

# 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人口乘车。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—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

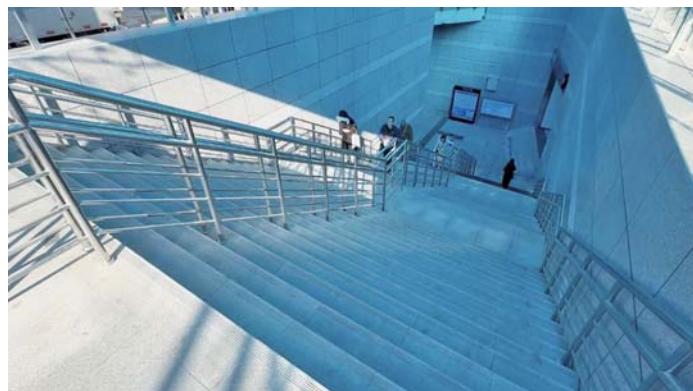
情况做了解释。

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,借用连城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



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。

亮眼成绩单的背后,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裂,将是这场大撤退后最值得持续审视的命题。

# 快递驿站还能跑多远