

在深邃的地下，一种新趋势正在悄然改变着商业格局。近年来，负一楼经济在各大购物中心悄然兴起。这个曾经被忽视的地下世界，如今已成为时尚潮流的新高地，吸引了大批年轻人的目光和脚步。

负一楼经济的崛起，并非简单的空间利用或重新布局，而是对年轻消费者内心需求的精准把握和满足。在这个追求个性、追求独特、追求新鲜感的时代，负一楼经济以其独特的魅力，成为了年轻人追求时尚、潮流和个性化的新舞台。

随着消费市场的日益变化和消费者需求的不断升级，负一楼经济将继续保持其强劲的发展势头，成为更多年轻人追逐潮流、展现个性的新宠。在这个充满无限可能的地下世界中，未来的商业格局或许将被重新定义。

# 负一楼经济

## 消费新宠儿

文/王哲君

## 商业新地标

### 业态多样性 品牌新天地

它可能不常被人提起，但它的重要性却不容忽视。“负一楼”区域蜷居在建筑底部，曾经因楼层原因，被人们认为是偏僻、冷清的，不被重视。然而现在，它以其极具包容性的独特业态，成功地吸引了众多追求新颖、时尚、酷炫的品牌。负一楼摇身一变，成了年轻人的新宠，各大品牌的试金石。

负一楼的租金比楼上的便宜很多。这对于那些想试水的商家来说，可以在这里小试牛刀，看看自己的产品能不能在这个竞争激烈的市场中脱颖而出，还不用担心高昂的租金压力。各种时尚品牌、餐饮店铺、创意工作室纷纷在这里扎根，带来了一股新鲜的活力。

走进如今的负一楼，你可能会被眼前的一切所感慨。这里不再是单调的购物场所，而是充满了探索的乐趣。一转角，你也许就撞见一家风格独特的服饰店，或意外发现一家味道绝美的美食店。这里不仅有时尚衣物、美味佳肴，还有各种充满创意的文创产品和最新潮的科技体验。消费者在这里不仅能购物，还能享受到探索新事物的乐趣。

近年来，越来越多的品牌开始“下沉”到负一楼。这不仅是因为他们看中了这里的低成本，更因为他们看到了这里的巨大潜力。负一楼的客流量丝毫不比楼上差，甚至在某些时段，还能反超。这对于那些想要接触年轻消费者、测试新市场的品牌来说，无疑是一个绝佳的机会。



### 优质品牌下沉 与年轻客群初次接触

在常规印象里，“地下商业”似乎比地上要“略差一节档次”。然而，近两年，就连快时尚、黄金珠宝等一些商场一楼的“常客”品牌也乐于“下沉”。不论是在午、晚餐的高峰时段，还是工作日下午等相对客流较少的时段，同一购物中心地下层的客流量不仅远高于二楼、三楼等楼层，就连一般用来聚集餐饮商家的顶楼和作为门面的一楼，有一些特殊时段，也会被地下层“反超”。

这种优势，不仅是人流量的优势，同样也包括营收的优势。我们知道，综合商场的二楼、三楼往往布局高客单价的业态，比如说电子产品、大牌服饰箱包、珠宝钟表等等，就其总的销售额来说，并不比地下层商业逊色。但这种格局，显然正在发生逆转。

传统的商业综合体的空间布局，与“新商业”“新经济”的玩法，是存在明显差异的。老派的商场，核心的思路就是“分层分级，分区分块”，B1、B2层主打平民消费，以平价商品和服务为主，要的就是人气、靠的就是走量；而地上层则是主打中高端，不追求“人潮攒动”，讲究的就是一种安静、舒适的购物体验。然而实际的问题在于，这种泾渭分明的分隔，使得地上层商业隐隐有了某种让人望而生畏的隔阂感。特别是对吸引增量的年轻消费者来说，这是致命的。

### 消费趋势变化 体验式消费兴起

在这个快速变化的时代，消费观念也在悄然升级。年轻消费者的偏好，更加追求新鲜、独特、个性化。而他们的消费习惯和喜好直接影响着市场的走向。人们不再满足于传统的购物方式，他们渴望的是一种全新的、更多元化、更具体验性的购物。而负一楼，正是这一变化的完美体现。

传统购物，OUT！走进一个传统的商场，你可能会看到一排排整齐的货架，商品琳琅满目，但总感觉少了点什么。没错，那就是“体验”。传统的购物方式，更多的是“买”和“卖”，而不是“享受”和“感觉”。但随着消费观念的升级，人们开始追求更深层次的满足——他们希望在购物的过程中，能够感受到乐趣，能够体验到生活的美好。

负一楼，IN！负一楼正是这一变化的完美舞台。这里不仅有琳琅满目的商品，更有丰富多彩的体验活动。你可以在这里品尝到各种独具特色的美食，购买到最新潮的服饰，甚至参与到各种主题活动中，体验到更多的乐趣。这种体验式消费，不仅满足了消费者的物质需求，更满足了他们的精神需求，让他们在享受购物乐趣的同时，也能感受到生活的美好。

在负一楼，体验式消费并不仅仅是购物那么简单。这里是一个多元化的消费场景，消费者可以在这里享受到全方位的体验。比如，你可以在一家文创店里，亲手制作一件独一无二的艺术品；或者在一家科技体验馆里，感受最新的科技产品带来的震撼。这种体验，是物质和精神双收获。

### 商业活动丰富 时尚潮流聚集

为招徕更多的消费者，大型商场在负一楼倾注了大量心血，精心策划了一系列商业活动。这些活动不仅为商场注入了新的活力，也为消费者带来了前所未有的购物体验。

某些品牌还作为商场负一楼的亮点，将其设计理念融合购物、休闲和娱乐三大元素，形成一个时尚潮流的聚集地。在这里，消费者可以尽情享受美食的诱惑，从传统的中式佳肴到异国风味，应有尽有。同时，各种时尚品牌店铺也为消费者提供了丰富的购物选择，无论是潮流服饰、精致饰品还是实用家居用品，都能在这里找到心仪的商品。

除了购物和美食，这里还注重为消费者提供休闲娱乐的场所。负一楼设有舒适的休息区、宽敞的儿童游乐区以及设备先进的电影院，让消费者在购物之余也能享受到轻松愉快的时光。

为了进一步提升负一楼的吸引力，商场还定期举办各类主题活动和品牌推广活动。这些活动形式多样，内容丰富，既有针对特定节日的庆祝活动，也有针对特定品牌的推广活动。通过这些活动，商场不仅吸引了大量消费者的关注，也加深了消费者对商场的印象和信任。

此外，商场还注重与消费者的互动和沟通。在负一楼设立了专门的客户服务区，为消费者提供咨询、投诉和售后服务等一站式服务。同时，商场还通过社交媒体等渠道与消费者保持联系，及时发布最新的活动信息和优惠信息，让消费者随时掌握商场的最新动态。

商场在负一楼开展的各种商业活动不仅丰富了消费者的购物体验，也提升了商场的知名度和美誉度。这些活动不仅吸引了大量消费者的关注和参与，也增强了消费者与商场之间的情感联系。未来，商场将继续推出更多丰富多彩的商业活动，为消费者带来更加优质的购物体验。



## 健康知识普及行动

**抢救触电者时，要首先切断电源，不要直接接触触电者。**

在施救触电者之前，首先做好自我防护。在确保自我安全的前提下，立即关闭电源，用不导电的物体如干燥的竹竿、木棍等将触电者与电源分开。千万不要直接接触触电者的身体，防止救助者发生触电。

防止触电发生，学习安全用电知识。正确使用家用电器，不超负荷用电；不私自接拉电线；不用潮湿的手触摸开关和插头；远离高压线和变压器；雷雨天气时，不站在高处、不在树下避雨、不玩手机、不做户外运动。

**发生火灾时，用湿毛巾捂住口鼻、低姿逃生；拨打火警电话119。**

突遇火灾时，如果无力灭火，应当不顾及

财产，迅速逃生。由于火灾会产生炙热的、有毒的烟雾，所以在逃生时，不要大喊大叫，应当用潮湿的毛巾或者衣襟等物捂住口鼻，用尽可能低的姿势，有秩序地撤离现场。不要乘坐电梯，不要选择跳楼。

家庭最好配备家用灭火器、应急逃生绳、简易防烟面具、手电筒等火灾逃生用品。进入商场、宾馆、酒楼、影院等公共场所时，应首先熟悉安全通道，以备发生火灾时迅速从安全通道逃生。

发现火灾，应立即拨打119火警电话报警。准确报告失火地址、火势大小；如有可能，尽量提供详细信息，如是否有人被困、是否发生爆炸或毒气泄漏等。在说不清楚具体地址时，要说出地理位置、周围明显建筑物或道路标志。

**发生地震时，选择正确避震方式，震后立即开展自救互救。**

地震时，身处平房或低层楼房，应迅速跑到室外空旷处。身处楼房高层，要迅速躲在坚固的家具旁、承重墙的内墙角或开间小的房间，远离门窗、外墙、阳台，不要跳楼，不要使用电梯。关闭电源、火源。室外要避开高大建筑物、玻璃幕墙、立交桥、高压电线等易发生次生灾害的地方。

如果地震被埋，要坚定生存信念；保存体力，不要大喊大叫；可用砖头、铁器等击打管道或墙壁发出求救信号。震后不要立即返回建筑物内，以防余震发生。

震后救护伤员时，要立即清理口鼻异物，保持呼吸道通畅；对出血部位及时止血、包扎；对骨折部位进行固定。

# SHOPPING

