

## 消费·关注



消费者在看动线示意图

百货商场的专柜为何会“乾坤大挪移”？  
生鲜为何总被放在超市最里面？  
商家在商业动线上耍“心机”，我们为您揭秘——

## 商业动线的宫心计



商场主通道上的美术陈列

□记者 曾宇凌 文/图

您是否有过这样的经历：本来只想到商场闲逛，但在灯光、音乐和艺术陈列的“引诱”下，体内的购物欲一下子被点燃了，接着竟鬼使神差地碰到了一件想买的商品，就这样，一次无意识的购物完成了。

这就是商业动线的魔力。一条好的商业动线能给消费者购物带来便利，又能给商场带来滚滚财源。因此，商家在商业动线的设计上可谓费尽心机。近日，记者走访了多家百货商场、购物中心和大型商超，为您揭秘商家在商业动线方面的“宫心计”。

1

商业动线就像“生命线”  
讲究“好马不吃回头草”

动线其实是室内设计的一个专业用语，指人在室内、室外移动的点连起来的线。所谓商业动线，指的是消费者在商业体里的流动线路。

商业动线重要吗？答案是肯定的。无论是对商场还是对超市，商业动线都扮演着十分重要的角色，它能精准地显示消费者的流动线路，不断增强消费者的购物欲望，从而给商家带来滚滚财源。

“宜简不宜繁、不走重复路是商业动线的两大基本原则。”大商新玛特洛阳总店相关负责人说，商场设计动线就是要让消费者轻松逛完所有商铺，所以在百货商场里，动线基本是环形的。

记者在大商新玛特洛阳总店看到，各楼层的动线基本一致，主通道都是环形的，沿着主通道走一圈，就能逛遍所有专柜。

一个接一个专柜地逛，消费者难免有单调乏味的感觉。所以商业动线除了要简单，还要有一定的趣味性，比如通道宽窄变化、灯光明暗变化、特色美陈，都能给人移步换景的感觉。

2

百货商场的“小心机”  
几招就可看透

下面，就让我们看看百货商场和购物中心到底有哪些小秘密吧。

●**心机一**：化妆品专柜缘何成“宠妃”  
经常逛街的人会发现，化妆品专柜常年霸占百货商场一楼的显眼位置，只要走进百货商场，最先看到的必是化妆品专柜，往里走才是鞋和箱包区。

业内人士说，对消费者来说，香气袭人、包装精美的化妆品具有极大的视觉和嗅觉诱惑，但购买频率远远不及服装和鞋，而一楼入口处是人流量最大的区域，将化妆品专柜设置在此，不仅能提升商场的整体档次，还能提高购买率。

以王府井百货为例，一走进一楼大门，映入眼帘的就是迪奥、兰蔻、碧欧泉等国际“大腕儿”，专柜布置无不走“高大上”路线，再加上阵阵香气，每天都使众多消费者流连忘返。

●**心机二**：专柜“乾坤大挪移”为哪般  
细心的人会发现，百货商店里各专柜的位置不是一成不变的，今年在商场的东边，明年就会“乾坤大挪移”到西边，这是为什么呢？

“专柜位置之所以会调整，说到底还是为了营造品牌氛围。”大商新玛特相关负责人一语道出玄机。以大商新玛特为例，三楼的暇步士专柜挨着达衣岩和底色专柜，由于底色和达衣岩都属于设计师风格的服装品牌，价位也相差不多，而暇步士的价位则相对高一些。消费者逛完达衣岩后，很容易绕过暇步士走进底色。下一步，大商计划将暇步士专柜换成其旗下品牌，在价位和服饰风格上与达衣岩和底色保持一致。

业内人士说，除了上述原因，一些专柜会搬家，还与其战略调整有关。服装品牌商会根据各百货专柜在上一年度的销售情况，适当扩大或者缩小专柜面积，这样一来，专柜的位置就势必需要

调整。

●**心机三**：观光梯+扶梯，中庭的“左右护法”

说完百货商场，咱们再说说现在最流行的购物中心。购物中心有两大特点——体量大、业态全，所以一条明晰又简单的商业动线就显得尤为重要。

逛购物中心还得从中庭开始。中庭一般有各楼层的动线示意图，您只要花几分钟研究一下，就能对整个购物中心有一个初步了解。

在中庭，跟商业动线有关的门道可不少。以建业凯旋广场为例，中庭采用挑高设计，配以几十米高的流苏装饰，顶部是透明玻璃。试想一下，在一个明媚的午后，阳光透过顶部的玻璃洒进整个中庭，您的视线是不是会顺着光线向上？这样一来，往上走的顾客自然就多了。

除了扮靓，中庭还扮演着“联络员”的角色，负责将各个楼层的动线连接起来，观光电梯和自动扶梯就是它的“左右护法”。所以，想在购物中心找电梯，奔着中庭去准不会错。记住，观光电梯一般在中庭的中部，手扶电梯在其两侧。

●**心机四**：想吃大餐、看电影，客官您得往上走

按常理来说，在商场里，高楼层的人气总是没有低楼层的高。如何把人流从低层往高层引，这是所有商家都在思考的问题，目前最常用的招数就是把餐饮和影院放在高楼层。

在所有业态里，餐饮和影院无疑是最聚人气的。不难发现，无论是在王府井百货还是在中央百货，餐饮和影院无一例外地被放在高楼层。建业凯旋广场占据后来者的优势，它将餐饮从三楼开始一直做到七楼，成功地将客流吸引到各个楼层。

3

超市的“动线秘密”  
您知道吗

大型商超里的商品成千上万，为了方便消费者挑选，一般会划分生鲜区、杂货区、纺织区、百货区、家电区等区域，它们就是超市动线上的点。这些点的布置有什么讲究？商品的摆放位置暗藏哪些秘密？

●**秘密一**：生鲜住“偏房”？其实它才是“正宫娘娘”

不知道您注意到没有，无论是社区超市还是大型商超，米面粮油和生鲜产品都被放在最不容易到达的区域。这可不是因为它们不受宠，答案恰恰相反，这些商品都属于刚性需求，套用一句电视剧里的台词——人家才是正宫娘娘。把它们放在边缘位置就是为了引导客流沿着动线走一圈。

纺织、日用百货等毛利高的商品一般放在消费者的必经区域，同时会加强灯光和装饰，增强消费者的购买欲望。记者在家乐福超市看到，在玻璃杯销售区域，货架顶部都特别安装了LED灯，在灯光的照射下，玻璃杯显得格外璀璨夺目。

●**秘密二**：家电数码产品为何会被放在超市入口处

与百货商店不同，超市的动线大多呈U形，顾客从入口处进入，沿着主通道走一圈，最后到达收银台。哪些商品会出现在超市动线的起点处？答案是家电数码产品和季节性促销产品。

家乐福超市相关负责人王海龙说，家电数码产品更新换代快，卖场在展示最新款式时，既能给消费者带来视觉冲击，也能提升卖场档次。而季节性促销产品一般放在主通道的显眼位置，既能让消费者在第一时间明白卖场促销活动的主题，也能迅速聚集人气。