

人 交 业 人 下
作 。 中
不 任何 他个人 体 作 。
个人 体 中以 。 人
人 。

作
4 10
段少增

()
() , : ()
。
() ,
() 。
ÄÄî) , ,
() 。

() : { ()

段崇智

张英华

人们，争也。
。、价低、为了人们中不
于与。位于中，
内，与，交便，位于五。
以为，“上”，不体
，，便，从
体。

以中为例，其了以
了上与企业了义与
，企业了，
。中，SLP
中体。了
SLP，了
，使“”，与
些停，从。
体；；SLP；优；

With the improvement of people's living quality and consumption level, the competition among major shopping malls is also increasingly fierce. Shopping malls with good quality, low price and good service have increasingly become an indispensable part of people's lives. Tianmei Shanshan Outlets is targeted at high-end clothing, and consumers are targeted at high-end white-collar and fashionable youth. The shopping mall has convenient transportation. It is located in the 15-minute economic circle of Yuci, Taiyuan, adjacent to Taiyuan Wusu Airport and Taiyuan South Railway Station. It has convenient transportation and a wide range of consumers. In line with the concept of "customer satisfaction first" with consumers as the core, shopping malls should constantly improve their service system, reasonably divide areas to facilitate consumers' shopping.

This article takes Jinzhong Tianmei Shanshan Outlets as an example to conduct theoretical research and analysis on its store layout and regional division. Firstly, it introduces the significance and background of the topic, analyzes the layout of the shopping mall based on the principles of improving customer satisfaction and maximizing corporate profits, and analyzes the shortcomings of the layout of the shopping mall through field surveys and questionnaires. Find out the problems in the layout design of the shopping mall, and use the SLP system layout design method and magnet point theory to re plan the overall layout of Jinzhong Tianmei Shanshan Outlets. Finally, through the application of magnetic dot theory and SLP system layout design, this article reconfigures the discount areas of the store, hoping to make the store layout more attractive to customers. Reasonable store layout and configuration can attract customers to stay in these areas for longer periods of time.

Large complex mall; store layout; S LP system layout design
method Optimization;

一、	1
(一)	与 义.....	1
(二)	内	2
(三)	内 、	3
二、	关 与	4
(一)	关	5
(二)	6
三、	中	7
(一)	介	7
(二)	7
(三)	9
()	中	13
、	中 优	17
(一)	中 优	17
(二)	中 内	18
(三)	优	39
五、	与	40

(一) 与 义

1.

不 ， 不 、 ， ，
 。 ， 上 ，
 ， ；
 、万 、 、万 、 不
 、不 、 、 、 。
 不 下， 、
 、 不 不 ，
 一 。
 ， ， 与 不 ，
 。
 不 ，
 ， 、 ，
 、 、 。

2.

(1)

， ，
 一 、 一 。
 ， 不 与 ，
 。

(2)

一 ，
 ，
 ， 。

(二) 内

1.

Corinne H Mowrey (2021) 《Retail Store Layout: Shopper Preference vs. Shopper Access》一，：一，
，
。 148

与 SLP

Corinne H Mowrey; Judit K Beagle; Sagarkumar Hirpara; Pratik J Parikh (2020) 《Retail Store Layout Considering Shopper Satisfaction》一
与

2.

不，一不，
一 下，一，
，不，一
。

(2020) 《SLP Q》

(2019) 《D》

与

(2018) 《》一

与

：

；

， 不 ； ， ；
， 一 ； ，

(2005) 《 》

、 、 一 。
： 、 、 “ ”。 不
、 、 、 、 。

。(三) 内 、

1.

， 与
， SLP 与
。
一 ， 。
。 上， ，
， 与 ，
。
， 与 。 与
。
三 ， 。
， 、 ，
， ，
。
， 。
。

2.

(1)

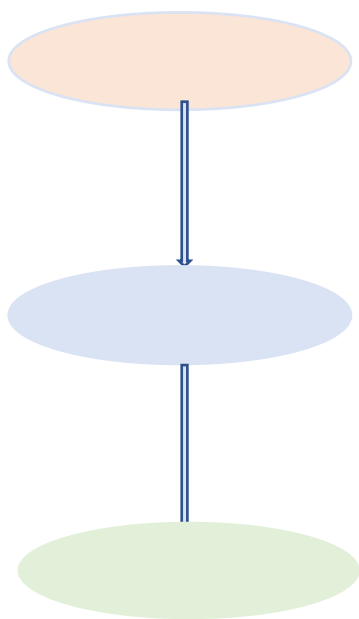
与 ， ， 、

与 , 。
(2)

一 , , 。
(3)

不 , 。 与
(4)

与 , SLP , SLP
与 , 。
3.



(一) 关

1.

, 一 ,

,
o
, ,

(1)

,
,
上 , , o

(2)

上

, ,
o , ,

(3)

, o , ,
, : , ,
o , ,
o

(4)

, o , ,
o , ,
o 上 , ,

2.

(1)

(2)

(3)

(4)

(5)

(6)

上

(二)

1. SLP

SLP

SLP

SLP

。

2.

A、E、I、O、U、X

— 、 、 、 — 、 不 、

3.

— “ ”。

、 — 、 “ ” 不 “ ”、 “ ”、

。 — 、

、 、 — 、 、

、 、

、 不 、

— 、 “ ” 、

、 、 、

、 、

、 、

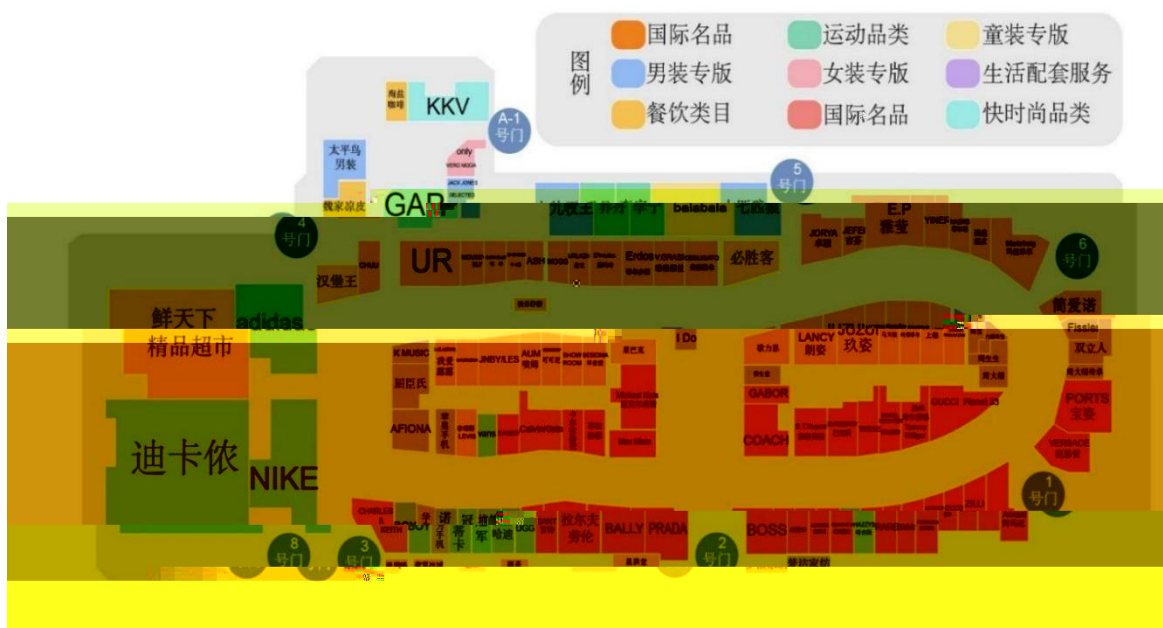
4. 上 下

(一) 介

2015 09 21

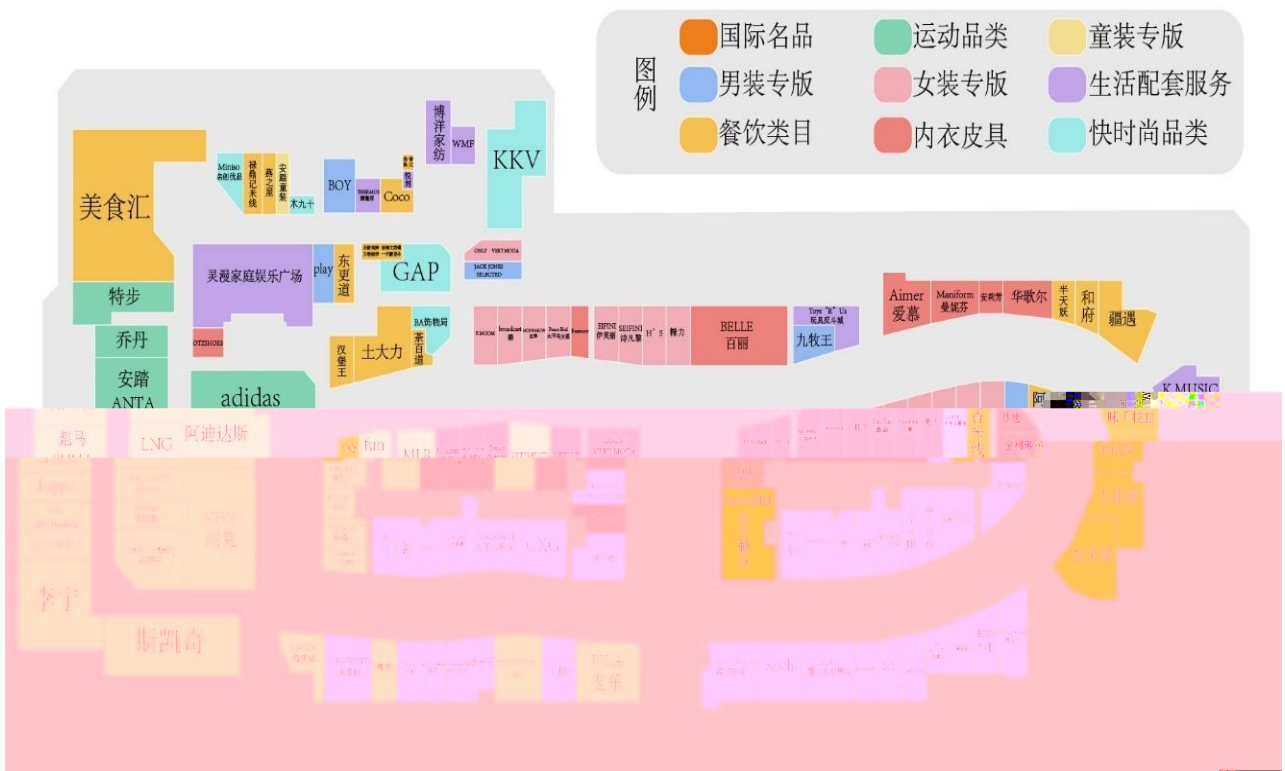
13万 10
2000 300
500 三
“30” “10” 2
” “15 1”

(二)



:

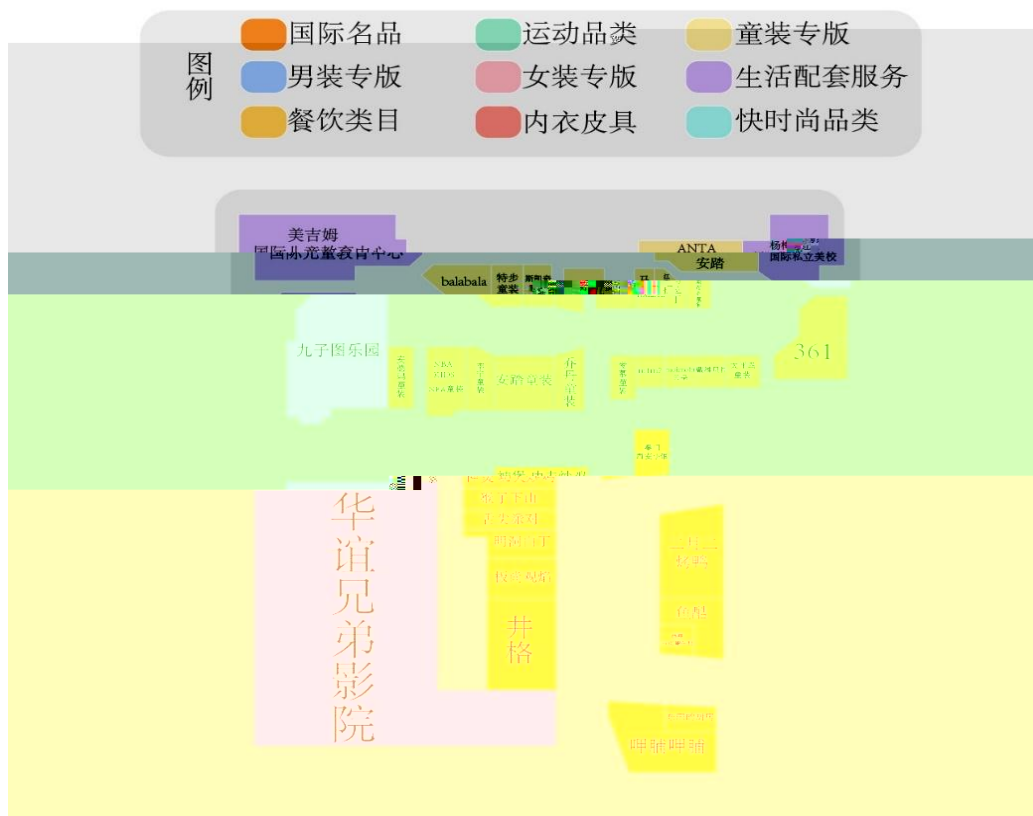
、 、 专、 专、 专、
、
一、三、
()、 与 专、 七、
。
一 : 下 Adidas, Nike, ,
, GAP, UR, , JORYA, ,, , PORTS, ,
, JZ, vans, Calvin Klein, max mara, Michael Kors, Karl, cocoon,
COACH, , BMW, BALLY, polo, UGG, , boy, BOSS,
ECCO 。



:

4、 专与 专、 一、 不、

，
： ， W ， ， CoCo， ， WMF, kikk，
， ， ， puma, Kappa, NB, Asics， ， Skechers, 七 ， Adidas, Nike,
GAP, ， ， ， BA ， X-MOOM, hopeshow, reemoor, H.S, belle,
， ， ， ， MIXMAX， ， lily, sansay, cartflo,
， ， ， ， firs ， vicutu, luka dilong, FILA, kolon sport,
， colimbia, Jeep, RAPIDO 。



4

三

：
三 ， 三 ， 三 ， 三 。 三
三 ， 三 ， balabala, kids， ， 361° ， NBAkids,
， ， ， 丁， 下， ， ， ，
dongtian, 。

(三)

Ⓔ)

᠑᠗

62.5%。

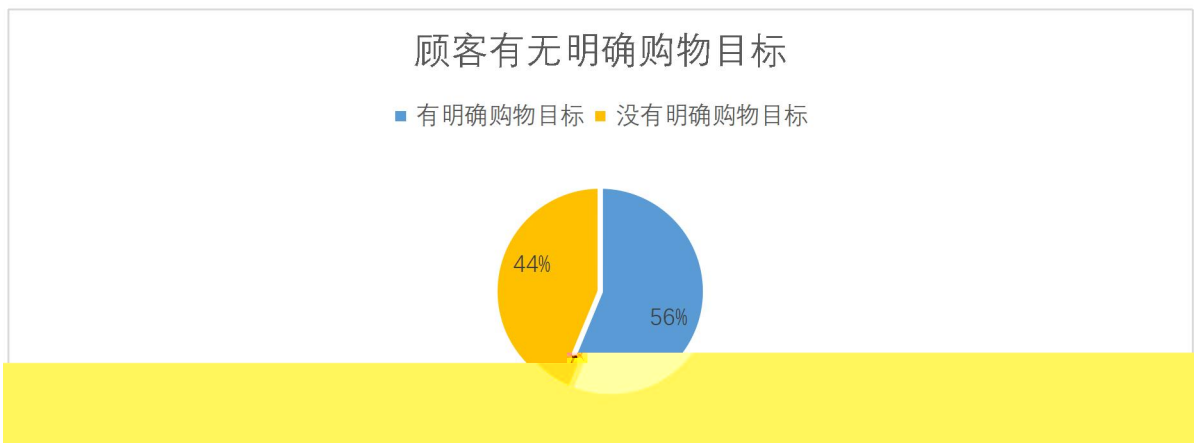
(2)



6

6，：60 上、45 —60 、20 —45 、20 下。60 上 36 ，12.5%；45 —60 45 ，15.625%；20 —45 144 ，50%；20 一下 63 ，21.875%。

(3)



7

7, 288 162 56.25%，与。与。

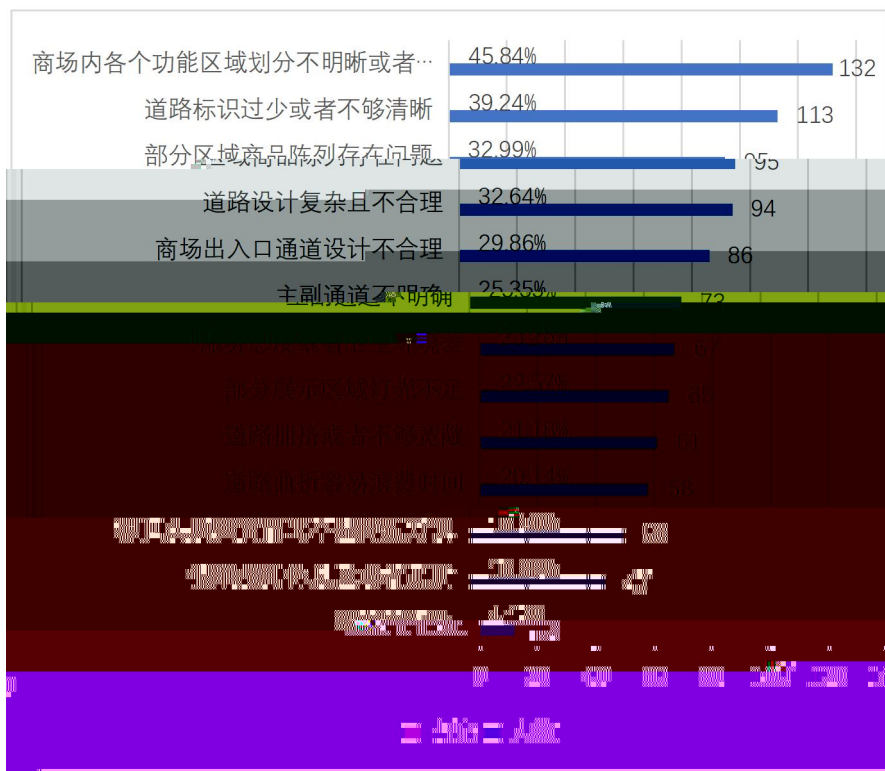
(4)

不

1

不

不			
	不	94	32.64%
	不	73	25.35%
	不	132	45.84%
	不	61	21.18%
		58	20.14%
	不	86	29.86%
	不	53	18.40%
	不	113	39.24%
		95	32.99%
	不	65	22.57%
		47	16.32%
		12	4.17%
		67	23.26%



8

不

不

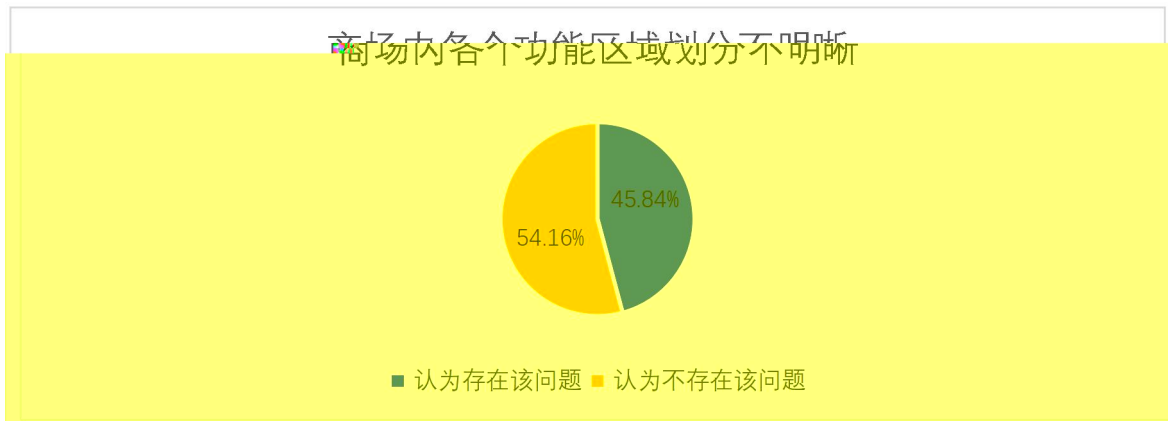
,

,

上 8 , 45.84% 不
 不 , ; 39.24% 不
 ; 、 不 不
 。与 , 与 不
 , 23.26%。

() 中
 上 8 《 不 》 不
 不 不 ; 不 ;
 ; 不 ; 不 ;
 不 。

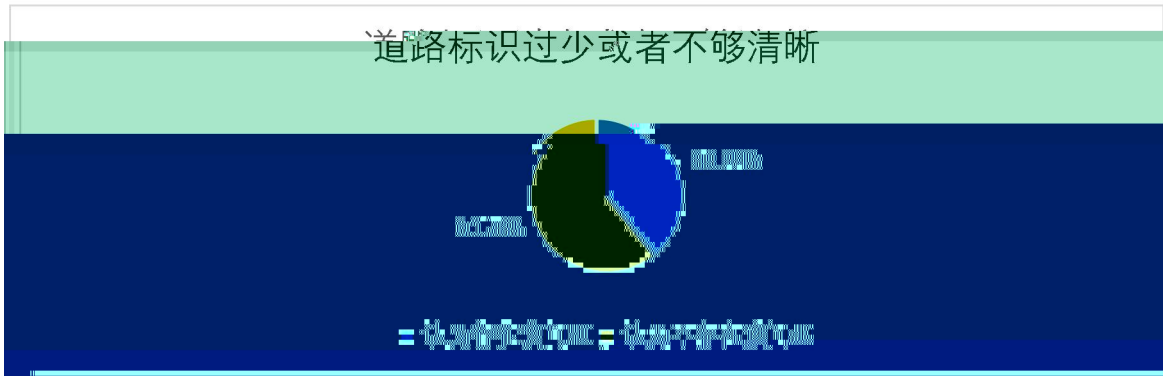
1. 不



9 不
 9 45.84% 不 ,
 , 一 , , ,
 不 , 。
 : 一 , 一 , 一
 , 不 ,
 , 三 一 , 不 与 。

2.

不



10

10 39.24%

不 ,

, , , , .

, 不 , , “ ”。

, , , , .

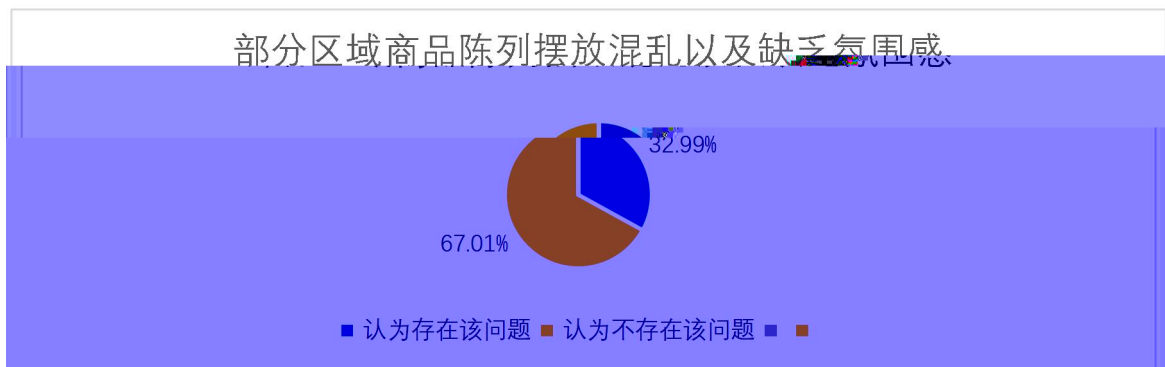
, , , 一

, 不 , , , ,

。 一 , , ,

。

3.



11

11 32.99%

, , : 专 、

。

专 : 专 一 , 2

，下
A-1 ， A-1 ，
， ， ，
。
5. 不

13 不
13 25.35% 不 ，一
，
。

(2)

一、不

(3)

上

(4)

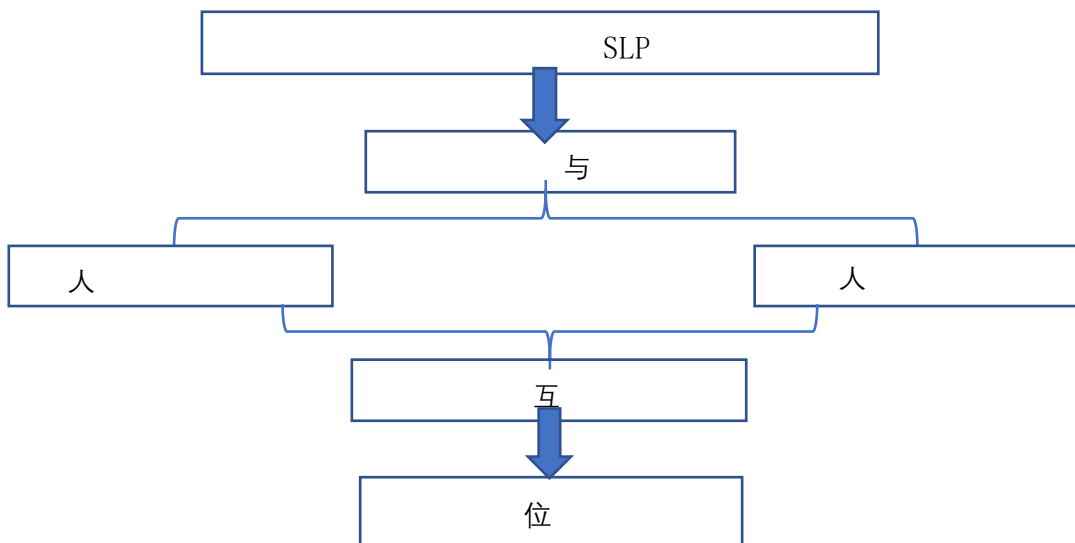
、不 一

(5)

与 不

(二) 中 内

1. SLP



。 : 表 19.79% 85.56%,
 $19.79\% \times 30\% + 85.56\% \times 70\% = 65.83\%$

3

		%
表	1	65.83
	2	47.55
	3	45.37
表	4	43.51
表	5	38.43
	6	27.23
	7	21.37
	8	18.42
	9	18.15

:

, , 。 一
 , 。 下 :

$$Z = |P_i - P_{i-1}|$$

P: i (i=1, 2, ..., 9)

: 表 与 , 47.55%

表 65.83%, -18.28%,

18.28%

上 与 z ,

4 。

4

z

				去	去				
去	去								
去									
去									

, SLP , ,

5 :

5

人	值		代	
		—		
		低		
	以上	不		

z

A、E、I、O、U、X

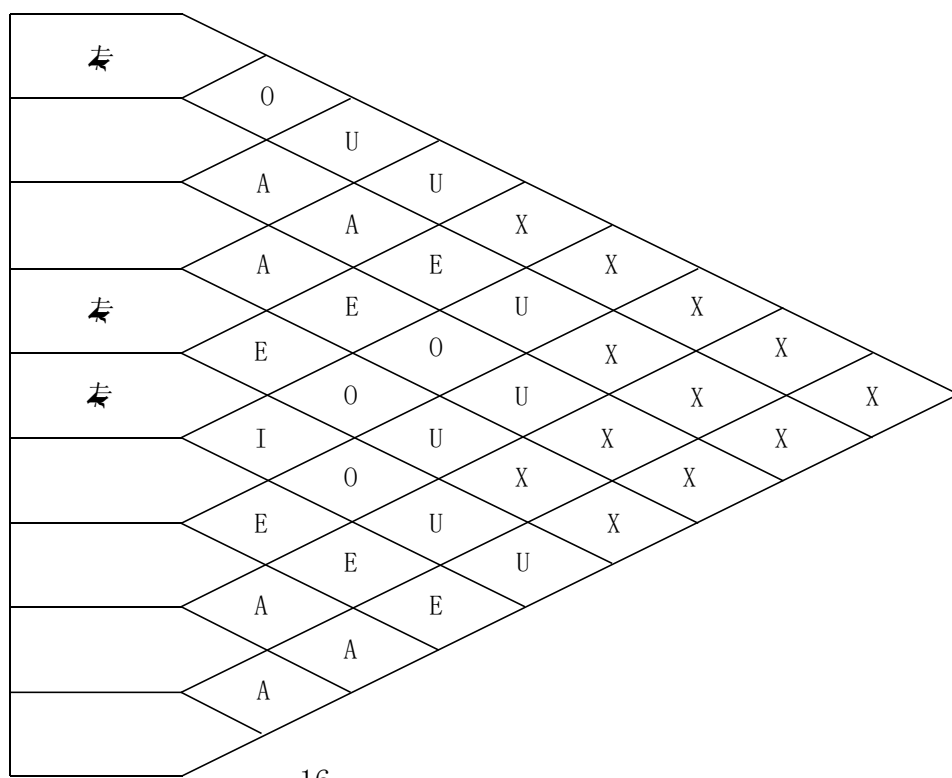
—

与 , 下 6 。

: 去 与 18.28%, — 15%—20%

, 2, 。

	专				专	专			
专									
专									
专									
	中			之		人			



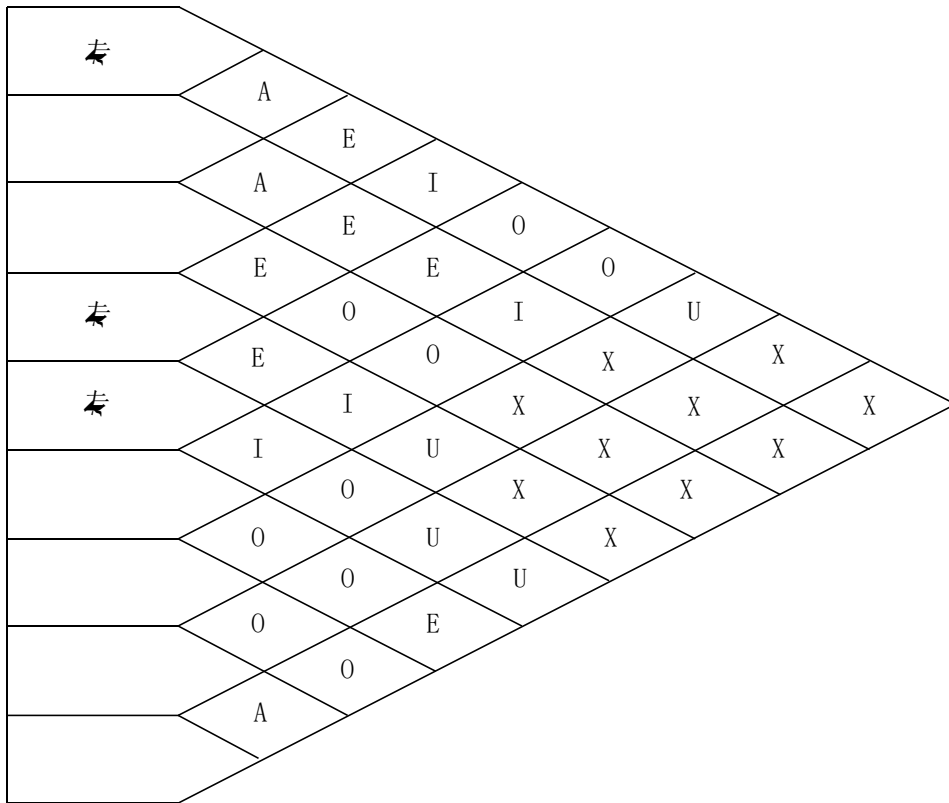
(2)

《 SLP Q 》，

，

：

与 、



17

(3)

，
 ， 与 3: 2
 一 与 X ， 不 0 。
 下:

$$C_{ij} = 3/5 A_{ij} + 2/5 B_{ij}$$

， C_{ij} —i 与 j : A_{ij} —i 与 j ; B_{ij} —i 与 j

与 : 去 与
 ; 去 与 去 与
 0, 去 与 A, 0 2 , A
 5 , 0.6x2+0.4x5=3.2, E 。

， 与 。 12

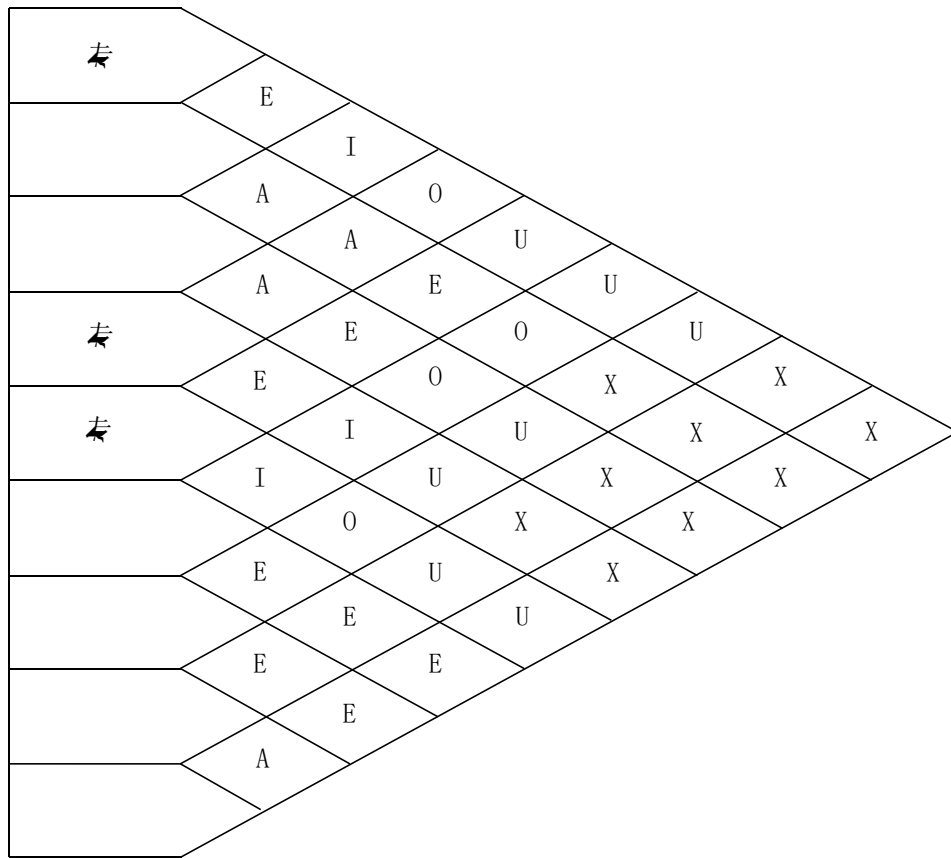
:

—	0	2	A	5	E
—	U	1	E	4	I
—	U	1	I	3	O
—	X	0	O	2	U
—	X	0	O	2	U
—	X	0	U	1	U
—	X	0	X	0	X
—	X	0	X	0	X
—	A	5	A	5	A
—	A	5	E	4	A
—	E	4	E	4	E
—	U	1	I	3	O
—	X	0	X	0	X
—	X	0	X	0	X
—	X	0	X	0	X
—	A	5	E	4	A
—	E	4	O	2	E
—	O	2	O	2	O
—	U	1	X	0	U
—	X	0	X	0	X
—	X	0	X	0	X
—	E	4	E	4	E
—	O	2	I	3	I
—	U	1	U	1	U
—	X	0	X	0	X
—	X	0	X	0	X
—	I	3	I	3	I
—	O	2	O	2	O
—	U	1	U	1	U
—	U	1	U	1	U
—	E	4	O	2	E
—	E	4	O	2	E
—	E	4	E	4	E
—	A	5	O	2	E
—	A	5	O	2	E
—	A	5	A	5	A

	与	
1、 专	E I O U U U X X	4+3+2+1+1+1+0+0=12
2、	E A A E O X X X	4+5+5+4+2+0+0+0=20
3、	I A A E O U X X	3+5+5+4+2+1+0+0=20
4、 专	O A A E I U X X	2+5+5+4+3+1+0+0=20
5、 专	U E E E I O U U	1+4+4+4+3+2+1+1=20
6、	U O O I I E E E	1+2+2+3+3+4+4+4=23
7、	U X U U O E E E	1+0+1+1+2+4+4+4=17
8、	X X X X U E E A	0+0+0+0+1+4+4+5=14
9、	X X X X U E E A	0+0+0+0+1+4+4+5=14

	专			专	专						
专		E/4	I/3	O/2	U/1	U/1	U/1	X/0	X/0	12	9
	E/4		A/5	A/5	E/4	O/2	X/0	X/0	X/0	20	2
	I/3	A/5		A/5	E/4	O/2	U/1	X/0	X/0	20	3
专	O/2	A/5	A/5		E/4	I/3	U/1	X/0	X/0	20	4
专	U/1	E/4	E/4	E/4		I/3	O/2	U/1	U/1	20	5
	U/1	O/2	O/2	I/3	I/3		E/4	E/4	E/4	23	1
	U/1	X/0	U/1	U/1	O/2	E/4		E/4	E/4	17	6
	X/0	X/0	X/0	X/0	U/1	E/4	E/4		A/5	14	7
	X/0	X/0	X/0	X/0	U/1	E/4	E/4	A/5		14	8

人 人 值 个 之 人 人 互



18

—

(4)

与 , , 。
 , 与 ,
 与 。

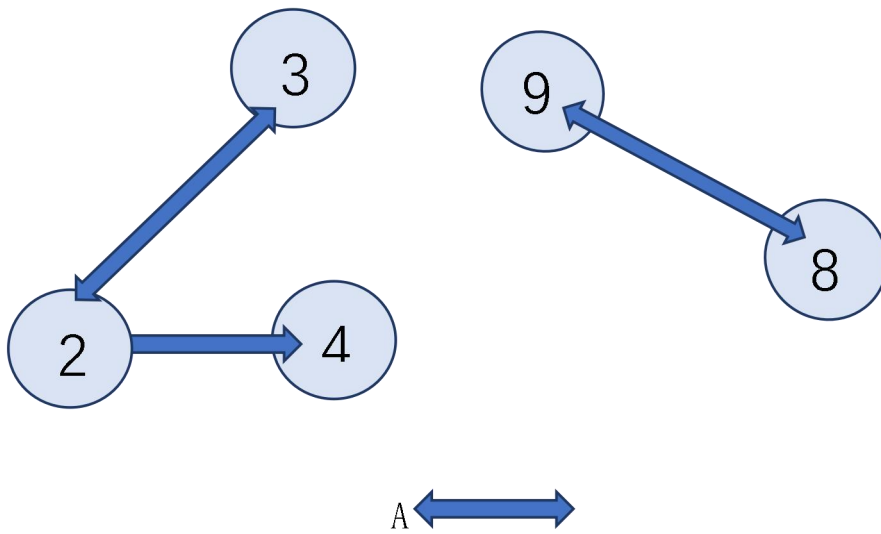
13

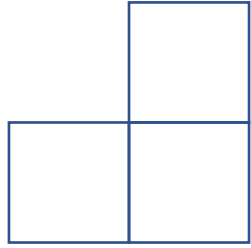
1、 专	2、	3、
E—2 I—3 O—4 U—5、6、7 X—8、9	A—3、4 E—1、5 O—6 X—7、8、9	A—2、4 E—5 I—1 O—6 U—7 X—8、9
4、 专	5、 专	6、

A—2、3 E—5 I—6 O—1 U—7 X—8、9	E—2、3、4 I—6 O—7 U—1、8、9	E—7、8、9 I—4、5 O—2、3 U—1
7、	8、	9、
E—6、7、8 O—5 U—1、3、4 X—2	A—9 E—6、7 U—5 X—1、2、3、4	A—8 E—6、7 U—5 X—1、2、3、4

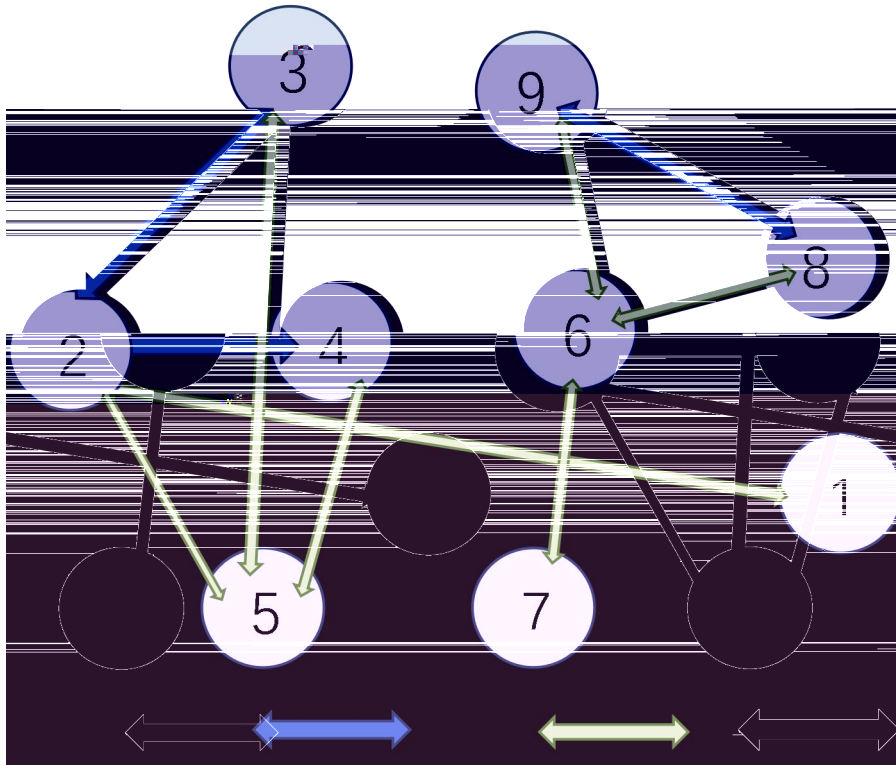
:

- A : 2 与 3、4; 8 与 9
- E : 1 与 2; 5 与 2、3、4; 6 与 7、8、9
- I : 1 与 3; 6 与 4、5
- O : 1 与 4; 6 与 2、3; 5 与 7
- U : 1 与 5、6、7; 7 与 1、3、4; 5 与 1、8、9
- X : 7 与 2; 8 与 1、2、3、4; 9 与 1、2、3、4



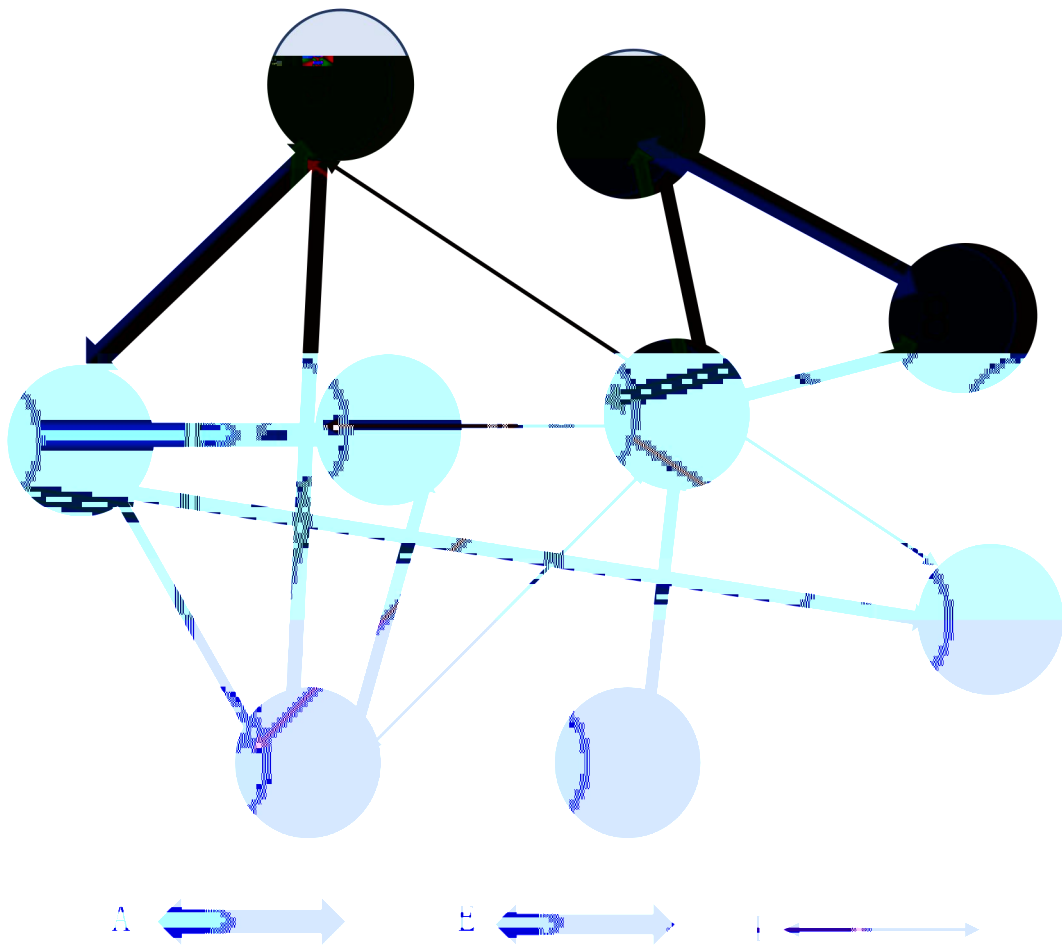


20 A

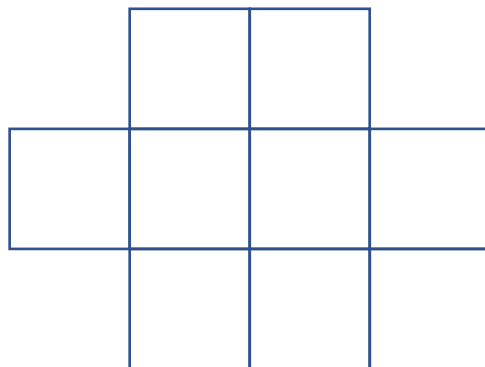


21 AE

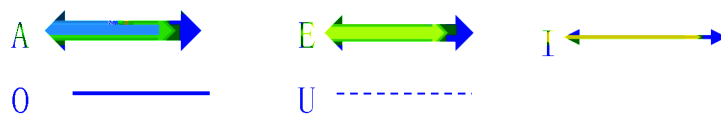
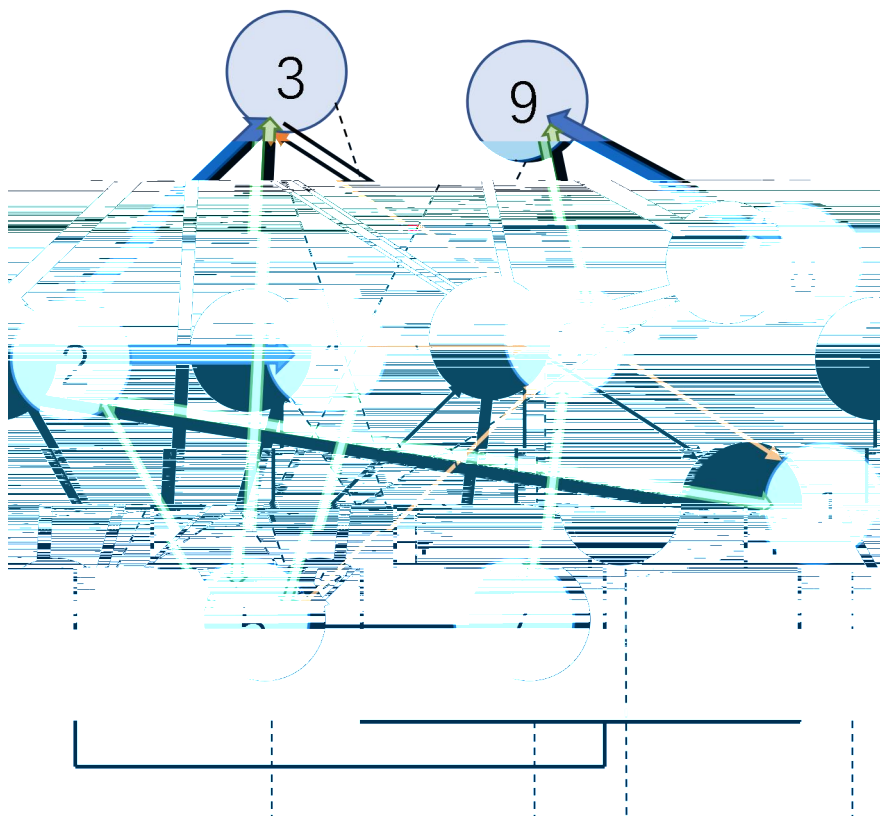
22 AE



23 AEI



24 AEI



25 AEIOU

“ ” ,

。 14 。

14

			与
专	12	9	U/1
	20	2	O/2
	20	3	O/2
专	20	4	I/3
专	20	5	I/3
	23	1	
	17	6	E/4
	14	7	E/4
	14	8	E/4

上 , , “ ”
 , A、E、I、O、U “ ” 。
 , 30 。



26 A



27 AE



28 AEI

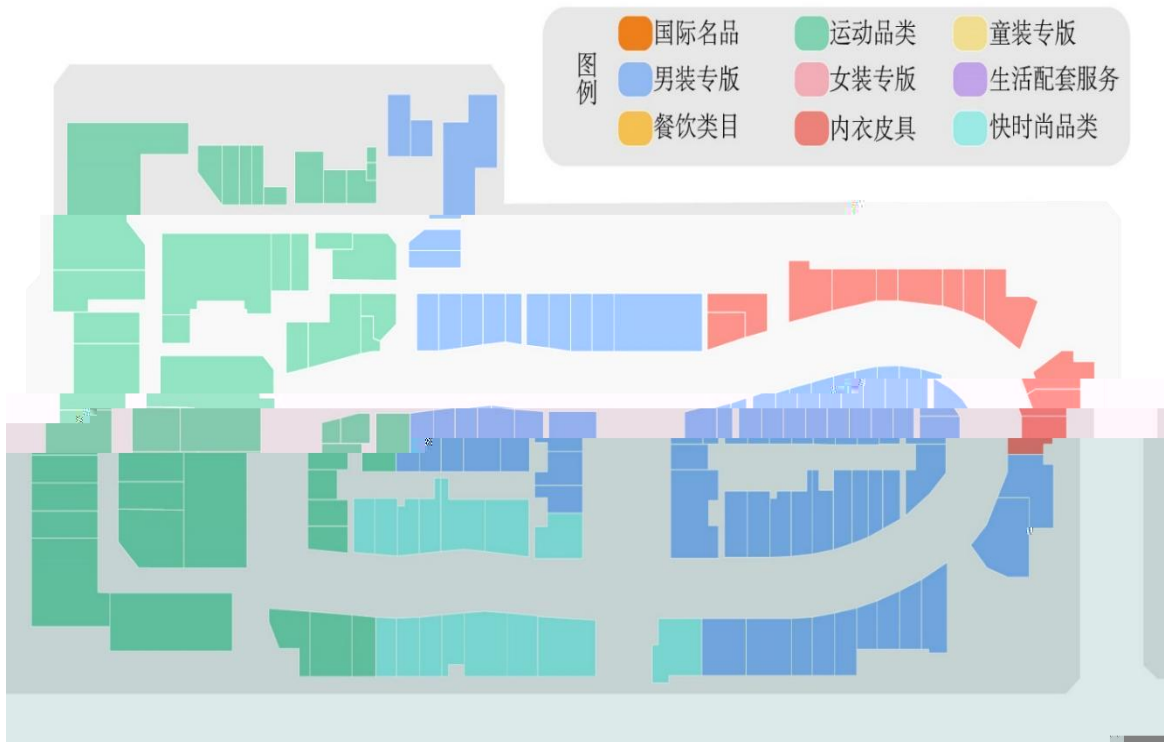
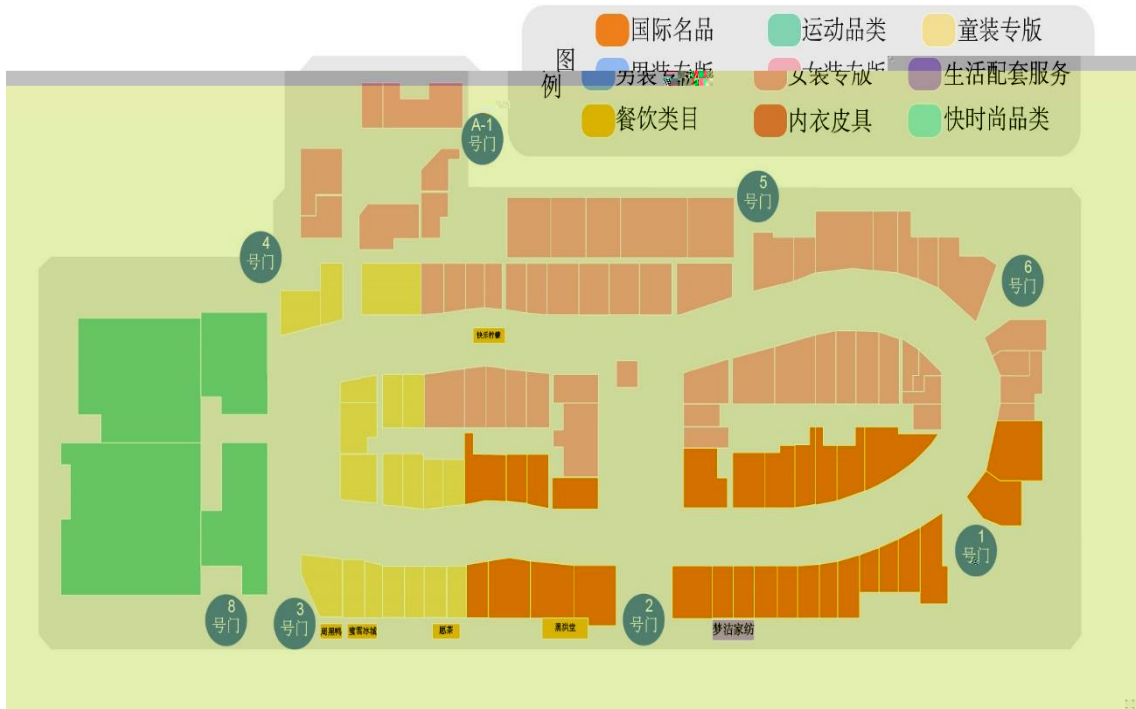


29 AEIO



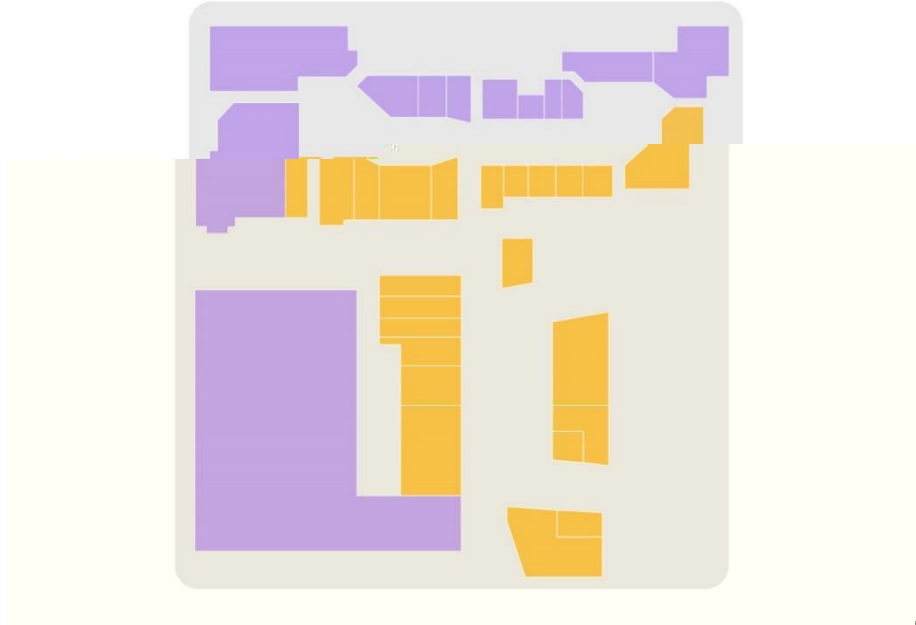
30 AEIOU

与一



图例

- 国际名品
- 运动品类
- 童装专版
- 男装专版
- 女装专版
- 生活配套服务
- 餐饮类目
- 内衣皮具
- 快时尚品类



33 三 SLP

2. SLP 与

(1)

， ， 一 ，

一 ， ，

。

， ， 不

， ， 一、 、 三、

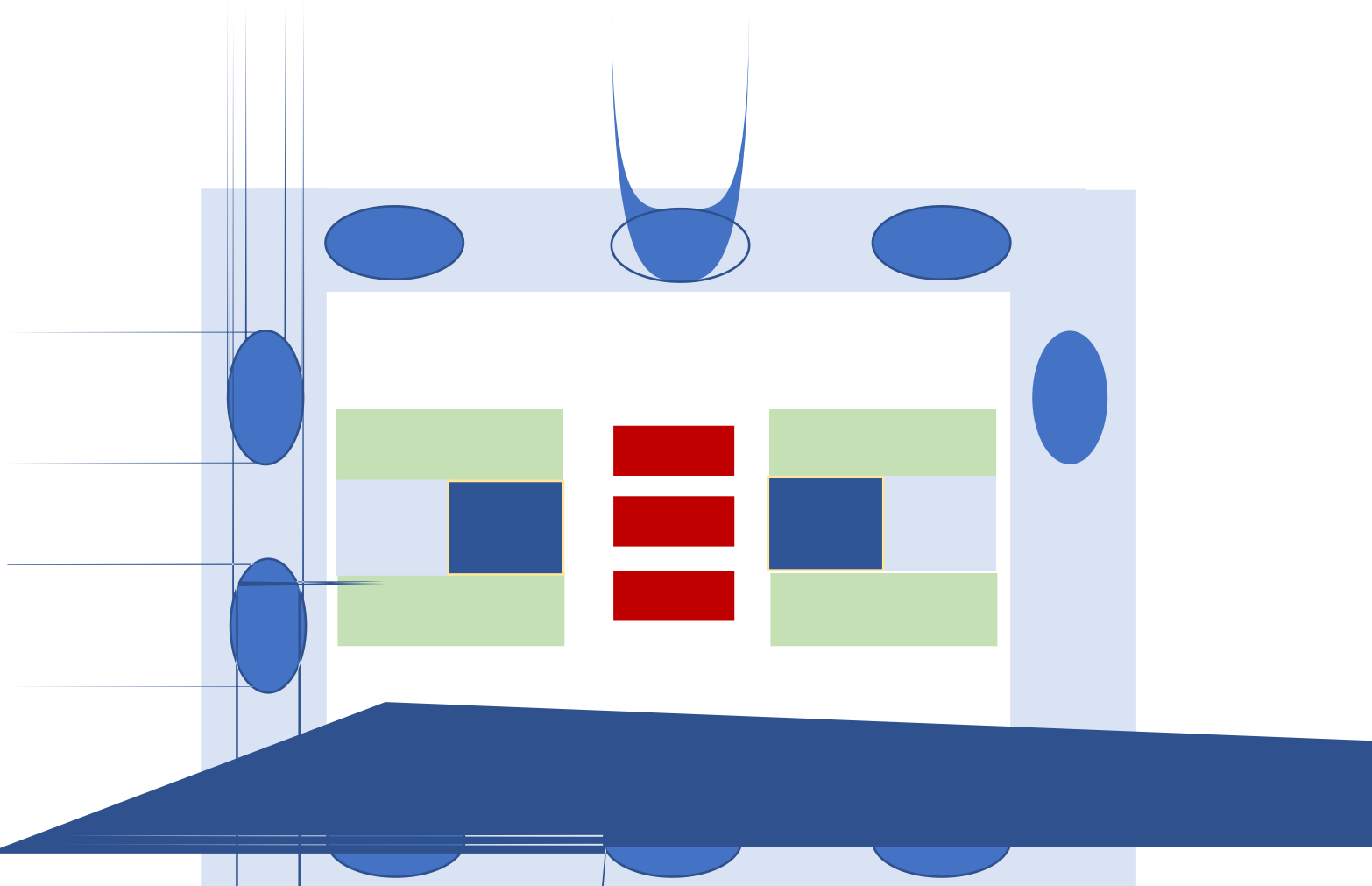
、 。

。

， ， 一

。

34 :

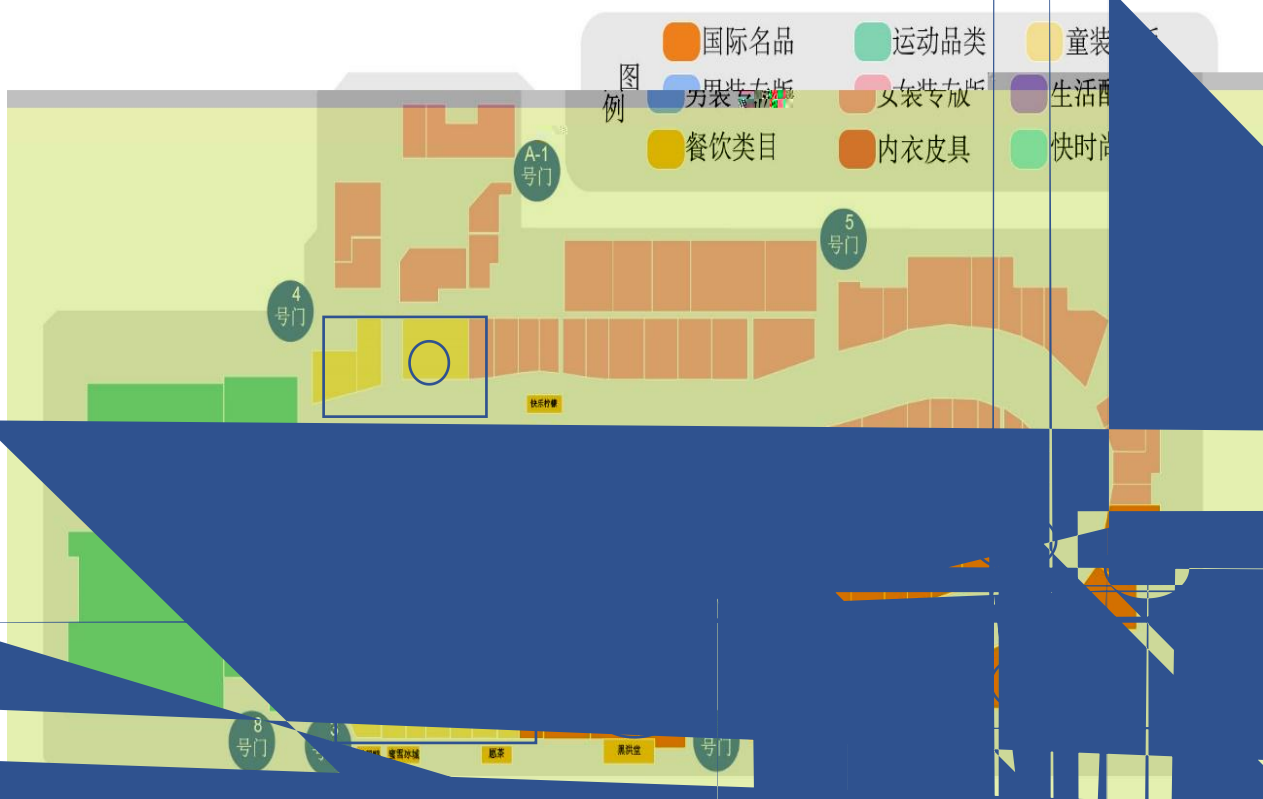


三
 与
 34
 :
 (2)
 34
 :
 ,
 ,
 15

一	(10)		、
	上, 一 上 (10)	、	一、
三	(10)	、	、
	(10)	、	、
	(10)	、	不、

16 不

：
(3) SLP 与



④ : 35 , , , .

: SLP 30 AEIOU , ; :

① 一 : 35 , , 一 上。

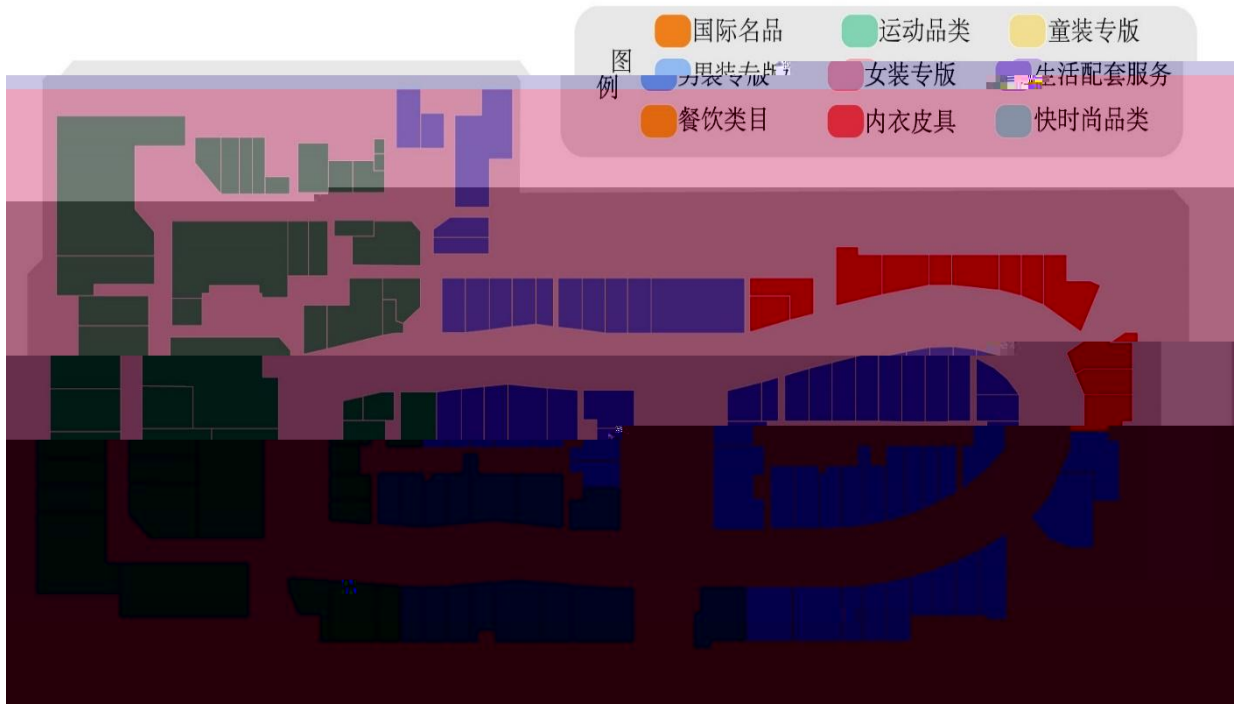
② : 35 , 一 上, COACH、MK .

表 : SLP 30 AEIOU , 表 ; :

① 一 : 35 , 下 一 。

② : 一 , .

③ : 35 , , , , .



36 SLP 与

: : 、 表 、 与 。

： SLP 30 AEIOU ，

；

① 一 ： 36 ， 一 。

② ： 36 ， ， 。

③ 三 ： 36 ， ， 。

转 ： SLP 30 AEIOU ，

转 ；

① 一 ： 36 ， 一 。

。

② ： 一 上 。

③ 三 ： 36 ， ， ， 。

④ ： 36 ， ， 。

三 ： 与 。

， ， 不 。

SLP ， 。

(三) 优

		SLP	与 SLP
		SLP	、 SLP
	一 、三 ， 2 () ， 与 转	SLP ， 与 ， 。	SLP ， 。 SLP

	<p>七 ， 。 、 去 与 去 ， 一 ， 。 三 一 、 ' ' ' ， 去 、 三 。 三 ， 三 三 。</p>		<p>上， ， ， 。</p>
	<p>， 。</p>	<p>， 。</p>	<p>， 。</p>

： SLP

与

、 SLP

、 与 SLP

， 与 SLP

， 一 上 ，

， ， 。 与 SLP

， ，

一，不
与 SLP
，与
，
，
，
一下：
。

(1) SLP，SLP

—，—

(2) SLP 上，三

，上，

2. 不 与

，
，
一 不：
。

(1) ，，一。

(2) 与 SLP，

，。

，
， 一， 不 与

。

- [1] . [J]. ,2010(06):193-194.
- [2] . [J]. (),2009(06):230-231.
- [3] , . —— [J]. ,2015(33):12-13. DOI:10.14097/j.cnki.5392/2015.33.004.
- [4] . —— [J]. 与 ,2011,33(03):127-129.
- [5] . 与 [J]. ,2006(09):40-43.
- [6] .Y [J]. ,2020(19):13-14. DOI:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2020.19.013.
- [7] . [J]. 与 ,2018(17):54-55.
- [8] . 与 [J]. ,2015(09):18-19. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2015.09.014.
- [9] , . [J]. ,2016(28):116+109.
- [10] . SLP Q [D]. ,2020. DOI:10.27354/d.cnki.gtcjy.2020.000016.
- [11] . [D]. ,2014.
- [12] Corinne H Mowrey et al. Retail Store Layout Considering Shopper Satisfaction[J]. IIE Annual Conference. Proceedings, 2020, : 519-524.
- [13] Nguyen, Kien,Le, Minh,Martin, Brett,Cil, Ibrahim,Fookes, Clinton. When AI meets store layout design: a review[J]. Artificial Intelligence Review,2022(prepublish).

1、

A B

2、

A 60 上 B 45 -60 C 20 -45 D 20 下

3、

A B

4、

A B

5、

A 一 B 三 C 三 上

6、

一 ()

A 不

B 不

C 不 不

D 不

E

7、

一 ()

A

B 不

C 不

D 不

E

8、

一

()

A

不

B

C

D

E