店庆热销是对欧亚人最好的回报

2019 年 2 月 18 日,我被公司分配到欧亚万豪购物中心家电商场负责海尔空调柜组。

我初来乍到也有许多不适应,新的领导,新的同事,新的工作环境,新的行业,这对我来说都是很大的考验。刚来到欧亚的大家庭就感觉到我们欧亚的员工都非常团结,而且对工作认真负责,这都让我对欧亚有了很大的信心!不负众望,领导对我的悉心教导,同事对我的关心备至,使我学会了很多东西,销售技巧不断提高,我很快融入了这个欧亚大集体!

刚刚适应了新的环境,紧接着迎来了 35 周年欧亚集团庆。店庆对于每个供应商及欧亚人来说都是非常重视的。领导让我们店庆前期做好认筹工作,在没有顾客时,我就一个人在网上查产品知识,熟读熟记,把每个产品型号都做成一个小便签贴在相应型号上,区分每款型号的功能和卖点,虽然来之前在欧亚商都学习了三天,但对于一个初次了解空调的我还是有很多的疑问,在不断学习中渐渐的我熟悉了每款空调。在前期的认筹工作中也取得了很大的成效。

在我来欧亚万豪家电商场之前,海尔空调是个无营业员的专柜,去年的店庆销售是 6.6 万元,领导怕我是新员工压力大,给我定的任务是超去年同期就行,这对我来说都是个未知数,我不确定能不能完成任务,就在我的不确定中认筹开始了,我每天早来晚走,生怕错过每一位顾客,我对每一个顾客都细心解答,微笑服务,不管买不买我的产品,只要进专柜看的我就争取让顾客加我的微信,无论是随便看看的还是闲逛的,我都热情接待,只要接待了,介绍了我的产品,就有一份希望在里面。功夫不负有心人,在认筹的最后几天里,很多之前来过专柜的顾客都来交认筹款了,我很高兴,比预期的不确定还要多上一倍的金额,认筹就已经达到了 14 万元,这个数字是我不敢想的,我很庆幸我超额完成了商场给我下达的任务指标,可是我不能骄傲,争取店庆再创新高。店庆期间客流更多了,我认真接待每一位顾客,领导也很器重我,每天来关心我的销售金额,我的努力也没有白费,远远超出预期目标,在店庆期间我个人业绩达到 59.8 万元,超去年同期 53.2 万元,这不光是我一个人的付出,商场领导也给我很大的支持和帮助,我庆幸,我是欧亚人。

店庆结束了,我感觉像一场梦一样,收获是每一位辛苦付出的人的最好回报。作为欧亚人我感到无比骄傲和自豪!在今后的工作中,我还会更加努力再创佳绩!　**(欧亚万豪　张鸿雁)**

新人带您看欧亚

——集团庆有感

欧亚集团荣耀辉煌 35 载,为庆贺集团 35 周年,乌兰欧亚在 2019 年 4 月 5 日举办大型集团周年庆活动,“龙舞商海,惠享全城”!

店庆当天,刚好是自己入职欧亚集团的第一天,作为四楼家电家居的收款员,切身体会到了店庆的繁忙。每位员工都时刻精神饱满迎接每一位顾客的到来。

开门大吉!9 时整,营业大门开启,鼓声、唢呐声响彻云霄,欢快的秧歌在乌兰浩特欧亚购物中心正门前扭了起来!万种商品钜惠红城百姓!成千上万的顾客纷至沓来,一股脑的涌进了商场里面。最热闹的最欢快的当是五楼的儿童欢乐世界,还有美食城啦,孩子们欢快的呼喊声,家长们轻松愉快的陪伴,温馨的亲子时光,温暖人心!春季开头,搬新家,住新房,不论大家电小家电,家家都在马不停蹄的开单售卖。童装区,导购美女们认真仔细的帮宝贝们查找尺码,让孩子们更加活泼漂亮,积极向上!收款台里,款员们用标准的迎宾语,接待每一位前来交款的顾客,核对购物票,积分,收款,刷卡,找零,发放活动抽奖券,微笑服务每一位尊敬的客人!三楼、二楼,百货专柜,人头攒动的顾客,热心的导购人员,只为红城最美的您!民以食为天,一楼超市区,所有款台全部开启,所有员工微笑用心服务每一位顾客。没多久,款台就排起了长龙。乌兰浩特欧亚购物中心 35 周年集团庆,商场外车水马龙,商场内人如织网,像过年一般热闹,人人喜笑颜开,欢欢乐乐!

“欧亚店庆日,百姓购物节”,欧亚店庆百姓福!乌兰浩特欧亚购物中心,会以更优质的服务,更优惠的商品,服务红城人民!

(乌兰欧亚　杨新未)

风雨兼程 一路同行

——集团三十五周年店庆感悟

时间如白驹过隙般,不经意间欧亚集团已走过了三十五个年华。作为欧亚集团的一员,我由衷的感到骄傲、感到欣慰。自 1984 年扬帆起航,以敢为天下先的魄力,到如今的硕果累累、盛誉满载,欧亚集团迎来了自己 35 岁的生日。时间为我们呈现结果,却往往忽略过程。35 年来,欧亚集团像迎着朝阳不断奔跑的孩子,以不变的执着和坚韧,成长着、前进着。对于我来说,这里不仅仅是工作的岗位,更是体现自我价值的一个平台。1996 年我走进了欧亚,成为其中的一员。新环境的陌生感、对新文化的认同,以及现代企业的管理理念,让我感到无所适从。忘不了入职初期时领导和同事们的热情帮助,使我迅速的融入到工作中来,慢慢适应了工作的节奏。在这里可以看到每个人忙碌的身影,可以看到同事们脸上带着快乐的微笑。在工作的点点滴滴中,我深刻的体会到企业核心价值观。

弹指一挥,我已经加入这个大家庭 20 余年,现在为集团成立 35 周年纪念留下自己的感悟。虽然没能赶上集团的诞生,但我不会错过他在成长过程中的每一次生日。欧亚集团秉承“唯旗是夺,诚实守信,勤俭善持,团结互助”的企业精神,坚持“合法经营、合格质量、合理价格、合情服务、合适管理”的经营准则,在市场竞争中实现了规模的快速发展和经济效益的显著提高。同时切实站在顾客的立场上考虑。尤其是让人放心的售后服务,让我们感觉买的不仅仅是商品,更多的是心里的那份踏实与信任,做到让老百姓大胆的消费。也正是这样,才会让集团得以长远发展。平时,欧亚集团是我们居民百姓不可或缺的生活帮手;是学生们假期丰富知识的学习海洋;是上班族周末放松的休闲场所,是居家夫人装饰自己温暖小窝的理想搭档……回顾过去,在我们生活中都变得活灵活现,它们已经深入到每个家庭中的点点滴滴。这次的店庆更是让我意识到,集团对我们的重要性。三十五年的岁月,像一个人从小到大的成长历程。情节曲折,有微笑也会有眼泪。

集团的发展,我们可喜可贺。但是,过去取得的成绩已成为历史,未来的辉煌还需要我们努力去打造。社会的进步促使我们提出了更新的任务和更高的要求。我们还要面临诸多机遇和挑战,我们必须要以清醒的头脑,审时度势、灵活变通,要有店兴我荣的责任感和使命感,居安思危的忧患意识丝毫不可松懈。　**(商都　史阿微)**

欧亚广场打造欧亚店庆的亲子文化魔力

欧亚集团成立 35 周年,“龙舞商海,惠享全城”超大型店庆营销活动正在如火如荼进行中,欧亚商业连锁下属百余家门店各现异彩。4 月 14 日,一场名为“试一试,挑战最多人数参与的魔术课堂”活动,在位于胜利公园旁的欧亚广场举行,1500 人参与活动,战平世界纪录,让欧亚商业连锁旗下这家以“广场”命名的门店——欧亚广场,呈现在更多春城消费者面前,其“生态 + 培训 + 教育 + 亲子 + 娱乐 + 休闲”的多业态经营特色,展现出了独具特色的亲子文化色彩。

挑战世界纪录　最多人参与的魔术课　领衔欧亚广场 35 场店庆文化视觉盛宴

4 月 14 日,在一群魔术师“414 试一试”的感召下,1500 名热心市民来到欧亚广场,共同参与战平了“最多人参与的魔术课”世界纪录。这是欧亚广场为热烈庆祝欧亚集团成立 35 周年献上的一份厚礼。

本次活动由欧亚广场与长春市文化产业联合会魔术协会创始人赵亮共同召集,由著名魔术师、第五代宫廷戏法非遗传承人火麒麟领衔授课,现场众多家长带着孩子参与其中,来自长春市魔术协会、欧亚广场华洋教育综合体以及各所大学的学生、会员以及热心市民齐聚一堂,同上一堂魔术课,共变一个魔术,通过“试一试”的理念,让改变发生,让奇迹出现,同时,也致力更多人关注魔术、学习魔术,未来将长春打造成一座“魔术之城”。

欧亚广场主打“生态 + 培训 + 教育 + 亲子 + 娱乐 + 休闲”　将“公园里的欧亚”变“欧亚里的亲子乐园”

欧亚广场与长春百年公园——胜利公园相连,被誉为“公园里的欧亚、欧亚里的乐园”。2019 年,欧亚广场与华洋教育强强联手,店内打造近万平方米的华洋教育综合体,以“畅学、优学、乐学”的空间,服务春城百万学子。欧亚店庆期间,吉林编程猫总部旗舰店、艾卡乐国际美术等培训机构已试营业,更多的培训教育连锁机构正在陆续洽谈和入驻中。

未来,依托城市中心及火车站商圈的优越地理位置和交通优势,华洋教育综合体不仅提供各种青少年“应试教育”和“素质教育”培训,还将为各培训机构输出培训教师资源,成为“教、学”相结合的“双料”培训教育基地。

欧亚广场购物满额赢 4.9999 万元现金、欧亚山西神龙湾旅游等大奖

欧亚广场内欧亚生活超市,专卖店、折扣店、工厂店集合的“公园对角巷”在欧亚店庆期间,推出系列爆款商品和超值活动。服饰特卖 1 折起,生鲜商品店庆特惠价酬宾,同时购物满额参与欧亚集团欧亚商业连锁系统滚动大抽奖,有机会中得“4.9999 万元现金、欧亚山西神龙湾旅游、千元免单”大奖。同时店内购物即赠送“全业态互动店庆礼包券”,内含众多培训机构的免费体验课、抵用券、免费影票等好礼。

4 月 20 日—21 日,STEM 儿童科学院大型科学秀、山丘书局《朗读者》、公益史学课堂、少儿滑步车比赛、肯德基餐厅关爱地球日等活动将诚邀家长带孩子参与体验。

享欧亚店庆中的独特亲子文化,就到胜利公园旁欧亚广场。　**(欧亚广场　综合部)**

吴彩文 / 摄

欧亚商业连锁“自采”催生店庆新热点

3 省 24 地打造“欧亚店庆”大景观

4 月 5 日,欧亚商业连锁“龙舞商海　惠享全城”35 周年盛大店庆活动震撼启幕——长春欧亚新生活购物广场、欧亚三环购物中心、欧亚车百、欧亚春城购物中心、欧亚万豪购物中心、欧亚长新购物中心、欧亚广场、欧亚东盛、四平欧亚、通化欧亚、白山欧亚、白城欧亚、辽源欧亚、松原欧亚、珲春欧亚、欧亚西宁大十字百货以及欧亚超市连锁 120 店到处是人声鼎沸,一派盛大节日气氛,形成了 3 省 24 地 120 店“欧亚店庆日,百姓购物节”的巨大轰动与热销效应。

4 月 17 日,欧亚超市连锁南湖大路店盛大开业,为集团 35 周年庆再添精彩一笔,开业人气火爆,首日销售突破百万元。

亮点 1:

欧亚超市源头直采、基地直采商品成抢购热点　打造“鲜活”大景观

为了盛迎欧亚集团 35 周年大庆,为消费者打造一次高品质的店庆盛宴。在曹和平董事长的战略部署下,总部及 15 大区领导干部春节过后分为五大采购组,25 条线路,到全国各地进行基地直采、源头采购,组进新鲜优质的店庆商品,自采路线覆盖 8 省 15 市,采购品类达 20 余个,品种千余支,四川浦江橙橘类、广西武鸣沃柑、泰国金枕榴莲、河北昌黎大白菜、辽宁沟帮子旱黄瓜等……店庆 17 天自采果蔬的销售同比增长 50%以上,带动欧亚超市连锁 120 店全线热销。

海鲜类包括丹东肥蚬子、福建宁德黄花鱼、自营猪肉携金锣、高金等知名品牌为春城百姓提供优质价廉、安全健康的冷鲜肉产品,一举结束鸡肉消费只能购买冻货的现状……成为本次店庆最受消费者欢迎的“绿色佳品”。

欧亚商业连锁物流中心从店庆前 10 天开始,24 小时进行收发货,创下了日收货 15 挂车、日配送百余车次的纪录,确保了店庆期间商品的充足、及时供应。

亮点 2:

网红商品、店庆新品纷至沓来、欧亚到家店庆专区同步上线　打造“狂抢”大景观

中华老字号、清真第一涮的“东来顺”、北京御香斋的酸梅汤、冰糖炖梨、山东荣成海之宝有机海带,著名调料品牌老恒和等等,一系列具有区域特色与代表性的品牌集体在欧亚 35 周年庆期间登陆欧亚超市连锁各店。

首次与中粮集团合作,自采中粮旗下品牌香雪面粉、五湖秋田小町米,以同品质市场最低价全面引爆民生商品的狂抢热潮。纸巾品类集结纸品领域经典品牌心相印、清风、琥珀,轻奢品牌洁柔、竹元素等,以惠卖大礼包与单品低价促销相结合,重拳出击。泉阳泉特推出 600ml 欧亚甄选天然矿泉水买一赠一活动……

在欧亚超市连锁各门店的零食区,消费者会发现很多网红零食,如曹操饿了、火冒三藏、谈小爱、卡乐比、蓝百事、澳门夹心蛋卷等新品,打造 35 周年庆高颜值、高品质、低价格的商品亮点,为春城人的时尚生活锦上添花。

掌尚欧亚 APP(含欧亚到家微商城)设立线上“店庆商品专区”,专区内同步集团 35 周年庆超市促销海报商品,同时售卖 100 抵 120 元的电子十足抵用券。消费者纷纷下单抢购,店庆 17 天,欧亚到家实现订单近 2 万单,销售额近 600 万元。

亮点 3:

欧亚家电上演新品时尚盛会,免费“空气洗”好评如潮　打造“热卖”大景观

欧亚商业连锁联合创维电视打造“第五届员工乐购会”,带来一次超高性价比的购机体验。用寻找最美代言人、微信秒杀的活动方式倾情回馈春城百姓和欧亚员工。

华为手机新品 P30 上市,欧亚春城家电商场华为体验店举办新品 P30 品鉴会。现场超低折扣购机,并可抽奖、赠礼及品鉴精美的美食,吸引众多顾客参与,让顾客深刻感受到了华为 P30 带来的视觉盛宴。万豪家电联合西门子品牌,举办庆生酒会,酒会现场进行新品发布、文艺表演、免费抽奖、冷餐盛宴,吸引了众多顾客参与其中,当日西门子家电销售 13 万余元。

白山家电联合美的冰箱开展“冰水同框,逆天挑战”活动,邀请会员顾客到现场参与体验,现场感受美的冰箱零度保鲜带给生活的改变;松原家电联合飞利浦小家电,全场全线产品低至 3 折,特价商品 116 款,销售达超同期 156%;梅河家电联合格力品牌,举办“第十届万人空巷抢格力”活动,实现销售 128 万元,超同期 118 万元……

今年店庆欧亚商业连锁与众多知名品牌联手,打造了一次空前的电器盛会,超高性价比,超大库存,全线引爆了各地的消费高潮。

商业连锁各门店同步推出“免费空气洗”活动,顾客可免费在海尔专柜使用“空气洗”洗衣机进行衣物的清洗与保养,走进了长沈、飞跃、迎春路、春城街道绿化、康桥、民康路等十几个社区,受到了春城市民的喜爱和欢迎。

亮点 4:

提供丰富的生活元素、搭建时尚社交模式,会员服务大升级　打造“生活”大景观

不管你和全家人在紧张观战着欧亚新生活购物广场的“王者荣耀竞技赛”,亦或是沉浸在“奥业武道第四十七届武林大会”中;

还是徜徉在欧亚三环购物中心的第二季“郁金香文化节”,欣赏着宝姿、威可多、玖姿、例外等品牌的“郁金香场景秀”、“儿童时装秀”;

或是全神投入到欧亚车百的“服饰新品发布会”模特走秀中;

还是品尝着欧亚长新购物中心“第三届全民蚂蚁网红美食节”的各种美食;

你更会被欧亚万豪联合西门子举办庆生酒会的高品调、高品位所深深打动……

正如曹和平董事长的描绘:“欧亚商业连锁,最鲜明的就是生活元素。它传递了一个鲜活的购物方式,搭建了一种鲜活的社交模式,打造了一个快乐的城市景观!”

欧亚商业连锁百货业态集结千余知名品牌,春夏季应季新品备货 500 万余件,专供特供商品 60 万余件,联袂掀起店庆换季风暴。欧亚春城购物中心的阿迪达斯大型特卖会、欧亚三环斐乐特卖会、欧亚万豪购物中心自然堂大型展卖会、欧亚长新美特斯邦威大型展卖,各店品牌特卖会此起彼伏,一浪高过一浪,赚足人气与口碑,满赠、折扣、积分、赠礼、返现等活动力度创历史新高。

店庆会员服务大升级,会员可享受优先就餐、预约车位、陪同购物等五大升级体验,超 V 卡全面启动,尊享顶级服务。除此之外,更有免费化彩妆、免费清洗金饰、免费试铺床品、免费送货上门等服务和增值回馈,为消费者提供全方位的贴心关怀。

亮点 5:

“人脸识别”购物、免费赠移动宽带,联袂摩捷引爆全城　打造“轰动”大景观

欧亚商业连锁 35 周年店庆前 3 天累计实现销售 3.8 亿元,同比增长 30%,连续 3 天日销售突破亿元,在市场环境低迷的形势下,再创历史新高。

店庆首日,欧亚商业连锁旗下各店精心打造了“超市内购会”、“黄金妆品内购会”、“家电内购会”,店庆活动一启动就全线引爆了消费热潮。

欧亚商业连锁将集团统一大营销与“店庆聚福气　财气一把抓”等特色营销有机结合,形成 3 个销售高峰,环环相扣,热销 4 月天。

特别值得一提的是,欧亚商业连锁与共享汽车领军品牌——摩捷租车联手推出“特别体验大奖”——在欧亚商业连锁长春区综合百货店,超市类商品单票购物满 100 元,非超市类商品单票购物满 200 元,即可参加 30 个 4.9999 万元摩捷租车礼金连环滚动大抽奖活动。

店庆前夕,欧亚卫星路超市“人脸识别”自助收银系统上线,只需要进行人脸面部识别,就可以带走我们想要的商品,成为店庆的一道靓丽景观。

独家与吉林省移动公司合作,推出购物即赠“中国移动宽带免费安装卡”活动,10 万户移动宽带免费安装,受到春城各界消费者的喜爱。与 9 大银行合作支付优惠活动更是创下历史新高。

亮点 6:

欧亚商业连锁外埠各大区、各门店百花齐放,万众瞩目　打造“欧亚”大景观

除了长春各店,欧亚商业连锁外埠各店同步开展欧亚集团 35 周年庆大型店庆活动,时尚、靓丽、温馨、快乐的店庆氛围,使通化、四平、白山、白城、辽源、松原、珲春、梅河、敦化、内蒙古自治区的乌兰浩特、通辽、青海省的西宁等各地百姓从四面八方,不约而同的走进欧亚,超市、家电、服饰、珠宝全线热卖,各地呈现店庆抢购热潮,进一步激发了欧亚店庆品牌影响力实现爆发式的增长,形成了亮丽的“欧亚店庆”大景观!　**(商业连锁　刘风华)**

欧亚集团辉煌三十五载

欧亚集团在 2019 年 4 月 15 日迎来了自己 35 周岁的生日,即 35 周年店庆,三十五周年欧亚集团店庆给我最大的感触依旧是:实惠!热闹!壮观!各大广告宣传上以“为回馈而庆,促商业繁荣”为主题,用朴实无华的辞藻与细腻温情的视角把欧亚集团描绘成一幅气势磅礴的情景画。此时此刻我只能用一句话来形容:锣鼓喧天庆贺欧亚集团,人山人海惠动春城百姓!

三十五年不断突破自我,三十五年不断创造奇迹,三十五年不断奋发图强。欧亚集团三十五年来取得长足的进步离不开广大消费者的大力支持和肯定,这都得益于曹和平董事长的正确战略部署和于志良总经理的匠心独运,把欧亚集团不断做大做强,其中还汇集了大量的体验项目与业态,其中包含宠物店、健身会所、电影院、保龄球馆、室内游乐场等具有特色但又不搭商界的跨界融合,并不断的一个接一个惊艳亮相,让人热血沸腾倍感骄傲。欧亚集团,商海明珠,向海而生,无所不能。梦想照耀前方,航程壮丽,在欧亚集团曹和平董事长的“大、中、小”三星战略中,欧亚商都、欧亚卖场欧亚商业连锁等一个个震撼心扉的辉煌成就,每一帧每一秒展现的,皆为欧亚商业的繁荣景象。

欧亚集团 35 周年店庆前三天,欧亚商都销售突破 4 亿元,欧亚卖场销售更是达到了 4.9 亿元。每一次欧亚集团取得骄人成绩的背后,都离不开这样一批人:他们默默无闻,他们夜以继日,他们做着看似普通,却创造了一个个“商业奇迹”。我为欧亚人点赞,我为欧亚集团点赞。

历经三十五个春秋,欧亚集团的崛起,离不开与广大消费者的和谐共生,离不开与员工的和谐共存,离不开与供应商的和谐共赢,更离不开与社会的和谐共享。毋庸置疑,欧亚集团取得的每一份荣耀,都离不开每一个欧亚员工的努力。岗位不分高低贵贱,只要我努力耕耘,总会为企业之兴旺,员工之富裕,社会之发展贡献一份力量。　**(欧亚卖场　吴昊)**

感恩有您 欧亚

春回大地,万物复苏,阳光普照着大地,悠悠的小草一片,鲜艳的红花绽放,树上的枝头已发芽,在这迷人的春色里,我们即将迎来了五一国际劳动节,此时此刻我们还沉浸在店庆的喜悦中,欧亚集团 35 周年店庆前期,我们家电商场全体员工肩负着 520 万的销售任务使命,下乡宣传、小区便民服务、发放宣传单、微信朋友圈转发,在王总、崔总及全体领导的带领下大楼全体员工进行生命动力圈宣传,徒步宣传让鹤乡百姓家家知欧亚活动,户户携欧亚幸运。欧亚店庆日,百姓购物节,购物抽轿车,超低的价格,超值的服务,让每一位顾客高兴而来,满意而归,有前期的努力,才收获了硕果累累的今天。

劳动是光荣的,劳动是伟大的,劳动者用勤劳的双手和智慧编织了这五彩斑斓的世界,创造了人类的文明。在欧亚我感受到了这个大家庭的温暖,爱人突然病逝,孩子上学,无形中的两座大山压了下来,是单位领导了解了我的情况,找我谈心,做我的思想工作,给我精神力量,让我振作起来,只有振作精神才能给孩子一个无声的力量,领导伸出援助之手帮助申请助学金,让孩子能在学校安心学习,孩子把这一切都看在眼里,默默的把悲痛压在心底努力学习,在 2017 年以优异的成绩考进大学。

在今后的生活中,我将鼓起生活的勇气,扬起快乐的风帆,自强不息全身心投入到工作中,滴水之恩涌泉相报,我要严格要求自己,在工作上精益求精,努力、认真、负责的完成每一项工作,一分耕耘一分收获,我们耕耘的是销售,收获的是业绩,在王总及各位领导的带领下让我们摇旗呐喊,迎接五一劳动节的销售任务,我们一路前行,高唱凯歌,迎接更加辉煌灿烂的明天。　**(白城欧亚　李杰)**

严格律己 做优秀欧亚人

在现代纷杂的生活中,处处充满诱惑,如何在诱惑中保持平和的心,不被利益蒙蔽双眼,做一名优秀的管理者,自省和自律起到了决定性作用。孔子曰:“吾日三省吾身”。作为一名管理者,经常反省自己有利于除去心中杂念,进而可以理性的认识自己,对事物能做出清晰的判断,也可以时刻提醒自己的过失,不断完善自我。对于管理者而言,自律更是一种能力。在工作中,不管遇到多大的难题和受多大的委屈,都要时刻调整和优化情绪,持续的保持积极的心态。自律必须要理性,不能凭空猜疑、绝对肯定、固执己见和主观臆断。在管理过程中要有周详的计划,要按章办事、有法可依,不能想当然,做出违反规定的事情。俗话说:“律己方能律人”、“其身正,不令而行;其身不正,虽令不从”。作为一名管理者,只有身体力行才能树立权威,政令才能得到施行。企业的执行力,往往来自于管理者的个人魅力和表率作用。因此,要想将工作好,首先要把自律做到首位。

作为一名管理者更要勇于担当和善于担当。要履行好自己的职责,敢于承担起这份职责所面临的困难,敢于正视履行这份责任所带来的得失。面对矛盾敢于挺身而出,面对失误敢于承担责任,面对歪风邪气敢于坚决斗争,以身作则,率先垂范,用实际行动带动员工,用自身的人格魅力感染员工,使团队的凝聚力得以不断加强。

身为欧亚集团的一员,我骄傲,我自豪。在不断完善的企业管理流程中,我见证了也参与了欧亚集团的成长,并奉献着自己的一份力量,为欧亚添砖加瓦,我也将带领我的团队做好本职工作,服务好物流园的每一位业户。　**(欧亚农产品物流园　姜野)**

今日欧亚

主办: 长春欧亚集团股份有限公司　地址: 长春市高新区飞跃路 2686 号
电话: 0431-87666857　邮编 130012　邮箱 today_ouya@163.com
2019 年 4 月 30 日
第 7 期　总第 506 期

奋斗创造历史　实干成就未来

欧亚集团召开七届三次职工代表大会

(本报讯　公司工会)2019 年 4 月 26 日,欧亚集团七届三次职工代表大会在集团公司一楼会议厅召开。应到会职工代表 198 名,实际到会职工代表 186 名,列席会议人员87 名。

大会由集团公司工会主席张立丽主持。集团公司班子成员在主席台就座。代表们听取审议了集团公司总经理于志良所做的《奋进正当时 整装再出发》的公司工作报告,听取审议了《集团公司 2019 年集体合同》的报告、《集团公司 2018 年集体合同实施情况》的报告和《公司工会关于成立员工股权、产权、物业管理委员会的决定》,并表决通过了以上议项。会上,总经理于志良代表集团公司、工会主席张立丽代表员工签订了《2019 年集体合同》,公司与欧亚卖场、欧亚商业连锁、欧亚商都分别签订了《经营目标考核责任书》。

于志良总经理所做的报告,全面总结了集团公司 2018 年工作,确定了 2019 年工作目标和各项工作任务,目标明确,振奋人心。

会上,曹和平董事长做了重要讲话。他充分肯定了企业在 2018 年面对经济环境压力下取得的良好业绩。同时,对全体管理人员提出要求,强调要提高认识问题和解决问题的能力,要提高核算意识、清楚投入产出比,要牢记工作的实质远远大于形式,要坚持法理、市场、情理研判,并号召全体员工共同努力,办好自己的企业,朝着强盛国家、兴旺企业、富足员工的目标努力奋发。

欧亚集团七届三次职工代表大会

瑞祥 / 摄

曹和平董事长在欧亚集团七届三次职工代表大会的讲话

2018 年是企业负重前行的一年。这一年,我们面对了极其复杂严峻的外部经济环境。企业外部承受经济下行的压力、商业零售市场多渠道的压力、商业格局变化的压力。企业内部需应对快速的发展与人才储备不足的矛盾、企业发展过程中时代特有的习惯做法与现在治理整改的矛盾、多项工作的复合性与管理队伍知识单一性的矛盾等等。在各种可预见和不可预见的困难面前,我们走了出来,取得了可接受的业绩,并为下一步企业的发展奠定了良好基础。

2019 年我们的工作重点:

一、要提高全体管理干部认识问题和解决问题的能力

这是企业的当务之急。我们一些干部对工作有热情,能吃苦耐劳,可有时工作效果不佳,动机和效果没有实现一致性,有的时候,事与愿违,出现这样或那样的问题;有时对企业局部或全局造成一定影响。为减少和杜绝这些问题,我们要从以下几方面入手:

一是要树立正确的逻辑关系,并且一以贯之。逻辑关系出错必将使问题的处理一团糟。我们有些干部就是因为自己的逻辑关系没有同市场的逻辑关系相适应,使得工作陷入被动。我们应该注意,不要还没结婚就准备如何培养孩子,刚上小学就买来大学课本,这种超前行为是绝对没有道理的。因为这期间会发生很多变化,你所准备的东西很可能是无任何作用的。我们想要做好一件事,一定要围绕着事物本身来做,而不能先把事情完成以后需做的连带性工作全部都一起做完。我们是做商品销售的,销售还没谱,我们就把库房、备品的工作超实际的完成了,这样的做法加大了销售费用,这种失误造成的后果必败无疑。我们还有些同志,在研究问题时习惯性的拿出几个方案,实际上研究深、研究透一套方案,好于给出几套不成熟的方案。比如一个人得了疾病,你所给出的三个方案应该是积极治疗、保守治疗或者放弃治疗,而不应该是与医治其疾病不搭界的其他事情,比如说“你做不做美容啊?”。我们做什么事情,逻辑关系必须清楚且具有内在联系,个体主观逻辑必须要符合社会整体逻辑,只有这样,我们做事才有客观性。我们每个人的个人逻辑一定要和整个社会的逻辑、市场的逻辑相一致,当你的逻辑超出了市场逻辑,那么你的逻辑是站不住的。

二是要清楚我们的行为是解决问题的一次性,还是一次性解决了问题。解决问题的一次性是很容易的。老师帮学生做题,对老师来说很简单,对学生来说也不难。但老师帮助学生完成了做题,老师就完成了教学任务了吗?学生今后就可以自主解题了吗?答案显然不是。老师没完成教学任务,学生也没有学到本领。而目前我们经营环节就出现了类似现象。你商品不够我帮助调来些,你商品摆布不好我帮助你陈列,这样解决事情的一次性很圆满,但这样的结果能解决事情的实质吗?显然是不能的。所以,我们要倡导的是一次性解决问题。老师教学生要使学生掌握解题的本领,我们的经营是使受帮助的部门和门店提高市场竞争能力。我们做什么事情一定要从本质上来提高市场竞争能力。

三是要正确认知做负毛利的目的。做负毛利不能就负毛利而做负毛利,而是应着眼于通过负毛利商品的销售所产生的客流,使正常商品的销售得以增加,正常商品销售的增加才是做负毛利的目的。因此,我们做负毛利打特价时,一定要把正常商品组织好,而不能就负毛利而负毛利,不能从负毛利开始,到负毛利运营,再到负毛利完结。我们一定要在整个过程中深入思考,要把注意力放在正常商品的销售上,同时还应该把注意力放在自采上,从源头解决价格的竞争力。

四是要客观看待市场,充分发挥主观能动性。我们现在对市场的研判大体是一致的,但如何应对市场的态度却是不同的。有的人把客观困难梳理的条条是道,总是把种种困难摆在前面,所以难有作为。前些日子,我和庆客隆董事长王状一在一起谈企业如何应对市场时,他的一番话我感觉很有道理。他讲,“从前我们总怪市场、怪别人,怪对手抢了我们的买卖,怪经济下行,我们不好做生意……这样怪来怪去,企业越来越不好。现在我们不怪别人,不怪客观,就怪我们自己。只有在自己身上找原因,找出破解困难之道,企业才会越做越好。看来,我们是怨错了对象,应该怨的是我们自己。”庆客隆从美国上市发展到三省一区,现在做减法,它做好的时候应该是适应了市场,他在节节收缩的时候没有适应市场.在市场的变化下它还不变化,还是按自己的老套路出牌,还在怪这怪那,在市场的残酷面前,它才重新振奋认识了市场,调整了自己的行为。现在做完减法又开始做加法。我想,有些同志是不是也怨错了对象?我们也应该从自身找原因,这样才能客观地应对市场。

二、要提高核算意识,清楚投入产出比

核算对一个企业是至关重要的。我们每个干部,特别是每个门店的主官,一定要有核算意识。核算是企业能够生存发展的关键一环。有一些阶段性很好的企业,由于核算意识弱,其结果是摔了大跟头。我和兴隆大家庭的董事长是好朋友,我们看着兴隆大家庭一路走来。企业最好的时候年销售达到 200 多亿元,现在步入了生死艰难期。兴隆大家庭的董事长绝对是营销高手,虽然现在企业在困难中,但是他的营销能力,在业界是公认的,但由于缺少核算意识,使企业陷入困境。他在与我交流中,深深体会到没有核算观念酿成的苦果。这样血的教训,我们应该共同汲取。就我们集团内部个体门店而言,如果它是单店,其行为可以说是灭顶之灾,会输的很惨。企业发展、经营不能不算帐。我们一些门店投入过大,自身已没有能力自我消化。企业发展到一定程度、一定规模,一定要加强核算意识,注重核算意识。我们有时也要做些减法。谁的决策也不会是百分之百全对,关键是决策执行中要根据实际情况,客观不断的实施调整,使其符合客观实际。我们有些门店现阶段周边的客群不够支撑现有面积的经营场所,可以减少面积,面积一减,人员费用、经营费用就都减下来了,也就减少了亏损额。就像两军打仗一样,你要知道对方有多少人,我们需要多少兵力才能夺取胜利,知己知彼才能打胜仗。

门店的经营结构要合理,要清楚聚客和吃客的比例关系。什么是聚客?就是经营本身可以带来客流。什么是吃客?就是要靠来的客流来支撑其生意。我们超市里的果蔬是招人的,水吧是靠来客支撑的。很少有顾客是为了到水吧喝杯水而来店的。因此,水吧放几处,要看我们客流有多大,水吧多了,一定有撤柜现象。因此,我们一定要客观确定经营布局,在招商中有所遵循。实际上,我们每个经营者,在招商中一定要清楚所招的品牌聚客能力是什么样的,同时再引进一些寄生于客流的品牌。如果吃客的厂家多,聚客的厂家少,企业一定会在经营中面对很多困难。

三、管理人员要牢记工作的实质远远大于形式

商业经营的是商品,决定商品销售的主元素是商品的质量、款式和价格。抓住了这三个环节,就抓住了市场的牛鼻子,一定会是市场的赢家。而装潢布场都是为了这三个元素服务的。我们一定要追求事务的本质,而不能把精力放在表象上、放在形式上,在装潢上不能有过多投入,商品的摆放就是最好的陈列。美陈应该更多的是关注商品,要用商品的布局激发消费者的购买欲望。经营商品的提档升级和大面积的封场装潢要抓好调研,合理安排封场装潢面积,同时要安排好时间,撤柜、封场、厂家入驻要一条龙,全面考虑有效衔接。不能场地封了,厂家还没定位,更不能欲进场厂家还没签定入驻协议,我们就开始封场。同时还要注意,装潢封场对其他经营区域的影响,不能出现甲处装潢封场,乙处通道受阻、也近似于封场的局面,这也是我们要考虑的。

企业各级管理人员对工作安排不能虚接、虚做,嘴上讲落实,甚至能讲出如何具体落实的效果,可实际并没落实。本来是危机四伏,存在这样那样的困难,却说得莺歌燕舞。这样的风气要杜绝,工作一定要实事求是。今后我们工作检查,不要前呼后拥,不要到高速公路出入口接送。

四、要坚持法理、市场、情理研判

我们要始终坚持三个研判,形成健康良性的企业氛围。社会评判由法律、规章、道德三个层面组成,法律是底线。法律这个底线是破不得的,谁碰了这个底线,就要受到法律惩罚。前十几年发生在租赁厂家茶业柜组的欺诈案最终以责任人被判无期徒刑而告终。最近发生在某员工身上的欺骗案,我想又会以身陷囹圄而结局。这些人都是以自私、坑人、骗人开始,而最终却害了自己。天上是不会掉馅饼的,被骗的人往往也是因为小利而遭受了重大损失。这样的事我们都亲历了、看见了,结局都是一样的。贪小利者一定吃大亏,害人者最后一定会受到惩罚,这是铁律。这是法律的层面。

规章是规范人的行为。毛主席曾强调,“加强纪律性,革命无不胜。”孟子曾说,“不以规矩,不能成方圆。”规章、纪律对一个集体至关重要,因此,我们的管理人员要带头遵守规章、执行规章,使企业有序工作、有序发展。

企业间、同志间要讲情理。每个人思考问题、处理事情一定要讲理,不能不往理上说。人是应该有信仰的,人与人之间是要讲诚信的。社会上,往往有人借了钱,因为没打借条而赖账;自己摔倒,别人扶起来而睁眼追究帮助者……这些都是违背社会道德的。企业给了我们共同的工作平台,而不珍惜企业的绝对不是一个好员工。企业的发展要靠全体员工的共同努力,员工的福祉也要靠企业来实现,我们要形成一个人人爱企业,企业为人人的互为关系。

2019 年,我们有了一个良好的基础,因此,企业给大部分员工涨了工资。希望同志们能继续努力,发展好我们自己的企业,企业也一定会给大家更多的福祉。让我们共同努力,强盛我们的国家,兴旺我们的企业,富足我们的员工!　**(张丽红、姜弈诚　整理)**

中国连锁经营协会郭会长、庆客隆王董事长来到欧亚商都、欧亚新生活参观交流

本报讯(欧亚新生活　王柄植 / 商都　办公室)4 月 19 日,中国连锁经营协会会长郭戈平一行到欧亚商都、欧亚新生活参观考察,欧亚集团董事长曹和平、欧亚商都总经理周伟、欧亚新生活薛立军经理等领导全程陪同考察。为深入交流经营管理经验,“论道”实体零售业发展趋势,诸位领导在考察过程中结合欧亚新生活的一楼主动线、过街天桥、玻璃栈道、A1 健身等网红打卡地,围绕着经营理念、业态融合、动线设计、营销策划、未来发展趋势等共同关心的话题深入交流意见,此次交流在互相学习借鉴中为加快推进实体零售业转型发展奠定了基础,同时也为欧亚新生活今后发展指明了方向。感谢郭会长、王董事长不辞辛苦远道而来为新生活“把脉”,感谢曹总百忙中对新生活的备至关怀。欧亚新生活全体员工深受鼓舞,决心将以全新的精神风貌,不辱使命砥砺前行,凝心聚力再创佳绩。

国务院安委会考核巡查组一行到欧亚商都视察工作

本报讯(商都　孙厚刚)4 月 24 日,国务院安委会考核巡查组一行 3 人,在长春市应急管理局等相关部门负责人的陪同下,对欧亚商都进行安全检查,欧亚商都总经理周伟及相关领导全程陪同。考核组一行首先听取了欧亚商都抓安全工作情况的汇报;而后到商场查看了品牌专柜消防应急箱“七个一”落实情况,询问了店员对安全常识了解掌握情况;对消防控制室各项软件登记和消防设施、设备堪用情况进行检查;来到十楼美食中心,以专柜火灾为背景出情况,全程指导应急处置情况,微型消防站作战员反应快速、及时到位、处置准确。考核组对欧亚商都各项安全工作给予了充分肯定及认可,并强调:要一如既往抓好安全工作,健全各项规章制度,组织好安全培训和演练,加强安全巡查,自觉遵守和执行安全生产法律法规和企业规章制度,落实好安全生产工作,同时也殷切希望欧亚商都的发展越来越好。

省委组织部到四平欧亚检查指导党建工作

本报讯(四平欧亚　综合部)4 月 11 日上午,省委组织部党员教育中心副主任王金龙、省委党校机关党委杨宝安一行 10 人,在四平市铁东区委组织部梁部长、北市场街党委张书记等人的陪同下莅临四平欧亚检查指导党建工作。支部书记姜辉携支委会成员陪同视察。省委组织部领导一行先后实地参观了党建宣传长廊、党员活动室、党支部会议室,察看了党费收缴情况、党员学习笔记以及各项活动影集等资料,并询问了党支部学习和组织活动的开展情况。姜辉同志向省委组织部领导重点介绍了四平欧亚围绕经济抓党建、抓好党建促发展,团结凝聚员工、引领企业文化、服务人才成长、强化自身建设等具体做法以及取得的成果。领导们视察之后,对四平欧亚以党建文化推进企业发展的做法给予了高度评价,肯定了党建工作取得的成绩,表扬四平欧亚党支部能够将基层支部建设和企业经营相结合,把党建渗透到了企业经营发展的各个方面,并勉励四平欧亚党支部继续不断创新,积极探索党建工作的好方法、好路子,进一步发挥党组织在企业发展中的战斗堡垒作用,在企业员工中的政治核心作用,引领企业不断实现新突破。

欧亚卖场荣获长春市五一劳动奖状荣誉称号

本报讯(欧亚卖场　工会)2019 年 4 月 28 日上午 10 时,在长春市省宾馆举行“吉林省暨长春市庆祝五一劳动节大会”,欧亚卖场 11 名员工作为职工代表参加此次大会,会间市人大常委会副主任,市总工会党组书记、主席甘琳宣读了《长春市总工会关于命名表彰第三届“长春工匠”的决定》和《长春市总工会关于表彰市五一劳动奖状、奖章和市工人先锋号的决定》,欧亚卖场等 18 个单位获评“长春五一劳动奖状”殊荣。

近年来,欧亚卖场工会坚持用企业文化润育先进人才,靠典型引领锻造过硬群体,大力倡导劳模精神和工匠精神,立足企业实际完善人力资源管理模式,逐步推开管理人员行政职务晋升与企业工匠定级评选并行,并建立与之相匹配的待遇政策与奖励制度,结合多年来开展的道德讲堂、每月读书心得展等系列活动引导员工多读书、精读书,以培养职业经理人队伍为目标组织管理理论和专业技能培训,贯穿全年常态开展“推进精细化管理,争当金牌员工,打造金牌团队”活动,定期组织企业文化、服务规范、业务知识、岗位技能等相关业务知识和服务技能培训,组织“星级营业员”、“金牌技工”、“点钞快手”、“销售能手”等业务岗位技能竞赛,涌现了以马达为代表的一批省市级五一劳动奖章获得者,同时,积极发挥先进典型引领作用,依托公众号、网站、职工大会等大张旗鼓地宣传典型先进事迹,每当新员工入职都必学他们的事迹,每次职工大会都请他们走上前台分享心得感悟,讲述自己学习进步的成长经历,让广大员工从典型爱岗敬业、勇于创新、甘愿奉献的成长感悟中汲取精神力量,感受企业砥砺前行的品格内涵,在企业上下形成了尊重劳动、尊重知识、尊重创造的争先创优的浓厚氛围。

新时代是奋斗者的时代,欧亚卖场的做大做需要一大批成规模、成梯次的工匠集群,在今后的工作中,欧亚卖场以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,立足岗位,创新形式,引导广大员工焕发劳动热情、释放创造潜能,立足岗位增强本领,努力做知识型、技术型、创新型的高素质劳动者,为企业的转型升级和创新发展提供坚持的人才支撑和组织保证。

奋进正当时　整装再出发

于志良总经理在集团七届三次职代会上的报告

各位代表：

我受集团经营班子的委托，向大会作 2018 年工作总结和 2019 年工作安排的报告，请予审议。

一、2018 年工作总结

2018 年，集团在全国商业零售业增速放缓的情况下，紧跟零售发展趋势，把握市场经济脉动，坚持创新与从新经营，着力夯实现代百货、商业综合体、商业连锁三大主力业态的“强根固本”基础，确保实现速度与质量兼顾，规模与效益并重的“提质增效”目标，主要经济指标依然呈现增长势头。

2018 年，集团实现利润 8.2 亿元，上缴税金 7.1 亿元，整体销售保持了持续增长态势，全年实现财务销售 156 亿元，同比增长 11.58%；实现统计销售 453.69 亿元，同比增长 6.88%，在全国重点大型零售商业企业销售额排名中位列第二位。

2018 年，时值改革开放 40 周年，集团对外影响力不断彰显。全年共接受北京大学国家发展研究院、国家发改委改革司、中央财经频道、人民日报等各级机构、媒体调研、专访近 50 次；以“区域零售商如何融入数字化趋势”为主题，与中国百货协会举办了“黑吉辽零售高峰论坛”取得圆满成功，行业影响力不断增强；欧亚卖场获全国就业与社会保障先进民营企业殊荣，入选了新一轮全国“绿色商场”榜单。曹和平董事长获得中央统战部、全国工商联授予的“改革开放四十年百名杰出民营企业家”殊荣；于惠舫副董事长参加了中国妇女第十二次全国代表大会，获颁国务院特殊津贴；沈阳联营严霁总经理参加了工会第十七次全国代表大会，企业荣誉和个人荣誉充分展现。

2018 年，集团完成了新老代届更替，实现了有序过渡，在新一届班子的领导下，无论是在夯实经营质量，还是在增强内生动力方面，都取得了较大突破，行业综合竞争能力持续提升，主要做了以下几方面工作。

（一）稳固经营工作打好攻坚战

2018 年，面对国际国内经济下行压力，集团上下一心，不仅三大系列稳中有进，而且三星战略布局成果业已显现，全力打赢了经营工作的攻坚战。

1.吹响了增量攻坚的集结号

全年新增、新开门店 10 家，其中购物中心 4 家，连锁超市 5 家，时尚宾馆 1 家。

欧亚汇集一期于 12 月 7 日盛装启幕，建筑面积 15.8 万平方米，打破传统业态组合模式，将各项生活元素、社交元素、购物元素跨界整合，全力打造春城首家“夜经济”业态，生活元素占比达 80%以上，集亚洲首家奥地利欧悦冰上赛车、东北首家日式极乐汤温泉、京东达夫博物动物园、宠物乐园等众多业态于一体，开业首日吸引 3 万余人次客流到场。随着婚宴大厅等主题业态陆续开业，聚客能力将进一步增强，势必成为长春独具魅力的城市新名片与新坐标。

其他各在建、拟建的如净月综合体、四平综合体、北湖一期等项目，在完成前期土地摘牌后，办理了土地不动产权登记手续，积极稳步推进前期筹建、规划设计、优化调整各项手续，项目建成后，必将进一步夯实集团良性发展基石。

2.吹响了存量攻坚的冲锋号

“中三星”战略布局效果逐步显现，济南大观实现利润 1.02 亿元，收回全部投资成本；包百集团实现利润 4,820.52 万元，区位优势进一步突显；郑百实现利润 474.69 万元，开始转轨并入快车道；沈阳联营走上良性发展道路并取得了阶段性经营实质利好。集团三大系列持续良性发展，保证了集团稳健前行。

（1）调整升级精进有为

商业连锁稳健做“多”，向发展要效益。在继续增加网点覆盖面的同时，全面推行效益理念，2018 年新增门店 6 个，世纪广场店实现当年开业当年赢利；欧亚新生活对角巷全面亮相，寓意走向新生活美好愿望的过街天桥建成使用，5000 平米东北三省首家屋顶花园升级落位，成为 80、90 后家庭、商务聚会的打卡地。与此同时，通过对欧亚三环、四平欧亚、通化欧亚、欧亚万豪等多家门店的经营调整，丰富了消费体验项目，进一步巩固了区域市场地位。项目建设稳步推进，去化率明显，通辽钻石名城住宅、梅河钻石名城商铺实现清盘，提高了资金周转率。

欧亚商都加速度做“精”，向品质要效益。一是调整升级基于长远，寻求突破。年内调整经营面积 12.2 万㎡，长春商都五楼运动户外区调整后，空间结构设计动感、潮流，成为行业业态结合的时尚风向标。二是品牌资源共享驶入快车道。全年引进品牌 490 个，其中国际名品占比达 15%。全国销售排名第一名品牌 34 个、前三名品牌 37 个，东北三省排名第一名品牌 107 个、前三名品牌 144 个。做实“精”品硬核，轻奢品牌 SANDENO(桑德诺)、慕斯等进驻长春商都；资生堂等 15 个国际国内知名品牌进驻吉林解放店；当下势头强劲的潮流品牌 DEBRADN(德布朗)等进驻济南乐活城，提高了经营形象，进一步厚植品牌调控力和掌控力的竞争优势。

欧亚卖场高质量做“大”，向规模要效益。2018 年 5 个经营商场利润超亿元。超市二店探索商店＋饭店自营新模式，深受消费者喜爱；慢哈顿小镇打造网红餐饮一条街，带动小镇人气和经济效益提升；贝悠儿童生活 MALL，吸引了大量儿童、家长流连忘返；黄金珠宝商场调整升级，君珮珠宝被上海大世界吉尼斯认证为中国最大珠宝生活馆；会展业态持续发力，成功举办国际、国家和省市各类展会 52 场，创收 620 万元，承办省第十八届运动会摔跤比赛、跆拳道比赛等专业赛事，成为强大的吸客利器，提升了发展动力，打造了现代商贸业升级版，聚客力、竞争力进一步提高。

营销分公司发挥统筹作用，对各门店体系提供有力支撑。家电总部聚焦环保、高端、智能化电器的市场新需求，适时调整商品结构，抢抓新型产品，提升利润率。超市总部盯住安全、新鲜、绿色、优质商品，多渠道组进，赢取供应商资源支持，经销类特价特供商品数量和质量均有所提升。同时，与供应商密切合作，实现互惠共赢。2018 年，欧亚集团在海尔集团全国销售评选中荣获海尔 VIP 客户年度战略合作共赢白金奖，超市总部与纽仕兰公司多频次互动，签订统配统采经销合同，发挥了集团统采功效。

神龙湾旅游项目是集团“商旅”战略的扛鼎之作，凤凰地的欧亚小镇一期 12 栋联排宾馆已试运营，正在进行配套停车场建设，全年接待游客近 6 万人，随着连接景区外部交通环境逐步贯通和景区内部交通微循环的完善，接待服务能力逐渐增强，必将为今后发展奠定坚实基础。

（2）自采自营稳中攀升

2018 年，集团自采自营工作取得丰硕成果。自采自营品种持续扩大，已涵盖家用电器、食品百货、果蔬生鲜、水产、禽肉类等 77 大类 17,000 个品种。民生商品占比逐步扩大，自采半径不断延伸，范围遍及内蒙古、浙江、海南等 18 省份近百地，与百余家合作社建立直采关系，销售和利润均同比大幅提升。欧亚商都自采自营工作取得进展，全年销售 4,383.7 万元，同比增长 103.6%，实现利润 681.7 万元，同比增长 98.8%。欧亚卖场延长采购到田间地头、海岸码头、供货源头，与超市直接对接，缩短采购渠道，全年销售 1.3 亿元，同比增长 60%，实现利润 2,000 万元，同比增长 15%。商业连锁打造垂直供应链，共推进自采自营品类 54 种品牌 101 个单品 6,088 支，全年销售 6.03 亿元，同比增长 19%，实现利润 5,470 万元，同比增长 20%。此外，遍布各门店的“欧亚月饼”，“欧亚甄选”矿泉水，米、面、油、纸等欧亚自有品牌已达 28 类千余种商品在市场中纷纷“亮眼”。通过自采自营，掌握了货源和市场定价的主动权，形成了自采商品经营的区位优势，打造安全直采、可视加工、储存放心的商品供应链，增强了消费者的粘性和公司整体市场竞争力。

（3）创意营销丰富多彩

2018 年，各门店抢抓市场机遇，借力线上线下融合，创新营销模式，整合异业资源，突出体验消费，打出店商＋电商的营销组合拳，以线上“亮点”带动线下销售，实现全渠道、全客层、全空间、全覆盖的立体营销模式，组成了公司强大的营销阵地。以公司成立 34 周年为代表的店庆营销，再次产生了强大的市场效应。商业连锁文化营销频现新亮点。基于庞大的会员基数和多地的网点布局，打造区域、系统联动的节庆特色营销。迄今已达 20 余届的“感恩节”成为越叫越响的营销品牌，跨年夜营销接受了百万人次客流的检验，带来了销售旺气。家电营销彰显社会效应，7 月 7 日家电内购会销售 5,166 万元，创历史新高。欧亚商都注重线上线下的串联，购物和体验的串联，以抖音、网红、腾讯、大 V 号等新媒体实施定向投放宣传，以电子会员预存增值、积分超值换券等营销手段引流到店，以折扣、赠礼、抽奖等形式拉动消费，再以返券、异业联动等方法实现连带销售和复购，营销效果凸显。欧亚卖场线上线下借势互为，打造“多维”营销盛况。线上活动赚足人气，全年举办各类微信活动 80 场，参与人数 30 万人次，电子会员由 3 万人增加到 12 万人，增长 300%；线下营销彰显魅力，打好体验牌，应节造市，以文化为支撑推出特色营销。会展营销再发力，全年举办 52 场各级各类展会，累计参展人数超千万，掀起了一轮又一轮的热销冲击波，做强市场影响力的同时亦创收增效。

线上营销拓展电商影响力。利用信息化技术推出“欧亚 e 购”、“欧亚会员”小程序、掌上欧亚 APP 电商平台实施的线上营销，使到店与到家有效互为。此外，假日营销、目标营销、专项营销等三大体系联动营销频现新亮点，形成了欧亚集团整体营销品牌，激发了经营活力。

（二）推进安全工作打好阻击战

2018 年，改选后的安委会严格落实主体责任，按照“党政同责、一岗双责、失职追责”的总要求，年初层层签订《安全生产责任状》，深入开展安全生产“五个一”工程建设活动，补差补齐消防验收证照。全面推进企业安全生产标准化建设，确保责任到位、投入到位、培训到位、管理到位、应急救援到位。全年演练 1,889 次，全面开展自查、巡查，全年巡查门店 73 家。加大安全设备设施维护改造投入，全年外包排查治理安全服务费 520 万元，新建改造安全设备设施投入 1.2 亿余元，确保了集团全年无安全生产责任事故。

（三）亮剑管理工作打好持久战

2018 年，集团向精细化管理迈进，下大力气补齐管理短板，全面夯实提质增效基础，管理红利释放明显。

一是提升经营管理质量。商业连锁以“创卓越绩效，建现代强企”为目标，由规模型向质量效益型转变。各级管理人员全面参与，深入一线查找问题，切实加以解决和落实，经营管理得到明显改观，管理能动性显著提升。依托信息系统升级改造，包百集团、西宁大百结算、核算业务与集团财务全面并轨，实施远程统一管理，业务全面融合。欧亚商都以“工作清单制、建网格化微信管理模块、靶向管理”三位一体的管理模式为抓手，通过创造服务来创造会员和顾客，立足标准和规范、立足动态和细节、立足集约和高效，初步达到了 360 度无死角，做到管理沟通零距离，实现了扎实落地，建立了消费者的情感共鸣；实现了精心落准，提升了目标顾客和专属会员的专属感和尊享感。欧亚卖场以“两化”为管理核心，将规范化与精细化落实到企业管理各层面，持之以恒开源节流降费、节能挖潜增效，全年节支 87 万元，承接广告、废旧物资利用增收 7,600 余万元。推进精细管理，突出成本核算，从基建到经营，从招商到运营都严格预算，投资回报不达预期立即叫停，管理效益日益凸显。营销分公司细化物流管理，对仓储物流配送流程进行了全面梳理，用制度约束各个环节的人和事，使问题集中的家电物流配送质量和效率得到有效提升。

二是强化财务内控职能。坚持完善内控制度，提高法律风险防范，实施财务风险专项巡检与内控审计相结合，突出审计监察功效，对内控制度进行了梳理和完善，通过完善，合理地保证内部控制有效运行。工程建设坚持“不招标不签订合同、不签合同不进行实质行为、不审计不付款”的原则，规范操作流程，实现成本、风险有效管控。企业法律顾问对经营活动中签定的各项合同提供法律支持，规范合同管理，以多方位的管控举措，有效保障经营成果。

三是实施育人激励举措。继续推进“龙兴计划”，所属门店先后开展青年人才培训 5 期，培训 135 人次。突出强化专业技能、构建复合型人才梯队培养，实施门店体系的后续跟踪考核，注重实战能力的提升。实施企业发展成果与员工共享的激励机制，长春市内 6,000 余名表现良好的员工薪酬整体上浮调整，提振了全体员工爱岗敬业、勇于奉献的精气神，增强了坚定信心奉献企业，撸起袖子加油干的浓烈氛围。

四是推进信息数字化管理。围绕移动互联网的应用，三大体系加速线上线下深度融合，推进信息数字化管理。以集团大数据中心的建立为依托，围绕加强消费者体验、提高管理水平与效率、降低生产成本三要素，全年对 ERP、CRM、财务 NC 等系统进行了版本迭代升级，增强了与消费者的链接功能，强化了系统后台管理，使之更加精准、高效、便捷，全面提升了集团数字化管理和运营能力。

（四）强化党建工作打好协同战

集团党委以加强政治建设为统领，坚持党委领导核心地位，修订党委议事规则等 9 项制度。以提升组织力为主线，卖场党委、商业连锁党委及其党支部如期换届，确保党建工作在企业规模扩大中同步增强。“三会一课”制度落实落细，创建 6 个“示范样本”支部，战斗堡垒基础进一步夯实。以从严治党为根本，强化监督执纪，巡察反馈问题全部整改到位，干部作风大整顿深入开展，营造了企业风清气正的良好氛围。

集团工会围绕企业发展目标，强化服务职能，推进民主管理；突出“寻访红色印迹，再建时代新功”主题，组织 150 名优秀员工分赴井冈山、延安、西柏坡等革命圣地，在深化爱国主义传统教育的同时，激发了员工爱岗敬业的奉献精神和主人翁意识。

集团团委坚持抓组织建设，欧亚卖场团委及 15 个基层团支部如期换届。开展“重走抗联路　永葆党旗红”实践教育，组织优秀青工参观靖宇陵园、四保临江纪念馆、抗联密营，鼓舞青工传承抗联精神，勇挑时代重任，助力企业发展。

各位代表，2018 年在面对经济下行压力加大、零售行业风云变幻、消费需求萎靡不振的情况下，我们依然能够取得财务销售两位数的增长，这得益于党和国家的现行政策，得益于全体员工的辛勤努力。同时，我们也要有清醒的认知：全员的规范意识、风险意识、危机意识尚需提高，资源统筹整合、资源共享有待加强，自采自营商品仍未形成规模，利用数据分析进行精准营销尚有欠缺，精细化与智能化管理有待继续提升，这些问题需要在今后的工作中认真改进和解决。

二、2019 年工作安排

（一）工作思路

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大精神，适应现代商业发展变革的趋势，牢固树立“一盘棋”思维，强化经营能力和内涵管理，加强自采自营规模和质量，要以打造现代商贸业升级版为目标，全面提升以数字化为核心的运营质量，树立风险意识、危机意识，强化尽力而为和超力而为的责任担当，增强企业综合竞争力，实现高质量可持续性发展。

（二）预期经济指标

1.实现统计销售 453.69 亿元

2.实现财务销售 156 亿元

3.实现利润 8.2 亿元

（三）工作重点

思路决定出路，布局决定结局，为确保实现全年工作目标，我们要厘清思路，谋篇布局。

1.开发要讲求适规和适时

根据集团整体发展规划，2019 年，拟新增、新开门店 3—5 个，其中购物中心 1 个，连锁超市 2—4 个，新店建设要加速培育进程，缩短培育期，进一步实现规模效益。稳步推进项目建设，年内拟开工项目 5—7 个，其中拟新建项目 1—2 个，续建扩建项目 4—5 个，推进项目建设要根据经济环境、市场动态、区域容量，精准研判，动态把握项目开发规模，适时调整项目推进节奏，压缩资金回收周期，确保资金使用效率。

2.经营要实现高质和高效

公司三大经营体系要紧跟市场，强根固体，提质增效，强化由规模型向质量效益型的转变，确保速度与质量兼顾，规模与效益并重，提升发展内动力。各分子公司通过寻标对标，尽快缩短可比店的差距，实现逐步良性；通过着力提升自采自营占比，提高企业核心竞争力，脚踏实地“正步走”。在此基础上，商业连锁要在经营质地上下功夫，精耕细作，实现数量与质量的双赢，拓展出经营业绩的新空间。实施有效调整，打造适应性强、贴近市场、定位精准的零售＋集群又发展市场竞争力的商超连锁，体现连锁“多”元素。欧亚新生活要强化独特区位优势，探索与南湖公园构建导流、引流，实现共赢模式；三环购物中心要突出品味、格调，重点打造家居生活馆；欧亚广场、欧亚通辽购物中心、物流园等要重新定位，找准突破口；苏立德店、辽河店、四平红嘴店、卡伦店等要根据市场情况及时调整，尽快走向良性发展。欧亚商都要厚植品牌优势，优化消费者、商品、服务体验的强关联，善于做“乘法”，乘出新标杆，与奢侈品供应商形成强强联合，打造国内品牌集合完善，高端组合成熟又确保市场竞争力的国内一流现代时尚百货，体现商都“精”品质。吉林综合体要优化、细化调整升级方向，逐步掌控吉林市销售市场；沈阳联营要突出特色，扩大市场占比；奥特莱斯要紧扣定位，丰富奥莱商品。欧亚卖场要充分利用超强聚客优势，勤于做“加法”，加出新活力。瞄准主力消费群体、体验需求升级的实际，适度增加体验娱乐业态，实施局部迭代升级，打造多业态、多层次、多主题又驾驭市场竞争力的综合体，彰显卖场“大”格局。欧亚汇集要进一步推进和稳定已有项目，快速提升业界知名度，扩大影响力，与卖场形成有效互为。营销分公司要做优“统”的新局面，研究落实好家电和超市的集团统采工作，精于做“买手”。根据区域市场需求，合理调配好集团统采商品的配送比例，提升库存商品的销售业绩，加快资金周转率。神龙湾旅游要做细“游”的服务举措，在现有基建基础上，同步挖掘现有景区资源的文化内涵，加大宣传力度，增强吸客聚客能力，提升服务水平，助推口碑传播广度，促进尽快实现资产有效化。

3.安全要突出防范和保障

要坚持以防为主，牢固树立安全底线意识和红线意识，层层签订《安全生产责任状》，深入开展安全生产“五个一”工程建设活动，在平安企业创建方面取得新实效。落实各项安全生产规章制度，坚持隐患排查横向到边、纵向到底全覆盖，加强检查、整改、处置力度，健全应对各种突发情况的应急预案，提高安全意识和应急保障能力，杜绝各类事故的发生，将隐患消灭于萌芽阶段，实现安全环境的全面优化，为企业经营发展保驾护航。

4. 自采要注重合力和合效

各分子公司要树立商场如战场的概念，集中优势集中精力打好自采自营攻坚战。集团要形成合力，加大源头直采力度和自采范围，自采自营品类和数量要实现飞跃，要打出集团统采、系列分采、门店柜采的组合拳。要增加自采、自营、自主品牌商品上线率，加大联营品牌商品上线率，增加平台租赁商品上线率。要强化自采能力，深入做好“南货北运、北货南销”采销工作，拓展南方市场，外延北方市场，组织互调消费者喜爱的品类，进一步扩大市场空间，提高市场占有率的同时，提高整体经济效益。

5.管理要坚持务实和落实

内控内审要坚持以审计真实性、合法性为导向，以防范经营风险、规范业务流程、内控执行力为重点，进一步梳理和完善相关内控制度，实施有效内控管理，强化内部控制监督检查、风险防控和测评，提高管控水平，切实增强内部控制制度的完整性、合理性、有效性，发挥事前预防、事中监督、事后整改的作用，切实降低企业运营风险，提高经营效率。

财务管控要强化资本运营管理，集团公司、各分子公司均要按季度出具定期财务分析报告，对重大事项要有专项财务分析报告，建立健全应对风险的预警机制。对新建、改扩建项目及店面装修等投资，要测算投入产出比、投资回收期等，切实提高资金周转率。

人才培养要实施内部培育和外部引进双策机制，完善各级管理人员储备、考核评价、选拔使用、奖惩激励等一系列保障机制。内部培育要有针对性，继续加强优秀青年管理人员的储备，实施有效的岗位教育和多岗轮换的流动培训，不断发掘培养第二梯队的“龙兴”集群；外部引进要着眼于重点工作、重点岗位的特殊人才，以安全生产岗位为试点，采取择优选聘、内部考核等方式，尝试“等级工匠”机制，以岗择人、以岗定薪，确保专业人员从事专业工作，发挥专业特长。

信息建设要进一步提升数字化服务管理能力，全面构建实体零售和网络电商对接经营体系，加强“业态＋”体验模式和“互联网＋”营销模式的融合度，用数据分析进行精准营销，提升科技信息与企业建设发展的贴合度，积极推广大数据平台应用，进一步推动移动化、数字化管理适应市场新趋势，提升科技“软”实力对智能管理的“硬”支撑，为智能商务发展提供基础，为企业决策提供多维度数据依据，推动企业发展再上科技新台阶。

6.党建要强化引领和带动

2019 年，集团党委要坚持新时代党的建设总要求，突出政治功能，重点推进集团所属子公司企业党建入章工作，推动党的领导和完善公司治理深度融合；强化政治引领，扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，“尽心、尽力、尽责”实践教育，引领带动基层党组织和广大员工崇德向善、爱岗敬业，争做新时代新发展的坚定践行者；夯实组织体系，注重规范集团所属独立法人企业党组织设置，确保“四同步、四对接”要求落实落地；深化品牌建设，在欧亚集团“两融合三引领”党建品牌建设基础上，指导基层党组织跟进创建配套子品牌，构建上下联动、协同高效的党建工作新格局；持续正风肃纪，落实全面从严治党党委主体责任和纪委监督责任，督促和推动企业“三重一大”决策制度和报告制度的规范落实，健全完善内控制度，动态开展廉洁风险点排查，全面构建党风廉政建设的长效机制。

集团工会要坚持融入中心，围绕增强技能、创优创效、建言献策等开展竞赛活动，实施“建强本领”、“建功岗位”、“建家爱家”三项行动，不断增强员工的企业归属感、职业成就感和获得感。

集团团委要健全组织，强化阵地，组织团员青年学理论、强素质，练业务、精技能，勤奉献、创佳绩，推进企业团建工作实现新发展。

各位代表，2019 年是新中国成立 70 周年，是中国共产党成立 98 周年，我们也迎来集团成立 35 周年这一重要时刻。回望过去，2000 年，我们完成了小三星重要支点的落子；2006 年，我们开启了中三星战略布局；2012 年，我们挺进中国企业 500 强……展望未来，铁肩担重任，丹心谱华章。如今我们站在了新的起点上，接力棒已经交到我们手中，我们要不负重望，发扬欧亚铁军精神，执行有力，勇于担当，善闯善为，奏响欧亚品牌最强音，再谱欧亚发展新篇章。献礼，欧亚集团 35 周年！致敬，共和国 70 华诞！

欧亚商都传达学习曹和平董事长在集团七届三次职代会上的讲话精神

本报讯（商都　办公室）按照周总指示要求，4 月 28-29 日，欧亚商都体系各门店组织全体中层以上干部及部分员工代表召开专题会议，第一时间传达学习曹和平董事长在集团七届三次职代会上的讲话精神，在体系各门店掀起了立体化、系统化的学习热潮。

会上，长春欧亚商都中层干部代表围绕曹总提出的 2019 年工作重点，结合自身实际分享了认识和体会，纷纷表示，要将曹总的讲话和职代会精神传递给每一名员工，使会议精神人人皆知、入脑入心，并按照周总年初工作部署，进一步做好工作思路的梳理思考和具体工作的实施，明确重点任务，强化责任担当，加强核算意识，切实提高认识问题和解决问题的能力，确保经营指标和各项工作目标的顺利实现。

欧亚商都奥特莱斯购物中心及时传达学习曹和平董事长讲话精神，按照周总提出的“抓早、抓实、抓细、抓紧”的工作原则，要求各部门认真梳理上半年工作清单，在细节、质量、高效三个方面下大力气，全体管理人员要激发调动奥莱人的创新激情，持续发力，加快形成以创新为主要引领和支撑的商业体系和发展模式。

吉林欧亚商都组织中层以上干部及部分员工代表 130 余人，集中深入学习贯彻落实“曹和平董事长在欧亚集团七届三次职工代表大会上的重要讲话”。李新志总经理结合曹总讲话分享了“溯本求源直击本质——感悟曹总在职代会的重要讲话”的报告，并强调在今后的工作中，要对照曹总讲话的四个方面，认真领悟，找不足，找问题，带头学习，逐级分层贯彻学习落实。

欧亚联营公司以曹总提出的四项工作重点为目标，切实解决在思想观念、精神状态、思维方式、发展思路、方法措施等方面的突出问题，努力达成动机与效果的统一性，在欧亚集团以及商都的率领下，以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，努力实现欧亚联营的复兴！

周总对各门店组织传达学习曹总讲话精神会议做出重要指示，他强调：一是针对曹总讲话中提到现象有则改之，无则加勉；二是要结合工作实际对号入座，进行反思；三是学习不是形式，要与工作相联系，把曹总的要求落实到每个人的工作中。

欧亚商都城市超市 4·15 店庆销售业绩喜人

本报讯（商都　郑淑萍）历经 17 天艰苦奋战，欧亚集团 35 周年店庆以完美的姿态落下了帷幕。商都城市超市实现销售 5018 万元，纯销售同比增长 6%，完成计划 162%，再一次用数字刷新了历史。

农超对接价惠民，生鲜直采聚人气。店庆期间，城市超市商场从大连、丹东、海南、广西等地引进樱桃、草莓、相思蜜瓜、沃柑等 140 个水果品种，这些水果以超高的颜值丰富着超市的水果展位，用它们炫目的斑斓色彩赚足了消费者的眼球，更用那沁人心脾的馨香挑战着消费者的味蕾，店庆期间自采商品完成销售 298.2 万元，同比增长 306%，其中自采水果销售 21 万斤，销售 166.7 万元，沃柑以 23.4 万元的单品销售夺得了水果销售之冠。自采蔬菜更是以惊爆的价格，完美的新鲜度受到众多消费者的追捧，店庆期间每日推出 30 余个品种菜系，销售达 88.5 万元，同比增长 41%，生鲜水果区呈现出日日人气爆棚的景象。

聚焦创新营销模式，缔造时尚超市运营。城市超市商场首次推出幸运大拍奖活动，消费者购物满 200 元即可拍奖一次，最高限拍 10 次，奖项设置西门子冰箱、彩电、空调、面值不等的超市十足抵用券等奖项，中奖率 100%。消费者购物惊喜频现，首次体验超市购物带来的满足感，此档活动为超市销售的提升起到了推波助澜的作用。

疯狂内购会助力，销售再创新高。4 月 14 日和 4 月 21 日两日早 7 点至早 9 点超市购物商品折上满 100 元便可参与拍奖一次，上不封顶，中奖率 100%，此活动可与商都活动同时参加。在本商场和商都各部门的大力协助宣导下，此活动一经推出，得到商都内部员工及顾客的一致认可，销售现场火爆热烈，仅 4 小时，超市便实现销售 130 余万元，皓月品牌在店庆期间推出的燃烧吧，舌尖上的“牛”味再次发力，两日的内购会，仅皓月牛肉单品销售便达 20 余万元，城市超市商场再次掀起购物狂潮。

服务新举措，便民暖人心。店庆前夕，城市超市商场与嗷嗷快递公司签署协议，推出购物满 68 元以上，3 公里内免费送货到家的服务。触角体验式消费，让顾客轻松购物，增加了消费者的黏合度。店庆期间城市超市免费送货业务日均达 270 余笔，金额 73 万余元，消费者满意度 100%，此项服务在得到消费者的一致好评的同时，更有许多消费者与欧亚超市建立了长期有效的合作关系，在欧亚与您有约送货群里阐明所需物品，在家便可实现欧亚购物，便利又快捷。消费者用“欧亚快递，贴心给力”来为城市超市点赞。此项服务在便民、利民的同时也极大地拉动了超市的销售。

每个攀升的数字里都浸染着超市人艰辛的汗水，不忘初心，不辱使命，为了下一站更美的风景，超市人将用顽强的斗志向更高更远的目标努力再出发。

辽源欧亚第六届黄金珠宝内购会成功举办

本报讯（辽源欧亚　孙小鹏）4 月 13 日早 6 点半，辽源欧亚七号门前车水马龙，人声鼎沸，辽源欧亚第 6 届黄金珠宝名表内购会隆重举行。早上 7 点黄金珠宝名表内购会启幕仪式正式开始，辽源欧亚购物中心总经理王延、副总经理于明芝分别向来宾讲话致词，精品商场还请来专业舞蹈表演和舞狮表演活跃现场气氛，同时进行了现场免费抽奖，将现场的消费者情绪一下调动起来。

随着总经理王延为雄狮点睛礼成，内购会正式开始，上千名消费者如潮水般涌入黄金珠宝名表内购会现场，倾刻间十几家黄金品牌与名表专柜，被顾客与员工围得水泄不通，大家纷纷选购黄金饰品与各品牌名表，开场即将活动推向高潮，截止到上午 11 点销售即突破 203 万元，下午 3 点又破 300 万大关，至晚 8 点闭店，整档内购活动销售落锤 455 万元，再次创造辽源欧亚黄金珠宝名表内购会销售奇迹。内购会的成功举办，给予辽源欧亚精品家居团队最好的回馈，精心的策划、十几次供应商、店长、员工动员会、方案推进会、工作推进会，铺天盖地的微信宣传、站街条幅徒步宣传、员工车队与专业广告车全城街头巷尾地毯式的宣传产生了良好的作用与效果，团队的精诚合作、供应商的货源力度支持与全体员工的共同努力更是成为活动成功的主要因素。活动的次日依然有不少顾客来到珠宝名表专柜，活动的影响还在持续，这也是辽源欧亚商场自主营销带动整体销售攀升，所起到的以点带面的发酵效应，也为辽源欧亚集团 35 周年庆各项指标的实现产生了积极的推动作用！

欧亚联营家电商场举办“大促天下”活动助力集团三十五周年庆

本报讯（欧亚联营　许平柯）欧亚集团三十五周年庆，家电商场梦洁品牌在一楼共享大厅举行大型促销活动——大促天下。为了真正落实公司“欧亚集团庆　百姓购物节”的活动宗旨，让沈城的百姓能够买到最可靠的产品和最可靠的价格，家电商场积极与梦洁品牌公司研究制定“大促天下”促销方案，调动品牌所有终端的货品，全力以赴，品牌的终端以及导购加班接货、点货，积极做好准备工作。

在商场与品牌的共同努力下，三天时间共接收了六千余件货品，而且这六千余件货品都是从全国的商品中经过认真筛选挑出来的，既要保证商品的足够库存，又要保证商品的畅销度。同时为了能够在集团三十五周年庆期间大卖，商场联合品牌做好宣传工作，对所有会员进行电话邀约，利用好全体的微信平台全员进行推广及传播，并且全体员工积极推销公司制作的梦洁大促宣传册，一周时间推广上千本，充分体现出欧亚联营的工作理念“人人都是企业的名片，人人都是企业的推销员”。

家电商场及品牌的全体员工积极的布置卖场，忙完已经是深夜，虽然大家很辛苦，但是我们相信经过全体人员的精心准备和付出，家电商场在集团三十五年庆活动中，“大促天下”一定会取得辉煌业绩。

奋战店庆

凝心聚力，砥砺前行，2019 年 4 月是创意路店每一个员工最激动难忘的月份，这是一场空前壮观的店庆盛宴，更是为每一位顾客朋友创造的充满惊喜的购物盛宴。

4 月 5 日，店庆首日，创意路店为顾客送来了店庆第一份大礼“店庆早场限时抢购会”。抢购会从早上 7 点 30 分到 9 点 30 分，历时 2 个小时，多种商品，超高质量，爆低价格，虽然时间有限，却挡不住顾客朋友和员工朋友的购物热情。抢购会还增加了早场大抽奖活动，购物满 100 元，即可获得抽奖券一张，参加店庆首日 10 点整的大抽奖。抽奖现场，围满了等待抽奖的顾客朋友，创意路店店长亲自主持店庆首日大抽奖活动，抽取一等奖和二等奖的幸运顾客。短短 2 个小时，不仅满载着一车车物美价廉的商品，还幸运的赢得了大奖，消费者喜悦的表情，激动的心情，将现场的氛围推到了高潮。

店庆首推的活动就是从 4 月 5 日至 4 月 21 日，每日进行的幸运大拍奖活动，顾客购物满 200 元，就可以到客服中心参加拍奖一次，奖品丰富多样，参加拍奖的顾客络绎不绝，甚至在客服排起了长队，顾客朋友都非常耐心，还时不时的观看正在拍奖的顾客朋友，因为拍得大奖而发出惊喜的欢呼，因为拍到小奖而懊恼手气差，只是一个小小的拍奖活动，却给顾客朋友带来了不一样的购物乐趣。

店庆最重量级的活动就是循环大抽奖，抽奖采用系统抽奖的形式，顾客购物满 100 元，在购物小票上自动生成一注抽奖号，单票最高限 10 注抽奖号，顾客朋友不需到现场抽奖，只需上网查询中奖信息即可。系统抽奖的奖品也非常丰厚，一等奖是 4.9999 万元现金，二等奖是山西欧亚神龙湾免费游，三等奖是最高 1000 元免单。丰厚的奖品加上简单的抽奖方式，非常受顾客的喜欢，为了能赢得大奖，获得更多的抽奖号码，顾客朋友购物更加积极，更有动力。

从 4 月 5 日店庆首日开始，创意路店的所有员工，都加班加点，任劳任怨的开展工作，服务顾客。在大家的共同努力下，本次店庆前几天的活动取得了较好的销售业绩，赢得了广大顾客朋友的一致好评。创意路店的所有员工力争把每一项工作做到最好，把每一天的销售达到最高。欧亚店庆，是每一位欧亚员工共同努力创造出来的百姓购物节！

（创意路店　张园园）

为回馈而庆　促商业繁荣

龙舞商海创奇迹，感恩回馈撼春城。在春城市民的踊跃参与下，在欧亚卖场全员践行当内行、在现场、敢担当的模范表率下，欧亚卖场为期 17 天的“为回馈而庆，促商业繁荣”超大型店庆，以销售 13.9 亿元，同比增长 15%的业绩完满收官。超高的车流人潮、超强的市场号召、超凡的销售能力，在当前低迷市场下缔造商业传奇，再一次以过硬的销售业绩诠释了“定海神针”的美誉。

摄影：王金刚

17 天来，欧亚卖场超大型现代化购物中心的优势充分释放，20 万平米免费停车场车流如海，47 公里主街人头攒动，60 万平米经营现场热闹火爆，日均 80 万人次客流持续走高，喷涌的客流让原定延时闭店不得不再次推迟，充分彰显了 19 年来企业强势发展凝聚起的强大号召力，坚定业界同仁信心同时，更提振了全国实体商业的士气。

资源优势充分释放　全维业态攒足人气

在世界商业领域内，60 万平米单体之巨、80 万种经营服务业态之全、60 万种商品之多、20 万平米免费停车场之广、1 万名合作商之众，如此规模气势的仅有欧亚卖场一家，业态互联、品牌互为，布局互动，凝心聚客，这既是“购物中心＋”模式无限包容的独特魅力，更是多年来企业积淀打造的金字招牌。

店庆期间，各品牌均在基数较大、电商分流、竞争激烈等不利因素下实现了较快速度、较大比例、较强态势的普遍性增幅。店庆首日，海尔、格力、索尼、方太、苏泊尔等电器类品牌单店销量位列全国第一，周大福、老凤祥、六福等黄金类品牌单店销量位列全国第一，雅诗兰黛、欧莱雅、浪琴、美度等妆品名表类品牌单店销量位列全国第一，报喜鸟、真维斯、素拼、百丽等服饰类品牌单店销量位列全国第一，千派、索菲亚、科勒等家居类品牌单店销量位列全国第一。

“今年，在全国市场低迷的背景下，我们的品牌在其它省份销售都在下滑，只有在长春卖场的销售持续上升，特别是店庆期间，欧亚卖场整合资源、强强联合、异业联盟、立体营销，吸引众多的消费者来到这里，借助这些优势我们的销售在全国单店中遥遥领先，得到公司嘉奖。”欧亚卖场内一名供应商对记者说。

自营自采扛鼎发力　硬核支撑引领销售

“敢跟商场比质量，敢跟电商比价格”，自营自采模式打造了欧亚卖场差异化经营优势，是多年来钜惠春城的不竭源泉。

一直以来，百货食品超市不仅给春城消费者源源不断地输送了健康、绿色、生态的蔬菜、肉蛋、粮油等民生商品，延伸到田间地头、港口码头、工厂源头的直采供应链更让企业以低于市场批发价近 30%让利广大消费者。此次店庆，超市新引进了伊赛牛肉、生蚝、海胆、木耳、蘑菇等数 10 个品类 200 余种新品，2400 余个品牌、数 10 万款商品专供特惠，蔬菜、水产、蛋类等自采商品 20 个品类 2000 余种商品推出 1000 余吨特供生鲜助力店庆。

作为“商场＋食堂”跨界运营模式的新尝试，欧安小炒的品牌性日益成熟，店庆期间不仅每天客流爆满，通过开拓的美团线上配送和员工餐配送业务，销售额大幅度提升。

差异经营优势彰显　协同发力互惠共赢

作为定位特色鲜明、功能元素新奇的世界级商贸、餐饮、娱乐、旅游胜地，去年 12 月 7 日营业的欧亚汇集一期，开业以来就引起了国内外朋友和业界同行的极大关注，成为长春市城市夜经济的新名片和休闲娱乐文化的新坐标。日式温泉极乐汤、欧悦冰上赛车、三千宠爱宠物乐园、鹰力健身游泳馆等服务业态打造了与卖场差异化的独特优势，成为吸引客流、打造品牌重要支柱。

此次，欧亚汇集整合资源推出了彰显自身业态优势的系列活动，如，凭欧亚汇集 DM 单免费大抽奖，在 9 个网红打卡地拍照转发兑换餐券，150 元团 1200 元潮玩盛经，增强了知名度。此外，作为青年人的潮玩盛地，欧亚汇集适应青年人定位，组织了抖音网红大咖王北车粉丝见面会、疯狂的匣子主播见面会、时光谣音乐会、王者荣耀城市赛、2019 中国好声音海选等一系列极富时尚潮流、适合潮玩口味的演艺活动，提升了人气士气。

发展成果充分共享　普惠钜献回馈百姓

作为民营企业的典范，欧亚卖场在自身强势发展同时坚持成果共享，积极回馈社会，反哺广大顾客，每年拿出近亿元回报消费者，长春近一半的家庭都有欧亚卖场从几万元到几十元的礼品，企业在投身公益、济困扶弱、担当责任中积攒了商誉和名声。

本次活动，欧亚卖场全方位打造劲折惠卖＋现金拍奖＋现场返现＋豪礼放送＋银联礼金＋线上礼券＋满额立减＋欢乐秀场＋美食专享在内的吃喝玩乐购一体化盛宴套餐，让消费者感受十足的诚意。

一次性拿出了 4 个 4 万 9999 元现金、12 个山西欧亚神龙湾旅游、1667 个最高限额 1000 元的免单循环大抽奖，总额 310 万元电子会员预存增值、1 亿元店庆一卡通、1000 万元家居店庆好礼，不仅有 110 万元云闪付优惠券，更有总额 380 万元的滴滴 / 嘀嗒出行红包等你来抢，此等规模、此等力度、此等胆魄，体现了回馈社会、担当责任的为民情怀。看到欧亚卖场的大手笔，很多供应商也纷纷大力度造势：国际一线品牌雪花秀适时开业，君珮珠宝组织超 V 大客户珠宝品鉴会，安踏灭霸系列全国首发，美的和三星 4K 电视新品全国首发，天王表同城抽奖等活动纷纷助力店庆，在强强联合、资源整合、普惠春城中聚拢了人气。

（欧亚卖场　经理办）

欧亚商都 4·15 店庆圆满收官　钜惠盛宴亮点纷呈

欧亚商都 17 天店庆礼惠全城，圆满收官。本次店庆，欧亚商都以精致商品、实惠价格、品质服务，诚挚打造全城狂欢的购物盛宴。

店庆启幕以来捷报频传，欧亚商都前三日销售突破 4 亿，实现双位数增长，再创历史新高！数百个国际国内知名品牌位列全国、东三省第一。店庆热度持续升温，震撼回馈陆续上演，亮点活动不断呈现。在到店客流、商品销售、精致服务方面均较同期大幅提升，展现了超强的集客能力、盈利能力、市场号召力，也获得了广大消费者的信任与支持。

欧亚礼惠全城　商都畅享品质

本次店庆，参加集团 70 万种商品倾心普惠感恩大酬宾；总额 2 亿元店庆礼金满额即时返；12 个 4.9999 万元现金、35 个山西欧亚神龙湾免费游、5000 个购物免单循环滚动大抽奖。除此之外，欧亚商都还精心准备了千万元店庆豪礼、礼券、现金大放送、即时送！幸运赢取 2000 元现金、多功能蓝牙音箱、保温饭盒、精美雨伞等好礼、微信红包。更有电子会员幸运赢美妆大牌！100 名欧亚商都电子会员 1 元购进口大牌彩妆。贵宾尊享礼，名品专享礼，纳新礼，停车礼，配送礼，刷卡加送，免费专线车等专属活动，惊喜不断。

欧亚商都店庆　折扣够低　福利给力

每年店庆，超低的回馈力度一直是消费者关注的热点，各品类商品琳琅满目、优惠促销。服饰满收基础上加送店庆礼金；进口妆品高倍积分再享逐级赠礼；国际名品满额随机立减；珠宝满千减百；体服特卖，名品服饰 1 折起；第二届风衣节独享优惠；锅具高倍积分；电器抄底价基础上满千送百；超市内购会，震撼特价限时抢购；乐活·里送券畅玩休闲娱乐项目等大力度优惠基础上，再参加各大银行刷卡加赠活动，一省到底！

免费派送蛋糕　分享生日喜悦

4 月 15 日 11 时，欧亚商都 1 号门前举行了欧亚 35 周年生日庆典，各大媒体代表、商都领导及奋斗在一线的员工朋友一齐参加了活动。现场人潮涌动，共同为欧亚庆祝生日。巨型蛋糕总直径达 3 米，姹紫嫣红、娇艳欲滴的花朵开满在蛋糕上，郁郁葱葱，生机盎然。鲜花朵朵、绿叶葱葱，簇拥在优雅别致的环形花廊下，散发着醉人的清香，幸福的芬芳。四周则由上千个精巧别致的粉色纸杯蛋糕汇聚而成，代表着千千万万广大消费者的厚爱与支持，欧亚集团 35 周年庆主题 LOGO 在花团锦簇中托举而升，寓意着欧亚商都的发展必将如巨龙般腾飞，欧亚商都的未来如鲜花般灿烂。伴着欢快的乐曲，蛋糕派送正式开始，消费者们井然有序的依次领取这份甜蜜与幸福。在这个特殊的日子里，欧亚商都与消费者们共同分享喜悦，共同鉴证欧亚成立三十五周年的历史时刻。

文化活动　亮点纷呈

店庆期间，欧亚商都文化活动新颖独特，别出心裁。首次举办街头行为艺术表演，这是一种在公共场所创作的视觉艺术。演艺者把自己装扮成“铜人”雕像，摆出各种姿势，时而静止不动，时而快步巡游，真假难辨。并与现场的消费者即兴互动，惊喜搞怪，爆笑全场。这种区别于传统活动形式的演艺令人耳目一新，带来一种视觉上的震撼，趣味十足。乐活·里 9 大互动场景，表情体验馆、百度爱说唱、宇宙能量中转站等，集新奇、科技、创新、趣味为一体的大型线下活动，成就潮范黑科技打卡圣地。百人生日蛋糕 DIY，现场亲手制作蛋糕，共享欢乐时光。各楼层特色活动，不断上演。羽毛球奥运冠军傅海峰见面会、中国北方城市飞镖对抗赛、巨型网红大熊猫等卡通巡游、小丑魔术、美食沙龙、手工 DIY、茶艺插花、动感单车活力赛、包饺子大赛、抓娃娃大赛等独具特色的花样活动亮点纷呈。

（商都　孙红超）

欧亚商都全新服务体验，助力消费品质加速升级

欧亚集团 35 周年庆，欧亚商都将服务营销与场景连接、情感连接深度融合，提升消费者幸福感、参与感和尊崇感。从人性角度出发，设计了系列服务新举措，满足消费者的精神渴求，构建出精致丰满而富有引导共鸣的服务新体验。

二次开店，感受尊崇服务

所谓二次开店，即在商都第二个客流高峰时，以不同楼层特色音乐为背景，做特色迎宾服务，致谢贵宾们的到来。一楼国际精品区，以“delicate、style、tasty”为元素的充满艺术格调的高颜值迎宾团队引来众多消费者合影、分享和传播。福星喜从天降，对消费者产生强大吸引力，150 份店庆伴手礼送到目标客群手中，为终端引流，创造销售机会。潮玩打卡地五楼运动区以“young、fashion、self”为元素的二次开店迎宾，为消费者带来强震撼的视觉冲击。法拉利车模前上演了一段活力四射的快闪舞蹈，各专柜导购员站在通道处，手持私人定制的文汇迎宾牌，伴着动感音乐轻快舞动与年轻消费群体形成有效互动，营造出“炫彩轰趴”氛围，与消费者们达到了情感共鸣！其他楼层以“cozy、comfortable、intimate”为元素向消费者致鞠躬礼，消费者充分享受着被关爱、被呵护、被尊崇的幸福感。

专车接送，感受便利服务

欧亚商都在 4 月 5 日 -7 日、13 日 -14 日、20-21 日，推出免费专线车绿色出行服务。在地铁 2 号线，轻轨 3 号线设置专线车，10:00-20:00 在欧亚商都新 1 号门前每半小时一班环线绕行，倡导绿色低碳生活，有效解决顾客出行难困扰。

豪车接送，感受品质服务

欧亚商都珠宝商场与百万配置蔚来新能源汽车合作，推出“蔚您而来，VIP 尊享专属接送服务”。高格调的私人专属服务，深受金字塔顶端人群青睐，为高端 VIP 带来品质与尊贵享受，建立更深层次，更长久的情感连接。

360° 全方位停车管理，感受星级服务

欧亚商都高智能停车场采用电子化智能控制设备，让消费者体验完全无卡化快速停车！智能化寻车系统，为消费者解决后顾之忧。积分抵车费、消费抵车费，为消费者开通电子化便捷付款通道。为了破解店庆经济带来的商都周边三个主要交通枢纽车辆堵塞难题，欧亚商都与交警强强联合，在和光路实行阶段性车辆限流，将车辆有效分流至周边停车场，使得商都周边三个主要交通枢纽车流顺畅，彻底消除消费者焦躁情绪。店庆期间，欧亚商都推行带客泊车服务、超级 vip 预留车位服务、导车服务、重物提送服务、修车工具箱免费借用服务，一系列星级服务赢得了消费者口碑。

儿童休息区，感受贴心服务

为充分体现商都的人文关怀，欧亚商都服饰专柜内纷纷开辟儿童休息区，增设极具趣味性的益智玩具、婴儿车、IPAD 影片、儿童书籍等。超 v 室增设儿童托管服务，独立的玩乐空间配备了儿童桌椅、乐高玩具、无添加果汁等。孩子们玩的尽兴，家长们购的欢畅无忧，大大延长消费者停留时间，创造可持续性消费。

茶歇派送，感受暖心服务

开业前，欧亚商都礼仪员会为等候的顾客奉上暖心茶歇；排队交款时，管理人员还会为顾客奉上安心茶歇；各专柜前，精致的饮品、糕点、水果，让消费者充分体验慢生活的购物享受。

88 项暖心举措，感受亲民服务

欧亚商都全岗位提送服务，共服务顾客 5700 余人次。城市超市推出 3 公里免费送货到家，服务人次 3000 余人。带客到位服务令消费者收获感动。商品免费邮寄、服饰免费熨烫、皮具免费打理、床品免费除螨、锅具免费清洗等一系列亲民服务以及个性妆容打造、衣橱整理、家宴指导、健康营养配方等私人订制服务深受消费者赞誉。

全岗位服务标准提升，锻造核心竞争力

店庆前期，欧亚商都细化了 21 个对客服务岗位标准，用谈恋爱的心态服务顾客。服务标准手册中强化全员提送、全员答谢、全员带客到位、全员接待服务全程站立。接待服务细化了迎宾时三米微笑，五步目迎，三步问候；送宾时离店等待黄金 3 秒钟以及如何挖掘深度消费需求，如何传达品牌 DNA 等等。21 个对客服务岗位标准的提升，带给消费者全新的购物体验，提升企业核心竞争力。

欧亚商都服务管理工作，将继续遵循曹总提出的“商都做精”定位，积极探索践行周总提出的“线上＋线下”、“商品＋服务”、“消费＋体验”三位一体的未来实体商业真正发展之道，以服务为舞台、以商品为道具，带给消费者既有温度又有热度的多元化消费体验，重构消费者的消费习惯和生活方式，助力消费品质加速升级。

（商都　王毅）

精细服务　奋战店庆

欧亚车百蝶变升级，盛装亮相，这 35 年是一个重大改变，这一次，我们要给顾客带来不一样的视觉改变和服务改变。视觉改变我们装修升级，一个一个柜台崭新亮相，蒂芙尼蓝气球在楼层每一个角落处处可见；服务改变则是我们细化服务。

老子曰：“天下大事必作于细，天下难事必成于易。”当精细化成为我们每一个人内在的品质时，它将不只是一种管理体制，也不仅是一种思想方法，它必将作为一种生存方式对我们的工作和生活产生深远的影响。精细化是要靠全体员工来落实到位，员工才是精细化的真正执行者，只有全体员工具备精细化管理意识和精细化精神，企业的精细化才能落到实处，产生实效。“今天，你精细化了没有？”

面对残酷的市场环境下，为进一步提升销售，以提高消费者便利生活为目标，以服务促销售为影响力，每天员工利用自己的个人时间发店庆宣传海报，早班员工进行举旗站街宣传，为 35 周年庆做足宣传活动，在专柜内，在每一位管理者对每家专柜进行了不同的指导，无论从货品上，还是从活动上、服务上都做了精细的调整，为店庆做足了准备工作，从服务上管理者沟通了许多免费活动，如免费美甲、免费清洗、免费保养、免费品尝等诸多项目供顾客所需。每一个专柜均摆列冷餐宴，为顾客提供水、食物，每一个专柜还摆放不同的小礼品，我认为只有上下员工拧成一股绳，面对残酷的大市场竞争下，积极努力做好自身服务。在逆境中磨练自己，发挥更大的优势，重视顾客需求，丰富服务内容，争取更多的资源吸引顾客提升销售，在“比、赶、超”的和谐氛围下，促销售、推服务，以崭新的姿态全面提升。

相信付出会有回报，店庆我们一定能赢！

（车百　韩小琪）

勇于破冰，华美绽放

人间四月天，草木将绿，花朵将绽，阳光明媚，微风徐徐。一切美好都以恰到好处的姿态呈现。美好的四月也迎来了我们的节日——欧亚集团三十五周年庆。

为确保销售利润双增长，活动前期 360° 无死角立体式宣传，全体员工分路线发放 DM 单，多条路线贯穿吉林市大街小巷。同市政府共同组织的“第三届保护母亲河”公益活动，以实际行动宣传社会正能量，承担企业的社会责任。宣传低碳环保的同时，扩大企业影响力，为店庆造势；店庆前活动的洽谈，资源的整合，库存的储备。前所未有的商品折扣，特供店庆的货品支持，超震撼的智能豪礼相送，商机总是留给有准备的企业。为热烈庆祝欧亚集团成立 35 周年，欧亚进驻吉林市 10 周年，吉林五店同庆，店庆前三日巧遇清明小长假，江城人民开启了疯狂购物模式，停车场的车水马龙、一位难求，卖场内的人头攒动，排队交款的购物热情，拍奖处的惊喜欢笑声，都能感受到江城百姓对欧亚的信赖与支持。欧亚集团进驻吉林市以来，始终秉承“以人为本，诚信经营”的办店宗旨服务吉林市民。欧亚店庆日，百姓购物节，这不仅仅是一句口号，而是真正意义上的购物狂欢。

作为一名商场的基层管理人员，面对越来越精打细算的顾客，面对电商的冲击，面对严峻的市场压力，我们要看到实体店的优势，发挥实体店的优势，我们要做的是加强顾客消费的体验感。从售前、售中到售后，在每一个环节做充足的准备，每一个细节都值得我们全力以赴。曹总说过，你若想得到消费者的认可，就要满足她的消费习惯和消费目的。于是，欧亚给了消费者舒适、明亮、愉悦的购物环境，多元化的购物元素，以及完善的售后保障体系。欧亚用一场百万人激情参与的店庆活动让销售逆势攀升。欧亚也会一直秉承“全心全意对消费者服务，善始善终对消费者负责”的服务宗旨，回馈广大消费者。

（吉林欧亚商都　李媛）

众志成城协力托举　欧亚辉煌荣光

欧亚集团 35 周年的生日庆典已完美收官，傲人的佳绩，喜人的火爆场面，人流涌动、车马如龙的喧嚣热闹，依然历历在目，心中仍充满激动。逆势的业绩增长，是所有商场部室，全体员工齐力同心，携手共进的努力成功。

俗话说“预则立、不预则废”，快餐美食城店庆前，充分准备各种预案，组织员工进行培训和实践演练，将可预见的超大客流所带来的营业现场考验，及时进行分工安排，以备不时之需。店庆的第一天，超大的客流，震撼了全体业户，近 120 家的餐饮品牌，各家各户忙得不亦乐乎，送餐员工汗流浃背，大家脸上洋溢着快乐，累并快乐着。近 1.6 万平米的用餐面积，座无虚席，全体管理人员放弃休息时间，全天在现场进行疏导和协调，避免因“抢座”发生不愉快事件。近 60 名保洁工作人员，不停地捡拾碗筷，清扫地面，干湿垃圾不断运送垃圾处理地点，两大洗碗间，人与机器接力清洗，店庆首日清洗餐具创新历史纪录，单餐具碗一项就运送 66 车，每车约 200 个碗，共计清洗消毒近 13200 个餐具碗。庞大的清洗压力没有难倒我们可爱的保洁阿姨大叔们，他们喜滋滋地说：“现在能有这么多活干，在当今社会已不多见啦！能在卖场赶上这场面也真是开眼界呀！这人可真多啊！哈哈！”听着阿姨大叔们，淳朴的话语，感受着他们以成为卖场工作人员为傲的喜悦。不仅感染我也感染着来用餐的顾客，不抱怨脏累，默默做好本职工作，为顾客提供干净整洁的用餐环境，让顾客解除疲惫，吃得开心、舒心、放心。

不仅想起有人问：“为什么你们天天那么忙，那么辛苦，常常放弃休息还乐此不疲的工作。关键还那么开心，这是为什么呢？”我深思回答：“卖场企业文化的魅力，它让我们知道自身的价值，需要在工作不断体现和完善。企业给了平台，员工就要站好舞台，不仅为自己也要为观众展示出精彩的内容，才不负企业给予的机会。”外聘工作人员都能深受感染，与卖场一起成长的我们更是将企业文化纳入我们的魂，韵化为我们的精气神，为了再创佳绩，我们沉下心，弯下腰，不忘初心，加油干！

（欧亚卖场　李微）