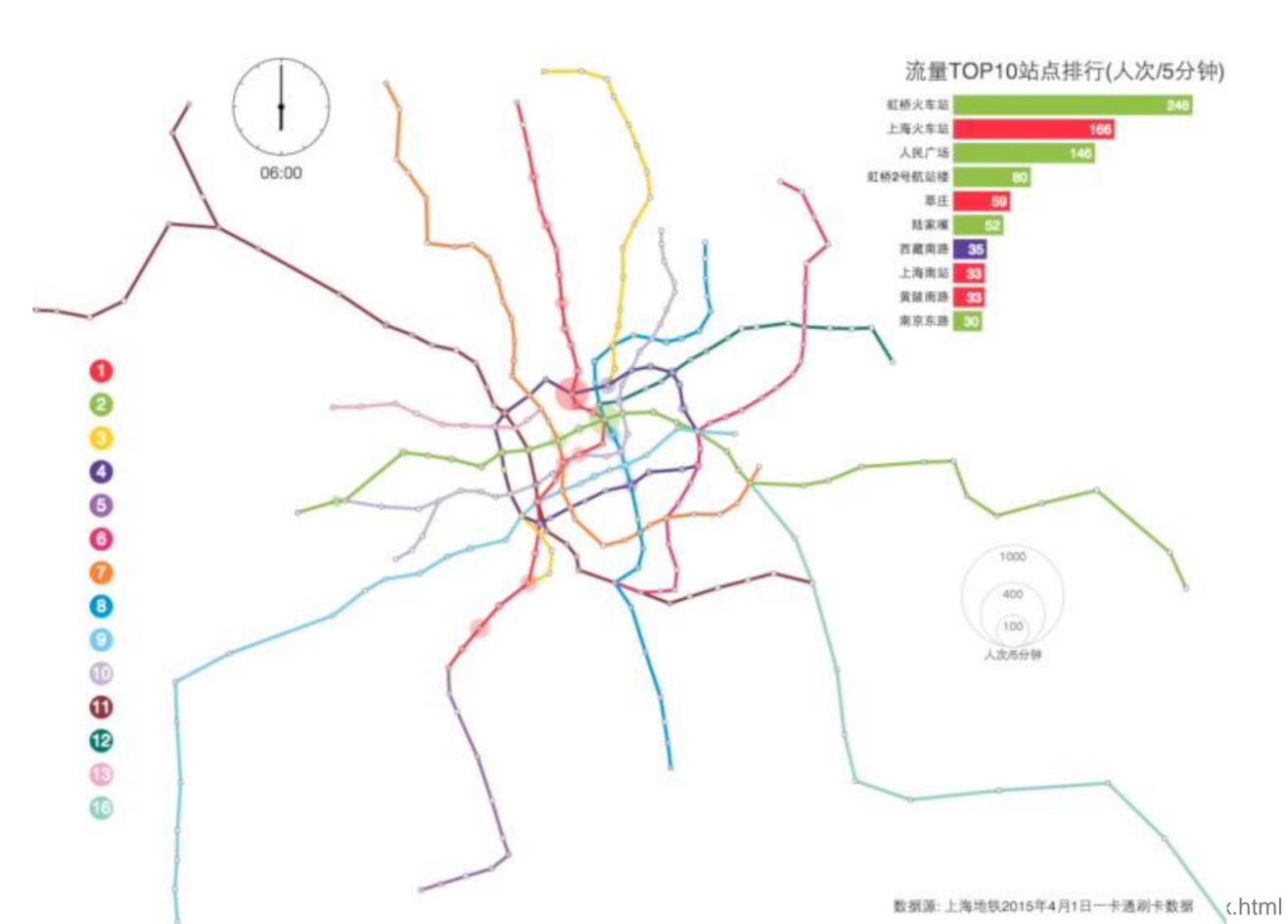


http://fordcs.chinacloudapp.cn/soda/dev/index.html

## 从哪里来 - 进站流量



## 到哪里去 - 出站流量



#### 数据驱动未来

出行需求模型

+

可视化工具





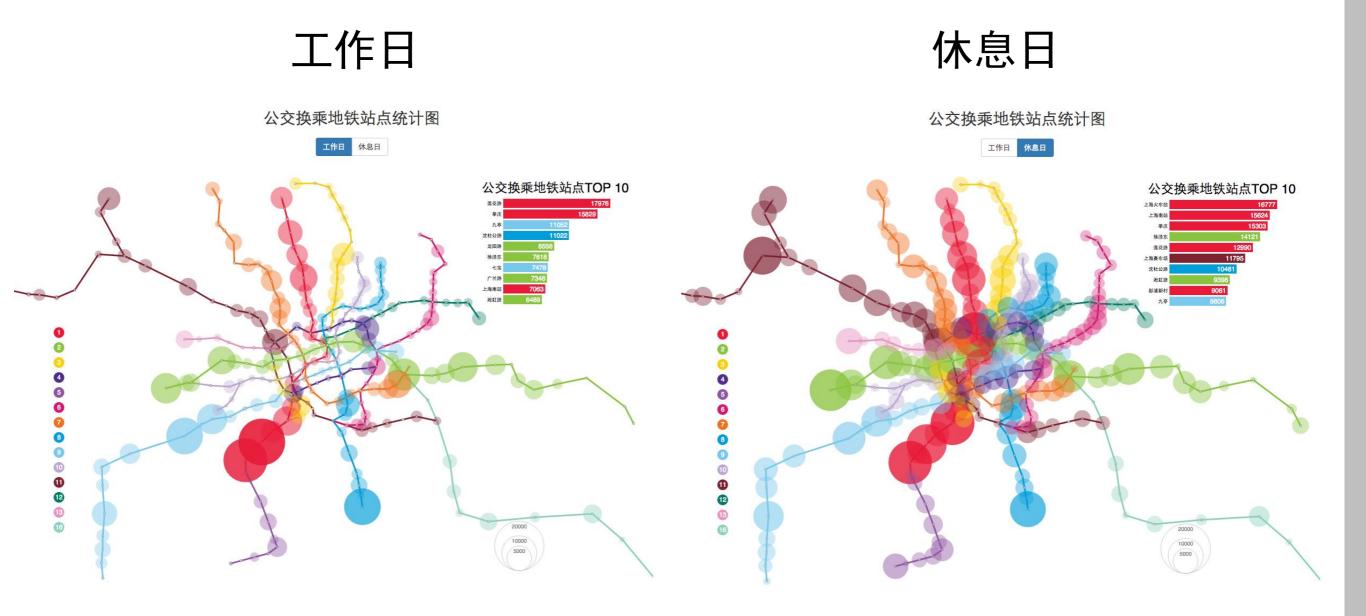




# 最后一公里

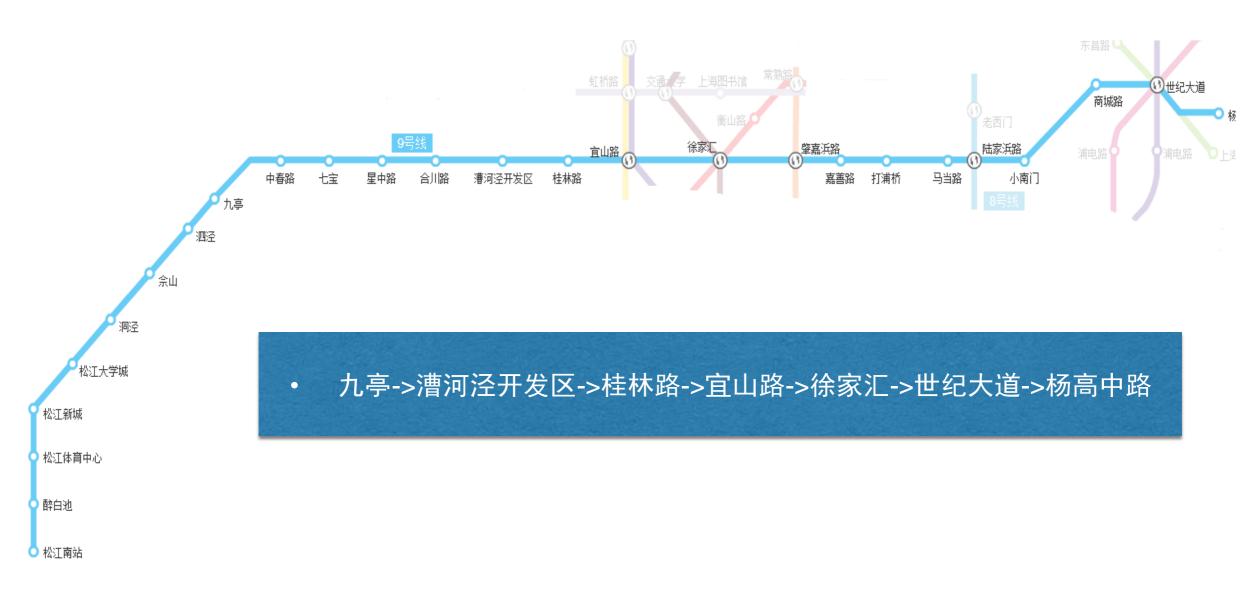


## 公交换乘地铁热点区域



#### 大站快速列车

- 流量分布极不均匀
- 大站快速列车规划算法

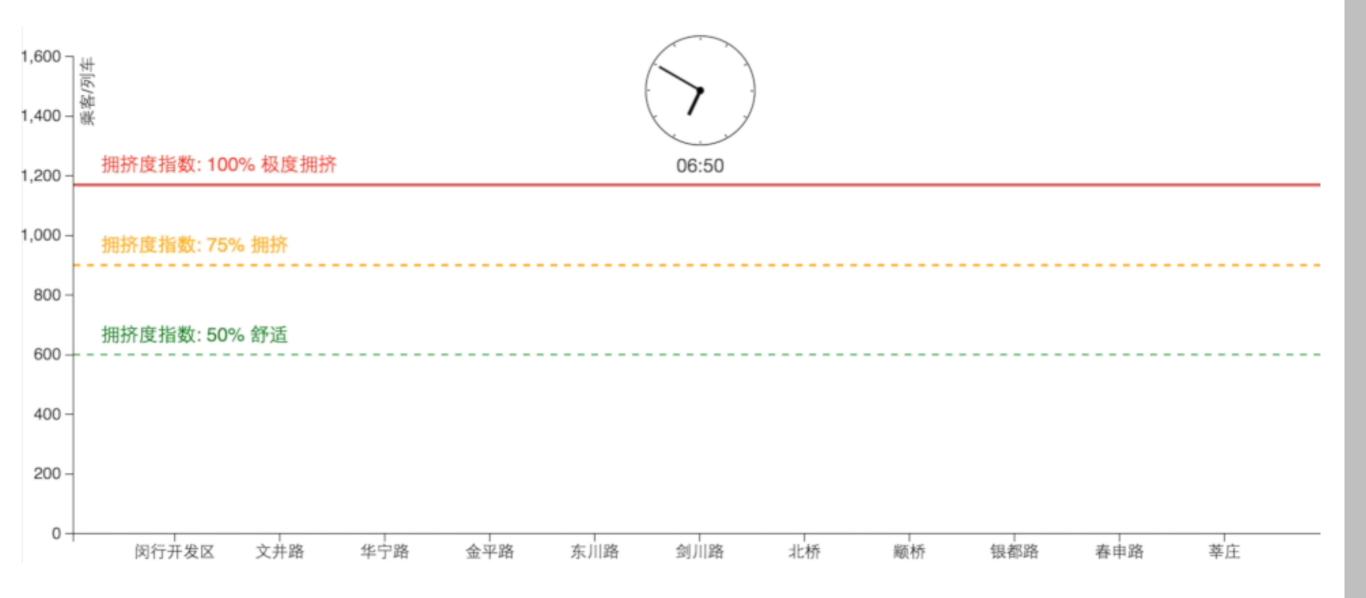


#### 挤?挤!挤...

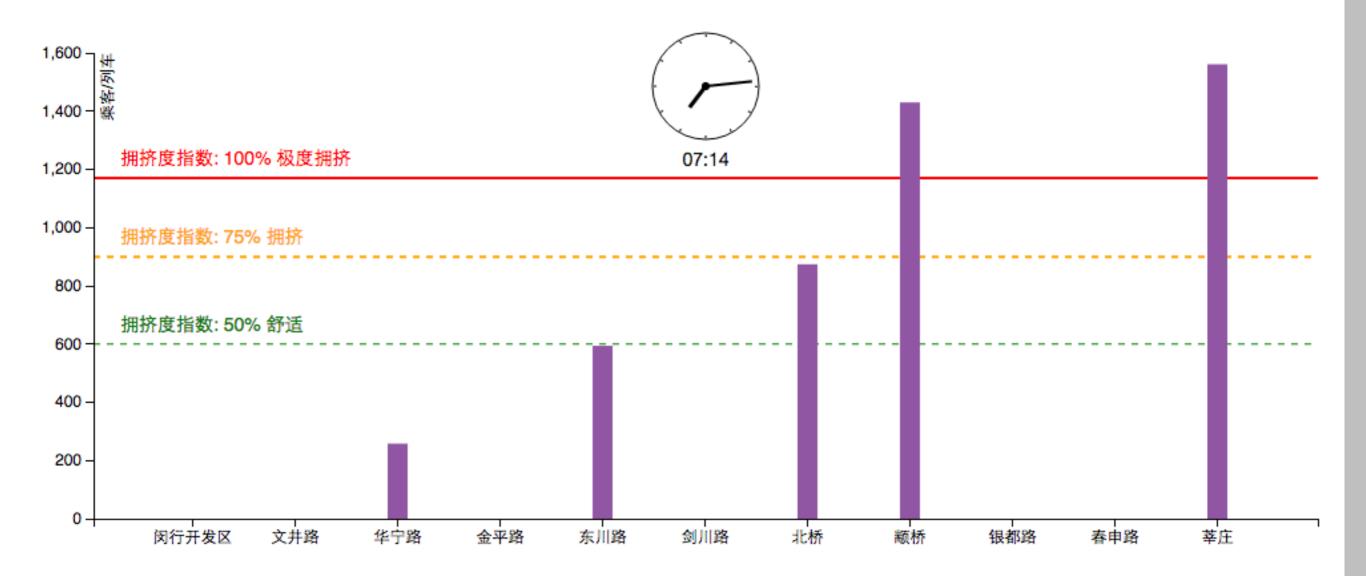


- 何时,何处,拥挤程度?
- 定义拥挤度
  - 拥挤度 = <u>实际载客量</u> 定员量

#### 5号线拥挤度动态图



- 列车早一点?
- 乘客晚一点?



#### 地铁电梯事故频发

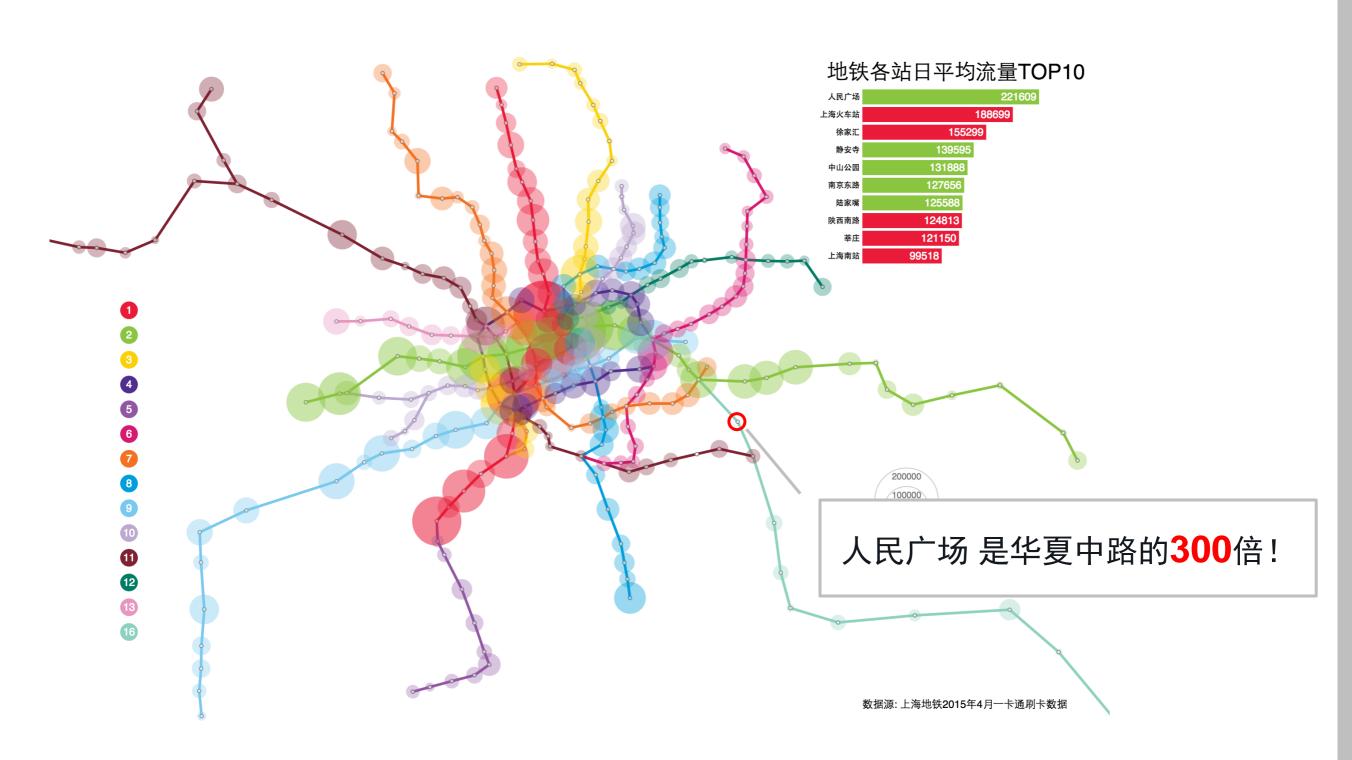


- 2011年7-5北京地铁4号线电梯事故,造 成1人死亡,2人重伤,26人轻伤
- 2011年7-10深圳地铁4号线电梯事故,造 成4人受伤
- 2014年4-2上海地铁7号线换乘2号线电梯 事故,造成1人重伤,12人轻伤



同样的定期检修间隔? 数量是否满足需求?

### 每个站点都一样吗?



#### 动态弹性检修体系

- 按流量增加检修频次
- 电梯数量 =  $\left[\frac{分钟人流量峰值}{100}\right]^*$

\*经验公式参考以下文献http://www.networkrail.co.uk/browse%20documents/rus%20documents/route%20utilisation%20strategies/network/working%20group%202%20-%20stations/station%20capacity%20assessment%20(not%20part%20of%20the%20rus)/stationcapacityassessmentguidance.pdf

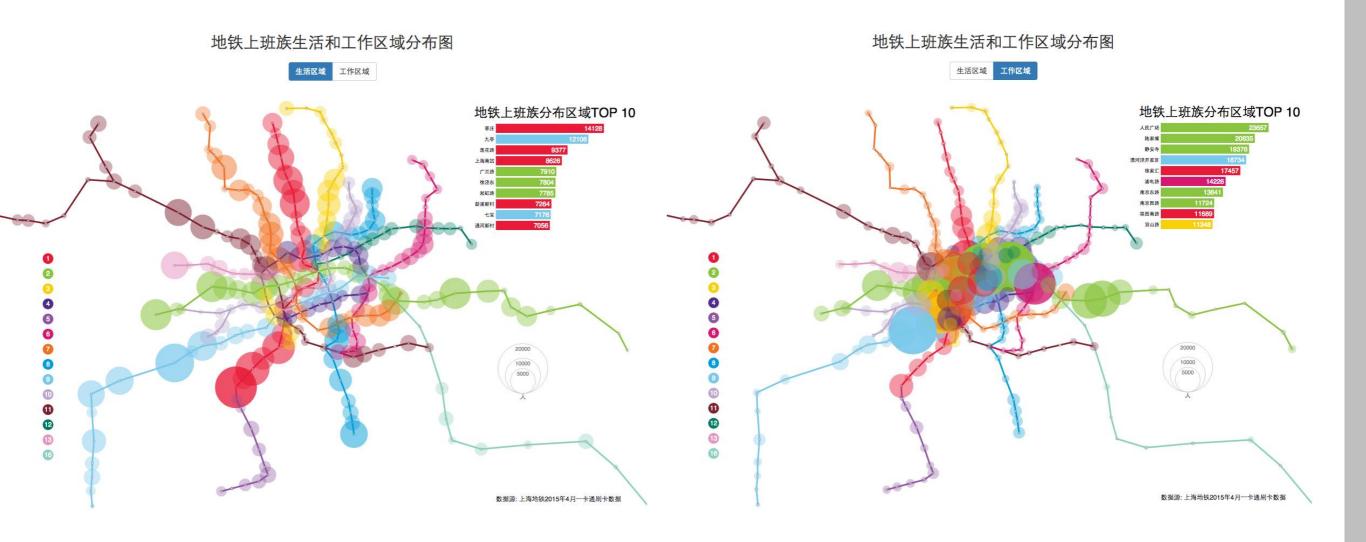
# 地铁族是谁?

潜在商业价值挖掘

## 地铁上班族

#### 居住篇

#### 工作篇



### 广告投放新策略

- 依据地铁出行数据
- 逆向思维投放广告
- 案例分析
  - 某高端护肤品品牌常在静安寺站 大规模投放广告,虽然有效但成 本很高



#### 广告投放新策略

#### • 案例分析续

- 某高端护肤品品牌常在静安寺站 大规模投放广告,虽然有效但成 本很高
- 其实,静安寺站人流大多来自7号 线沿线,如顾村公园、新村路、 大华三路等站
- 可考虑在这些广告租金相对便宜的站点进行投放,几乎可以吸引同样的目标客户群体



#### 欢迎加入我们!



项目开源网址:

https://github.com/icomingi/metro