

# 今日欧亚

2021年第1期 总第545期 总编辑 苏艳丹  
主办:长春欧亚集团股份有限公司 地址:长春高新区飞跃路2686号  
电话:0431-87666857 邮编:130012 网址:www.eurasiagroup.com.cn/index/jroy.html



2021年1月  
1  
星期五  
农历庚子年十一月十八  
廿二小寒

本报推出2021年元旦特刊  
**这一年 欧亚·我们**

(5-16版)

## 曹和平董事长祝福大家:新年快乐!



欧亚集团党委书记、董事长曹和平

2020年,是艰难的一年!

这一年,我们的欧亚,肩挑重任、胸怀大爱、共克时艰,在“疫情防控”、“六保六稳”工作中,展现出了本土企业大爱无疆的家国情怀!

这一年,欧亚的我们,怀揣感恩之情、舍小家顾大家,在保障民生供应、紧张辛劳的一线岗位上,彰显了欧亚人的不屈不挠与铮铮铁骨!

回顾2020年,我们,胜了!欧亚,赢了!

今天,我们迎来了2021年的新年,我们与欧亚都将开启一个新的篇章。这一年,面临国内外全新的政治环境与经济形势,将是变化之年。但无论环境如何变化,数字当头,总是为人为企的永恒之道。在这个喜庆的节日里,

躬身迎变  
天道酬勤  
曹和平

我们董事长曹和平将“躬身迎变 天道酬勤”作为新年寄语,送给企业、送给所有欧亚人,祝愿我们欧亚及全体员工在新的一年里,用勤劳的双手,收获喜悦与幸福。

(本报总编辑 苏艳丹)

## 送消费盛宴 迎吉祥中国年

欧亚集团“大干90天,增销售、增利润、增自采”系列主题活动火爆开展

本报讯 (集团业务处 张鹏)为有效利用2020年底和2021年初销售旺季,积极贯彻国家以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局战略,抢抓销售,巩固市场占有率,圆满完成2020年销售任务,同时为2021年全年销售打好基础,经集团总经理办公会研究决定,从2020年12月1日至2021年2月28日,集团统一开展“送消费盛宴 迎吉祥中国年——大干90天,开展增销售、增利润、增自采”系列主题活动。此次活动由公司总体规划,各系列及营销分公司自主开展各类营销活动,着重加强运营管理,有效提升自采自营能力,进一步提升企业核心竞争力,为公司未来发展夯实基础。

此次系列活动主要从三个方面开展工作,一是营销各系列及集团分公司积极开展丰富多才的营销活动。充分利用店庆经济、

双十二、新年、春节等营销节点,开展各类线上、线下营销活动并进行广泛宣传,进行全品类商品的大型促销活动,争取品牌商的货源支持和政策支持,实现销售、利润双增长。同时,各系列、营销分公司要积极探索营销手段创新,在做好商品促销的同时,可根据实际情况开展线上直播带货,线下演艺活动、电子竞技等活动,从多角度、多渠道吸引消费者来到门店驻足。积极整合异业资源,争取政府消费券、银行刷卡礼、出行优惠等社会资源,为消费者提供更多的优惠活动。对内,要加强管理,尤其是加强物价、质量管理,恪守诚信;有效提升服务意识,为消费者提供良好的购物体验。注重发挥集团整体优势,争取集团利益最大化。此外,要做好总结工作,发挥优势,提升不足。

二是强化自采自营工作。欧亚集团曹和平董事长高度重视自采自营工作,多次强调

自采自营工作的重要性。各系列及营销分公司要强化出口(销售端),做到有办法、有措施、有实效、有督导,推进出口的规模化,要不断提升自采商品的销售金额,不断扩大自采商品的采购品种和数量,不断完善自采自营工作的工作流程和奖惩机制,贯彻落实《欧亚集团统采生鲜果品销售奖励方案》,不断加强自采自营源头组进的规范化、批量化、常态化、基地化。

三是做好安全保障工作。各分子公司务必按照各级政府部门要求,做好疫情防控工作。财务部门、信息科技部门要做好线上及线下营销活动、日常管理运营、会员管理的后台技术支持与保障,做好提前测试并制定预案,同时做好收银员培训和收银台增设工作。行管保卫部门做好“四防”安全保障工作,各系列开展活动时必须制定安全方案及应急预案并确保落实。

此系列活动开展以来,各系列及营销分公司积极落实,第一时间召开不同层级会议传达部署,同时制定适合本单位的实施方案,落实责任和目标,调动员工热情,鼓励员工干劲。从现阶段的完成情况来看,取得了良好的效果。12月1日至12月20日,欧亚商业连锁销售实现5.7亿元,同比完成105%,自营自采销售实现3830万元,同比完成107.77%。欧亚商都积极扩大自采自营经营范围,遵循南货北调、北货南运的原则,做好自采自配。欧亚卖场举办了以“盛庆廿载,钜惠袭来”为主题、为期13天的20周年店庆活动,通过丰富多彩的营销活动、质优价廉的名优商品、新颖别致的文娱活动,取得了销售10亿,同比增长12%的业绩。

(更多阶段性活动成果,详见2版“大干90天进行时”专栏)

销售突破10亿元 同比增长12%

## 欧亚卖场20周年店庆圆满收官

本报讯 (欧亚卖场 经理办)2020年12月16日,欧亚卖场为期13天的“盛庆廿载,钜惠袭来”20周年店庆,以销售突破10亿元,同比增长12%的业绩圆满收官。

### 差异优势全面释放 销售业绩屡创新高

20周年店庆首日,欧亚卖场涌现140个全国销售冠军、237个东三省销售冠军、82个吉林省销售冠军,其中,图途品牌销售同比增长804%,北面品牌销售同比增长123%,乔丹品牌销售同比增长112%,罗盘品牌销售同比增长200%,卡西欧品牌销售同比增长105%,简爱诺品

牌销售同比增加170%……

### 自营自采持续发力 全面助推引领销售

店庆期间,超市生态果蔬区全新亮相,欧亚粮仓拓展升级,新进大公分粉、五常大米等特色农产品,新增从云南、四川、寿光等地直采时令新鲜果蔬,上架了从西班牙进口的红酒、橄榄油,台湾采购的洗护清洁用品,举办了淘肉大集,掀起抢购狂潮,超市二店创新营销理念,抢夺市场份额,设立惠民日,做大会员群,通过达标返现、达标换购、达标送礼等店庆期间屡创销售佳绩,店庆前三天连续单日销售突破百万,超同期152%,人气如虹,场面震撼。

### 差异经营优势彰显 协同发力互惠共赢

作为与欧亚卖场差异经营的夜经济中心,欧亚汇集结合自身定位策划了“无限潮π·城市盛典”2周年店庆系列活动,推出了一系列人气活动:3000杯酸梅汤、3000个棉花糖、20万枚游戏币、200杯星巴克咖啡任意送,经典游戏翻新上架,真人抓零食等潮玩体验让消费者嗨玩不停,乐队演出、生日潮流趴等精彩演绎,献上一场视听大赏。

借助店庆良好态势,欧亚汇集引进世界恐怖文化小镇,占地1万平方米的奇幻雪世界2020年12月11日正式开园,店庆期间日最高接待客流达500余人。

### 发展成果充分共享 普惠钜献回馈百姓

本次店庆,欧亚卖场突出以消费者需求为中心,一次性投放13000瓶53度飞天茅台满足“茅粉”需求,拿出总额1.1亿元欧亚卖场庆生一卡通回馈消费者,重磅抽5个49999元现金卡和50部华为保时捷手机,超值换总额300万元店庆增值礼金,低价团12000份吃喝玩乐庆生券,专享惠总额500万元银行红包,举行电子鼓大赛、国乐表演、明星进店助阵,让广大消费者得到物质精神双满足。同时,举办了盛大的20周年店庆大典,邀请20年来与欧亚卖场携手走过的消费者、供应商、老员工共同走过红毯,颁发纪念品,分享企业20年发展成果。

## 缩短时间求强效 创新思维迎新年

欧亚商业连锁召开2020年度高管汇报会

本报讯 (欧亚商业连锁 经理办)2020年12月15日,欧亚商业连锁召开2020年度高管汇报会,总部班子及联席成员、长春及外埠各大区的区总、部分门店店总、店长分别对2020年的工作进行总结,同时对2021年的重点工作进行汇报,超市合伙人门店店长代表进行了经验分享。会上,欧亚商业连锁全质办主任刘晓宇公布了薄弱门店第一阶段验收结果。

欧亚商业连锁于惠副总指出,这次会议的创新思维,带来了新效果,让大家看到了不一样的理念,不一样的声音,说明了三件事:一是只有想不到的,没有做不到的。方向很重要,只要方向正确,任何目标都可能实现。二是抓重点,有取舍。汇报和经营是一样的道理,只要抓住重点工作,分配好人员和精力,有取有舍,就能有所成效。三是步调一致,才能走得铿锵有力。按计划完成了本次汇报,这不是一个人的努力,而是每个人都在遵守时间,大家都按规则办事,按要求和指令做事,所能产生的合力与影响超乎想象。于总指出,2020年,无论是在疫情时期的防疫工作、保供稳价,以及在自采自营、提质增效等方面的工作,欧亚商业连锁各大区都努力拼搏,奋勇争先,各项经营管理取得了阶段性的成绩。

2021年,虽然疫情的影响逐渐转弱,但市场的困难程度反而增加,竞争的激烈程度更大。各店由于不同的定位,受疫情影响的程度不一样,恢复的周期也不同,年轻群体、35岁以上客层、老人和儿童客层疫情后的恢复期都不同,要一店一策,完善招商体系,招商除了求新,更要看运营能力。过去很多消费者追求高档、名牌商品,疫情之后,消费需求发生转变,我们在做自营商品时,地级、县级门店可以把本地品牌逐渐充实到门店。

不忘初心、方得始终。管理者一定要永远与员工同呼吸、共命运、心连心,关键时刻冲得上,以永不懈怠的精神状态和奋斗姿态开创新局面。新的一年,欧亚商业连锁要在集团班子的统筹部署下,围绕“四增一减一提升”三年发展规划,坚持以经营为中心,以市场为导向,以管理做保障,强调6个意识、做好4个增长点、利用好5个助力器。全体员工鼓足干劲,开展好大干90天竞赛,圆满收官2020年,迎来2021年的开门红!



全力落实大干90天工作部署

# 欧亚商都体系重磅推出33档营销活动

本报讯（欧亚商都 办公室）为全面贯彻落实集团公司工作部署，欧亚商都从2020年12月1日起开展“送消费盛宴 迎吉祥中国年——大干90天，增销售、增利润、增自采”系列活动，抢抓销售，巩固市场占有率，圆满完成2020年销售任务，为2021年开好局。截至2020年12月20日，欧亚商都体系达成销售3.23亿元，完成计划的20%；其中长春商都达成销售1.52亿元，同比增长13%；自采自营销售364万元，同比增长3.4%。

## 抓好落实 把“三增系列活动”作为年底收官战的“推进剂”

在集团“大干90天活动”部署后，欧亚商都快速反应，第一时间在体系各店进行传达，深入领会集团战略部署的重大意义；

树立高度危机意识，认真研究筹划系列系列活动工作方案，突出自采自营、线上线下同步、异业联盟合作。欧亚商都体系制定目标销售计划，号召体系各店以“大干90天”系列活动为契机，铆足干劲，同频共振，集体出击，力争佳绩。

## 抓出成效 把“配套活动推进”作为大干90天的“助推器”

欧亚商都体系重磅推出33档营销活动，助推销售增长。长春欧亚商都于2020年12月9日至12日开启双十二盛宴，销售4243.39万元；欧亚商都奥莱大马路店哥伦比亚大型内购会，单日单品销售21万元，新发路店2020年12月18日金羽杰羽绒服小程序直播，关注互动点赞2.2万人次，实现销售1.21万元；千百度集合店大型

特卖会，7天销售18.4万元；吉林欧亚商都推出冬装节·钜惠双十二，2020年12月11日至13日销售1445万元，同比增长18%；欧亚沈阳联营68周年店庆，截至2020年12月22日销售7678万元；北京欧亚阳光商超自采生鲜经营品种64种，2020年12月1日至22日销售27万元，推出火锅节，销售145万元；欧亚济南大观乐活城开展嗨购宠粉节，销售227万元，同比增长30.7%，开展超级会员日活动，同比增长9.5%；欧亚海南儋州商超两店同庆，销售142万元，同比增长10%，儋州店首日销售额突破20万元，活动前三天销售超预期27%。

## 抓住优势 把“自采自营工作”作为三增活动的“定海神针”

欧亚商都超市连锁总部扩大自采自营

经营范围，遵循南货北调、北货南运的原则，做好自采统配工作。2020年12月1日至20日，在山东寿光直采蔬菜40余品种，2.5万公斤；从辽宁新民发货7500公斤；在北京新发地直采十余品种水果6500公斤、蔬菜1.25万公斤；为打造年货一条街，组织长春区门店到沈阳自采商品，组进酒水饮料、休闲食品、罐头调料等800个品种共3000多件，货品量70吨，金额70万；为海南地区元旦配送50个品种33吨货品；为欧亚商都体系各门店配送山西大枣41吨，销售20万元；砂糖橘配送75吨，销售50万元。

欧亚商都将按照计划安排次序展开，有效推进各项活动落实。在线下促销活动中，以满减、买送、折扣、高倍积分、预存增值、即时送等促销活动拉动销售，大干90天，实现增销售、增利润的目标。

# 欧亚商业连锁大干90天活动取得开门红

本报讯（欧亚商业连锁 全质办）欧亚商业连锁积极响应集团公司号召，于2020年12月1日迅速启动“送消费盛宴 迎吉祥中国年——大干90天，增销售、增利润、增自采”竞赛活动，2020年12月1日至20日销售同比完成105%，实现竞赛总体任务的18%。

## 营销引流效果显著

2020年12月5日，欧亚商业连锁白山大区合兴店成功举办了“2020VIP专场答谢会”，发放5万张邀请函，全媒体发布闭馆公告，引起社会关注，活动现场人气火爆，创下单日3600万元销售记录，日客流突破9.8万人，开创了会员专场营销新篇章。在慧航总经理的指导下，双十二之前，辽源、四平、东丰、松原欧亚相继举办会员专享答谢会，均实现同比大幅提升的喜人业绩。同时，家电业态与海信、容声等品

牌公司联合举办双十二全城嗨购。当日销售同比增长13%；2020年12月1日至20日已实现销售同比增长22%。

2020年12月18日，欧亚商业连锁3省23地联袂启动“岁末狂欢 感恩有你”第23届感恩节，投入总额1.5亿元感恩礼金倾情酬宾、银联云闪付总额500万“闪”购风暴等五大主题营销活动。实现全省门店协同出击，为顾客提供全新升华购物体验。

## 生鲜战役如火如荼

为丰富直采货源，2020年11月末至12月初，欧亚超市连锁生鲜事业部分别前往山东寿光、广西象州、云南等地，直采果蔬45个单品、310吨。2020年12月份以来，仅砂糖橘一个单品，全线销售达70余吨近百万元。

欧亚超市连锁各店在促销时段上，分为早、中、晚三个高峰，每个促销时段均有

爆款推出；周一至周四门店自主营销排期全天候；并持续引进新品。采取市调、订货会等多种方式，对标系统内外门店畅销品种，持续补充引进10大类1200多个品种。新引进生鲜供应商15家，完善、补充德大鸡品等生鲜专柜品种品类。在丰盈商品形象的同时亦进一步改善了门店品类品质。

2020年12月上旬，欧亚商业连锁已经有18个品牌成功落位。其中欧亚三环购物中心蓝鲸海鲜姿造自助餐厅开业首日销售超10万元，奈雪的茶也于2020年12月23日在欧亚新生活盛大开业。

## 提升服务温暖到家

长春地区各家电商商场联合博西品牌，现场为交警及环卫工人清洗工装；联合卡萨帝品牌，设立空气洗服务专区，为顾客清洗羊绒大衣、貂皮大衣。外墙家电与新楼盘达成合作，提供上门量尺、全屋免费设计服

务；员工使用专业的清洗器为老顾客上门清洗冰箱等。加强服务前勤，欧亚商业连锁家电总部对薄弱门店增加关注度，深入一线进行驻店指导，在现场找问题、解决问题，一店一策，千方百计帮助门店拓宽经营思路，提升销售能力。

## 职能小组协同保驾

欧亚商业连锁总部部室组成多个职能小组，以经营为中心，服务一线，各司其责，帮助前勤解决困难，全力为竞赛活动保驾护航。欧亚商业连锁将以“大干90天竞赛”激发全体员工的销售意识、管理意识、服务意识。以激昂的精神将“大干90天”推向高潮。紧抓跨年盛宴、元旦等重点营销节点，引爆岁末年初销售爆点，赢取2020收官、2021开局之战的全面胜利，为接下来的年初开门红旺销奠定坚实的基础。

# 勠力启新篇 实干创佳绩

## 欧亚卖场“大干90天，增销售、增利润、增自采”活动取得阶段性成效

本报讯（欧亚卖场 经理办）自2020年12月1日按集团要求全面启动“大干90天，增销售、增利润、增自采”活动以来，欧亚卖场积极融入“内循环为主体、双循环互促进”新发展格局，贯彻新发展理念，积极开源节流，努力挖潜创效，全面提质增效，20周年店庆活动中，13天销售实现4354万元，同比增长2%。在线上分流、疫情冲击等因素影响下，彰显强大的营销创效能力。

接到集团“大干90天，增销售、增利润、增自采”活动通知后，欧亚卖场班子成员高度重视，欧亚卖场于志良总经理亲自调度，审定方案，副总经理赵鑫动员部署，明确目标任务，细化责任分工，拿出

奖励措施，提出具体要求。落实曹和平董事长自采自营指示要求，拓展升级“欧亚粮仓”，引进大公品牌面粉，万昌大米等地域特色产品，从西班牙、台湾和兴隆保税区引进红酒、洗护用品等进口商品，提升核心竞争力，完成卖场超市整体升级和生态果蔬区改造，与东三省最大豆制品加工厂建立直采协议，新增20余处省内外生鲜品采购点，进一步强化了源头采购，提升了自采自营能力，培植了销售增长的引擎。

作为欧亚卖场“大干90天、增销售、增利润、增自采”系列活动重要内容，2020年12月4日到16日，欧亚卖场为期13天的“盛况廿载·钜惠袭来”20周年店庆活动成功举行，一次性投放13000瓶53度飞天茅台，拿出总额1.1亿元庆生一卡通，抽5个4万9999元现金卡和50部华为保时捷手机，换总额300万元店庆增值

礼金，团12000份吃喝玩乐券，专享总额500万元银行红包，免费享公交车、打车券免费领，邀请20年来与欧亚卖场携手走过的消费者、供应商、老员工共同走红毯，颁发纪念品，分享企业20年发展成果。通过全方位整合资源、全渠道造势宣传、全员性精心准备，特别是一系列便民惠民的大力度活动，吸引了省内外消费者体验消费，停车场车流如海，经营现场人潮涌动，店庆首日销售1.5亿、前四天销售5.6亿元，借助卖场店庆各大品牌销售实现普遍性、大幅度增长，店庆首日涌现140个全国销售冠军、237个东三省销售冠军、82个吉林省销售冠军，各品牌公司也都抢抓卖场店庆冲击年底销售任务，资源倾斜保障卖场，品牌老总、区域经理、优秀店长和销售能手来到卖场坐阵支援，迪桑特提前将2021年春装发至卖场，凌致公司全省范围内为卖场店庆

筹备货品，NIKE KL ONE吉林省首家高端篮球文化店开业首日销售111万，店庆前四天销售277万，同比增长415%。欧亚汇集结合定位推出“无限潮π·城市盛典”2周年店庆系列活动，引进世界恐怖文化小镇，奇幻雪世界开园运营，日最高接待客流达500余人，团购销售达2000张，人气销售实现全面跃升。

接下来，欧亚卖场将继续抢抓元旦、春节等黄金销售节点，组织大规模营销，按计划推进实施大干90天、增销售、增利润、增自采”系列活动活动，不断挖掘培育新的销售增长点，努力实现预期任务目标，进一步为欧亚集团稳健前行作出新的更大贡献。

## 大干90天进行时

## 提前部署双十二 自采摊位大火

2020年的双十二，通化欧亚购物中心超市根据集团自采自营战略部署，进行了重新调整，自采摊位出现了大火的局面。

通化欧亚购物中心超市在总经理颜连娣带领下，经过提前筹备，自采到了854件广西荔浦砂糖橘，吸引了大批顾客。因荔浦砂糖橘色泽莹润，果肉细腻，而且价格低廉，“双十二”当天，整个砂糖橘摊被围的水泄不通，“这橘子真不错！”“我刚才尝了，可甜了”“价格合理”，“买好东西还得来欧亚”顾客的夸赞声声入耳，员工们也热情高涨，不停地往摊位上补货。在开业之前，颜总就带领员工们一个个地把部分砂糖橘分装好，以应抢购之需，还真派上了用场。

双十二当日商场数据统计显示，仅砂糖橘销售958公斤，销售金额9361元。

（通化欧亚 华玉娜）

## 自采自营在行动

# 夜以继日行千里 奋战生鲜正当时

本报讯（四平欧亚 潘桂伟）2020年11月30日16时，欧亚商业连锁四平大区总经理姜辉率队连夜驱车往返20余个小时，前往河北新发地农副产品批发市场进行考察采购商品。

采购团队一行一个摊位一个摊位地走访，寻价格、看质量、挖特色、找卖点；最终精心挑选了广西皇帝柑、广西正宗砂

糖橘、福建丑橘、桂圆等12款水果蔬菜商品34吨。

2020年12月2日6时，两挂车果蔬抵达四平，团队一行人员放弃休息，将商品立即配送到各门店，四平大区各门店货车也早已等候接应，卸车、分拣、装车，大家一刻也不停歇，新鲜甘甜的果蔬第一时间被陈列在各门店超市，陈列宣传两不误，各店员

工同步积极开展了商品宣传，优良的品质，实惠的价格，受到四平各地百姓的追捧。

四平大区各店不仅推出了超市内陈列售卖，更是推出了预售批发项目，并负责免费送货到门，员工们纷纷转发朋友圈，推广销售，争当卖手，到货当日四平大区商品批发销售达150余件，金额达1万余元。

# 吉林欧亚商都自采中心闭环工作法见成效

本报讯（吉林欧亚商都 朱茂源）吉林欧亚商都自采中心围绕集团的“大干90天”活动指示，以集团自采为亮点，体系自采为重点，地区自采为补充，稳扎稳打、积极开拓创新、努力开创自采工作新局面，在货源选择、价格对比、营销策略等方面持续发力，打造源头、价格、营销的闭环式工作方法，经过不懈努力，取得了阶段性成绩。

截至2020年12月中旬，山西大枣共进货36吨，截至目前合计到货7144箱，销售6026箱，阶段性销售集团内排名位列前茅。广西砂糖橘共进货44吨，地区合计到货2487箱，已销售1221箱。

与此同时，按照吉林欧亚商都“大干90天”活动指示，在即将到来的年终大回馈营销活动中，自采中心赴南通走访全球最大家纺集散地，对比价格及质量拟采购床品四件套、枕头等家居用品。地区统一推出第二届“家纺节”活动，抢占床品市场份额提升销售。走访北京、河北蔬菜水果批发市场，对比沈阳水果市场价格，核算采购成本，整车发货为年终回馈活动抢购做准备。

在接下来的工作中，吉林欧亚自采中心将继续坚持贯彻落实“三增”指示，通过微信公众号推出“年终回馈”元旦“春节”等特定档期活动，推出自采专栏，全员微信推广。通过企划统一制作宣传吊旗，特卖信息吊牌分区明示营造热销气氛，联系企划部通过地区整体活动宣传，利用抖音、微信等新媒体平台以及广播、报纸等传统媒体进行活动宣传，切实做到增销售、增利润、增自采的“三增”目标。

## 欧亚沈阳联营庆生 深挖“老字号”新发展

本报讯（欧亚沈阳联营 综合办）2020年12月20日，欧亚沈阳联营“68周年庆典暨助力老字号新发展启动仪式”在欧亚沈阳联营共享大厅隆重举行。欧亚沈阳联营总经理严霁对各位领导、嘉宾、消费者和媒体朋友的到来表示了由衷的感谢，对欧亚沈阳联营未来的发展规划做了详细介绍。

欧亚沈阳联营VIP顾客代表、供应商代表、欧亚沈阳联营同龄人、2020年12月20日过生日的朋友们也应邀参加启动仪式，共同见证欧亚沈阳联营68周年盛典。老歌连唱、大鼓舞、现代舞等节目为活动助兴，沈阳日报童声合唱团更为仪式奉献了精彩的演出。璀璨梦幻灯光表演秀将仪式的气氛推向高潮。

在68周年店庆期间，欧亚沈阳联营多点着力，深挖沈阳“老字号”资源，谋划“老字号”发展路径，升级传统消费，扩大市场规模。欧亚沈阳联营与辽宁省商务厅、辽宁省工商联、沈阳市商务局等单位共同打造了“老字号”进商场活动。得到了敬贤食品、康福、八王寺、老龙口、重工、辉山、德式等“老字号”品牌掌门人的鼎力支持，工作中得到几代人记忆的“老字号”商品带到“联营小卖铺”集中展示，深受百姓喜爱，优质的沈阳“老字号”传统经典美食吸引了广大消费者蜂拥购买。

## 全力打赢90天攻坚战 欧亚包百召开竞赛动员推进大会

本报讯（欧亚包百 郭玉梅）2020年12月24日，欧亚包百隆重召开“送消费盛宴 迎吉祥中国年”“大干90天 增销售 增利润 增自采”竞赛动员推进大会。员工代表、主管以上共130余人参加了会议。

会上宣读了大干90天竞赛活动方案、竞赛计划。百货公司、超市公司、团购中心及百货各门店、大楼各卖场、超市各门店与集团签订了军令状。专业公司总经理、团购中心负责人及门店代表分别做了表态发言：从上到下全面动员、提振全员士气，凝心聚力冲刺90天目标任务，全力打赢2020年收官之战和实现2021年首战开门红。

## 多家欧亚超市顺利通过 省级“放心肉菜示范超市”验收

本报讯（吉林欧亚商都解放店 磐石店）吉林省市场监管局食品流通监督管理处验收组于2020年12月17日、18日莅临吉林欧亚商都解放店、磐石店，对已申报“放心肉菜示范超市”的创建工作进行现场验收。

验收组在听取了两店对“放心肉菜示范超市”创建的工作汇报后，通过材料审查、现场考察、随机抽取的顾客满意度调查、以及中层管理人员对放心肉菜知识的现场测试，对照创建“放心肉菜示范超市”审核评价细则，围绕完善质量管理体系、审计肉菜采购模式、审查肉菜源头信息、强化销售过程管理、设立优质精品肉菜专柜、建立风险管理机制、受理消费投诉举报、全面公开公示信息、借鉴执行先进标准9个方面的26项评价指标进行了逐一检查和评分，并重点检查了食用农产品的工作落实情况。

检查结束后，验收组表示吉林欧亚商都“放心肉菜示范超市”创建工作扎实，推进有序，成效显著，达到了考核评价标准的要求，完全符合“放心肉菜示范超市”这个荣誉称号。这是继吉林欧亚商都综合体获此殊荣之后，吉林欧亚商都再次获得此项省级荣誉，同时也是磐石店开业以来所获的首个省级荣誉。

参照放心肉菜超市创建标准，吉林欧亚商都将不断升级肉菜品类，升级采购模式，严格管控销售过程，进一步提升市民对食品安全的满足感、幸福感，不断加强使用产品质量安全管理，突出超市引领示范的作用，不断营造、重视、关注食品安全的良好氛围，确保人民群众“舌尖上的安全”，力争做行业的引领者。

又讯（通化欧亚 贺辉）2020年12月10日，省食品流通监督管理处和通化市食药监局东昌区分局的各级领导莅临通化欧亚购物中心，对通化欧亚今年申报省级“放心肉菜示范超市”工作进行现场考验收。

当日，欧亚商业连锁通化大区超市区长盛旭东详细介绍了企业的经营和管理情况、超市自采自营运营情况，超市经理吴立华及三名员工代表填写了“2020年度省级放心肉菜示范超市 参创企业食品安全管理人员考核试卷”并到现场逐项检查，最终以92分的好成绩成功通过考验收。各级领导对大家的努力和付出给予了高度认可和鼓励，并对下一步工作给出了相应的指导意见和建议。通过此次检验，通化欧亚超市会在今后的各项管理工作中得到全面规范和提升，严把质量关、严控风险关，为山城百姓提供更加丰富、质量安全、实惠新鲜的肉菜，让“放心肉菜示范超市”成为一种常态，并继续提升。

## 松原欧亚首届VIP会员专享日盛大启幕

本报讯（松原欧亚 张馨月）2020年12月19日，“松原欧亚VIP会员专享日”，在全员奋战13小时下，以616万元的销售业绩圆满落下帷幕。

专享日通过线上小程序、VIP会员卡及线下购物立减、会员多倍积分、逐级购物好礼等优惠举措和4场免单大抽奖活动，促进销售大幅度提升，全员不遗余力全力冲刺2020收官之战，各商场全天为我们尊贵的VIP顾客准备了特别的折让、购物抽红包、大力度满减活动，为松原百姓奉献出精美的冷餐宴。





容易写错的词(二)

1、接收与接受
辨析：接收有收受的意思，常用于信号、信息传达。此外，接收还有根据法令把机构、财产等拿来以及接纳的意思。
接受表示收取及对事务容纳而不加以拒绝，侧重于某种被动的状况。
2、声明与声名
辨析：声明，名词兼动词，侧重就某件事情或事件公开表明态度或说明真相。一般用于国家、政府、机关、单位或领导人表明立场。
声名，名词，侧重指在社会上或公众中的影响或评价，好的、坏的均可。既可指人，也可指事。声名同名，前后颠倒，词义不变。
3、屹立、耸立、挺立与矗立
辨析：四个词都有高高地立起的意思。
屹立指像高山一样岿然不动的直立状态，常比喻坚定挺拔，不可动摇。它既可用于物，也可用于人，带有褒义色彩。
耸立表示高耸，指拔地而起、高高直立。
挺立指笔直、立而不动的样子。既可指人，也可指物。
矗立，指高耸地立着，一般用于物，不用于人。
4、心里与心理
辨析：心里，指胸口内部，实际指的是头脑里。思想里。心里的心是独立实体，可以和里面、内部等词搭配使用。
心理，心理学术语。指的是人的头脑反映客观现实的过程。如感觉、知觉、思维、情绪等。心理并不是独立的实体，而是一种过程、一种活动。
值得注意的是，凡是表示人的思想感情的内心活动，都用心理。凡是表示心里面或头脑里面有什么或怎么样，都用心里。各位同事千万不要再写错啦！
(编辑部)

欧亚集团与纳爱斯集团签署事业共同体战略协议

“鱼水”相扶相助 共创销售新辉煌

本报讯 (编辑部 苏艳丹) 2020年12月1日，纳爱斯集团董事、副总裁叶华英，销售总公司总经理梁少平，东北大区经理肖玮刚一行到访欧亚集团，与欧亚集团副总经理吕飞、营销分公司超市总部总经理刘建凯进行了深入交流，并签署了事业共同体战略合作协议，这也标志着双方业务合作将进入崭新的时代。

据了解，今年受国内外经济形势影响，洗化行业一直低迷，全国销售终端也都呈现出负增长状态。但欧亚集团的终端销售一直处于平稳微增状态。对此，纳爱斯集团叶华英副总裁一行专门从浙江而来，并连续多日实地走访踏查了多家欧亚集团连锁超市，实地研究终端销售市场，包括商品货架位置、商品组合与陈列布局、端头堆管理、终端促销方式等。在对欧亚集团连锁超市的经营管理给予高度肯定的同时，于12月1日下午与欧亚集团签署了事业共同体战略合作协议，期待利用欧亚集团11省24市近150家门店的规模终端销售平台，让纳爱斯集团产品的销售额及市场占有率再上一个新台阶。

对此，欧亚集团副总经理吕飞表示：“两家企业都有相同的背景，都是创始人的战略在引领企业发展，带领团队克服市场困难，不断前行。欧亚集团与纳爱斯集团是鱼与水的关系，未来，我们一定会强强联合，创造出没有最好、只有更好的销售业绩。”



签约现场，双方领导对未来合作充满信心。 苏艳丹 摄

2020 我们与汇集共成长

回望2020年的不平凡，时间再次赋予2020年以别具意义的使命感、荣誉感、成就感和幸福感。站在2021年崭新的时间节点，欧亚汇集人更加审慎、思变与果敢，更具憧憬、激情与震撼，更感加速发展任重而道远……

安全工作永远是欧亚汇集经营工作、持续发展的前提首要、重中之重。2021年，汇集商场将与保卫部、物业部协同配合，结合冬春两会工作重心，结合2021年各楼层各业态调整升级实际，建立健全各类应急预案、防范措施，细化早会系统培训内容，强化第一灭火实战技能，加强装修现场监管看护，实时精准对点整改跟进，加大夜间巡查防范力度，尤其是持续加强对洗浴、影城、

KTV、足道等夜间娱乐业态的重点监管，加强对餐饮展位夜间“水电气”关闭情况的排查，全面夯实欧亚汇集安全基础，打造平安汇集。

“思维变，天地转，思维不变，原地转。”成立两年来，欧亚汇集在集团、卖场及全社会的关爱扶植、聚焦瞩目中魅力初现，极乐汤洗浴、冰上赛车、黑图光影乐园、红马鞍马术、当城儿童素质教育体验馆等吉林首店，二三楼早教、培训业态也已呈现异业联盟、集群向好态势，汇集娱乐体验业态优势日益凸显，会员客层稳步培育，集客能力日益提升。刚刚结束的2020年12月店庆，欧亚汇集以同比增长的销售、客流、车场助力卖场店庆完美

收官。2021年，欧亚汇集将围绕“娱乐业态”精准定位“吃喝玩乐”核心元素，加速科学调整，继续加大招商整合力度，全力凸显首店、首家、首先之差异化竞争优势。目前，五楼1500平方米恐怖文化小镇、六楼3000平方米长春首家木仓真枪射击俱乐部已经完成现场对接，全速推进交场施工进度。

“非凡脚力出眼力，勤想多思著华章。”管理之道，一是待人，二是理事。待人需要用心，理事需要用心，管不好人，就会出事，管不好事，就会出局。汇集商场各级管理人员，更要结合当前经营困难实际，学思践悟“在现场、做内行、敢担当”，甩开膀子、迈开步子、沉下身子，深入现场，拿捏

好分寸，掌握好火候，迎控制好节奏，把握好时机，发现问题，解决问题，真正做到脑中有安全、心中有数据、手中有法规。结合汇集独有业态实际，学做内行、争当内行，做到专业内是内行，专业外不外行，真是内行了，才能不被厂商问住，不被顾客骂住，不被问题卡住，不被工作难住。走在现场容易，走进员工、供应商的心里不易。各级管理人员都要成为员工及供应商的知心朋友、亲密伙伴，折射企业温度管理、诠释卖场人文情怀。

风清气正，气正则心齐，心齐则事成。2021年，让我们广聚人气、齐聚人心，凝聚人情，诠释欧亚汇集独特魅力！
(欧亚汇集 庄丽君)

趣味早会加强团队建设

员工专心工作的同时需要一些精神层面的教育和放松，一个良好的氛围非常重要，团建活动是增强团队凝聚力的团队活动，2020年12月2日早晨，通化欧亚购物中心二楼商场全体人员由商场经理左铁来的带领下，开展了一次别开生面的早会团建活动。

在简短的早会内容过后，由商场经理胡静主持，全体员工则按照所在组别进行分组，由各自的组长带队，参与到趣味游戏中。游戏过程中，员工情绪高昂，互相配合，团结协作，呐喊加油，现场气氛高涨。每个人脸上都展现着开心的笑容，团建游戏让大家最开心的是萝卜蹲游戏，连经理都参与进来。团建活动结束后，赢得游戏的队伍收到了小礼物，员工与企业的心更近了。
(通化欧亚 蔡志新)

人大代表、女企业家走进欧亚沈阳联营助力店庆

本报讯 (欧亚沈阳联营 综合办) 12月11日，沈阳市和平区人大选民联系日进企业活动在欧亚沈阳联营隆重举行。沈阳市人大代表孙晓梅、高洪波，太原街街道的部分领导、各社区书记和选民代表们齐聚欧亚沈阳联营视察、参观。欧亚沈阳联营总经理严霁向人大视察组详细介绍了欧亚沈阳联营重装升级后的经营情况以及68周年店庆活动的开展情况。随后，大家边参观边购物，对欧亚沈

阳联营的商品和服务赞不绝口、满意而归。
2020年12月12日，双十二“联营之夜”活动当天，沈阳市女企业家协会十二月会员生日选择在欧亚沈阳联营庆祝，为欧亚沈阳联营68周年店庆增添了喜庆色彩。庆生之余，女企业家们参观了家电商场5G时代的智能家居，品尝了智能烤箱烤制的食品，在各商场尽情选购商品近4个小时，并在欧亚沈阳联营愉快的购物体验晒在朋友圈里。



装修改造边角料 搭出“网红”直播间

本报讯 (通化欧亚 孙丽君) 直播带货一直很火，为适应市场发展，通化欧亚购物中心三楼近日搭建一个特别抢眼的直播间——“三间大瓦房”，并很快成为消费者眼中的“网红”。

直播间将乡村风格与复古风格相结合，打造乡村特有瓦房为主体的建筑，布置了谷物墙、大铁锅、柴火灶，让人一进屋仿佛回到了乡村小院，又结合上世纪80年代独有的脚踏式缝纫机、实木桌椅板凳进行布景，使得消费主体的80后、90后拉回童年有了年代独有的亲切感，仿建乡村土炕直播时可

以进行布景，不直播的时候可以成为顾客打卡休息的场地，在瓦房卧室搭建了回忆照片墙，布满了三楼商场活动、团建、重要节点有纪念意义的照片，客厅墙上请书法大家临摹了“家和万事兴”的墨宝，使得书香氛围浓厚，又保证了同一结构，不同房间独有的特色。本次直播间搭建利用各专柜装修改造剩余边角余料，将资源最大化利用，共节约费用1.4万余元。

上图：通化欧亚购物中心三层商场“网红”直播打卡地。 孙丽君 摄

垃圾分类施管 综合效应显著

近日，欧亚卖场企业管理部按照垃圾分类管理要求，结合企业实际创新推出了对现场垃圾分点投放的管理办法，提升了现场管理工作的质量。

管理过程中，企业管理部人员发现，卖场原有的垃圾暂存点是生活垃圾和废旧纸箱混放，垃圾分类不清导致清理责任不明，暂存期间混合气味较大，既不利于垃圾管理，更不利于现场秩序规范，经过反复调研了解后，本着方便员工倾倒、利于垃圾运输原则，企业管理部协同相关部门拿出了切

实可行的办法，即在每层增加2个废旧纸箱暂存点，新增8个生活垃圾暂存点，同时明示可回收垃圾与不可回收垃圾投放标准，既方便了广大员工就近投放垃圾，也增强了大家的垃圾分类意识，实现了可利用资源的循环利用，更方便了垃圾分类管理清运，节约了清运时间，减少气味污染，在强化广大员工绿色环保理念、营造清洁卫生购物环境同时，更强化了欧亚卖场带头落实精细垃圾分类指示要求的责任担当。
(欧亚卖场 李微)

梅河欧亚举办2020年收银技能大赛

本报讯 (梅河欧亚 裴小娟) 为促进梅河欧亚购物中心收银员的规范化，提升服务水平和业务水平，打造一支拥有“标准化、专业化、精细化”的收银员队伍，提升顾客购物体验。梅河欧亚购物中心于2020年12月16日、17日举办了“2020年收银技能大赛”。本次比赛分为超市组和百货组，进行理论知识和实际操作的考核，收银员个人成绩按百货类及超市类分别排名。

经过了两天紧张的比赛，最终评选出百货类、超市类一等奖各一名，获“优胜收银能手”称号；二等奖各两名，获“优秀收银员”称号；三等奖各五名，获“优胜收银员”称号。通过本次大赛，不仅激发了员工的工作热情，更提升了全体收银员的岗位技能和职业素养。

承办消防安全现场会 白城欧亚安全再提升



白城市商贸百企观摩白城欧亚消防演习。 包艳 摄

本报讯 (白城欧亚 综合部) 2020年12月11日7时30分，白城市商贸系统消防安全标准化建设现场会在白城欧亚购物中心召开。白城市商务局、白城市应急管理局、白城市消防救援支队、白城市经开区经合局、各县(市)区的部分领导等100余人参会观摩。

大家在观看消防安全警示教育片和白城欧亚购物中心安全工作汇报片后，观摩了白城欧亚购物中心灭火、疏散演练，观看消防支队消防救援器材展示。借此现场会，白城欧亚购物中心实战演练了消防疏散、逃生、抢险、救援等工作的开展，员工们在消防安全方面的思想认识再次得到了警醒与提升，职责与任务更加明确。

强化消防演练 真正防患未“燃”

本报讯 (欧亚卖场 孙佳伟) 为进一步增强员工消防安全意识，不断提升应急能力和消防安全管理水平，2020年12月20日上午，在保卫部指导下，欧亚卖场黄金珠宝城组织开展消防应急逃生及模拟火灾扑救演练。

此次活动中，欧亚卖场黄金珠宝城业务经理首先对员工进行了全方位消防安全培训，随后参训人员按照要求组织开展演练，管理人员随机抽查珠宝区、化妆品区、名表区进行演练，模拟火场环境，考核员工随机应变能力，在实践中掌握了怎么正确使用灭火器，怎么正确甩开消防水带，怎么正确地疏散逃生等基本技能。整个演练过程组织有序、分工到位、有条不紊。通过此次演练，强化了员工消防安全意识，提升了应急外置能力，提高了日常督导检查水平，紧绷了各级管理人员的“消防安全弦”，真正做到防患于未“燃”。



2020年12月25日，乔治丁幼儿园的小朋友到欧亚超市连锁四通路店参与购物体验，四通路店给小朋友们最大的礼遇。首先四通路店安排了专人陪同小朋友们选购心仪商品，并在选购中给小朋友讲解超市商品名称及用途，做到小朋友们有问必答，然后引领小朋友到超市专用收款台付款，付款前一步一步细心地告诉小朋友们付款的流程，并鼓励小朋友带着自己的商品独立完成付款任务，让小朋友们在超市体验式购物更完美更安全。在整个过程中，小朋友们的欢声笑语是对四通路店员工工作的最大褒奖，虽然购物金额不多，但相信小朋友会把这次愉快的购物体验传递给自己的父母，传递给更多的身边的人，实现重复购物。
(文/图 欧亚超市连锁四通路店 王文娜 刘洋)



# 祝福

2020年刚刚过去，这是一个不平凡的一年。年初的新冠肺炎疫情，至今还在全球蔓延。我们伟大的祖国，众志成城，共克时艰，消灭了肆虐的病毒气焰，向全国人民递交了一份满意的答卷，令世界瞩目，必将载入史册。这一年的疫情，没能阻挡住前进的脚步，我国成为全球为数不多的经济正增长经济体，我国的粮食连续17年获得大丰收，粮食总产量1.3亿斤。还有我国的嫦娥五号“奔月”成功，我国从“交通大国”迈向“交通强国”，多项交通运输指标世界第一。作为中国人，我们扬眉吐气，我们骄傲自豪，我们的幸福指数满满。

刚刚过去的2020年，欧亚商都在周总的带领下，全体员工齐心协力，克服疫情重重困难。年初疫情严重时期，商都积极响应政府号召，保证米袋子、菜篮子等老百姓日常生活必需品的充足供应，为平抑市场物价，做出了表率。如今我们的效益也逐步向好，平稳回升。年末商都提出的“大干90天 增销售 增利润 增自采”的活动方针，全体员工积极响应，纷纷行动起来。企划部相继策划“送消费盛宴 迎吉祥中国年”12·12盛宴、嗨购狂欢节活动，岁末带给消费者更多的实惠和福利。

带走2020年的一切阴霾，喜迎2021年的到来。祝福伟大的祖国繁荣昌盛，祝福欧亚的明天更美好，昂首阔步，走向新征程。

(欧亚商都 张艳丽)

# 我的欧亚我的家

经常有人问起我在哪上班？我每次都自信地回答——通化欧亚购物中心。每当欧亚购物中心映入眼帘，我都会肃然起敬，欧亚的企业精神，欧亚的企业文化，团结向上努力拼搏的欧亚人，会给我一种温暖，家的温暖。

时光荏苒，岁月如歌，我来通化欧亚已十二年，欧亚日新月异的变化，与时俱进、开拓创新的前进步伐，顾客至上，全心全意为顾客服务的理念，扎实的夯实了企业在百姓心中好形象。一路走来，是欧亚给了我自信，是欧亚让我的生活品质得到了提

升。在欧亚领导的谆谆教导、和同事们的和睦相处下，让我感受到这就是我的家，温暖，阳光快乐，幸福的大家庭。

通化欧亚是个幸福的大家庭，在企业扎实稳步向前的同时，更是注重欧亚人的团结员工及家庭的幸福生活，企业每期举行各类文化员工都踊跃参加，在竞争中交流，增进员工之间的情感，促进员工之间的团结。至今欧亚运动会的呐喊声还历历在目，空气清新阳光明媚的早晨，欧亚门前员工们已经按楼层和部门衣冠整齐的坐好，各部门都举着口号牌，呐喊助威。这时路过欧亚的人都会

不知不觉地放慢脚步，停下来一起沉浸在比赛的氛围里，此时的我们都是幸福的。

2020年是不平凡的一年，对欧亚来说是具有挑战的一年，面对困难，欧亚上下团结一心，诚信为本，学习创新，把握机遇，果断行动，以德为先，先进的企业价值观和理念伴随着欧亚一路前行。欧亚是百姓心中的欧亚，在欧亚购物，放心、舒适，更是一种享受。

开心工作，开心生活，快乐成长，欧亚是我家，我爱我的家！

(通化欧亚 单起霞)

# 卖场与您携手共进

二十年前庚辰龙年，你随新年来到这美丽的春城，二十年后庚子鼠年，你担当起实业报国之责。2020年注定是不平凡的一年，新冠肺炎疫情突然袭击，全国人民团结一致，众志成城，坚定保持着对抗击疫情的决心。在抗击疫情的时候，没有人可以置身事外。欧亚卖场是享誉全国的著名购物中心，单体建筑面积位居世界第一，在新冠肺炎疫情严峻时期，全体员工上下一心携手并肩战斗在保障人民生活的重要前线，在严格保护好自身安全的条件下保证人民的所需，并且在疫情期间保证货源、稳定物价、安定人心。而今，新冠肺炎疫情已得到有效防控，现今的卖场重回往日的

人来人往，现今的春城重现往日的辉煌，又见到了在口罩下的一张张可爱的笑脸。

许是缘分，我见证了这二十年来卖场的日新月异，卖场从来就不惧任何的挑战，每一次的困难都会令卖场有所成长。有言说，周虽日昃，其命维新，一千年前中国还是封建社会，今日，中国是飞速发展的社会主义社会，我走过很多城市，我看见了卖场的不断变化，不断完善，为国者，以富民为本，以正学为基，中国做到了，为商者，以诚信为本，以服务为基，卖场做到了。古人云，天道酬勤。卖场人做到了，我们回望过往的辉煌，不为沉湎自傲，我们回忆疫情的奋斗，不为之自愧后悔，而为

展望未来，我们的每一份活力的注入都是你们对于我们的信任，每一份信任都是我们的动力。你我共努力，社会共出力，沉下心来共谋发展，须知骐骥一跃，不能千里，驽马十驾，功在不舍，只有我们一起携手并肩，才能最大限度地推动欧亚发展，才能最大限度地为人民谋求幸福。无论如何，卖场将会承担起社会责任，与您一起共同追逐美好的远方。

红日初升，其道大光，河伏流，一泻汪洋，望你与我并肩前行，携手共进，共同迎接更好的未来，待它日回首，一切经历皆是璀璨星芒。

(欧亚卖场 周祿)



谁都曾青春年少，谁都曾对未来充满希望。其实只要拼搏了，未来就掌握在自己手中，为了更好的明天，相信每个人都会勇于拼搏，竭尽所能！

欧亚是一个大家庭，我们每一个欧亚人都是她的一份子，她的繁荣与发展都与我们息息相关。作为一名收银员，无论是手握测温枪，还是手敲键盘，只要是企业需要，我们就要干好！

三米微笑，五步目迎，作为一名收银员，对待顾客，我们不仅要展示我们熟练的业务技能，还要微笑服务、礼貌待客，用我们的真诚感动他们，最近又推出了标准电话接听服务，即电话响铃三声前必须接起，并礼貌接听“您好！欧亚商都××款台，很高兴为您服务”，结束时“祝您生活愉快！”且需等待对方挂断电话再挂断。虽然没有见面，让顾客在声音上也能感受到被尊重。这些现在不仅仅是提倡在做，而是必须去做，迫在眉睫。因为当前市场经济竞争白热化，服务是重中之重！全岗位服务质量直接影响到消费者的心情、心态，甚至最后的交易完成和后续的再次光临！

站立服务和双手呈递，以及晚班下班前接待好最后一位顾客都是我们必须做的。服务要善始善终，无论何时，顾客都是上帝，是衣食父母。

欧亚商都才成立二十七年，我们的企业还很年轻，作为欧亚的一份子，为了欧亚的明天和我们的未来，我们没有理由懈怠，让我们努力拼搏，青春激昂！

(欧亚商都 于辉)

# 拼搏奉献 青春激昂

# 顾客满意 是工作的最大价值

今年是我加入欧亚超市连锁乐茶店的第三年，作为一名超市导购员，时光如同流水一样匆匆而过，而沉淀下来的就是我最珍贵的部分，有顾客感谢的笑脸，有领导同事对我的认可以及自我价值的肯定。

我依然记得当初来到门店应聘时李店长和我说的话，“要想干好工作，首先要了解自己的工作，有方向、有步骤地开展”。三年来，对于所管辖区域的货品及价格、摆放，我都做到熟记于心，每当有客人向我咨询时，我都能熟练地向他们推介满足其需求的商品，也因此吸引了一些回头客。其中有一位我记忆犹新，前不久春天下冻雨，一位顾客匆匆地来到我的摊位，身上的雨珠已结成了冰，我上前询问她是否需要帮助，她说想为公司职工挑奖品，她希望包装精美一些，但她相中的商品价格超出了预算。我于是向她推荐了同品牌另一款，包装精美恰巧又在打折促销，美中不足是存货不多，远低于顾客需要的件数。天气恶劣，为了不让客人多跑一趟，我联系供应商送货，以保证客人第二天到店时能拿到商品。下班后，我等了两个小时接到了货。第二天，客人如约来到货品。刚下过冻雨的路很滑，我帮她把货品送到车上。路上，顾客一直在道谢，表扬欧亚超市良好的服务态度，看到她真诚的笑容，我的心很暖。

(欧亚超市连锁乐茶店 许丽华)

# 新年阅读广推享 书香润泽欧亚人

## 书香欧亚

小时候，新年到了，总是坐在教室里和同学们一起参加元旦联欢会，大家一起欢声笑语，庆祝一年的收获，感受新的一年到来的喜悦。长大了，我们渐渐忘却了朗朗读书声，但儿时相伴读书时的点点滴滴，却总能忆起，纯真、美好，似乎就在昨天。如果你还想重拾些许，新的一年，让我们共同读书，读好书，将书香洒满欧亚，滋润心灵，收获知识，点亮生活。

### 1、书名：《大营销哲学》

作者：陈军

本书中，你可以改变对营销的认知，学习到如何转变营销思维、如何高效搭建营销体系。从雄鹰摩托到宅急送快递再到顺丰速运集团总部，作者陈军拥有24年大营销管控经验，培养了18万销售铁军，在这本书中，他为企业写下了跨越三大成长阶段的秘籍，力求覆盖企业构建大营销体系过程中遇到的诸多问题，涉及战略、架构、管理、机制、流程、策略各个环节。本书从管理哲学到场景化案例分析，详细介绍了营销战略制定、营销架构搭建、4×5过程管理、督导制度，企业蓄水系统，生命周期综合考核、多轨制考核机制等大营销管控模型，容易理解又方便入手。

### 2、书名：《波斯公主选驸马》

作者：帕维尔·莫托

在学界赫赫有名的“未婚妻问题”，经过无数次的演绎后，广为流传的版本便是著名的“波斯公主选驸马”难题。波斯公主到了适婚年龄，要选驸马。候选100名公主没见过的男子，随机顺序，从公主面前逐一经过。每当一位男子经过时，公主要么选为驸马，要么不

选，但最终公主必须在这100人中选出1人做驸马。也就是说，如果前99人落选，第100名男子即为驸马，不管他有多么丑陋。任务是，给公主设计选择方法，让她于最高概率选到百人中最高俊的男子为驸马。

关于“未婚妻问题”，其背后暗含的是一个可广泛应用的价值排序、选择与决策的方法。本书中，作者结合多年一线工作经验，用大量案例故事阐释了我们每个人都必须掌握的16个做决策的基本法则。

### 3、书名：《超级用户增长》

作者：晏涛

流量红利几乎殆尽的当下，公域流量的变现难度逐步加大。于是，在广告预算缩减的前提下，构建自留地，挖掘老用户更多的价值成为企业共识，私域流量强势崛起。但是，构建私域流量池只是一个开始。将用户引入流量池后，如何运营，如何筛选培养，促成用户多次复购和升级，打造一批高品牌忠诚度的超级用户，进而为企业创造更多价值，才是企业在私域浪潮中脱颖而出致胜关键，本书将系统为您讲解，帮助企业搭建私域营销的完整闭环，实现低成本爆发式增长。

### 4、书名：《伟大的叛逆》

作者：洪佑馨 董云峰

本书全景式阐述了中国新金融的发展历史，描绘了技术变革与金融创新的历史，也是一部民间金融倔强生长的历史。新金融的背后是新技术、新经济，是这个国家的全面起飞。本书覆盖了移动支付、消费金融、P2P、互联网保险、数字货币等多个行业，既聚焦于互联网巨头等新玩家的不懈探索，也突出了银行等金融老炮的自我革新，既着眼于一个个传奇的横空出世，又努力探寻传奇背后的逻辑。

### 5、书名：《时间思维》

作者：孙铁麟

如何管理时间，如何运用时间创造价值

值，进而管理好自己的生活，关键在于重建个人的底层思维，而需要建立的思维就是“时间商”。本书探索时间和生命的核心关系，从生命、认知、思维等方向切入“时间商”主题，进而从认识时间、管理时间、延长时间、转化时间的角度打破每个人原有的认知及价值体系，重建底层思维，帮助人们唤醒时间商，提出时间价值、格子理论、山后思维等方法，让我们能够用最好的方式思考、观察、记录、总结、分享和行动，用时间商去认知世界、思考世界，从而拥有自己的思想体系，去创造更多的价值。

### 6、书名：《新员工入职第一课》

作者：章哲

本书从企业角度出发，立足新员工入职培训，帮助企业解决一个长期困扰的难题——新员工培训，内容涵盖了新员工培训和员工手册中的知识部分，即通行于职场的基本概念、知识、规则、职业意识和职业操守等。从认识企业、上班、岗位、规章制度、职业发展，到绩效、奖惩、薪酬、计划、执行、组织沟通、职场人际、基本职业操守、敬业、诚信、团队精神，全方位讲解了新员工应该知道的职场常识，为新员工尽快适应职场环境、成功实现身份转换、顺利开展工作，提供了有益的指导。

### 7、书名：《公文写作心法》

作者：胡森林

作者拥有20年丰富的文字工作经验，本书是他对公文写作的一次系统思考，阐释了写作者在职场上的行稳致远之道。作者借助故事与对话的形式，将公文写作课生动地

融入工作场景中，一一破解公文写作难题，深入浅出地阐述了公文写作背后的156条要义。这本书从写作者、写作过程、文本三大具体视角切入，从写作的素养到行文的技巧，再到文本的打磨，一步步深入公文写作的内核，使读者在轻松阅读中掌握写作方法，让写公文不再是一个苦差事，帮助写作者修炼写作内功，以高站位和大格局写出文章的气脉，从写作中获得成就感和价值感，实现职场能力的跃升。

### 8、书名：《无依之地》

作者：杰西卡·布鲁德

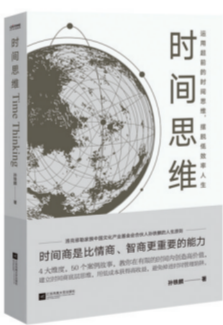
在21世纪的美国，有这样一群人，他们迫于经济、住房、社会福利的压力，开着各式各样的改装房车，开始了在路上的生活……本书作者在几乎横跨北美大陆的跋涉途中，与来自各个行业的人们邂逅，他们中有前大学教授、麦当劳副经理、议员、大学教务处职员以及交警，在与他们的或短暂或漫长的相处中，作者不断观察、思考，对这一新兴游牧阶层的出现和其背后深刻的社会经济变化作了深入细致的探讨。本书告诉大家，我们永远站在新事物的正中央，不要畏惧生活，要勇敢地去拼搏、去努力，才能拥抱美好的未来。

### 9、书名：《边境夜行人》

作者：田浩

云南边境，看似风平浪静，实则暗流涌动的缉毒大战正在紧张进行……本书通过对缉毒现场的描述和缉毒战士的个人形象刻画，充分展示缉毒工作的危险和不容易。揭秘光环之下缉毒英雄的真实工作生活细节，直面他们的痛苦、孤独、迷茫、纠结、压力；体会他们的勇敢、坚持、无私和伟大。哪有什么岁月静好？不过是有人替你负重前行。新的一年，致敬缉毒英雄，致敬那些为了我们的安定生活负重前行的人，感恩企业，感恩领导，珍惜今天的美好生活。

(编辑部)



# 欧亚人

世界上真的有很多词汇是一词多意，就像是欧亚人这个词。欧亚人=努力、欧亚人=付出，欧亚人=拼搏、欧亚人=感恩，欧亚人=热情、欧亚人=坚强，欧亚人=勤劳、欧亚人=真诚。在曹和平董事长的领导下，欧亚人的精神领域在不断扩大，是那样的淳朴且乐于奉献，是那样的踏实且不屈不挠，是那样的忠诚且有责任心，是那样的自信且斗志昂扬，身为欧亚人，所要学习的是欧亚魂，所谓欧亚魂，就是欧亚人。

(欧亚商都 封雅萍)

# 我和欧亚的十年

2011年8月的盛夏，缘分让我和欧亚相遇，如初恋的青涩它走进了我的心里，从最初的茫然，再到了解后的热爱，我伴随欧亚商都走过了十年路程！回首往日有欢笑，有泪水，有感动，有依赖，但更多的是一种责任和担当，共同成长，共同进步，一起走过了十载春夏秋冬，感谢有你我热爱的欧亚，让我未来可期，感谢有你我热爱的欧亚，让我能展示才华！未来，将陪伴你走向辉煌，走向更高，更远的巅峰！

(欧亚商都 王丽娟)