



2020年10月
30
星期五
农历庚子年九月十四
廿二立冬

欧亚商业连锁全面实施“四增一减一提升”三年规划

本报讯 (欧亚商业连锁 刘莹) 欧亚商业连锁为推进公司规模实力、经营质量、管理水平进入提质增效新阶段,秉承“以卓越管理,建现代强企”发展理念,开始全面启动实施曹和平董事长提出的“四增一减一提升”战略规划。“四增”,即增自采、增销售、增毛利、增规模;“一减”,即减成本费用;“一提升”,即方降效益提升。

9月28日,由欧亚商业连锁总经理于惠舫签发,财务部、全质办两个部室联合下发的第1号文件《“四增一减一提升”2021—2023三年规

划》执行方案,欧亚商业连锁设立三年规划目标,即至2023年底,欧亚商业连锁实现总销售较2020年增长20%;欧亚超市连锁单店销售平均增长15%,实现超市行业地位、销售额进入东北三省前列,在全国连锁企业排名位次前移。

欧亚商业连锁全员将在于惠舫总经理及欧亚商业连锁领导班子成员的带领下,未来将紧紧围绕“四增一减一提升”开展各项工作,务实创新,攻坚克难,与时俱进,再立新功,开创欧亚商业连锁全新的发展篇章。

努力担当民企社会责任 助力决战决胜脱贫攻坚

吉林省扶贫产品展示展销会暨消费扶贫专柜专区在欧亚卖场启动

省委书记巴音朝鲁宣布启动 省委副书记、省长景俊海出席仪式



巴音朝鲁、景俊海等领导来到欧亚卖场扶贫产品展示展位详细了解扶贫产品生产销售情况,欧亚集团董事长曹和平、欧亚卖场总经理于志良陪同。

刘跃然 摄

本报讯 (欧亚卖场 经理办) 10月16日,吉林省扶贫产品展示展销会暨消费扶贫专柜专区启动仪式在欧亚卖场隆重举行。省委书记巴音朝鲁出席并宣布启动,省委副书记、省长景俊海出席仪式。省领导高广滨、胡家福、李悦,欧亚集团董事长曹和平,欧亚卖场董事长、总经理于志良参加活动。

当日10时30分,巴音朝鲁宣布,“吉林省扶贫产品展示展销会暨消费扶贫专柜专区启动”。随后,中央定点单位,国内相关地区、单位及企业,吉林省属高校等分别与省相关部门及企业、贫困地区签署扶贫产品购销协议。在集团曹和平董事长、卖场于志良总经理陪同下,巴音朝鲁、景俊海来到扶贫产品展示展位和网络带货直播间、消费扶贫专区,实地察看、详细了解扶贫产品生产销售情况。看到现场琳琅满目的扶贫产品吸引了众多顾客驻足停

留、踊跃购买,巴音朝鲁十分高兴。在消费扶贫专柜前,巴音朝鲁详细地询问售货系统操作流程,并通过手机支付,带头购买专柜内的扶贫产品。

作为国内外知名的超大型购物中心,在党中央作出脱贫攻坚战略部署后,欧亚卖场率先启动精准扶贫工程,先后为吉林省安图县龙丰村、双辽市耕耘村贫困村民捐款150万元,引导鼓励村民用于木耳培植、树苗栽种,让2个贫困村当年实现脱贫摘帽。同时,欧亚卖场整合业态、规模、客流等资源,全力投入到脱贫攻坚的民生大计中,免费举办4届扶贫展会,在增加贫困村民收入的同时,更探索了产业扶贫新渠道,特别是2019年“党建引领脱贫攻坚暨第一书记代言展示会”,市县区百余名组织部长携贫困村第一书记代言的农产品一度引发抢购热潮,销售额达1425万元,被中央和省市多家主

流媒体争相报道。为推进扶贫工作常态化,欧亚卖场在寸土寸金的超市外圈提供了免费扶贫产品展示专区,为贫困地区农特产品提供嫁接了销售渠道,帮助贫困村民实现了农特产品销售脱贫,深化和拓展了产业扶贫的市场化运作模式。

此次扶贫展会,欧亚卖场依托九号门会展中心和十号门共享大厅建立了两个扶贫产品展示展销会和消费扶贫专柜专区,为省内9市(州)和梅河口市130多个供应商、2000余种扶贫产品提供展销专柜,助力展示全省产业扶贫和消费扶贫成果,宣传推介优质扶贫产品,进一步营造全社会共同关注、支持和参与决战决胜脱贫攻坚的浓厚氛围,为决战脱贫攻坚、如期完成脱贫任务作出民企新贡献。

曹和平董事长莅临辽源欧亚十周年店庆现场视察

本报讯 (辽源欧亚 孙小鹏) 10月22日上午,欧亚集团曹和平董事长、欧亚商业连锁于惠舫总经理带领欧亚商业连锁总部百货、家电、招商主要负责人莅临辽源欧亚购物中心,对辽源欧亚十周年店庆现场进行视察与观摩。

视察中,曹董对辽源欧亚十周年店庆浓厚的现场氛围及各项工作的充足准备给予高度赞扬,并带来集团公司对辽源欧亚十周年店庆的祝贺以及对员工的慰问。同时,曹董与于总一行领导还重点对辽源欧亚二期工程进行了视察。

曹董、于总的莅临也得到了辽源市委、市政府的高度重视,辽源市委书记柴伟、市长孙弘亲自接待,并针对欧亚集团在辽源市的下一步经营建设进行深入会谈,共同商榷研讨辽源欧亚未来发展的宏伟蓝图。

右图:曹董、于总一行视察辽源欧亚二期工程。
孙小鹏 摄



欧亚集团总经理邹德东出席全国零售业创新发展现场会

本报讯 (集团业务处 张鹏) 10月14日、15日,商务部全国零售业创新发展现场会在合肥召开,欧亚集团是商务部指定的吉林省唯一零售企业代表,欧亚集团总经理邹德东代表集团出席了此次会议。

此次会议的召开是为了深入贯彻落实习近平总书记在中央财经委员会第八次会议上的重要讲话精神,认真落实党中央、国务院关于实施扩大内需战略、构建新发展格局的决策部署,推动零售业尽快复苏回暖和创新,为构建现代流通体系提供有力支撑。商务部王炳南副部长出席会议并讲话。现场会上,上海、合肥、西安等市作了经验交流,合肥市商务局重点介绍了大力发展品牌连锁便利店的成功经验,后与会代表参观了合肥市的邻几便利店、华润万象城、苏宁易购、苏宁小店四家企业。通过现场交流,与会政府和企业代表进一步强化了零售业在数字化创新发展和线上、线下融合发展方面的前景和信心。

商务部及各地商务主管部门负责同志,有关协会和部分大型零售企业代表参加了会议。

欧亚集团总经理助理高岗一行到吉林欧亚商都培训指导大数据信息应用

本报讯 (吉林欧亚商都 业务部) 10月16日,集团公司总经理助理高岗带领集团信息技术处刘学学、李可等一行5人来到吉林欧亚商都指导大数据信息应用工作。吉林欧亚商都总经理李新志全程参加培训并进行现场交流。

本次培训指导,首先组织相关业务人员召开营销分析研讨会,对吉林欧亚商都综合体超市与解放路超市的营销数据进行了深度分析,对会员率提升与应用场景进行了精细分析和解答,介绍了欧亚管家及坪效、人效一系列新研发的技术与功能使用。随后,高岗一行对吉林欧亚商都综合体、奥特莱斯、解放路进行了实地调研,并与现场管理人员就技术研发应用、前勤营销数据采集进行了广泛交流。

欧亚集团信息技术团队所展示的技术与数字化超市管理理念让吉林欧亚管理团队耳目一新,并激发了极大的研学热情。会后,吉林欧亚商都即刻派出相关人员赴集团总部深入学习,争取第一时间使用新功能与技术为营销服务。

在11月份店庆即将到来之际,集团总经理助理高岗一行带给吉林欧亚商都的这一场信息技术盛宴堪称及时雨,为店庆活动提供了坚强的技术支持和信息数据保障。吉林欧亚商都将组织专人深入学习,加快推进大数据信息应用,强化数据分析运用,更好地助力企业经营管理工作。

欧亚卖场董事长于志良被授予 长春市民营经济突出贡献企业家

本报讯（欧亚卖场 经理办）10月23日，长春市工商联成立70周年纪念大会召开。会上，欧亚卖场董事长于志良被授予“长春市非公经济突出贡献企业家”称号、长春欧亚卖场有限责任公司被授予“长春市非公经济突出贡献企业”称号。

多年来，欧亚卖场董事长、总经理于志良聚焦欧亚集团和平董事长“卖场要做大”的战略定位，深耕商业领域，积极锐意进取，大胆创新实践，遵循民营企业运行特点，将欧亚卖场从一个城郊接合部的商场一举打造成为享誉世界的超大型现代化购物中

心，挺进中国民营企业500强，荣获国家和省市各项荣誉280余项，2019年销售突破188亿元、创造利润总额6.1亿元、上缴税金2.8亿元，是名副其实的欧亚集团“定海神针”，被吉林省委省政府授予“吉林省优秀民营企业”，成为驱动省市经济社会发展的“动力源”和“稳定器”。在丰富的商业实践中，于志良总经理凭借深厚专业知识和敢为人先创新精神，首创“购物中心+”模式不仅每年吸引国内外的政要专家和商界精英观摩学习，为国内外实体零售业转型提供借鉴，更为省市全面振兴、全方位振兴注

入动力。自疫情发生以来，于志良总经理以“大企业要有大担当”的格局胸怀服务保障民生，为供应商减免租金物业费近亿元，整合资源为广大消费者提供质优价廉的生鲜品和必需品，充分履行了保民生、保企业、保就业、促增长的社会责任。在带领企业快速发展同时，于志良总经理以强烈的家国情怀和责任担当投身公益，为环卫工人、困难大学生、自闭症儿童、受灾群众捐款捐物1000余万元，为安图县龙丰村、双辽市耕耘村脱贫捐款150万元，免费提供场地协办“党建领航脱贫攻坚暨第一书记代言展示

会”等5届扶贫会，累计销售6000余万元，充分彰显了一个民营企业实业报国、爱国奉献、回报社会的大爱无疆。

于志良总经理获此殊荣，既是对他本人多年来不忘初心、关爱民生、回报社会贡献的认可，也是对欧亚卖场繁荣商贸、拉动经济、保障民生民企地位的肯定。未来，于志良总经理将继续带领欧亚卖场锐意进取，开拓创新，回报社会，为推动欧亚品牌走向全球、民营经济高质量发展，促进省市全面振兴、全方位振兴做出新的更大的贡献。

欧亚物流配送中心 全面备战“冬储”季

本报讯（欧亚农产品物流园 梁子）寒风乍起，落叶飘零，又到了家家户户储存冬储菜的季节，又逢双节来临，自9月15日起，欧亚超市连锁欧亚物流配送中心就进入了备战状态。9月15日至30日期间，果蔬收货量达到2057吨，配货量达到2034吨。单日最高收货量达到150吨左右，配货量最高达到105吨左右。

自10月1日起，自采冬储菜陆续到达，至10月17日，冬储大葱收货108吨、冬储土豆90吨、冬储大白菜60吨，以及冬储芥菜、蓝茎、各类萝卜等共421吨。冬储商品对储存条件极为严格，为严格掌控储存条件，每日对库房内温度、湿度进行三次检查，每日对商品状态进行检验，以确保库房内达到最佳的储存状态、最好的存储效果，商品也呈现出最好的状态，为广大春城百姓提供品质最好、价格最优的冬储菜，使百姓不再为冬季吃不到最新鲜的蔬菜发愁。

随着欧亚自采果蔬的逐渐扩大，物流中心在原有储存空间的基础上，重新规划出两个常温储存区域，以及6个冷藏仓库。为配合欧亚集团联采，物流中心为欧亚商都、欧亚卖场特设两个货位，集团产地到货商品为两家按数量卸到货位，方便及时取货。

乌兰欧亚全员备战 “海尔风暴”内购会

本报讯（乌兰欧亚 王光辉）金秋十月，在这个收获的季节里，我们即将迎来“10·31海尔家电第四届品牌内购会”即“海尔风暴”内购会。为了此次海尔品牌内购会，乌兰浩特欧亚购物中心全体员工积极行动，采取了地毯式的宣传。

对内，我们利用内部员工渠道，将大楼的整体任务下分到每个专柜、每个人，通过预存奖励机制充分调动员工的主观能动性，发动身边的亲朋好友进行微信宣传裂变；会员电话一对一宣传；抖音、快手的自媒体宣传；欧亚小程序等网络宣传。对外，我们通过各家各户的海报宣传、公交车语音播报、闹市区大屏广告、各主要干道条幅宣传，走访各大企事业单位面对面宣传……一系列的宣传方式，大大提高了“海尔风暴”内购会的知晓率，为前期的预存工作提供了强有力的保障。自10月13日海尔内购会员工誓师大会以来，短短7天时间，海尔家电的预存金额已达到50万，完成了大楼整体282万任务的18%，为10月31日活动当天总任务的达成奠定了坚实的基础。

快速转换思维 创新突破前行

2020一场突如其来的疫情带给我们零售业的一个最大启示：单条腿走路的时代已经走不通，当下我们需要两条腿走路——将线上与线下整合互动，拉近客户与门店之间的关系。

认知方式的改变。表面上听起来是电子商务对于线下零售业的入侵及替代，可是在具体实践上其实是互联网手段对于零售业的改良推进。通过降本增效，鼓励员工数字化创新，接受“新零售”模式，思维方式的转变是我们销售人员要接受的“革新”，只有从心底接受，才会改变创新。

触达渠道的融合。线上线下共享，利用好核心流量：新媒体平台（例如抖音、快手），电商平台（天猫、淘宝等），社交平台（微信）……从中找到适合自己的定位，打造自己的核心竞争力。

“营”是策略，“销”才是根本，每一个新鲜事物的到来都需要我们从心认知、重新认识，我们始终保有一颗重新上路的心，才会有所突破。

（欧亚商都 史阿微）

让大数据更好地服务经营

伴随着数据时代，欧亚集团开启数字化战略，欧亚商业连锁各级领导高度重视此项工作，全面落实集团数字化战略会议精神，制定专项考核方案和执行手册，落实责任部门，按数字化战略时间节点分阶段推进。

欧亚商业连锁业务合同部根据集团数字化战略会议精神，积极进行准备，按期推进，此项工作涉及超市和百购两大系统的费用补录、业财一体化供应系统整合等事项，需要根据10.0系统的特点规范操作流程，明确操作中的注意事项确保数据准确。业务合同部精心编制培训课件，于9月11日建立微信群，并在群内下发培训课件，组织培训，详细讲解了注意事项和业务流程，助推此项工作开展，受到各级管理人员的肯定和好评，这只是数字化战略中的阶段性工作。欧亚商业连锁将以此次集团数字化战略为契机，全面梳理各项工作和各个管理环节，提高企业数字化管理水平，提升企业核心竞争力，确保集团数字化工作全面完成，让大数据更好地为经营服务。

（欧亚商业连锁 姜天慧）

松原欧亚购物中心召开 9月份经营分析会暨八周年店庆筹备会

本报讯（松原欧亚 齐孝雨）务实求精抓管理、精专业务促发展。10月18日14时30分，松原欧亚购物中心在八楼会议室召开9月份经营分析会暨八周年店庆筹备会，主管以上管理者参加了本次会议。

会上，财务部、各商场、各门店的负责人先后汇报了1月至9月份数据以及四季度预测对比年初预算差异，重点对松原欧亚购物中心八周年店庆筹备情况进行全面部署，要求各部门认真筹备接下来的档期活动，确保货源充足，全员以充分的准备、饱满的热情迎接松原大区8周年店庆的到来。

共襄店庆盛举 创新营销模式

四平欧亚十四周年店庆圆满收官

本报讯（四平欧亚 张文博）四平欧亚购物中心十四周年店庆活动已圆满落幕，实现销售6283.61万元，同比提升4.19%，在欧亚商业连锁四平大区总经理姜辉的带领下，不仅在特殊时期再创销售佳绩，还针对营销模式做出全面创新。

活动前期，大区姜总携各门店经理及后勤部长等召开三次会议，针对店庆主线营销活动奖品进行征集，研讨整体营销思路，制定营销活动方案，召开6次重点工作推进会，各部门按阶段进行工作汇报，包含品牌活动、品牌资源、品牌货源等，召开重点供应商、员工动员大会鼓舞士气，并与供应商签订销售责任书，确保销售指标的顺利完成。

针对此次店庆活动，为了迎合疫情复工复产后的民生经济复苏，各门店积极开展创新营销及特色宣传工作。通过微信线上抽奖、拍奖、预存增值、满额返券、积分抵现等活动大力度回馈消费者，在拉动销售增长的同时，也促进了会员消费者占比量，店庆期间，实现会员销售占比51%，同期会员占比为48%。各门店及商场在活动期间积极开展特色自主营销活动，创新开展“蜜桃节”、“西瓜节”、“品酒会”等，以别样的风采吸引消费者的目光，达到了带动客流、促进销售的目的。活动期间，四平欧亚与当地相关部门联合开展“英城钜惠欢乐季”抽奖活动，提升人气，加大店庆活动力度。

宣传方面，四平欧亚组织全员开展共享单车免费骑行活动，百余人扫码共享单车在市区内重要街道进行骑行，随车捆绑店庆活动宣传板，并在指定地点悬挂宣传条幅等，不仅创新了宣传手法，更加突出了低碳环保的理念，通过绿色出行的方式吸引过往车辆及行人关注店庆宣传内容。欧亚店庆日，百姓购物节，四平欧亚自成立以来，十四年如一日地秉承惠民的初衷，在每一次周年店庆及重大营销活动中真诚回馈，为欧亚奠定了民生基础，打造了商超企业的品牌效应。

吉林欧亚商都召开家电核心供应商座谈会

本报讯（吉林欧亚商都 王钦凤）为抢抓销售、备战吉林欧亚商都综合体6周年店庆，10月21日，吉林欧亚商都诚邀欧亚集团电器营销总部总经理张春秋及重点品牌

商莅临吉林欧亚综合体，就吉林欧亚商都综合体六周年店庆工作进行交流研讨。

海尔、美的、西门子、夏普、三星、海信、创维七大重点品牌商省总及渠道代表

20余人参加本次会议。会上，吉林欧亚商都李新志总经理首先就本年度两次疫情影响后的销售情况进行了通报，疫情过后，吉林欧亚商都7月至9月整体销售已呈回暖趋势，特别是国庆期间地区销售同比增长25%以上。为了抢抓销售业绩，吉林欧亚已针对综合体六周年店庆做了大量准备工作，提出“店庆前三天，力度超大”的活动理念，全线比价“双十一”。集团电器营销总部张总与各品牌商交流了目前吉林市家电行业市场趋势，并与品牌商沟通关于本次店庆的资源调配与价格政策，力争大量抢占市场份额。

各品牌商代表就本次店庆及综合体家电的未来发展提出了自己的看法，表示全力支持六周年店庆提出的比价线上的价格理念，做到“线下双十一，价格我有，体验我优”，并根据市场需求情况提供爆款机型进行宣传推广，持续对门店进行畅销机型供应，养成口碑效应，为吉林欧亚电器的未来发展持续助力。

左图：家电核心供应商齐聚一堂，共同备战吉林欧亚商都店庆。

李欣 摄



欧亚沈阳联营开展“重九开秋节”特别活动

本报讯（欧亚沈阳联营 高燕燕）为弘扬中国民族敬老、爱老和感恩的传统美德，在重阳节即将来临之际，10月16日至25日，欧亚沈阳联营策划推出了“重九开秋节”活动。借此传统佳节，将欧亚沈阳联营的大力度优惠奉献给消费者。

金秋送爽，空气清新。10月17日、18日两天，与欧亚沈阳联营毗邻的沈阳市中山公园

正在举办菊花展，吸引了众多沈阳市民赏花、游玩。借此机会，欧亚沈阳联营营业部员工来到中山公园菊花展处，现场为广大市民朋友注册欧亚沈阳联营电子会员，同时带着“重九开秋节”的活动宣传板，将本次活动中的“满额再送钱”“换购更省钱”“积分超值钱”“满额再送礼”和“重阳孝心礼”等优惠活动以及欧亚沈阳联营千百度品牌大型内购会等惠

民购物信息，宣传给沈阳百姓，并送上宣传品和10元内购满减券，受到大家的欢迎和称赞，纷纷加入会员服务群并结伴来到欧亚沈阳联营参观、选购。

在本次“重九开秋节”活动期间，根据百姓换季需求，欧亚沈阳联营还推出了鹿王羊绒、波司登羽绒服以及女装多个品牌的特卖活动，为广大消费者奉上质高价廉的商品。同时，欧亚沈阳联营超市大力推出了“火锅节”和“秋收冬储节”，将新鲜的自采商品送到市民身边，让沈阳的百姓深刻的感受到了秋天的温暖和冬日的安心。

活动，直播互动再送超值好礼，当天直播间人数高达4000余人，共计交易359笔，销售18.3万元；10月7日，喜来登与Dior品牌首次联合直播，直播间引流6141人观看，交易241笔，销售再创新高。

金秋，也是品蟹的最好时节。恰逢十一长假，自采河蟹也成为消费者购买热情持续高涨的商品之一，八天共计销售近350余公斤，毛利率12.56%。

双节会员积分超值换礼。精心选购非仕乐、欧美达、膳魔师、华为、欧舒丹等18种热销产品回馈会员，线上大力宣传推广，线下为新老会员推广积分换购商品的优惠政策，让会员充分体验积分的乐趣，提升会员积分的使用率，提高对新会员的吸引力，让前来购物的消费者了解积分的用途，并促进了二次消费。

“双节钜惠 我爱我的祖国” 吉林欧亚商都解放店系列营销活动圆满收官

本报讯（吉林欧亚商都 综合办）国安泰，家团圆。今年的中秋节恰逢十一黄金周，吉林欧亚商都解放店积极抢抓双节销售，开展了“双节钜惠 我爱我的祖国”系列营销活动。活动期间，客流火爆，黄金周八天实现逆势增长，同比增长14%。

双节长假，大狂欢。服饰类消费满300元收150元/240元；美妆8倍积分、满500元送100元券；超市内消费满128元送赠10元电子券；9月29日、30日在主线活动基础上消费满1000元送100元电子券/满1200减100元，同时可参与消费大免单活

动，最高免4999元。更有资生堂金秋献礼，特推出红腰子密集修护套装，125毫升原价1900元，现价992元，7天共计销售214套，在华东及东北地区64家店铺中销售排名第一；在客流高峰期，雪花秀引进派样机，共计吸粉1500余人，新增会员消费1.2万元；可隆品牌推出限时新品满200元收130/160元的促销活动，单日销售突破10万，招新会员53人，实现招新销售15万；始祖鸟品牌实现单日销售突破8万，且单笔成交金额突破4万，联单数较同期上升20%。双节期间，精品商场13个化妆品品牌举办大型直播



10月13日，中央党校报社社发展部张延卿主任一行在省委、市委组织部非公党建部门领导陪同下来到欧亚卖场调研非公企业党建情况，欧亚卖场党委书记、董事长、总经理于志良陪同，张延卿主任一行及省市领导为欧亚卖场双节期间瞩目的销售业绩和现场火爆的客流所震撼，对欧亚卖场坚持强化非公党建引领企业稳健发展的双赢成果高度赞扬。

王金刚 摄



欧亚商业连锁“维修小分队” 演绎“低成本大制作”

欧亚商业连锁有这样一支队伍，他们秉承着静心尽力、勤俭善持的企业精神，用心做好门店的后勤保障工作，善于动脑，充分动手，将欧亚的工匠精神充分演绎，那就是“维修小分队”。

2020年初，欧亚商业连锁各大区分别成立了大区“维修小分队”，由大区后勤保障部部长担任队长，带领大区评选出的技能水平较高的水暖工、电工等特殊工种人员担任队员，他们维修的第一原则是缩减预算成本，减轻企业的费用支出，时刻从企业利益出发，即使经常在长春与外埠的高速上奔波也从无怨言，怀着舍小我、成大我的精神，为企业默默的付出着。

成立至今，“维修小分队”员工自行维修已节约42万余元，这其中包括维修地砖、墙面、门窗、天棚、卫生间设备等，每个“维修小分队”都各显其招，并在原有这些维修项目的基础上，他们不断开拓新思维，自己动手，创新制作。比如欧亚超市连锁卫星路店后勤保障部部长王忠伟，为了更好地展示本店生鲜商品，他思索自己做香蕉、榴莲陈列架，不断上网搜索图形，图形定稿后，就带领“维修小分队”人员在超市地下室开始使用废弃物料，仅仅用了3天

的时间，他们就建造了新陈列架，为企业节省费用5000余元，卫星店也顺势开展了热带水果节。

欧亚超市连锁东盛店“维修小分队”为节约电费，自主制作冰船上盖，为超市冰船、冰柜加盖，自行制作核算成本1.5万元，节约成本约14.1万元，预计每月节约电费5000元，年节约电费约6万元。东盛店“维修小分队”队员还自主制作米面陈列架38组，自制成本330元/组，外加工每架1080元，每架节约720元，共节约成本2.85万元。

今年门店经营布局在相应的进行调整、改造，例如欧亚新生活屋顶花园火锅在电气改造方面，每一个小的项目都需要不少的人工费和材料费，在这样的情况下，欧亚新生活后勤保障部的员工自行安装灯具，自己动手完成了一个又一个的小项目。

……

欧亚商业连锁像这样节约成本，自己动手、勤俭善持的事例还有很多。作为欧亚商业连锁后勤保障部的一员，我们每一名员工都应该自觉地投入到节能降耗工作中去，坚持不懈，以最小最合理的支出，来实现企业节能效益最大化。

(欧亚商业连锁 王璐)



欧亚超市连锁卫星路店的员工们自己动手制作的香蕉展架。

王忠伟 摄

吉林市“创建省放心肉菜示范超市”经验分享会在吉林欧亚商都召开

本报讯 (吉林欧亚综合体超市) 吉林欧亚商都综合体超市荣获“省放心肉菜示范超市”奖项，吉林市市场监督管理局高度重视，于10月13日在吉林欧亚商都综合体7楼会议室，组织召开了2020年度创建省级放心肉菜示范超市经验介绍暨现场观摩会议。

本次会议由吉林市市场监督管理局组织，市场流通处处长主持会议，参会人员有吉林市市场监督管理局张明君副局长、吉林市市场监督管理局丰满分局局长以及吉林市、县、区监督管理局各分局局长，市、县参加创建放心肉菜示范店的企业单位负责人陪同调研并参观学习。

本次会议主要围绕吉林欧亚商都履行超市食品销售安全承诺，加强肉菜等食用农产品质量安全管理经验展开。

首先，吉林欧亚商都综合体超市以PPT报告的形式，介绍创建情况和工作经验；其次，属地丰满分局局长介绍行政管理部门对创建工作结合地方实际工作进行的相

部署和工作指导；再次，由市、县各分局、各企业负责人现场观摩综合体超市的软性创建材料；接下来现场观摩超市现场硬件环境和设施；最后，张明君副局长进行讲话，对欧亚综合体超市在参与过程中所做的工作给予了高度的赞扬，并对综合体今年的复核情况给予了高度重视及期望。

10天6封表扬信 为欧亚卖场最美保洁队伍点赞

欧亚卖场双节活动圆满落幕，十天销售4.5亿元、同比增长53%的瞩目业绩，再一次彰显了实体零售业标杆翘楚无可撼动的地位，全面深植了欧亚集团“定海神针”、“压舱石”、“稳定器”的优势，更为省市经济和社会秩序全面复苏注入了强大的动力，为强“六稳”、促“六保”作出了民营企业的特殊贡献。

欧亚卖场双节销售的成功，离不开“做内行、在现场、敢担当”企业文化的完美执行，离不开后勤人员的协同配合、共同努力，更离不开全体保洁人员艰苦的努力与付出。为了确保双节期间的现场安全整洁，企业管理部预先组织了“安全生产、卫生标准、突发预案、文明行为”等相关培训，提

出了人过地净、手脚勤口勤、人人争当安全小卫士、杜绝投诉和不文明行为等要求，极大激发了保洁人员工作热情与干劲。在为期10天的双节营销活动期间，面对每天近80万人次的客流，保洁员全员在岗，加班加点，起早贪黑，不辞辛苦，用他们的付出确保了持续高峰客流期间的现场卫生与安全秩序，用他们常说的一句话，“累些忙些不要紧，就怕消费者不满意，现场环境是卖场窗口，咱们的工作很重要。”简单的话语却透露出企业形象重逾山的担当。据统计，整个活动期间累计运送购物车数量超万辆，极大方便了到超市购物的消费者；倾倒垃圾1000余车，更换垃圾桶袋子2000余捆，减

少垃圾存储时间，保证了清洁卫生；累计使用84消毒液80余桶(10公斤装)，保证现场安全卫生。尤其是各大门、洗手间、观光梯、扶梯的清洁工作更是不间断循环清洁，无一一起安全事故，无一消费者不满投诉，更是收获了来自消费者6封拾金不昧表扬信，极大提升了卖场的美誉度和吸引力。

正是这样一群平均年龄在五六岁的保洁员，用他们平凡的努力为欧亚卖场发展助力前行，也正是有了像他们一样勤勉敬业、踏实肯干、自觉奉献的欧亚员工队伍，“中国欧亚、民族欧亚、世界欧亚”的宏伟蓝图必将挺立世界商业之林。

(欧亚卖场 李微)

欧亚商都组织开展2020年下半年安全生产知识培训



安全生产知识培训活动现场。

孙厚刚 摄

本报讯 (欧亚商都 孙厚刚) 为贯彻落实欧亚商都总经理周伟提出的“抓早、抓实、抓细、抓紧”的工作要求，不断夯实全体员工安全防范能力和责任意识，有效预防和遏制各类事故的发生，10月20日至27日，欧亚商都组织开展了2020年下半年安全生产知识培训，累计开展12场，四千余人参加培训。

欧亚商都保卫部聘请吉林省宣安防火知识宣传中心、吉林省安消防知识宣传中心两个专业机构进行培训，利用早会时间组织各商场、部(室)进行安全生产知识培训。

培训中，授课教员详细讲解了安全生产基本知识及工作要点，亲身示范安全防护动作，授课内容符合实际、贴近工作，全体人员认真聆听、收获满满。通过安全培训，增强了全体人员安全意识及遇有突发事件处置指挥能力，培训达到了预期目的。全体人员一致表示，会把此次授课内容转化好、运用好，将“尽心、尽力、尽责”抓好商都店庆及今后安全工作。

消防演练常抓不懈 安全防线警钟长鸣

吉林欧亚商都解放店开展2020年秋季消防疏散演练

本报讯 (吉林欧亚商都 尹忠) 10月14日，吉林欧亚商都解放店与吉林市昌邑区消防救援中队联合进行2020年度秋季消防疏散救援演练。本次演练旨在提高全体员工的消防安全意识，锻炼员工应急疏散能力，检验门店消防事故应急救援预案的实用性和可操作性，完善事故应急机制。

随着演练总指挥的一声令下，演练正式开始，模拟起火点触发自动报警系统，起火点附近的员工发现火情，立即组成第一灭火力量，实施“1+5”灭火救援程序，即1人报警，5人使用消防器材灭火，同时消防室确认火情，接到总指挥指令后，立即执行门店火灾事故应急预案，启动起火区域的消防设施联动，同时抢救救援组迅速组成第二灭火力量，在三分钟之内到达起火区域进行灭

火，各楼层疏散引导员在听到疏散广播后，立即组织人员进行疏散逃生，区消防救援中队指战员接到报警后，组成第二灭火力量进入楼内进行灭火，同时使用担架将伤员救出，一套完整的灭火救援程序在紧张的氛围中有序的进行。

全员疏散到室外停车场后，发现有一名员工在屋面求救，随即区消防救援中队立即启动云梯救援设备，成功将被困人员救出，赢得了现场员工的一片掌声。

最后演习总指挥在总结中强调，火灾应急救援中，各应急小组的协调联动、全体员工应急响应，火灾事故应急预案的严格执行，才是临危不乱的基础，这就需要消防教育工作，消防安全隐患治理要常抓不懈，安全防线警钟长鸣。



秋季消防疏散演练活动现场。

张馨元 摄



好标题创作手法(五)

一则好标题 一处新亮点

在新闻创作中，标题也可以根据稿件的立意和需求进行创作，例如广告式标题，就非常适合广大员工运用到营销活动中，规劝式标题则可以运用到温馨提示、文明倡导中。总而言之，新闻标题既是难点，也是亮点，如果灵活掌握，可以运用到工作及生活的方方面面。截至目前，本报编辑部已经进行了系列讲解，期待我们的员工能够深入领会，并逐步运用到创作中去。加油，你一定行!

一、广告式标题

此类标题非常类似商品广告，它是向征求大家意见或是直接面向读者讲话的标题。举例理解：

- 1、《人要衣裳 米要包装》
- 2、《两万斤大米要主》
- 3、《好茶出自宜山》

二、规劝式标题

是规劝他人改正不良习惯、弘扬中华传统美德、倡导社会正能量，或者提出某种倡议的标题。举例理解：

- 1、《劝君莫猎保护鸟 常叫珍禽天上飞》(纠正不良习惯)
- 2、《广大市民 你做到文明行车了吗》(纠正不良习惯)
- 3、《孩子们 参加夏令营》(发出倡议)

三、地名式标题

顾名思义，即标题中含有某个地点名称。这种标题主要有地名含义式、地名意境式、地名谐音式三种形式。举例说明：

- 1、《多乐村里多欢乐》(地名含义式)
- 2、《吉庆有余——吉庆农村家家住上四合院》(地名意境式)
- 3、《辛庄大队树新风》(地名谐音式)

(编辑部)

辽源欧亚 举办自营员工收银大赛

本报讯 (辽源欧亚 综合部) 9月23日6时20分，全面备战辽源欧亚10周年店庆系列活动之二，“立足本职、钻研技术、全面提升、助力店庆”自营员工收银大赛在辽源欧亚购物中心超市收银台准时举行，辽源欧亚全体收银员、摊长、部员、主管、中层干部参加比赛。

本次比赛，作为辽源欧亚10周年店庆前十项系列活动之一，得到大区领导的高度重视并担任现场裁判员。比赛按类别分为超市组、百货组，竞赛内容包含商品扫码限时收银、手敲码限时收银、一元点钞限时赛等项目，各参赛选手严阵以待，赛场上尽是扫码收银的清脆声音。大赛结束后，全体收银员还为大赛献上精彩的歌曲与舞蹈，表达了他们迎接10周年店庆做好收银工作的决心与对企业的热爱之情。

最后，87名选手经过近两个小时的激烈角逐，33名选手技压群芳，获得比赛的优秀名次。通过本次收银竞赛，进一步提升了辽源欧亚收银业务的整体水平，为辽源欧亚10周年店庆做好充足的准备!

下岗失业人员再就业专场 招聘会在通辽欧亚举行

本报讯 (通辽欧亚 综合管理部) 9月26日，由通辽市科尔沁区总工会举办的“2020年创业时代筑梦未来”下岗失业人员再就业专场招聘会在通辽欧亚购物中心一楼中央天井拉开帷幕。

本次参展企业共计90余家，包括蒙古王实业、燕京啤酒、金锣集团等大型企业，需求岗位486个，本次招聘会线上线下同时举行，在抖音、快手实时线上直播现场实况，在吸引更多求职者的关注同时，提升了通辽欧亚的线上关注度及线下客流量。本次活动，是通辽欧亚在后疫情时代，积极助力复工复产，竭诚服务群众、切实保障民生的一项重大举措，更好地推动了用工企业与就业人员的有效对接。

抓实四防安全工作 确保卖场安全前行

10月18日，欧亚卖场奥特莱斯针对冬季消防安全隐患，组织了一场全员性的四防安全培训，进一步提升了员工四防安全意识和应急处置能力，为确保商场安全平稳过冬奠定了坚实的思想基础和基础。

培训时，商场管理人员详细向员工讲解了常用的消防设施设备，培训了展位内消防应急箱内物品、使用方法及摆放位置，讲解了整理箱里照明手电、矿泉水、口罩、防毒面具、消防毛巾及卡片的使用和存放要求，并组织员工逐一检查了手电电量是否充足、水和口罩是否过期、防毒面具是否完好等情况，梳理了灭火器和墙壁消火栓的使用方法，采取现场演示、分步讲解、实际操作进行了直观教学，传授了检查设备能否正常使用、突发火情时灭火器和消火栓的使用方法，既让员工懂得如何使用，也使员工学会设施设备的日常检查。最后，培训了消防1+5演练，现场分组进行日常第一灭火力量的演练，针对演练薄弱环节当场进行指导和重点练习，使员工不光在思想上重视安全，更从行动上加以重视，进一步强化了责任意识。

通过组织培训，进一步明确了各个区域的消防安全责任，明确了各类消防安全设施设备保管及使用要求，强化了每名员工的四防安全技能，全面有效地落实好冬季“四防”安全工作要求，为确保企业安全发展筑牢了屏障。

(欧亚卖场 宋力男)

书香沁人心 激昂青云上

书香欧亚

读一本好书，不仅可以让人获得可贵的知识，还可以让人提升修养、净化心灵；而读一本与自身行业相关的好书，则可以让人启迪思想、开阔视野，激励自己不断创新、乐享工作。伴随着经济的高速发展与科技的快速进步，我们每个人都应该紧跟时代脉搏，放眼科技视角，多读书、读好书、好读书。本期起，本报编辑部将开设《书香欧亚》栏目，期待广大员工都能够从书中快速汲取零售业发展的创新模式，多角度提升自己，学有所需、学有所成、学有所用，在丰富自己、实现自己事业理想的同时，不断为欧亚集团企业发展助力。

一、书名：《干就对了：业绩增长九大关键》

作者：俞朝翎
面对当前的经济形势，所有企业都在开源节流。在这样的背景下，销售带来业绩增长（现金流）对于企业和个人重要性不言而喻。其实，单纯增长远远不够，那么如何做到持续甚至爆发式业绩增长呢？在阿里巴巴任职13年的铁军主帅，一手打造了阿里巴巴旗下风格剽悍、充满战斗力的中供铁军，并被马云称为阿里巴巴的“定海神针”的俞朝翎在这本书中系统复盘了他的心法——业绩增长九大关键。

这本书以实干为基调，不仅深度挖掘实现业绩增长的关键步骤——管理基础、



目标策略、组织设计、人才升级、绩效管理、拿到结果、培育强将、团队建设、文化塑造，还剖析了阿里铁军主帅的实战心得，如开发员工的心力、体力、脑力，明确目标的动点和成就点，对KPI实行双轨考核，推动队伍成长进化的“五狂”（狂跑、狂问、狂总结、狂训练、狂分享），保证业绩不下滑的金银铜牌制度，复盘反思Review法，北斗七星选人法……最终让管理工作更具操作性和颗粒度。

二、书名：《人人都是产品经理（创新版）》

作者：苏杰
每一个岗位都是公司为了解决阶段性业务问题而设置的解决方案。随着行业的发展和外部环境的变化，各种岗位都可能会有消失的那一天。本书作为“人人都是产品经理”系列图书的第三本，要带领读者去思考产品经理如何自我反思、完成进化。这个问题的答案是做产品，而不是做产品经理。我们应该关注的是无数公司设置“产品经理”这个岗位要解决的核心问题——产品创新。创新才是每个岗位背后的本质诉求，也是公司永恒不变的追求。



如何创新？最初的想法从哪里来？如何低成本验证你的新想法？如何简便地验证某种功能的必要性？如何让渠道更好地发挥效果？……针对产品创新过程中的各个关键问题，作者基于十多年的工作经验和创新实践案例，总结了一套应对多变时代的低成本创新方法——5MVVP框架，通过案头研究、原型设计、产品开发、运营推广、复制组合五个阶段中的五轮冲刺，让产品工作者有效地想清楚、做出来、推出去，打造“爆款”新品，构建产品矩阵。

三、书名：《这个国家的新中产》

作者：吴晓波频道

过去，我们通常只以财富来定义一个阶层，现在我们发现，人群中正崛起一股新的力量，他们除了家庭收入可观，生活方式也更健康、更现代、更新潮。2016年，吴晓波频道率先提出“新中产”概念。经过吴晓波频道多年调研，新中产的画像逐渐丰满，他们具备现代化人格的基本特征：个人权利意识、理性生活观念，以及全球视野和本土认同。这些价值观念，来自高等教育、职业工作、城市生活中的社会合作经历、家庭资产与收入的富足。



本书将从消费、财富、职业、家庭和社会关系、价值观、产业、未来商业7个方面，解析新中产的主要特征，进一步深化对当下职场白领及精英人群发现和洞察，帮助新中产人群更好地自我定位、规划未来，同时帮助企业借助新中产崛起的东风，在市场中占尽先机。

四、书名：《开挂扩张》

作者：卢诗瀚

全书用简洁锋利的互联网语言，以全新的视角，讲述了拼多多的扩张之路。如何从0出发？面对过什么挑战？如何将规模做到如今的级别？如何把中间商切割掉，从而将价格低廉的产品



更直接的呈现到目标用户眼前？如何用“拼”这种形式，改变了大众的消费习惯？如何将更多的国产品牌推向全国消费者？更重要的是，如何在强敌环伺的逆境里，杀出一条“血路”。

书中不仅揭秘了拼多多真正的红利点，更是一本电商营销思路解读手册。从拼多多出发，教会从业者如何正确的面对、迎接风险，将其转变为机遇。讲述了在传统电商模式的逐渐成熟、滞缓、几近饱和背景下，巨头们通过大幅的广告、高价的娱乐节目冠名或者体量庞大的狂欢促销活动，撒了大量的钱，虽然在已有的用户身上“薅”到更多的收益，并进行流量和用户的循环，但在全新流量与用户的数量上却已经微乎其微，获客的成本水涨船高。在这种状况下，拼多多在几大巨头的夹缝中撕出一条逆势崛起之路，如何发掘完全新鲜的“蓝海市场”，做别人没做到的事。尤其是在人人自危的疫情之下，零售业面临的是更激烈的竞争，更产生了“消费降级”浪潮，此时的电商又是如何转型的。

写在后面

作为欧亚人的我们，要站在市场经济的大背景下，去思考、去学习，无论是实体经济的营销模式，还是电商运营模式；无论你是职场小白，还是企业高管。我想说的是——为了业绩增长，干就对了！如何干？当然要创新，立足本岗位创新，立足市场经济环境创新！你的核心目标是谁？当然是最有经济实力、最受业界瞩目的“新中产”！那么在疫情后时代，如何杀出一条“血路”？如何以最小的营销成本获取精准流量？看看世界的他山之石！这就是编辑部本次精选的四本热销书籍，百尺竿头须进步，十方世界是全身，愿所有员工都能够多读好书，激昂青云，再创新的辉煌！

（编辑部 苏艳丹）

我和我的欧亚

我和我的欧亚，那是如初恋般的缘分，共同成长，共同进步，一起走过几载春夏秋冬。我爱我的欧亚，你的名字响彻了春城大地，你的门店遍布了数十省市，你的怀抱让我感受到了家的温暖。我亲爱的欧亚，是你，让我有展示理想的平台，是你，让我有温暖我的内心。未来，我将用最热忱的心奉献于你，我的欧亚，你是我一生的寄托。

（欧亚商都 封雅萍）

勇于学习 甘于奉献

在万众期盼中，欧亚卖场的中秋国庆活动圆满落幕了，十天销售4.5亿元，同比增长53%的瞩目业绩，在深植企业品牌优势同时，更充分彰显了于总“做内行、在现场、敢担当”九字管理箴言的成功，作为欧亚卖场的一名收银员，在感受荣光的同时，更是感念颇深。

在活动前期，欧亚卖场就准备十分充足，覆盖面很广。在人员方面，对在岗人员进行了调配与补充，以及对业务能力进行了培训与指导；在陈列上醒目美观，在商品上做出了超大力度的价格直降，在对消费者优惠方面推出了各种优惠券活动，无论是营业员、收银员、临时促销员，还是部门领导都积极的协调配合，有着极强的凝聚力和团队协作力，在所有参与员工的共同努力下，活动取得了圆满成功。

在活动中，我作为一名收银员，有着这样的体会与感悟：无论在什么情况下都应该秉承服务意识，做好份内工作，忙碌时更是锻炼自身，锤炼综合素质。上岗前一定要调整好心态，忌带情绪上岗，要热情微笑服务，即使工作忙碌辛苦，也不能无精打采的面对消费者，甚至把不良情绪发泄到消费者身上。面对特殊消费者的质疑或者质问，也要耐心温和的解释。当消费者情绪焦躁时，收银更要细心，对消费者的问题更要耐心。收银工作是购物环节的最后一道程序，如果不注意技巧和细节，就会改变消费者愉悦的购物体验，继而产生不满甚至投诉。

除此之外，收银员更应该懂得培养自己的积极心态，对收银工作充满激情。拥有积极心态并时刻保持乐观的心情，无论在工作中遇到多大挫折，总是能想到好的方面，时刻进行自我激励，对自己充满信心。同时，我要珍惜每一次经历的活动，总结经验教训，为今后的收银工作做好铺垫，为卖场美好明天贡献智慧和力量。

（欧亚卖场 郑文君）

增强人才有效管理 提高企业核心竞争力

前期企业培训课程中提到了稻盛和夫的《干法》，让我对他的管理理念很感兴趣，早晨上班的路上看到有人分享相关的文章，就仔细的读了一遍，其中一个观点又让我触动了，稻盛和夫认为：牛比豹子更容易成功。

企业中人可以分成四类：人财，也就是那些给公司直接带来高效益的人；人才，特别有才干的人，是公司的中坚力量；人材，有潜力可培养的人；人裁，可以直接淘汰的人。从《干法》中知道，稻盛和夫更喜欢用那些70分左右的“人材”，而不是90分左右的“人才”。因为那些“人才”大多会觉得特别有才干，自己大材小用，很快会辞职离去。而那些“人材”需要经过公司的点拨、培养，会因为不断坚持，刻苦勤奋而留在公司里成为中坚力量。这就好像豹子和牛，豹子的速度很快，但创业比拼的是牛最擅长的耐力。

任正非说过：“人才不是华为的核心竞争力，对人才进行有效管理的能力，才是企业的核心竞争力”。总之，“人才”也好，“人材”也罢，都有可用之处。比起用“人才”还是“人材”更重要的是，企业要有能力对“人才”进行驾驭管理，为公司创造财富；用投资的眼光与韧性将“人材”培养转化为“人财”，成为企业真正的财富。

（欧亚商业连锁 杨晓平）

四防安全 从我做起

生命诚可贵，安全价更高。安全是幸福生活的保障，是生命的基石，也是欢乐的阶梯。我们要时刻敲响安全的警钟，多一份安全思想，少一份事故危机。有时，一些小事因为处理不当，缺乏安全意识，就会造成不可收拾的后果。所以，我们要重视安全，了解更多的安全意识，学会自我保护，遇到灾难时不能惊慌失措，一定要保持冷静，用适当的方法自救或向他人求救化险为夷。把安全“印”在心中，是我们务必坚守的职责，从身边小事抓起，把一切隐患消灭在萌芽之前，让经营和各项工作都处于一个安全的环境中。

在欧亚卖场，我们柜组的领导总会利用早会时间来检查我们每个展位的七个一安全箱，会抽考我们安全消防知识，组织我们消防演练，为的就是安全。“安全职责，重于泰山”，没有安全，企业就谈不上发展；没有安全，也谈不上个人的生存；为了我们的企业，为了我们的家庭，为了我们自己，每个人都必须要牢固树立安全思想。身为欧亚卖场的一名员工，按照于总“做内行”的要求，我们务必要充分了解自身岗位的专业知识，认真学习安全制度和操作流程，下班时也更要注意安全隐患，确认店内用电设备电闸关闭，无安全隐患再离开。我们要永远把“安全”二字牢记在自己的心中，真正做到“注意安全，从我做起；珍惜生命，安全伴我行。”

（欧亚卖场 王洋）

魅力红城 踏秋巡游

欧亚商业连锁白城乌兰大区员工秋游团建活动

金秋十月，秋风送暖。10月20日，欧亚商业连锁白城乌兰大区组织乌兰浩特欧亚购物中心、欧亚超市连锁乌兰东街店、白城欧亚购物中心、欧亚超市连锁白城金辉店、镇赉欧亚购物中心三地五店员工外出郊游。这是公司进行的最大规模户外郊游活动，开创了白城乌兰大区的先河。

当日9时50分，阳光明媚，迎着冉冉升起的太阳，伴着和煦的秋风，几辆满载着公司员工的旅游车从公司门口出发，10时30分到达目的地——天骄天骏生态旅游度假区。天骄天骏生态旅游度假区，以成吉思汗传说、蒙古战马形象与蒙元文化创意体验为主，规划分为天骏花田区、运动康养区、自然休闲区—兴安岭植物园、文化创意区四大功能板块，于花、草、石、水之间充分体验自然生态之美。我们在导游的带领下，借着秋天的季节，体验了不同于春夏的园内风景，也看到了天骄天骏的别样风光。

中午，大家集合到了义勤力特的一个山庄进行午餐。在美味佳肴中，大家推杯换盏，交流情感。我们也同白城欧亚、镇赉欧亚的员工伙伴们互相展现了各自的风采，歌曲、舞蹈、快闪，看到了很多多才



白城乌兰大区员工同游合影留念。

包艳 摄

多艺的家人，来表达他们的愉悦心情，我们统一的一句话就是：“感谢欧亚领导，回家真好！”

16时，阳光尚暖，在结束聚餐后，我们驱车回到市区，结束了一天的户外郊游。通过此次秋游活动，大家不仅欣赏了秋天的

美景，放松了身心，缓解了工作生活带来的压力，同时还为大家提供了沟通交流的平台，各商场部门利用这次机会积极进行交流，为以后协调合作打下了良好的基础。相信在以后的工作中，员工们会以更加饱满的工作热情投入到自己的工作岗位上，为公司

的蓬勃发展贡献自己的力量。欧亚商业连锁白城乌兰大区，凝心聚力，同心筑梦，乘风破浪，扬帆远航。我们骄傲，因为我们是一个团队；我们骄傲，因为我们是欧亚白城乌兰大区的一员！（欧亚超市连锁乌兰东街店 魏婷婷）

抓提升 强技能 做内行

欧亚卖场客服培训心得感受

客服中心作为欧亚卖场形象窗口，新面孔充满着青春与活力，代表着欧亚集团与时俱进、企业生命活力无限。近期，客服中心按照于总“做内行、在现场、敢担当”的管理要求组织了岗位技能培训，从着装到接待的每一个环节每一处细节都严格要求，为做一名优秀的客服人员而不断进步，更好地展示企业形象，更好地服务于广大消费者。

明定位 稳心态

作为客服人员，首先要在心里有明确定位。我们的岗位职责是什么？对待消费者无论是表情、语气还是语调都要时刻保持亲切、友好的态度。在工作过程中面临消费者负面情绪，要懂得安抚消费者，他们需要的是倾听，换个角度看，这是对我们的信任与依赖。无论遇到什么脾气的消费者都要灵活处理，不可随性而为，清楚定位，保持对稳定的心态，做好服务。

当内行 利答疑

客服工作的主要内容就是为消费者解答疑惑，从消费者踏入卖场的第一步，他们遇到问题后，最可能、最直接的就是找到客服中心，客服就是消费者的“定心丸”。如果我们能快速、流畅的解决，既能提高消费者的满意度，更会提升职业自信，可谓双赢。如果客服模棱两可，消费者便会迷茫，甚至放弃消费，于客服而言就是工作失职，对企业而言则失去了她以及她连带的消费者，可以说是巨大损失。所以客服人员的业务能力一定要强起来，做到专业，做到内行。

经过培训，受益匪浅。欧亚卖场客服中心上下齐心，将客服培训内化于心，外化于行，做真正的内行，敢担职责之责，全心全意为消费者服务，善始善终对消费者负责，不负企业，亦不负青春。

（欧亚卖场 刘夕莹）

“全运会”梅河欧亚方队展风采

本报讯（梅河欧亚 王红君）10月16日，梅河口市首届全民运动会在万人体育场盛大召开。梅河欧亚购物中心在梅河明总总经理的带领下组建的一支也是商贸企业唯一一支方队，参加了本次全民运动会。

在本次全民运动会的现场，梅河欧亚方队身穿整齐印有中国字样的服装，手拿火红气球，迎着朝阳，昂首挺胸，迈着铿锵有力的步伐行进在全运会跑道上。当方队行进到主席台前时，“梅河欧亚，服务万家；尽心尽力，

诚实守信；欧亚欧亚，服务天下”的口号响彻会场。同时，梅河欧亚方队一起放飞代表美好希望的气球，场面壮观。饱满的精神、整齐的步伐、响亮的口号、火红的气球，这一幕获得了现场观众的欢呼。通过这次活动，梅河欧亚方队的精神风貌深深烙印在观众心中，彰显了欧亚人的风采，奠定了梅河欧亚在政府及民众心目中的亲民良好形象。

上图：梅河全运会中的梅河欧亚方队。裴小娟 摄