

# 今日欧亚

第11期 总第597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



2023年6月  
30  
星期五  
农历癸卯年五月十三  
五月二十小暑

## 长春市朝阳区区长许军到欧亚卖场检查指导

本报讯(欧亚卖场 经理办)6月23日上午,长春市朝阳区区长许军来到欧亚卖场,就安全经营等工作进行检查指导,欧亚卖场董事长、总经理于志良陪同。许军区长首先来到百货食品超市,察看客流和节日保障情况,于总向许军区长介绍了欧亚卖场近期经营指标增长,特别是发挥超大型购物中心优势结合端午节组织特色营销带动激活消费情况,重点汇报了欧亚卖场各级管理人员以天天攻坚、时时攻坚的使命感 and 责任感,健全区域网络长制度、组织燃气气

项应急演练、定期开展“1+5”消防演练、消防设施设备维护、组织人员疏散以及保卫部检查组全天不间断督导安全工作落实情况。听取于总汇报后,许军区长对欧亚卖场按照内行、在现场、敢担当企业文化抓好四防安全的做法高度赞赏,叮嘱企业要在慎终如始全面抓好安全工作的基础上,充分发挥超大型购物中心优势,组织系列营销活动,强势启动消费市场,稳定增加就业,创造更多社零额和纳税,增强对全区经济增长的拉动。

## 欧亚集团董事长曹和平端午节到欧亚新生活、欧亚三环、欧亚广场调研

本报讯(欧亚新生活 吴彩文)6月22日恰逢传统佳节点,欧亚集团曹和平董事长来到欧亚商业连锁下属门店欧亚新生活购物广场、欧亚三环购物中心、欧亚广场调研,并为工作岗位上的员工们送上了节日祝福。

9时40分,曹董首先来到欧亚新生活,重点调研了门店的招商及运营情况。每到一层曹董都亲切的询问楼层满铺率、客流情况,以及各重点品牌的经营情况。在重点楼层全部满铺,餐饮、功能业态等多个新引进品牌正在装修时,曹董对新生活的招商给予了认可。在调研四楼正在打造的新业态自习室时,曹董重点关注了工程改造情况,看到自习室保留了原街区通道,得知门店将旧物利用打造了多个美陈打卡点,曹董点头表示肯定。来到自习室旁正在营业中的“祖父的厨房”西餐厅,得知该餐厅自新生活开业六年来,一直坚持经营并积累了稳定会员时,曹董指示对这样的品牌要予以稳商支持。在视察过程中,曹董还同现场管理人员频频交流,以扶梯的便利性为例,教导管理人员要一切以服务顾客为出发点,曹董强调欧亚新生活一定要稳住基本盘,做好定位和服务。



曹和平董事长端午节当天到欧亚广场调研,图为与管理团队合影留念。张喻菲 摄

看到店内客流如织,曹董欣慰的说道:三环的客流不错,这个店养起来了!在视察过程中,曹董详细询问了门店的经营状况,对欧亚三环在今年上半年已经实现扭亏为盈,给予了肯定和称赞。曹董还关切地询问了欧亚三环周边的基础建设,在得知门店南边的规划路已经完工,周边的基本建设已经完成时,曹董高兴地说:这样很好,路顺畅了,顾客到三环就方便了!

随后,曹董又来到了位于宽城区的欧亚广场,曹董对门店招商情况予以肯定和鼓励,并再次强调了招商满铺率,指导门店首先要业户填满,把货位填满,做到良性经营。同时要切实做好顾客服务,快速解决顾客关注的重点、难点问题。

节日期间,曹董的到来,让欧亚商业连锁全体员工欢欣鼓舞,特别是曹董在招商、经营、降本增效、顾客服务四个方面进行了现场指导,为门店未来发展指明了方向。在整个过程中,更进一步让我们感受到曹董反复强调的“有的放矢”和“做好自己”。欧亚商业连锁各大区、门店一定会谨遵曹董的教诲,实现门店的持续健康再发展,向曹董、向集团公司、向欧亚的消费者交上一份满意的答卷!

## 培养专技人才 强化发展支撑 欧亚卖场组织第二届“建筑工程”专业职称答辩评审

本报讯(欧亚卖场 人力资源部)作为省人社厅授权职称“自主评审”改革试点单位,6月10日,欧亚卖场组织2023年度“建筑工程”专业技术职称评审,来自省人社厅的10名专家进行严谨专业细致评审,最终评选1名副高级工程师、3名中级工程师,至此,欧亚卖场通过自主评审取得职称人员已累计有1名副高、10名中级,为企业可持续发展提供专技人才支撑。

评审中,专家从答辩人员职业属性和岗位需求出发,聚焦欧亚卖场行业特色及建筑工程专业特点,围绕“品德、技术、业绩”3个方面进行客观公正考核评价和综合评审。会后,专家纷纷表示,欧亚卖场多业态超大型购物中心的工程涉及知识面广、专业程度高,欧亚卖场参加答辩人员的知识广度和专业深度以及学习能力及精神风貌,整体表现非常优秀。同时,专家一致对欧亚卖场多年来致力打造学习型团队、培育“内行型”人才的文化理念和务实超前做法给予高度评价。

多年来,欧亚卖场认真落实集团曹董关于人才强企的指示要求,举办龙兴青年优秀人才培训班,率先创新“企业工匠”评级,推进专业人才自主培养,积极争取人社部授权职称自主评审资格,持续抓好企业专技人才职称评审,极大调动专技人才积极性,成功举办两届专业职称答辩评审,加快企业建筑工程专业队伍壮大,更凸显了与同行业人才的比较优势,在健全完善企业人才培养机制同时,更通过专技人才培养储备,为欧亚卖场实现可持续发展提供人才支持。

## 自采自营在行动

## 壮欧亚早市声威 赢生鲜市场口碑

本报讯(欧亚商业连锁 王洪波)“人间烟火气,最抚凡人心”。6月初开始,作为传递便民温度的“欧亚早市”在长春及外埠各地市陆续开市,成为市民生活不可或缺的一部分,展现着城市的活力。为了更好的做强、做大、做好“欧亚早市经济”,提升欧亚自采自营能力,扩大市场占有率,在曹和平董事长“自采自营”作为战略部署的重点“讲话精神”指引下,欧亚商业连锁于惠航总经理亲自部署,并带领班子成员不辞辛苦深入批发市场展开全面的调研,躬身市场,扎根一线,研究源头优势。

从6月14日开始,欧亚超市连锁总经理胡静春多次召集各大区长、门店店长分三个重点时间段(18时至20时,12时至次日1时,次日4时至5时)对民生蔬菜类商品沉下心来进行深入调研,大到品类,小到单品,逐一实地考察,对于快消品、民生类菜、果,重点对质量、品质等级、价格、陈列等进行全方位调研,看的仔细,问的深入。通过精准的市场分析为超市生鲜早市找准市场定位,抓好销售的同时提升毛利点。确立了自采以“增自采、增销售、增毛利、增客流”为自采战役目标,于总强调一定要下沉调研结果,压实责任,重点加强“集团采、总部采、门店采”三级采购体系建设,强化“自采+内联+外招”形式,以科学提升自采自营盈利能力、生鲜集客能力。使“欧亚早市”标准化、流程化管理,形成齐心协力抓经营的良好格局。通过对采购渠道调查,整合渠道资源,提升了向上游端的议价能力。超市总部快速搭建起了供应链及门店运营相关的自采自营采购路径,突出门店标杆引领,树典型、奖模范、建模式、推做法,欧亚商业连锁生鲜事业部发挥欧亚自采生鲜果蔬规模优势,各大区各店加强区采、门店采,打好“组合拳”,做深做实“后半篇文章”,打造独特的“欧亚早市”名片!

## 吉林欧亚商都再次参加吉林市马拉松国际赛事

本报讯(吉林欧亚商都 李欣)6月11日,2023吉林市马拉松在吉林市人民广场鸣枪开跑,30000万名世界各地跑者在蒙蒙细雨中开启征途,中央电视台CCTV-5频道全程2.5小时直播,欧亚商都吉林地区在赛前邀请品牌商一同组织150人的跑团参加吉马国际赛事展示企业风采,并受吉林市体育总会邀请组织750人健身方阵在赛道旁为吉马助力加油。

清晨5点,赶在封路前,参加马拉松展演的员工已全部到位,马拉松跑团已经开始接收检录,清晨的蒙蒙细雨,让初夏微凉,也让每个参加者精神抖擞。等待,也是一种期待,跑团人员整理好队形,打出欧亚集团的旗帜,练习即将走过主席台的队形和口号“激情吉马,品质欧亚,吉林加油,欧亚加油”。

7时30分,出席开幕式的领导和嘉宾一同为本次大赛开跑发令。3万人的队伍开始起步,人潮滚滚,澎湃向前。8时,吉林欧亚商都团队经过起点拱门,中央CCTV5直播镜头中,“欧亚集团”龙标旗帜迎风飘扬,伴随着主持人激昂的声音“欧亚集团的朋友们现在已经来到了主席台,欢迎你们!最时尚的购物环境,购物模式,谢谢你们让老百姓感受到不一样的吃喝玩乐,欧亚集团,继续为人民服务!”与此同时,一同开跑的还有吉林市马拉松“金牌商家”颁奖活动,欧亚商都吉林地区已经连续四次获此殊荣。

## 欧亚集团推进主题教育结硕果 攻坚克难 提质增效 向集团成立40周年献礼 “一学两争”微光行动正式启动

本报讯(集团 党群工作部)为推进主题教育扎实开展,结合欧亚集团发展需要,牢固树立全面推动集团健康可持续高质量发展的目标导向、提质增效的结果导向、破解经营管理中影响企业发展难点的问题导向,针对问题把加强理论学习、调查研究、检视整改、推动发展等贯通起来,有机融合、一体推进,引领集团上下聚焦经营管理微循环核心地带,靶向问题短板的放矢,带动欧亚员工填知识空白、补素质短板、强能力弱项,增强攻坚克难勇气,形成勤俭善持、团结创效、守正创新、积极向上的整体合力。集团党委决定,在集团中开展“攻坚克难 提质增效 向集团成立40周年献礼‘一学两争’”微光行动,汇微众之光,聚磅礴之力,助推企业高质量发展。

月30日,为期一年,集团所属各系列、营销分公司、集团机关全员参加。以“学思想、炼品格、强能力、重实效、建新功”为总体要求,以“学思想悟,思想转化想干事,形成思想自觉;勤俭精进,管理提升能干事,形成行动自觉;团结创效,经营优化干成事,形成创效自觉;爱岗敬业,守正创新干好事,形成时代自觉”为具体目标,开展“一学两争”微光行动。

以学铸魂:一学,学习习近平新时代中国特色社会主义思想,做到学思用贯通、知信行统一,在深学细照笃行中提高理论素养、坚定理想信念、升华觉悟境界、增强能力本领,夯实坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”的思想根基。每位员工要立足岗位职责,强化责任担当,将理论转化为解

决问题、集中攻坚的能力,以实际行动践行“员工富裕、企业兴旺、社会发展”的初心梦想。

以争促干:两争,每个员工以争做促销能手、营销达人、运营管家、服务行家、勤俭榜样、创客潮人、安全卫士、技能工匠为基础,争做年度创先评优标兵;每个柜组争做勤俭精进、团结创效、爱岗敬业年度创先评优模范岗。通过见人、见事、见成效的实际行动,以个人微小之光,汇聚成推动工作的强大动能。

以干促效:攻坚克难、提质增效要大处着眼、小处着手、方法得当、微处见效。紧紧围绕经营管理重心,把带着问题学、跟着问题走、奔着问题去、盯着问题整改,有的放矢的解决真问题、真解决问题植入各各部门、各个环节具体工作中。立足岗位职责结

合实际工作把阻碍经营发展的难点、卡点、断点、堵点的问题摆出来,抓住解决突出问题中的重点工作的关键项,确立目标任务,并形成具体工作内容,科学制定工作计划,以年、季、月、周、日按时段进行量化分解,统筹兼顾相结合形成分层级、分部门、分岗位可实现的具体工作实施清单,摆进每个部门、每个岗位、每个员工日常工作中。以定量、定性相结合制定简单明了可操作的监督、考核、验收考核评价机制,按工作达成效果评分划档,对应确定公开的激励标准。把当下改和长久立相结合持续发力。围绕经营、管理双提升,整改、创新双融合持续聚神聚力。提炼好的办法和经验,建章立制逐渐完善形成适合企业自己的科学可靠的管理机制,形成持久合力。

## 中国共产党长春欧亚卖场有限责任公司党员大会隆重召开

本报讯(欧亚卖场 张佳音)经集团党委批准,6月8日14时,中共长春欧亚卖场有限责任公司党员大会在四楼会议室隆重召开。欧亚集团党委副书记、副董事长、总经理邹德和和集团专职党委副书记、副总经理吕飞、欧亚卖场党委委员以及全体党员出席大会。

会上,欧亚卖场党委副书记韩卓言代表欧亚卖场第三届党委作了题为《集智聚力,奋楫争先,扬帆启航,在更高起点上开创欧

亚卖场高质量发展新篇章》的工作报告,客观全面回顾欧亚卖场过去五年来的业绩成效,从履行社会责任、深耕自采自营、坚持营销驱动、强化安全支撑、创新基层党建以及培育企业文化等多个方面总结了工作经验,并对今后五年党委工作提出切实可行的工作建议。与会正式党员一致表决通过党委工作报告和纪委工作报告。大会表决通过了选举办法以及总监票人、监票人建议名单,按照法定程序选举产生了中共长春欧亚卖场

有限责任公司第四届委员会和纪律检查委员会,并在随后召开的党委第一次全会和纪委第一次全会上,选举产生了党委书记、副书记和纪委书记。

此次大会是一次继往开来、承前启后的大会,也是一次凝聚力量、团结奋进的大会,是欧亚卖场转型升级、汇集商街加快实施关键时期召开的一次重要大会,大会回顾总结过去五年的经验成就,全面擘画未来五年目标任务,并选举产生了欧亚卖场的新一

届党委和纪委。大会号召,全体党员和各级管理人员要在集团曹总把舵领航下,在新一届党委的领导下,迎难而上、躬身求变、锐意进取、加快发展,团结一心,以更振奋的劲头、更饱满的热情、更务实的作风,推动欧亚卖场非公党建实现新发展,在新起点上推动欧亚卖场更为接近集团曹总将欧亚卖场打造成“既是长春的,也是世界的,既是民族的,也是人类的”巨型购物中心的宏图宏愿。

## 战淡季 抢市场 强生鲜 创一流服务 欧亚商业连锁全面启动淡季促销竞赛活动

本报讯(欧亚商业连锁 刘晓宇)开启新时代,踏上新征程。在欧亚集团第五次党员代表大会、七届七次职工代表大会圆满落幕之际,为全面贯彻曹和平董事长在集团七届七次职代会上“勤俭善持、有的放矢、提升服务、做好自己”讲话精神,欧亚商业连锁领导班子研究决定推出“淡季促销竞赛活动”,6月8日召开动员大会,提振士气,吹响抢抓淡季市场,提升精细化管理水平和全员服务质量集结号。

于惠航总经理在动员大会上了振奋人心的讲话。在讲话中,于总阐述了此次淡季竞赛的意义,是国家当前经济环境下的必然

选择,企业必须努力、全力抓住当前大的营销环境的契机,市场回暖的契机,抓好淡季销售,来赢得市场的主动权;是企业当前经济环境下的必然选择,要求我们各级管理者要时刻绷紧弦,一刻不能放松,做到无节要造节,小节要放大,大节要效益。于总重点强调了关注“毛利、激励、服务、自采自营、降本降费”等五大方面,以细节管理为主线,坚持问题导向,进一步提高精益管理效能,有效缩减经营成本,进一步实现提质增效。

会议上超市、百货业态总经理做竞赛工作部署和动员讲话,百货业态总经理刘军要

求百货门店做好有效营销和精准营销;做好商品筹备、货品补充、库存清仓工作;超市业态总经理胡静春要求超市门店锁定生鲜品类瞄准目标店,扩大自营商品采购渠道、采购方式,采购品种,全面提升自营商品销售额和毛利额;随后经开宽城大区、四平大区、全质采购招标部、工程部代表长春区、外埠区、总部后勤部做了表态发言,声声铿锵有力的口号都展现出了连锁铁军的雄姿和风采。

为时4个月的淡季促销竞赛,将通过打响五大战役、开展三个满意、制定一项激励、设置八大奖项、评选百名优秀员工,开

展淡季促销竞赛,实现提升市场占有率,提升企业竞争力,提升企业经营管理水平、服务水平整体目标,促进销售、毛利全面提升。

此次竞赛还将“服务”作为重头戏,超市总部、后勤部出台《服务管理规范手册》,7月份将组织优秀服务表演赛,在全员中掀起优质服务热潮,达到“后勤让前勤满意、员工让顾客满意、营商环境让客户满意”的服务目标。连锁人全面开展淡季竞赛活动,誓要再次拼出连锁人的志气、士气和底气,不负集团曹董及各位领导的厚望与重托,向集团、向社会交上一份满意的答卷!

粽飘香 酒相逢

欧亚集团贵州茅台酒品鉴会在欧亚卖场举办

本报讯(欧亚卖场 王冬雪)为开启茅台营销“美”时代,进一步传播茅台“美”文化,让广大消费者在走近茅台、体验茅台、品味茅台中增强对茅台酒价值的认知认同,6月17日,端午节来临之际,长春欧亚集团股份有限公司在长春欧亚卖场大洋厅举办主题为“粽飘香·酒相逢”的53度飞天带杯茅台酒品鉴会活动,80余名特邀“超V茅粉”与现场的消费者共襄端午盛宴,共鉴酱香美酒,共品茅台文化,共享合作成果,充分借助欧亚卖场超客流强势提升茅台酒的市场受众和社会影响力。

节日氛围中的欧亚卖场到处人头攒动,一片喜庆祥和。上午10时30分,在优雅婉转的管弦乐演奏中,欧亚集团贵州茅台酒品鉴

会在欧亚卖场近千平大洋厅拉开帷幕。大屏幕上播放的宣传片,将茅台酒的发展历程、酿造工艺以及茅台集团企业文化展现的淋漓尽致,引起现场所有人的浓郁兴趣和极高热情,不仅受邀嘉宾看得入迷,楼上楼下消费者也驻足观看,纷纷为茅台酒的悠久传承和厚重文化底蕴所折服。在接下来的产品展示环节,茅台飞天系列、年代系列以及茅台子公司的产品先后绚丽登场,在主持人细腻讲解中,不仅给人以直观震撼的华美视觉冲击,更让现场嘉宾和消费者全面深入地了解了茅台酒的历史渊源以及作为中华酱香美酒品牌的独特魅力,特别是,穿插其中的国风舞蹈美轮美奂,悠扬的乐曲、华丽的服饰、娴熟的舞步、灵动的表演……更让观众深刻

感受中华文化的悠远厚重。

此次品鉴会,贵州茅台酒销售有限公司吉林省区饶国洪、贵州茅台酒厂(集团)保健酒业销售有限公司吉林省区经理张书家、贵州茅台生态农业销售有限公司吉林省区负责人项俊杰、昌黎茅台酒销售有限公司吉林省区负责人李鑫和长春欧亚卖场有限责任公司副总经理蒋晓丽等领导来到品鉴会现场,与超V会员和观众热情交流,介绍茅台文化,现场嘉宾纷纷举杯,通过“闻、品、尝、饮”来感受茅台酒的幽雅细腻和醇厚悠长,深入了解茅台酒的文化内涵和品牌价值,探寻酱香白酒溯源流长的制酒工艺,现场嘉宾和观众对欧亚集团携手贵州茅台集团举办如此盛大的茅台酒品鉴会表示衷心感

谢,对强强联手推出如此大力的回馈活动给予高度赞扬,来到现场的网易新闻、今日头条、腾讯新闻等多家媒体也对品鉴会盛况进行全方位多角度报道,让广大消费者对茅台酒的美文化、美服务有了更加深刻的感受,真正收获了“美的产品”,体验到了“美的服务”、畅享到了“美的文化”。

作为国内知名的超大型现代化购物中心,未来,欧亚卖场将充分发挥规模、业态、品牌、客流等优势,策划实施形式新颖、内容丰富、受众面广、影响深远的营销活动,拓展平台助力推介茅台产品,讲好茅台故事,挖掘茅台价值,弘扬茅台文化,为茅台酒走向百姓大众、走近青年群体,进一步提升茅台酒的知名度和影响力添砖加瓦。

图片新闻



在毕业季来临之际,松原欧亚购物中心在一楼正厅设置留念打卡点,记录每个瞬间,在活动期间吸引众多应届毕业前来打卡,并转发朋友圈及抖音。

(松原欧亚 姜爽 李丹)



6月14日,来自全国各地的近四百名报喜鸟加盟商由报喜鸟服饰公司邀约至梅河欧亚购物中心报喜鸟店,本次报喜鸟活动以“悦分享 越成长”为主题,意在将全国最优秀、最成功也是疫情后销售提升最快、最高的门店的经营、管理经验推广至全国。

(梅河欧亚 王红岩)

辽源欧亚年中庆 精彩营销引爆消费热潮

本报讯(辽源欧亚 综合部)“年中大庆惠百姓,自主营销万财生”。辽源欧亚购物中心按商业连锁“年中庆”营销方案部署,积极落实营销与营销细节工作,活动中各业态自主营销层出不穷,尤其是年中庆里的“父亲节”与“端午节”业态自主营销活动,得到消费者的广泛认可,取得良好社会效益的同时,也获得了良好的经济效益。

6月18日,是一年一度的“父亲节”,利用网上“6.18”大促流量概念“趁着6.18,让爸爸们也过个节”,服饰商场适时推出“父亲节”男装内购会,以“爸”气献礼,促销力度倍增为主题,

组织感可多,比华利保罗,报喜鸟等三十余个知名男装品牌提前邀约会员,宣传语主打“和爸爸一起到店享受伴手礼”为噱头,吸引消费者加入“买买买”行列。花花公子、DR、宾度等品牌为配合活动,还将特供商品一降到底低至49元,吸引了大量消费者选购。

活动当日服饰商场为提升销售,还推出购物凭小票即可参加“父亲节专项抽奖”活动,奖品有品牌剃须刀,储值卡,牙膏,搓泥宝等,服饰商场还与辽源市锦那婚纱摄影联合推出在欧亚服饰消费198元即可领取锦那婚纱500元十足抵用券活动,实用的奖品得到消费者的认可和

好评,促进服饰商场父亲节当天实现销售80万余元,为年中庆活动锦上添花。

6月18日上午,辽源欧亚精品家居商场还利用文化活动引流,实现销售提升的良好效果。上午11时,黄金珠宝柜组老凤祥、六福品牌在父亲节活动当日举办“DIY手工穿珍珠”活动,引流效果显著,现场人气火爆,消费者愉悦心情之余,在现场工作人员引导下,纷纷解囊购物,活动三个小时即实现销售近10万元,真正体现了品牌价值与促销效应,为商场完成既定计划实现助力。

6月22日端午节,辽源欧亚购物中心延

续父亲节自主营销活动,尤其是超市业态,为迎接端午节,提前组进节日粽子系列食品,并推出一系列惠民活动,组进中之杰、米旗、桃李、三全、思念、老母家等传统品牌的同时,又增加盼盼、稻香村两个新品,八大品牌云集礼盒、袋装、散装等40多个品种的商品,包括糯米、肉类、豆类、蜜枣等十余种口味,受到消费者的欢迎。在粽子系列食品商品丰富外,超市还精心选购龙形道具,陈列出具有中国古典特色的粽子美陈DP点,吸引顾客关注之余,为节日现场增加浓厚氛围!

吉林市“华丹”消夏啤酒节在欧亚商都综合体盛大启幕

本报讯(欧亚商都综合体 李棠)6月10日,夜幕降临,华灯初上,吉林欧亚商都综合体与华润雪花携手共创的吉林市“华丹”消夏啤酒节在城市的烟火气中盛大启幕。吉林市副市长武忠旭、商务局局长刘振华、丰满区区长王飞、华润雪花黑吉区域公司总经理张军、吉林欧亚商都总经理高春玲等众多领导、嘉宾出席本次仪式。

在吉林欧亚商都综合体商场1号门前,后备箱集市火热开街,一个个后备箱满载着饮品、玩具、甜品及各类网红美食,以新颖、独特、潮流的表现形式,吸引了附近诸多市民前来打卡,每一个后备箱里,都承载着年轻人对美好生活的表达,形成天天逛欧亚、每天有惊喜的休闲娱乐氛围。

华丹啤酒唤起了许多吉林人“没有华丹不成席”的深刻记忆,更好地满足人民群众品质化、多元化、便利化的消费需求,让越来越多的市民走出家门,品美食,赏夜景,逛集市,感受着夜经济带来的活力与激情,促进夜间消费活力迸发的同时,提升江城百姓的幸福感。值此宵夏夜市之际,欧亚商都吉林地区本着大力营造消费氛围、促进消费提质升级的初心,倾力组织在营品牌商开展特色外摆经营,六店同贺

年中大促,推出6月16日至30日200万消费券送全城,幸运大转盘、循环大抽奖等活动,携手品牌商,开展特色外摆经营,打造高品质新消费,构建内外联动、多方参与、协同发展的销售平台,引领具有江城特色的品质消费,用精细化管理和高质量服务,促进城市经济活力提质升级,为吉林市消费者营造安心、放心、舒心、贴心的购物空间!

凸显在大众面前,如部分批次的爱茉莉太平洋唇釉产品Aritaum Volume Up Oil Tint曾被检测出细菌超标,导致一些消费者在使用后出现嘴唇肿胀、起脓包等症状,国家药监局曝光了伊蒂之屋妮媚明眼液半成品被检出“细菌总数超标”。共同体现出来的韩妆同质化程度高、可替代性强、复购率低、无品牌实力、质量堪忧等问题的反面,是美妆商业逻辑加速变革来临。

零售微趋势

核心提示 韩妆同质化程度高、可替代性强、复购率低、无品牌实力、质量堪忧等问题的反面,是美妆商业逻辑加速变革来临。

在90后白领小许的化妆桌上,已经很久没有出现韩妆的身影了。“以前韩流流行啊,伊蒂之屋的果汁唇釉、兰芝的隔离霜,迷尚的气垫BB霜,悦诗风吟火山泥面膜,还有爱茉莉和非诗小铺这些,品种又多又便宜,换着买也不心疼”小许感叹道。小许的发现并非偶然,韩妆近年来逐步销声匿迹于国内美妆市场,慢慢沦为时代的眼泪。

今年618之际,韩妆再次失去声音,据天猫618预售榜单显示,欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻、玉兰油、Ulike、珀莱雅、海蓝之谜、薇诺娜、雅萌的天猫官方旗舰店成交额位列美妆前十。其中国货品牌占据三席表现亮眼,其余名列前茅的均为欧美品牌,韩妆则毫无踪影。

纵观618各大电商平台预售榜单,雪花秀、Whoo等具有代表性的韩妆品牌也都未出现在榜单前20名中,要知道,从2019年开始,Whoo后一直位列天猫双11美妆品牌TOP10榜单。Whoo后的“消失”或许只是韩妆撤退中国市场的缩影,现如今已进入美妆行业高速发展的明牌时代,如只依靠以往的韩流风潮滤镜,恐难再上牌桌。

全面退出前夕 败走一线市场 韩妆闭店潮正大面积席卷而来。大众点评相关信息显示,杭州地区悦诗风吟门店几乎已全部关闭,目前仅剩杭州海路一家门店。此前北京市场也迎来多门店关闭,其中西单大悦城店、凯德mall太阳宫店、槐房万达店等都已暂停营业,同样的闭店情况陆续正在全球多个城市地区上演。

“韩流”变“寒流” 韩妆被挤下牌桌

早在2021年5月,悦诗风吟就已经全面退出北美市场,爱茉莉太平洋的发言人将其归结为长时间疫情导致的结果,但其实不然,悦诗风吟香港地区西洋菜南街店、金钟道路店等也已经全部撤场。

对比2014年悦诗风吟开启的“店海战术”,曾以平均每年新开店100家的高速,增长至2017年超过800家的高光时刻,但2019年开始,也正是国内电商、短视频直播等多样化商业模式开始蓬勃发展的时点,悦诗风吟也开始走向下坡。据相关资料显示,在2019年至2021年期间,悦诗风吟在中国市场的关店数量分别达到40家、90家、170家。截至目前,悦诗风吟在中国市场的店铺数量仅剩140多家,相较于巅峰时期的800多家店铺,只剩下不到2成门店还在维持经营。

伴随着门店缩减,悦诗风吟营业收入也同步下滑。据其母公司爱茉莉太平洋集团2022年的财报显示,悦诗风吟全球营业收入从2019年开始就已经连续下滑,至2022年同比下降8%,营业利润同比减少22%。

同属爱茉莉太平洋旗下的伊蒂之屋全球营业收入已连续下滑三年,分别为2560亿韩元、2183亿韩元、1800亿韩元,至今创下历史新低。与此同时,同为韩妆的伊蒂之屋也在2020年就关闭了全部线下门店,还曾在2022年11月宣布暂时关闭天猫旗舰店。

2022年6月,3CE位于北京三里屯的门店已经停止营业,此时距离3CE进入中国市场不到三年,就仅剩上海和南京的两家直营门店。韩妆时代,过去了。

韩流褪去 美妆商业逻辑加速变革 价格亲民、款式新颖、品种繁多,曾经是韩妆吸引学生党和大众白领的不二法则。“那时候的韩妆,一根眉笔,一根口红只要十几二十块,还有不超过五十块的眼影盘,不

过百的气垫BB霜,价格非常友好,上新速度也快,都有韩国明星代言,哪怕工资只有3500也能体验韩流文化”,小许回忆道。

不得不说,在韩妆高速发展时期,基于对当时消费市场开始兴起韩流文化的需求和逐渐打开的美妆市场格局的细致洞察,韩妆得以迅速走俏中国。

据相关信息显示,爱茉莉旗下品牌艾诺碧、赫妍、兰芝、雪花秀、梦妆、伊蒂之屋及悦诗风吟在2016年共售出1.1亿支气垫BB霜,照此计算,平均每秒钟就有一盒气垫BB霜卖出,其火爆程度曾一度带动迪奥、阿玛尼等国际美妆品牌开发相应产品。

再加上韩流文化的“耳濡目染”,快速迭代的韩妆不断收获了年轻消费者的簇拥。彼时一部《想你》,就能带动“想你色”玫红调口红的畅销,一部《来自星星的你》,就能让气垫BB霜卖到全世界,一部《匹诺曹》,也让蜡笔唇膏成为了大单品……

但一切“文化崇拜”,在2017年戛然而止。2017年,“萨德事件”使得限韩令直接让韩流变成了“寒流”,国人爱国情怀高涨之下,韩妆逐步被卸掉了文化滤镜,销量急剧下滑,存在感逐渐降低。另一方面,没有形成极具品牌力的核心大单品,也是韩妆成为“时代的眼泪”的桎梏所在。毕竟长期以来,韩妆更擅长通过追逐热点新品迭代来抓住时尚潮流,如每部韩剧的热播,几乎都会带动剧中韩妆产品的畅销。

这也意味着将牺牲品牌的忠实度来换取当季爆款产品的热销,而在热销产品的生命周期市场热点褪去后,品牌长期发展所依赖的核心价值无法作为强有力的支撑力,来支撑韩妆夺得市场不断变化下的消费者心智。如气垫BB霜、CC霜再到素颜霜,最终还是不能与更早出现的粉底液品类站在同一战场。再来,质量问题也伴随着韩妆以低价走量模式

宏观市场的变化往往牵一发而动全身,国内美妆行业,历经从各国品牌竞相攻城略地开花,到如今强者割据、国产崛起,市场规模不断扩容。

根据《美妆可持续发展白皮书》,目前全球美妆市场规模已至6000亿美元,市场增速仍呈上升趋势,预计到2025年将达8050亿美元。这时美妆行业竞争厮杀愈发白热化,纷纷加码投入流量营销战争,近三年欧莱雅集团的营销费用率大约占比30%,雅诗兰黛集团在这一指标上同样保持在25%-26%左右。竞争加剧之下,美妆行业发展迅速,涌现完美日记、花西子等新锐国货品牌等的相继崛起,据不完全统计,2022年有179家美妆相关领域企业宣布完成了不同轮次和性质的融资,融资金额近300亿元。

加之对于新兴品牌持开放态度的“成分党”的不断壮大,不仅推动功能性护肤品快速增长,还助推了整个美妆行业的“以产品为王”,将极具差异化的品牌力与专精上的研发实力作为美妆行业的底层商业逻辑摆在竞争牌桌,美妆行业的明牌竞争时代已然来临。

明牌时代,好品牌、好产品无国界,韩妆再想重返牌桌,唯有做精。

(撰文/林小白 来源/氢消费品 ID: HQingXiaoFei)

欧亚商业连锁携手欧莱雅 开展“6·18”超级大促直播

本报讯(欧亚商业连锁 张君宁)嗨购年中庆,钜惠618,欧亚商业连锁携手巴黎欧莱雅,开启“6·18超级福利”。

本次欧莱雅直播大促自6月1日至6月18日,历时18天。欧亚商业连锁营销中心与欧莱雅品牌方进行了多轮磋商,争取到了优质的商品资源及奖励机制,精选20余款明星产品,包括抗氧先锋真C瓶、遮瑕杠把子黑金气垫、新生愈肤20霜等多款热销单品线上专供,3至5折限时热卖。玻尿酸面膜直播秒杀价2.8元、玻尿酸水光充盈眼霜直播秒杀价6.18元;特邀主播录制预热视频4个,结合欧亚商业连锁近8000个“惠民群”裂变推广、“视频号”、“公众号”、“员工朋友圈”全面转发,同步助力炒热话题营销,联合品牌方产品宣讲、举办6场次高品质会员沙龙等有力措施,配合多种激励政策,做到“线下预热引流、线上直播推广、限时秒杀”等多种方式,线上线下双管齐下,齐头并进激活潜在市场。

6月16日18时,长春、外埠共计6个直播间同步启动直播,百万美妆主播雨荨、云海与欧莱雅主播张小强分享护肤秘籍,更有青春肌源男士礼盒、闪电泡美限定唇膏礼盒、金致花蜜面霜等豪礼大抽奖,让直播间人气拉满,两场直播,观看人数突破8万人次,总销售突破70万元。在线上线下各赛道的激烈竞争中,实现逆势增长。

情系端午 爱在白城欧亚

本报讯(白城欧亚 综合部)一缕淡淡的清香,一心深情的祝福,一年真情的想念,一生真心的朋友。6月22日端午节当天,白城欧亚购物中心举行“着汉服巡游活动”,各商场派出营业员身穿汉服,手持五彩绳与香囊,免费派发给顾客并送上端午安康的美好祝福。

同时,在商场设立端午打卡区,让顾客参与其中,体验制作香囊与五彩绳的乐趣,利用传统节日与消费者进行友好互动,增加端午节的节日人气,即实现消费引流,又让顾客充分感受到传统节日应有的仪式感。

暖心服务 助力高考

本报讯(乌兰欧亚 李松波)六月千葩四溢香,花香飘来捷报传,又是一年高考季,6月7日至8日乌兰浩特欧亚购物中心为助力高考,特与执法局申请,在高考地点争取到两个最好的考场展位,设置了爱心水站和休息区为等待考生的家长提供温暖,乌兰欧亚组织管理者及员工统一穿着定制红色家电马甲,在展位旁摆设家电宣传明示,通过情感营销的方式,既推广了企业品牌,又增加了乌兰欧亚在消费者心中的情感。

欢趣不断盛夏季 汇集潮玩再升级

本报讯(欧亚汇集 张献文)为充分激活消费市场,自进入6月份以来,欧亚汇集结合儿童节、父亲节、端午节等初夏节庆,组织实施了以“夏日甜酷序”为主题的营销活动,在欢趣活动与炎炎夏日的碰撞中,让汇集人气一路飙升。

作为儿童业态聚集的欢乐园,汇集借势儿童节推出众多好礼相送的“童心未泯·萌力觉醒”活动,让各位小朋友在汇集能够尽享潮玩,尽享童趣!领取礼物的小朋友纷纷沓来,现场人气火爆。互动的体验,童趣的福利,欢声笑语充盈欧亚汇集,让这个夏日酷爽难忘。

父爱意出粽,欢聚粽有时。结合节日叠加,欧亚卖场推出了参与即有礼的粽子大赛活动,趣味多多,广受好评,1000个端午爆品大抢购,包含1元抢隆美果园糖葫芦、鸡蛋、招牌奶茶、辣翅等超多美食……特别是消费达额赢拍立得相机,引起广大顾客的关注,记录夏日的美好瞬间,拍立得这样的惊喜奖品更加深得人心,使顾客纷纷参与活动。丰厚实惠的福利,趣味新潮的体验,让每个来到欧亚汇集的朋友都能享受到新、奇、特的奇妙乐趣和实实在在的福利关怀。

这个夏天,汇集精彩活动将畅享不停,助力朋友们悦享欢乐!

松原欧亚购物中心 酷夏送西瓜 清凉顾客心

本报讯(松原欧亚 张希钰)炎炎夏日搭配冰凉清爽的西瓜,才叫过夏天!在松原市有一个地方可以吹着空调、躺着西瓜、免费吃着西瓜,那就是松原欧亚购物中心。

骄阳似火的夏季,迎来年中盛宴,气温居高不下,松原欧亚购物中心总经理郑伟关心每一位到店顾客和员工们,把冰爽香甜的西瓜,送到顾客和员工的手中。“西瓜来了,大家来吃块西瓜吧……”顾客们吃着清凉解暑的西瓜,满脸都是笑容。一块西瓜带给大家的不仅仅是清凉,更是让顾客体会到了松原欧亚贴心的服务。一位顾客由衷地说:“天气这样炎热,我在外边走一会就汗流浹背,在这儿不仅空调全天开放,你们这么忙碌,还想着为我们送西瓜解暑,真的很感动,感觉在欧亚像在家一样,在这里购物我们放心!”松原欧亚一定竭力服务好每一位顾客!

# 全球人气披萨品牌“达美乐”入驻济南欧亚大观乐活城

本报讯（济南欧亚 综合办公室）缤纷六月，艳阳高照，全球人气披萨品牌“达美乐”在济南欧亚大观乐活城成功开业！

围绕2023年招商工作“以进为主”的招商原则，自2022年7月达美乐比萨进入山东市场以来，济南欧亚便及时联系品牌开发负责人面谈并推荐位置，抱着势在必得的决

心，最终与品牌方达成合作协议。

达美乐披萨起源于1960年美国，至今在全球90多个国家和地区拥有超过20000家门店，在我国北京、上海、深圳等近600家门店，该品牌强调极致性价比、主打外卖的经济型披萨品牌，强调30分钟内送达。“乐活城”是达美乐品牌在济南市场开启的第三

个门店，开业首日人气爆满，店内水泄不通，开业前三天客流2500+人次，销售突破32.33万元，吸引了大量新客、年轻人到店消费，并持续热销。

“达美乐”的成功引进，解决了乐活城一号门流量不足的管理难点，随着达美乐、苹果手机的开业解决了一号门始终没有收益

的管理痛点，增加了租金，提升了流量，提高了销售。“达美乐”的成功签约也促进了汉堡王、喜茶等知名品牌的成功引进，对乐活城后续品牌的引进起到了拉动作用，乐活城购物中心的标配业态日趋完善，现代购物中心的属性日渐彰显，巩固并夯实了企业良性的发展基础！

## 辽源欧亚购物中心被授予“2022年度吉林省优秀服务业企业”称号

本报讯（辽源欧亚 综合部）6月上旬，辽源欧亚购物中心被吉林省发展和改革委员会、吉林省商务厅评为“2022年度吉林省优秀服务业企业”，辽源市商务局受省发改委、商务厅委托，为辽源欧亚购物中心授牌。

荣誉的取得，得益于欧亚集团、欧亚商业连锁各级领导对辽源欧亚经营工作的悉心指导，得益于辽源欧亚管理团队及全体员工的奋发进取，更得益于全体供应商与社会各界消费者对辽源欧亚的支持。未来，辽源欧亚购物中心将加快企业提质增效步伐，力争在2023年完成各项既定工作目标，全面提升辽源欧亚城市名片的作用与形象，遵照曹和平董事长的指示：“为辽源添彩、为吉林争光！”努力！

## 吉林欧亚商都胡国华荣获第35届“长春市劳动模范”称号

本报讯（欧亚商都 办公室）6月14日上午，长春市第35届劳动模范表彰大会在吉林省宾馆一楼大剧场隆重召开，长春市委、市政府授予45个集团（单位）“长春市劳动模范集体”称号，授予20人“长春市特等劳动模范”称号，授予179人“长春市劳动模范”称号。吉林欧亚商都胡国华荣获第35届“长春市劳动模范”称号。

企业的发展壮大，离不开员工积极勤奋、爱岗敬业、勇于创新、甘于奉献。不同背景、不同经历、不同层次的人才荟萃，冲击碰撞、相互激励；近几年，欧亚商都都在各方面均取得了长足发展，巩固了在市场中的地位和影响力，面对市场的复杂性和挑战，需继续以坚定的信念和踏实的作风，增强韧性，感恩奋进，在平凡的岗位上绽放出不平凡的业绩，不负众望、不辱使命。

## 内蒙古自治区商务厅领导莅临乌兰欧亚进行专题调研

本报讯（乌兰欧亚 塔娜）6月18日下午，内蒙古自治区商务厅综合保障中心主任王勇强一行来到乌兰浩特欧亚购物中心超市进行“内蒙古味道”专题调研，乌兰浩特欧亚购物中心副总经理李松坡、超市经理刘航陪同。

“内蒙古味道”是以“蒙字标”、“老字号”为代表的内蒙古特色农畜产品的自治区区域公用品牌。调研组一行深入现场重点了解乌兰欧亚企业发展历史、规模、经营模式、管理体系等情况，询问考察超市现有内蒙古农副产品合作品牌陈列、销售、利润、负一层改造后超市经营面积、品类等事宜，王勇强主任对乌兰欧亚现场管理及经营环境表示满意。双方就未来“内蒙古味道”品牌宣传推广策略的实际效果和评价，优化、改进未来合作推广计划进行讨论交流。下一步，乌兰欧亚将以此次调研为契机，积极创建“内蒙古味道”授权企业工作，持续扩大欧亚在兴安盟、内蒙古自治区内品牌影响力，助力欧亚高质量发展。

## 消防演练始于心 防患未然始于行 欧亚卖场快餐美食城开展安全生产应急演练

为全面普及消防安全常识，提高全体员工以及防护自救和逃生能力，构建平安卖场、和谐卖场，在全体员工的共同配合下，欧亚卖场组织全体餐饮类员工在6月6日开展了大型消防应急演练综合演练工作。

随着警报声的响起，各部门立即就位，快速形成第一支灭火力量，并进行快速疏散。撤离途中井然有序，不拥挤、不慌乱，在最短的时间内，安全、有序、快捷地将200余名员工全部安全撤离到楼外。

通过此次安全应急演练，全体员工掌握了应急避险的方法，如何疏散逃生，如何使用相关消防器材等，提高了员工的自救自护和组织疏散的能力。（欧亚卖场 赵岩）

## 垃圾分类显文明 物业居民齐行动

居民是垃圾分类的主体，物业则是关键枢纽。为提高吉林欧亚御龙湾小区居民垃圾分类正确率，物业积极宣传、引导小区居民自觉做好垃圾分类工作。

物业经常利用日常服务的契机，向业主宣传垃圾分类知识。充分利用电子屏和横幅宣传垃圾分类知识，并在小区内显眼位置张贴宣传海报，同时，物业公司注重加强员工培训，要求从我做起、正确分类、定时投放，加强对一线保洁人员的教育，增强垃圾分类意识和提高业务能力，尽量做到从小家做起，从源头控制。物业小区作为垃圾分类的重要源头在垃圾分类中也发挥着至关重要的作用，为改善家园环境、提升社会文明出一份力。（吉林欧亚商都 王竹梅）

## 欧亚汇集嬉水乐园盛大开业

本报讯（欧亚汇集 张新玉）嗨翻夏日在汇集，酷爽畅玩水乐园。占地约5000平方米的欧亚汇集嬉水乐园6月22日盛大开业，多个项目全面满足戏水需求，让大朋友、小朋友们在炎炎夏日，玩出冰爽乐趣！

欧亚汇集嬉水乐园位于欧亚卖场11号门南侧停车场，共规划六大区域，处处都有不一样的精彩体验，其中，童趣盎然的独角

兽乐园，引领你开启一场奇妙的戏水体验；乐趣非凡的拱桥水道，让孩子们在翻越途中纵享欢乐；中央的嬉水泳池，让你尽情享受无拘无束的畅游乐趣；35米长的嬉水滑梯，带你尽情体会刺激的“离心”快感；运动达人活跃的水上足球场，让你体验酣畅淋漓的夏日足球赛；激情十足的海盗乐园，让你在潮流趣味中泳闯水世界，体验嗨翻天！

## TEENIE WEENIE 女装入驻松原欧亚

本报讯（松原欧亚 张希钰）6月16日，在众人的期盼中，松原欧亚购物中心“年中盛宴·越花越YOU钱”大型营销活动拉开帷幕。借着松原欧亚年中庆的热潮，高端女装品牌TEENIE WEENIE强势入驻松原欧亚购物中心。

专门针对松原地区打造了能够适应地域

性的个性店铺，时尚简约装修轻松自然舒适的设计，TEENIE WEENIE在设计与品质上不断精益求精，超时髦、超经典，超性价比经典系列深受爱好者的青睐。开业期间全场9折后，满300元再减50元的超值开业福利。同时参加商场年中庆万元现金卡循环大抽奖活动。

## 古丽古丽银饰入驻辽源欧亚购物中心

本报讯（辽源欧亚 综合部）6月13日，辽源欧亚购物中心二楼天井热闹非凡，古丽古丽银饰品牌强势入驻辽源欧亚二楼服饰商场，完成装修，喜迎开业。

古丽古丽银饰品牌是古丽银饰有限公司旗下品牌，古丽银饰有限公司是一家礼品、工艺品、饰品的企业，主营中档925银饰品，饰品物美价廉，时尚百变，产品涵盖项

链、手链、手串、戒指、耳环、钥匙圈、表等各类银饰品及玉石、玛瑙、朱砂饰品，价格从几十元至几百元不等，颇受中青年女性的喜爱，品牌一经开业就实现了日销千元的良好业绩，为企业创收同时，也在低价饰品这个品类上补充了高端金银饰品的价格空白，更为辽城爱美女士增加了选购饰品的平台。

## 沈阳欧亚深入学习曹和平董事长在集团七届七次职代会上的讲话精神



学习现场。欧亚沈阳联营综合办 供图

本报讯（欧亚沈阳联营 综合办）日前，《今日欧亚》报刊登了中国共产党长春欧亚集团股份有限公司第五次代表大会及沈阳欧亚七届七次职工代表大会的专题报道，沈阳欧亚领导班子第一时间带领党员、干部深入学习贯彻曹和平董事长的重要讲话精神及两个报告精神，并通过党支部会议、员工早会、中会、例会等会议向全体员工层层传达学习。

在学习过程中，全体员工共同感受了集团党委、工会在过去一段时间为集团的发展所付出的巨大努力和贡献，以及面对疫情考

验时所展现的欧亚担当精神。全体欧亚人艰苦奋斗、团结拼搏的一幕幕仿佛还在眼前。

沈阳欧亚两店结合门店发展情况以曹董的重要讲话精神以及集团党委今后五年四个方面工作建议和集团工会2023年工作安排部署为指导，对今后一个阶段的重点工作进行了再强调、再部署。沈阳欧亚将紧跟各级政府宏观调控政策和集团、商都创新发展方向，牢牢把握新发展机遇，坚定信心，直面挑战，创造优势，奋勇争先，全力以赴完成集团及商都布置的目标任务，以更加优异的工作业绩，为欧亚集团四十周年华诞献礼！

## 做好自己 不断提升

通过对曹和平董事长在集团七届七次职代会上讲话的学习，我感触颇深，受益匪浅，让我对工作有了不同的理解、不同的感受，总想提高自己、提醒自己去做好每一件事。

正如曹董所说，结合当前形势今后几年商业竞争会很严峻也会很激烈，面对当下作为我至少要做好以下几个方面的工作。

一、认真做好自己的工作。对于我来说，要做的事情太多但首先要做好自己的本职工作，作为公司的一员我们都有自己的工作职责和工作范围，只有把自己的工作职责范围内的工作做好，这也是对公司的贡献。

二、节约成本，节能降耗。作为公司的一员希望和公司共同发展，从我做起，树立节约为荣、浪费可耻的思想，从节约每一度电，节约每一张纸开始，尽量减少物料的浪费。

三、加强培训，提升自己综合素质。在目前形势下，要努力提升自己，多读书，读好书不断给自己充电加油，只有不断提升自己，才能与公司共同发展和进步。

总之，在未来的几年里，市场竞争会更加惨烈，但是，危机也是挑战更是机遇，在考验面前把握好自己，树立远大的理想和信念，不断改进自己的工作作风，做到自重、自觉、自省、自励。踏踏实实工作，干干净净做人，加强学习，强化自身能力，提升自身综合素质，为公司的发展贡献自己的一份力量。（白山欧亚 王艳红）

## 经营新视角

## 年中庆“造势”小风车大不同

不买冲动，就买心动。6月16日，欧亚集团年中盛宴盛大启幕。活动前期，辽源欧亚购物中心流行服饰馆管理者带领员工走进各社区、学校、广场等人员聚集地宣传造势。因辽源创城活动，市政府严禁站街拉条幅，发放DM单，而通过以往宣传经验，年中庆活动宣传一定要主动出击，走出去宣传才能有效果有影响力。流行服饰馆团队经过多次开会研讨，创新宣传举措，以小中高校为载体，借助学校家长和教师为宣传媒介，印制了1000个带有年中庆宣传内容的风车和扇子，6月10日流行服饰馆团队分成4个宣传小分队，分别在政府机关幼儿园、市龙山实验小学、市第一中学和第五高中在学生放学人流高峰期，管理者打开腰麦，宣讲辽源欧亚年终盛宴的档档营销活动。

本次宣传活动的最大不同之处在于，以往发放DM单，很有可能被婉拒，而本次发放的年中庆宣传风车和扇子，却深受喜爱，吸引了很多家长和孩子踊跃索取，火爆场面比比皆是，可谓是好一个年中庆热情满满的外宣“仪式”！

此外，经过多次沟通和洽谈，6月11日，辽源欧亚流行服饰馆与异业合作伙伴——辽源市最受欢迎的帅府酒店达成年中庆合作，由帅府酒店专业婚庆摄影团队对辽源欧亚年中庆活动进行专场宣传拍摄及后期制作。同时，在辽源欧亚服饰馆购物满额赠帅府特色

烤鸭一只，另赠生日派对及18岁成人礼专场造景、免费主持贺词。借助短视频和公众号推送等方式，前来打卡购物的顾客对本次活动大加赞赏，将年中庆活动推上又一巅峰。（辽源欧亚 潘泓宇）



年中庆期间，辽源欧亚流行服饰馆管理者带领小分队到学校门口宣传，图为家长和儿童踊跃争抢活动宣传风车。潘泓宇 摄

## 吉林欧亚商都传达学习曹和平董事长在集团七届七次职代会上的讲话精神



管理人员认真学习曹董在集团七届七次职代会上的讲话精神。李欣 摄

本报讯（吉林欧亚商都 李欣）本期《今日欧亚》报纸收到后，吉林欧亚商都第一时间召开班子扩大会议，总经理高春玲组织学习传达曹和平董事长在欧亚集团七届七次职代会上的讲话精神，并分享周总在职代会分组讨论讲话，同时要求各店要快速组织传达、逐级学习本次会议内容。

当广大与会职工代表将曹和平董事长在集团七届七次职代会期间，深入欧亚商都体系参加分组讨论的事宜向广大员工通报后，吉林欧亚商都广大员工深受鼓舞、倍感振奋，对企业发展充满信心。

各店学习讲话精神的热情高涨，吉林欧亚地区将继续在集团体系指导下，持续用心专注夯实基层及基础管理工作，继续深耕细作吉林市场，深挖消费者的各种需求，不断优化和提升人员配置及综合素质，面对变化的市场，永葆不变的是努力进取精神，秉持曹董提出的自律、敬业、互助、学习的工作准则，时刻牢记勤俭节约的企业精神，在欧亚商都做精的理念引领下，持续引领吉林商业新消费，促进吉林商业高质量发展，用数字说话，向集团即将到来的四十周年献礼！

## 勤俭善持 强化服务 提质增效

学习曹和平董事长在集团七届七次职代会上的讲话有感

近日，认真学习了曹和平董事长在集团七届七次职代会上讲话，我的内心受到极大震撼，一股暖流涌上心头。我是欧亚卖场的一名基层管理人员，结合现场的实际工作，我将从以下三方面落实曹总讲话内容。

一是勤俭善持，节约成本。将柜组固定资产进行编号管理，落实固定资产责任人，谁用谁负责，谁破坏谁赔偿原则，既能完善固定资产管理工作，又能保证固定资产的安全性。

二是强化服务，提升意识。利用班会对员工进行服务培训，有服务用语培训，还有案例分析培训。通过售后案例分析，能够有效地还原事件真相，培训内容也会生动有趣，让员工更容易理解，同时分析顾客心理，才能更好地服务顾客。

三是安全检查，提质增效。加大日常食品安全检查力度，做到日检日查，发现不安全食品及时下架，每周进行差别品类互换位置检查，不同的视觉角度，不同的思维方式，检查出的问题也是不一样的，这样才能从根本上解决质量问题，同时避免食品安全事故的发生。

青春是火，燃烧我们奋斗的激情；青春是灯，照亮我们前进的道路。青春是梦，指引着我们前进的方向。青春是花，正在绽放，等待着人们去欣赏。无奋斗不青春，未来，我将以曹和平董事长提出的“简中求质，稳以贯之”“进德修业、专注实效”为指导，守正创新，坚定前行，为欧亚的明天贡献我的力量。（欧亚卖场 苏艳飞）

## 扬帆起航再出发 砥砺前行谱新篇

6月2日下午，欧亚集团七届七次职代会胜利召开，我有幸作为列席代表现场聆听曹董重要讲话，曹董的讲话内涵丰富、情意真切、催人奋进。有的放矢 精准发力。曹董指出，在商品采购、基建装修、费用支出的市场化下，我们的企业能够实现由小到大的不断良性的发展，有赖于我们的支出一直低于同行。正是这些日积月累的节约，真正做到“有的放矢”，才成就了今天的欧亚。

如今的我们，仍然保持着这种企业精神。以欧亚新发为例，在营销活动设计上，专注做好周边调研与客层锁定，精准设计每档期营销活动，吸引目标客层进店……在节

能降耗上，合理调控设备设施运行时间，精准到几时几分；培养员工动手能力，在基础设施维修、小型装饰装潢维修、各种电气维修改造上各显技能，为企业节省了大量的维修费用，欧亚人的勤俭善持得到了充分的发扬和传承。

提升服务 以质为根。曹董谈到提升服务质量这个永恒的话题，直言服务就是我们商业的本质，是我们必须要做好的。欧亚新发一直坚持周总提出的“双轮驱动”为核心，以申总要求的用真心、爱心、细心换顾客的暖心、舒心和放心为服务准则，与顾客建立亲情化情感链接，提供全方位的小管家服

务……以顾客体验为衡量标准的服务细节，旨在不断提升对客户标准，从“心”出发，打造属于新发的独有的服务属性，以情聚客、以情留客。杆头上，精进不休。一年一度的职代会让我们深刻认识到企业赋予我们的发展重任。欧亚新发将在周总的英明领导下，申总的带领下，创造性的落实好曹董讲话精神，从实际出发、从具体问题入手，使各项工作精准对接企业高质量发展所需。我们有信心且充满信心，欧亚一定行！欧亚一定赢！（欧亚新发 王晓薇）

# “有的放矢” 咬定青山不放松

墨香悠远,承载智慧的结晶,拿到《今日欧亚》报纸的时候,总会看到很多,学到更多。特别是本期曹董在集团七届七次职代会上的讲话,深深地震撼了我。文中有这样一段话,“希望同志们在工作当中能够遵循,围绕‘有的放矢’,有针对性、有序地开展工作,一定要对

准,找准一个问题点,解决一个问题,或者解决一类问题”。这是一个睿者对事业发展的有效诊断,很清晰,很透彻,入木三分。

作为基层管理者,每天的工作都是多样冗杂的。有本职工作的,有与客户关系的,有与合作部门的,还有对接政府部门的……各种工

作压过来,没有条理性是很难把工作做到优质,当看到曹董说的“有的放矢”,才明白自己工作中存在的短板,如何补短增长,工作要有目标,抓住重点工作,针对一件工作,全力去完成,咬定青山不放松,当解决一个问题以后会发现工作是快乐的,是有成就感的!

“有的放矢”四个字真的是受益匪浅,对生活和工作都是大有裨益的,成长往往就在于一次机遇和点拨,所以说多学习有益,多看《今日欧亚》有益,学习智者感悟,学习前辈工作经验心得,学习能让自己成长的良机!

(欧亚车库 姚志刚)

## 做好自己 有的放矢

一个人精力有限,在工作中要有的放矢,把好钢用在刀刃上,发挥更大的价值。过去的三年里,我们依然对疫情情有独钟,复杂严峻的环境打破了所有人的生活节奏,众多行业的萎缩,整个社会的经济如多米诺骨牌一样都产生了不同程度的下降。每个人感悟更多的是珍爱自己的健康,珍惜工作,热爱企业。

曹和平董事长在欧亚集团七届七次职工代表大会上的讲话提出“做好自己”“有的放矢”,放箭要对准靶子,有的放矢是一种非常重要的策略。它指的是确保行动是经过仔细考虑、精心规划的,以达成更好的效果和结果。人生的道路上,我们需学习有的放矢,以实现我们的目标和梦想。

首先,有的放矢有助于我们明确目标和方向。如果我们不确定自己想要什么,就很难确定我们应该采取什么样的行动。有了明确的目标,我们就可以制定计划,确保我们做的每件事都有助于实现我们的目标。同样,在现场,做内行,敢担当”在现场,要做到心中有数。做内行必须了解实干才是硬道理,就担当一词而言,担当就是承担并负起责任,勇于担当,就是敢于承担别人不敢承担的事。就是在工作最需要的时候,我们管理人员能够毫不犹豫,责无旁贷地挺身而出,不计较个人得失,担当起自己的职责。

我们要为企业解决问题,不能制造问题。在平日管理中,责任不仅是爱岗敬业的精神,更是体现一个人的品质。面对难题来临时,之所以会有强者,弱者之分,关键在于两者境界不同。强者敢于担当,他们做事大多想的是他人,这是“大家”。弱者害怕担当他们做事大多想得是自己,只顾个人利益得失,这是“小家”。

我们也要从自己的岗位做起,勇于担当自己岗位的各项任务,而绝不能推三躲四,逃避工作,扎扎实实做好工作,有结有果,有完有了,做事情不仅有结果,还要有了结。担当起岗位的管理是我们每个欧亚人义不容辞的责任。

(欧亚卖场 王美月)

## 深耕服务理念 提升保洁服务品质

学习曹和平董事长在欧亚集团七届七次职代会上的讲话内容,感受颇深,受益匪浅,对服务这个永恒的话题,有了更深层次的情感及认知,特别是在讲话中的一句“服务态度、服务质量、服务环境,你都要愉悦顾客,使消费者对你的商品有购买欲”,所以好的服务态度、好的服务质量、好的服务环境极为重要。

作为欧亚商都负责保洁工作的管理者,必须不负众望,时刻保持专业、细致、认真

的态度,为消费者营造一个整洁、舒适、温馨的购物环境,为了更好的实现这一使命,我们不断努力,在百日竞赛期间进行提升保洁服务及保洁技能培训,以及保洁员服务技能大比拼等多元化的措施,以此提升保洁员的服务水平及保洁技能。

首先,要加强清洁工作的精准程度,对商场内的每一个角落都进行了细致的清理,确保每一个小角落都能达到环境卫生的标准。其次,要注重对消费者服务的灵活性,

对于消费者提出的各种请求和反馈,积极地做出应对,让消费者感受到我们的专业和用心。再次,要通过对于干净、整洁、亲和力等各方面的不断提高和学习,来提升保洁员的自身服务水平,不断完善保洁员的清洁技能和业务能力,以谨慎细致,高效的工作风格为商场提供优质保洁服务。不辜负企业,不辜负消费者期望,让每位消费者享受到了最好的购物体验和服务。

(欧亚商都 丁爽)

## 踔厉奋发担使命 笃行不怠谱新篇

打开《今日欧亚》,我细细品读了曹董在集团七届七次职代会上的讲话,曹董敏锐的眼光、透彻的话语为欧亚人指明了前进的方向,让我们在挑战竞争中看到了未来的光明蓝图。

疾风知劲草,烈火炼真金。三年的疫情考验,淬炼出坚守岗位、不负嘱托的的欧亚人。危难之时挺身而出,坚守平凡便是不凡。同事们更是在人手短缺的时候化身为一块砖,哪里需要哪里搬,什么都能做,做得好,用无私的奉献精神印证了自己爱企护企的情怀。

知古才能通今,知晓过去才能把握未来。曹董娓娓道来的创业故事,深深触动了我们;为节约费用十几个个人只订一个房间,坐火车自带包皮睡别人的座位下面……开

拓者们正是从吃苦中汲取养分滋养了欧亚集团这棵大树。

我们身为新时代的青年管理人员,即便有着舒适富足的条件,也要善于吃苦、乐于吃苦、不怕吃苦,才能不断提升自己,不断丰富自己的阅历。通过吃苦要有所收获,得用目标来指引行动,这也就是曹董说的“有的放矢”,有针对性、有序地开展工作,才不会感觉到迷茫。要有前瞻性,要着眼实际,方能立足长远。

服务乃是经营之本。面对线上购物分流等不利因素对实体商业销售和客流带来的影响,我们要牢牢把握住“服务”这一核心优势,待顾客如亲人。让顾客在购物中放心,我们的销售才能舒心,杜绝和顾客论里表、争对错的行为。

在行走现场时,我经常听到顾客这样讲:“虽然网上也能买,但还是爱在欧亚卖场购物,欧亚信誉好、售后好”,我想这就是欧亚给顾客带来的不可替代的消费体验。我们要始终坚守自身优势,使现场服务更上一层楼,让消费者感受到欧亚人的真心与热忱,让在欧亚购物变成一种享受、一种尊崇。

今后,我们将坚持贯彻曹董和平董事长的讲话精神,加强服务质量,提升企业核心竞争力,正如本次党代会的标题:守正创新、坚定前行,为实现欧亚集团高质量发展而奋斗。曹董的讲话充分激励了每个欧亚人,我们要沿着正确的方向,用辛勤的汗水与赤诚的初心践行欧亚使命,再创辉煌篇章!

(欧亚卖场 陈冠之)

## 勤俭善持精细管理 静心尽力务实经营

学习曹董在集团七届七次职代会上的讲话有感

学习曹和平董事长在欧亚集团七届七次职代会上的讲话后,憬然有悟、茅塞顿开,混沌之心如醍醐灌顶,工作目标与前进方向豁然开朗,所思所想山积波委,浅知拙见、文以载道。

### 一、知恩感恩是立身之本

曹董在职代会上的讲话,通过回忆疫情中欧亚人共克时艰的奋斗激情与人生经历,表达了对所有为企业努力拼搏员工的敬意,每名欧亚人,都应该将这份爱的温度持续传递。试想,没有曹董带领大家创业,哪里有什么今天庞大的欧亚集团,又哪里有什么实现价值的平台与沃土!欧亚就是我们的家,“有

的放矢”不应该是董事长对我们的期望,更应该是我们所有欧亚人主动作为,守护家园的自发行动。

### 二、勤俭善持是立业之本

董事长在带领欧亚人创业、守业、精业的过程中,如果没有这种精打细算、勤俭节约的行为作风,企业经营中就会出现很多铺张浪费,势必影响企业的原始积累与发展壮大。

作为欧亚人我们一定要将董事长勤俭善持的优秀作风传承开来,并把他体现在企业经营管理的每个细节上,只有这样才能保证我们的事业健康有序,我想这是我们的立业

的根基。

### 三、务实服务是经营之本

我们所从事的工作是第三产业中的服务业,因此服务也是我们工作的核心与灵魂。服务顾客、服务企业、服务社会,这是我们每名员工的工作主旨。

接下来,我们如何做好服务,董事长已明确指向,那就是我们先做好人,端正态度,明确目标,做好细节、持之以恒。当然,首先是要爱你的工作,爱你的企业,这样才能静下心来,摒弃浮躁,做好我们的工作,与欧亚同发展、共进步!

(辽源欧亚 孙小鹏)

## 勤俭善持 提升服务质量

学习曹董在集团七届七次职代会上的讲话有感

关,取得了傲人的业绩。工作中不仅能使成本费用低于同行获得更高的利润,更能体现出我们欧亚人的团结进取和聪明睿智。

二、要认识到服务的重要性。围绕服务态度、服务质量、服务环境,万变不离其中的就是用心。调整心态,做好服务,让顾客愉悦,也会让自己快乐。提升服务态度和和服务质量,能够激发顾客的购买欲望,需要我们做的只是多一些辛苦、多一点包容,多一

份耐心,得到的却是顾客的信任和忠诚,从而提高了销售,增加了利润,这就是成功。收银岗位,看似普通,却是与顾客交流最多的。我们要认真对待每一位顾客,倾听顾客需求,发现工作中的不足,及时调整和改进。站在顾客的角度去思考是一种态度,让顾客感受到我们的真诚、我们的专业。服务至上不只是一句口号,而是需要我们实实在在的去践行。

三、要身心合一,才能全心全意;同心同德,才能凝心聚力。无论你我,是欧亚给我们搭建了发展的平台,给予我们生活的保障。追随企业的步伐,以更好的状态,去拼搏,去努力,和企业一起成长,一起前行。

我们都是欧亚人,有困难,一起想办法;有想法,一起去钻研;有期望,一起去实现!守正创新,坚定前行,为实现集团高质量发展而奋斗!

(吉林欧亚商都 严丹丹)

## 提升服务 提高素质 培养专业购物顾问

曹董在集团七届七次职代会上提及“服务应该说是我们商业的本质,服务态度、服务质量是我们要做好的”,“要服务好顾客,调整好心情”,“快乐自己,愉悦顾客”。多年来,欧亚卖场精品鞋城始终把提升服务质量作为管理工作重点。

在实际经营工作中,如果把商品比作细胞,那么营业员就是支撑经营活动的血和肉,现场管理就是骨髓。商品专业知识的掌握、服务时间的概念、服务环境的舒适、服务礼仪的展示、服务语言的规范都是我们服务行业专业丰满度的衡量指标。对此,鞋城全体员工从企业文化、皮鞋知识、皮鞋历史、品牌发展分享、礼仪培训等方面对营业员进行系统培训,让营业员从思想上认同提升服务质量的重要性,提出服务质量“1+5”管理模式,即一个抓手——专业培训,五个着重点——服务商品管理、服务时间管理、服务环境管理、服务语言管理、服务礼仪管理。通过专业系统的培训让员工从意识到语言再到举止上成为消费者心目中的专业导购顾问。

同时,通过现场巡视发现现场服务存在的问题,当天整理成微信发到管理群内,在第二天的早班会、午班会进行培训。针对现场销售开展营业员迅速报价销售技能提升活动。即员工做好“三知道”,一知道商品原价,二知道商品活动,三知道商品售价;并做到“三不”,不用计算器,不看价格表,不查价目表。受到消费者的好评,说“这样感觉很专业,有一种要一斤称一斤的感觉”,有效缩短成单时间。为更好地帮助消费者选择到适合自己的商品,鞋城要求每名营业员在帮助消费者找合适尺码鞋子的同时,要拿取2双与消费者有意向购买同类、同尺码商品。

我们坚信“服务”是商业的本质,相信在全体员工努力和坚持下,一定会使我们的服务质量再上新台阶。

(欧亚卖场 陈媛媛)

## 做好自己 有的放矢

学习曹董在七届七次职代会上的讲话有感

近日,我深读了曹和平董事长在欧亚集团七届七次职代会上的讲话。曹董通过讲述亲身经历的方式生动描绘了欧亚人艰苦奋斗的铁军精神和锐意进取的开创精神,并为我们今后一段时间的工作着力点 and 具体目标指明了方向。曹董着重强调了“做好自己”和“有的放矢”,鼓舞我们守正创新,坚定前行,全心全意为欧亚的发展贡献更大作为。

在学习曹董讲话的过程中让我感受到了一种源自改革开放初期,浙商的“四千精神”在欧亚的传承发扬。那是“走遍千山万水,想尽千方百计,说尽千言万语,吃尽千辛万苦”的披荆斩棘的创业精神,靠着永不言败的坚定信念在实现企业跨越式发展过程中迸发出的强大动力。困难和挑战是对强者的历练。面对近两年复杂严峻的市场环境,全体欧亚人团结拼搏、躬身实干,舍小我、顾大家,克服了重重困难,实现了欧亚的强根固本和有序发展。这一段过往,欧亚人的艰苦奋斗故事,也必将永远铭记于欧亚发展历史当中。

在商业竞争持续激烈的环境中谋求生存和发展,曹董要求我们要做好自己,对待工作“有的放矢”。勤俭节约是中华民族的传统美德,我们更应在“小投入大产出”上提升创新思维,通过降本增效的方式开辟出更大的利润空间和发展空间。同时要服务好消费者、服务好合作伙伴,通过高质量的服务赋予商品更大的附加价值,就能够使我们所售的商品更受消费者欢迎,我们的企业才会更加具有竞争力。

俗话说“人无远虑,必有近忧”,我们还要时刻保持居安思危的忧患意识,把困难和不利的因素想得更加充分些,在完成工作的过程中才会更加的从容不迫,水到渠成。

(欧亚沈阳联营 王鹤飞)

## 晖春欧亚钻石名城物业人 学习曹董在集团职代会上的讲话有感

欧亚集团七届七次职代会上曹和平董事长回顾了三年疫情对我们欧亚的冲击和影响,同时也赞扬了欧亚人克服重重困难的全力坚守,肯定了大家的艰苦付出,真可谓“山重水复疑无路,柳暗花明又一村”,疫情散尽,我们欧亚人迎来了又一个充满希望的春天。

对于我们晖春钻石名城物业来讲,虽说经营性质不同、工作岗位有别,从商业服务的角度来讲也有相同之处,就是曹董提出的降低费用、压缩成本、节能降耗,要最大限度的减少费用支出。

目前物业面临着种种问题:随着小区的多年运营,设施的老化、小区的折旧、电梯磨损、楼顶防水、绿地的不规范和人为的破坏、路面的破损等等都需要维修保养解决。近几个月,物业为了降低费用成本,全体动员打开部门界限,团结协作、积极配合,积极想办法找原材料,不该花的钱不花,即使需要支出的费用也要计算成本,能省就省,从而大大降低了费用支出和人工成本。还有其他需要整改的地方,物业也正在有条不紊的进行着。

针对曹董提到的提升服务质量,我们进行了深刻的思考,从提高提升对我们物业人提出了更高要求,因为我们是业主服务的,业主永远就是上帝,我们要以亲情化人性化服务做到接人待物文明礼貌,不能与业主争强斗胜,不该说的话坚决不说,更不能激化升级矛盾,尽量保持良好的业主与物业人的关系。深入学习曹董讲话精神,我们要一定将认真领悟,学以致用,上下联动,把钻石名城物业工作做好做强!

(晖春钻石名城 物业)

## 书香欧亚

书名:《一路风雅:经典里的山河》

作者:马力

中国的众多风景名胜,因为历代文人墨客的经典名作,融入了丰厚的人文意蕴。本书为我国著名散文家、《中国旅游报》原总编辑马力的最新散文集。该散文集主要抒写和文学艺术经典相关的著名景物,突显自然、人文景观和经典诗文及其历史背景的联系。从中既能领略祖国自然风光之美,又能深品古今诗人作家描摹景物的笔墨,更可体味他们放歌“林泉、寄兴烟霞”的诗意情怀。本书内含一百多张照片,从文字到装帧,整体风格素雅雅致。既写自然风光,也写人文景观,文字极其优美,值得反复细细品读。

书名:《牡丹的拒绝》

作者:张抗抗

本书收录了著名作家张抗抗50余篇散文代表作,记录了作者青年、中年的生活经历和情感历程。其中的代表作有《地下森林断想》《橄榄》《夜航船》《遗失的日记》《故事以外的故事》《无法抚慰的岁月》等,以纪实为主,文辞细腻、情感饱满,文中呈现的人物性格坚韧且自信,注重生活细节,一朵野花、一只野鸚鵡都具有丰富的性格特征。文中的故事情节完整、人物形象清晰,以第一人称的视角、活泼的文字给读者带来畅快的阅读体验、流畅爽朗的艺术意境和不可遏止的追求渴望,体现了一种自然的人性之美。

书名:《如是之屋——中国乡村自建房故事》

作者:[美]林君翰,[美]索尼·德瓦巴克图尼著,王晶晶译

本书是一部以深入的田野调查为基础,以中国民间建筑为研究对象的建筑考察实录。作者将四类中国乡村自建房——西北窑洞、南方木屋、福建土楼、云南香格里拉玻璃—钢结构住宅,用真实的照片呈现、展示,结合黑白轴测图进行建筑学分析、解剖,并附以采访文字讲述这些房屋建设背后的故事。全书以现代乡村的自建房为切入点,以图纸、照片、采访和专业讨论四种方式,介绍了当下中国乡村比较有地方特色和典型的房屋,旨在挖掘中国乡村自建房蕴含的建筑逻辑与建筑智慧,值得我们阅读。

书名:《高山上的母亲》

作者:王熙远

这是一部关于母亲的非虚构作品,撰写的是一位高山上汉族女子的人生之书。作者用质朴又充满文学张力的语言讲述了一位母亲平凡而伟大的一生,包括艰难时世中的坚毅、一年四季的操劳,操持家事的干练,遇到困难时的坚毅前行。母亲无私的付出,深刻地影响了子女人格的成长,让子女们没齿难忘。虽然母亲的一生充满了艰辛和坎坷,但作者并没有渲染苦难本身,而是从细微处讲述母亲人生中最琐碎的细节,在平凡中彰显母亲生命的高贵。这是一曲献给伟大母亲的悠扬赞歌,更是一首洞察地域文化的民俗之诗。