

# 基于城市文化融合的无锡地铁文化品牌塑造

■ 付欣怡

无锡位于长江三角洲平原腹地,是江南文明发源地之一。无锡自古就是鱼米之乡,素有米码头、布码头、钱码头、窑码头、丝都之称,是中国民族工业、乡镇工业、“苏南模式”的发祥地之一,改革开放以来更成为长江经济带、长江三角洲城市群的重要城市。

无锡历史文化资源丰富,但从年代和地域来看,都较为分散,如非物质文化遗产、吴文化品牌、特色街区、旅游景点等,在江南旅游中辨识度不高,对市内外的宣传力度也不够。所以,整合无锡的文化资源,把纵向的历史文脉和横向的地域文化内涵有机地结合在一起,形成具有整体性的文化体系,打造一体化和系统性文化,提高辨识度、认知度迫在眉睫。

地铁作为现代化的交通工具,在人们日常工作和生活中发挥着巨大的作用,每天约30万人次乘坐地铁,每天与地铁发生接触的市民接近百万,加上地铁独有的、贯穿城市的地理空间特性,使得地铁这一通勤工具在城市文化展示上,显现出越来越重要的作用。如何塑造无锡地铁文化品牌,使其成为传播、传承、发展城市文化独一无二的载体值得深入研究。

一、地铁文化是城市文化的重要载体

无锡地铁作为无锡城市经济发展的显著标志,彰显着城市独有的文化魅力。伴随时代发展的地铁,其文化价值早已跳出单纯交通工具的角色定位束缚,演变成为富有城市特色的地域文化标志,四通八达的路网和精心布设的站点,承载、表现和丰富了城市深厚的文化内涵,成为展示城市文脉、特质、形象的一道亮丽风景线。

## 1. 地铁提升了城市格局品位

地铁建设推动了城市形态发展,优化了城市基本格局。地铁运营的开通和路网的拓展,使地铁的价值内涵不断丰富和凸显,从解决交通拥堵的初衷出发,到促进城区各业繁荣、拉动地产发展、激发远郊活力,直至推动城市再造,在更广阔的背景上铺展美好的愿景。建地铁就是建城市,无锡地铁建设发展的十年正是无锡城市建设大步发展的十年,地铁带动了整个城市框架的重新构建,整合了城市要素,丰富了城市内涵,给城市带来了前所未有的深刻变化。无锡地铁建设发展十年,共完成固定资产投资470亿元,为无锡市跻身万亿之城、启航高质量发展做出了积极贡献。

## 2. 地铁凝聚了城市整体合力

地铁建设举全市之力,集板块之能,显纵横之功,是资源整合的最优载体。地铁建设是我市建设史上

投资规模大、建设周期长、涉及面广的综合性基础设施工程,涉及了全市五个区,沿线街道、相关部门都为这个具有划时代意义的民生项目注入了无限的热忱,作出了积极的贡献。在无锡创新发展、产业强市的布局推进中,地铁建设还带动了本地相关配套企业发展,引进了轨道交通相关产业落地。

## 3. 地铁改善了城市生活品质

地铁作为一种运量大、速度快、污染少、方便舒适、安全便捷的交通工具,有效地缓解了市域交通压力,解决了居民出行困难。地铁在扩大了城市的同时也“缩小”了城市,不仅改变了市民的出行方式,更潜移默化地改变着市民的生活方式,在极大地改善城市交通环境的同时,焕发了城市的整体活力,提升了市民的生活质量。

二、无锡地铁文化展示现状与不足

### (一)文化展示现状

1. 车站建设与装饰。无锡地铁车站建设与装饰在设计之初就着手考虑采用文化艺术墙的方式嵌入无锡城市文化元素,重点在装修风格和材料运用方面来展现无锡的城市特点,比如1号线定位为吴地雅韵的江南水文化,2号线定位为无锡民族工业的工商文化,3号线定位为锡城雅居,4号线定位为自然生态。车

站也按照分级原则体现着城市文化,比如1号线市民中心站天花中心区域是无锡市花—梅花造型,南禅寺站柱面丝印的国画“荷花”,大学城站以青年人和书海为主题的浮雕,胜利门站融合1号线24个车站重要文化景点的广场石浮雕等,三阳广场站中心的城市之心雕塑区域更是将太湖石、太湖水和现代创新有机结合。

2. 文创票卡。无锡地铁将纪念票卡作为传播地铁文化和城市文化的重要平台,在2015年1月,也就是1号线开通6个月后就推出了第一套《羊年吉祥》生肖纪念票,拉开了无锡地铁纪念票卡文化创新序幕。先后推出包含《阳山桃花》《荣氏梅园》《天下第二泉》等主题的无锡印象系列,包含《紫玉金沙》《泥塑雅韵大阿福》等主题的民俗系列,包含《寄畅园知鱼槛》《鼋头渚百年纪念》《琅韵书香(岳麓书院和东林书院)》等名家系列……不同内容的纪念票从不同角度反映着无锡悠久的历史,映衬着这座古老而新兴的城市。

3. 主题列车。主题列车是无锡地铁又一个新颖的文化展示窗口,主题专列将文化内涵与艺术形式有机结合,让乘客在列车中身临其境感受城市文化。例如:2017年7月4日无锡地铁推出的“连环画专列”,该列车主要配合无锡地铁方面发行的连环画限量票卡,其立体精美的画面,把乘客带回儿时的岁月。无锡地铁与中国国家地理一起推出的“天空的精灵”专列,在列车中用剪影猜谜的方式让乘客在美的享受中体验了保护鸟类的重要性。中共无锡市纪委与无锡地铁联合打造的“崇德倡廉”廉洁文化专列用寓教于乘、寓教于行的理念将廉洁文化融入地铁。

## (二)存在不足

1. 缺乏系统性。无锡地铁文化展示缺乏整体性和系统性,在设计之初并没有深入研究无锡文化体系和脉络,只是零星地融入了一些城市文化元素,比如市花、名胜古迹、著名人物等,更多的是在后期企业文化开发和商业创造过程中逐步建立和完善起来的,缺乏顶层设计和通盘考虑。反观南京地铁,则是按照“交通艺术、古城底蕴、地铁文化、雅俗共赏”的总体设计思路,设计建造文化艺术墙,例如:1号线以南京城市地域文脉为主题打造11座特色车站;3号线以“红楼文化”为主题打造了9座特色站点,再现红楼梦经典场景;4号线以“宁人伟业”为主题,打造了8个车站。

2. 展示不直白。无锡地铁各条线路设计理念较为清晰,但是表现手法、展现形式过于隐晦,与地铁接触的人群多数是通勤群体,在地铁范围内停留时间不长,很多乘客尤其是外地游客并不能完全理解特色车站及装修风格展示的城市文化内涵。而西安地铁则是遵循文化元素服务地铁运营需求的原则,结合城市大雁塔、泰姬陵等地标性建筑,建设“天竺佛光”主题车站、“一带一路”专题列车、“大秦腔”车站文化墙等系列文化项目,用直白的壁画、图案以及文字,大篇幅地表达着城市文化。

3. 媒介不丰富。无锡地铁重点打造了特色车站、纪念票卡和主题列车,但是由于车站内容不鲜明、纪念票卡受众小、主题列车存续时间短等诸多因素导致文化传播效果不佳、市民的文化印记不深,这主要还是在无锡地铁传播媒介不够丰富造成的。武汉地铁则是通过雕塑、壁画、艺术橱窗等表现形式,建有“楚汉风韵”“汉正印象”“黄鹤归来”“老

火车头”等特色车站,反映了武汉的悠久历史、传统文化、著名建筑以及传统工业,用车站艺术博物馆的方式讲述着武汉的城市文化。

4. 内容较单一。无锡有着悠久的历史 and 浓厚的人文,而无锡地铁所表达出来的文化内容蜻蜓点水,没有从深层次、多角度反映无锡这座拥有三千年历史和近现代工商业发祥地城市应有的文化特质,也缺乏必要的融合与创新。南昌地铁汲取南昌非遗文化——“排工号子”的时代营养,通过将若干双声、叠韵词汇有意集中在一起,组成简单、有趣的语韵,形成南昌地铁独有的“小鲜鹭”志愿令,同时形成了具有地铁特色的“小鲜鹭”志愿服务队。

## 三、打造彰显无锡文化特征的地铁文化

把地铁文化打造为富有城市特色的地域文化,承载、表现和丰富城市文化深厚的文化内涵,发掘地铁文化的潜力,把城市文化融入无锡地铁的装饰、文化墙、广告、纪念活动、主题车厢、系列展览、主题票卡等,使地铁成为无锡城市文化的标志。

1. 在彰显精髓上下功夫。要进一步研究无锡文化体系和脉络,从表现形式到文化内涵、从展示手法到表达内容都要认真研究,形成无锡地铁文化建设的总体设计思路。将传统文化和时代特征有机结合,将历史瑰宝和新技术有机融合,形成一套符合无锡和无锡地铁实际的文化建设体系。表现的内容也要多维度多角度地反映无锡文化,从吴文化、工商文化、运河文化、东林文化等各个方面整体呈现,让市民走进地铁就能了解无锡,走进地铁就能感受无锡,走进地铁就能喜欢无锡。

2. 在建筑展示上下功夫。在无锡地铁车站建设中融入无锡城市文

# 荣氏企业引进运用“泰罗制”管理方法探析

■ 顾亚欣

在锡商群体中，荣氏家族无疑是其中的佼佼者。毛泽东曾评价称“荣家是我国民族资本家的首户”（中共中央党校理论研究室：《中华人民共和国国史全鉴·政治卷》[M]，北京：中共中央文献出版社，2005：1576。）。由家族所经营的荣氏企业创造了20世纪中国民族工业发展的神话。而之所以能取得如此地位，离不开荣氏企业对于先进理念的积极吸收，其中，对于以“泰罗制”为代表的西方“科学管理”思想的引进运用在当时起到了开风气之先的作用，不但使自身得到发展，也促进了其他锡商企业的转型升级，从而推动了整个锡商群体的壮大。

### 一、“泰罗制”在中国的引进与传播

在西方，随着生产性质的变化与生产规模的扩大，人们开始探索如何通过改革生产组织形式而提高劳动生产率。在这一过程中，美国人泰罗于1911年出版《科学管理原理》一书，系统论述了所谓“科学管理”的理论体系，即人们俗称的“泰罗制”。“泰罗制”开创了西方管理理论研究的先河，泰罗也因此被称为“现代管理学之父”。

由于主张通过在企业中建立明确的制度与标准以提高生产效率，“泰罗制”适应了资本主义垄断时期社会化大生产的需要，在当时得到

广泛宣传与实践。穆藕初于1916年将《科学管理原理》一书以《工厂适用的科学的管理法》之名译成中文，并由中华书局出版，这成为“泰罗制”进入中国的标志性事件。此后，杨杏佛于1917年在中国科学社年会上宣读论文《科学的管理法在中国之应用》，张廷金于1920年出版了《科学的管理法》。进入二十世纪20年代后，大批自欧美留学归来的技术人才开始将包括“泰罗制”在内的理论运用于企业的管理中，促进了“泰罗制”在中国的进一步普及。正是在这一背景下，嗅觉敏锐的荣氏企业发现了“泰罗制”所具有的积极作用，并开始予以引进运用。

化，在建筑风格和装修风格上充分展现吴文化特征，打造契合运河文化的特色车站，设计建造反映无锡城市历史文化的文化墙。将无锡的特色建筑、标志性建筑、重要历史文化遗产等整合浓缩后搬迁入地铁，建造能表达无锡城市文化的地铁特色景观。在满足安全设计标准的前提下，可以建造特色文化橱窗，比如可以建造用于摆放无锡高品质工业产品的展览橱窗，可以建造用于陈列无锡精美非物质文化遗产的艺术橱窗，可以建造用于展示无锡优秀企业的宣传橱窗。用建筑加实物结合的方式建设一个无锡城地下的城

市博物馆。

3. 在创新载体上下功夫。在深入开发现有地铁纪念票卡和主题列车的基础上，进一步发掘反映无锡文化和地铁文化的传播载体。现在的传播载体主要是通过视觉感官来展现，今后可以创新传播载体，通过听觉、触觉和味觉等多种感官来呈现，让进入地铁的市民和乘客能多维度的丰富地感受无锡文化。比如：建设可以随着步行速度的变化响起无锡的特色音乐视听走廊，在商业区域有规划地建设无锡美食街，与党建联盟单位共同打造定期演艺无锡传统剧目的艺术角。

4. 在特色服务上下功夫。在吴文化“至德尚文”的文化精髓指引下，从城市精神文明建设角度，无锡地铁树立打造“安全地铁、品质地铁、幸福地铁”的企业目标，让每一位乘客在地铁中感受到幸福成为每一个地铁员工的工作方向。无锡地铁根据乘客的出行需要推出各种便民贴心服务。比如：让乘坐高铁地铁乘客能无缝衔接的铁地联乘，为地铁建设周边居民服务的地铁、街道、施工单位“铁三角”，由地铁员工组成的畅心志愿服务队。

（作者单位：无锡太湖学院）

【责任编辑：江东】