

从文化旅游视角谈成都市旅游景点 地铁站的出入口设计*

唐程璇 徐笑非** 胡剑忠

(西南交通大学设计艺术学院, 611756, 成都//第一作者, 硕士研究生)

摘要 分析了两种地铁出入口类型的特征,从使用功能分析了地铁车站出入口设计的具体要求。从文化旅游视角提出了城市景点附近地铁站出入口的设计要求。对成都市部分旅游景点地铁站进行实地调研,提炼出该类地铁站出入口空间的设计思路及策略:应体现城市的风格与文化;应促进周边景点文化形象的塑造;应与城市建筑、周边环境协调统一,促进地铁交通、城市文化旅游资源、城市艺术氛围的融合。

关键词 地铁车站;出入口设计;文化旅游;旅游景点

中图分类号 U231.4; TU201

DOI:10.16037/j.1007-869x.2023.03.049

Metro Station Entrance/Exit Design of Chengdu Tourist Destinations from the Perspective of Cultural Tourism

TANG Chengxuan, XU Xiaofei, HU Jianzhong

Abstract According to the characteristics of two types of metro entrance/exit, the specific requirements of metro station entrance/exit design are analyzed in terms of functionality. From the perspective of cultural tourism, the design requirements of metro station entrance/exit near city attractions are put forward. By carrying out field research of some metro stations close to tourist destinations in Chengdu, the entrance/exit space design ideas and strategies for this type of metro stations are extracted; the cityscape and culture should be reflected; the cultural image shaping of surrounding attractions should be promoted; the urban architecture and surrounding environment should be aligned for uniformity, so as to encourage the integration of metro transport, urban cultural tourism resources and urban artistic atmosphere.

Key words metro station; entrance/exit design; cultural tourism; tourist destination

Author's address School of Design and Art, Southwest Jiaotong University, 611756, Chengdu, China

1 文化旅游概述

文化旅游(以下简称“文旅”)是指以游览鉴赏异地异国的传统文化、追寻历史文化名人等遗迹/遗踪为目的的旅游。文献[1]中认为:可以通过文旅来达到了解、感知、体察和领悟人类文化具体内容。近年来,我国各大城市和地区在大力推进旅游业的同时,注重文化的传播,极力发展旅游文化,以期通过文旅来促进区域的经济的发展。考虑到新冠疫情对旅游业的冲击,本文不引用2020—2022年的数据,而是取2018年上海、北京等8个大城市GDP(国内生产总值)与旅游业总值进行对比(见图1)。由图1可知:旅游业总值在城市的GDP中占有较大的比重。

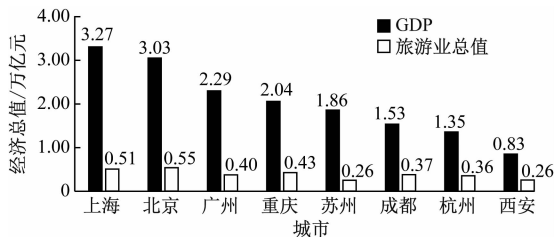


图1 2018年我国8个大城市旅游业总值与GDP的对比
Fig.1 Comparison of tourism gross value and GDP in eight major Chinese cities in 2018

2 地铁站出入口空间概述

由于地铁具有便捷、快速、准时等优点,备受游客的青睐。城市景点地铁站出入口作为连接乘客





*教育部人文社会科学研究青年基金项目(22YJC760108);四川省哲学社会科学重点研究基地现代设计与文化研究中心资助项目(MD21E021)

**通信作者

与景点的媒介,其空间的艺术设计语言对于乘客的文旅体验感、城市艺术氛围的烘托及景点旅游品牌的塑造就显得尤为重要。原本形式单一、只注重使用功能的地铁站出入口不再能够满足文旅迅猛发展和大众审美水平持续提高的需求。地铁站出入

口作为地下空间与地上空间的交接点,除需要满足基本的使用功能之外,还要与周边环境进行有机融合,给行人以人文关怀^[2]。目前国内外大部分城市的地铁站出入口可分为露天式及合建式两种类型^[3],如表1所示。

表1 地铁站出入口的分类及特征
Tab.1 Classification and characteristics of metro station entrance/exit

项目	露天式		合建式		
	有盖型	无盖型	与周边建筑物合建		车站附属地面建筑
			与出入口外立面合建	与下沉广场合建	
例图					
特征	形式灵活多样、防风避雨、卫生条件好	对周边环境的影响较小,与环境相协调	出入口与建筑相融合,保持建筑外立面的连续性	出入口在下沉广场内,与周边环境良好结合	附属建筑物(如风亭、无障碍电梯等)与地铁出入口相辅相成

3 文旅视角下城市景点地铁站出入口的设计思路

地铁车站出入口不仅是通往地下乘车的门户,还是地铁和地面建筑、景观及道路的重要连接点,因此,地铁车站出入口是地铁文化向城市文化的延伸^[4]。在保证地铁车站出入口基本功能需求的基础上,应重视凸显出入口空间的文化特色,并与周边环境良好结合,以打造良好的城市艺术氛围。

3.1 从使用功能角度看出入口设计

文献[5]认为:合理的地铁站出入口应该满足客流的分流、导向及疏通等基础性要求,具有无障碍通行功能,重视残疾人、老年人的特殊需求,能够为乘客提供最大可能的便捷。随着城市功能的日趋复杂,车站周边各类资源和信息在地铁站出入口汇集,应配套合理的设施(如共享单车亭等),以完成资源的整合;为保证地铁出入口(尤其是客流量大的出入口)处乘客出行的安全性,避免发生踩踏事件,出入口在空间上需满足大客流的需求。

在整个地铁管理系统中,乘客是特别需要关注的群体,应通过出入口空间设计使乘客对地铁的客运管理有更良好的感官体验^[6]。例如,在出入口空间人行道的地面材料,尤其是自动扶梯、无障碍电梯口、楼梯等处的材料选用上需选择防滑和速干材质,这既有利于地铁的客运管理和保洁,也能在雨水天气时提高乘客乘坐地铁的满意度。

3.2 从文旅角度看出入口设计

3.2.1 出入口空间设计体现城市的风格与文化

体验既是亲力亲为的一种行为,也是心灵上的一次旅行,所以对产品体验设计的研究,既要关注其有形的物质价值,也要关注无形的精神价值^[7]。

1900年,赫克托·吉马德设计的巴黎地铁 Abbesses 站出入口(见图2)以铸铁、玻璃棚为建筑材料,以浮雕式暗绿色植物的铸铁模型为基本元素,体现了“新艺术运动”的装饰艺术文化。1990年,诺曼·福斯特设计的西班牙毕尔巴鄂市地铁 Moyua Square 站出入口(见图3)占用了非常少的空间和地面,其简洁明快的风格凸显了毕尔巴鄂希望向大众传递的城市的轻盈灵动和新颖时尚。



注:图片来源于图虫网。

图2 法国巴黎地铁 Abbesses 站出入口

Fig.2 Entrance/exit of the Abbesses Station of Paris Metro in France



注:图片来源于图虫网。

图3 西班牙毕尔巴鄂市地铁 Moyua Square 站出入口

Fig. 3 Entrance/exit of Moyua Square Station of Metro Bilbao in Spain

3.2.2 在出入口空间塑造景点文化形象

城市景点地铁站主要为游客提供交通运输功能,但与景点联系紧密的出入口同样也是反映景点艺术价值和文化内涵的绝佳载体。在文旅的过程中,游客的文旅体验感既可从旅游景点的历史建筑、文物、碑林及小品等方面获取,也可从城市景点地铁站出入口空间中获取。出入口空间内与景点品牌文化、艺术氛围所契合的设计同样可以给予乘客别具一格的文旅体验感,制造出“未见其人、先闻其声”的感官效果。在城市景点地铁站的空间艺术设计中融入景点的文化内涵和艺术元素,对于景点旅游品牌的打造起到很好的传播作用,对通过城市地铁交通前往景点的游客在心理层面上也会起到潜移默化的宣传作用。

此外,地铁站出入口空间的特殊艺术设计,也可让乘客获得足够的文旅体验感。通过地铁站出入口空间的特殊艺术设计来反映车站周边和当地的文化,可以增加城市的文化内涵价值,塑造更具体量感的城市艺术形象。

4 成都市部分旅游景点地铁出入口设计

4.1 重视与周边环境的协调性

要用群体的观念、城市的观念来看建筑设计。一个建筑设计的好坏,和它与城市建筑、周边区域环境特征的协调性密不可分。设计时应充分考虑地铁站和景点两者的关系脉络,以达到整体环境协调的目的。

成都地铁1号线和2号线的换乘点天府广场站(见图4)位于成都市天府广场的正下方。该站点将整个站厅分为4个模块,东、南、西、北分别与春、夏、秋、冬对应,各个模块内部立柱和游客导示系统(结

合环境与人的关系为乘客提供的信息界面系统)以对应的四季元素打造,站内色彩与天府广场站文化图腾柱的颜色相呼应。基于下沉广场的特性,所有的地铁出入口都被巧妙地隐藏在景观之中。出入口以钢化玻璃和钢架为主要建材,通透感强的材料使得出入口在下沉广场内的体量感减少,这并不会破坏广场景观的整体性,反而使得游客的视觉重心集中在图腾雕塑、广场景观等文化性建筑符号上。



注:图片来源于昵图网。

图4 成都地铁天府广场换乘站

Fig. 4 Chengdu Metro Tianfu Square interchange station

4.2 反映站点附近景点品牌文化

旅游景点品牌的塑造需要注重景点文化内涵的深刻挖掘,注重景点宣传平台的建设^[8]。这两个关键点可以给景点地铁站出入口设计以启示:第一,出入口设计中应重点分析景点的文化价值,提取景点核心文化元素,并将文化元素融会贯通于出入口空间内,使出入口空间成为景点品牌文化形象的缩影;第二,景点品牌文化的宣传不只局限于景点内部和常规媒体的广告宣传,景点地铁出入口同样可以成为宣传的重要载体,地铁站出入口标志性的外观、装饰及标识等元素也可以为一个充满活力或让人过目不忘的景点宣传平台。

成都地铁7号线金沙博物馆站(见图5)位于成都市青羊区青羊大道与金博路的交汇处,道路交叉口的北侧为金沙遗址博物馆。该博物馆主要呈现的是金沙文明和古蜀文明,这类文化场馆本身就代表着文化和旅游的融合。该景点地铁站出入口在设计呈现手法上将其作为金沙遗址博物馆的缩影,与博物馆一样采用了斜坡的方式,搭配了富有肌理质感夯土砖的极具代表性的太阳神鸟标志,并在探方的结构基础上予以灵活调整。这样的设计既反映了景点的文化特色和个性,也在无声地向过往的乘客和公众传递着景点的品牌文化。



图5 成都地铁金沙博物馆站出入口

Fig. 5 Entrance/exit of Chengdu Metro Jinsha Museum Station

4.3 体现景点的人文关怀

在景点地铁站出入口的设计中需要重视人文关怀理念,无障碍电梯、无障碍坡道、休憩场所及景点指引信息等均是体现人文关怀的主要设计内容。这些细节设计能给游客提供舒适的文旅体验感,对景点文旅形象的打造也起到很大的促进作用。

成都地铁4号线宽窄巷子站(见图6)位于成都市青羊区西安中路与下同仁街的交汇处,道路交叉口的西北侧为宽窄巷子。该站出入口在外形上与宽窄巷子内部仿清朝古四合院建筑的风格一致。如图6 a)所示,该地铁站出入口的无障碍电梯在设计上并没有将其作为出入口空间的附加元素简单处理,而是采用青黛砖瓦的肌理墙面搭配宽窄巷子的文化标识,并在竖向高度上予以凸显,使之成为了游客的视觉焦点。考虑到该站景点出入口人员的流动性大,游客在此会有休憩和稍作停留的需求,为了避免出入口处客流拥堵,该站在出入口的侧面和背面设置了公共休息座椅,并预留了游客放置随身行李的公共空间,如图6 b)所示。此外,在该站的出入口处放置了清晰明确的游客导示系统。这些细节设计和便民设施很好地展现了景点形象和人文关怀。



a) 无障碍电梯

b) 出入口背面

图6 成都地铁宽窄巷子站出入口

Fig. 6 Entranc/exit of Chengdu Metro Kuanzaixiangzi Alleys Station

5 结语

本文首先对地铁站出入口空间进行了分类和特征提取,然后从文化旅游的视角研究了城市景点地铁站出入口设计的功能性和艺术性,探索了这类地铁站出入口的设计思路。在此基础上分析了成都景点地铁站出入口的艺术设计策略,以期为文化旅游、城市景点品牌塑造、城市艺术氛围三者的协调、融合与发展提供参考。

参考文献

- [1] 骆高远. 文化与旅游: 诗和远方的完美结合[J]. 湖北理工学院学报(人文社会科学版), 2020, 37(6): 1.
LUO Gaoyuan. Culture and tourism: the perfect combination of poetry and distance [J]. Journal of Hubei Polytechnic University (Humanities and Social Sciences), 2020, 37(6): 1.
- [2] 陈英丽. 人性化视角下的地铁站出入口空间设计研究[J]. 建筑工程技术与设计, 2017(8): 878.
CHEN Yingli. Research on the design of subway station entrance and exit space from the people-oriented perspective [J]. Architectural Engineering Technology and Design, 2017(8): 878.
- [3] 尹浩东, 李得伟, 葛喜俊. 伦敦地铁的运营管理模式[J]. 都市快轨交通, 2014, 27(4): 122.
YIN Haodong, LI Dewei, GE Xijun. Operation management model of London Subway [J]. Urban Rapid Rail Transit, 2014, 27(4): 122.
- [4] 姬利伟. 地铁站出入口设计方法[J]. 铁道标准设计, 2011, 55(7): 78.
JI Liwei. Methods for designs on entrances and exits of metro stations [J]. Railway Standard Design, 2011, 55(7): 78.
- [5] 张程. 浅谈地铁站出入口的人性化设计[J]. 建材与装饰, 2018(21): 236.
ZHANG Cheng. Discussion on humanized design of subway station entrance and exit [J]. Construction Materials & Decoration, 2018 (21): 236.
- [6] 邓云霞. 浅析地铁客运服务在地铁管理系统中的重要性[J]. 城市建设理论研究, 2019(7): 9.
DENG Yunxia. Analysis on the importance of metro passenger transport service in metro management system [J]. Theoretical Research in Urban Construction, 2019(7): 9.
- [7] 孙博文. 产品设计的体验性研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2007.
SUN Bowen. Research on the experience of product design [D]. Wuhan: Wuhan University of Technology, 2007.
- [8] 白加德. 浅谈旅游景点文化品牌塑造[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2012, 11(5): 537.
BAI Jiade. On image-building of cultural brand in tourist attractions [J]. Journal of Shanxi Agricultural University (Social Science), 2012, 11(5): 537.

(收稿日期: 2021-01-07)