

# 大商场地下楼层人气赛过地上

## 餐饮、服装业态扎堆客流量集中 B1、B2变身“黄金屋”一铺难求

一楼、二楼曾经是各大商场的黄金位置,但如今,这样的情况正在发生变化。近日,记者探访万象城、金狮广场、崂山万象汇等多家大型购物中心发现,地下一层(B1)、地下二层(B2)已经成为商场客流量最集中的地方,这里聚集了餐饮、服装、超市等多种业态,每到周末,各大商场的B1、B2层都吸引了大量年轻消费者。B1、B2已经成为商场的黄金楼层,而这一变化的背后,则是消费形式的变化。记者调查发现,尽管商场其他楼层看似人气比不上B1、B2,但通过微信群、朋友圈等精准营销方式,同样实现了销售额的增长。



崂山万象汇B1层开设的盒马鲜生。



金狮广场B1层。

### 大商场B1、B2楼层人气爆棚

每到周末,万象城、凯德、金狮广场等大型购物中心B1、B2层都要迎来客流量的高峰期。记者于周末前往万象城发现,晚餐时分,万象城B1、B2层客流量较大,无论是优衣库、ZARA等服装品牌,还是必胜客、奈雪的茶等餐饮品牌,门店内人流如织。记者在万象城优衣库门店看到,恰逢气温骤降,这里吸引了众多添置新衣的消费者。在优衣库门店内,除了传统的羽绒服、毛衣等产品热销外,童装区域销售也十分火爆,不少家长带着孩子来选购新衣。

人气火爆的还有近年来兴起的潮玩业态。记者在位于B1层的泡泡玛特门店看到,这里聚集了众多专程前来购买盲盒的年轻消费者。

位于B1层的超市同样自带流量。记者在万象城B1看到,开设在B1层的盒马鲜生门店客流较为集中,尤其是销售蔬菜、水果的生鲜产品区域,聚集了大量前来采购的消费者。

市民刘女士告诉记者,现在每次逛万象城一般都直奔B1、B2,在这里既可以满足餐饮消费需求,同时也可以购买到合适的服装鞋帽等产品,关键是这些产品的性价比都非常高。而且

现在商场普遍面积较大,B1、B2可以一次性满足消费需求。

### 餐饮、潮玩业态集中B1、B2

记者探访多家购物中心B1、B2层发现,商场地下楼层的业态相对于其他楼层更杂一些。在传统购物中心的分类中,通常一楼多为单价较高的高端化妆品品牌,二楼三楼则是鞋服等品牌,四楼多为亲子业态,五楼则是餐饮业态较为集中。记者观察发现,B1、B2层所包含的业态更加复杂一些,既有餐饮、服装、超市等传统业态,也有潮玩、阅读空间等新兴业态。

记者在崂山万象汇B1层看到,该楼层主要分为餐饮和超市两大部分。凯德茂也采取了同样的布局,B2层主要集中了超市、餐饮和部分潮玩门店。万象城B1、B2层门店的业态构成则更加复杂一些,既包括了阿迪达斯、耐克等体育用品,同时也有周大福、六福珠宝等珠宝首饰品类。

青岛一家商场招商负责人赵先生介绍,现在商场B1、B2已经成为商场最热门的楼层,仔细关注会发现,由于客流量较大,这两层有时甚至会出现“一铺难求”的局面,有时候品牌想进来甚至还需要等位置。商场在招商的过程

中,针对B1、B2层的商铺同样也会优中选优,通常一些知名连锁品牌和个性鲜明的品牌更受商场青睐。赵先生发现,传统的商场分类方式如今正在被重构,曾经一楼二楼是商场最核心的位置,但这个“定律”正在被慢慢打破,流量在哪里,品牌就追捧哪里。

赵先生表示,B1、B2的火爆也是线下商业在面对网络购物平台冲击的一种及时转型。相比网络购物平台,线下购物中心在价格上并没有太大优势,体验成为了各大购物中心比拼的焦点,而B1、B2楼层商家比拼的就是消费体验,因此集中了包括餐饮、潮玩等业态,消费者在购物过程中可以获得愉悦的体验。B1、B2楼层除了在价格上相对于其他楼层有优势外,还能为消费者提供独特的购物体验。年轻人逛商场去B1、B2这一现象既反映了消费习惯的变革,也揭示了商业模式和商业地产的挑战与机遇。它为商业界提供了一个深入了解和迎合新一代消费者的窗口,也为商场和品牌提供了创新和发展的机会。

### 实体门店成品牌流量入口

与B1、B2形成鲜明对比的是,商场一楼到三楼人气相对较弱。记者在崂

山区一家大型购物中心看到,其分布在一楼的众多女装品牌几乎没有消费者问津,这些女装价格都相对较高,一件普通的长袖衬衣售价达到六七百元,而门店销售的秋冬大衣售价则在两千元左右。

市民刘女士告诉记者,自己已经很少在线下实体店购买衣服,尤其是这些品牌女装,最重要的原因就是价格太高,动辄三四千元的外套性价比太低。

记者探访发现,这些品牌服装门店也有自己的生意经。一家知名品牌女装门店导购告诉记者,线下门店的销售模式正在发生改变,客人到店里试穿过后,导购通常会加上客人的微信,以此来建立长期联系。导购会不定期在门店的微信群和朋友圈内发布新款服装和优惠信息,其价格并不比网络平台上同款服装价格高,很多成交都是通过微信完成。该导购告诉记者,线下门店如今已经更像是吸引流量的端口。通常走进门店试衣服的客户基本上都是潜在目标客户,也许当天不会成交,但是经过长期的沟通后,都会成为长期客户。虽然门店看起来好像很冷清,但实际上这些年销售额也在不断增长。 观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛



转业军官在市退役军人服务中心政务服务大厅办理报到。

本报11月9日讯 日前,青岛市2023年度转业军官集中报到工作正式启动,市内四区接收安置的200余名转业军官在青岛市退役军人服务中心政务服务大厅办理报到。

据了解,相关工作人员提前将涉及报到手续办理的所有材料形成清单,在

服务,包括开具安置介绍信、落户介绍信、发放转业军官报到手册、进行“返乡第一课”等,转业军官可在15分钟内完成报到手续办理。

由于本次集中报到时间紧、任务重,市退役军人事务局通过预约服务为转业军官提供分时段高效办理,并开设

## 退役启新程 返乡立新功

### 青岛市2023年度转业军官集中报到

广发通知的基础上进行电话一对一提醒,一次性告知转业军官所需材料,避免因材料缺失造成二次奔波办理。青岛市退役军人事务局整合转业军官报到所需各项手续,提供便捷高效的“军人退役一件事”集成

“政务服务夜市”,将办理时间延时至晚8时,满足转业军官个性化定制服务需求,最大程度提供方便。

“市退役军人事务局的服务十分周到,一站式报到办理效率很高。”转业军官王涛说,相关工作人员提前和他预约了办理时间,提醒了要带的材料和办理流程,不仅现场指导他填写表格,还拿着相关材料帮忙代办,用了10多分钟,手续就全部办好了,并且通过“返乡第一课”还了解到青岛的诸多荣军举措,这令他倍感暖心。

市退役军人事务局高度重视退役军人思想政治工作,通过开展“返乡第一课”,教育引导退役军人自觉珍惜荣誉,坚定不移感党恩、听党话、跟党走。

“返乡第一课”向退役军人介绍青岛市退役军人服务保障体系建设情况和社会化拥军举措,组织退役军人集体重温入党誓词、军人誓词,感受“荣军先锋”党建品牌统领下的“荣军矩阵”建设,进一步增强退役军人荣誉感、责任感、使命感,激励退役军人秉承部队光荣传统和过硬作风,积极投身青岛经济社会建设。

“上完‘返乡第一课’,我心里很激动。”转业军官王显达说,自己将永葆军人本色,带着在部队锤炼出的优良品格和坚强意志,处处做好党员模范带头作用,为家乡建设再添新功。

(观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 张琰 通讯员 郭岩)