

郑州地铁1号线二七广场站A口为二七纪念塔引流的可行性探讨

常伟

(郑州二七纪念馆, 河南 郑州 450000)

【摘要】二七纪念塔作为郑州市的地标建筑,从二七商圈的兴起到成为地铁核心枢纽站,一直以来都是这座城市的中心。随着二七商圈的热度不断刷新,文旅融合的工作不断深入,十分有利于吸引更多游客“打卡”二七纪念塔,宣传好红色文化资源。在社交媒体打卡热的今天,全国有很多地铁口成为该城市的网红打卡地。郑州地铁1号线A口由于良好的相对位置,成为人们打卡二七纪念塔的第一选择。地铁A口应找准定位,更新硬件设施,迎合当下的“打卡”热潮,打造城市公共交通的文旅重点站。二七纪念塔本身既要抓住机遇,又要着眼长远,进一步提升活化利用水平。

【关键词】地铁口;二七纪念塔;游客

随着社会的进步和城市设计理论不断发展,使得人们对于地铁站在城市中的重要性有了新的认识。诺贝尔文学奖获得者英国剧作家罗德里德·吉卜林曾经说过:“交通是一种文明”。地铁出入口作为城市交通的重要节点,每天迎来送往城市的万千人群。由于群众对于精神文化需求的增多,地铁与市民和城市公共活动空间的联系变得日益紧密,市民对其也提出更高要求。

一、地铁对于二七纪念塔的益处

郑州文旅热潮正旺,经济动能澎湃。今年的中秋国庆假期,携程大数据显示,郑州上榜全国“热门旅游目的地城市”第9位。美团大数据显示,郑州为全国TOP5的热门到达地。去哪儿数据显示,假期酒店带动力排名中,郑州仅次于杭州排在全国第2位。根据郑州地铁官方数据,9月28日,郑州地铁线网日客运量达到259.17万人次,创单日客运量历史新高。其中1号线客运量最多,为69.71万人次。二七广场站进站量排名线网第二,为6.09万人次。郑州二七商圈上榜“全国热门商圈热度”地7位,二七广场及其周边街区多日接待游客量突破50万人次,二七纪念塔日接待量更是达到16800余人。

(一) 地铁站内文化氛围浓厚

走进郑州地铁2号线、5号线的候车层,均可看到由前中国书法家协会主席张海所题写的站名。张海的字体笔触圆劲,庄重醇厚。

郑州地铁3号线一期以“史迹经脉,商都记忆”为设计理念,将“商都”郑州的传统文化元素提炼并且应用到车站的建筑空间。东大街站站厅层壁画主题为汉字文化。文庙站候车层天花板设计和营造出传统古建筑的面阔与进深,楼梯栏杆也是庙宇风格。

(二) 重点站内文化特点突出

郑州地铁1号线的二七广场站、东大街站、文庙站、省骨科医院站4座车站为装修重点站^[1]。各个重点车站的壁画主题颇具城市性格。地铁1号线西流湖站之于“引黄入郑”、碧沙岗站之于“北伐阵亡将士”,地铁2号线二里岗站之于“二里岗文化”,地铁2、3号线东大街站之于“商城遗址”“开元寺”,地铁3号线海滩寺站之于“郑州古八景——海寺晨钟”,凤凰台站之于“郑州古八景——凤台荷香”。

值得一提的是,地铁5号线规划的18座换乘站在车站规划之初,即通过站厅层壁画把河南省18个省辖市特色融入进来。郑州地铁的文化基调是厚重的。

二、二七广场站A口可提升之处

进入新世纪以来,随着经济的发展,许多大城市加快了地铁建设的节奏。地铁车站的建筑设计也逐渐受到建筑师的普遍重视。地铁出入口设计是地铁车站建筑设计中的重要内容,是乘客进出地铁车

站的重要保证，是连接地铁和城市的主要纽带。因此，加强对地铁出入口合理规划与建筑设计的研究意义重大。

武汉地铁5号线司门口黄鹤楼站C口，出站时乘扶梯回望即是武汉市地标黄鹤楼。深圳地铁9号线深圳湾公园站D2出口，出站即是蔚蓝色大海。苏州地铁4号线北塔寺站4号口，出站是白墙黛瓦柿子满枝头的景色。郑州地铁1号线会展中心站D口，乘扶梯出站即可看到郑州东区的地标“大玉米”。

二七广场站因二七纪念塔而得名，共设置8个出入口。其中A口是人们在社交媒体中视频打卡二七纪念塔的热门地。出站时人们乘坐扶梯的右边逐渐显出的即是郑州市地标建筑——二七纪念塔。日间的二七纪念塔白墙绿瓦，颇具古典美感。夜晚的二七纪念塔灯光点缀，显出现代氛围。在A口出站，二七纪念塔随着扶梯的上升，拔地而起出现在人们的视野，更具地标建筑的雄伟之风。

但是，就游客打卡二七纪念塔便利性的角度分析，热度正旺的二七广场A口存在明显的短板。一方面，二七广场站在设计之初就十分注重站点地域文化的营建，宽阔的站厅层设计了以二七纪念塔元素为主题的壁画，引得人们频频驻足。另一方面，地铁站外部空间环境未得到重视，设计之初忽略了作为重点站的城市外部公共空间的作用，未将二七纪念塔的视角考虑进来。

（一）主动迎合打卡的仪式感需求

在日常生活中，“仪式感”出现的频率逐渐增多，其源于人们对仪式的追寻。小到品茗过程，大到节日庆典，仪式在我们的日常生活中普遍存在。从最初在景点刻画不文明的“到此一游”到相机出现后的“拍照留念”，再到如今在社交媒体中发布“出游打卡”的动态，“打卡”这一理念通过不同形式始终存在于出游过程中，且在公众视野出现的频率越来越高。年轻人作为当代的消费主力军，更是注重生活、消费中的仪式感。

“人生就是一出戏，社会是一个大舞台，社会成员作为表演者都渴望自己能够在观众面前塑造能被人接受的形象，所以每一个人都都在社会生活的舞台上竭力表演……”^[2]。在传统媒介中，传播权掌握在少数人手中，人们难以运用媒介平台进行自我展示。而新媒体技术的发展，为公众提供了平等的学

习机会和用户体验，这也使得人人都拥有“打卡”分享的机会。

二七广场站A口之所以成为社交平台打卡二七纪念塔的网红地铁口，与A口的先天优势密不可分。由于以抖音为代表的短视频领域的飞速发展，手机的竖屏拍摄成为流量的王者。不同于传统视频大景别、空镜头的宏大深远，竖屏视频多采用中近景拍摄，主体占据更大的画面，有利于增强与观众的交流感，形成情感上的共鸣。

苏州园林在有限的空间内，利用独特的造园艺术，随处可见立体画卷，咫尺之内再造乾坤。每一处精心的设计，都彰显出古人对生活与空间的独特理解，浓缩了极致风雅的东方生活美学精华。苏州园林中古人以“取景在借”的思想，巧妙地把“花窗”与园林中的美景定格，一步一景、移步换景，既具备实用功能，又不乏装饰效用，颇具意境。由于大部分人群乘地铁出站时候会选择乘坐扶梯，所以在地下时地铁口外部的景物会像被屏风遮挡住一般。而随着人们即将到达扶梯顶端，地铁口的方形框线恰好成为天然的取景“框”，好似苏州园林中的“窗”，外部景物随着人们视线的上升而逐渐上升，直至显露出全貌。若放在摄影领域，这种运镜手法被称为“上升运镜”。人们手机画面中的二七纪念塔随着镜头的上升而出现从无到有、从低到高、从小到大的变化，且仰视的视角极具视觉冲击力，给人一种奇妙而深刻的感受。并且二七纪念塔和二七广场站A口的距离适中，在手机摄像头中的二七纪念塔不需要刻意调整焦距即可拍出近乎完美比例的构图。

运用好地铁A口的打卡机位，挖掘优势资源，进一步为视频打卡提供便利条件。

（二）改造二七广场站A口外部硬件

1. 地面站亭更新

目前郑州地铁不同线路的出入口地面站亭均为飞檐平顶造型，灰色出檐平顶搭配两侧立面玻璃墙壁，造型几乎一样。优点是线路风格统一，识别性强，工业化程度高，便于大规模建造，也符合交通建筑的简洁形象。缺点是与地方文化及周边环境脱离关系，缺乏趣味，不符合地铁站强识别性的要求。对一座城市来说，地铁是城市的动脉，地面站亭的造型，不仅关系到城市地铁的整体形象，更是

彰显地方特色、突出时代风貌、承载文化底蕴和展示发展理念的重要窗口。

从单个地面站亭分析,其造型要做到外表凹凸有致、空间层次丰富、功能简洁紧凑、空间通透流畅。在保证出入便捷性的前提下,做到时代性与识别性相统一,技术与建筑艺术完美结合;在满足功能前提下,注重本身的景观,体现其标识性。例如巴黎地铁皇家宫殿站地面站亭为王冠造型,武汉地铁2号线宝通寺站外墙为千佛手造型,沈阳地铁9号线地面站亭为“冰裂纹”造型,10号线为“水波浪”造型,咸阳地铁地面站亭为秦朝官帽造型。

地铁空间设计可以运用多种模式,特别是对于重点站从功能性、美观性、实用性方面进行精心打造,并在每个重点站和艺术站都运用地标特色的符号进行外部站亭设计,使之与地铁站名和地铁站内部空间相呼应,从“人”的需求出发,优化空间品质,提升郑州地区地铁的出行体验。

2. 移走南边路灯

不管是在武汉司门口黄鹤楼站C口回头仰望黄鹤楼,还是深圳湾公园站D2口可以拥抱的蔚蓝色大海,无一例外在出口和地标之间的视线上是没有任何阻挡物的。但是二七广场站A口和二七纪念塔的视线正中却有一根常年不亮的路灯成了打卡者的阻碍。此路灯突兀的矗立在A口和二七纪念塔之间,当无数游客慕名而来,乘坐扶梯的缓缓上升录制打卡视频的时候,马路边的一根市政路灯杆进入画面,遮挡了二七纪念塔的一角,给构图的完整性带来了些许遗憾,同时影响了其作为红色革命建筑的庄严性。像西安钟楼,周边建筑环境整体内敛,完美突出了钟楼的主体地位和古典美。郑州市在城市景观设计上的意识和能力还有所欠缺,对待郑州地标的态度应继续改进,二七广场周边的环境布局有待进一步优化,充分尊重城市自身厚重的人文历史和丰富的文化底蕴。

三、二七纪念塔利用好自身资源

网红打卡地通过口碑的传播行为可以长时期、多人、大范围传播,积累传播效应,所以要让口碑经得住时间的考验,以科学的发展理念为指导,使网红打卡地可持续发展。

第一,打铁还需自身硬,要重视自身建设,力

避“网红短效”。一方面,不能只停留在由短视频带来的热度上,要加速红色资源、产品和优势的转化,完善服务设施,保证节假日和重大活动期间二七纪念塔灯光的点亮效果和时长。2019年以前二七纪念塔外层灯光常发故障,非常影响观感,特别是给专程从外地前来打卡的游客带来了不完美的印象。今年2月7日二七纪念塔新推出的专题展中,一幅油画非常忠实地还原了曾经灯光经常不亮的那层。另一方面,进一步提升二七纪念塔的知名度、认知度、联想度和地方感,利用口碑营销做好旅游目的地传播,营造旅游“网红打卡地”。

第二,保留出游目的地的原真性。在满足游客求新、求奇、求异的需求时,也应该保留文化的正统性、景观原真性和符号真实性。营造旅游目的地的原真氛围。积极引导游客参与原真文化体验、景观体验和符号体验,将网络视频所营造的数字地方感转化为真实的亲临现场感,并以此推动其对旅游目的地的再次打卡宣传。成为像重庆李子坝轻轨一样的城市必去网红打卡点,带来可观的旅游流量。

四、结语

地铁站出入口作为展示城市形象的窗口建筑,它是城市文化的重要载体之一。作为城市景观不可或缺的构成要素,其设计不可能游离于城市景观之外,更不应与城市地标景观相矛盾。而应从区域人文环境特色中汲取灵感,使之和谐融入城市整体景观布局。

红色资源肩负着教育、引导的重要功能。在新时代,充分发挥二七纪念塔全国爱国主义教育示范基地的作用,把红色资源利用好、红色传统发扬好、红色基因传承好。继续创新文旅消费模式,延展消费空间,激发消费潜力,注重城市细节营造,以高质量供给满足消费升级需求,二七纪念塔必将发挥更加重要的作用,激发更加强劲的文旅消费势能。

参考文献:

- [1] 郑州地铁3号线一期、4号线首次“亮相” 这些基本“档案”先睹为快[N].河南日报客户端,2020-12-22.
- [2] 欧文·戈夫曼.日常生活中的自我呈现[M].冯刚译.北京:北京大学出版社,2008.