

今日欧亚

第5期 总第527期

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: 0431-85511708 邮编: 130012 网址: www.eurasiagroup.com.cn/index/jroy.html



2020年3月
30
星期一
农历庚子年三月初七
十二清明

导读:

加强自采自营,是目前商业零售业提升企业市场竞争力的重要手段。大力推动自采自营,发挥零售商业的本源功能,对商业零售企业从新、创新具有重要意义。为进一步贯彻落实曹和平董事长“大力开发无中间环节的扁平化采购渠道,做好买手与卖手,加快完成企业供应链整合,提升企业核心竞争力”的战略部署,充分彰显在统采、联采工作中集团的规模优势和各系列的联动效应,本报开设《自采自营在行动》专栏,为各系列提供交流借鉴的阵地和展示阶段成效的平台。本期一版刊发《集团“生鲜”联采到辽宁》和《欧亚卖场自采自采优势全面整合释放》,以飨读者。

节约一点 创收一点 创造一点

曹和平董事长亲临欧亚沈阳联营指导工作

本报讯(欧亚沈阳联营 综合办)3月24日,曹和平董事长亲临欧亚沈阳联营看望慰问疫情复工后的一线员工,欧亚集团副总经理、欧亚商都总经理周伟,欧亚集团副总经理邹德东陪同视察。欧亚沈阳联营总经理严震向董事长一行汇报了自疫情以来企业的各项工作及举措。视察中,董事长对沈阳市场目前的现状做出充分研判,对欧亚沈阳联营经营、自采、集团庆等工作给予亲切指导,并就下一步工作提出明确要求和殷切希望。董事长指出,沈阳店在特殊的时期要有适合自己的办法,要做好“三点”,即:节约一点,创收一点,创造一点。超市是沈阳店的蓝海,要有行为。大家都没有办法时,你挖个坑,水就过来了,需要一线员工发挥作用。沈阳店第二家集商场、商超、集贸市场一体化的大超市最迟要在9月15日前开业。周总要求,在全力筹备集团庆的同时提前做好复工后的第一个清明小长假,为集团庆打好基础,恢复信心。



曹和平董事长亲临欧亚沈阳联营指导工作。

恢复人气 恢复销售 抓好货源 抓好营销

欧亚商业连锁召开清明小长假及集团36周年店庆部署会

本报讯(商业连锁 经理办)3月20日下午,欧亚商业连锁召开班子扩大会议,传达曹和平董事长当天上午在集团班子会上的讲话精神,并对清明小长假及集团36周年店庆进行部署。于总重点传达了集团班子会上曹总的讲话精神:3月20日是24节气中的春分,象征着春天的到来,春暖花开的日子到来了。从疫情来看是个分水岭,到了拐点。从企业来看,商业零售业是重灾区,但企业的经营面貌正在逐渐向好。企业的各项工作要恢复常态,恢复正常。疫情使很多人的生活方式发生了改变,门店在经营品类上要增加品种,把每个品类做强。同时要利用好小程序,把这个平台用好、用精。对待不同的供应商要采取不同的措施。同时要利用好政府为恢复社会生产生活秩序制定的各项优惠政策,为企业、为员工争取最大的利益。围绕落实曹总讲话精神,于总强调,欧亚商业连锁要抓好清明小长假和集团36周年店庆两个重要契机,抖擞精神,使门店人气、门店销售尽快恢复常态。

一是作为疫情过后的第一个小长假,清明小长假是非常重要的销售节点,重要程度可以等同于店庆。总部、各大区、各店根据各自不同需求做加法。清明节的销售商机一天不能错过,一定要想尽办法形成销售高潮,引爆消费高潮,为即将到来的店庆蓄势、预热。二是对集团36周年店庆的特级营销,各大区要加大资源投放,加大重视程度。各大区要尽快开始启动店庆各项筹备工作,抓好货源、抓好营销,特别是外埠各大区的营销,一定要针对疫情之后消费者生活方式、心态的变化,以及市场环境的变化来入手,既要重视过程,又要重视结果。

会上,参会人员还学习了长春市疫情防控工作领导小组下发的《全面恢复正常生产生活秩序》文件,于惠航总经理听取了各大区近期营销活动的汇报。要求从3月21日起,除特殊门店外,欧亚商业连锁各店要全部恢复正常营业时间,首先把这周末的3天销售抢出来。

拓展营销渠道 推进深度融合

欧亚卖场全面开通线上直播销售平台

本报讯(欧亚卖场 齐蔓蔓)为了适应新生代消费群体的消费习惯变化,加快推进线上线下全营销深度融合,经过周密细致准备,欧亚卖场3月15日正式开通微信小程序直播。开通后,线上流量直线上升,极大助推销售增长,进一步提升了欧亚卖场的知名度和影响力。截至目前,卖场共有58个品牌进行在线直播,累计线上上架500余款低价好货,150多款爆款产品,线上派发礼物近600份,最高观看人数15000余人,互动评论数十万次。直播中,不仅各个品牌厂家上线直播

销售,欧亚卖场的管理人员也亮相带货,商企携手共同开拓线上销售新平台。通过企业搭台、商企联合唱戏的线上销售,卖场逐步形成线上直播——销售——送货到家的一站式服务平台,在积极适应大数据、云购物等营销新形式探索的同时,也实现了消费者足不出户便捷下单的愿望。下一步,欧亚卖场将继续做好线上直播平台,创新线上营销,打造集合爆款直播间,不断提升对广大消费者特别是年轻消费群体的吸引力和黏合力。

千方百计抓销售 静心尽力谋发展

吉林欧亚商都召开疫情后经营工作思路与分享视频会

本报讯(吉林欧亚商都 李欣)3月18日,吉林欧亚商都召开视频会议,主要围绕“疫情后现状下经营工作的系统思考”进行分享,柜长以上干部通过钉钉手机软件参会学习。针对疫情发展以来给人们带来的思维转变,总经理李新志从疫情规模转变、现状转变、措施转变、心态转变、思想转变、行为转变逐一分析,在应对疫情变化的同时,也深刻认识到危机所在,认为要强化全员危机意识,从阶段性影响调整为持久性影响,全面调整经营思路,把经营工作作为重点,适度调整工作节奏。并再次强调了曹和平董事长在巡店时提出的关于服饰类销售三个方面的重要指示,对全员提出十条要求:1.增加紧迫感,挺住压力千方百计抓销售,提升市场份额,提高占有率;2.控制成本,压缩开支;3.重构营销思维,重建营销节点;4.除明令禁止的业态,要求在做好逐级审批后尽快复工;5.配合品牌做好线上销售工作,严控体外循环;6.构建“安心

服务”体系,同时做好会员服务,以服务促销售;7.做好争取政策补贴等政策支持工作;8.关注行业、品牌动态,夯实基础;9.做好集团、体系、地区三级自采工作,发挥企业自采优势;10.落实《春防工作方案》。最后,李总强调要按照董事长始终保持战略定力,增强必胜信心的指示要求,千方百计抓好销售。会后,各店迅速行动,做好营销的两手准备,有针对性开展“春花烂漫”等促销活动的落实工作,凝心聚力,为抢占吉林市的市占率持续奋斗。截至目前,吉林地区通过反季出清、打折、一口价等多种促销手段共计去化服饰类库存1685万元,为供应商盘活库存资金,引进夏季新款提供了帮助,为即将到来的店庆做好货品储备。在此期间,御龙湾地产积极做好四号楼的开盘工作,共计推出52套房源,并于两天进行分流开盘,开盘成交26套,销售金额1001万元,去化率达到50%。截止3月26日,四号楼共计成交32套,成交金额1223万元。

两地领导及中办国办调研组到欧亚调研

本报讯(白城欧亚 程丽娜、商都 王毅、梅河欧亚 王红岩)3月12日、17日、26日,白城市市长李明伟、中办国办调研组、长春市朝阳区区委书记徐连东分别到白城、梅河欧亚购物中心和欧亚商都,调研指导疫情防控和复工复产工作。调研中,欧亚集团副总经理、欧亚商都总经

理周伟和各购物中心总经理分别汇报了企业疫情防控和复工复产情况,两地领导和调研组对欧亚在疫情期间及复工后的工作给予充分肯定。白城市市长李明伟还强调各相关部门要上门搞好服务,落实好政策措施,有利政策必须优先支持白城欧亚。鼓励白城欧亚多创收,多缴税,保障就业岗位,为白城市经济发展做更多的贡献。

吉林欧亚商都党委获评丰满区疫情防控工作中表现突出的先进集体

本报讯(吉林欧亚商都 李棠)3月18日,经吉林市丰满区委组织部、统战部研究决定,吉林欧亚商都党委被评为丰满区疫情防控工作中表现突出的先进集体。在疫情期间,吉林欧亚商都认真落实公司《关于在坚决打赢疫情防控阻击战中充分发挥公司各级党组织战斗堡垒作用和广大党员先锋模范作用的通知》精神,积极发挥欧亚集团大型商贸

企业的龙头作用,克时艰,保民生。防疫工作开展以来,率先推出平价菜专区和84消毒液等敏感商品销售,坚持满足供应、平抑物价;防控中,率先要求“进店测温、按时消毒”等防控措施;积极组建“战疫先锋队”,注重发挥共产党员先锋模范作用,当好一面旗、一盏灯、一个火车头,有力促进了企业疫情防控和经营销售工作的顺利进行。

发挥联采功能 占据价格优势

集团“生鲜”联采到辽宁

本报讯(商业连锁 生鲜事业部)民以食为天,食以优为主,优以鲜冠名,鲜以快孕养。没有中间环节,没有固定性的选择,真正做到来自田间地头,走进千家万户。按照曹和平董事长“扩大自采自营,成立欧亚购、采、销一站式经营体系”的指示要求,3月初,欧亚集团联采小组在副总经理吕飞的带领下,欧亚商业连锁、欧亚商都、欧亚卖场三大系列的生鲜果蔬采购负责人走进东三省最大的辽宁省叶菜主产区,组织源头直采。一周的时间里,联采小组先后深入辽宁省的大潘、北镇、新民、绥中、温家屯等地的田间地头,采购人员亲自挑选最优质、最新鲜的绿色叶菜。从选菜到采摘、运输、分配到欧亚的销售网点,做到专人负责

监督,提高了蔬菜选购质量,降低了采购进货成本,保证了蔬菜新鲜成分,加快了供货时效,增加了毛利,所采购的商品在长春市场占据非常强的价格优势,真正发挥了集团联采的功能效益。从3月4日到3月8日,联采小组共计采购蔬菜22车、21518件,313吨,总计进货金额131万元,低于市场进价10%~20%。

实践是最好的证明,数据是最好的体现,生鲜直采的重要性不言而喻,欧亚采购部门一次次的成绩,一次次的探索,一次次的拓新并没有停滞,带着民众的期盼,载着欧亚人的使命一直在路上,坚守着共同的信念一直在路上。做商海的弄潮儿,做集团的先行军!



集团“生鲜”联采到辽宁。

全面展示实力 擎起责任担当

疫情期间,欧亚卖场自采自采优势全面整合释放

本报讯(欧亚卖场 刘洋)面对疫情下民生保障的考验压力,欧亚卖场充分发挥供应链保障作用,全面整合释放自采自采优势,用品类多样的质优价廉生鲜果蔬保证了春城百姓“菜篮子”“米袋子”“肉案子”的安全,给疫情下的广大市民送上一份守望希望和精神慰藉。民以食为天,面对疫情下急剧增加的需求量,欧亚卖场百货食品商场迅速行动,按照“宁可十防九空,不能万一失控;宁可备而不用,不可货少售空”承诺要求,持续加大百姓生活必需品和生鲜用品的采购供应。采购团队每天清晨都会清点从各地运抵超市的蔬菜和水果,每天安排人员考察市场,比价格,确保供应商品丰富,物美价廉,精品荟萃,不断扩充源头采购渠道,全面展示了自营实力。保障市场充足供应。他们全方位整合遍布全国的供应网络、供货渠道和货品资源,形成了完整的价格、资源、货品等供应链信息传导机制,根据市场形势及时做好预判。积极调控供应,广寻货源稳物价,多渠道从沈阳、北京、河南、河北等全国各地采购生鲜商品。利用“物流+货运”模式,获取了全国近30个主要蔬菜产地的采购资源,及时应季地向市民供应“大众菜”,还有云南黄金勾豆角、广西荔浦芋头、辽宁小水萝卜、四川花菇、内蒙古圆茄子等长春市场少见的各地特色蔬菜,同时也获得了东北首家大米、面粉、淀粉的直管渠道,满足市民的不同需求。

提供新鲜优质商品。始终以“经营食品就是经营人品”的理念做好生鲜用品采购,严格把控商品的产地、进货源头、海陆空运输、上柜等各个环节,确保时令新鲜商品品质,改善经营环境,增设帝王蟹、澳洲龙虾、波士顿龙虾、八爪鱼在内的高端水产品加工服务,解决消费者烹饪难题,保障供给,更保障安全,极大提升了水产区销售形象。尤其针对疫情期间市民对食品安全的特殊要求,在加强农药残留检验检测同时,从物流安全、车轮消毒、员工穿戴防护用品等各个环节入手,严防生鲜品运输中的二次污染。

带头平抑市场物价。始终把稳定市场、平抑物价、降低百姓生活支出作为义不容辞责任,狠抓特殊时期日用品和生鲜商品价格管控,不仅保障“菜篮子”,超市更注重帮百姓收紧“钱袋子”,带头做到不涨价。疫情期间,白菜1.98元每斤,土豆0.99元每斤,源源不断足量供应市场,发挥了稳定货源、稳定价格、稳定人心的支柱性作用。尤其是凭借自采自采定价优势,通过降低企业毛利消化自采商品近20%的物流成本涨幅,将蔬菜、米面等日用品和生鲜商品全部以低于市场价提供给广大顾客,履行了一个企业担当大义的社会责任。

自采自营在行动

直播带销售 转型赢发展

家电总部布局线上营销实现逆势增长

本报讯（电器营销总部 杨波）面对疫情，欧亚家电总部坚持化“危机”为“商机”，以先行者的姿态勇敢变革升级，适时营销转型。针对直播销售成为疫情期间宅经济一个风口的实际，他们积极探索家电新零售的无限前景和可能，重构消费路径，布局线上营销，引领家电销售新生态，树立了家电营销新标杆。

在这场转危为机的战役中，家电总部注重整合资源，深度挖掘消费需求。各采购部经理沟通20余个主力品牌，针对消费者痛点推出百款秒杀单品，价格空前让

利，培训直播销售攻略，通过员工自媒体和门店宣传平台，全面宣传预热，聚拢顾客关注，扎实落地直播，以便高效带货。他们先组织单品及单店启动9场直播活动，9场活动均形式多样，重度引爆。其中单品专场直播秀7场：涵盖创维、海信、松下、海尔、美的、长虹&美菱、博世、西门子、夏普；门店专场直播秀2场：欧亚春城的海尔专场及欧亚商都的三星、方太、3M净水、双立人专场。用符合自身品牌优势和逻辑的方式与目标消费者建立情感连接，压缩消费者与品牌、商

品、体验、服务的空间距离。同时，导购在线下积累的零售经验和内功，在线上直播中也大放异彩。以海尔王凤侠为代表的新一代“带货王”闪耀云端，这使各品牌云购物模式瞬间百花齐放。家电总部又趁热打铁于3月14日-15日在“一直播”和“抖音”平台启动多品牌联合欧亚卖场直播，两天直播时间累计15小时，累计观看直播人数万余人。利用欧亚电器的企业品牌优势，有效带动下客流，掀起全民关注浪潮，最大化的整合流量，实现线上线下深度融合。

活动中，他们不断加码推高，实现逆势增长。为更好与消费者互动，直播中融入了“直播抽奖”、“限量秒杀”、“整点秒杀”、“多人拼团”、“特价竞拍”、“情景演绎”等吸睛元素，现场连线品牌老总为直播活动加助动力，有效地增加活动热度，推动人气飙升，吸引种草关注，增加用户粘性，提升了转化率，强化市场信心，刺激并带动了欧亚家电的进一步发展。欧亚电器14、15日线上线下累计带动销售商品4933台，客流量万余人，销售总额1068万元，同期606万元，同比上涨76%。

上课课堂对品牌店长、导购员进行有效培训指导，几乎所有导购都掌握了用镜头触达消费者进行品牌推广互动，对新品搭配和促销活动进行解读，增强粉丝粘性、提升活跃度。截至目前，累计直播达成销售30多万元。其中，卓雅、恩曼琳、卡洛琳直播2小时带动6万元销售。之禾专场直播1.5小时带动6万元销售。同城周排名第一，品牌时段直播东北区第一。

落实品牌结对，实现资源互补。30个品牌成功结对“1+1大于2”的资源置换进行二次组合，汇聚自身优势赋能会员，通过成功结对的方式，形成资源互补，实现结对内部同质化，外部差异化营销策略，成功结对销售33万26元。下一步，商场将针对重点客户推动“一客一档”维护工作机制，建立“客户管家”商场团队和服务工作台，让VIP客户切实感受尊贵服务，体验购物乐趣。

多措并举 客商联动

欧亚商都三楼商场去化库存工作显成效

本报讯（商都 孙巍）欧亚商都自开展服饰类商品去化竞赛以来，三楼商场多措并举，客商联动，成效显著。截至目前，多方联动实现了销售807.25万元，去库存6626件，去化率达到56%，去化率3周连增10%。

三楼商场按照持续推动线上布局线下实体店引流，让线上线下渠道更加紧密结合的运营模式，通过抖音直播带货、短视频镜头营销、品牌资源置换、跨品类群营销等方式，贯彻线上线下营销闭环回路，找回营销推广熟悉节奏，确保销售业绩稳步提升。商场还根据

供应商的不同类型、定位和业态，通过扎实的数据分析，整合资源精准营销，积极为供应商提供货源方面的指导，最大化帮助供应商加快库存周转，减少疫情带来的经营压力。

注重借助平台优势，释放品类能量。商场针对女装、女鞋、女包等主打销售商品，发起多品牌低至2折感恩回馈联动，线上线下折扣同享等销售举措，带动整个商场热销，实现销售106万元。通过品类新品群、品类优品群、品牌内购群、社区团等平台，群内专属网络专员“软互动”每日掌上传情，维护客

情，激发客户活跃度。发红包、送礼品、送品牌代金券、定向推荐、热门活动、极致爆款、微信会员专场、微信秒杀、高性价比商品折扣、复购率高的单品等优惠活动，有效实现引流，刺激客户成交。与此同时，更精准有针对性地进行差异化、集合性整体优势营销，不断提升客户多元化的购买选择实现高连带，让品牌价值得到成倍释放，共带动销售426万元，新增会员1266人，会员贡献56%，会员客单数占比61%，连带率29%。

采取视频直播，扩大辐射面积。依托线

欧亚沈阳联营按下线上营销「快进键」

本报讯（欧亚沈阳联营综合办、企划部）欧亚沈阳联营在疫情中审时度势，及时将数字化经营作为企业的“焦点战场”，借助当下最流行的抖音、快手等直播平台开启云购物模式。

欧亚沈阳联营直播号火了。3月15日在快手直播平台，欧亚沈阳联营联合阿迪、耐克、康莉、一叶子、正大食品等多个品牌进行线上销售和线下引流。开播10分钟涌入粉丝200多名，高峰时段同时在线观看人数超过1000人，红心点亮2万+。在直播的过程中观众转为粉丝高达百人，在沈阳同时段直播排名前100名。

搭台品牌唱戏创造销售好成绩。3月14日，欧亚沈阳联营携手常青树品牌采取抖音直播的形式对店内的春款童装进行直播销售。常青树品牌商品全、质量好，有着非常好的品牌基础，而且非常重视会员的日常管理，会员多、粘性强、忠实度高。凭借强大的品牌会员资源，再加上欧亚沈阳联营32个包含12000余人的微信群内宣传、推广，短短两个半小时的直播就成交60余件商品。因为效果明显，直播后有多家品牌提出申请排期直播。其中，服装商场联合曼妮芬品牌公司经过两天邀约重点会员预热，于3月21日17时，在欧亚沈阳联营抖音直播号上开通秒杀直播90分钟，实现线上销售10600元，同比销售上升338.74%。

网络直播+社群营销模式促成网红食品销售热。3月15日，联营超市借助公司直播平台直播网红食品及热销商品反响热烈。在线销售26份正大柳叶脆香鸡，而且超内该商品被粉丝一扫而空，第二天再次补货又很快售空。直播过程中，联营超市迅速利用线上观众资源组建秒杀群，在群里推广热销商品，以接龙的形式报名秒杀，通过在线打卡发红包、色子游戏、群员晒图等互动小游戏活跃气氛，增加关注度。当天福利产品推广“曹操饿了”拌面，一款黄焖鸡口味拌面单品半小时销售近百盒。



欧亚商业连锁员工主播正在介绍超市热销商品。

欧亚新生活深入践行“无接触服务”

本报讯（新生活 李明娜）作为商业连锁扫码购试点推广门店，欧亚新生活为了在疫情期做好“无接触服务”，充分运用“宅经济”和“云服务”理念，开展线上销售模式，通过“微信群”和“线上直播”相结合，最大化满足消费者足不出户的购物需求。

各商场柜长作为此项工作的核心主力军，在前期征集各品牌参与扫码购相关信息，对商品质量、款式、价格等进行筛选，洽谈活动力度增加赠品同时，还向员工普及扫码购的操作流程，确保熟练掌握、快速办理。各商场负责建群，群主由各商场经理担任，每个群至少设1名管理员负责日常维护及管理，并把群二维码转发至各专柜员工推广，邀约品牌销售人员及顾客进群。每天群内合理规划品牌发布情况，让进群顾客清晰了解建群目的和内容。早7点-8点发布问候

语、天气预报及新生活相关资讯，全天候分时段发布当日上传品牌、品类及概况，加推限时秒杀，吸引顾客关注此群，发布消息时新老货品叠加推送，强化顾客印象，结束时推送结束语。

他们要求，群内有消息时管理员要及时回复，遇特殊问题由所在专柜导购员针对性解答。对有成交意向顾客，引导使用欧亚集团小程序线上购买，并将顾客成交截图分享到群内增加群的信誉度和关注度。销售模式的活跃，不仅丰富了门店营销活动的多样性，刺激消费者购买该商品，同时将顾客流量引入线上平台，便于后期进行客户精准维护。付款方式的改变也缓解了线下门店收银排队消耗用户耐心、流失客户的情况，专柜可以在小程序平台进行收银服务，实现线上自助化付款，加快收银效率。

新生活还利用抖音账号的公众平台进行全网直播，后台将直播品牌时段进行公示，各商场分时段进行。直播时适当增加趣味游戏吸引顾客，提高用户的参与感和娱乐性，用户可以通过直播平台的评论发表看法，在线与观看直播的用户进行即时沟通，增加粉丝的粘性和忠诚度。为做到精准服务，促进购买，直播前管理员与每个直播专柜的店长进行研讨，选择优惠力度大、适合年轻群体的直播商品，对直播有意向的顾客，管理员第一时间联系该顾客添加至专柜微信群。据此，在线下维护顾客时就会多推荐几款活动力度大、不同SKU的商品，以便提供顾客更多选择。目前，欧亚新生活已建线上微信群10个，参与的消费者人数近2000人。

通辽欧亚线上营销成效明显

本报讯（通辽欧亚 业务部）同心战疫春盎然，筹备营运两不误！自百货业态恢复营业后，通辽欧亚开启线上营销模式，成效明显。线上百货扫码购开启以来，通过购物微信群搭建线上购物平台，群内多频次宣传，各品牌纷纷呈现爆款带动群内气氛，累计销售170余件，销售金额近20000元；同时每天通过直播平台，梦金园、六桂福、缘致、小安路、耐克、阿迪达斯等10个品牌分时段开展线上直播秒杀、送红包、线上抽奖等营销形式，集中拉动直播间人气。在直播过程中，管理者积极转发朋友圈并分享至各大群拉粉丝，炒氛围，供应商不约而同纷纷拿出爆款商品线上让利，人气高涨。门店管理人员亲自试播，充当模特轮番上阵，甄选直播大品牌，全员积极来互动，提升品牌参与度，树立品牌信心，直播金额虽仅有1000余元，带动流量近500人，但呈逐日上升态势。

线下借势3.8总部营销女王盛宴，各商场严格落实、密切与供应商沟通洽谈活动力度，线上推广引流，线下真诚服务，在供应商与门店的配合下，逐渐构成线上良好的销售氛围，让更多群内顾客、线上顾客及现场顾客都能感受到购物欲望。

欧亚汇集扎实推进恢复经营工作

确保协调沟通到位、指导保障到位、联防联控到位、预案细化到位



欧亚商业连锁各店品牌直播火热开展中。

本报讯（欧亚汇集 庄丽丽）作为汇集众多娱乐休闲业态的春城首家夜经济新地标，欧亚汇集结合疫情防控形势逐步巩固向好，响应政府号召快速按下恢复营业“启动键”，全力筹备推进各个业态各品牌的恢复经营工作。

复工落实有责任，协调沟通到位。欧亚汇集密切关注疫情防控形势，结合政府文件指示精神，第一时间与各业态、各品牌同步分享复工复产准确消息。各柜组管理人员每天与厂商保持点对点沟通，实时通报，全面提示厂商提前做好员工人数统计、健康证件办理、上岗信息上报、食材原料组进、卫生消毒清理、水电费用续存、展位安全自查等一系列工作，反馈信息，即时上报，真正做到协调有

序，沟通到位。营业现场有监督，指导保障到位。对于率先恢复营业的展位，商场管理人员深入现场为员工测量体温，备案相关信息；在消毒防控细节上，将消毒物资亲自送至展位给予细致指导；每天呵护员工身心，关爱鼓励、提振服务和销售信心；在广告宣传上，全速上报，对点推送，免费提供宣传场地；在员工入门证、健康证办理上提供精细指导，全面做到关爱指导到位。

全面摸排有方法，联防联控到位。汇集商场积极配合汇集保卫部、物业部、企管部，全面细致做好现场恢复营业展位、后库、施工现场、24小时营业特殊业态的人员监督管理、防疫防控细节，安

全隐患排查，设施设备自检，建立健全材料档案等全方面细节工作。坚持做到深入现场、从点到面、从上到下、全方位摸底，全方面排查，全速度跟进，全力度保障，确保疫情防控基础夯实，联防联控切实到位。

恢复营业有准备，预案细化到位。春暖花开，疫情渐远，严防输入，丝毫不能麻痹懈怠。汇集物业部、保卫部、企管部、商场及各展位提早制定恢复营业各类各项防控预案，从行走路线、客梯检修、人员疏散、应急处置、突发停电等方面细化研究制定，全面梳理信息报告、应急响应、现场处置等细节流程，让各业态各展位复市期间学有方法，做有依据，防有抓手，做到各项预案细化到位。

靠奋斗乘势而上

3月27日，中共中央政治局召开会议，在分析国内外新冠肺炎疫情防控和经济运行形势时认为，经过全国上下和广大人民群众万众一心、众志成城、艰苦努力，疫情防控取得阶段性重要成效，经济社会秩序加快恢复，成绩来之不易。可以说，正是全党全国全社会团结一心、奋斗不止，才使得疫情防控形势逐步向好。

历史长河奔腾不息，有风平浪静，也有波涛汹涌。无论面对什么样的挑战考验，都要善于通过奋斗将它转化为进步的阶梯。“常思奋不顾身，而殉国家之急”，中华民族自古就有英勇奋斗、顽强拼搏的优良传统，欧亚集团历来也有无私奉献、拼搏进取的企业风尚，解读这样的精神传承，能更清晰地看到，唯有奋斗，才能战胜艰难险阻；也唯有奋斗，才能推动企业发展；更唯有奋斗，才能紧跟时代前行。

奋斗不仅是一种姿态，更是一股不屈的力量，一种拼搏的精神和一份初心的坚守。用心追求、用力实践，身至、心入、力到，才是奋斗的应有境界。这次在欧亚沈阳联营视察时，董事长指出，要节约一点、创收一点、创造一点。说的语重心长，讲的意味深长。解读董事长的讲话精神，既要从“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰”的层面去理解，也要从“经营是硬任务，效益是硬指标”的方向去贯彻，更要从“我创造，所以我生存”的商业规律去认识。我们理解，做到这三个“一点”，最根本的更要立足本取岗位这个“责任田”，紧紧盯着矛盾最集中之处寻突破，努力在实践中练就能任事的“宽肩膀”和干成事的“硬脊梁”，奋下之“田”才会越扩越广，才能形成“横平竖直、四通八达”的工作局面。

执着于奋斗实干，我们才能“千磨万击还坚劲”“乱云飞渡仍从容”。当前，集团36周年店庆的准备工作已在三大系列全面启动，蓄势待发。在遭遇疫情影响的情况下，各项工作任务更重、要求更高。年初以来，面对疫情，我们坚持“停业不打烊，服务不停歇”，上下同欲，在防控一线慨然而立。复工以来，销售势头和门店人气正在逐步恢复。“其作始也简，其将毕也必巨”。越是形势严峻复杂越需要我们保持定力、一往无前，越是任务艰巨繁重越需要我们初心如磐、奋斗担当。一切办法，只有在奋斗中才能找到；一切问题，只有在奋斗中才能解决；一切机遇，只有在奋斗中才能抓住；三个“一点”，只有在奋斗中才能实现。

时代潮流浩浩荡荡，唯有奋斗者才能乘势而上，我们要以今天的奋斗成就明天的荣光。（编辑部）

欧亚商都家居儿童商场启动线上销售

本报讯（商都 孙宇）疫情当前，欧亚商都家居儿童商场第一时间启动线上销售途径。历时40余天，从微信会员到微信群的建立，到微信群裂变，再到直播工作迅速推进，家居儿童商场将网络与生活、生活与体验、体验与购物完美融合，着力在疫情期为消费者打造有体验、有生活、线上线下相结合的购物环境。

自2月6日起，家居儿童商场家饰柜组迅速展开会员维护工作。现有品牌27个，截至3月15日家饰柜组完成品牌微信群建立28个，家居品类会员群3个，羊绒制品类会员群3个，共计34个微信会员群成功建立。目前已宣传商品款数4573款，发送商品图片7400余张，发送短视频数量230个，以及微信群红包、群内抽奖等会员维护方式，为更多的顾客提供一个更“有爱有氛围”的微信会员群，参与群内互动人数400人，实现成交顾客85人，产生销售5.3万元。

复工后，家居儿童商场在原有会员群维护基础上，迅速开展直播练习，结合品类不同进行直播互动练习、商品知识练习、直播设备的准备等。截至目前，家饰柜组27个品牌全面参与直播练习，进行直播40余场次。

新零售 新渠道 新活力

——疫情期欧亚商业连锁线上销售风采撷选

习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上发表重要讲话，引发了全国各地热烈反响。作为吉林省重点商贸流通企业，欧亚集团党委书记曹和平早提出了“停业不打烊，服务不停歇”这一疫情期间的服务理念，欧亚商业连锁在党委书记于惠航同志的带领下，党员干部积极探索“线上平台”，进一步拓展线上销售渠道，推进“无接触”服务举措，引入“微信销售”、“直播带货”等新形式，为疫情防控和实现今年销售、利润目标的“双胜利”起到了积极推动作用。

白山欧亚合兴购物中心

线上“借力”，线下“用力”，激发“合力”

白山大区在总经理丁贵宾的带领下全员奋进，以极强的创新意识和先进的营销理念稳稳占据了白山商业霸主之位。总经理丁贵宾以严谨认真的态度，一手抓“疫情防控、服务民生”，一手抓“经营管理、销售利润”，丝毫不敢懈怠。“虽然是‘疫情’，但也蕴含着‘商机’，既然是商机，就要牢牢把握，因为商机往往稍纵即逝。”在丁总看来疫情就是创新的催化剂。

整理好思绪，就要展开行动。感恩节“闭店式VIP会员营销”、“好年货到合兴”春节档强势营销之后，如何在疫情期间也做好营销成为一项新课题。为了突破难题，丁贵宾带领企划部团队共同学习、深入挖掘、反复商讨，结合疫情“不见面”的特点，相继推出了“微信购物选合兴·足不出户送到家”、“上合兴抖音、抢秒杀尖货”的特别企划。全面引入微信、抖音等群众喜闻乐见的资讯传播方式，解除疫情期间消费者不方便出门，在网上购物又担心发生质量问题的顾虑。为做好宣传推广，欧亚合兴以商场为单位，建立了22个品类的微信群，群主由商场经理担任。每个群都指定一名专职管理员来维护群秩序，所有品牌的员工都在群内，积极承担“在线客服”的工作职责。为抓好“抖音直播”，企划部更是经过反复推敲和研究，拿出了一整套执行方案，从主播筛选，到直播审核，从商品筛选到场次编排，从购物配送到奖励评比……层层布置落实，层层把关审核，出台了相应的管理办法和补充规定，不断细化职责分工。

作为欧亚商业连锁“百货扫码购”的第一家试点单位，欧亚合兴积极探索营销模式，拓展销售渠道。在总部信息部的技术指导下，在微信购物群的基础上，实现了“百货扫码购”线上购物，通过提高会员积分等措施，既避免了“跑单”，又扩充了线上会员。在物流配送方面，与顺丰快递强强联合，实现了当日购物、当日到达，让消费者足不出户，尽享其成。

自2月6日推行“百货扫码购”到2月19日，借助这一平台，欧亚合兴购物中心共实现了1187笔销售，合计65万元，微信购



物群也由最初的22个群扩大到45个，抖音直播号仅开播3天就吸引了几千人的粉丝量和点赞，关注度一路飙升。

按照欧亚商业连锁党委书记于惠航同志在视频会议中提出的要求，2020年欧亚合兴将投入更多精力在“线上购物”，扎实做好“基本功”，线上“借力”，线下“用力”，激发“合力”，创造更大的社会和经济效益。

欧亚春城购物中心

门店“搭台”，供应商“补台”，上演“一出好戏”

受疫情影响，欧亚春城百货类、家电类从2月6日暂停营业，在绿园广场大区王艳丽总经理的提议、指导下，欧亚春城购物中心没有放弃百货店市场，而是转战“线上”。她带领团队积极开展市场分析，召集视频会议，探索和筹划线上购物；党支部书记赵天胜注重调动党员干部工作情绪，做好职工群众心理疏导，营造健康、稳定的内部环境；大区总经理助理吴彩琴牵头，查阅大量资讯，与大区综合部陈鹏等营销干将组建了“智囊团”，夜以继日落实策划方案；大区总经理助理冷玉华发挥多年与供应商建立友好联系的人脉优势，全力整合区域资源，征集了一批批物美价廉的线上促销资源；党员干部郭茂尧、陈昊、边丽娜、王宏宇等全力做好运营管理；团支部书记吕琪和青年骨干张豹、吴博变身

“网红主播”成了新晋带货能手……绿园广场大区的各级管理干部几乎人人肩上有担子，全员一心上演了门店“搭台”，供应商“补台”，全员参与的“一出好戏”。

在集团家电总部的号召下，春城家电率先运用直播方式开展营销，仅海尔品牌开展3次抖音直播，销售就突破了10万元。春城鞋帽商场荟萃员工每天都到店2个小时，利用抖音、快手直播，介绍珠宝首饰及各类搭配，从零到有，慢慢积累粉丝，10天时间，珠宝首饰销售40件，合计5.5万元。

绿园广场大区视“疫情”为“商机”，潜心钻研，充分利用“抖音、快手、直播”开展线上销售，他们没有因为疫情停业而松懈，没有因为不见面而停止营销，而是用自己的辛勤付出换来了新的希望和收获。在百货业停业的14天内，通过运用“视频直播、微信朋友圈、微信会员群、抖音、快手、惠民群”等多种线上促销，综合运用了限时秒杀、折扣等营销手段，13家品牌实现了409件33.6万元的线上销售业绩。

百货营运部、家电总部

“抓好统筹兼顾，启动激励机制，促进百花齐放”

随着疫情催化，越来越多的实体店逐步向线上转移，欧亚商业连锁百货营运部、家电总部借此契机，积极鼓励各店抓好“线上销售”。各百货门店纷纷组建“微信群”，通过“淘宝、抖音、快手、腾讯”等在线直播账号，携手供应商对营业员进行短期培训，使之具备“主播”素质。一时间，3省14地百余家门店全面进驻“线上”，呈现百花齐放的活跃态势，初步搭建了“线上营销”的新模式。

为进一步调动线上销售的积极性，家电业态在集团电器营销总部带领下，统筹供应商资源，以品牌资源共享为契机，开展“线上直播”。邀请品牌商区域总经理、聘请专业讲师进行线上发售，综合运用了现场厨艺演示、红包派发、抽奖等方式，迅速圈粉；百货业态在营运部的组织下，积极开展了“十佳带货王”竞选活动，借助微信群、朋友圈、专柜明示、宣传板、巨幅、店内明示等宣传渠道，提前发布直播内容预告小视频，对直播品牌及主播进行包装宣传；每日对门店直播氛围、主播人气、达成交易额、交易金额等进行综合考核，嘉奖优秀大区及“带货主播”……通过一系列措施，营造了员工面对新鲜事物“比、学、赶、帮、超”的良好氛围。在推进竞赛过程中，百货营运部及时分享门店成功经验，查找直播中存在的问题，拿出改进办法，促进了门店“线上直播”的驾驭力、组织力，为门店抢占市场夺得了先机。

(商业连锁 党群办)

未雨绸缪 预防为先

欧亚卖场黄金珠宝城全面组织四防安全自检自查

本报讯（欧亚卖场 胡晓宇）随着各商场纷纷复工复产，人员越来越密集，欧亚卖场黄金珠宝城针对营业现场电器线路易因气温升高而发生过热发生短路现象，进而引发火灾的实际，将查改火灾隐患、保障营业现场四防安全作为工作的重中之重，发动全体员工群管群防，全面组织火灾隐患自查。

组织各品牌员工现场进行电器线路自检自查。各品牌组织品牌公司的电工来到营业现场，对于欧亚卖场消防安全的现场要求与标准进行专业培训后，组织各展位的电工对现场的电器线路及空开、照明等位置进行认真细致检查，管理人员在现场随时跟进、监管自检自查

情况，将自检过程中发现的问题记录在案，限期整改，按时复验。组织员工检查消防设施器材，进行消防疏散演练。为扎实做好店庆期间消防工作，最大限度提高黄金珠宝城员工的消防安全意识，邀请保卫部人员协助各柜组员工开展消防知识宣传。通过讲解近期行业商场发生的重大火灾案例，播放火灾时的视频，让触目惊心的惨痛教训教育员工自觉遵守消防的法律法规，查改火灾隐患。培训结束后，保卫干事还对各柜组的消防设施进行了全方位检查，查看消火栓是否有水、灭火器是否年检、压力是否正常、安全出口是否打开等，并对检查时发现的隐患进行及时整改。

组织四防安全大型联合检查，全面消除四防安全隐患。为了有效减少火灾隐患发生概率，商场邀请保卫干事一起进行联合检查指导，重点检查了商场的疏散通道、安全出口是否畅通，应急照明和疏散指示标志是否完好有效；用火、用电、用气情况是否符合消防安全标准；建筑消防设施是否完好符合等。通过消防自查，把被动防范为主动防范，及时将隐患消灭在萌芽状态，确保万无一失。

截至目前，黄金珠宝城共检查出安全隐患50余个，已经全部整改完毕。通过检查，提高了全体管理人员的消防安全意识，为营业现场的消防安全奠定了良好基础。

展示企业实力 彰显引领地位

辽源欧亚多项工作在地区名列前茅

本报讯（辽源欧亚 综合部）辽源大区按商业连锁总部统一部署，精心组织大区疫情防控工作，创新推进经营管理措施，全力推动二期项目开工事宜，三管齐下、齐头并进，多项工作在辽源地区名列前茅。

在疫情防控工作上，辽源欧亚在辽源市商业企业第一个实现疫情防控工作全面制度化，第一个保持疫情期间超市生鲜民生供应不间断，第一个实现省市检查全面通过标准验收，第一个实现商业企业疫情期间复工复产，第一个实现经营销

售大规模网络直播，第一个实现美食城复工营业。诸多的区域第一充分展示了欧亚商业连锁外埠经营管理的强大实力，彰显了辽源欧亚多年以来坚持欧亚企业文化建设的积极成效。

疫情发生后，辽源大区第一时间组织建立疫情防控小组，合理安排经营时间，前后勤全体管理人员组成防疫突击队全天支援超市生鲜打包售卖、门前测温、服务引导、疫情宣传等工作，并积极组进民生商品确保供应，受到省市领导充分肯定。疫情中，面对百货、家电业态歇业，经营销售受到

严重影响的实际，辽源大区班子深入大区各店，第一时间组织动员各商场品牌以网络直播、微信转发等方式线上销售，大规模建立业态品牌销售微信群，并安排运营企划部专人跟进推进销售工作，挽回了一定的销售损失。

复工后，辽源大区在原有基础上将网络销售进一步精细化、系统化。通过建立专项工作机制，购置专用直播设备，每天跟进各品牌现场直播销售，并进行日销售上报和排名评比，取得良好效果。目前，辽源店各业态品牌将现场销售与网络销售进行有机结合，不断总结完善直播质量，尽力争取疫情中更大的销售成果。在百货与家电业态网络销售的基础上，辽源大区王延总经理又提议超市商品也要进行网销与现场销售相结合，力争实现大区三大业态网络销售的全面开花。

怎样快速去除价格签的胶渍

在欧亚电商商场里工作时间久了，发现很多价格签都是用不干胶或胶带贴的。一般在更换下来的时候，总是或多或少会留下一些胶渍痕迹很难清除，影响美观。结合日常管理和导购员工作经验，快速去除胶渍有三个小窍门：

方法一：洗甲水清除。导购一般为女性，都喜欢买洗甲水之类的。但是一般洗甲水含有丙酮，是有机溶剂，和酒精有着相同的作用。所以，按照先浸透有胶的地方，稍等片刻用抹布擦拭，就能很快处理掉胶渍。

方法二：风油精清除。将粘有价格签、明示贴等的地方用风油精完全浸透，15分钟后用干抹布用力擦去。如果污垢难以除去，可以延长风油精浸泡时间，然后再用力擦，直到擦净为止。优点是几乎对所有物品都不会造成损坏，特别是有印花、油漆的物体表面，但缺点是去污花费时间稍长。

方法三：护手霜清除。在商场工作，手经常沾水擦拭，容易干裂，擦护手霜使双手保持水分。护手霜几乎是商场导购的必备了。将护手霜涂抹在粘有擦不掉的胶渍地方，可以很快渗透，达到清除的目的。洗面奶、洗洁灵等也有同样的效果。（梅河欧亚 沈志和）

疫情之后的购物中心如何运营

在疫情取得阶段性胜利之时以及抗“疫”最终胜利之后，购物中心该如何借助高涨的消费欲望提升销售及为顾客带来更好的购物体验，是当前行业内的热门话题。

购物中心的核心理念是“一站式购物、多功能业态辅助及经营线下场景”，多样化的销售手段是吸引消费者的重要因素之一，即使是热爱网购的消费者也会舍弃了身临其境的购物体验。线下体验的优势是线上黑科技永远无法达到的，即线上直播的各种参与和云销售等似乎都无法满足所有人的体型和审美。因此，我们要把如何为消费者提供更好的线下消费体验，做精、做实、做到消费者的心里，才是提升销售、拉动客流的根本。随着商业环境的发展成熟，只注重商品品类丰富和服务思维，恐怕会有被市场淘汰的风险。商业空间的魅力在于丰富的业态组合。因此，一站式购物+多功能业态辅助+经营线下场景的深度融合，在得到商业广告、餐饮娱乐、艺术展示、演艺等多种商业形式的配合，终将形成老少皆宜的商业文化。

目前，疫情仍在影响着大家的日常生活，营业时间的缩减实际为商业空间提供了调整时间，购物中心可以结合自身情况，利用这段时间在多方面下功夫，加强线下购物体验的优势。例如为消费者打造独特的场景体验，购物中心可以打造消费者的记忆点，强调购物中心独有的标识性。除供应商面积外的其他公共空间，例如主通道、天井、洗手间等，都可以被购物中心的经营者很好利用来强化这个标识。另外，利用“疫情”这一全民关注的主题，将“健康、环保”等相关内容纳入购物中心大环境，也是一种强调特征的做法。比如利用裸眼3D地贴、全墙手绘等栩栩如生的景物，唤醒消费者心里认同感，从而达到加深消费记忆的目的。众所周知，购物中心一直在积极找出路、找突破点，以此来压制电商的进攻，如举办各种文化营销以此拉近大众与文化之间的距离，购物中心利用公共空间，特别是中庭区域，经营者举办各种营销活动，如搭配季节性陈设、艺术展、网红展等活动拉动人气，带动话题等成为了热门做法。

良好的购物体验不仅仅体现在购物上，购物之外的因素也应有顾及。虽然很多购物中心为购物者提供休息区域，还创造了交往和娱乐的条件，但略显冷清，这就要求购物中心的管理者和导购员动起来。可以组织现场促销活动，有创作才能的员工可以排练小品等文艺节目，植入购物元素和消费暗示等，就可以产生更多有趣的要素，并且使消费者感受更加多样化的购物体验。另外，随着婴童经济和二胎经济的崛起，儿童成为了购物中心客群分析中重要的组成部分。小型游乐场就能留住带小朋友的消费者们，有条件的购物中心可大胆去做，相信儿童有了休息、娱乐的去处，就会一定程度上提升购物中心的客流。

疫情当前，做好当下防疫准备和着眼未来恢复发展并不冲突。从商业发展规律来看，往往许多改变商业世界的创新都是在危机中诞生。

(欧亚车百 杨希峰)

本报讯（商业连锁地产开发物业部）面对疫情，欧亚商业连锁两省六地200余名物业人迅速行动，建立家园疫情防控五大防线，倾情守护8000余户业主平安。

日夜坚守，严格把控的第一道防线。各地欧亚钻石名城执行全封闭式管理，出入人员走指定通道，其它通道全部封闭。从人员管控、车辆管控两方面进行全面把控，24小时不间断执勤控制来访人员，小区入口安排专人值守，进行身份查验、体温检测、信息登记和消毒工作。外地车辆及疫区人员疫情期间不得进入管理区内，对未戴口罩及拒不配合检查的人员、车辆，不予放行。

疫情防控，全面消毒的第二道防线。每日对全区域进行至少2次消杀，消杀区域含小区出入口、游乐健身设施、电梯轿厢、电梯按钮、单元门把手、单元可视对讲机、楼梯扶手、垃圾收集点、果皮箱等。疫情期间，还专门对快递进行实时消毒杀菌，减少疫情传播渠道，直至疫情解除。

层层落实，精准实施的第三道防线。确保所有员工佩戴口罩上岗，在上岗前进行体温检测，并详细记录，随时注意员工身体状况，做好自我安全防护工作。对各项有限物资合理分配，确保高频次、近距离接触业主的岗位人员必须满足全面防护要求。疫情期间在消毒液、酒精紧缺之时，钻石名城物业为业主采购了足量的消毒水、酒精等常规防疫物品，并在每部电梯上粘贴纸抽，保证业主出行安全。

同心共筑，责任担当的第四道防线。通过微信朋友圈、业主微信群、小区通知公告栏、条幅、电梯轿厢内、联合街道防疫部门宣传等多渠道积极配合当地政府传达即时信息，向业主们宣传介绍预防措施方法。

万众一心，同舟共济的第五道防线。客服部、保安部、维修部、保洁部四个部门联动，制定疫情紧急情况处理机制，收集汇总出现异常症状的员工及业主的情况，并及时上报。协同社区街道等政府单位，上门家访排查外地人员，给予业主最大程度的安心。

本报讯（吉林欧亚商都 徐业程）面对疫情，欧亚龙湾物业积极响应上级号召，在部门领导带领下，积极参与、奋勇争先，为守护业主健康和小区安全贡献了物业人的力量。

抗击疫情信息发布后，吉林欧亚商都党委书记、总经理李新志第一时间到达御龙湾小区，指导布置防疫工作，整个园区的物业工作重心也由原来的物业维护向疫情防控调整。龙湾物业项目负责人王长有组织成立疫情防控小组，启动疫情防控预案，防控工作的工作布置全面展开。配合社区街道工作人员对外地回吉在小区居住的业主进行登记、上门测温，确定其最新情况加以处置；开展防疫宣传，让业主了解疫情发展现状、国家及有关部门应对的措施，掌握防控进度和防控措施；关闭园区多余出入口，对进入园区的业主测温，发现疑似发热的人员立即汇报，并通知相关部门；严禁外来人员、车辆进入园区，最大限度减少病毒入侵风险；园区内、楼内进行全天多次消杀，对电梯按钮、门把手等人员多接触位置进行重点消毒，确保环境安全。自2月1日至3月5日物业公司的采购志愿者共帮助200余户业主到综合超市采购生活物资，并送货上门，赢得广大业主赞誉。

白城市市场监督管理局 做客白城欧亚抖音直播间

本报讯（白城欧亚 程丽娜）3.15国际消费者权益日到来之际，在疫情期间不能聚集的情况下，为了让广大职工更好了解消费者合法权益，营造良好消费环境，提升服务水平，白城欧亚举办了一场特别的普法宣传。

3月15日下午14:30分，在白城欧亚抖音直播间特邀白城市市场监督管理局的工作人员做客直播间，以“凝聚你我力量，加强消费维权”为主题对《消费者权益保护法》进行解析。市场监督管理局工作人员为职工和消费者详细解读了消费者权益以及在经营、服务中应当遵守的条例，在互动环节还为消费者答疑解惑，并就满足消费者需求，保护消费者权益是保护广大人民群众的利益的体现做了重点讲述。白城欧亚开业至今，始终以诚信经营为准，对商品和服务进行社会监督，保护消费者的合法权益，引导广大消费者合理、科学消费，赢得白城各界普遍赞誉。

联营员工的好榜样——杨红

杨红是欧亚联营党委委员、安全生产委员会办公室主任、保卫部长，也是党员抗“疫”先锋队队员，肩负欧亚联营安全保障重要职责。接到抗“疫”指令后，杨红第一时间召集相关人员立即行动，以“抗疫情，保平安”为工作指针，制定周密的防疫工作计划；搭建疫情微信网格化管理平台，及时传达上级重要文件、通知和相关防疫信息；加强出入口和重点区域管理，严格做好疫情期间出入人员登记、测温 and 员工个人防护等工作。

自疫情发生以来，杨红坚持在一线重点部位巡视，不惧风险，哪里人员密集哪里就有他的身影。在人流比较集中的时间段，他每天带领保卫“重兵”到现场疏导、分流、扫码登记、测温后有序入场；中午，美食广场人流集中，他又带头劝导就餐人员分散就餐，避免交流；日常，他不停在卖场巡视，督导员工遵守对客服务的防控规范要求，向顾客宣传防疫知识。闭店后，杨红又对夜间护卫队的重点工作进行指导和部署，对重点部位再次巡视后才放心下班。疫情期间，杨红是欧亚联营最早上班和最晚下班的人。

疫情面前，杨红是无所畏惧的逆行者、认真细致的检查员，也是所有员工的好榜样。（欧亚联营 王鸽飞）

有爱就会赢

“我们坚信有爱就会赢，你有多痛我就多痛心，有难一起扛，共分担才更坚强，风雨中凝聚民族的力量……”这首描述全国人民众志成城、聚力战“疫”的歌曲，以激昂向上的主题、优美动听的旋律，抒发了以医务人员为主的疫情防控工作在大“疫”面前无所畏惧、迎难而上、敢于胜利的战斗情怀。奋战在抗击新冠肺炎疫情一线的最美逆行者的确值得点赞、值得学习，正是他们的胸怀大爱、恪尽职守，才取得了抗疫斗争的节节胜利，疫情防控形势持续向好。

是什么力量让这些最美逆行者闻令而动，越是艰险越向前？又是什么力量让他们誓死不退、不胜不归，把最美身影留在抗疫一线？无疑，如歌中所唱，是爱的力量。是因为他们心中有爱，爱党、爱国、爱人民、爱职业；是他们坚信有爱就会

赢，只要人人献出一点爱，涓涓细流就会化作滚滚大潮，汇聚成强大力量，任何困难险阻都会被击溃，就像人们所企盼的，没有一个春天不会到来。

这种爱是对祖国的大爱。中华民族是一个勤劳勇敢的民族，也是一个饱经沧桑、历经磨难的民族。悠悠五千年，虽然苦难重重，但英勇的中华儿女从来没有被困难吓倒、被磨难征服，危急关头，总有埋头苦干的人，有拼命硬干的人，有为民请命的人，有舍身求法的人……撑起中华民族不屈的脊梁。列宁说：“爱国主义就是千百年来巩固起来的对自己的祖国的一种最深厚的感情。”在新冠肺炎疫情给国家民族带来灾难的时候，身为一中华儿女，尤其是以民生供应为己任的零售人，更应在祖国需要时，以“祖国如有难，汝应作前锋”的无畏担当，把个人拼搏奋斗

与国家民族前途命运紧密结合起来，把对祖国的挚诚大爱落实到抗疫的具体行动中，做到“亦余心之所善兮，虽九死其犹未悔”。

这种爱是对人民的厚爱。孔繁森说：“一个人爱的最高境界是爱别人，一个共产党员爱的最高境界是爱人民。”欧亚集团作为民生商品保障主渠道责任的重点企业，在这场抗击疫情的战斗中，始终把保供应、稳物价、惠民生作为各级党委支部和广大党员践行初心使命的试金石，作为体现责任担当的磨刀石，心系民生，消费者有所呼必有所应，消费者有所求必伸手相助，挺身而出，在所不辞。三大系列的党员更是敢于叫响“我是党员，我先上”，关键时刻愿站出来，危急关头敢豁出来，真正把爱民为民铭记在心，落实到实际行动中。

这种爱也是对岗位的热忱。哲人说：“不论从事哪种职业，走向成功的第一步，就是必须对这种职业感兴趣。”爱岗敬业是干好本职工作的前提和基础，一个人对岗位有几分热爱，就会在工作中付出几分实干，也就会取得几分成绩。在欧亚的企业文化中，无论是过去的“唯旗是夺”，还是如今的“静心尽力”，都包含着热爱本职岗位、兢兢业业工作，提高经营管理能力。这就要求我们在履职尽责过程中，无论是完成日常性工作任务，还是执行疫情防控等急难险重任务，不管坚守的岗位有多苦、有多难、有多险，都要心怀对岗位的热忱，把干好本职工作当作对自己的历练和人生价值的实现，对工作真心对待、真情投入、真意为之，发自内心的全力把工作干好，努力为企业发展贡献自己的力量。（编辑部）

做一个有尊严的管理者

现代社会分工明确，每一份工作都属于一种职业，或许有的光彩照人，或许有的默默无闻，但每一种职业都值得被尊重。在尊严的天平上，每一种职业都是平等的。不过，若想被人尊重，要做到有职业尊严，这对零售行业的管理者来说，同样如此。

有尊严，就要让合作者看得起。想要合作者看得起，就需打铁自身硬。如何硬起来？还需具有专业精神。专业精神应是“专注+敬业”的完整组合，专业精神表现为一种专注、敬业的态度，是专业能力在精神层面的升华。一名管理人员应当把专业精神作为不懈追求，除了要把工作当事业干，更要把敬业作为最大的能力。持之以恒保持对工作的热爱甚至忘我，保持一钻到底和专注做事的韧劲，不断激发出自己的最大潜能，把工作做到极致。

有尊严，就要让工作者托付得起。敬畏手中权力才担得起员工的托付。管理人员要务实，一定要慎用、要敬畏手中的权力，一要有扎实的工作作风。“现场的事从来就没有小事”，在工作中，每一天都要饱含激

情，把每一件小事做实、把每一件大事做细，动则三思，虑而后行。二要秉公用权。公平公正是管理者用权最起码的底线，作为一名管理人员，切忌以权谋私、滥用职权，一定要做到“严以修身、严以用权、严以律己”。

有尊严，就要让消费者信任得起。欧亚的服务宗旨是全心全意为消费者服务，善始善终对消费者负责，这一宗旨不单单是一个口号，更是我们管理人员的座右铭，如何为消费者服务？爱人者，人恒爱之。服务需用心。服务的过程中，如果你很热心、有耐心，却不够细心，很可能结果事与愿违，好心办坏事；如果你细心，却不热心，也没有耐心，纵使你能够解决问题，但一副冷冰冰的面孔又怎么能够得到消费者的肯定？所以用心服务，才是最好的服务。如何对消费者负责？企业要的是市场，消费者要的是服务，那么连接消费者与企业的命脉就是诚信。诚信是服务的基本要求，只有讲诚信才能得到消费者的信赖；把诚信融入服务的每一个环节，消费者才能真真切切地感

受实实在在的服务。

有尊严，就要让企业重用得起。企业不养无用之人，想要成为有用之才，需具有专业能力。专业能力应是“通才+专才”的有机结合，“专业能力”不等同于“专一能力”。一名好的管理者不仅应成为本领域业务方面的骨干、专家，成为“专才”，还应当是管理协调等其它综合能力方面的熟手、行家，成为“通才”。坚持事上练、事中看，不断养成干一行爱一行、钻一行精一行的专业精神，锤炼勇于负责、敢于担当的过硬作风。

有尊严，就要让周边人瞧得起。身正为范，对自己要求高一点。“有事干事”，把工作限于完成任务的必然性，“没事找事”，把工作当作成就事业的主动性。踏踏实实学习业务知识，从每件小事中积累经验，实践再实践，充实自己，随时准备承担各种责任，实现自身价值，成为业精于勤、行成于思，有真正动手能力、管理能力的不可或缺之才。只有这样，周边人才能瞧得起。（欧亚卖场 孙佳伟）



化感恩之情为忠诚之行

感恩这个温馨的词汇，温暖地写在每个人心中。因为感恩，让我们站在这里，感谢卖场给予机会，感谢领导的信任，感谢家人的支持。因为感恩，让我们相聚在这个大家庭里。

想必每个人都知道，受疫情的影响，身边一切发生了很大变化：商场关闭，路上畅通无阻。偶尔会看见一两个行人，戴着口罩、帽子，能捂多严实有多严实，与百姓生活紧密相连的日用品频频告急。如此情形之下，卖场超市一直对外开放，保证市民一切物资充足。在保障好消费者同时，欧亚卖场更关爱广大员工。在受疫情影响大批人员面临公司破产、人员离岗等问题的时候，欧亚卖场不但没有这样的事情发生，而且领导关心着我们每一个人，做到时时问候。在如此危急时刻，我们更要学会感恩。

对于我们来说，感恩意味着与卖场同舟共济。如果这里是一条船，那么我们的双手就是一只桨，只有我们共同伸出双手，让千千万万支桨一起使劲，我们的船才能劈波斩浪，勇往直前。

卖场是我们幸福生存的家园。我们每个人都在为这里奉献青春和智慧的同时，企业也在为我们提供自我发展的空间和实现自我价值的平台。在这里我们不断增长着阅历，丰富自我，实现人生价值；在这里我们用激情点燃着理想，用收获支配着生活。因此，我们应该感谢卖场培养，感谢卖场让我们成长，感谢卖场给我们一片展示自我的天地。

感恩是一种美德，一种态度，一种信念，一种情怀，同时也是人生的一种使命。让我们用感恩之情化为忠诚企业的行动，用守候家园的心态去守候我们赖以生存的欧亚卖场。（欧亚卖场 王蕾）

常怀一颗感恩的心

感恩其实很简单，我们扪心自问：我们的生活补给是谁给的？仔细想来，会发现：是你所在的工作单位。那么如何去感恩、如何去回报，也就是如何珍惜工作。

怀着感恩的心去工作。因为有了感恩的心，才能激发工作的热情。大家要知道，我们的工作来之不易，我们的岗位是多年努力的结果，要珍惜它。俗话说：天上不会掉馅饼。有了感恩企业的心，我们的工作热情自然就会高涨，有了积极的工作热情，才会尽心尽力的去做自己该做的每一件事。每人的工作都做好了，企业自然就会不断发展壮大了，企业壮大了，我们的收获也会更多了。企业与我们每一个员工都是互动的，相互促进。

尽自己所能去回报企业：既然感恩，我们就要拿出实际行动。在经营艰难时，我们要学会坚守，既然在这么艰难时，公司放我们在这，那是因为领导的信任；而且，越是艰难的地方，才会激发我们的斗志，更好的展示自己才能。每个人都能顺利做好的事，那不算什么，别人都很难做下去，你能做好，岂不是更大的成功。所以，我们在这种环境下，更应该感谢，感谢有了挑战自我、展示才华的平台。在企业困难时，我们要与企业同在，每一企业发展，都会经历苦难期。这时，我们更应该怀着感恩的心，不离不弃，与企业同在。我们的坚持，我们的团结，我们共同的智慧是克服困难的法宝，企业也就会再一次的辉煌壮大。

忠诚企业，不辜负企业给予的责任：企业每一个员工，都有自己的岗位职责，岗位越高，职责越多，权利越大。但同时责任和义务也随之越多。权利是企业与员工赋予的，我们不能把权利当成谋取私利的工具。忠诚企业，是员工最重要的基本素质。我们需要有清醒的头脑、高度的企业忠诚度，要本着对企业负责，也同时对自己负责的态度，规范合法的处理事项。权利和责任是对等的，没有忠诚的心，就会经不起诱惑，从而损失企业的利益。同时，自己也会走向深渊。常言道：要想人不知，除非己莫为；莫伸手，伸手必被捉。为了自己一点点蝇头小利而葬送大好前程和丰厚收入，更是不得不偿失。我们更应该通过自己工作中全心的努力，实现理想的实现、价值的体现和物质回报的丰收。

常言道“滴水之恩当涌泉相报”，况且我们所接受企业给予的恩泽远远超过自己的劳动付出，让我们珍惜工作的机会、承担工作的责任、感恩工作给予我们的恩泽，用感恩的心对待我们每一天的工作，尽自己的所能回报企业、回报社会，从而成就我们精彩的人生。（欧亚卖场 任盛健）

随着抗击疫情的节节胜利，返岗复工、振兴经济，将成为主旋律。我们欧亚人胸怀祖国、放眼世界，了解全市、观望全省，积极配合，坚守的同时尽可能减少人员流动，消毒杀菌，迎接全面的胜利。

有人说：时代的一粒灰尘，落在个人头上，就是一座山。只有众志成城，人心齐，方可泰山移。抗击疫情的战斗，我们每个人，都不是局外人，都是这场战役的参与者、见证者。所有的人，都处在命运的共同体中。每个人的坚守，都是一种责任，都是一道防线，而不是扩散者。太阳升起的地方，都是希望。

我们奋战在一线的欧亚人，在疫情面前，众志成城，攻坚克难，不畏风险、坚守岗位，正在践行着一份责任，保卫着一方安康。（商都 曲春生）

长发飘飘，宛如黑色的瀑布，只是看了一眼背影的你，就能想像出风吹的样子，如同看到了风中摇曳的柳丝。疫情当前，冲锋在最前线的你，毅然决然剪去一头秀发。光头的你，飒爽英姿更从容，还是最美的你！摘下口罩的你，满脸的勒痕，甚至布满了红红的血印，此时的你，谁能说不是最美的天使，谁能说不是最美的巾帼英雄！穿上防护服的你，失去了苗条的身材，全副武装看不清你的容颜，连续奋战又累又困，躺在地上睡着的你，还是最美的你！救死扶伤是你的神圣职责，勇敢地与病毒搏斗，穿梭在隔离病区中的你，还是最美的你！全民皆兵齐奋战，众志成城克时艰，胜利的号角即将吹响，等待凯旋而归的你，笑靥如花最美的你。如花的三月充盈着流光溢彩，如花的巾帼英雄们演绎着一幕幕可歌可泣的英雄事迹，致敬，最美的你，礼赞，最美的你！（商都 张艳丽）

最美的你

战「疫」感悟

尽我所能 想您所想

2020年2月下旬，疑似病例和确诊病例逐渐减少，治愈病例呈现逐渐增多趋势，整个零售服务业也都在慢慢的复苏当中。作为长春市零售业龙头企业之一的欧亚商都，历经了20天的停业，于2月27日重新起航，正式营业。在这个特殊时期，外出人员的增多，客流量的加大，使得我们零售人员不但要做好优质的销售服务，还要克服麻痹、松懈和侥幸心理，做好疫情防控工作。四楼商场在商都领导的指导下，积极开展“商品去化竞赛”，以对顾客和员工身体健康高度负责的态度，“尽我所能、想您所想”，牢记初心、勇担使命，全力以赴，让供应商的库存积压减到最少，让“归”店的顾客们安心、舒心、放心购买到物美价廉的商品。

疫情虽减，防控不可懈。线下，我们每天提前到店准备，定时消毒除菌、清洁地面，用酒精擦拭货架、衣挂，以及顾客能够触摸到的地方，保证店铺环境整洁卫生。顾客进店后，近距离喷洒消毒，保证顾客近距离安全。与顾客交流保持一米距离，给顾客创造出疫情期间安心购物的超舒适环境，减轻顾客购物时对身体安全的忧虑心理。为防止细菌交叉感染，在为顾客递送衣服时先用酒精棉

做好手部除菌，让顾客放心试穿。

家有执子，又有一翁。针对不方便出门的顾客我们及时推行线上购物，体现出零售服装业从业者的责任与担当。网络时代的好处就是隔着一个屏幕就“面对面”，隔着一个屏幕就“相互欣赏”，我们可以通过视频连接、视频直播，让顾客直接观看产品、答疑解惑。店铺通过抖音小视频、剪辑、美图秀秀，把商品整合成多品类、多价位、多场合、多视觉、多角度、多场景图片或视频，发到顾客群里供参考和挑选，为顾客带来便利和服务。顾客下单后，第一时间消毒、打包，再消毒、发货，为客户提供最及时、最安全、最优质的服务。我们的宗旨就是适应环境、适应社会发展趋势，跟上时代步伐，秉承初心，以顾客为上帝，多角度、多渠道为顾客服务，为供应商减少库存积压。

“尽我所能、想您所想”，虽然疫情影响了你我他，但服务是可以无限延展、穿越距离、跨越陌生、无处不在的。我们就是要用无微不至的服务，让顾客、供应商在这个特殊时期感受到春的气息、春的希望，展开胸怀，一起携手共进！（商都 王玉玲）

我和卖场有个约会

2015年我懵懵懂懂的从校园来到了社会上，面对这个如此庞大的社会我迷茫了，何去何从？对于生长在黑龙江的我来说可是地地道道的外地人，不知道在这北国春城该如何走出第一步？带着这种迷茫，偶然间同学问我欧亚卖场兼职不干？我想想反正也是在找工作，不如先赚一些“外快”，然后再慢慢寻找。这也就让我在接下来的日子里与欧亚卖场结下了不解之缘，也是我梦开始的地方。

从陌生到向往

第二天，我们一行七八人打车来到了欧亚卖场。我记得非常清楚，我们刚一下出租车，一座雄伟的建筑映入我的眼帘。我的眼球瞬间加速运转，欧亚卖场真的是太大了。我从本地同学的口中才得知欧亚卖场是世界第一大购物中心的时候还有点懵，有些没反应过来。直到

我们进到里面才反应过来第一的含义，琳琅满目的商品目不暇接，摩肩接踵的人群来往不断，四条大街纵横欧亚卖场，单体建筑面积居然有60万平方米！一时间，我已经震撼到不知道该怎么去形容，心里只是想能在这样的企业上班是多么幸福！这时候，一颗小小的种子就在我心里悄悄发了芽。

从被吸引到心有所属

欧亚卖场店庆是我永远难忘的记忆。从早到晚没有任何一个时间段是看不见顾客的，除非下班以后，就算是闭店时间到了，还需要往后面延时半个多小时，方便剩余的顾客走出欧亚卖场。欧亚卖场的每一位工作人员对待顾客都是非常的热情，有问必答，笑脸相迎。我不禁忍不住问向他们，“你们不会觉得烦吗？”他们说道：“能够帮助顾客解决问题我觉得非常快

乐！”我又问你们的企业文化是什么？“静心尽力，诚实守信，勤俭善持，团结互助”，直接脱口而出！我细细的品味了这一句话的含义，我承认，这一刻我的心牢牢地被抓紧了，这是我向往的企业，我一定要努力成为这个团队一份子，发光发热！

梦想成真

经过不懈的努力和严格的考核，我终于成为了欧亚卖场的一名员工，从陌生到了解我真正的体会到作为世界第一大购物中心的欧亚卖场到底有多么的“迷人”。在地震灾情发生后，欧亚卖场员工自发捐款帮助灾区同胞重建家园；新冠肺炎疫情来临时，欧亚卖场身先士卒勇当排头兵，履行社会责任保障百姓的菜篮子。这一系列的道义行为都在诠释着这个“第一”的分量到底有多重，它不单单是面积，还有各个方面，如此的欧亚卖场能不迷人吗？让民族商业昂首屹立在世界商贸之林！这是欧亚集团商都和平董事长的愿望，更是欧亚卖场人肩负的神圣使命。作为欧亚的一份子，我将为了这个目标奉献我全部的光和热！（欧亚卖场 时龙祥）

我骄傲 我是中国人

今天，辽源市终于发布了关于全面恢复生活秩序的通告。好多朋友调侃道“终于能洗澡了。”“太好了，我老公可以上班赚钱养家了！”等等感慨。疫情无情人有情，风雨过后有彩虹。没有一个冬天不可逾越，没有一个春天不会到来。是的，春天一定会来。在这场残酷的与死亡斗争的战役中，我们胜利了。我们有最勇敢的人——白衣天使，奋勇向前；我们有最强的领导人——习近平总书记作出的重要指示，要将人民群众的身体健康和生命安全放在第一位；我们也有我们身边最朴实的亲人——我们的生活超市员工，有了他们每天辛勤的工作，给我们的社会生活带来了稳定。

疫情之下，天使们逆向而上，众志成城，与时间赛跑，作一马当先的战士。时间不等人，效率就是生命，每位医护人员都是战士，不计报酬，不论生死，争分夺秒的工作着。

疫情之下，各阶层自觉遵守组织规定，配合领导干部做好防疫工作，对车站、小区外出返乡人员都逐一及时上报进行备案登记。将疫情扩散可能性降到最低。

疫情之下，我们生活超市的员工工作在前线。他们没有一天休息，每天都在精心打理着蔬菜，生活必需品，为社会的稳定默默地工作。他们是我们最可爱的人。他们都是夜空中最亮的星，正因为有他们，我们的祖国才能以最快的速度结束这场灾难。让我们向最美逆行者致以最崇高的敬意！中国加油，身为中国人我自豪，我骄傲！我坚信，我们明天的天空会更蓝，我们明天的阳光会更灿烂！（辽源欧亚 王楠）

