

为每个人的无障碍生活安上平等发展的车轮

中青报 中青网记者 许亚杰

轮椅人员通过低踏步的无障碍坡板顺利上车、平整的路面和零高差的衔接赶走了恼人的颠簸、各种黑科技让视障者与听障者能够平等地使用手机……曾经寸步难行的残疾人等来了对他们越来越友好的无障碍生活。

当人们在享受着互联网、大数据、云计算、人工智能带来的便利生活时，难免会发问：每一个人都能无障碍地生活了吗？日新月异的科技能否为他们安上平等发展的车轮？

答案是令人欣慰的。9月22日，第15届中国信息无障碍论坛暨全国无障碍环境建设成果展示应用推广活动在浙江大学举行。

无障碍环境建设体现人文关怀，是对生命的关切，也是提高生活质量的方法。论坛一开始，中国残联主席张海迪对无障碍事业发展送上视频寄语。她说，希望从事无障碍环境建设的同志和朋友多调研，带着亲情的感情，到残疾人身边去倾听，了解他们的愿望和需求，制定最科学、最人性化的标准，推广最好的设计。

我国逐渐步入老龄化社会，老年人的数量和占比都在上升，无障碍环境建设也为他们服务。因此，建设无障碍环境涉及到保护每个人的利益，需要加强宣传，引起全社会的重视和公众的共鸣。在评价杭州市的无障碍公益诉讼时，十三届全国人大常委会委员、全国人大监察和司法委员会副主任委员、中国法学会专职副会长张苏军肯定地说，以公益诉讼保障残疾人出行，能有效提升城市无障碍环境建设，让无障碍成为全社会的自觉意识。

如今，已经有越来越多的人开始探索无障碍一词背后的真正含义。如何发现相关人群对无障碍环境的真实需求，并一一满足？建设无障碍环境是靠人文关怀还是靠科技创新？打造无障碍环境背后，又体现了全面建成小康社会和十四五规划的哪些题中应有之义？

这些问题不仅事关8000多万同胞生活的获得感、幸福感，也决定了无障碍出行如何与新时代的社会发展同行。

我们不是只适合待在家里

之前觉得条条路都通畅，坐上轮椅后却发现处处有关卡。深圳市畅行无障碍科技有限公司董事长罗洪坚感慨说，只要公共设施在设计之初考虑得足够充分，市场



9月22日，第15届中国信息无障碍论坛暨全国无障碍环境建设成果展示应用推广活动在浙江大学举行。释放了一系列利好信息。此次论坛除了发布《无障碍环境建设条例》实施第八周年成果，还设有信息无障碍和无障碍旅游两个分论坛，并首次举行了无障碍设计十大精品案例分享活动。

上出现更多相关产品，他们完全可以生活得跟平常人没有什么区别。

没有人是只适合待在家里的。他举例说，全国60岁及以上的老年人口超过了2.4亿，失能和半失能老人则有4000多万人。对普通人来说，地上一个两三公分高的小坎儿可能不算什么，但对于那些腿脚不便、需要借助轮椅出行的人来说，一道小坎儿可能就是一只拦路虎。比如，我的电动轮椅虽然可以越过这种小坎儿，但其实是有一定安全隐患的。

令人欣喜的是，此次论坛除了发布《无障碍环境建设条例》实施第八周年成果，也释放了一系列国家无障碍环境建设最新政策与实施项目的利好信息。

会议期间，工信部信息通信管理局、住建部城市建设司、国家市场监督管理总局认证管理中心、中国建设银行股份有限公司、最高人民检察院八厅、中国残联维权部、浙江省残联、中国联通等单位 and 高校研究机构分别介绍了在各自行业的无障碍研究成果、创新做法与经验。

据了解，无障碍环境建设与新时代社会发展需求同频共振主要体现在五大方面：一是信息无障碍融入全民防疫抗疫新形势；二是民生无障碍融入全面小康新时代；三是智慧无障碍打造中国特色新未来；四是发展无障碍传递新境界、新使命、新担当；五是提升无障碍推动杭州模式新探索。

2020年是全面建成小康社会的攻坚

之年，也是国务院《无障碍环境建设条例》颁布实施的第八年。此次论坛相关负责人告诉记者，今年国家无障碍环境建设法规政策密集出台。

从民法典首次在国家基本法律中规定无障碍环境建设内容，到国务院办公厅印发全面推进城镇老旧小区改造的指导意见，从开展城市居住社区建设补短板行动，到完善铁路购票服务等系列政策，在各部门的通力协作下，我国城乡无障碍环境建设水平稳步提高，为促进残疾人参与社会生活奠定了基础。

不过，因为缺乏技术的支持，视障人获取信息受限，老人因不会使用智能手机扫描健康码，被公交车拒载，一类的新闻提醒着人们，信息无障碍、出行无障碍仍有许多亟待解决的难题。

新时代小康生活呼唤信息无障碍的春天。名为“无障碍使者”的青年志愿者团体在此次论坛上发出了《做“无障碍天下使者”》的倡议。

他们来自清华大学大学生无障碍发展研究协会、中国青少年无障碍发展促进会、全国无障碍通用设计研修营和浙江大学。正如倡议中写道：我们希望不同年龄、性别、文化、宗教、社会生活习性和身心功能状态的人都能自由、平等地获取和处理信息。我们希望所有人都能共享信息革命所带来的红利，共享新时代科技与人文相融的温暖。让大家意识到无障碍环境的重要性，



工作人员操作升降平台，帮助使用轮椅的人士登上无障碍大巴车。据统计，全国60岁及以上的老年人口已经超过了2.4亿，失能和半失能老人则有4000多万人，无障碍环境的建设也为他们服务，这是一件涉及保护每个人利益的大事。

并非作“无障碍天下”的使者，就是我们的工作。作为志愿者团队的一分子，吴冰冰直言，当数字化应用遍及各行各业，当大数据包揽各个方面，总有一些人不知所措、窘迫难堪。在她看来，要想不让一个人掉队，就需要最大限度地减少或消除信息交流和出行的障碍。

水滴石穿非一日之功，破除各种障碍也需要久久为功。从事志愿服务工作6年后，唐占鑫发现，现在大家对无障碍环境建设的关注度明显提高了。不仅越来越多的残疾人开始参与到无障碍环境的建设中来，也有很多初学者变成了推动者。

从2014年起，唐占鑫与团队的小伙伴们一起从残疾人的角度去体验北京市各个角落的无障碍设施，并且学习无障碍的专业知识。久而久之，大家能够更精准地表达自己的诉求，推动当地社区无障碍设施等不断改进。比如无障碍通行的坡道，什么角度、什么材质的坡道更友好，大家都能说得头头是道。

在设计的源头立下通行原则

在此次论坛上备受好评的全国无障碍设计十大精品案例，就是一个明证。荣誉榜单的既有无障碍专项设计等实体项目，北京大兴国际机场无障碍系统

设计、杭州西湖湖滨区步行街无障碍环境改造、国家残疾人冰上运动比赛训练馆、北京市残疾人职业康复和托养服务中心，也有反映城市、交通、校园中无障碍环境建设设计的最佳方案。《北京无障碍城市设计导则》、《冬残奥会无障碍技术指南》、《高铁雄安站无障碍设计图示图集》、《清华大学校园总体规划无障碍专项》、《西湖大学无障碍环境建设指南及图示》等。

从飞机到高铁到地铁，从福利设施到冬残奥会场馆，这十大精品案例均是涉及我国的大型公共服务设施建设。有评委表示，这些案例有一个共同特点，那就是首次将无障碍在设计环节落地见效，探索了我国无障碍环境建设新方法、新路径和新机制。

设计为建设之本，设计也为无障碍之源。通过树立样板，建立机制，健全责任，能够保证无障碍理念的融会贯通、指导实践，也才能避免弯路、避免返工、避免浪费、避免留憾。有专家指出，在设计之初就立下通行原则，可以使无障碍环境建设从源头做起，避免以往反复调整、反复修改，却难以达标，资源浪费。

不妨参考一下较早推行无障碍化的日本吧。公开资料显示，1990年在东京470个地铁站里，无障碍电梯数量几乎为零。随后，在社会各界的呼吁和推动下，地铁、火车和公交车等公共设施开始迅速无障碍化。按计划，在2020东京奥运会举办前，

东京地铁将会在98%的车站实现无障碍出行，并在所有车站修建无障碍卫生间。此外，在日本街头常见的福祉车也被视为科技造福生活的体现。

以本田奥德赛锐·混动福祉车为例，其第二排右侧固定座椅被调整为可移动式升降座椅，它可以一键实现电动升降、旋转和调整高度。当座椅伸展至车外，其高度可与轮椅高度相匹配。待用户坐稳后，座椅会上升转入车内，复位在相同位置，全程运行仅需30秒左右。

事实上，本次论坛与活动选址杭州，本身就具有城市无障碍的示范作用和典型意义。目前，浙江省及杭州市正举全市之力落实“迎亚（残）运”无障碍环境建设行动计划（2020—2022年）三年行动。

从成为全国商业步行街样板的杭州西湖区湖滨步行街无障碍环境建设，到利用互联网、大数据、人工智能等新技术实现信息无障碍服务，打造智慧城市大脑，杭州市涌现出一大批具有首创意义的无障碍市镇、无障碍街区、无障碍社区典型案例。

有人说，一座城市的无障碍化友好程度，直接体现了城市管理者、建设者的规划、建设、管理的意识。但其在打造无障碍环境的过程中，暖心的语言与黑科技同样重要。

我们要加强对通用无障碍理念的宣传，将平等、融合、共享的理念深入人心，让每一项科技发明都以通用为出发点。正如《做“无障碍天下使者”》所倡议的那样，每个人都可以为推广通用智慧，都可以成为无障碍的推动者。

在大学的课堂讲通用，在设计师的脑海扎根通用，在工程施工人员的心中强化通用，用我们的智慧为科技无障碍增添光彩。吴冰冰畅想说，总有一天，让听障人看见声音，让视障人听见文字，让肢障人畅行天下不再是遥不可及的梦想。

回到公司后，罗洪坚立马和电动轮椅研发团队开始了头脑风暴。他期待着推出下一代新产品。希望下一代电动轮椅更安全、更轻便、动力更强、售价更便宜，能让更多有需要的人体验到无障碍出行的快乐！

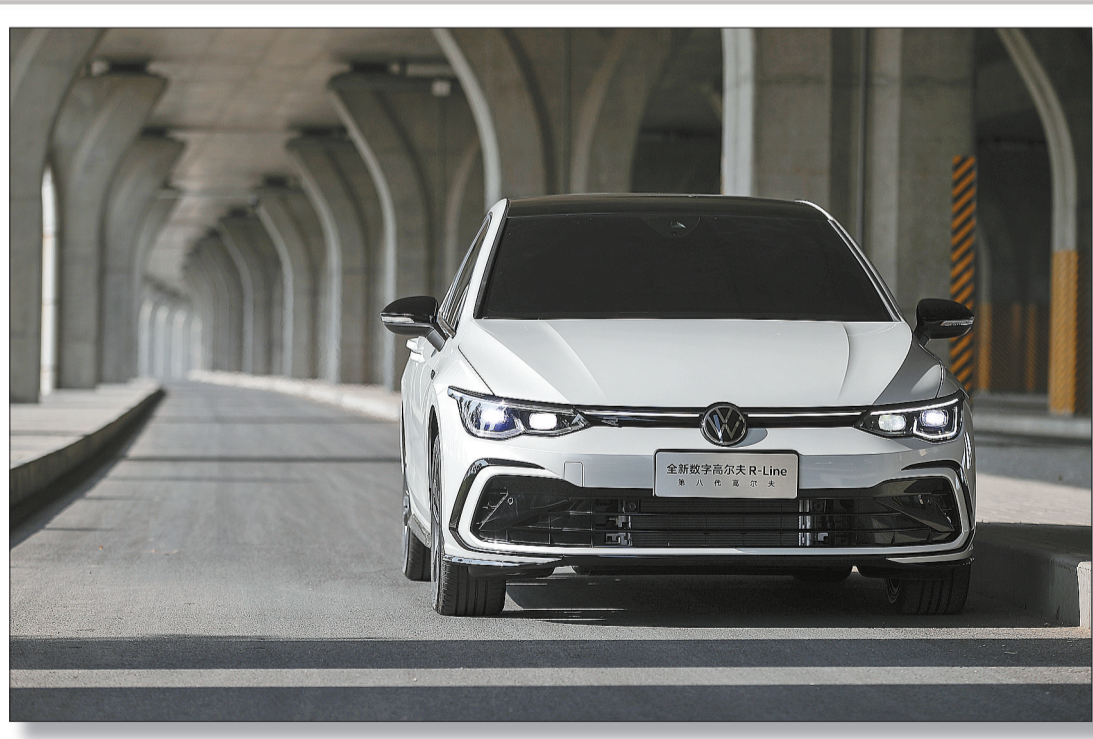
在回北京的高铁上，唐占鑫还在为刚刚成立的无障碍建筑师志愿团忙碌着。对于从设计源头打造无障碍环境这件事来说，专业建筑师的加入可能具有划时代的意义。在她看来，创建无障碍城市是一项不折不扣的系统性工程，需要多方联动，也需要全民参与共创。

张海道说，无障碍环境不仅要建设好，更要管理好。建设文明科学完善的无障碍环境，需要各个部门和单位的共同努力，需要发挥不同行业的优势和潜力。

她说，自己有一个愿望，让爱护无障碍设施成为道德规范和公民自觉。在一个文明、和谐的社会，所有人应该享受平等和尊重。在一个愈发富裕、自信的中国，无障碍出行、无障碍地享受公共服务和社会发展成果，也应该是每一个人的权利。

左手经典 右手革新

第八代高尔夫加固大众品牌护城河



现在的年轻人大多喜欢爆点。从散发出中国元素的国际大牌，到受到90后消费者追捧的国潮风，越来越多的经典品牌正凭借着又潮又酷的新调性颠覆人们对自我的认知。

一辆有爆点的新车，也应该是让人倍感兴奋，能够带领90后消费者做一些让人兴奋的事情。

在一汽-大众全新数字高尔夫×鲍勃·迪伦艺术美学论坛完成国内首秀后，第八代高尔夫将在9月26日北京车展媒体日上正式亮相。届时，新车的内饰及预售信息将得到公布。

不被定义的创新 一以贯之的产品逻辑奠定经典地位

作为真正影响了一代人的艺术家，鲍勃·迪伦不仅获得过诸多奖项，也用各种艺术作品歌唱着生活、爱与忧伤。

在7月底开幕的鲍勃·迪伦艺术大展中，展出了这位艺术家自1973年以来的6大不同艺术系列创作，除了那些令他青史留名的经典歌曲，还有手稿、绘画和雕塑。

汽车设计领域同样也有着这样的脉络。麦德岳26年前加入大众汽车集团，做过生产计划、海外市场、品牌管理等多个岗位。如今，作为一汽-大众销售有限责任公司执行副总经理、大众

品牌执行总监，他认为，无论在艺术创作还是汽车市场，成功者往往都有着相似的轨迹，而全新数字高尔夫也将成为一代人的汽车记忆。

1974年，一款极具颠覆性的大众两厢轿车横空出世。它就是高尔夫。在意大利设计天才乔治亚罗的笔下，第一代高尔夫摒弃了汽车圈流行数十载的圆润弧线设计，主打折纸概念，首次让掀背成为汽车市场上时尚的元素。

2003年引入国内后，它刮起了一汽-大众高尔夫旋风，为中国消费者带来了关于极速和操控的驾驶体验，书写了原汁原味的德系平民高性能传说。事实上，对于很多90后中国消费者来说，肯定有目睹或乘坐高尔夫的记忆。眼下，第八代高尔夫利用经典元素

引起他们的共鸣。

每一代高尔夫都在经典传承与突破焕新之间找到了平衡，带来超越时间的感官体验，于洗练中塑造经典与隽永。在麦德岳看来，高尔夫与鲍勃·迪伦都具有自我革新，勇于突破的开创精神。

《2020上半年中国汽车市场与用户洞察报告》显示，90后青年用户在上半年来对汽车内容的关注度逐步攀升，近期车市年轻化特征突出。有分析指出，随着品牌多元化和个性化消费的到来，消费者有了更主动和多样的需求表达。也就是说，90后消费者不再像以前一样，品牌生产什么，消费者就买什么。

这意味着墨守陈规的新车没有出路，也暗示了第八代高尔夫的产品逻辑

左手经典，右手革新。事实上，这8个字既是高尔夫家族乃至一汽-大众品牌这些年一直努力追求的，也是其持续打造爆点的真正秘诀。

引领时代潮流的车 永远年轻，永远风华正茂

第一代高尔夫，打破当时汽车造型的范式，创新采用折纸设计，引领视觉潮流；第四代高尔夫，由时任大众首席设计师Hartmut Warku主导，以时尚+复古的先锋设计思维，指引新时代潮流方向。第六代高尔夫轮廓简洁、线条有力，具备超高分辨度，一经推出便迅速斩获了德国金方向盘奖、纽约车展2009世界年度风云车等荣誉，突破了车型级别

的界限

作为大众品牌数字化革新的扛鼎之作，第八代高尔夫在产品设计上同样可圈可点。它以历代车型的经典元素为基调，全面融合数字化时代的设计语言，从虚拟、科幻的未来场景中汲取灵感，通过含蓄且锋利的表达方式，散发出充满能量、活力四射的极致美感。

全新数字高尔夫的设计思想正是基于Emotional情感化、Pure纯净和Intelligent智能化三大核心设计思想，力求以更锐利的姿态，实现更加凌厉、动感且富有生命力的美学特征。

其中，Emotional情感化使第八代高尔夫头灯上沿被水平切割，创新采用发光LED与格栅连为一体，带来更具张力的感官体验；象征性能的格栅，以打破常规的布局形式，进一步降低视觉重心，凸显更强的运动气息；传递情绪的前脸，以蓄势待发的神态，释放内心最纯粹的情感需求；作为高尔夫经典传承的符号，更为倾斜的C柱设计，彰显轻盈质感。

Pure纯净则意味着第八代高尔夫不仅拥有更加符合空气动力学的造型设计，使得全新数字高尔夫的风阻系数(Cd值)由0.3降至0.275，更让整车的视觉效果更显修长，同时带来更为动感的视觉享受，让车尾的轮廓修饰的更为立体、深邃。

第八代高尔夫正是从虚拟、科幻的未来场景中汲取灵感。它围绕Intelligent智能化的核心理念，用智能科技满足用户的时代需求，用前瞻的数字技术，彰显十足的科技魅力。

有人说，工业设计师知道自己的作品在臻于完美时，并不在于无以复加，而在于无从删减。而在麦德岳看来，高尔夫的每一次革新都是对完美的再次定义，凝聚了大众品牌自我革新，不断进取的开创精神。正是这种精神，才使得高尔夫能在传承与突破间达到平衡，用一代代的设计突破，一代代的自我革新，引领各自时代的审美潮流和技术创新。

无论什么时代，要寻找到与年轻消

费者的关联，必须先保持双方沟通渠道畅通。第八代高尔夫显然找到了解决这一问题的关键。

面对空前复杂的市场形势，一汽-大众-大众品牌坚定年轻化、大旗，不断以更加智能化、更符合年轻消费者审美的产品夯实自己的品牌护城河。最新数据显示，一汽-大众8月销量逆势上涨，继续居于国内乘用车市场前列。随着箭在弦上的第八代高尔夫不断升温，其市场表现和品牌形象还将稳步提升。

理解了高尔夫如何超越交通工具属性，成为人类文明殿堂中的艺术瑰宝的过程，就能更理解产品对塑造品牌形象的重要性。

