

高铁融文化媒体的探索与规划

EXPLORATION AND PLANNING OF HIGH-SPEED RAIL CONVERGENCE CULTURE MEDIA

主讲人：查培勇



高铁

- 国家的名片 中华民族的骄傲
- 中国国力新形象 经济发展引擎
- 一带一路外交重要助推器
- 国与国经济文化交流的纽带



普京：乘坐中国高铁有种浪漫的感觉.....

2018年6月8日下午，国家主席习近平同俄罗斯总统普京共同乘坐高铁前往天津，出席中俄友好交流活动。在高铁上，习近平向普京介绍了高铁的发展情况，普京动情地说乘坐中国高铁有种浪漫的感觉.....



高铁场景

人、站、列车与时间、空间的叠加，
乘坐高铁在场和途中，身临其境的一种体验和感受。
覆盖了从候车、途径、出发、中转、到达的每一程。

高铁场景是能量场



枢纽

独特性

交通的枢纽 / 人的枢纽
经济、信息、文化的枢纽



窗口

象征性

国家形象标志
城市文明发展重要标志



顶流

优越性

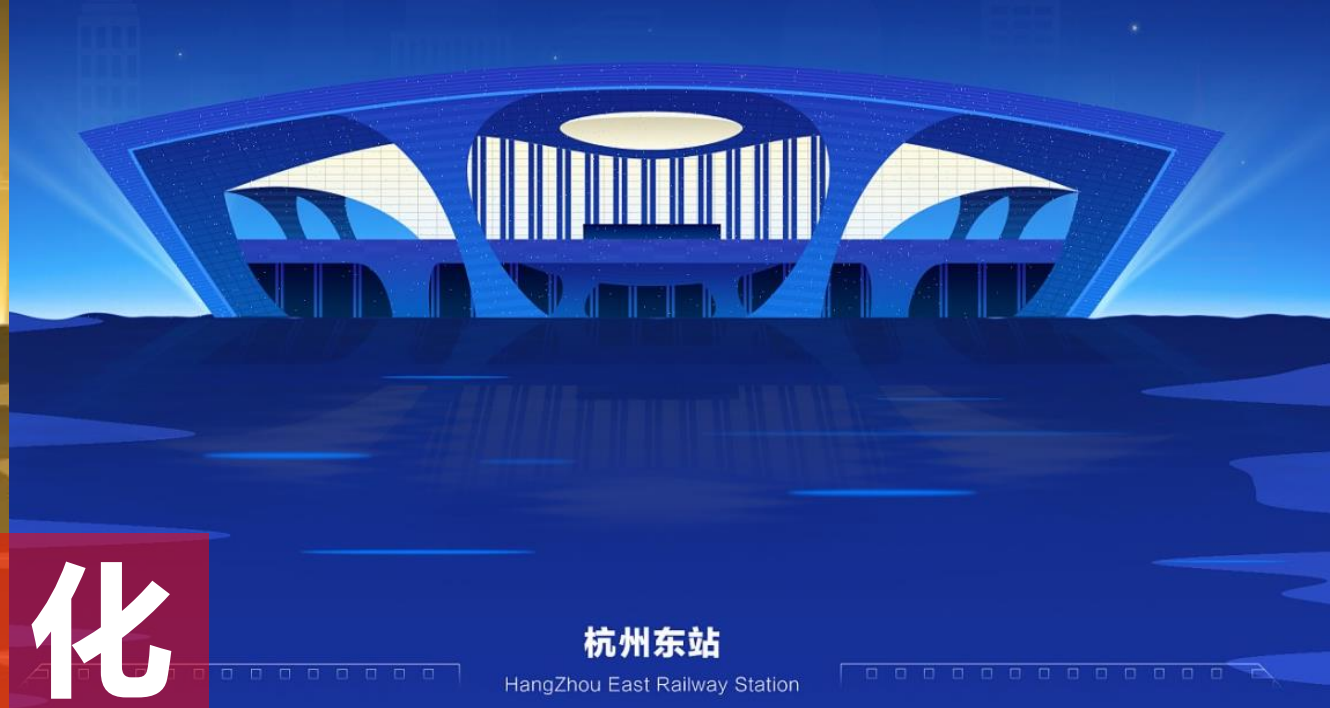
万众瞩目，话题焦点
天生舆论场，网络顶流格局



北京南站

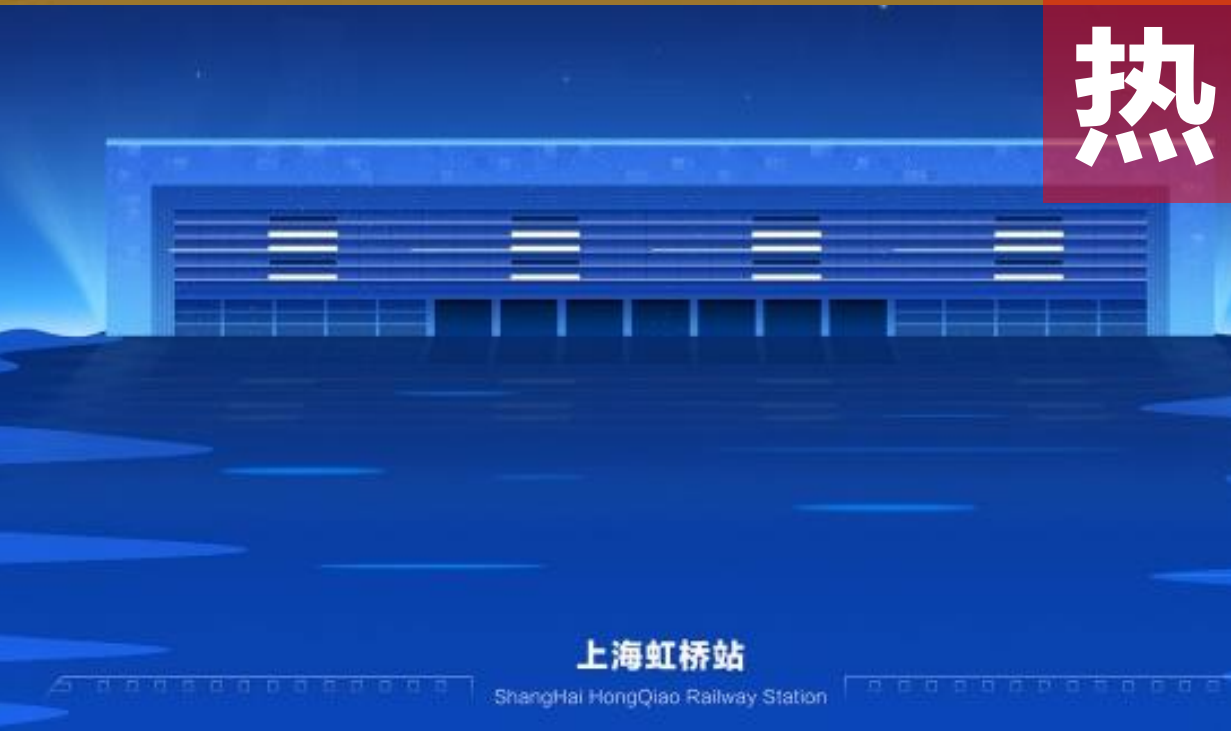
Beijing South Railway Station

文化 热点



杭州东站

HangZhou East Railway Station



上海虹桥站

ShangHai HongQiao Railway Station



深圳北站

ShenZhen North Railway Station



1/1



合肥南站

HeFei South Railway Station

1/2



芜湖站

WuShi Railway Station

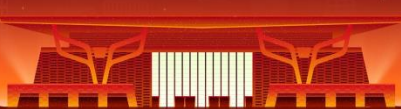
1/3



北京南站

Beijing South Railway Station

1/4



成都东站

ChengDu East Railway Station

1/5



武汉站

WuHan Railway Station

1/6



哈尔滨西站

HarBin West Railway Station

1/7



深圳北站

ShenZhen North Railway Station

1/8



南宁东站

NanNing East Railway Station

1/9



苏州站

SuZhou Railway Station

1/10



沈阳南站

ShenYang South Railway Station

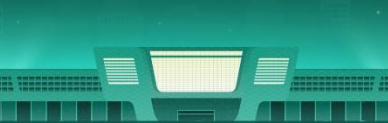
1/1



上海虹桥站

Shanghai HongQiao Railway Station

1/2



天津南站

TianJin South Railway Station

1/3



长沙南站

ChangSha South Railway Station

1/4



长春西站

ChangChun West Railway Station

1/5



太原南站

TaiYuan South Railway Station

1/6



拉萨站

LaSa Railway Station

1/7



南京南站

NanJing South Railway Station

1/8



贵阳北站

GuiYang North Railway Station

1/9



海口东站

HaiKou East Railway Station

1/10



昆明南站

KunMing South Railway Station

作为中国新四大发明之一，高铁还具备强大海外影响力

2018年 6月21日，一条中国高铁铺轨的直播视频通过新华社New China向全球直播，迅速在YouTube、Twitter、Facebook等海外社交平台引起热烈反响，仅在Facebook平台就获得**160万**浏览量，互动量约**24万**，约**1.8万**人点赞。



海外网友纷纷留言：“给我们也修一条相同的铁路吧！”





高铁媒体

背靠

时代骄子、大国利器，民族骄傲

优越性体现在哪里？

高铁媒体优越性

纵横全国，联网成片，既有大众传播的规模，又有相似人群的精准。

全网触达

高铁媒体联网成片，
城际联动，触达全国，传播范围广
真正的国民媒体。



直击精众

站车一体化，天生场景营销属性。
高频次、强制性、持续性、
低干扰地触达精众人群。

高铁媒体优越性

央企背景的大交通传媒平台，传播内容真实可信。

政府背书

政府主导, 领导关怀,
具备天然公信力和信赖度。



国民好感

国家实力象征，民族自信赋能。
信任度高、认可度强。

高铁媒体优越性

线下地标场景，线上流量入口，天生舆论场，网络声量高。

地标强媒

城市地标性媒体，
自带流量、光芒和属性。



网络顶流

高铁光环加持，受众年轻化，
始终具备网络话题度。

高铁媒体作为新时代媒体，同时具备了
**信息枢纽、国民好感、网络流量、线下场景、
地区文化窗口**等不同的叠加优势。

随着高铁深入发展，高铁媒体能量场会越来越强！

作为**灵动性**和**可塑性**的优质文化载体，高铁媒体并未物尽其用！
也并未发挥出其文化重地的作用！

新时代高铁媒体不仅承载营销和信息传达，更要传递文化。





文化自信就是民族自信

6月16日出版的第12期《求是》杂志发表
中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平的重要文章
《坚定文化自信，建设社会主义文化强国》

高铁作为国家的一张名片 高铁的文化形象代表了国家的文化自信

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴则国运兴，文化强则民族强。
没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。

高铁文化建设存在的问题

中国高铁由于受发展时间短、建设规模大、更新速度快等硬件因素制约，一直没有进行系统的文化建设。随着高铁的发展进步，与高铁形象息息相关的文化建设就成为亟待解决的重要问题。

1

对高铁文化不够重视

虽有安全文化、服务文化等通识的铁路企业文化，却没有树立起对应的高铁品牌文化和形象，没有系统划一的文化建设计划和标准。

2

宣传推广各自为政

运营单位众多，每个单位各自宣传公司文化要素，没有形成文化宣传合力，高铁文化建设推广在统一的运营区域内表现得各自为政、繁杂无序。

高铁媒体规划上突出问题

高铁自开通以来，铁路广告系统将精力都集中在硬件方面的布局、建设和运营上，对高铁媒体规划、数据洞察、融媒体运营、文化赋能等都鲜有研究。

媒体规划
无序

媒体结构破坏建筑语言，导致区域空间视觉环境恶化。媒体布局不合理，视觉秩序紊乱。

重商业
轻内容

过分挖掘广告和营销，画面和内容创意不精致，审美度低可读性差。忽视了文化和精神传递。

大格局
小品牌

入住品牌档次管控不严，小品牌降低了高铁媒体档次，影响高铁品牌文化建设。

城市个性
缺乏

规划方向趋同，媒体同质化现象严重。高铁媒体设置中缺乏差异化和地域特色的文化元素。

线上联动
不够

只作为商业展示使用，没能很好利用高铁媒体场景营销线上入口价值和天然话题度属性。

时代利好



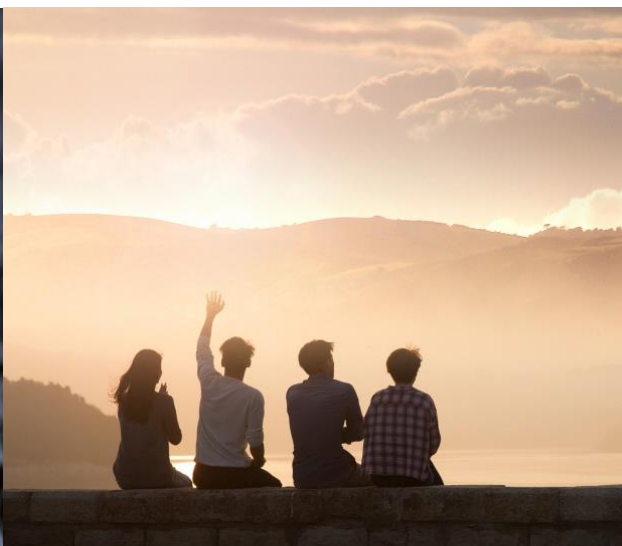
高铁发展 影响扩大

高铁网的扩张，高铁触达范围扩大。2020年将覆盖80%以上的大城市。



政策重视 文旅建设

政策支持鼓励文旅小镇和文旅经济圈的发展，高铁文化建设迎来新的发展需求。



小镇青年 消费崛起

经济下沉，三四五线城市县城纳入高铁网，小镇青年消费能力旺盛，纳入高铁体系。



技术加持 智能传播

数字化营销，线上线下融合，高铁媒体成为营销链路重要一环，营销传播地位凸显。

自身发展 政策要求 时代机遇

高铁融文化媒体势在必行

创新打造

高铁融文化

特色媒体

重塑高铁媒体新能量新秩序

高铁文化建设

高铁媒体规划

融为一体 合而为一

凭借高铁场聚和人群优势

让高铁媒体成为 新时代特色文化传播的利器

高铁融文化媒体 规划全景图

融流量

融营销

融价值

融品牌

融创新

融跨界

融科技

融党建

融场景

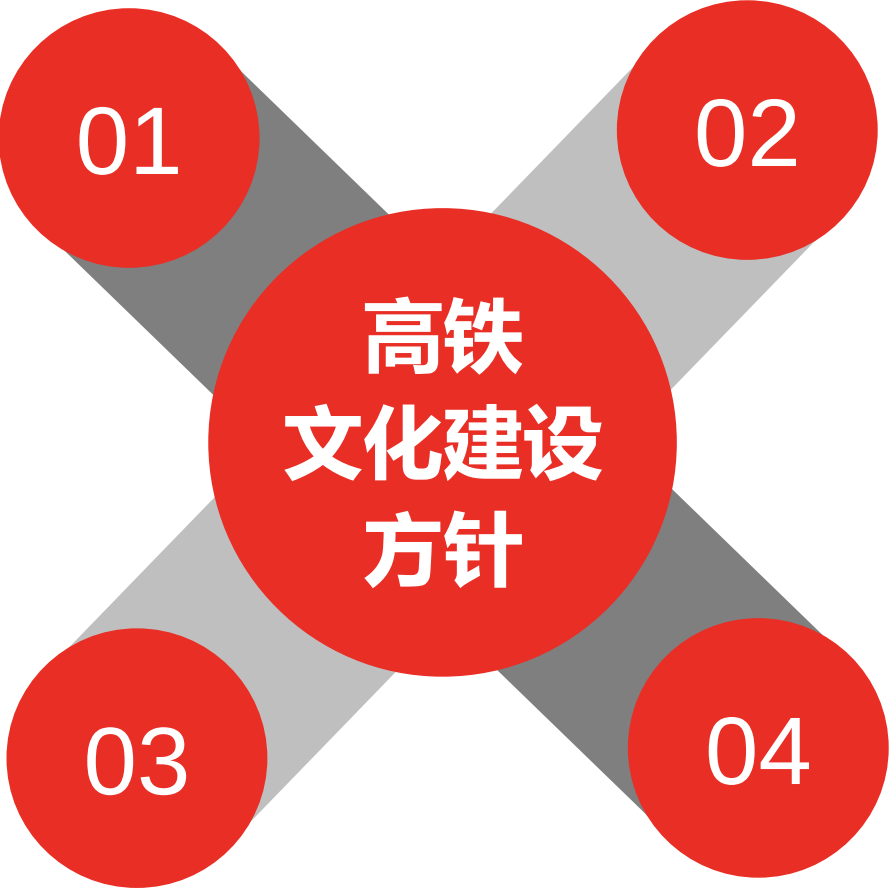
融内容

融思想

融话题

融公益

融互动



高铁 文化建设 方针

高铁文化建设 与时代步伐保持一致

弘扬社会价值观，
体现新时代精神。

高铁文化建设 与民族传统文化统一

将优秀的民族传统文化
融入高铁文化，传承发展优秀的
中华美德，倡导正确社会价值观。

高铁文化建设 与地域文化特征想融合

提炼城市人文、历史传承、
精神气质、建筑特点等元素，
运用到高铁文化建设中。

高铁文化建设 与新科技相结合

依托和运用新技术、新材料、新
能源进行创新发展，作为城市文
化建设的桥头堡，在规划、创意、
环保等领域应起到示范的作用。

高铁媒体规划理念

视觉化

重建高铁媒体
视觉秩序

主题化

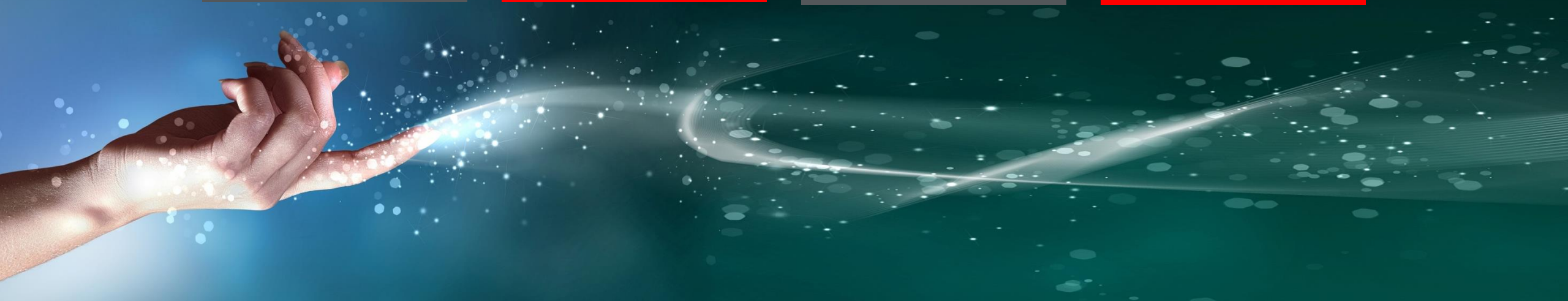
创造优质文化IP
现象级 / 唯一性

价值化

提升有效传播力
社会价值 / 营销价值

人性化

回归传播本源
注重人文关怀



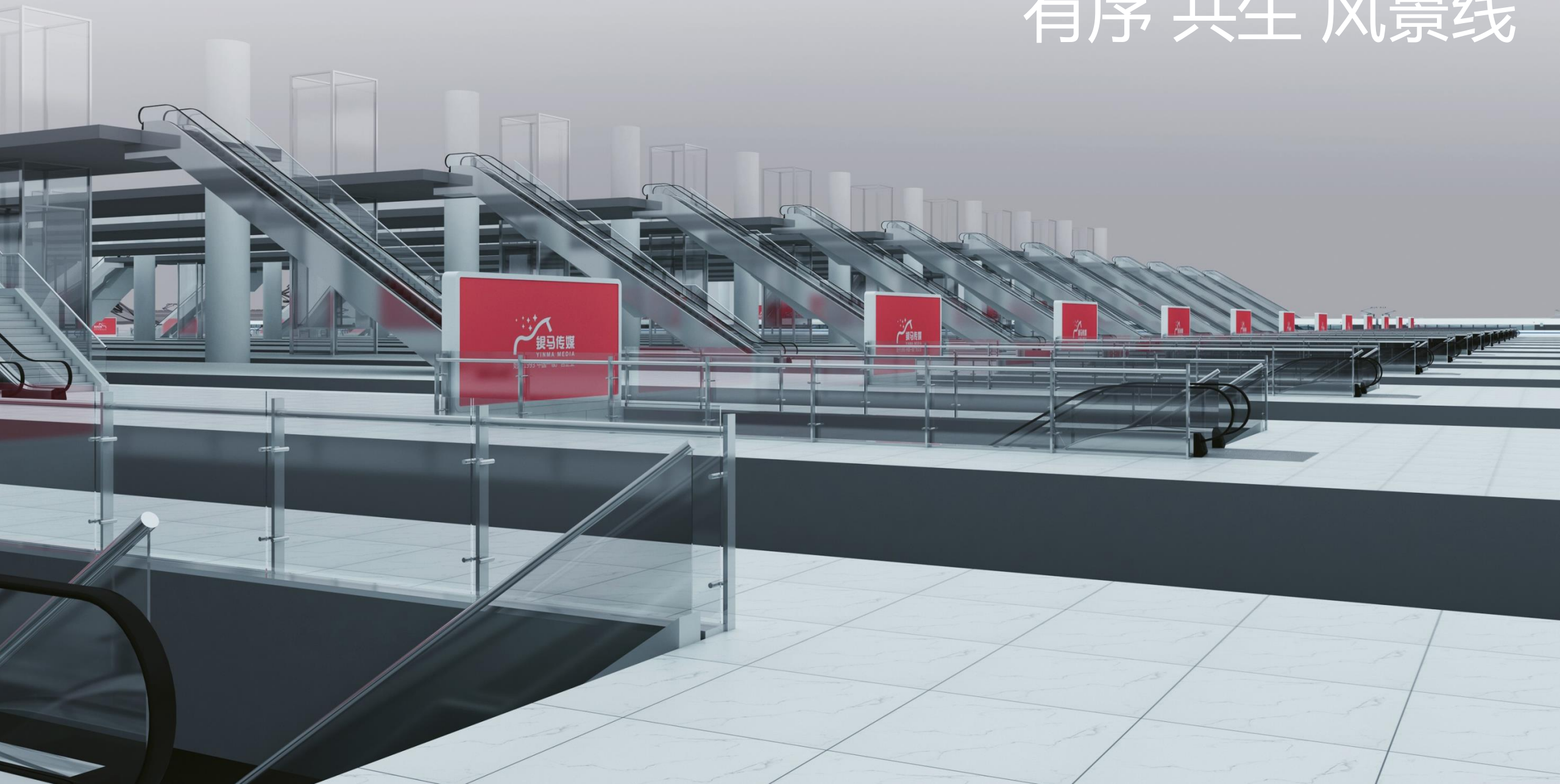


视觉化

重建高铁媒体视觉秩序

建立符合高铁品牌传播特征的媒体标准，形成统一化的高铁视觉传达体系。
协调空间各种结构和视觉要素，增强视觉功能，使媒体与整体环境达到和谐共生效果，
提升高铁环境语境和审美价值。

有序 共生 风景线



上海虹桥站-站台层电梯井灯箱媒体



SHAN SHAN 杉杉 | 每个男人 都需要一件 超感羽绒

798元

400-9977-333

便捷换乘
Transfer

SHAN SHAN

400-9977-333

主题化



深挖内涵 文化赋能
主题呈现 打造地标



深度挖掘和提炼城市现象级文化特征和元素，
将**现代和传统**，**文化和科技**，**艺术和营销**相结合，打造具备**主题化、差异化、品牌化**特征的景观型媒体，
赋能高铁空间场景新的意义，让高铁媒体成为高铁场景里的一抹靓丽风景线。

高铁现象级地标媒体特征

垄断性

景观性

话题性

科技性

互动性

上海虹桥高铁站

文化墙·波浪屏

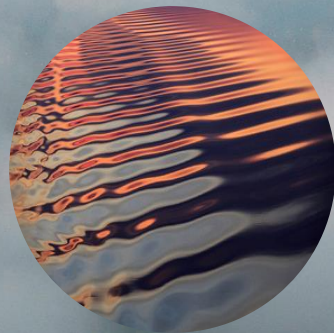


上海虹桥高铁站
文化墙·波浪屏

上海虹桥高铁站 文化墙·波浪屏



石库门文化



浦江波浪



媒体新技术



品牌创意互动



上海站

出站通道融文化媒体

上海站出站通道融文化媒体



浮
海
梦
上







PANPAN 盼盼
智能 晾 晒 实 力 派

我们等你 



黄圣依

咨询热线 0757-66848555 | 上海卫浴展6.5-8日 (W4D15) 嘉兴吊顶展6.6-8日 (S-T-221)



价值化



提升高铁媒体传播力



通过文化赋能与新技术的融合运用，使高铁媒体价值体系更加丰富和多元化。
让受众产生更大的真实感、卷入感、参与感和信赖感，满足了社会传播和文化精神建设的需要。
进而实现高铁场景营销的价值。



提升高铁媒体传播价值

6 大维度相互 赋能与加持

文化
价值

流量
价值

媒体
价值

品牌
价值

功能
价值

社会
价值

人性化



在营造商业价值的同时，更要体现高铁媒体的社会责任和人文关怀。

满足文化传播、新时代精神、精神文明建设，公益推广的需求。

传播信息的同时提供便民服务的的功能，如高铁导视、时刻信息传达、手机充电等。

世上的道路纵有千万条，
唯一不变的一条叫 **回家**

一路回家，银马陪伴！


银马传媒
YINMA MEDIA
始于1993 中国一级广告企业

招商热线
4001015858



公益传播 人文关怀



银马传媒
YINMA MEDIA
始于1993 中国一级广告企业

招商热线
4001015858



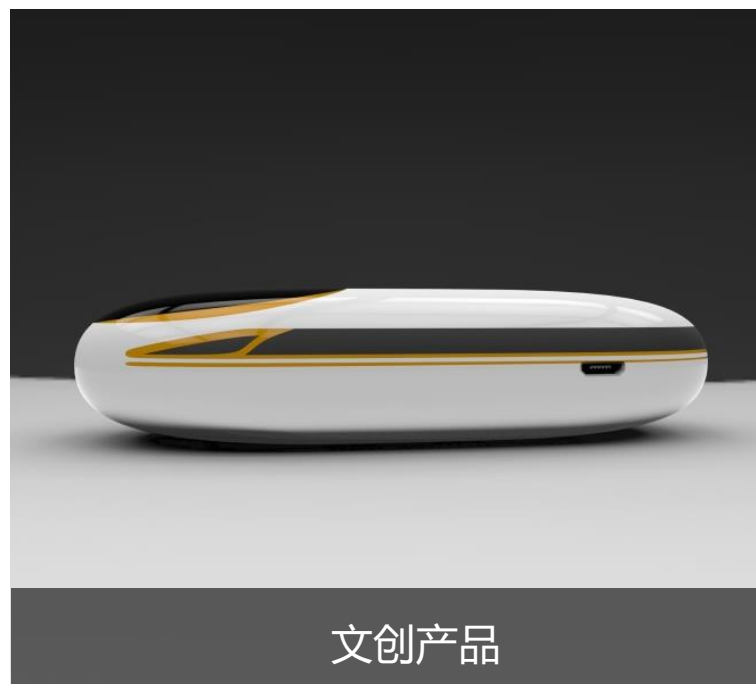
银马传媒 400-101-5858

精神修养 美德传承 “致良知”：知行合一，在实际行动中实现良知。——王阳明（明代）



文化互动

开源 / 引流



高铁融文化媒体实施策略



高铁融文化媒体探索与规划 案例分享

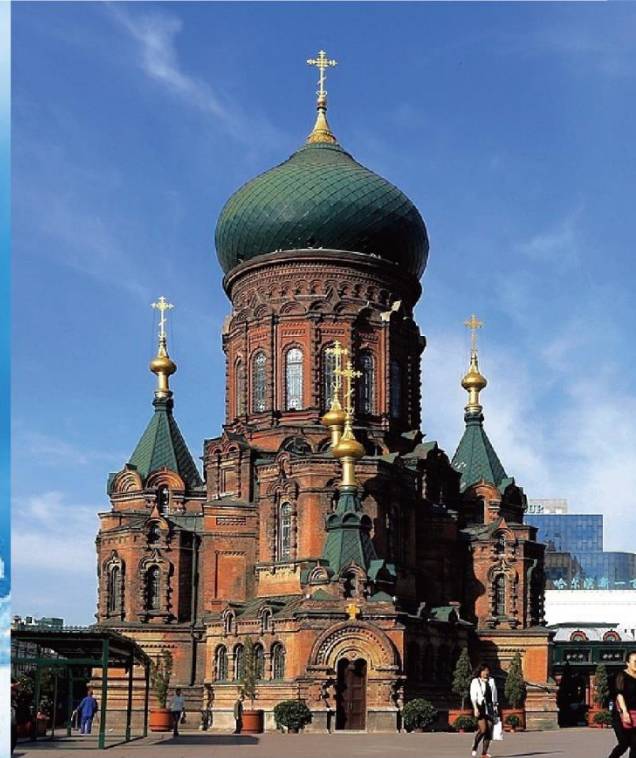




哈尔滨站 候车厅媒体规划



冰雪之城



东方巴黎

冰雪元素 穹顶结构



将冰雪元素和哈尔滨欧式建筑圆顶相融合，呈现冰城哈尔滨特有的东方巴黎风情。





索菲亞
全屋定制

车次	站名	到站时间	发车时间	状态
101	北京	10:00	10:05	准点
102	上海	10:10	10:15	准点
103	广州	10:20	10:25	准点
104	深圳	10:30	10:35	准点
105	香港	10:40	10:45	准点
106	台北	10:50	10:55	准点
107	首尔	11:00	11:05	准点
108	东京	11:10	11:15	准点
109	大阪	11:20	11:25	准点
110	名古屋	11:30	11:35	准点
111	京都	11:40	11:45	准点
112	大阪	11:50	11:55	准点
113	名古屋	12:00	12:05	准点
114	京都	12:10	12:15	准点
115	大阪	12:20	12:25	准点
116	名古屋	12:30	12:35	准点
117	京都	12:40	12:45	准点
118	大阪	12:50	12:55	准点
119	名古屋	13:00	13:05	准点
120	京都	13:10	13:15	准点

太原南站

进站厅媒体规划



太



晋阳·龙城

原

龙城图腾-龙生九子



唐风晋韵 斗拱飞檐

太原南站进厅玻璃围栏媒体

青花汾酒
骨子里的中国



西君和奥迪4S店
0351-6222888

3万8千8 奥迪开回家
百元日供 2年0利息

山西君和奥迪4S店
迎泽西大街 0351-6222888

3万8千8 奥迪开回家
百元日供 2年0利息

山西君和奥迪4S店
迎泽西大街

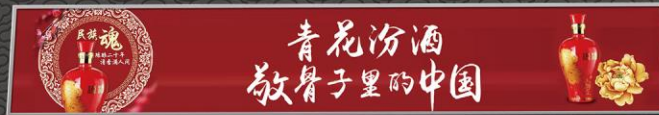
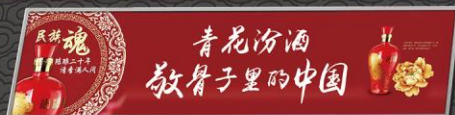
山西君和奥迪4S店
迎泽西大街

3万8千8 奥迪开回家

百元日供 2年0利息

山西君和奥迪4S店
迎泽西大街

RAE



A区

车次	终到站	开点	检票口	站台	状态
Train	To	Departs	Check	Platform	State
D2561	宝鸡南	09:23	A18	18	停止检票
D2002	北京西	09:27	A12 B12	12	正在检票
K1573	重庆北	09:32	A7 B7	7	正在检票
K2502	银川	09:41	A1	1	候车
D5305	运城北	10:02	A11	11	候车
4844	太原	10:24	A5	5	候车
D2511	西安北	10:33	A18	18	候车
G610	北京西	11:00	A8 B8	8	候车

开车前3分钟停止检票

09:22

首届山西艺术节
THE FIRST ART FESTIVAL OF SHANXI

唱响主旋律
共筑中国梦



时间：8月18日至9月26日
主场地：长风文化岛

车次	终到站	开点	检票口	站台	状态
Train	To	Departs	Check	Platform	State
D2561	宝鸡南	09:23	A18	18	停止检票
D2002	北京西	09:27	A12 B12	12	正在检票
K1573	重庆北	09:32	A7 B7	7	正在检票
K2502	银川	09:41	A1	1	候车
D5305	运城北	10:02	A11	11	候车
4844	太原	10:24	A5	5	候车
D2511	西安北	10:33	A18	18	候车
G610	北京西	11:00	A8 B8	8	候车

开车前3分钟停止检票

09:22

B区

2F 候车厅
Waiting Hall
A2-A18 检票口
Ticket Check No. A2-A18

太原南站
Taiyuannan Railway Station

候车厅 2F
Waiting Hall
B2-B18 检票口
Ticket Check No. B2-B18

vivo



乐享非凡
Xplay6



爱心驿站

山海关站

出站通道媒体规划

两京锁钥无双地，万里长城第一关

山海关站

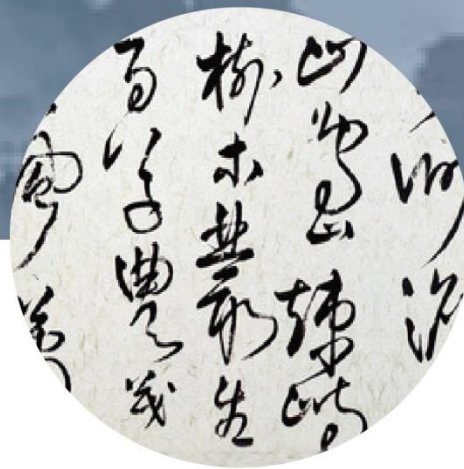
CONCEPT • 规划思路

遗产之乡 长城故里

山海关历史画卷长廊



民族精神



诗词书画



历史人文

长城大IP主题，文化遗产概念

到达层通道长廊媒体规划



到达层通道 山海关人文历史画卷长廊



青砖文化墙烽火台造型，展览陈列以山海关为素材的艺术作品，打造到达层通道山海关文化长廊。



2·3 站台

山海关站欢迎您

4·5 站台

山海关站欢迎您

6·7 站台

山海关站欢迎您

到达层通道长廊



雄关造型吊挂式灯箱



融入雄关元素，呈现独特造型和观赏性。

THE 3
全新BMW 3系



2·3 站台 Platform
山海关站欢迎您

THE 3
全新BMW 3系



THE 3
全新BMW 3系



THE 3
全新BMW 3系



THE 3
全新BMW 3系



4·5 站台

山海关站欢迎您

6·7 站台

山海关站欢迎您

8·9 站台

山海关站欢迎您

THE 3
全新BMW 3系



THE 3
全新BMW 3系



THE 3
全新BMW 3系



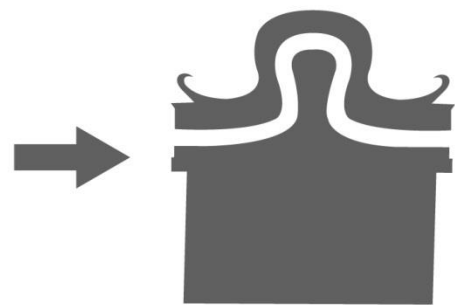
珠三角城市高铁站

站台层电梯井媒体规划

岭南建筑元素提炼

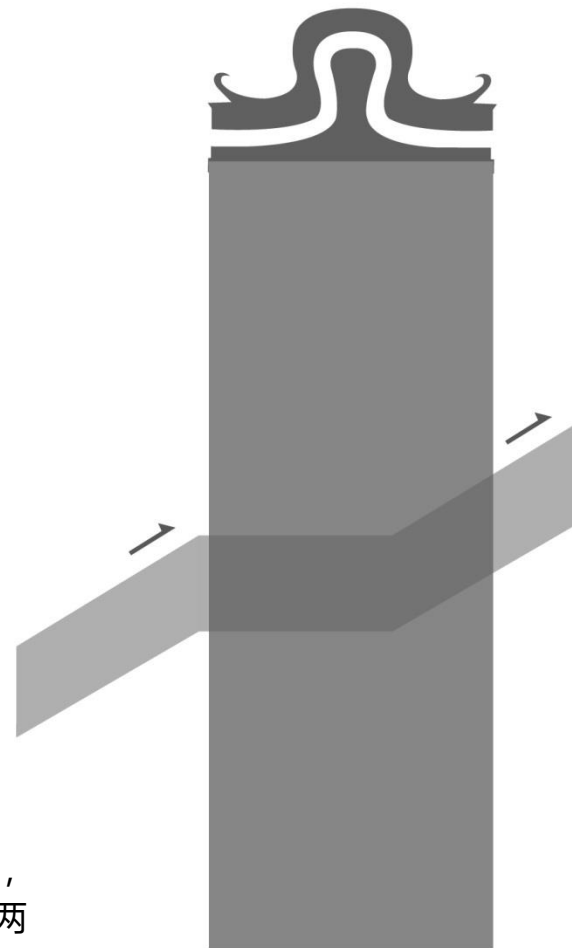


独占鳌头



镬耳屋

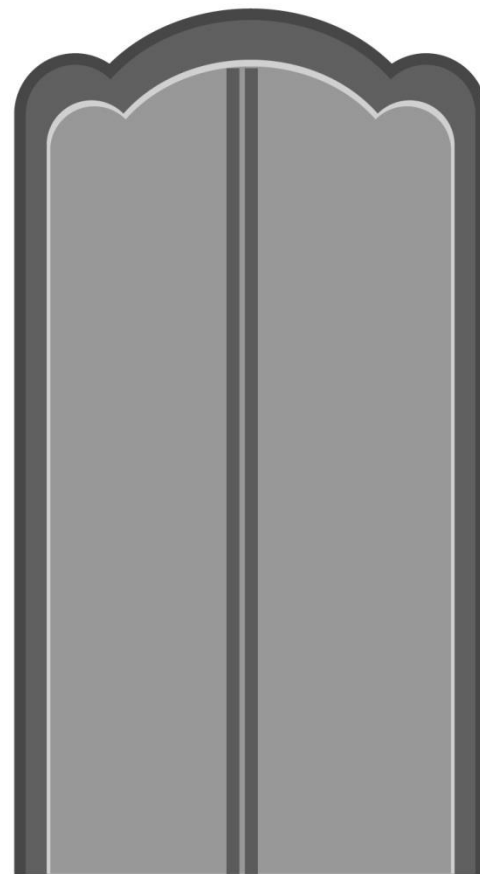
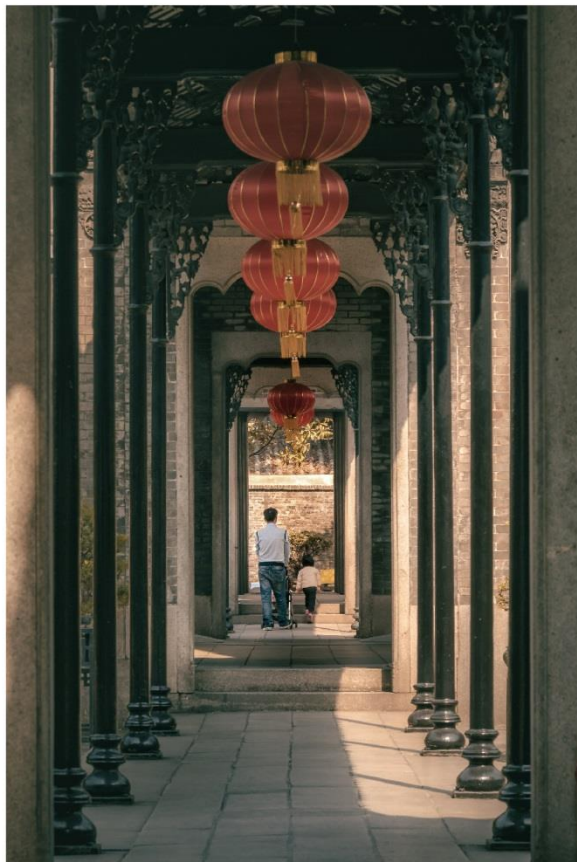
岭南传统民居的典型代表，
因其在屋的两边墙上筑起两个像镬耳一样的挡风墙而得名。镬耳屋象征着官帽两耳，
具“独占鳌头”之意。



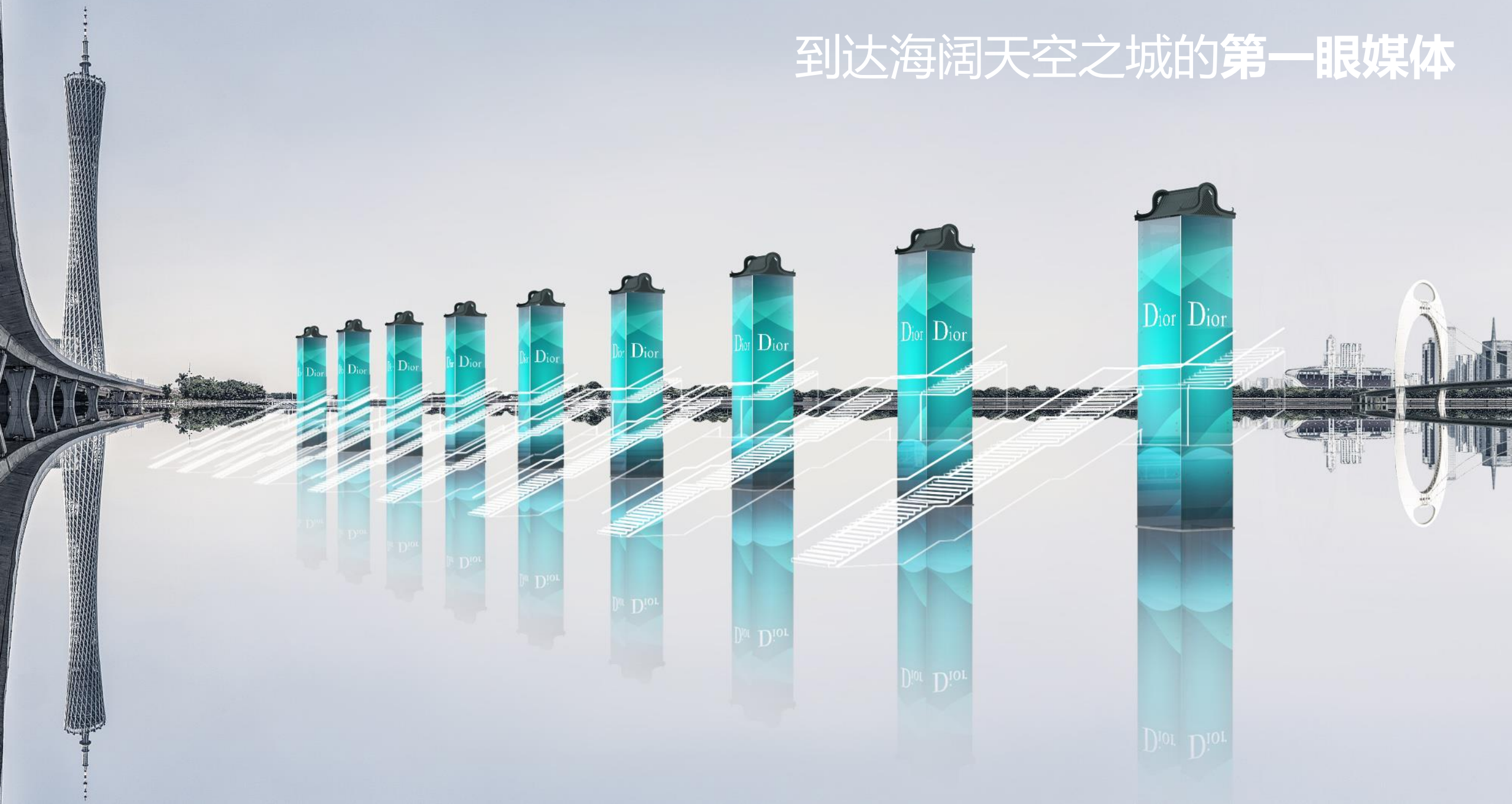
扶梯 电梯

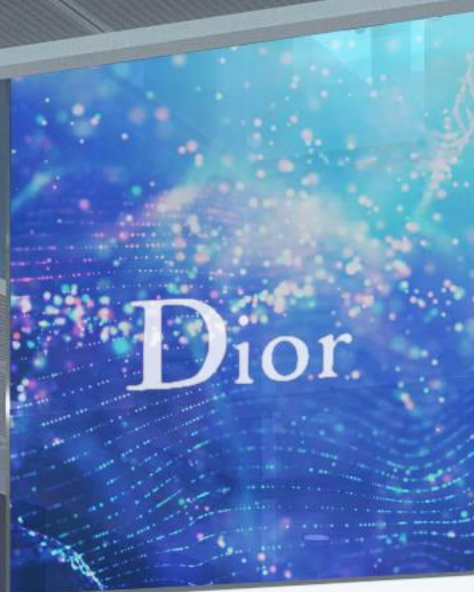
电梯井顶部造型设计

岭南建筑廊道拱门元素提炼



到达海阔天空之城的第一眼媒体





Dior



便捷换乘
Transfer



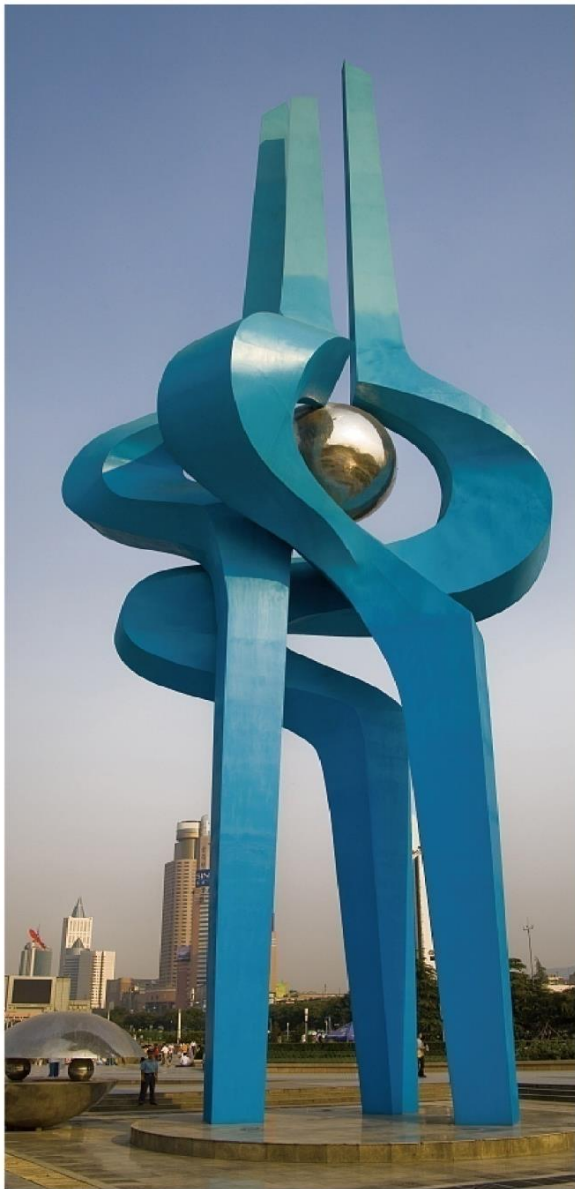
无障碍电梯
Accessible Elevator





济南东站

候车厅媒体规划



四面荷花三面柳 一城山色半城湖



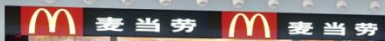
荷花造型



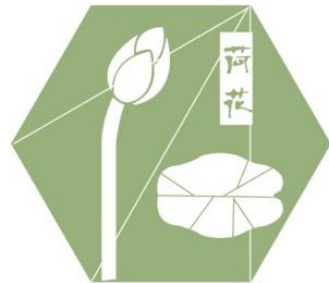
荷叶框



荷叶水珠



济南文化元素提炼







↑ 北广场
North Square

长途汽车
Long Distance Bus

(北) 停车场
Parking

(北) 市内公交
Bus

↑ 卫生间
Toilets

出租车
Taxi

1-8 出站口
Exit

↑



车次	目的地	发车时间	票额
101	北京	08:00	100
102	上海	08:30	120
103	广州	09:00	150
104	深圳	09:30	180
105	香港	10:00	200
106	澳门	10:30	220
107	台北	11:00	250
108	首尔	11:30	280
109	曼谷	12:00	300
110	新加坡	12:30	320
111	吉隆坡	13:00	350
112	雅加达	13:30	380
113	泗水	14:00	400
114	三宝瓏	14:30	420
115	巨港	15:00	450
116	棉蘭	15:30	480
117	望加錫	16:00	500
118	馬辰	16:30	520
119	安汶	17:00	550
120	邦加	17:30	580

总 结

探索高铁新时代文化建设，挖掘高铁融文化媒体能量



高铁文化的建设，让高铁的媒体更有价值。
高铁媒体的规划，能更有效地传播文化和精神。



思考、探索、实践、论证，
建设高铁融文化媒体，我们一直都在路上

TKS