



航站楼内装饰采用现代材料与数字化建造技术。

## 西安咸阳国际机场 T5 航站楼正式投运

# 打造智慧便捷航空枢纽

本报全媒体记者 李旭东



东航、上航、联航等全面转场至 T5 航站楼运营。



志愿者指引旅客。



数字化服务平台提供网约车、大巴车、线路指引等服务。



“唐不胖”陕西特色食品售卖点。

本组图片由本报全媒体记者刘强摄

## 3D 兵马俑“出差” T5 航站楼



高级军吏俑

铠甲武士俑

本报讯(全媒体记者 郝佳伟)2月20日,西安咸阳国际机场 T5 航站楼投运。秦始皇帝陵博物院特别派出 2 件 3D 打印兵马俑,“出差”西安咸阳国际机场 T5 航站楼。

这次“出差”机场博物馆的 3D 打印兵马俑,是高级军吏俑和铠甲武士俑,由秦始皇帝陵博物院采集精选出的兵马俑数字参数,经数年不断实验与改进的制作成果,生动呈现所精选的各类出土兵马俑风采,展示兵马俑科技保护修复研究的最新成果。

据了解,此次“出差”是秦始皇帝陵博物院携手中国东方航空集团有限公司一次文旅与航空融合创新的尝试,透过机场这个连接世界的窗口,让世界看到中华文化的包容与活力。

2月20日清晨5时许,天还未亮,西安咸阳国际机场 T5 航站楼内已是灯火通明,旅客们或拖着行李,脚步匆匆,在宽敞明亮的大厅中穿梭,或静坐于舒适的休息区,耐心等待航班登机,脸上写满了期待和兴奋。

人群中,一位年过六旬的老人格外引人注目,他一只手里拿着机票,一只手指着老伴,目光不时望向航站楼外。“今天打算去北京看孙子,没想到赶上了 T5 航站楼投运的第一天。”老人笑着说,语气中带着一丝自豪。

“听说这座航站楼是西北最大的,我想亲眼看看它有多气派。”

当天,西安咸阳国际机场 T5 航站楼正式投入运营。0时7分,从喀什飞抵西安的东航 MU2204 航班平稳降落,成为 T5 航站楼启用后首个抵达航班。这座凝聚着现代科技与历史文化的航空枢纽,在投运首日便迎来了各方的瞩目。航站楼内,值机柜台、安检通道、候机区等区域井然有序,旅客们纷纷拿出手机拍照留念,记录下这一历史性时刻。

### 吸睛:现代设计与历史文化交融

记者走进 T5 航站楼,最引人注目的莫过于整体的现代化设计与浓厚的文化氛围,相互交融带来的磅礴气势。

航站楼整体设计融合了古典韵味和现代科技感,体现了汉唐的历史风貌和城市的现代魅力。在航站楼内部,源自古长安城的规划格局及唐代大明宫含元殿的建筑风格,结合现代科技手段,打造出极具视觉冲击力的沉浸式体验空间,加之内部装饰融入了大量陕西文化元素,如兵马俑、大雁塔等图案,让旅客在候机的同时也能感受到西安的独特历史魅力。

“T5 航站楼的设计非常现代化,空间宽敞明亮,非常吸睛,设施也很齐全,让我整个的乘机体验提升了不少。”从西安飞往新加坡的旅客何小强说。

“走进航站楼,第一眼的感觉就是视野开阔、恢宏大气,尤其是那些融入陕西文化元素的装饰,让人感觉既现代又有历史厚重感。”前往福州的旅客李凡说。

此外,记者发现, T5 航站楼特别设置了多个艺术展示区,展示陕西的非物质文化遗产和现代艺术作品。

除了“秦岭四宝”主题装饰、文创产品展示……东航西北分公司还在 T5 航站楼内推出旅游集市,让旅客在候机时,不仅可以欣赏到精美的艺术品,还能通过互动装置了解陕西的历史和文化。这种文化与现代设计的完美融合,成为 T5 航站楼投运首日的一大亮点。

### 贴心:智能化与人性化并重

作为西北地区最大的单体航站楼, T5 航站楼总建筑面积达 70.55 万平方米,超过现有 T1、T2、T3 航站楼总和,设计上不仅注重实用性,更融入了现代化、智能化、人性化的理念,力求为旅客提供舒适、便捷、高效的航空出行体验。

国内旅客在航站楼进门闸机处采集人脸信息,与身份信息一一对应,进入航站楼后值机、托运、安检验证、登机均可利用人脸信息实现无证通关。

在值机区域,8 座值机岛分布有序,国内值机岛采用自助与人工可转换柜台,配备了自助值机设备和自助行李托运设备,旅客根据屏幕提示,轻松完成值机和行李托运。“整个过程非常顺畅,自助值机很方便,节省了不少时间。”旅客王鹏说。

机场还为不同旅客群体量身打造了多样化、人性化的服务产品,通过多样化的产品来满足不同群体的个性化需求。

在 T5 航站楼的出发门口,记者看到一个金属质地的指示牌非常醒目,这是机场专门为特殊旅客方便出行设立的招援电话。

“招援电话主要为了方便一些需要出行帮助的特殊旅客,能够在抵达航站楼的第一时间,通过这部电话联系到楼内问询柜台的工作人员。”西安咸阳国际机场航站区管理部服务管理科副经理李佳桐说。

记者看到,航站楼里面的每一个问询柜台都配备了低位的无障碍服务柜台,方便特殊人群咨询使用,柜台里还配备轮椅供特殊旅客使用。

新航站楼的智能化、人性化还体现在很多方面。比如托运行李服务,这里的行李传送带距离地面只有 5 厘米,只需要使用很小的力气,就能轻松将行李放到传送带上。此外,行李条内还安装有芯片,记录了旅客航班和行李的所有信息。在出港或中转时,旅客既可以实时获取行李的位置信息,还能提高运送效率,减少错运情况的发生。

### 便捷:无缝衔接多种出行方式

在便捷出行方面, T5 航站楼采用双层出发、双层到达的功能流程组织,实现国内、国际始发旅客同层出发,无须楼层转换。同时,采用集中式多指廊构型,旅客从航站楼中心到最远端登机口步行距离不超过 600 米,步行时间仅需不到 8 分钟。

T5 航站楼的综合交通中心,是首日运营的另一大亮点。这里实现了机场、铁路、地铁、出租车、公交、机场大巴、长途客运等多种交通方式的立体换乘,不仅提升了机场的运营能力,也为旅客提供了更加便捷的出行体验。

出租车、公交车、机场大巴等区域标识清晰,引导牌醒目,旅客们根据指示,有序乘车。机场还在综合交通中心内设置了多个信息咨询点,工作人员随时为旅客提供帮助,解答疑问。

当日,记者实地体验了从地铁站到 T5 航站楼出发层的换乘流程。到达机场(T5)站后,可

通过扶梯或直梯抵达宽敞的站厅,经出站闸机出站后,向西步行至停车场或乘坐扶梯直达航站楼二、三层出发层大厅办理登机手续,全程仅需 5 分钟左右。

对于自驾旅客, T5 航站楼提供了充足的停车位,配备有 P5-A、P5-B 两座停车楼,共 3000 余个停车位,均连通综合交通中心和 T5 航站楼。

针对旅客走错航站楼的情况,西安咸阳国际机场在 T5 航站楼 533 门内、T3 航站楼 323 门内、T2 航站楼 222 门内的问询柜台,设置有错走旅客集结点,提供“随到随走”的免费摆渡服务,旅客可联系问询柜台工作人员寻求帮助。

随着 T5 航站楼的启用,西安咸阳国际机场将拥有南、北两个飞行区,4 条跑道、4 座航站楼,保障年旅客吞吐量 8300 万人次,成为集航空、轨道、公路等多种交通方式于一体,智慧便捷的综合交通枢纽。



乘客在巨型“熊猫七仔”前拍照。

## 新闻直通车

### 西安市教育局调整中考计分科目

本报讯(全媒体记者 陈冰妍)2月20日,记者从西安市教育局获悉,为落实《教育强国建设规划纲要(2024-2035年)》“有序推进中考改革”的任务要求,从2026年起,西安市中考计分科目为语文、数学、英语、物理、道德与法治、历史、体育与健康、生物学、地理,共10科;其中,生物学、地理以考生在其八年级完成的全省统一考试的成绩计入。

### 陕建十一建承建兴平雨污分流工程惠民生

本报讯(通讯员 张变 潘少刚)近日,陕建十一建集团承建的兴平市城区雨污分流 EPC 项目(一期)建设现场一派繁忙景象。该项目以“分段微创”施工、智慧化管护等创新举措,打造城市惠民“贴心工程”,赢得了群众赞誉。

目前,项目正同步推进排水管道敷设与道路结构施工,预计雨季前将完成关键节点,彻底解决老城区“逢雨必涝”难题。据测算,工程完工后,城区污水处理效率将提升 40%,内涝风险点减少 90%,惠及 10 万群众。

免费配老花镜、磨刀、测血压、办理长安通……2月20日,在西安市雁塔区电子城街道电子二路东社区,春日便民集市热闹开启。图为志愿者为居民推拿。

通讯员 杜成轩 摄



哪吒结界兽冰箱贴热卖!亚冬会周边文创“冰火之约”冰箱贴卖断货!故宫凤冠冰箱贴“一贴难求”……2025 年开年,冰箱贴这一看似不起眼的小物件,却频频登上文创界热搜榜,成为文创界“顶流”。从景区纪念品到文化 IP 衍生品,冰箱贴正以更加多元的姿态,走进年轻人的生活,也撬动着巨大的文创消费市场。

### 价格亲民创意丰富 冰箱贴成文创“顶流”

走进各大景区、博物馆的文创商店,冰箱贴总是占据着最显眼的位。从故宫的凤冠冰箱贴到陕西历史博物馆的唐妞冰箱贴,这些浓缩了文化精髓的“小小贴片”,不仅价格亲民,而且便于携带和收藏,成为游客“到此一游”的最佳纪念品。

在“小红书”上,一位来自西安旅游的网友晒出了自己买到的陕西博物馆彩绘铜灯冰箱贴。她表示,这款冰箱贴不仅精准还原了铜灯的古典风貌,还巧妙地加入了亮灯设计,是许多冰箱贴爱好者的“必集”款。

据《2024-2029 年中国冰箱贴行业市场发展研究报告》预测,到 2027 年,全球冰箱贴市场规模有望达到 12 亿美元。其中,年轻人将成为消费主力军,他们热衷于在社交媒体上分享自己收藏的冰箱贴,并以此为媒介,表达自己的审美趣味和文化认同。

“方寸大小的‘磁力贴片’浓缩着文化魅力,几十元就能买到的亲民价格符合年轻人轻量化的消费习惯,更有许多热门影视、动漫、游戏 IP 与冰箱贴结合,进一步激发了年轻人的购买热情。当越来越多的年轻人在社交媒体上‘晒’出冰箱贴时,这种文化载体也具备了社交属性,成为一种社交货币。”西安市委党校经济学教研部副教授丁亮说。

### “一贴”难求 迭代设计接住“泼天富贵”

曾经冰箱贴一直是景区里不起眼的纪念品,低价低质是大家对他们的第一印象。那么,普通的冰箱贴为何摇身一变成了“文创顶流”呢?这要从冰箱贴的设计理念转变以及制造工艺改进说起。

作为旅游纪念品,冰箱贴有其独特优势:价格亲民、满足个性化偏好、体积小便于携带。与过去仅以简单图案和文字为主的传统款式相比,如今的冰箱贴在材质上更加丰富多样,除了常见的硅胶和金属,还衍生出陶瓷、木质等材质,主题设计也涵盖了更广泛的文化元素和创意表达。

例如,博物馆的文创冰箱贴多以文物为原型,高度还原复刻的文物种类基本没有限制,大到古建筑、造像,小到陶瓷瓶、书画作品、珠宝首饰,都能够“化身”为冰箱贴。与此同时,冰箱贴的“玩法”也愈加丰富:西安钟楼冰箱贴加入开关灯设计,陕西兵马俑冰箱贴内可以放入小物品,永宁门冰箱贴可以做“开门”效果……

“冰箱贴以其独特魅力深受游客青睐。以西安的冰箱贴产品为例,随着技术进步与设计创新,‘西’与‘安’这两个唐风人物的材质从软磁到金属不断丰富,形式从平面到立体持续升级,兼具功能性与创意性,越来越精准地契合了年轻人的个性化需求。”陕西知名文创品牌“西安东西”创始人李向宇说。

### 刮起 IP“东风” 西安文创以创意闯市场

近年来,随着国潮文化的兴起,越来越多的文化 IP 开始与冰箱贴“联姻”,并取得了不俗的市场反响。例如,《哪吒》系列动画电影上映后,与之相关的“结界兽”冰箱贴迅速走红。哈尔滨冰雪大世界推出的亚冬会主题冰箱贴也凭借其精美的设计和独特的冰雪元素,成为游客们争相购买的纪念品。

“冰箱贴‘卷’到最后还是‘卷’IP。”李向宇分析指出,如今冰箱贴这一文化载体其实可以反哺 IP 本身。以“西安东西”品牌下的“唐富贵”为例,唐时有马名富贵——根据这匹有点“肥”的马,“西安东西”最新推出了“马上有钱”“马上有福”“马上有喜”等一系列立体金属冰箱贴、开瓶器等文创产品。

李向宇介绍,“唐富贵”系列的冰箱贴在 2024 年的销售数量达 20 万件以上,许多买此冰箱贴的人一开始并不认识“唐富贵”,他们在收获一枚美观的冰箱贴后渐渐了解到这匹有点“肥”的马来自于刻在陕西省礼泉县昭陵石屏上的“昭陵六骏”,从而对唐文化产生了浓厚兴趣。

未来,随着更多优质文化 IP 的涌现,冰箱贴市场将迎来更加广阔的发展空间。李向宇透露,近期他们团队为陕西博打造了一款名为“富甲一方”的冰箱贴,设计灵感来源于兵马俑身上的铠甲,一副立体式的金黄色铠甲与“富甲一方”的巧妙关联,很有创意。

从旅游纪念品到文化 IP 衍生品,从简单图案到创新表达,小小的冰箱贴不断突破边界,展现出巨大的市场潜力。它的火爆反映了年轻人对文化消费的热情,也预示着文创产业的蓬勃发展。未来,相信更多兼具创意与文化的冰箱贴将成为传播中国文化、讲好中国故事的重要载体。

# 冰箱贴何以“拿捏”年轻人的心



小「玩意」大「生意」



刘骁华



西安

ITV