

济南哪里的单车一天被骑61次 共享单车挖掘“最后一公里”金矿



地产巨头世茂集团为什么要把共享单车引进宽厚里?一天被骑61次的骑行纪录为何发生在济南泺口服装城?共享单车数据如何对青岛啤酒节产生影响?共享单车2017年进入山东后,对慢行交通规划、交通设施衔接等产生哪些影响?

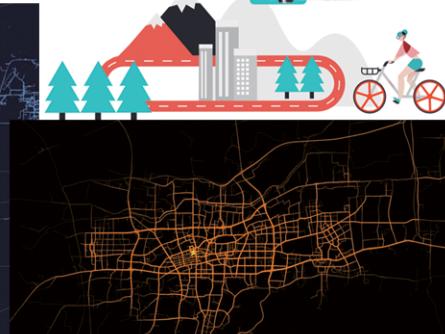
本报记者 蔡宇丹

A 2300万共享单车画出城市“毛细血管”

交通运输部7日透露的信息显示,中国目前有77家共享单车运营企业,投放2300万辆共享单车,注册用户4亿,最高峰一天7000万人次使用共享单车。目前,ofo运营车辆超过1000万、摩拜超过800万。在山东,摩拜单车20岁以下用户明显高于北上广深。



济南共享单车骑行轨迹图。



滴滴出行数据描绘的济南市在工作日21:00的通勤路线图。

从空中视角看,共享单车已深入城市每个角落,体现出城市毛细血管中的交通真实需求和供给。

滴滴大数据记录的是上车和下车的点,更多行驶在干线公路的交通数据。而共享单车数据是一条线,连接的一个个消费场景,用户随时可以停下来进入一个消费场景,到路边店买披萨,或者水果,数据的商业价值比滴滴大。

摩拜单车在济南投放量2万余辆,济南人一年骑摩拜1.2亿公里,除冬季外,摩拜单车济南骑行率在全国名列前茅,这和济南地势有利于骑行有很大关系。

2017年4月13日,济南一摩拜单车在当日被骑行61次,活动范围在缤纷五洲到泺口服装城附近,这是共享单车在大型批发市场高频使用的场景。

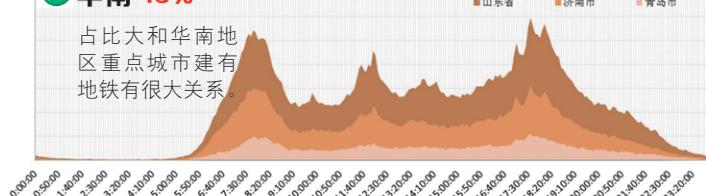
B 接驳“最后一公里”影响地铁沿线房租

共享单车工作日骑行高峰,与交通高峰时段基本吻合,这说明共享单车已经成为像地铁和公交车一样的城市基础交通设施。

高峰骑行量占全天总量

山东 27.2% 济南 27.6% 青岛 26.7%

华南 45%



山东用户周末骑行订单较工作日有显著提升,休闲骑行占比较大。当共享单车从休闲观光转变为解决“最后一公里”的出行利器,在10分钟出行时间内,共享单车将传统意义上地铁站800米步行可达圈扩展到2-3公里骑行可达圈,这将对附近楼盘价格和房屋租金价格产生影响。

济南

交通接驳表现为“BRT+共享单车”模式。在常规公交站点,共享单车停靠衔接设施仍待提升。

共享单车进入济南后,很多地产商主动要求在社区设投放点,在年轻群体居住区代表楼盘阳光100,摩拜单车投放点入驻该社区,提高了交通接驳便利性。

青岛

地铁运营里程57公里。

“地铁3号线+单车”接驳排名的地铁站点TOP4:李村站、双山站、地铁大厦站、五四广场站。

广州

地铁运营里程373.34公里,63%的共享单车与地铁接驳。

传统通勤:65分钟
地铁+共享单车:32分钟

C 世茂引流 单车串起“商圈链”

山东省摩拜单车平均单次骑行距离1.6公里

“最后一公里”分布着大量线下商业网点。作为物联网关键节点,共享单车完成了从用户到路况以及城市交通、环境信息的搜集。单车借与还直接连接着用户职、住、休闲位置信息,形成颗粒度非常细的用户画像。

▶济南骑行活力区



济南骑行活力街道:

纬十二路(北园大街-经十路)、纬二路(工人新村-经十路)、纬一路(经一路-经七路)、趵突泉北路(北园大街-文化西路)、历山路(北园大街-文化东路)、山大路(花园路-解放路)、二环东路(北园大街-山大北路)、北园大街(纬二路-历山路)、花园路(历山路-二环东路)、张庄路(纬六路-纬二路)、经四路(纬二路-山大路)、经七路(纬二路-历山路)。

这个活力街道串起了济南老城区泉城路-恒隆-世茂,经四路、花园路几个核心商圈,以及外围的次级商圈、边缘商圈,有效扩大了商圈消费半径,将临近商圈串联成一条相对明晰的“商圈链”。

相关数据有助于细致了解不同地区人群流向偏好,基于借还车的精确位置,可以把单车消费者直接引流到车辆停靠地点附近的餐厅、商城等线下消费场所。

在济南,地产巨头世茂集团联合摩拜,在宽厚里街区设置了9处摩拜单车停放点,将泉城路金街、世茂、恒隆这样

的商业地产,和黑虎泉、趵突泉这样的景点联系起来。此前这一地区交通压力、停车资源非常紧张,此举有效扩大了消费半径,缓解了黑虎泉西路交通压力。

青岛啤酒节期间,可通过车辆数据、骑行分布数据、城市骑行需求数据、环境数据、人流数据等,分析热点出行路线,

合理安排公共交通。

而在大量旧城改造和慢行系统规划中,分析市民行为发现城市布局中存在的问题进行优化改造,以共享单车轨迹为代表的市民行为大数据成为辅助决策的有力工具。

数据来源:摩拜单车《2017年山东省共享单车出行报告》