

广州 地铁

轨道搭台，打造“湾区轨道文化长廊”

文/严艺文 谌文锋 王贞言 刘厚宁

轨道交通是城市交通的重要脉络，也是展现城市文明的重要窗口。数据显示，广州地铁目前运营的“地铁+城际”轨道交通里程近1000公里，每日承载的客流量近900万人次，轨道交通已成为人们除工作和家庭以外的“第三生活空间”。广州地铁集团党委书记、董事长、总经理刘智成表示，推动文化艺术进入轨道交通，将使广大乘客在搭乘轨道交通的过程中读懂广东、读懂广州，让记忆和乡愁体现在乘客出行的每一站、每一程。

近年来，广州地铁创新采用“轨道搭台，专业展演”模式，通过与专业机构、艺术团体、企事业单位跨界合作，在轨道交通地下空间开展了超过百场文化惠民活动，推出了一系列文化展览、文艺演出和文创产品，丰富城市公共交通的文化内涵，打造“湾区轨道文化长廊”，让大流量的城市轨道交通成为传递先进文化、弘扬传统艺术、培育公众审美情趣和提升城市文化品质的重要载体。



“广州掂过碌蔗——叶健强带你穿越广州”摄影展在“羊角影像馆”展出 宋金峪 摄

音符跳动，轨道交通空间更具烟火气

2022年1月18日上午，悠扬的民族乐声在陈家祠地铁站响起，五位广东民族乐团演奏家演奏了《平湖秋月》等观众耳熟能详的乐曲，引得不少乘客驻足倾听。这是广东民乐进地铁的首场演出活动，标志着广州地铁“文化地铁 精彩旅程”主题活动正式拉开序幕。

三年来，广州地铁作为广东省首批培育和践行社会主义核心价值观示范点，充分发挥轨道交通作为文明窗口、文化平台、宣传阵地的重要作用，创新打造“轨道搭台、专业展演”模式，在轨道交通空间推出了一系列文化惠民活动。

在番禺广场站、磨碟沙站，“拾光音乐厅”提供了沉浸式可共享的音乐享受，市民乘客可以预约在现场弹奏钢琴，享受音乐的盛宴；而在城市的东边，天河公园地铁站站厅的“音乐角”让音符跳动，向乘客传递城市文化。

市民的融入，赋予了轨道交通空间更多人间烟火气。地铁站的“拾光音乐厅”和

“音乐角”，采用了“市民演奏、乘客欣赏”的模式，两年共有3400多名乘客登台演奏，广受欢迎。不论是车站内举行的南国书香节快闪舞蹈，还是有轨电车内的诗歌朗诵、小提琴演奏，都让地铁富有生活气息。

广州地铁集团党委宣传部部长许坤杰说：“广州地铁在传播优秀传统文化上将持续坚持硬件和软件‘两手抓’，除了在软件方面引入更多文化艺术机构，推出更多文化惠民活动，在硬件方面，则将历史文化融入车站的设计，打造更多永久性的文化轨道交通主题站。”

广州地铁在打造“湾区轨道文化长廊”创新实践中形成的“轨道搭台、专业展演”模式，不仅为思想文化传播随轨道向大湾区延伸拓展积累了丰富的实践经验，更为城市如何落实文化惠民政策、如何充分利用城市空间传播优秀传统文化、如何撬动社会专业力量打造文化服务品牌等，提供了可复制可推广的经验。广州地铁文化案例被评为中国政研会2024年度基层思想政治工作优秀案例。

融入艺术，“羊角影像馆”创新上线

近年来，广州地铁主动融入广州传承弘扬红色文化“英雄花开英雄城”主题系列活动，举办红色绘画摄影展，开展“搭地铁，游广州”线上直播互动等活动。今年，广州地铁在部分地铁站首设“羊角影像馆”，将地铁站打造成文化艺术空间，以其独特的展示方式和便捷的位置选择，将艺术融入日常生活中，让市民在穿梭都市的同时，也能感受到文化的温度与艺术的魅力。

为庆祝中华人民共和国成立75周年，9月22日起至10月31日，广州地铁相继在农讲所站、昌岗站、陈家祠站、文化公园站打造“羊角影像馆”，推出了四个不同主题的文化展览。

9月30日，广州地铁同时在农讲所站和昌岗站，分别推出“花城红画映羊城，七十五载谱华章”“广州红色漫画主题展”“广州掂过碌蔗——叶健强带你穿越广州”三个“羊角影像馆”展览。

昌岗站的展览由中共广州市委宣传部、羊城晚报报业集团、广州新华出版发行

集团、广州地铁集团、广州公交集团共同推出，展出了羊城晚报摄影部原主任、高级记者叶健强横跨半个多世纪拍摄的60多幅广州老照片，这些照片作品充满了生活气、烟火气，以真人、真事、真情朴素地表达着广州务实而从容的城市气质，唤起人们关于广州的深深记忆与浓浓乡愁。展览中反映改革开放以来城市风貌变迁的珍贵照片，更是生动地呈现了“小日子的大时代”，是名副其实的新中国民生画卷。

自2023年起，广州市委宣传部与广州地铁以“湾区轨道文化长廊”为主阵地，联手打造“读懂广州，从这里出发”——“1+3+N”系列社会主义核心价值观沉浸式公益广告空间。“花果山大橘二十四节气+非遗系列”“‘清风侠·护苗’漫画作品展”“《文学里的广州》主题展”“1+3+N”系列主题宣传如雨后春笋般在广州地铁生长，这些主题展览不仅丰富了市民的精神文化生活，也成为了外地游客了解广州的一个重要途径。

阅读全程，“搭地铁品书香”渐成风尚

在三线换乘站番禺广场的站厅内，广州图书馆·地铁番禺广场站分馆占地不大却“五脏俱全”，分为借阅区、阅读区、休闲区三大区域。广州图书馆·地铁番禺广场站分馆投入使用至今，累计办理读者证6千余个、借还图书20万册次，年流通率超240%，日均借阅量在广州图书馆自助图书馆中名列第一，成为全市读书热门打卡点。

位于四号线、八号线换乘站

的万胜围地铁站图书馆，除馆藏文学、艺术、历史等10多类图书4000余册外，还配有有声读物区、公益、共享空间。2023南国书香节暨羊城书展开幕前夕，广州地铁率先在杨箕站推出主题展览，打造了2023南国书香节地铁分会场“地铁读书会”，展出包括生活、旅游、美食、儿童以及红色主题等书籍400余本，供市民乘客免费阅读，与市民共享一年一度文化盛宴。广州地铁荣获南国书香节“第二届优秀阅读推广组织”，“搭地铁品书香”已逐渐成为市民搭乘地铁出行的新生活方式。

线磨碟沙站设立分会场并举办了“搭地铁·品书香”系列活动，首次在地铁站打造了全开放式、公益、共享空间。2023南国书香节暨羊城书展开幕前夕，广州地铁率先在杨箕站推出主题展览，打造了2023南国书香节地铁分会场“地铁读书会”，展出包括生活、旅游、美食、儿童以及红色主题等书籍400余本，供市民乘客免费阅读，与市民共享一年一度文化盛宴。广州地铁荣获南国书香节“第二届优秀阅读推广组织”，“搭地铁品书香”已逐渐成为市民搭乘地铁出行的新生活方式。



广州图书馆番禺广场分馆 受访方供图

薄荷味「老盐咸味」牙膏

甄选老盐 清新口腔

老牌
国企

老盐牙膏
60年老盐 去热润燥 黏膜护理的好朋友

经典
咸味

老盐牙膏
60年老盐 去热润燥 黏膜护理的好朋友

经典
咸味

拼多多：极盐个护旗舰店
京东：极盐牙膏旗舰店
天猫：极盐旗舰店

粤盐老盐牙膏：甄选60年封藏老盐，更好地呵护您的牙齿健康

广东省盐业集团广州有限公司 出品 广州澳美医药科技有限公司 经销

广告

滴滴出行

从用车到商旅出行 滴滴企业版如何蜕变？

一个App连接“用车+机酒火”，滴滴企业版营造商旅新体验

文/沈钊
图/受访者提供



用车和商旅一体化，给企业带来降本增效的创新方案

10月23日，在北京举办的企业出行服务峰会上，滴滴企业服务事业群总经理蔡晓鸥介绍，十年来，滴滴企业版累计服务超55万家企业，覆盖央企、高新技术、能源、金融等领域客户，已成为一站式企业商旅出行平台。在一个“滴滴企业版”App内，可实现“用车+机票/火车票-酒店”全链路预订，和“免垫付免报销”的便捷体验。

滴滴企业版也在本次峰会上公布了最新的产品能力图谱，内测中的智能商旅助手，并宣布十周年回馈礼：即日起至12月31日，与滴滴企业版签约商旅服务的新客户，符合条件可享机酒火90天服务费全免（详见活动规则）；向长期与企业版一同迭代探索的参会客户发放大额用车补贴；持续加大技术资源投入，让更多企业从一体化解决方案中获益。

滴滴企业版在用车确定性和安全、体验上的优势毋庸置疑，但围绕企业场景的“更省钱、确定性、好服务”，仍然需要重塑很多能力。

滴滴把企业用车场景拆分成通勤、接送机、商务接待、酒店入离等不同场景，仔细检查各家公司在这些场景下的体验问题，对症下药。此外，平台还沉淀了1万多条用车规则，能够支持客户在各类场景下精细化管理，而不是一刀切。

用车是企业消费最高频的场景之一，不仅关乎成本和体验，也能给企业管理提供参考。

以某快时尚零售品牌为例，通过滴滴企业版提供的员工打车数据报告发现，有些员工上班的门店和居住地点存在错配，对这些员工

针对性调换门店后，不仅他们的通勤时间会大幅缩短，企业成本也显著下降。

这是数据洞察提供的价值。同时，因为重塑了出行费用管理流程，不仅带来免报销、免审核的效率提升，也因为智能化管控挡住了传统报销中可能暗藏的“合规水分”。

在拉满用车体验的同时，滴滴企业版从2020年开始拓展交通和住宿品类，2022年为第一家客户提供商旅服务。如今，通过开放合作，滴滴企业版在火车票和国际国内机票、酒店资源的丰富度和覆盖度上，不亚于行业领先者。而且，还能协助企业签署各类优惠协议，确保超过八成的酒店价格在行业里具备竞争力或更便宜。

这是为了给用户客户提供更完善的体验，自然延伸的一步。

一体化管控创新 兼顾企业管理需求和员工体验

过去十年的用车管理，使滴滴企业版得以深入理解企业和员工的需求，如今，用车和商旅一体化，跨品类管控和智能技术的升级，可以帮助企业创新性地设计降本增效的方案。

蔡晓鸥提到，有些企业为节省成本会引导员工出差时住到偏远的酒店，但企业版通过机票、酒店、打车费用和路程时间等信息智能推荐，给企业推荐的一体化解决方案，往往是反直觉的——很可能住在市中心的某个区域是最节省的方案。

还有企业原本采取一刀切：员工出差只能坐火车，不能订机票。企业版为其提供“机火同屏”的比价能力，在两者差价可接受范围内，给员工开放选择权。这样，在企业差旅支出平稳的前提下，员工体验大幅提升。

除了引导机票酒店提前预订、鼓励早晚航班、管控退改行为、差标节省激励这些显而易见的降本措施，滴滴还会根据企业历史住店数据，推荐那些最受同事青睐的性价比之选；通过大数据将一些酒店标为“好打车”；如果航站楼和酒店距离过远，也可以触发提醒……通过这些跨品类的能力挖掘，引导员工作出兼顾体验和优惠的明智决策。

滴滴企业版设计了很多企业和员工共赢的跨品类省钱方案。以鼓励员工出差时拼房为例，400元差标可以上浮到600元，让拼房员工住到更好的酒店；剩下的，100元是企业降本成果，100元拆成两张因私打车券奖励给员工。还有一个方案叫“积分商城”：员工因公消费节省，被系统自动积分，并可兑换个人使用的商品。这样，在企业降本增效的同时，员工体验也得到了保障。

“一站式连接用车和商旅，用好服务带给员工幸福感，帮助企业专注于高附加值工作，还只是刚刚开始。创新是永无止境的，天花板也很高，我们会认真扎实做好每一件事，十年如一日地深耕好商旅。”蔡晓鸥在演讲结尾时说，“未来的企业版服务一定会更智能、更高效，同时，也一定会更有人情味。我们和所有重视员工价值的企业站在一起，做好大家的商旅小助手。”

把企业用车数字化，会发生什么？

滴滴企业版在用车确定性和安全、体验上的优势毋庸置疑，但围绕企业场景的“更省钱、确定性、好服务”，仍然需要重塑很多能力。

滴滴把企业用车场景拆分成通勤、接送机、商务接待、酒店入离等不同场景，仔细检查各家公司在这些场景下的体验问题，对症下药。此外，平台还沉淀了1万多条用车规则，能够支持客户在各类场景下精细化管理，而不是一刀切。

用车是企业消费最高频的场景之一，不仅关乎成本和体验，也能给企业管理提供参考。

以某快时尚零售品牌为例，通过滴滴企业版提供的员工打车数据报告发现，有些员工上班的门店和居住地点存在错配，对这些员工