

济南地铁4号线有扶梯“只上不下”？

济南轨道交通集团回应：权衡空间限制与核心出行需求

济南地铁4号线开通后，成为不少市民出行的首选。然而，在乘坐过程中，一些问题也引起了大家的注意——“为啥八一立交桥有的出入口的扶梯只有上行没有下行？”“五里牌坊B出入口为啥只有楼梯？”……针对这些市民关心的问题，记者近日实地探访了多个站点。



地铁4号线部分出入口只有上行扶梯。

文/片 记者 季明智 王皇
樊瑞琳 济南报道

有的只有上行扶梯 有的没有扶梯只有楼梯

7日上午9时左右，记者先后来到济南地铁4号线五里牌坊站、八一立交桥站以及山师东路站进行探访。

在八一立交桥站的C出入口，已过早高峰，正值客流平峰期，但仍有不少市民进出。市民王先生正准备进站，他走到出入口一看，发现只有一部上行扶梯，而通往地面的下行方向只有楼梯。“我这腿脚有些不便，走楼梯有些费劲。”他随后绕行到了其他的入口乘车。在现场，记者观察到，C出入口空间较为狭窄。一部上行扶梯正在运行，而与其平行的另一侧，则是一排楼梯，一直延伸到地面。随后，记者来到八一立交桥D出入口发现，该出入口配置了上、下行自动扶梯。

同样，在山师东路站的A出入口，情况与八一立交桥的C出入口相同，也是上行扶梯和下行楼梯的搭配。在山师东路站的B、D出入口，都设置了上、下行自动扶梯。

随后，记者来到了五里牌坊站的B出入口。与前两者不同，这里的市民面临的是一整段楼梯，未设置扶梯，而且上面的棚子与地铁的也完全不同。记者在现场看到，这个出入口连接着连城国际下沉广场，周边紧挨着密集的住宅以及人才市场和加油站等既有建筑。记者探访五里牌坊A、C、D出入口发现，这三个出入口也都设置了上、下行自动扶梯。

迫于既有建筑 和市政管线限制

地铁出入口为啥会出现有的没有扶梯，有的只有上行或者下行扶梯？济南轨道交通集团相关负责人结合具体站点的实际

情况做了解释。

在八一立交桥C出入口，该负责人说，这个出入口北侧紧挨着居民楼，地下还有重要的市政管线，不具备北扩的条件；南侧的现状人行道宽度只有1.5米，如果再加一部扶梯，就得占用全部人行道，还得占一半非机动车道，也不具备外扩条件。“鉴于空间受限，在现有空间只允许建设一部扶梯。结合相关设计规范及市民出行习惯，下行乘车相对省力，因此我们将该扶梯设置为上行方向，以最大程度满足核心出行需求。”

针对五里牌坊站B口为何没设扶梯的情况，济南轨道交通集团相关负责人表示，“为方便车站周边市民出行，我们会在有乘车需求的地方，尽最大可能地建设出入口。”五里牌坊站地处老城区成熟商圈，为了满足经十路北侧、纬七路至纬九路周边市民的便捷乘车需求，受周边连城国际、济南市政政务服务人事人才大厅、加油站等既有建筑布局的限制，在这样局促的环境中“挤出”一个出入口，借用连成国际的既有下沉广场成为唯一可行的路径。由于借用既有建筑，受现场条件及地面现状道路限制，只有一部楼梯。

“我们对地铁多点 宽容和理解”

记者查阅资料发现，地铁出

入口扶梯配置受多重客观条件制约，“楼梯+扶梯”的设置在国内多个城市的地铁建设中较为常见。

南京地铁在回应部分站点缺少下行扶梯问题时曾表示，主城区用地条件局促，周边建筑密集是主要原因，需兼顾规划道路红线、防火间距等多重要求。广州地铁11号线龙口西站等站点，因市中心人行道狭窄、地下建筑物密集，甚至出现扶梯与楼梯分离设置的“迷你出入口”。

对于地铁4号线的部分出入口电动扶梯配置“不完善”的问题，记者随机采访了乘坐地铁的市民，虽然看法不一，但多数市民表示：可以理解，相信建设者已经尽了最大努力。

“我听说济南老城区地下管线特别多，修地铁本来就难。可能真的是地方不够用，或者有其他限制吧。我是可以理解的，再说偶尔爬楼梯也是个锻炼。”市民赵女士说出了不少市民的心声。“地铁4号线已经很方便出行了，再说也只是个别的出入口没有电动扶梯，咱们也都宽容点。”市民孙先生说。

“我们非常理解市民希望出行时心情更放松。”济南轨道交通相关负责人表示，“但在老城区修地铁，很多时候是‘螺蛳壳里做道场’，受限于场地、管线、周边建筑等多重因素，我们会尽最大的力量保障市民的核心出行需求。”



地铁4号线部分出入口只有楼梯，没有扶梯。

记者 鲁畅 刘志坤 报道

“2026年凉透的第一个行业是快递业？”当2000亿件包裹还在路上狂奔时，快递驿站却听到了碎裂的声音，社交媒体上类似的观点随处可见。相关统计显示：2025年，中国快递业业务量已突破2000亿件，支撑实物商品网上零售额超过14万亿元，行业规模再创新高。

亮眼成绩的背后，处于物流末端的快递驿站是否真的在经历一场前所未有的生存考验？比如《中国新闻周刊》的相关调查表示，部分地区的驿站倒闭率已达43%。当逐年激增的快递件数，与微观层面个体驿站所感受到的寒意激烈碰撞，我们试图厘清：是否真有因素正在切断驿站的生路？

活多而钱少

1月9日，济南某老旧小区，快递驿站站长王先生正忙着从快递车上卸货。这家驿站覆盖周边十几栋楼，除去“双十一”等大促节点，平日入库量稳定在600至700件。从早上八点到晚上八点半，除了春节，几乎全年无休。

“其实干这行不怕累，就怕累得不值。”王先生给记者算了一笔账。在外界看来，快递多了，驿站理应更赚钱。但现实是，驿站的收入模型极为单一：派件费×件数。

件数在涨，单价却在跌。记者走访多家驿站了解到，目前菜鸟驿站的派件费普遍被压低至0.4元-0.5元/票。与此同时，驿站还需承担不断上涨的运营成本——包括房租、日常水电支出，以及每月固定的系统服务费、短信通知费等信息化成本。

从事商铺转让的井先生，其主页挂着不少驿站转让的帖子。作为旁观者，他总结道：“干不下去的，都是吃不了苦。”但在王先生看来，问题并非“吃苦”二字能解。而是劳动强度和收益已经不成正比。“不是不能干，而是活更多了，钱更少了。”

失效的突围

为了打破单一营收的僵局，许多驿站试图通过“驿站+”模式寻找出路，但这条路走得并不顺畅。

一年前，另一位站长赵先生曾尝试在驿站基础上引入超市业务。本以为能通过取件人流带动副业，结果却是“占场不增收”。“驿站能附加的种类很多，但是需要投入不少精力，很多时候投入和回报不能成正比。”赵先生在尝试“驿站+超市”的模式失败后，得出了这个

经验。

如果说副业失败是经营策略问题，那么更深层的危机，来自于行业价格战的传导。国家邮政局数据显示，国内快递平均单票价格已从2007年的28.55元一路降至2025年的7.62元。各大快递公司为了抢占市场，坚持“走量不走价”，上游的压力最终层层传导至末端——驿站成了价格战的“炮灰”。

除此之外，“寄件红利”也已消失。有业内人士透露，以往驿站寄件利润颇丰：驿站能拿到极低的省内首重成本（约3-4元），而用户平台下单价曾高达10-12元，其中的差价是驿站的重要收入来源。

“之前，每个月寄件能赚2000元左右，现在最多也就400元。”王先生无奈地表示。

随着平台之间价格战的打响，用户端的寄件价格被压至6-8元，再加上快递公司“上门取件”进一步分流客源，驿站的寄件收入已微乎其微。

拥挤的撤退

利润下滑的同时，身边的竞争对手还变多了。

除了菜鸟、中通兔喜、圆通妈妈、极兔邻里等品牌驿站如雨后春笋般涌现。仅中通兔喜驿站的数量去年就已超11万个。平台亲自下场、同质化竞争，导致单个小区内的包裹量被多家驿站分流，进一步摊薄了每家驿站的收入。在地图软件上搜索可见，济南某个共12栋楼的社区周边，分布着4家快递驿站，几乎囊括了市面上所有的主流品牌。利润空间被持续挤压，越来越多困在“最后一百米”的驿站老板选择退出。

事实上，早在2018年前后，驿站就一度被看作低门槛创业的代表——无需高昂加盟费，投入两三万元，依托社区流量，守着包裹就能实现月入过万。正因初始投入有限，如今退出时往往也并不困难。

对于眼下被热议的“驿站关店潮”，科方得智库研究负责人张新原曾分析称，这是一种必然的“市场出清”。当前淘汰的大多是因成本上升、管理粗放而被淘汰的低效网点，这是行业结束粗放扩张期的自然调整。

这场资本视角的“优胜劣汰”，对于驿站经营者而言，这是一笔愈发难做的生意。对于社区居民而言，则可能意味着被拉远的“最后一百米”。如何在行业洗牌中守住这份民生便利，避免公共服务随网点一同断联，将是这场大撤退后最值得持续审视的命题。

收入锐减，有人转让 快递驿站还能跑多远