



重庆轨道交通离世界级城市名片还有多远?

【核心提示】

楼里穿、桥上跑、公路立交上飞奔……近些年,重庆轨道交通成了一道全球独具特色的风景线,并带动重庆火遍海内外。

业内人士认为,重庆的独特地形,加上能上天入地的轨道交通,让重庆轨道交通具有打造成世界级名片的潜质。重庆正在配套设施、城市颜值、文创产品、游客服务、统一规划等方面持续发力,向“轨道上的世界知名旅游区”加速迈进。

□本报记者 向菊梅

夜晚,距地面数十米的高架桥上,一辆轨道列车飞驰而过,下面是层层公路立交;稍远处,两座大桥跨越长江。此景衬着璀璨灯光、两岸高楼,一种魔幻大片的既视感,油然而生。

10月15日,以重庆轨道交通为主角的视频《轨道上的都市》,火遍海内外,总点击量超3.59亿次,并亮相美国纽约时代广场“中国屏”。

重庆轨道交通“引爆”网络,已经不是第一次。“重庆独特的地形,加上能上天入地的轨道交通,形成了一道全球独特的风景线,完全可打造成一张世界级名片。”重庆市旅游经济发展高级顾问罗兹柏说。

如何打造成世界级城市名片?近日,重庆日报记者采访获悉,将轨道交通打造成城市名片,促进重庆文旅产业发展,提升“颜值经济”,重庆已经默默做了大量“功课”,并且下一步还有更多具体的举措。

重庆轨道交通已成为搜索热词

重庆轨道交通受到关注,可以追溯到2006年。当年热映电影《疯狂的石头》中,重庆轨道交通2号线第一次亮相大屏幕。之后,《从你的全世界路过》《火锅英雄》等电影纷纷在渝拍摄,轨道交通成了导演们的取景必选项。

2017年,央视大型专题节目《还看今朝·重庆篇》称,轨道交通为“重庆新名片”。

2018年,伴随着抖音的兴起,重庆轨道交通开始火遍全国。记者在抖音上输入“重庆轨道交通”“重庆轻轨”“重庆 列车”等关键词,海量的视频扑面而来,网友好评、点赞如潮。

轨道交通带动重庆火遍海内外,前来打卡的外地游客络绎不绝。2018年,重庆全市接待境内外游客5.97亿人次,实现旅游总收入4344.15亿元,同比分别增长10.1%和31.3%。2019年,重庆游客继续呈井喷之势,为满足游客观光,轨道2号线李子坝站还专门修建了观看“轻轨穿楼”的观景平台,并对站点环境进行了美化。今年“五一”期间,入渝人数同比再次增长超44%。

世界旅游理事会发布《2018年城市旅游和旅游业影响》,重庆为全球旅游增长最快城市。2018-2020年里的几个月里,重庆在城市形象短视频播放量TOP榜中,都位居全国首位。

重庆轨道交通为什么这么火?在北京城建设计发展集团股份有限公司副总工程师吴建忠看来,重庆两江环抱、地势起伏、道路盘旋,特殊的地形造就了特殊的立体交通,轨道列车穿行其间,将重庆的城市特点动态地展现了出来。

如轨道交通2号线,沿嘉陵江运行,依山傍水,单轨列车许多路段在地面运行,乘客在欣赏沿线风景的同时,2号线本身也成了一道独特的风景。

赋予轨道交通更多文化元素

如果说重庆轨道在前期规划时,主要是出于交通功能的考虑,但投入运营后,则有意识地为它注入了更多文化元素。

重庆交通开投集团相关负责人介绍,如今,壁画、版画、浮雕、图片和涂鸦等多种艺术表现形式在重庆轨道站点多能看到,他们希望通过轨道交通,让外界更加了解重庆,展示重庆之美。

站内的精心布置,加上站外的特色景观,让游客坐轨道交通时,犹如坐上“时光穿梭机”,在重庆的现代和历史中穿行。

不仅如此,为充分展示重庆文化特色,重庆轨道列车还频频上线“乡愁”“重庆宝贝”“阡陌交通”“重庆言子”“重庆印象”等主题专列,用车站展示重庆自然风光、民俗风情、特色风物、人文风韵和城乡风貌等,恰似披着一件件漂亮的“彩衣”。

如“重庆宝贝”主题专列,其车贴上勾画着川江号子、荣昌夏布、涪陵榨菜、合川桃片、荣昌折扇、巫山红叶等市级非物质文化遗产项目。再如“动感”主题专列,其车贴以蓝色马赛克为背景,用点状、几何图形拼接而成的“大剧院”“千厮门大桥”“江北嘴金融中心”等重庆地标建筑融入其中。

“看着各种各样色彩饱满、形象逼真的列车‘外衣’,山城的独特魅力扑面而来。”一位快手网友拍下视频留言说。

重庆交通开投集团轨道设计院相关负责人表示,接下来,重庆轨道交通将按照“精品线路,一线一故事;主题车站,一站一景点;文化列车,一车一主题”的思路,对特色车站、区间及车辆进行整体打造,进一步提升轨道交通的文化内涵和品牌影响力。

让轨道交通引领重庆文旅发展

不过,多位专家指出,重庆要将轨道交通打造成世界级名片,还需要补一些短板。

“打造轨道上的‘都市区’,不只是为了让轨道交通好看,还要让背后的城市颜值提升。”罗兹柏说,现在重庆有些轨道交通沿线亮点,值得深读的东西不多,要通过完善城市设施,挖掘城市文化特色,让好看的东西多起来。

罗兹柏认为,相比其它交通工具,轨道交通的优势就是稳定、舒适,适合观光。只有漂亮的风光+完善的交通,才有可能迎来越来越多的人坐轨道交通观景。



轨道交通一号线小龙坎站墙绘,让乘客感受到独特的艺术魅力。

特约摄影 孙凯芳/视觉重庆

同时,完善观景配套设施,也迫在眉睫。

围绕轨道交通开发的文创产品单一,也是重庆的一个短板。“近两年,重庆开发了相框、冰箱贴、纪念票卡等相关文创产品,但是由于种类较少,关注度十分有限,产生的收益和影响力也较小。”重庆师范大学地理与旅游学院讲师周春燕说。

另一方面,和国外对比,重庆轨道交通服务也有差距。以日本东京为例,很多轨道交通站点都有专门的游客服务中心,游客既可咨询本地旅游信息,还可寄存行李等。

周春燕建议,文创产品可以开发具有轨道元素的T恤、箱包、铅笔头等。此外,要打开销售渠道,线上线下结合,轨道站点也可设销售点。

此外,多位专家还指出,重庆轨道交通人文化建设急需总体规划,以及相应的考核体系。

“由于部门条块分割,规划部门、建设部门、文旅部门、运营公司之间需要多方面融合起来。”重庆理工大学旅游管理系教授牟红告诉记者,这方面已经出现很多可喜的改变,正在建设的轨道线网,规划时就开始考虑文旅因素。

如轨道交通15号线就在欢乐谷、两江影视城设站;市域(郊)铁路璧铜线在设计线路走向时,也特意考虑了西郊花语悠游谷、巴岳山玄天湖旅游度假区等景区;成渝中线高铁专门在大足石刻设了站点;又如正在改造的老成渝铁路串联了龙凤寺、铁路博物馆、重钢工业博物馆、马桑溪古镇、钓鱼嘴人文艺术半岛、铜罐驿古镇、铜罐驿天主教堂等一批景点,建成后变身沿江旅游观光线。

尽管如此,牟红依然认为还不够,重庆交通和文旅的融合还可以更进一步。

牟红指出,一方面,对于已有轨道线路,要做好沿途景观总体开发和再造规划。比如2号线,除了李子坝站单轨穿楼、佛图关路段列车穿越花海,还可以结合沿途的老重钢、建设厂,以及乡耕文化等开发更多网红站点。这不仅可以让游客更深入地了解重庆的历史,也可分散已有网红景点的流量,提升体验感。

另一方面,针对未建线路,要结合周边的文旅资源进行线路规划,以轨道交通带动文旅项目发展。

考核体系方面,据了解,市住房城乡建委已牵头编制《重庆市轨道交通人文化行动方案》,对不同轨道交通线路、不同城市区域、不同地形条件的各类站点,提出了人文化建设的详细设计导则和指引;同时引入“乘客、运营、政府、社区”四方利益共同体,全面梳理各方需求,做到人文化建设的有放矢,并建立“点线面体场”五位一体的人文化评价原则,贯彻“定性”和“定量”相结合的人文化评价体系等,做到考核有标准、有原则。

【他山之石】

乘火车坐轮船搭公交逛博物馆

一张旅行通票 畅通无阻走遍瑞士

瑞士的轨道交通很发达。截至2014年,瑞士的铁路总长5124公里;铁路密度居世界前列。不仅如此,瑞士的火车准点率达到97%,和巴士、轮渡也衔接紧密。这让很多人出行都选择轨道交通,人均铁路出行里程居世界第一。

同时,瑞士的轨道交通还为游客提供贴心的服务。瑞士旅行通票就是最佳的脚踏。《国家地理》杂志曾称赞,“世界上有两种火车票——普通车票和瑞士旅行通票,而后者世界最佳,是瑞士献给每位游客的礼物。”

那么,这张票到底有多好?有了它,游客就能畅通无阻走遍瑞士。它可以在瑞士的所有铁路、公路和水路使用,游客可免费乘坐绝大部分全景列车,在90个城镇免费乘坐公共交通,免费参观超过500家博物馆,在大多数登山火车或缆车方面也可享受5折优惠等。景点在哪里、怎么坐车、有哪些要法等,这些信息都会实时在手机App上呈现,方便游客查询。

瑞士旅行通票受欢迎背后,实际上是瑞士旅游局和所有相关文旅部门之间的通力合作。只有紧密合作,这张票才能整合更多和旅行出行相关的业务,才能为游客提供全方位、优质的服务。

瑞士轨道交通用心为游客提供的另一项服务,便是特殊列车。在瑞士的一些著名景点,都配备专门的列车。比如两大滑雪胜地圣莫里茨和采尔马特,就有专门的冰川列车将其连接起来,让游客近距离饱览冰雪奇观。该列车车厢宽敞明亮,高大的玻璃窗几乎通顶,无论你坐在什么位置,窗外的景色都尽收眼底。同时,车上免费提供旅行指南,其中有中文、德文、英文、法文、意大利文和日文旅途风光简介。车上还免费提供微型耳机,游客可随时收听沿途景观解说。

一系列围绕轨道展开的细致服务,再加上完备的轨道交通设施,让“轨道上的瑞士”享誉世界。

记者 向菊梅

