



北京城市实验室
Beijing City Lab

ID of the slides

46



Slides of BCL

www.beijingscitylab.com

How to cite

Author(s), Year, Title, Slides at Beijing City Lab, <http://www.beijingscitylab.com>

E.g. Long Y, 2014, Automated identification and characterization of parcels (AICP) with OpenStreetMap and Points of Interest, Slides at Beijing City Lab, <http://www.beijingscitylab.com>

基于市民画像的公共资源配置思考

茅明睿

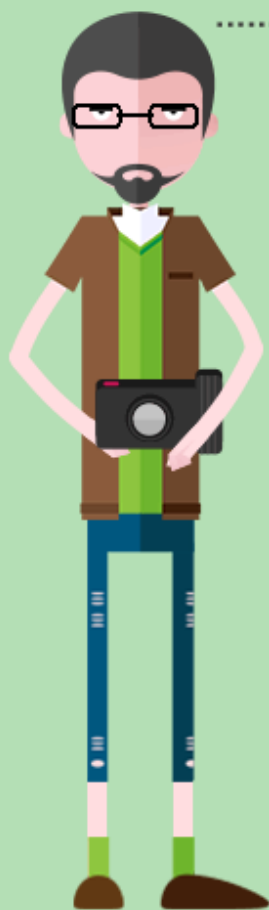


北京市城市规划设计研究院

BCL 北京城市实验室

2014.12.21





● 年轻人

购物心理年龄：**21** 岁

根据你买过的东西，可以看出你是个充满活力的年轻人，大好的未来就在眼前，fighting吧，骚年~



京东深刻地证明了一件事

我真的是90后



杀马特：一个需要关怀的群体



新生代农民工
如何融入城市，如何成长
关系到中国的未来



一个杀马特少年的成长



10年的我
红极一时



11年的我
开始沉淀



12年的我
华丽丽地逆袭



13年的我
脱离屌丝行列

资料来源：《心花路放》，互联网，申万研究



推荐阅读

富含氮磷钾，亩产一千八

- ◆ 80后+90后+00后
=万亿级市场
- ◆ 从非主流到AB站
- ◆ 95后的消费与社交

年轻人

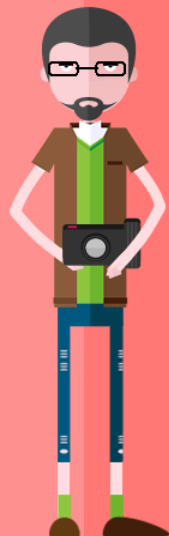
购物心理年龄：21 岁

根据你买过的东西，可以看出你是个充满活力的年轻人，大好的未来就在眼前，fighting吧，骚年~



我的京东范儿

- 午休购物狂
- 移动购物达人
- 霸气土豪
- 伺机而动
- 智勇双全
- 年轻人
- 极客



移动购物达人：★★★★☆

败家指数：★★★★★

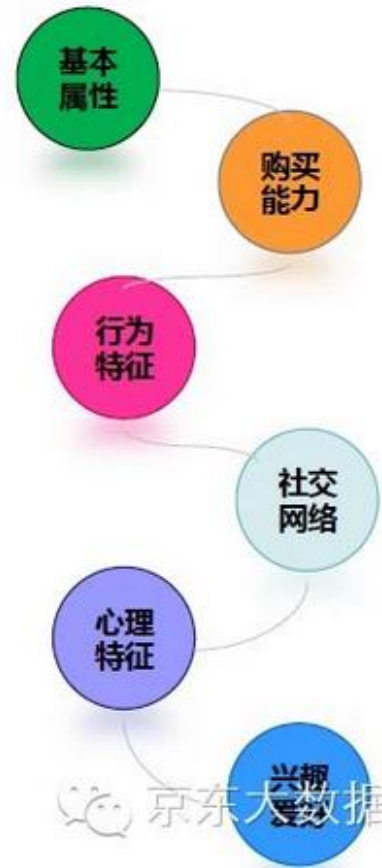
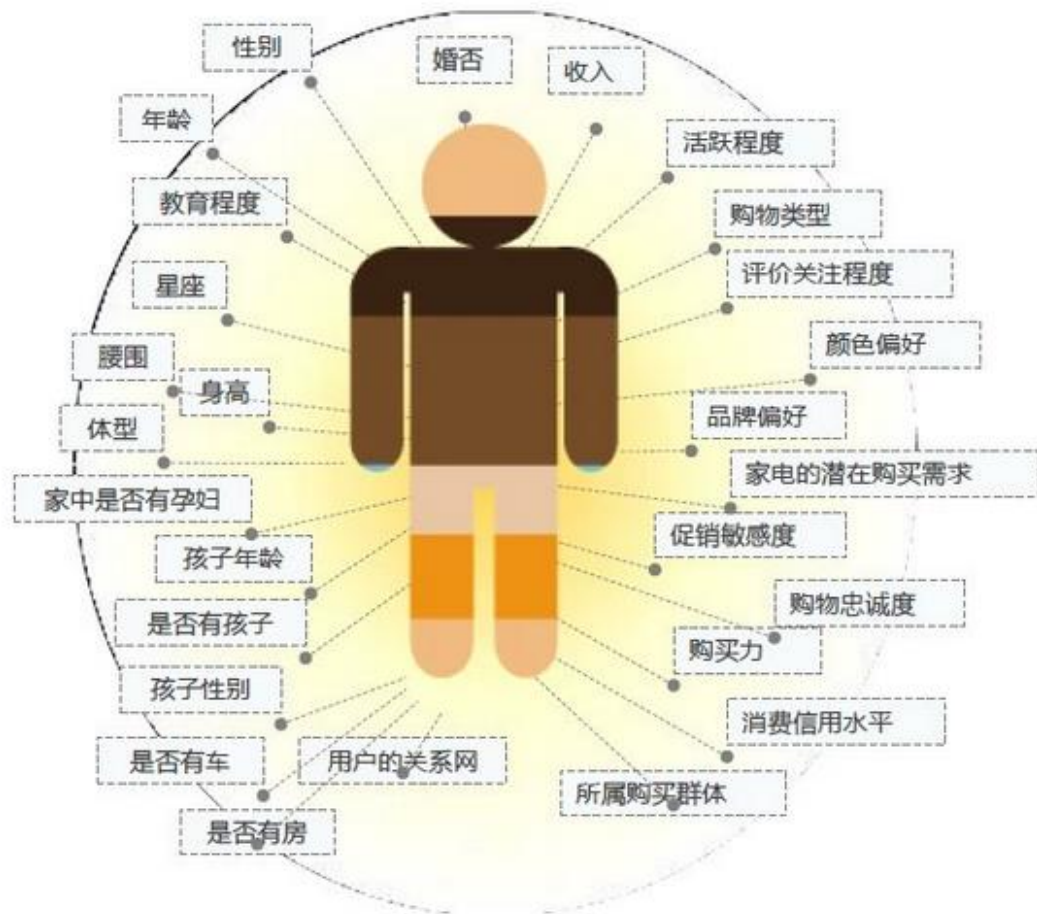
冲动星级：★★★★☆

意志坚定指数：★★★★☆

血拼狂人：★★★★★


分享

京东用户画像技术



【时趣科技】王绪刚：我知道你是“谁” ——大数据拷问隐私

品牌社交互动属性

品牌互动倾向:  5.0

品牌喜好:  +6.0

品牌消费属性

感兴趣的牌子: ZARA, H&M

曾经消费的品牌: levis牛仔裤 28码

耐克超轻运动鞋 38码

人口统计学等基本属性

性别: 女 年龄: 26 地域: 北京

星座: 摩羯 教育程度: 硕士

毕业学校: 东北大学 所在公司: 时趣

职位信息: 设计师 收入水平: 中等

品牌相关属性

基本信息




社交属性

社会化兴趣

社交媒体属性

社会化影响力:  6.0

社交活跃度:  7.0

影响力领域: IT互联网

生活兴趣:

旅游, 网购, 宅

职业兴趣:

社会化营销, 数据挖掘, PHP

媒体倾向:

传统媒体账号 认证名人 网络媒体

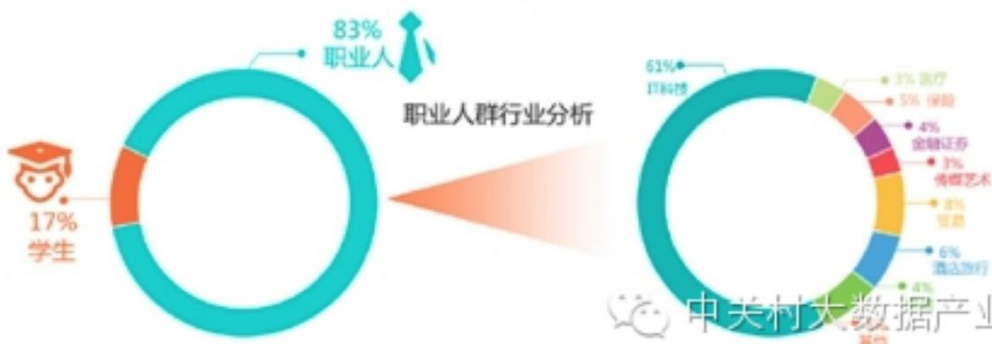
【时趣科技】王绪刚：我知道你是“谁” ——大数据拷问隐私

春秋航空

购票用户中学生占比高达17%，是一个不可忽视的购票群体；职业人里以IT科技类行业购票者居多，占到所有职业人的61%，其次是贸易和酒店旅游相关从业者也是重要消费人群。

> 购票用户中学生占比高达17%，是一个不可忽视的购票群体，职业人里以IT科技类行业购票者居多，占到所有职业人的61%，其次是贸易和酒店旅游相关从业者也是重要消费人群。

购票用户所属行业分布情况



【百分点】



【附】用户洞察 | 真实洞察数据示例

用户洞察能够提供：**精细的用户属性数据**。
 对一个用户通过三个维度、数千个属性值
 进行描述

自然属性
 • 包括性别、年龄、星座等自然人的基本属性

社会属性
 • 包括人生阶段、消费水平、受教育程度、所在行业、身份职业等社会人的基本属性

兴趣关注&行业需求
 • 一级分类32个行业方向
 • 二级分类200+、三级分类1200+、四级分类3000+的兴趣方向细分

标签为更加精准的人群细分提供支持，
 用户潜在需求

真实数据示例：

属性值	权重
年龄:(找到1个)	
25-34	
性别:(找到1个)	
女	
兴趣偏好&行业需求	
游戏	77
影视	75
音乐	68
金融财经	67
母婴/有小孩/幼儿期(1-3岁)	65
餐饮	62
医疗	57
数码	40
个人护美容	36
汽车/欧洲品牌/大众	33
购物	30
母婴/有小孩	29
工作	1

应用案例 | 借助用户洞察个性化网站内容

以潜在客户“订餐平台”举例

用户洞察数据

用户A

男, 25-34岁
 长期兴趣: 高档汽车、欧洲品牌汽车、高档餐馆、北京菜、西餐、面包甜点、高档手机; 旅游、机票。

用户A看到的页面

高档

用户B

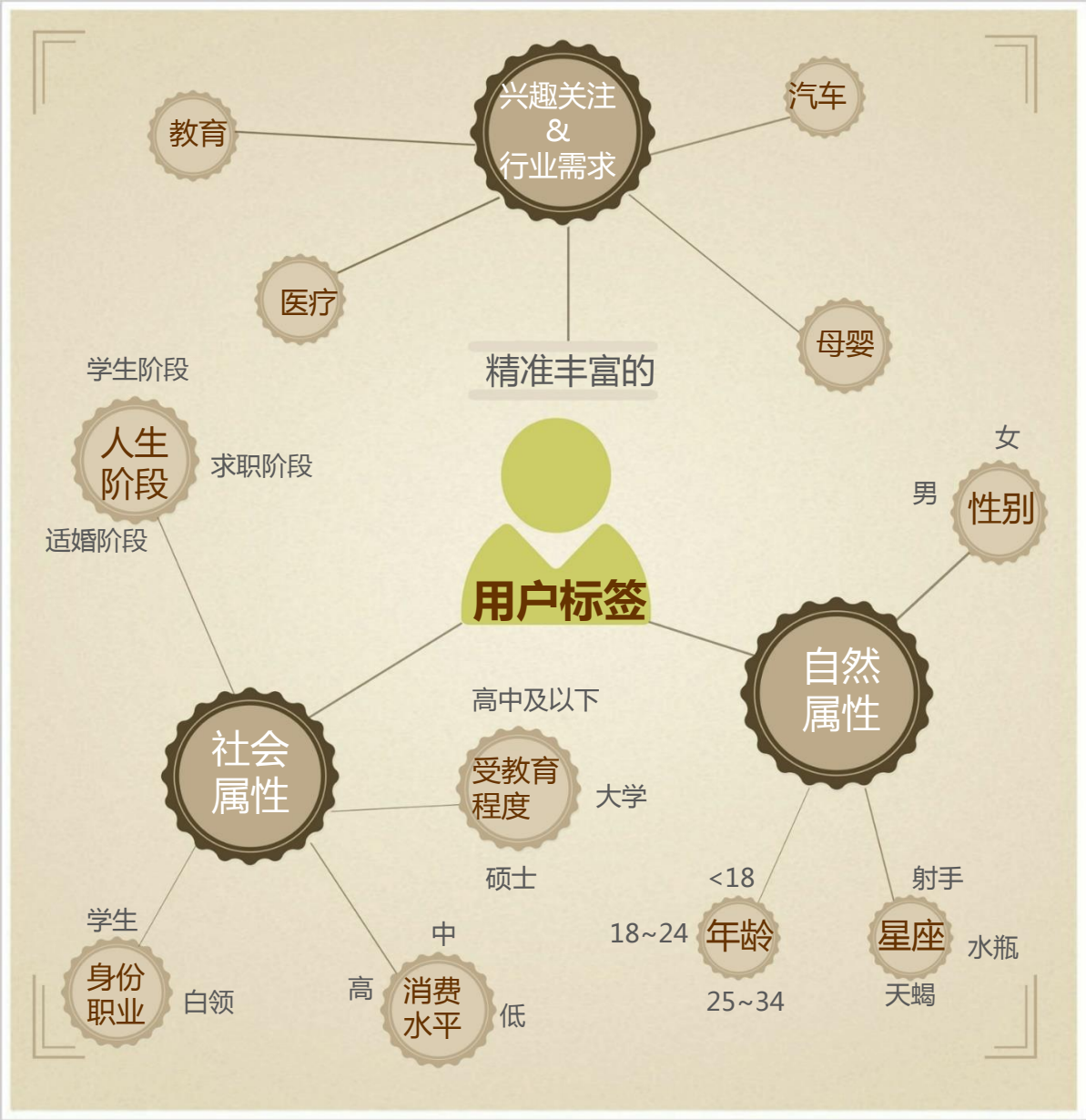
男, 25-34岁
 长期兴趣: 学车考驾照、社交网站、低档餐馆、小吃快餐; 社交微博、综艺。

用户B看到的页面

实惠



用户画像



什么是城市规划研究的维度

我们90后称之为“次元”

物的维度：

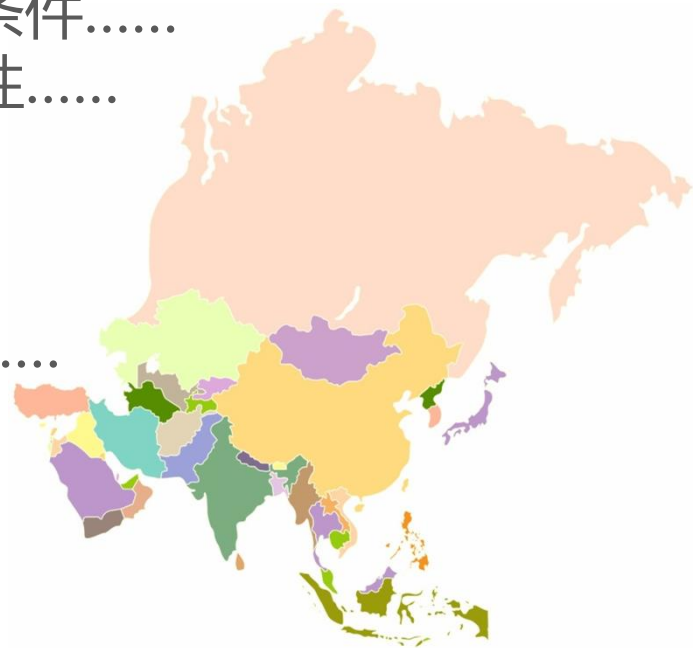
自然属性：区位，景观，形态，地质条件.....

社会属性：功能，性质，权属，合法性.....

人的维度：

自然属性：性别，年龄，健康.....

社会属性：职业，教育，收入，兴趣.....

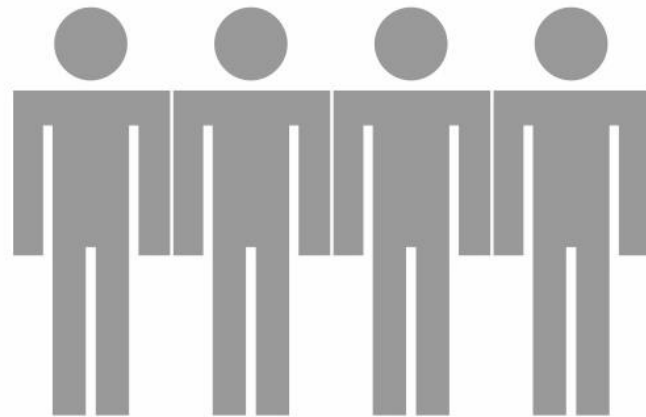


实际情况



目中无“人”的规划

- ◆ 总人口，常住人口，户籍人口.....
- ◆ 千人一面的“千人指标”
- ◆ 由人到物的间接量化
- ◆ 谁更以人为本



对千人指标的反思

- 张萍，李素艳，黄国洋，闫倩倩《规划师》2013年第5期撰文：在对居民出行行为特征的调查研究基础上，提出大型社区公共设施的配套时序及基于生活圈的大型社区公共设施的空间布局方法。
- 张帆，提出新老居住区千人指标的差异思考



规划转型

- ◆ 增量规划时代看物：人=成本
- ◆ 存量规划时代看人：人=客户



基本判断

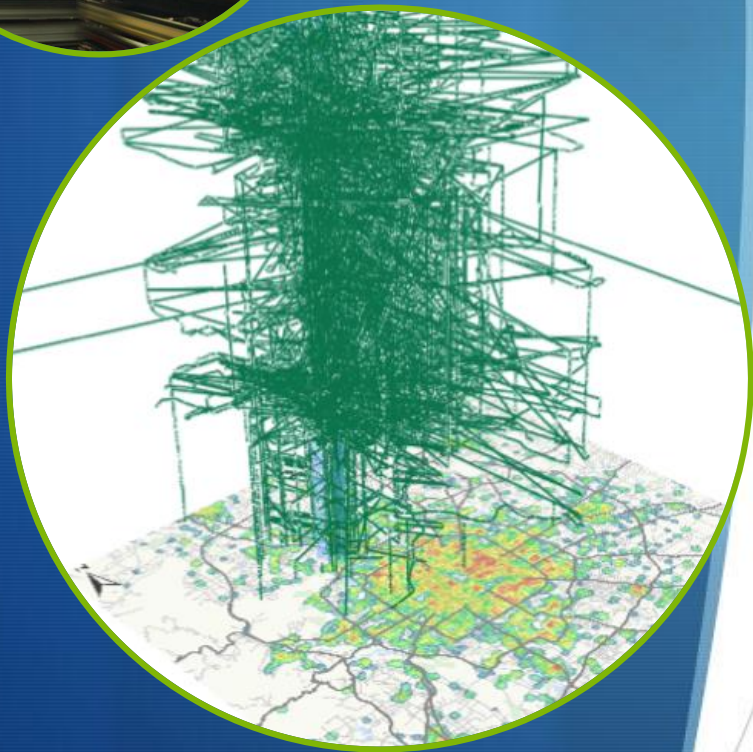
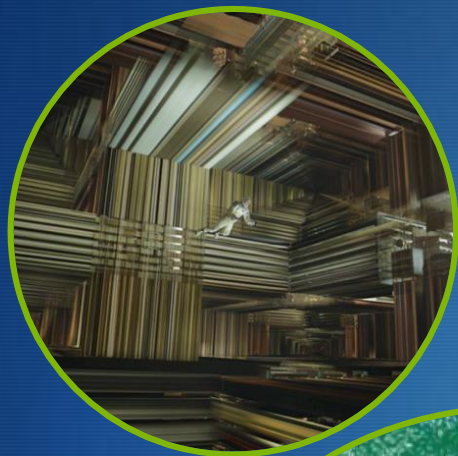
- 🟢 人群存在的异质性
- 🟢 景观异质性不能取代人群异质性的分析



人群的异质性

- ◆ 大数据未采样，是全数据，基于大数据所观测到的规律和模式普遍而一般
- ◆ 如何在个性与共性中取得均衡
 - ◆ 个体规律 个性
 - ◆ 群体模式 共性
- ◆ 社区与社群

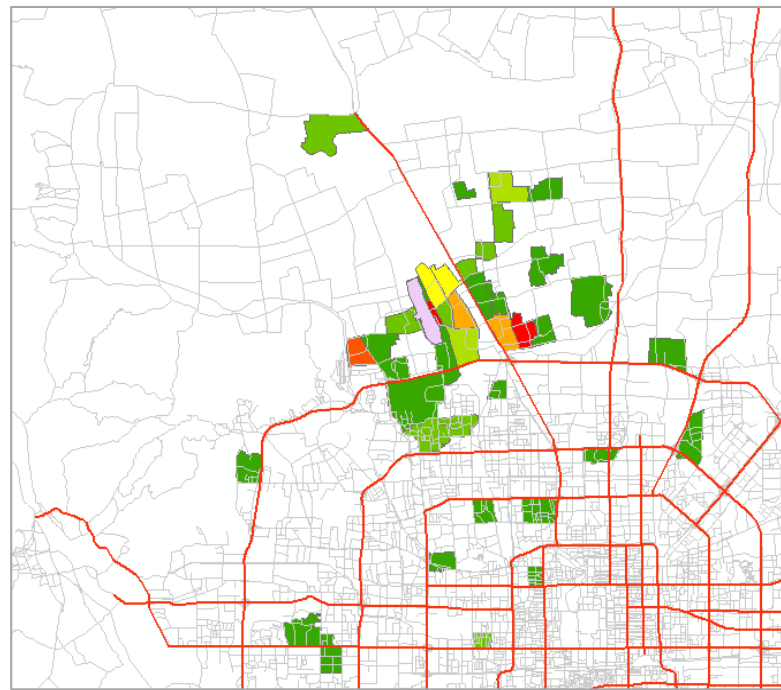
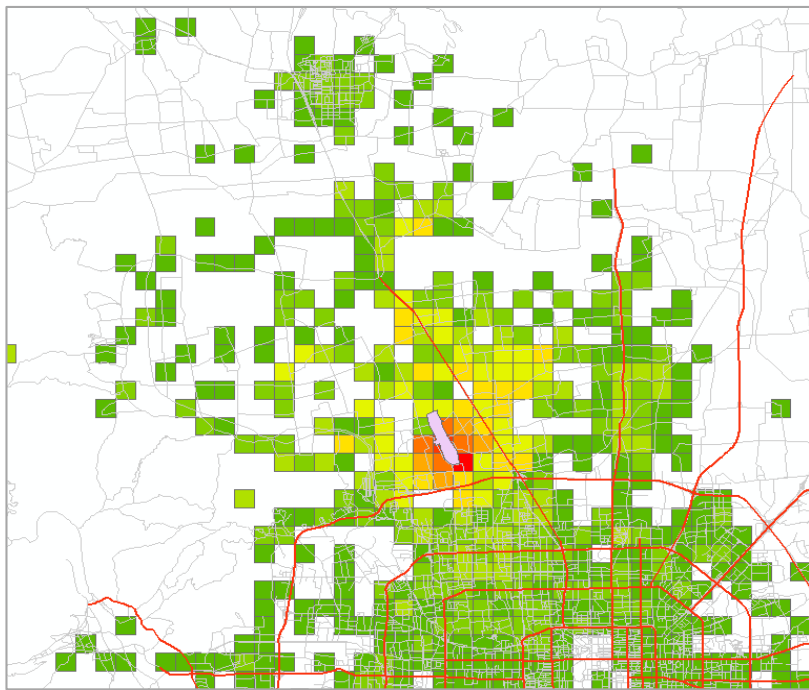




柴老师： 居民行为日志

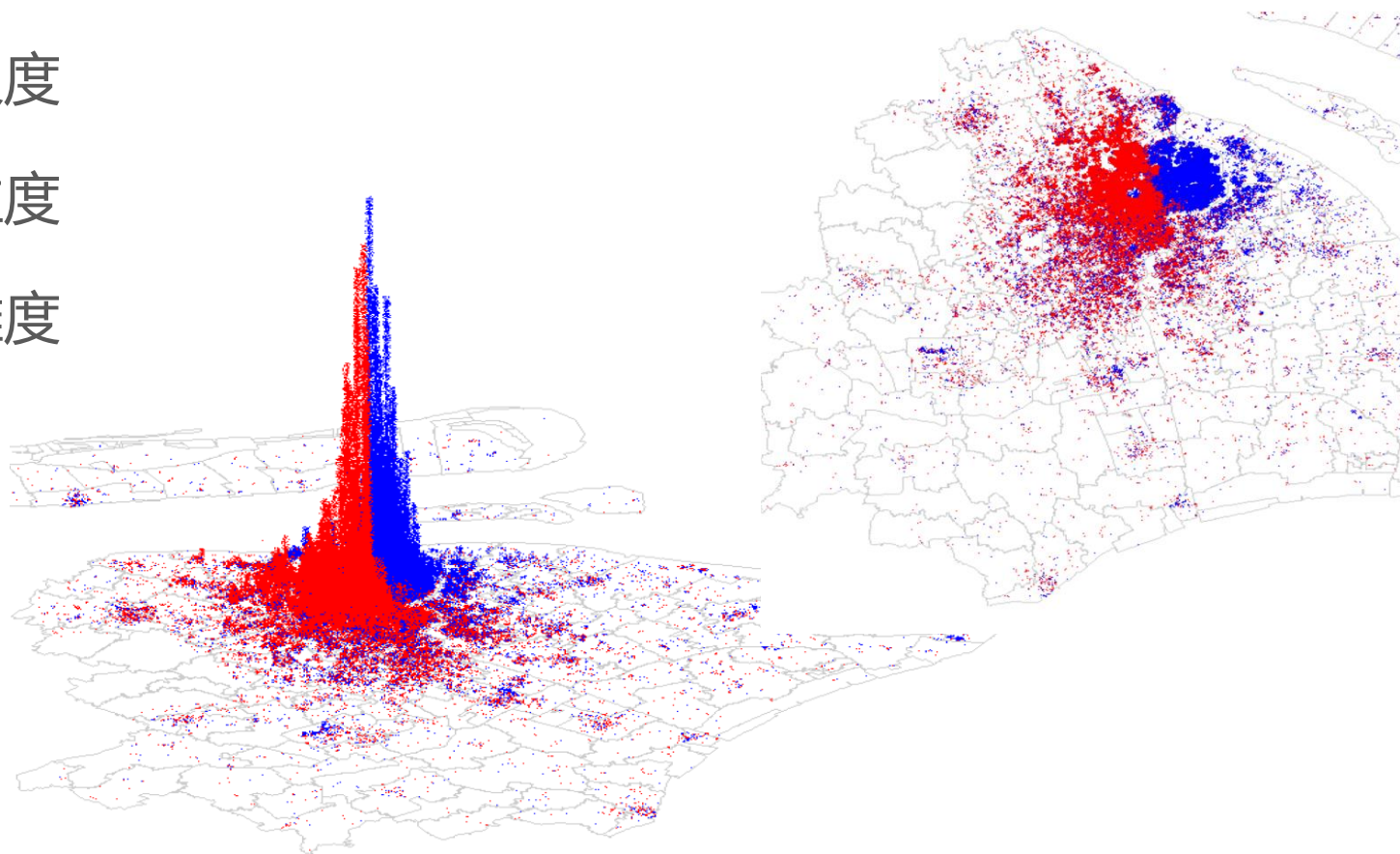
- 有维度
- 有粒度
- 没尺度

手机信令 vs 综合交通调查



王德老师：手机信令

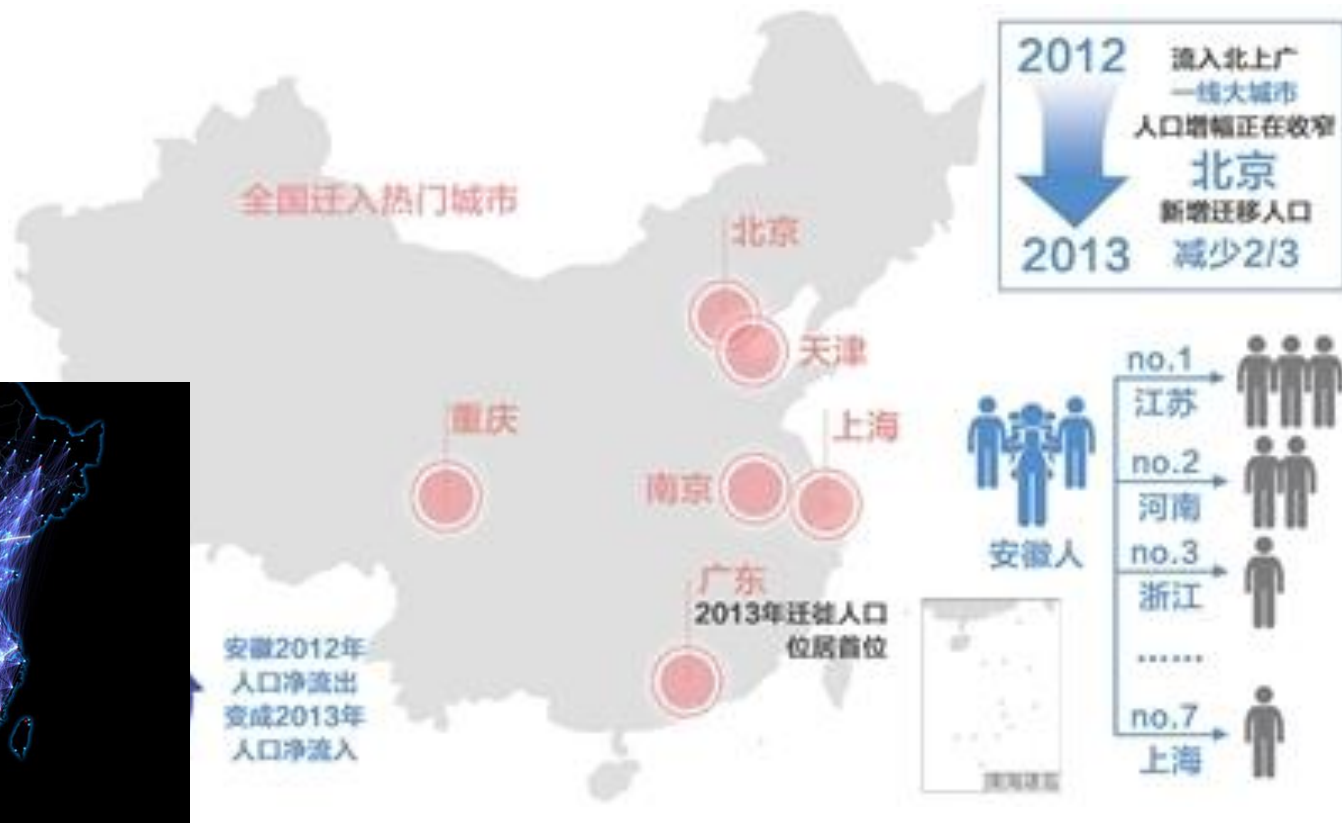
- 有尺度
- 有粒度
- 没维度



Baidu A Li T entent 等互联网巨头

有数据就是任性

- 有尺度
- 有粒度
- 有维度



来自互联网巨头的颠覆

环溪村农村淘宝网点全景图。一台液晶电视+一台电脑+一套办公家具——构成了淘宝渗入农村市场的基础细胞

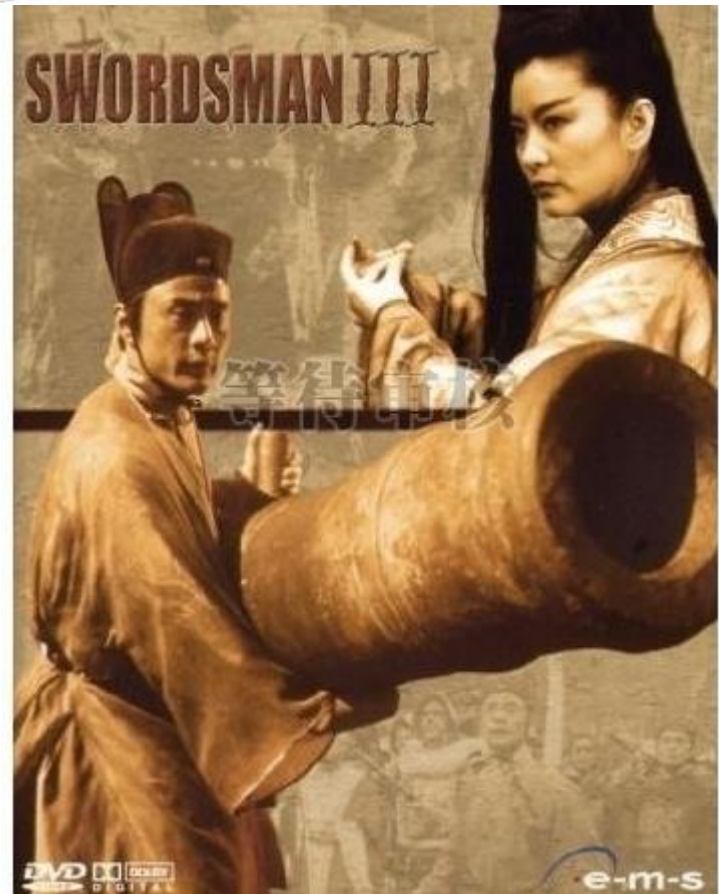


毁灭你，与你无关



拿什么竞争？

你有科学，
我有神功！



Q A

- ◆ 问题：既有科学又有神功意味着什么？
- ◆ 答案：开挂了
它意味着 1万个物的维度 X 1万个人的维度的研究可能

- ◆ 问题：怎么实现开挂？
- ◆ 答案：练好神功抱BAT大腿

神功怎么练

- 有思想
 - 互联网思维
 - 颠覆
 - 跨界
 - 数据运营思维
 - 员工画像
 - 行业画像



幸福Ⅲ-Cityif：《单身规划师择偶研究》

数据可视化：中国同/异性恋的相亲地图



【幸福Ⅲ】：规划师征婚



神功怎么练

- 有实力
- 技术
- 应用
- 服务

HOME EVENTS INTERFACES DATA SERVICES SYSTEM SERVICES RESOURCES ABOUT

CITYIF

What is Cityif

THE ONGOING

政府规划 城市规划建筑设计 北京市规划展览馆 12.02-12.28

智慧城市 北京市轨道交通规划与建设 北京市轨道交通规划与建设高峰论坛

GOVERNMENT INTERFACE

面向政府，CityIF.com设立了Government Interface，提供了城市交通增长模拟、公交线路的数据挖掘、土地用途可视化（鼠标上线）等服务。

BEIJING SMART CARD ANALYSIS

北京市政公交一卡通数据分析

CITIZEN INTERFACE

面向市民，CityIF.com设立了Citizen Interface，提供了实时PM2.5的暴露情况分析、目前跑鞋玩乐地图、地铁票价影响分析等服务。

BEIJING METRO PRICE

北京地铁票价影响分析

1号线 苹果园 1号线 苹果园 票价

查询结果：
方案1: 元
方案2: 元

方案1：
起步3公里内每人每次2元，3-6公里每人每次3元，6-18公里每6公里加1元，18-42公里每12公里加1元，42公里以上每18公里加1元，票价不封顶。
方案2：
起步6公里内每人每次3元，6-12公里每人每次4元，12-32公里每10公里加1元，32公里以上每20公里加1元，票价不封顶。
注：本查询工具基于丰富的历史数据制作，并不保证票价的准确性，不同方案的实际票价以官方公布的价格为准。访问本页面，查看更多分析内容。

PLANNER INTERFACE

面向规划师，CityIF.com设立了Planner Interface，提供了街游环境改善设计竞赛平台、规划行业参与与监测、全国及北京规划师榜单等服务。

DATA PORTRAIT OF URBAN PLANNERS

基于新浪微博数据的规划师画像

DATA SERVICES

数据服务层

SYSTEM SERVICES

系统服务层

平台服务层

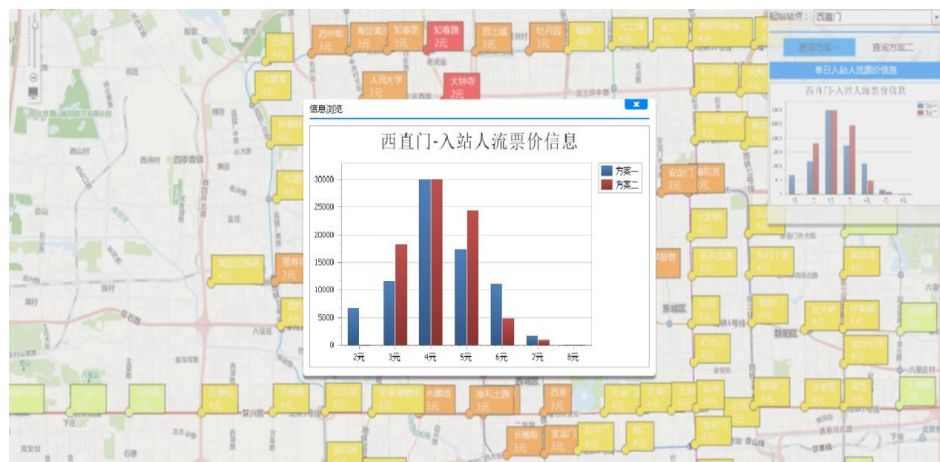
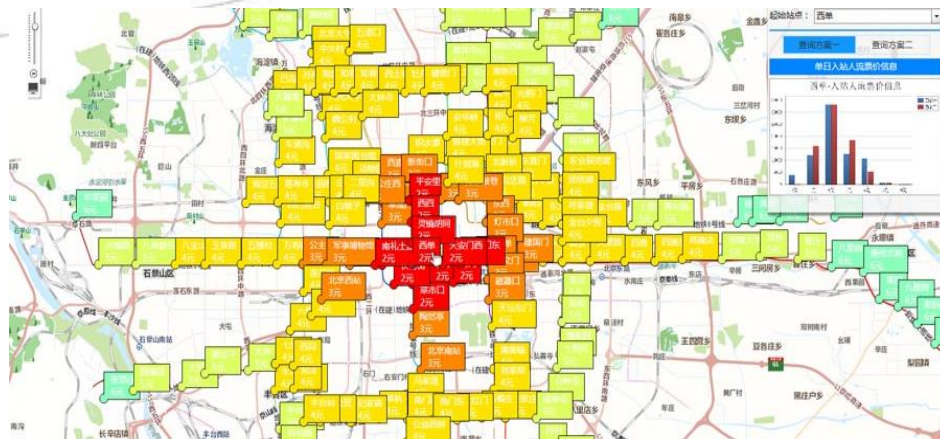
数据服务层

10,145 Visitors
16 Aug 2014 - 30 Dec 2014

Print Version | Sitemap | Recommended this site!
Copyright © 2014 北京市城市规划设计研究院主办 北京城市规划设计研究院科技情报责任公司承办

神功怎么练

- 有实力
- 技术
- 应用
- 服务



神功怎么练

- 有背景
 - “释”
 - “儒”
 - “道”



北京市城市规划设计研究院

Beijing Municipal Institute of city Planning & Design



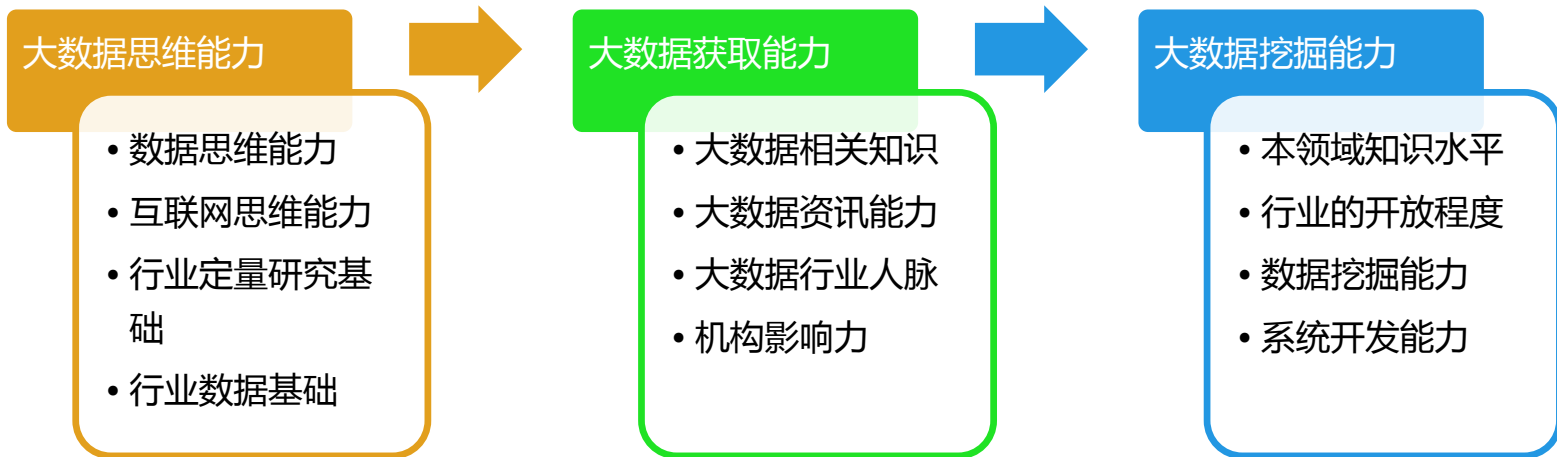
BCL



首都区域空间规划研究

北京市重点实验室

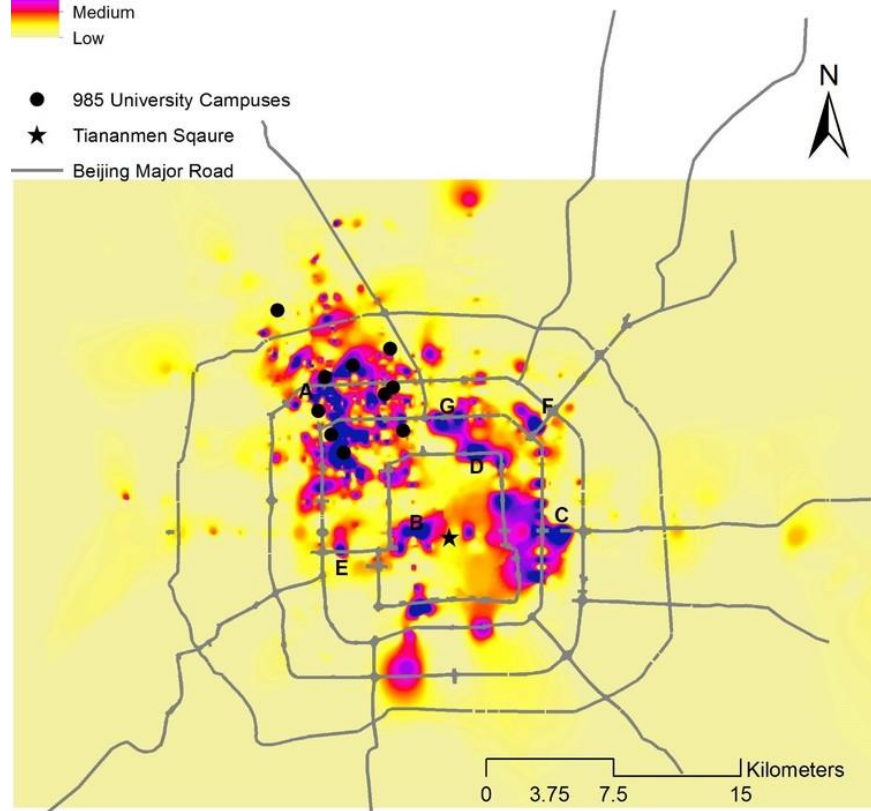
神功怎么练



修炼进展

- 城市贫困人群的识别
 - 利用2008-2014刷卡数据研究北京城市贫困问题（龙瀛等）
 - 棚户区人群的出行
- 大学生人群的识别与画像
 - 基于公交IC卡数据的大学生出行目的地可视化（周江评等）
 - 基于已毕业大学生人群画像的城市研究
- 地铁调价影响分析
- 新城发展的思考
- 公共设施选址

Destination Hotspots





💧 11.2万研究对象中，77.4%持卡人居住地点变化，仅13.3%未换工作（其他可能包括找到工作、失业、工作地变化）。**动荡的群体！**

Table 6 Housing place dynamics of FRs during 2008-2010

Housing place		# cardholders	Ratio (%)
Not changed		25,492	22.6
Changed		87,082	77.4
Changed	Inward (km)		42,013
		2-5	9,211
		5-10	9,651
		10-20	13,150
		>=20	10,001
	Outward (km)		45,069
		2-5	7,990
		5-10	10,139
		10-20	16,400
		>=20	
Sum			

毛其智，龙瀛

Table 7 Workplace dynamics of FRs during 2008-2010

Workplace		# cardholders	Ratio (%)	
Not changed		14916	13.3	
Changed		22713	11.3	
Working	Inward (km)		6142	
		2-5	1444	
		5-10	1893	
		10-20	2071	
		>=20	734	
	Outward (km)		6571	
		2-5	1371	
		5-10	2018	
		10-20	2156	
		>=20	1026	
	Losing job		15909	14.1
	Finding a job		26919	23.9
	Jobless		54830	48.7
	Sum		112,574	100.00

<http://arxiv.org/abs/1409.5839>

试点：奶西村棚户区改造项目



拟拆迁:
1200户
2200人

公交线路:
913
939
855

棚户区研究的目的

- ◆ 同一社区的人群行为模式分析
 - ◆ 基于出行对他们的职业进行推测
 - ◆ 基于出行对他们的出行目的进行推测
- ◆ 人不只是个数字，更不是平均值
 - ◆ 棚户区的居民不止是待拆迁的户主
 - ◆ 本地人和租户巨大的异质性
- ◆ 对棚户区居民生活的跟踪
 - ◆ 迁走的居民还在从事原来的工作吗？
 - ◆ 另觅他处居住的租户过得如何了？
- ◆ 对棚户区改造影响的评估，城市是否应该容忍贫民窟，唐家岭的反思
 - ◆ 公共财政对“贫民窟”的改造未必是对居民生存环境的改善

市民画像的应用价值

有数据才懂人性

- 新城开发
- 生态位模型
- 多摩新城
- 公共设施



地铁调价



多摩

多摩新城



公共设施

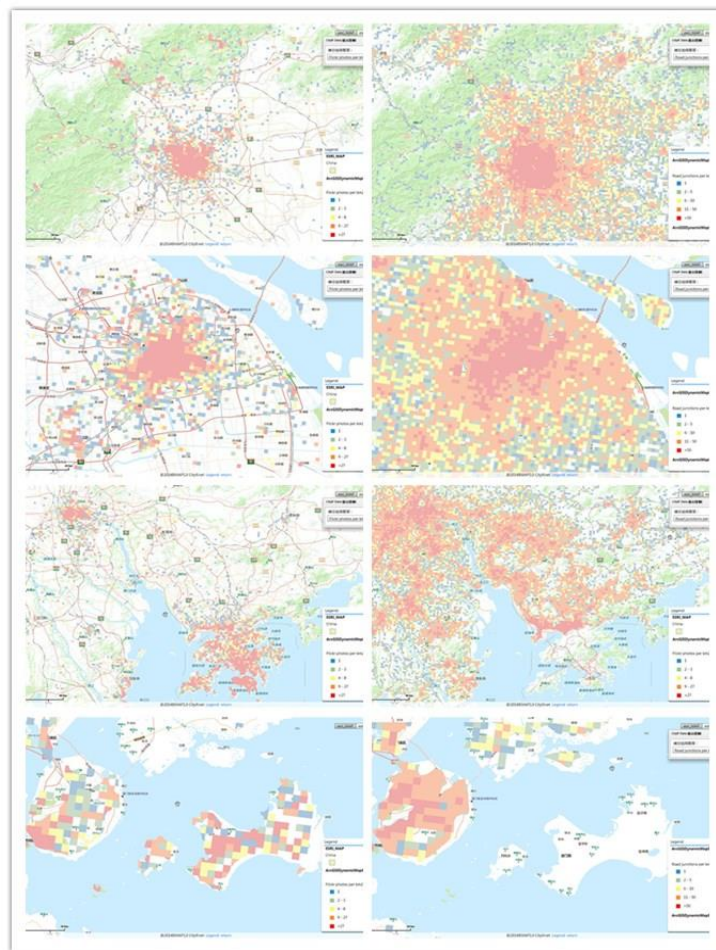
规划师就是产品经理

- ◆ 客户的转变
- ◆ 要去理解客户，发现需求
 - ◆ 静态的信息
 - ◆ 行为的逻辑
 - ◆ 群体的特征
 - ◆ 动态的需求
 - ◆ 短周期与长周期
- ◆ 怎么用规划去迎合需求
 - ◆ 画像得到的标签未必是用户想保留的
- ◆ 怎么用规划去引导需求



徐霞客

- ◆ 自上而下与自下而上
- ◆ POI：商场，单位
- ◆ 人口：年龄，性别，收入
- ◆ 遥感：单元自然环境
- ◆ 交通网络：单元与周边环境的联系
- ◆ 社会感知：人的活动强度及随时间的变化



总结：

跟着龙大大走，涨姿势

跟着茅主席走，抱大腿

综上所述，来我们这儿吧



谢谢

网址：www.cityif.com
新浪微博：@放小浪，@cityif
微信公众号：cityif

