

基于基站定位数据的商圈分析

1) 对用户的历史定位数据，采用数据挖掘技术，对基站进行分群。

2) 对不同的商圈分群进行特征分析，比较不同商圈类别的价值，选择合适的区域进行运营商的促销活动。

分析方法与过程

1) 从移动通信运营商提供的特定接口上解析、处理、并滤除用户属性后得到用户定位数据。

2) 以单个用户为例，进行数据探索分析，研究在不同基站的停留时间，并进一步地进行预处理，包括数据规约和数据变换。

3) 利用步骤2)形成的已完成数据预处理的建模数据，基于基站覆盖范围区域的人流特征进行商圈聚类，对各个商圈分群进行特征分析，选择合适的区域进行运营商的促销活动。

数据抽取

数据探索分析

数据预处理

数据规约

数据变换

模型构建

采用层次聚类算法对建模数据进行基于数据的聚类，画出浦西聚类图。

模型分析