

# 今日欧亚

第13期 总第535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: 0431-8766857 邮编: 130012 网址: www.eurasiagroup.com.cn/index/jroy.html



2020年7月  
30  
星期四  
农历庚子年六月初十  
十八立秋



## 热烈庆祝中国人民解放军 建军93周年

## 欧亚集团与一汽集团签署战略合作协议

本报讯 (集团 张鹏) 7月28日, 在由一汽集团主办的2020第二届红旗嘉年华国际汽车城战略发布暨红旗创新大厦开放、经典车巡游发车仪式活动中, 在省委书记巴音朝鲁、省长景俊海等省市领导以及一汽集团徐留平董事长和欧亚集团曹和平董事长的共同见证下, 欧亚集团与一汽集团签署了战略合作协议。双方本着优势互补、合作共赢的原则, 在车辆采购、移动出行服务、联合营销、扶贫产品销售、文创产品销售、员工福利六方面, 开展全方位、多层次、宽领域的战略合作, 以实现资源优势互补、服务社会发展、成果经验共享为目标, 实现企业共同发展, 进而推动吉林省、长春市经济发展建设。在此前一天的交流座谈中, 曹和平董事长及集团高管团队还与一汽集团徐留平董事长所率领的高管团队就双方开展的商务合作项目进行了亲切友好的交流。



### 中国一汽 - 欧亚集团

### 战略合作框架协议签约仪式

中国·长春

2020年7月30日

签约现场

李天 摄

## 欧亚商都家电内购会取得圆满成功

本报讯 (欧亚商都 侯丽) 7月11日, 欧亚商都家电内购会在欧亚商都紧锣密鼓的筹备和宣传中隆重开幕。此次家电内购会商家家电全网比价, 承诺价高双倍找差价。在主体活动满1000元返150元电子礼券的基础上, 加推套购赠礼, 最高赠戴森吸尘器; 五次循环免单抽奖最高免单2万元; 同时全场领券, 10元抢购1200元家电券疯狂派送。开业伊始殿堂内、专柜旁, 收银台挤满了热情高涨的消费者, 品牌专柜更是人头攒动, 一片繁忙。

欧亚商都家电内购会此次内购会精心准备、大力宣传, 每天早晚共计9组员工在人流高峰地方进场站街宣传、发放内购卡、宣传内购会优惠政策; 走访小区、企事业单位宣传10余场次; 添加微信好友, 现场成功预存10余笔, 为内购会的销售宣传引流增量。同时加强与品牌供应商的沟通合作, 争取最大资源投入。产品以及价格势在必得是获胜的法宝, 各品牌在此次内购会上重拳出击, 最大力度优惠顾客以及商都员工。西门子8公斤洗衣机一体机711内购价3999元; 海尔洗衣机XQS90-BZ866内购价2799元; 干衣机GDNE8-686U1内购价2099元; 海信电视55吋1399元、70吋2999元等, 价格震撼全场, 产品力优势爆棚, 销售增长势头良好。

在品牌大力度价格优惠同时, 内购会的奖励平比政策也大大激发了员工的销售热情。大家纷纷使出浑身解数, 广泛推广、踊跃接单, 忙碌穿梭在各品牌间。有的员工舍弃休息、顾不得吃饭, 全程陪同顾客选购交款登记信息, 成为内购会一道最靓丽风景。为顾客提供全程随行的陪购服务, 缩短了顾客等候犹豫时间, 促成快速成交, 顾客选得顺心、买得舒心, 也提升了员工“商品宣传+转化能力”“服务引流+聚客能力”, 实现服务、销售双提升。在全体员工的共同努力下, 商场以超同期5%的销售业绩为本次家电内购会画上圆满句号。

又讯 (吉林欧亚商都 李玲) 7月11日, 一年一度的吉林欧亚商都综合体家电内购会圆满收官, 实现销售369.2万元, 单日同比增长225%, 对比同期7月5日-7日同比增长33%, 当日销售现场, 人气火爆。

再讯 (欧亚沈阳联营 张驰) 7月11日, 家电内购会活动提前一个月开始预热, 家电预存1000元升值1100元、10元抵100元、积分大升值、消费券大派送等活动, 参与人数很多, 至7月9日, 家电商



欧亚商都家电内购会深受消费者欢迎。

姜博瀚 摄

场预存金额就达到300万元。7月11日内购日, 海尔、卡萨帝全系列商品套购满额送豪礼特别受到消费者欢迎, 11日当天销售高达303万元, 西门子、博士全系列商品销售也十分火爆, 当日销售241万元。

格力、三菱、TCL、奥克斯等品牌空调, 美的风扇、莱克风扇等夏季产品均得到消费者的青睐。内购日当天, 欧亚沈阳联营家电商场销售946.7万元, 超计划完成内购会销售任务。

## 欧亚卖场家电内购会销售4200万元 同比增长12%

本报讯 (欧亚卖场 刘瑞) 7月11日, 欧亚卖场家电内购会再传捷报, 截至当日23时单日销售突破4200万元, 同比增长12%。在经济受到新冠肺炎疫情冲击影响、家电市场异常之力的情况下, 欧亚卖场家电内购会业绩不降反增, 销售逆势增长, 充分彰显了欧亚卖场作为集团定海神针强大的市场号召力和欧亚卖场全体员工勠力同心创效增效的责任担当。

作为疫情下业内率先全面恢复经营的超大型现代化购物中心, 欧亚卖场的人气销售一直是业界的示范标杆, 不仅是激活市场、提振消费、促进回稳, 推动经济社会秩序复苏的主力军, 更是各大家电品牌资金快速周转、完成年度销售任务的硬核担当。为了不辜负各级供应商和广大消费者的期望, 家电商场所有员工提前精细各项准备工作, 与各大品牌洽谈活动, 争取资源, 叫响全网比价; 加大宣传造势, 充分利用电台广播、公交线路、快手、抖音等全媒体资源强势宣传, 做到人尽皆知; 加强各项内部准备, 制定员工销售奖励方



欧亚卖场家电内购会人流如织。刘跃然 摄

案, 换牌匾, 挂条幅, 加款台, 加款机, 加收款人员, 加销售人员, 全面组织人员培训。为了大力度支持卖场, 各大品牌的老板、总裁和区总不仅提前到位准备, 备

足各类货品, 争取特供支持以及各类赠品, 同时还把长春市各门店的销售精英、业务能手、服务明星都抽调到欧亚卖场店来增援, 全力保障家电内购活动圆满完成。

功。

欧亚卖场家电商场员工的辛苦努力得到了可喜回报, 7月11日早上一开门, 等待门外的消费者瞬间涌入了商场, 过道里、扶梯上、展位内人潮涌动, 问询选购的顾客络绎不绝, 18个款台前无一不排队, 室外的大型停车场更是车流涌动一位难求。从早上开门到23时, 家电商场内始终客流如织, 人潮如海, 还有不少来自四平及长春地区的选购者慕名而来, 纷纷参与到抢购活动中。

凭借着欧亚卖场的信誉品牌、品牌家电的全网比价以及各类丰富的促销活动, 不仅广大消费者纷纷前来选购商品, 欧亚卖场全体员工更是努力发动亲属、朋友、同学等购买家电, 家电商场单日销售突破4200万元, 同比增长12%, 海尔、美的、西门子、三星、方太、松下、索尼、博士等众多品牌一度成为全国销售冠军, 不仅提升业界士气, 彰显了行业地位, 更为促进商贸繁荣、激发城市经济活力、促进经济社会秩序恢复起到了引领示范作用。

## 欧亚商业连锁辽源大区 家电内购会创新高

本报讯 (辽源欧亚 综合部) 在全体员工共同努力下, 欧亚商业连锁辽源大区家电内购会胜利落下帷幕。截至7月11日21时30分, 辽源大区各店共实现销售414.16万元, 总计销售各类电器2325台, 实现辽源大区责任目标的102.77%, 圆满完成欧亚商业连锁家电总部下达的任务指标。

本次家电内购会的成功举办, 凝聚了辽源大区管理团队的心血与全体员工积极拼搏的无穷力量。内购会前两周, 大区领导亲自部署各项工作, 6月末, 家电商场、辽源欧亚后勤四大部室即利用早晚交通高峰期进行站街条幅宣传, 总计制作条幅50余面, 站街宣传1100余次。同时, 大楼还制作了3万份DM海报, 全市地毯式扫楼发放。员工每天早晚转发微信朋友圈, 家电员工每天一对一进行电话拜访。最后宣传的冲刺阶段, 家电商场又雇用三台专业宣传车进行全市广告宣传, 将本次家电内购会的讯息无死角的传遍辽源市大街小巷。

在宣传方面气势磅礴, 在促销筹备上家电商场也胸有成竹。本次家电内购会, 各品牌为活动准备了充足的赠品, 总价值达20余万元, 10台空调、返现大抽奖吸睛无数。家电商场主动联系工商银行, 申请满减金额2万元, 为整档活动的成功举办推波助澜。为了完成家电内购任务, 各商场、部室员工拼尽全力, 守岗有责、守岗负责、守岗尽责, 为今年家电内购会画上了完美的句号。

## 欧亚商业连锁家电内购会引爆全省

本报讯 (欧亚商业连锁 武一)

7月11日, 家电内购会在欧亚商业连锁全员共同努力下, 胜利落下帷幕, 各大区、各门店百分之百完成了家电内购会的销售任务, “欧亚铁军”再次创造了奇迹, 超越了自我, 在欧亚的家电销售史上再添浓墨重彩的一笔!

本次家电内购会的成功举办, 凝聚了商业连锁管理团队的心血与全体员工积极拼搏的无穷力量。

活动前, 欧亚商业连锁召开了全体员工动员大会。会上, 欧亚商业连锁副总经理刘军作竞赛方案宣讲及销售任务下达, 邀请2019年家电内购会长春区、外埠区销售第一名的汽开朝阳大区、通化大区总经理作任务发言, 欧亚商业连锁于惠勋总经理在会上对本次活动做了重要指示, 要求各大区、各门店提前部署、提前安排, 充分利用优质资源, 拉动活动当天的销售份额。会后, 各大区总立即部署, 再次召开大区员工动员大会, 动员员工积极参与促销, 全力以赴完成销售任务。为扩大活动宣传范围, 全体员工在管理者的带领下, 每天从早到晚排班, 为活动预热造势。员工们发DM单、拉条幅、举旗帜、做认筹, 去企事业单位讲解, 宣传范围辐射到乡镇、村屯。

活动当天, 欧亚商业连锁于惠勋总经理、刘军副总经理和各大区总经理在营业现场坐镇指挥, 员工们纷纷来到家电商场, 积极发动亲朋好友参与活动, 在促销过程中涌现出一幕幕感人事迹。

欧亚商业连锁经开区宽城区下辖双阳门店距离欧亚万象购物中心比较远, 双阳欧亚超市经理刘志辉组织员工提供四台私家车, 携双阳欧亚门店管理者、员工及家属17人不辞辛劳, 不远百里来到万象家电商场参加内购会, 双阳门店当日实现带单销售24.4万元, 超计划62%。

欧亚超市连锁东荣大路店店长刘秀洋得知有朋友要买空调, 但朋友家距离欧亚长新购物中心非常远, 又没有车, 不方便到欧亚长新购买, 刘秀洋当天18时30分下班, 接朋友到长新家已经22时15分了, 购买之后刘秀洋又开车送该朋友回家, 等到他回到自己家已经是凌晨了。

梅河欧亚购物中心当日销售三星新品65Q700T一台, 由于是新品预售, 现场没有样机, 为了销售此台电视, 员工高艳自己开车去了家住柳河的消费者家三次, 最终用真诚打动了顾客, 消费者在内购会当日又买了空调、冰箱、洗衣机等商品, 最终达到套购销售7.14万元, 也创造三星公司65Q700T在吉林省销售的首台捷报。

……  
这样感人的故事还有很多, 今年的7.11家电内购会, 员工促销金额高达3845万元, 占当天销售总额73%。我们为答谢员工对家电内购会活动的支持, 活动结束后, 特别举办了员工促销抽奖活动, 设置了五个奖项, 一等奖1000元欧亚储值卡, 二等奖500元欧亚储值卡, 三等奖100元欧亚储值卡, 四等奖50元超市抵用券, 五等奖20元超市抵用券, 中奖员工共计291人, 奖励金额共计21850元。此次员工抽奖活动, 得到了员工们的一致好评, 加深了员工对企业的凝聚力。

十年来, 家电内购会的影响力, 已在更广的区域成为百姓选购家电的重要节日, 成为多少人的期盼和等待, 欧亚电器的“内购会”也成为了年复一年社会关注的热点。这是鼓励, 更是考验。欧亚商业连锁家电业态将继续打响、升级欧亚家电品牌, 为传播、深植欧亚家电的理念, 打下最坚实的基础。



# 围绕自采自营发力 保持强劲发展势头

## 欧亚卖场总结上半年工作暨下半年工作部署

本报讯（欧亚卖场 经理办）7月13日9时，欧亚卖场总经理于志良在四楼会议室主持召开了2020年度上半年工作汇报及下半年工作安排专题会议，卖场高管、各商场经理和各部部长参加了会议。

在会上，于总首先传达了集团曹和平董事长对欧亚卖场上半年业绩工作的高度肯定，并逐一听取了各运营单位上半年经营情况汇报以及下半年工作安排汇报，各个商场经理从销售、利润、成本、坪效、

同城销售对比、各品牌销售占比等多方面分析了上半年经营形势，深入分析了全球宏观乏力、疫情持续冲击、消费者购买力下降、线上市场走热等多方面的影响因素，并对下半年以经营为中心的各项工作进行了统筹安排。听取各单位汇报后，于总对下半年要关注的重点、把握的要点和攻坚的难点逐一进行了明确，重点围绕酒类专卖、粮食自营做文章，在保持强劲发展势头同时，加快思维方式转换，思考未来哪些地方存在风险，并思考风险如何弥

补，有针对性地做好超前防范。

于总强调，面对下半年复杂的国际形势和经济环境，所有人要未雨绸缪，学会“在危机中育新机、在变局中开新局”，坚持落实“做内行、在现场、敢担当”九字管理箴言，扎实推进各项工作开展；全面研究各类营销活动，保持卖场强者形象，用最佳方式继续加强强势业态的发展；做出特色，做出首店经济、首发经济，强化自采自营，超市要把握卖场现在发展的强势，坚定做好粮食和酒类自营，

马上做，立即做，做出特色；做好十一、中秋节、欧亚卖场20周年店庆各项营销活动前期准备；加速卖场业态整合与转化，加大推进招商力度，抓紧节点，全力提升欧亚卖场和汇集招商品质、业态充盈、业绩提升及效益增长。

最后，于总指出，上半年在全体员工的努力下卖场取得了很好的业绩，下半年更令人期待，各级要心无旁骛做好下半年工作，保持定力、增强信心，集中精力干好自己的事。

## 欧亚商业连锁

# 首届“最IN网红主播大赛”决赛即将启幕

本报讯（欧亚商业连锁 刘珊珊）近日，以“深度发掘符合企业定位、能够代表企业形象的网红形象代言人”为目的的欧亚商业连锁首届“最IN网红主播大赛”即将进入决赛阶段，历时两个多月的激烈角逐，共有12名选手挺进了总决赛，参与角逐欧亚商业连锁首届“最IN网红主播大赛”。

据介绍，欧亚商业连锁营销企划部从5月份开始进行前期筹备、组织相关培训，密切对比赛情况进行跟进指导。6月5日，欧亚商业连锁最IN网红主播”活动海选正式

上线，各大区、各门店开始自行组织初赛，选手们自行选品、拼销量，开启直播带货大比拼。7月初，活动决出晋级总决赛选手名额。这期间，欧亚商业连锁总经理于惠舫高度重视，多次询问比赛筹备及进展情况，副总经理苏春焕亲自参与赛事的策划研讨，指挥大赛各项工作平稳推进。

首届“最IN网红主播大赛”，是为各大区、各门店搭建的相互学习、相互交流的平台，也为参赛选手展示个人才华和创造力提供了机会。总决赛将以高标准、严

要求为出发点，在活动形式上创新，彰显新时代活力。通过这次大赛，欧亚商业连锁将发现和培养更多的直播人才，培育一批具有潜力和综合素质的带货主播，为开展各项直播活动储备力量，为企业发展赋能。

据悉，首届“最IN网红主播大赛”总决赛将评选出欧亚商业连锁星主播1名、新锐主播2名、好物推荐官3名、拔草官4名。最终谁将摘得“欧亚商业连锁星主播”的桂冠？让我们拭目以待！

## 吉林欧亚商都奥莱店美食街启幕

本报讯（吉林欧亚商都 尹忠）今年，吉林市将夜经济作为打造经济社会发展新亮点的工作目标，通过夜经济的发展，加快疫情后城市经济恢复，增加就业岗位，丰富百姓夜间生活。经过短短10天的紧张筹备，7月15日晚，吉林欧亚城市奥莱夜市美食街盛大启幕，现场人气火爆，市民好评如潮。

在吉林市松花江边，世纪广场是夏季夜间百姓散步的主要地方，而吉林欧亚城市奥莱正处于两处的中间位置，同时拥有近200个公共停车位，地理位置优越，交通便利，具备开展夜经济的良好条件。吉林欧亚商都城市奥莱店立即着手进行洽谈，商讨合作事宜。各部门也是各司其职，迅速行动，细致落实，投入到紧张的筹备工作中来。其中超市商场对接场地规划和档口装配；保卫部负责现场安全检查，对从业人员进行岗前安全培训、消防演练；物业部铺设档口水、用电的管道线路工作；营运部检查指导食品卫生、营业卫生，每一个环节都紧密有序地进行。经过全体员工的共同拼搏努力，7月15日晚，吉林欧亚城市奥莱夜市美食街顺利推出，汇集了30家特色小吃，舞台上还伴有歌舞演出供市民观看，让周边市民在夏天的夜晚有了好去处。

据不完全统计，夜市美食街的打造，使吉林欧亚城市奥莱夜间的客流增长了30%，同时对拉动淡季促销起到了积极的正面促进作用。尤其是在现阶段吉林市第二波新冠肺炎疫情形势刚刚过后，企业推广夜经济，一方面响应了国家各级政府号召，推动社会经济复苏；另一方面是用夜经济带来企业客流，依靠客流来拉动销售，实现了企业履行社会责任和带动企业效益的双丰收。

# 欧亚汇集大龙焗火锅盛大开业 全天排队盛况唱响“首店经济”

本报讯（欧亚汇集 艳飞）围炉聚炊欢呼处，百味消融小釜中。7月15日，欧亚汇集六楼大龙焗火锅盛大开业，其独特的巴蜀风格装修以及地道的四川火锅口味，一举唱响了“卖场首店经济”。连日来，大龙焗火锅每天座无虚席，完全没有了餐饮业饭点儿的概念，门前有序排队等候的消费者人头攒动，日日全天爆满。大龙焗火锅源自四川成都，是经营地道四川老火锅的大型全国性餐饮企业，在成都、北京、上海、深圳、大理、西安、哈尔滨、广州、天津、长沙、延安等城市拥有100余家火锅餐厅。其锅底、菜品都是独家研制、反复改进后方推入市场，锅底采用绿色健康的一次性油锅底，口味麻辣鲜香、层次丰富，有久吃不上火的特点。正因为如此，大龙焗火锅自创立以来，曾接待过200余位一线艺人品鉴，好评如潮。

在大龙焗火锅汇集店进驻期间，欧亚汇集各级管理人员细致地做好、做全了对接服务工作，并在开业之初推出了系列活动，使该店“开业即网红”。其中包括7月15日至17日推出的全单5.8折、7月18日至20日全单6.8折，以及7月21日至7月23日推出的全单7.8折劲爆低价享美味活动，吸引了众多喜爱成都火锅的食客追捧，很多消费者在品尝美食后，都直呼是“正宗、地道的四川



消费者在欧亚汇集大龙焗火锅品尝正宗“四川辣”。

石岩 摄

火锅”，尤其是该公司独创的“五大天王菜系”，即麻辣牛肉、麻辣排骨、大刀干层肚、天味香肠、脆爽猪黄喉，更是成为了到店消费者必点的菜品之一。

大龙焗火锅汇集店作为该公司在长春首家进驻的商业街区精品火锅店，从开业起，就迅速成为了极度吸睛的“巴蜀红”，成为欧亚汇集又一处打卡胜地。

# 新形势下深入推进农商互联工作的几点思考

今年是决战决胜脱贫攻坚的收官之年，突如其来的新冠肺炎疫情给全球经济带来严峻挑战。在构建国内、国际双循环相互促进的新发展格局，培育和挖掘市场规模优势和内需潜力的新形势下要求下，如何在更高层次、更深领域发挥农商互联作用，丰富产销对接形式，加快推动符合消费升级需求的优质农产品上行，构建产业扶贫、电商扶贫和消费扶贫的长效机制成为摆在我们面前的新任务。

## 一、新形势下农产品消费格局新变化

消费需求变化。疫情促使消费者对农产品安全、品质和便利的需求放大，推动消费升级。需求端的变化倒逼农业经营主体更多发力供给端，加快农产品标准化、品牌化和品控体系的构建，农产品供应链协同作用更加凸显。

终端零售渠道结构变化。线上线下融合加快，生鲜电商、社区便利店和社区团购消费激增，社区便利店和生鲜电商成为仅次于超市的“菜篮子”。

消费增长点新变化。机关团体食堂、餐饮与节庆活动相关的集体性消费需求减弱，家庭消费小幅增长。“宅经济”催生了餐食消费新增长点，标准化的预制菜、半成品特色菜等餐食消费成为新趋势，中央厨房运营模式下的农产品加工及冷链配送将成为新的消费增长点。

## 二、贫困地区农产品上行的制约因素

产业化水平不高。不少贫困地区产业基础较弱，农产品产地生产规模小，组织化、标准化程度不高，一旦有了需求，规模生产又难以实现，无法持续稳定地满足市场需要。

供需匹配度不强。有的地区缺少精深加工、品牌包装及营销等配套产业，产品难以满足城镇居民的消费升级需求。有的产品市场匹配度不高，有的品种特色不明显，还有个别地方存在“质次价高”现象，降低了消费者的购买热情。

物流成本仍然偏高。部分贫困地区交通不便，农产品的分拣、仓储、冷链物流等设施建设滞后，产地的冷链物流“最先一公里”和销端的配送“最后一公里”衔接不到位，导致运输时间相对延长，运输成本偏高。

专业人才缺乏。一些地区农户的技术力量、市场意识较弱，在技术、管理、品牌营销、服务、人才等方面存在脱节等问题。

## 三、新形势下农商互联工作的新任务

推动现代农业转型升级。加强精准扶贫和乡村振兴，决胜脱贫攻坚、巩固脱贫成果，最重要的就是要抓好产业发展，持续培育壮大特色优势产业。以商带农，农商联动，通过深化电子商务进农村综合示范、引

导培育直播产业基地、促进特色农产品品牌培育与销售等工作，带动当地人才和产业发展，为当地产业注入新的活力，形成新的消费拉动。

完善以需求为导向的产销体制机制。以商助农，引导企业主动把握供需市场变化带来的机遇，以流通消费端数据基本面和趋势为导向，引导企业主动开发更多符合市场预期的新产品、新技术和新模式，丰富产销对接渠道，加快线上线下融合。

提升农产品供应链质量和效率。以商促农，加大产地组织化程度，进一步发挥产地批发市场或农产品供应链核心企业组织货源、提升农产品附加值、促进高效流通的前端作用，通过龙头企业或行业组织引导小散户在生产基地或产地批发市场对农产品进行集中检验检测、分等分级、初步加工、包装标准化处理，支持核心平台企业整合零散订单、仓储、物流等资源，实现统仓统配，从产地端提高产品质量和市场竞争力。

## 四、工作着力点

巩固扶贫助农成果。全国农商互联暨精准扶贫产销对接大会已连续举办四届，成为推动行业交流、产销对接、区域合作、创新推广的重要载体。2020年，各地商务主管部门应进一步利用大会的资源对接功能和品牌影响力，加大对未摘帽国家级贫困地区的支持力度，积极推动农产品上行和供应链完

善创新，着力打造商务系统消费扶贫、助力对口帮扶、展示扶贫成效的重要平台和渠道。

做强特色品牌精品意识。积极培育特色品牌，打造一批特色农产品区域公用品牌。以市场需求为导向，引导农户、合作社等在农产品选品、生产和加工等方面提升科研水平，增加品牌价值，促进包装多元化，打造品牌基地，形成规模经济效益；培育农业龙头企业，发挥示范带头作用，提供有品质、有特色、货源稳定的产品。

创新品牌推广模式。引导和帮助企业通过直播、视频、互动体验、限时促销、专场活动等多种方式，挖掘品牌内涵、讲好品牌故事、丰富展现形式，打造线上线下长效对接模式。

加强产销对接。围绕供应链短板，加强供需资源对接。重点组织本地区有采购需求的批发商、连锁商超、电商平台、社区生鲜连锁店、食品加工企业、大型餐饮企业、大型单位食堂采购部门等与其他地区优质产品资源对接，组织产品供应商与其他地区上下游服务商、采购商合作对接，共同打造全国性资源对接平台。

（文章来源：商务部流通产业促进中心）

## 他山之石

## 欧亚商都举办全馆内购会

本报讯（欧亚商都 孙红超）7月18日，欧亚商都举行了全馆内购会，一年一度的优惠活动，激发了消费者的购物热情。

内购会当天，服饰类4折起；部分进口化妆品8倍积分；黄金珠宝心动价格基础上，满额返券；国际名品满减百；品质家电折扣基础上，满额返券，再享逐级礼；超市特惠基础上，满额再送专享券；进口锅具高倍积分，家居用品促销价格；品牌折扣商场1折起；欧亚微店线上商品特惠销售；主题餐厅、美食档口推出优惠套餐。同时，购物满额再赠内购会红酒专享礼，参加各大银行满减优惠、超值购券活动，一省到底。

内购会当日，除了商场活动，消费者还可享受千余品牌推出的大力度回馈。GIVENCHY、CLINIQUE、WHOO购物赠礼；MCM部分5折至6折；Weekend MaxMara、Marella部分6折；周末福部分黄金满1000元返100元券；宝姿9折8倍积分；MOJO部分7.3折；米亚女装大型特卖218元起；匡威部分7折；双立人部分10倍积分等活动，有效地促进了消费，带动了人气。

此外，欧亚商都电子会员在内购会当日，购任意金额即可参加100个免单大抽奖，最高免5000元。首次绑定、注册欧亚商都电子会员送300积分。

## 欧亚潮·燕京啤酒美食节盛大启幕

本报讯（通辽欧亚 刘莎莎）在欧亚集团副董事长、商业连锁总经理于惠舫的亲切关怀下，7月12日18时38分，通辽市首家大型综合性夜卖活动——欧亚潮·燕京啤酒美食节在通辽欧亚购物中心门前隆重开幕，通辽市科尔沁区副区长吕晨光、燕京啤酒（通辽）公司总经理郭木文莅临现场，共同见证了通辽市历史上规模最大、周期最长、参与人群最广的夜卖活动。

在开幕式现场，吕晨光副区长表示：“欧亚潮·燕京啤酒美食节是本地大型夜经济的首次尝试，将对当地的区域经济建设、满足民生需求、丰富百姓文化生活起到积极的促进作用。这次夜卖活动，必将成为本区服务产业和生产加工产业发展经济、合作共赢新的契合点，为本区的经济繁荣浓墨重彩！”通辽欧亚购物中心总经理于鑫代表企业感谢政府的大力支持，他说：“本次美食节政企联动、工商合作、餐饮搭台、文化唱戏，以实际行动落实政府推动夜经济的号召，推进本地经济发展。”燕京啤酒（通辽）公司总经理郭木文表示：“本次活动，燕京啤酒用最好的设备、最新的品种‘搭台’，用最优的服务和最大的优惠‘唱戏’，为推进通辽市科尔沁区的夜经济贡献力量。”

通辽欧亚在克服位置偏、居民少、消费低、招商难、交通堵等不利因素，前期大力度进行宣传。当天，百姓从四面八方涌来，看表演、找座位、选美食，七十余家档口、十多家儿童娱乐设施人气爆棚，持续至深夜。通辽欧亚“百店消夏季 城市狂欢节”当天同步登场，室内外多业态相互互动、相得益彰。通辽欧亚有望以本次夜经济为起点，成为通辽市夜经济产业的新亮点、新坐标，拉动欧亚商誉的不断提升。

## 欧亚商都例外品牌女装单日单店销售全国第一

本报讯（欧亚商都 孙巍）7月18日，欧亚商都全馆内购会拉开帷幕。当天，例外品牌女装以单日单店销售额100万元、超同期186%，其中秋季新品销售占比20%。为此，例外品牌女装也获得单日单店全国销售冠军！

活动当日，例外女装老会员消费者回购率达62%，一对一邀约消费者到店率100%，邀约消费者被单率达80%。特殊时期，只有找准市场、抓住机会，就会取得与众不同的业绩。

## 欧亚卖场

## 华为延展设计授权体验店开业

本报讯（欧亚卖场 李莹）7月18日，欧亚卖场华为延展设计授权体验店正式开业，舞蹈表演、产品展示、抽奖互动等现场互动环节，吸引了广大消费者，开业当天，手机销售突破100台、销售额达到38万元，卖场商誉与华为品牌强强联手打造的强者态势得到充分彰显。

坐落在欧亚卖场8号门附近的华为延展设计授权体验店，是长春市面积最大、品类最全的华为授权体验店。店内展示了华为品牌手机、PC、平板、配件、智能家居等数百款产品，并设有产品体验区、智能配件区、互动体验区、休闲交流区等功能分区，消费者可以进行一站式体验和选购。同时，广大华为爱好者如有关于华为数码产品的使用技巧、软件安装、售后咨询等问题，都可以在这里得到完美解答。亮丽的形象设计、时尚的店面陈列、通透的视野空间，这里不仅是畅快体验前沿数码科技的时尚打卡地，也是感知未来科技魅力的动力加油站。开业当天，就吸引了来自省内外各地的“花粉”体验，现场不断掀起抢购狂潮，尤其是设计时尚的nova7手机更是深受消费者喜爱，当日售出60余台。

未来，华为授权体验店将借助欧亚卖场品牌资源，用专业过硬的品质技术，努力打造长春市最有温度的数码体验标杆店，用服务传递温度，用品质打造口碑，用真心赢取人心。



# 欧亚商业连锁进行管理绩效细化升级培训

**本报讯**（欧亚商业连锁 全质办）为巩固2019年管理绩效全面落地执行成果，在总经理于惠舫的指导下，欧亚商业连锁全质办又将《管理绩效考核办法》进行内容深化、细化，将厂方员工纳入考核范围，并对细化内容在连锁体系内开展了培训。

6月初，全质办在欧亚商业连锁副总经理白京仁的带领下，将管理绩效运行一年的成果进行全面总结、分析，查找出各大区的薄弱环节、问题点，排查出共性问题8项。针对薄弱环节与共性问题对《管理绩效考核办法》进行了修改补充，添加了检查规范及大区、总部监管项目标准。随后，全质办对长春区的大区、门店店长以上管理人员进行了培训，培训中解读新修订的《管理绩效考核办法》，又针对各大区自身问题进行了举例分析，把问题摆出来，深入浅出进行详细讲解，旨在让全体管理人员理解、掌握管理

绩效考核、评定的重点、要点内容。培训成果在6月末的全质检查中显现出良好的效果，发现管理绩效共性整改情况良好，扣分由原来的17.8分降到8分，下降44%。

7月初，副总经理白京仁带领全质办人员，组织各部室人员对外埠区中心店进行了覆盖式检查指导与培训。通过在检查中发现的共性问题、重点问题，结合新修订的《管理绩效考核办法》进行解读与阐述，并对检查方式、评定方式进行了详细解释，让外埠各大区通过新修订的《管理绩效考核办法》，提升区域管理质量提升。

2020年下半年，欧亚商业连锁全质办将建立“三大机制”，全面提升企业管理精益化、实效化。

一是建立“总经理巡店三级整改”机制。对于“总经理月度巡店通报”、“重要节假日巡店通报”，全质办负责将通报梳理下

发至各大区、总部各部室，各大区要针对通报内容进行学习，并对本大区的问题进行整改、对通报中的问题进行自查自排，回传学习整改情况；总部各部室要对通报中涉及本部室的问题进行归纳整理、查找共性问题，制定整改执行手册，并将共性问题及重点问题纳入下一阶段检查中。全质办对整改落实情况进行监管与考核，形成大区自查整改、总部职能监管、全质抽查复审的三级管理闭环。

二是建立“质量管理检查”机制。全质办在下半年要深入研讨全质检查管理机制，编写制度《全面质量管理实施方案》，通过管理绩效考核实施日常管理体系，成立“质量巡查组”对各大区实施季度覆盖式抽检体系，形成管理的一致性、有效性、规范性与权威性，确保对企业管理体系的有效落实，有效监管，推进各层级的职能发挥，落实责任。

三是建立“管理绩效日常监管”机制。

结合管理绩效运行的实际情况，继续深入研讨管理绩效评定的合理性、适应性。下半年将实施长春区日常监管、外埠区远程监管、评定结果抽查监管等模式，着力解决各层级评定结果不平衡、不准确的问题。同时将《管理细则》及《检查记录表》再次简化调整，使管理绩效更能适合基层门店的经营管理，促进管理提升。

多年来，欧亚商业连锁坚持以星级评定、管理绩效评定来考核企业经营、管理水平与成果，通过星级评定及绩效考核评比、兑现，让经营管理者充分参与到公司发展的经营过程中来。欧亚商业连锁将巩固以往成果，结合企业发展实际，不断研究修订《考核办法》，以考核、兑现激发管理者增强数据意识，也是对管理者工作的肯定与回报，让管理者与企业同发展、共命运，切实为企业实现新跨越而努力。

线上“知识PK赛”捷报公布

## 欧亚商都第三届微课大赛启幕

**本报讯**（欧亚商都 人力资源部）自6月15日为期一个月的线上“知识PK赛”落下帷幕。其间，各门店通过开展形式多样的海选竞赛，共筛选出80名选手参与终极对决，决赛中共有50名选手入围。其中，选手答题数量达600余道，竞赛总答题次数达3万余次，人均日答题时间高达8小时，选手们过关斩将、不甘落后，充分展现了各赛区选手的综合实力与团队荣誉感。最终，吉林赛区拔得头筹，获得区域赛最佳团队奖，赢得了本次比赛

的重磅奖项。自此，首届欧亚商都体系线上“知识PK赛”圆满落幕。

与此同时，欧亚商都连续举办两届并获得全国“博奥奖”的微课大赛第三届于7月17日如期开幕。本次微课大赛在原有两届课程沉淀的基础上又一次进行创新升级，拓宽了参赛范围，让全体员工均可制作微课，更加聚焦业务主线，并设置了“七大业务线”涵盖了各岗各部门，又设立了“五个半命题”使课程更具有针对性，课程范围及内

容更加细致。

2020年微课大赛也将按照欧亚商都总经理周伟要求，继续加强人才培养及员工梯队建设，务求实效，不走形式，使课程真实有效落地即可使用，并更加注重完善和迭代商都自有内训课程；更加注重让员工成为内容生产者来分享岗位工作经验与技能，实现全员共创学习资源的氛围；更加注重为企业可持续发展助力，完善商都特色培训体系在架构上的搭建。

## 齐心协力谋发展 砥砺前行勇拼搏



会议召开现场

马雪 摄

**本报讯**（琿春欧亚 张凯）7月22日，欧亚商业连锁延边大区琿春欧亚组织柜长级以上管理者召开《2020年度下半年工作推进会》及《消防法律法规培训会》。延边大区总经理王芙蓉主持会议。

首先，由琿春欧亚延百购物中心副总经理董万喜做2020年上半年工作总结及711家电内购会分析。随后，综合管理部同全体员工共同学习了《欧亚商业连锁全质办绩效管理检查通报》，针对绩效管理下一步重点工作进行详细部署，并公布了711家电内购会促销完成情况。后勤保障部对《消防法律法规》进行全面培训，副总经理刘丹布置了四防安全及消防安全工作。

最后，王芙蓉做总结讲话及部署下半年工作：首先对全员积极奋战711家电内购会给予表扬，下半年将全面实施“三级多维考核制度”，以提升销售为终极目标，注重精英销售人员培训，从业务技能、服务理念、职业道德、企业文化等方面进行全面强化培训，增加销售人员个人素养和销售技能。希望大家继续发扬欧亚延百人敢打硬仗的“铁军精神”，完成各项工作任务，不忘初心，砥砺前行，团结一致，奋勇拼搏，为企业蓬勃的发展，作出应有的贡献。

## 充分准备才能决战决胜

一年一度的欧亚卖场家电内购会圆满落幕，最终取得了销售4200万、同比增长12%的惊人成绩。成功绝非偶然，是所有人努力的结果。

宣传期间早。通过广播电台、公交线路播报等方式进行覆盖式宣传，让7月11日欧亚卖场家电内购会消息传遍千家万户。组织媒体直播，力邀专业主持人“带货”，让大家不仅知道活动，更能了解产品，给顾客节省了时间。

布展更丰满。所有展位都悬挂带有7.11巨大

优惠活动宣传的横幅和吊旗，张贴地贴，甚至每台机器上都有统一宣传。各品牌特有活动的横幅、立牌全部到位，赠品的堆码，增添内购会的气氛。

备货更充足。活动开始前一个月就与供应商确认主卖产品、特供商品、旺季产品等商品的备货情况，积极沟通确保物流及时，对于顾客要求的送货需求，沟通物流，加车加人，尽最大努力满足。

服务更热情。早在一周前，对所有员工进

行大会培训，活动方案人人熟知，各个主要地点人人明确，特殊收款台加入加机器，保证人多而不乱，繁忙而热情，周到耐心，真正让顾客高兴而来，满意而归。

疫情影响之下，销售虽然困难，但卖场给我们提供了最好的平台，有各品牌商的大力支持，有管理人员的筹备筹划，有每位员工的辛苦付出，才能让卖场家电内购会在特殊形势下业绩超超同期。

（欧亚卖场 任盛婕）

### 倾情服务消费者 卖场增设智能存包柜

**本报讯**（欧亚卖场 王小岩）6月28日，人脸识别智能存包柜进驻欧亚卖场欧风广场和北冰洋行，欧亚卖场借助智能化系统全面提升大消费者购物休闲体验。

此次共设8组智能存包柜304个储物柜，尺寸有大有小，大的柜子可以放下中型拉杆箱，小的柜子也能存下装满物品的大号购物袋。消费者在存物品时只需按“存”键后自动录入人脸，柜门自动打开放入物品后关闭柜门，在取物品时只需按“取”键对比人脸，柜门自动打开取出物品取柜门即可。人脸识别智能存包柜的应用，解决了老式钥匙、条码纸、指纹存包柜给顾客带来的困扰，减少了指纹等柜体接触，也避免取件钥匙、条码纸丢失带来的繁琐。

只有走进消费者心里，消费者才能走进店里。正是秉承着全心全意为消费者服务理念，欧亚卖场跟进发展及时引入人脸识别智能存包柜，短短的几天里，存包柜使用量直线上升，为更多消费者提供便捷服务同时，更提升了智能化管理水平，为欧亚卖场的做大做强提供了坚实的技术设备支撑。

### 松原大区开展 绩效考核业务知识考试

**本报讯**（松原欧亚 齐孝雨）夯实基础工作，提升管理能力。7月20日7时30分，欧亚商业连锁松原大区两地五店所有管理人员进行了2020年度绩效管理业务知识相关考试，考试内容包含管理考核方式、门店日常绩效考核管理以及管理考评依据等方面。

本次考试，旨在提升管理人员绩效管理的熟练度和日常工作中绩效考核的准确性，把绩效管理按总部要求做到常态化管理，将各项工作执行准确度推向更高的执行层面。在接下来的管理工作中，松原大区会继续夯实绩效考核管理工作，推进厂方员工星级评定工作，不断总结、不断完善、不断突破，为欧亚商业连锁打造高质量现代化企业做出最大努力。

### 欧亚敦百购物中心 举行“消防安全知识”专项培训

**本报讯**（敦化欧亚 石凤春）7月10日7时20分，为继续贯彻落实商业连锁关于“安全生产月”的工作要求，敦化欧亚敦百购物中心特邀吉林省应急管理厅消防中心教官和敦化市消防大队宣传专员走进企业，为欧亚全员上了一堂生动的“消防安全知识”培训课。通过件件生动的火灾案例，剖析案例发生的原因，讲解火灾发生后的救助措施以及如何正确的逃生方法，员工受训后感到十分震撼也很受益，深感安全的重要和生命的可贵，感叹掌握和预防安全知识是多么重要。

### 辽源欧亚购物中心举行 2020年消防安全知识培训大会

**本报讯**（辽源欧亚 于巍）为进一步提升全体员工消防安全意识，全力普及消防安全知识，7月19日7时30分，辽源欧亚开展消防安全培训知识会议。吉林省应急管理厅消防中心邓教官主持会议，会上他为全体员工进行消防安全知识培训，通过对近年来发生的重大火灾案例以及现场触目惊心的画面讲解，不仅增强了参会人员的消防安全意识和责任意识，还进一步加深了对火灾危害的感性认知，深刻感受到火灾的无情及掌握消防知识的重要性。

## 吉林欧亚解放店开展第二届“我为商都代言”活动

**本报讯**（吉林欧亚商都 周闯）百日竞赛期间，吉林欧亚商都解放店积极落实商都总部各项经营服务工作指导方针，不断夯实服务及业务水平，提升业务能力，通过多维度考核、探触服务短板、挖掘服务新星、发挥榜样力量，打造有共鸣的服务文化、创造极致的消费体验，于6月24日开展了第二届“我为商都代言”全岗位对客服务PK赛活动。

本次活动共分为两个阶段，即内训阶段和竞赛阶段。在内训环节中，营运部组织各商场、部室针对全岗位对客服务标准进行全方位培

训。培训内容涉及员工仪容仪表、行为礼仪规范、各岗位服务标准等。各商场、部室通过现场内容视频讲解、考试问卷及实操演练等形式进行，奠定服务基础。内训活动于7月5日前圆满结束。通过本次培训，员工不仅做到了专业与投入，将服务标准铭记于心，也将细节服务做到了极致。

第二阶段“服务达人·非我莫属”选拔竞赛于7月1日正式开启。各商场、部室根据第一阶段员工日常表现提报优秀员工，分别由柜长、导购员、客服专员、团购专员、保卫干事、车导员、保洁员、

收银员共计46人参赛。选拔结束后，营运部为参赛选手派发“C位选手”胸牌合影留念。根据欧亚商都服务标准手册的内容，营运部制定每周考核重点，在商场日检、营运部暗检、联检、选手互检的基础上制定八轮考核计划，通过每一阶段节点的考核，最终将评选出20名优秀员工，授予“金牌服务达人”称号。

通过本次竞赛活动，吉林欧亚商都解放店在百日竞赛期间补齐服务短板，将优质服务做精做细，做好会员服务，将消费品质、购物体验不断升级。



欧亚大讲堂

第二讲

### 如何避免“大稿小写、小稿大写”？

很多同事在撰写新闻稿件时，不知道该写多长，经常出现“大稿小写、小稿大写”的现象。究其原因，最主要的原因是大家对新闻价值不了解，下面我们一起来学习一下。

**新闻价值**：是指凝聚在新闻事实中的社会需求，就是新闻本身之所以存在的客观理由。帮大家翻译一下，就是事情传播后对多少人有帮助、影响范围多大，新闻价值就多大。

**新闻价值有“六大属性”**：一是真实性，指客观存在；二是时效性，指刚刚发生；三是重要性，指事情较大；四是显著性，在同类事件中比较突出；五是接近性，事情贴近读者；六是趣味性，事情细节丰富。我们所有同事要学会通过新闻价值来感知新闻，事情发生后，首先判断是否是新闻，即满足新闻价值“六大属性”中的几点，其中前三点为必要条件，六大属性满足的越多，属性越明显，说明新闻价值就越大。

我们在撰写新闻稿件时，首先要根据新闻价值“六大属性”确定新闻该写多长，并牢记新闻“5W”，即时间、地点、人物、事件、过程（含结果），把事情交代清楚了即可，里面可以多写些过程的细节，但要少些议论。一般时效性较强的事件的写几百字到一千字即可，价值特别突出的控制在在一千五百字以内。

（编辑部 苏艳丹）

### 王延荣获 辽源市“经济技术创新能手”荣誉称号

**本报讯**（辽源欧亚 综合部）近日，辽源市总工会为欧亚商业连锁辽源大区总经理王延同志颁发了辽源市“经济技术创新能手”荣誉证书。此项评选是由辽源市总工会组织的2019年度辽源市“当好主人翁、建功新时代”劳动与技能竞赛暨“创新创优创业”标兵年度评比活动，王延的当选，为欧亚商业连锁外埠经营管理工作争光添彩，更加印证了欧亚商业连锁外埠经营对地区经济发展的重要作用与积极贡献。

### 丁贵宾荣获 “浑江好人·疫情防控先锋”称号

**本报讯**（白山欧亚 王国琳）近日，白山欧亚合兴购物中心总经理丁贵宾被中共白山市浑江区委员会、白山市浑江区人民政府授予“浑江好人·疫情防控先锋”荣誉称号。喜报传来，欧亚白山店上下都为之振奋，这项荣誉的获得是一种激励，更是一种鼓舞。是对疫情防控期间，白山欧亚合兴购物中心保障民生必需品、保障购物环境安全所付出的努力与支持的肯定。

白山欧亚将珍惜荣誉，再接再厉，充分发挥铁军团队的优良作风，以服务大局、提升销售为主线，团结一心，创新突破，为企业快速发展奠定基础。

### 欧亚商业连锁 实施总经理三级巡店检查制度

**本报讯**（欧亚商业连锁 经理办）深入一线，第一时间发现问题，为门店解决问题和困难，做好服务和指导。基于这个初衷，欧亚商业连锁的班子及联席成员每周都要至少两天深入门店检查、指导、服务，并在实践中不断探索适合的检查方式。7月伊始，在欧亚商业连锁总经理于惠舫的指导思路下，总经理巡店开始实施三级巡店检查制度，第一级为总经理首周检查后，隔一周进行复检复查。第二级为总经理巡店的问题交全质办进行汇总整理，根据问题分门别类交由总部各相关职能部门进行问题整改。第三级为各大区、门店对总经理检查出来的问题进行自我整改与提升。实施近一个月以来，各层面反馈良好，通过总经理三级巡店检查制度，使总部与大区、门店的管理互动更加优质、高效，有利于经营与管理质量的进一步提升。

### 做内行 学礼仪 展风采

**本报讯**（欧亚卖场 董海璐）7月18日8时，欧亚卖场企业管理部在四层会议室开展了礼仪培训为主要内容的岗位练兵，通过现场讲解和示范演示，提升了客服人员的服务水平。

本次礼仪培训，主要围绕基本礼仪、电话礼仪、会议礼仪、电梯礼仪、颁奖礼仪等常用规范礼仪进行培训，为了增强直观效果，不仅有现场讲解和PPT演示，还准备了茶杯、托盘、椅子等道具配合演示，并有错误和正确的礼仪比照讲解，尤其是对日常服务中的细节，比如，微笑时的牙齿、指引时拇指位置、掌心的朝向、坐下时脚掌安放、如何拉椅送椅、怎样给客人倒茶，以及礼仪人员的站队，手持茶杯的姿势，续茶水时的禁忌等等，都重点进行了讲解和演示。通过讲、做、演，让客服人员在学习中深入了解掌握相关知识。

服务永无止境，欧亚卖场将按照于志良总经理“做内行”的要求，持续推进各层次的岗位练兵，通过岗位练兵全面提升员工素养和服务水平，更好地满足广大消费者不断升级的消费休闲体验需求，持续打造卖场的服务软实力。



# 新的一天 美好的一天

星星眨眼，月亮也来伴我入眠，睡梦中看到太阳已来了。阳光洒满屋子，耳中萦绕着鸟儿悦耳动听的歌声，此起彼伏，好像演奏着一曲曲优美的和弦。喜鹊忽而落在地上轻盈漫步，忽而飞上枝头，召唤着同伴。我睁开朦胧的睡眠，这不是梦，这是盛夏的清晨，迎来了新的一天。

清新的晨风，郁郁葱葱的枝叶，旺盛的生命力，这生命的绿色，是为人们遮风避雨的天然大伞，盛夏里的一片清凉。茂盛的季节花绽放更添浪漫情怀，看那热烈奔放的芍药花，白色的、粉色的、紫色的、黄色的，满眼的色彩，美的炫目；向日葵花，高高在上，积极向上，金灿灿的向着太阳开；荷花仙子，亭亭玉

立，袅袅婀娜，圣洁的美；象征着纯洁的爱情的玫瑰花，是情人的首选花，妩媚娇艳，瑰丽绚烂。还有不知名的野花，星星点点，铺满田间、山坡，淡淡的紫色小花，淡淡的鹅黄，淡淡的清香。盛夏的花儿，展示着最美的姿态，醉人的芬芳。

念，眼中的世界总是美景。感恩新的一天，当你看到太阳躲起来的时候，那是太阳累了，也要休息休息。当风雨来临的时候，五味杂粮，那是生活的调剂，风雨过后才会看到美丽的彩虹。一切不如意，一切不顺心，都会过去的，新的一天，注定是美好的一天。

(欧亚商都 张艳丽)

## 生活常识

### 怎么辨别打了激素的西瓜?

西瓜含有丰富的钾元素、维生素C、碳水化合物等，更有利尿消肿、消除疲劳的作用，更是我们夏季解暑解渴的必备水果。不过有人买到的西瓜并不是很甜，吃起来寡淡无味，还有人买到了打过激素的西瓜。又是一年吃瓜季，怎么辨别打了激素的西瓜呢？一起来学两招。

一是看西瓜的籽。想知道它是不是激素西瓜，看籽就非常明显了。正常成熟的西瓜，不仅瓜瓤红，西瓜籽也非常黑。但是激素西瓜不是这样，瓜瓤看起来很红，西瓜籽却有非常多白色的，黑色的非常少，遇到这样的西瓜，就是激素西瓜。我们买西瓜时，也可以观察一下，卖西瓜的总会切一半西瓜摆在小摊上，为了吸引消费者，那么我们可以看看这个切开的西瓜，一眼就看出来了，非常简单。

二是看西瓜的瓜蒂。打了激素的西瓜，它的瓜蒂是直的，里面的瓤再红也不要吃。不过那种不成熟的西瓜，它的瓜蒂也是直的，所以说买西瓜时，遇到瓜蒂是直的就不要买，要么不甜，要么是激素西瓜。

学会这两招，轻松识别激素西瓜，不会再买错。此外，大家可以学学买西瓜的技巧。一是看西瓜蒂，这一点刚刚提到了，想要买自然成熟的甜西瓜，要挑选那种有弯曲西瓜蒂的。二是看西瓜表面的花纹。要买那种花纹间宽宽的，花纹非常整齐的，这样的西瓜是完全成熟的西瓜，反之是没有成熟的，不要买。

(编辑部)

## 平凡中成长

近日，在参加培训时读到了华为公司张俊涛博士发表的文章《做好每一件小事》。他讲述了在华为公司19年来的工作经历，如何从“小张到老张、再到张老”，即使再小的事，只要用心认真做，就会有大收获，在平凡中锻炼、总结、收获，在平凡中不断成长。

张俊涛博士刚进华为时，做过一阵仓库管理，当时库房一共7个人，大到机柜门板，小到晶片电阻，上千个编码，每天出入库上百次，能做到盘点零误差，这是件非常了不起的事。虽然每天的工作看起来很平凡，但是贵在长期坚持，认真做好每一件平凡的事，结果一定是不平凡的。后来张俊涛被调到发货管理部工作，有一年春节前订单量非常大，为了赶在春节前把货发完，让客户在节后能立即开工，多数员工都放弃了春节回家的机会，但却从无人因春节加班抱怨，充分体现了无私奉献的精神，把集体利益放在前面、把客户利益放在第一的精神。

2020年是不平凡的一年，在新冠肺炎疫情来临之时，我们在欧亚商业连锁总经理于惠舫的带领下，逆行而上，夜以继日地奋勇拼搏在疫情防控、服务民生的第一线，诠释了欧亚人的铁军精神，彰显了大型商贸企业“为人民服务”的初心和使命。于总说：“一定要保障好民生商品货源储备和供应，保障好市民的菜篮子、米袋子。”这简单又朴实无华的话语，体现了领导勇担企业社会责任的精神，更是对每位员工的期望。在欧亚，无论是领导还是员工，都在自己的岗位上兢兢业业、朴实无华地奉献着自己的年华。

想到这些，我不由得觉得自己做得还太少，要学的知识还很多，为企业贡献的力量还远远不够。我要以他们为榜样，牢记企业精神，无论身在什么岗位，只要我们以一颗认真负责的心对待工作，我相信，哪怕每次只有一点点小的改进，长期坚持下来，总会成长，总会有大的收获。我们每一位员工，都要不断在平凡的岗位上积累，相信未来，你一定会成就不平凡的自己。

(欧亚商业连锁 孙琳琳)

## 保持定力增优势 汇集抢先开新局

7月中旬，欧亚汇集全体管理人员集中学习了欧亚卖场上半年经营汇报会上的于志良总经理讲话内容，结合欧亚汇集现状，凝聚共识，统一思想再出发，铆足干劲打好下半年经营硬仗。

准确识变，保持经营定力。2020年下半年，欧亚汇集在继续做好各楼层业态、室外夜经济防疫收尾工作的同时，紧密结合超市类、娱乐类、餐饮类、洗浴类、教育类不同业态差异化经营实际，准确识变、审慎研判、全面筹划、全速推进超市改造细节工作，提早进行天棚、卷帘、地砖施工，提早洽谈补充引进熟食、粮油、调料品牌，反复确认货架摆放品类布局，力求在面积增加、品类增多的前提下增强欧亚汇集超市自采自营能力，释放吸客聚客功能。

主动应变，形成业态合力。善于应变，就是在面对突如其来的变化或者危机的时候处变不惊、从容应对。2020年，欧亚汇集积极应对巨

大的招商压力，陆续引进星巴克咖啡、大龙燚火锅、乐之艺术中心、艾沃儿教育培训、一彤舞蹈、知妈堂健康咨询、悦客电子烟、乐奇平衡车等众多业态及品牌，勇士教育无人机试飞体验、真人CS、斯提娜化妆品集合店正在施工装修进行中。星巴克汇集店开业第一天，人气火爆，大龙燚火锅开业前三天全场5.8折起钜惠，排队就餐人数多达百余位，日均销售近4万，极大拉动了汇集客流及销售。欧亚汇集各楼层各业态主动应变，聚客吸客，相互带动，形成合力。

创新求变，争先释放潜力。2020年下半年，欧亚汇集将继续发挥夜经济定位功能，陆续释放当城儿童职业体验、极乐汤洗浴、冰上赛车、黑图视界、红马鞍马术等首店独特优势；有效利用啤酒街室外场地资源，深度挖掘夜经济、冰雪节增收提效利润点；

积极整合教育、汽车宣传资源，有效利用中厅舞台，提升各品牌宣传影响力；提早策划中秋、国庆、双十一、欧亚卖场20周年店庆、欧亚汇集2周年店庆重要节点营销活动，紧密围绕“吃、喝、玩、乐”服务功能，创新求变，陆续释放汇集经营潜力、首家品牌实力。

2020年下半年，欧亚汇集全体员工将坚守现场，坚定信心，加速招商补位，提升体验品质，释放业态优势，发挥定位

功能，快速奏响欧亚汇集“夜经济”主旋律！

(欧亚汇集 庄丽丽)



## 过硬的专业知识赢得消费者信赖

外地的消费者，到欧亚沈阳联营随便逛逛，却消费了3.5万元，是什么促成了大单销售？

7月10日16时左右，欧亚沈阳联营欧米茄专柜接待了两位中老年女性消费者。据两位女士自述，她们来自黑龙江省伊春市，来沈阳办事。因从小就对联营的名气早有耳闻，所以在返程前特意来到欧亚沈阳联营逛一逛。

欧米茄专柜导购员郭浩端来饮用水，热情地接待了两位女士。虽然两位女士表达了只想随便看看，不打算购买的意思，但在聊天的过程中，郭浩还是察觉到两位女士对手表很感兴趣，

于是郭浩不急不缓地推荐，只是充分发挥他的特长，主动和两位女士聊起了关于手表的相关专业知识。从手表的发展史到手表的款式、风格，从手表的部件、功能到常见问题，郭浩都信手拈来、侃侃而谈。两位女士听得非常认真，对郭浩的专业知识赞不绝口。

于是两位女士对郭浩说，她们打算买一块男表，但是不太懂得手表的选购，咨询了一些商店，也听了很多介绍，但一直没有下决心购买，再因为对售后服务等方面的顾虑，原打算一定要在伊春当地购买。现在郭浩的专业让她们

十分信服，觉得只有在欧亚沈阳联营郭浩的柜台买这块表才能让她们放心。就这样，在郭浩的推荐下，最终成交了一块价值3.5万元的欧米茄手表。

几天后，两位女士从伊春寄来了当地的特产蓝莓，对郭浩表达了谢意，也让郭浩感动不已。在销售过程中，郭浩提供耐心细致服务的同时，专业技能和丰富的商品知识发挥出关键作用，让有温度的服务得到了最美升华，最终让消费者成为了欧亚沈阳联营的朋友。

(欧亚沈阳联营 吴文霞)

## 保洁阿姨拾金不昧 传递企业温暖

2020年的开篇注定这一年不平凡，人们在共抗新冠肺炎疫情的艰辛中彰显了人性的善良，欧亚卖场有这样一群人，他们不仅默默守护着消费者温馨的购物环境，更用自身言行传递着欧亚的温暖。

“铃铃铃……”电话铃声响起，保洁公司经理接起电话，原来是一位保洁阿姨在清洁洗手间时捡到一个女士背包，她在原地

等了很久也不见失主，就打电话上报经理。经理在问清情况后，及时联系了保卫部和广播室，广播室反复播放失物招领，十几分钟后，一位女士在保卫部人员的陪同下匆匆地来到现场，当她看到身份证、银行卡、储值卡以及近3000多元现金都完好无缺时，她一时间惊喜得说不出话来，非要拿出一沓现金感谢保洁阿姨，但阿姨始终坚决

婉拒。要知道，3000多元可是保洁员一个半月的工资，保洁阿姨在没人看见的时候捡到，她完全有机会私吞，但她没有私心，在现场等候无果时及时上报给企业，积极联系失主，她的身上充分体现了欧亚卖场企业文化的濡养滋润，体现了善良无私的精神。

(欧亚卖场 李微)

## “人气为王”展品牌 汇集创意有特色

在深刻学习了欧亚卖场上半年经营汇报会上于志良总经理的讲话内容之后，作为企业青年管理人员，着实收获许多。在我负责的欧亚汇集今后的策划工作中，这些内容不仅具有重大指导意义，更在方向上使我拓宽很多新思路。

今年的外部环境和经济发展状况，对实体企业是一个挑战。在这样的挑战下，我们更应该清楚自己的优势及特色。在经济不断恢复的过程中，企业与员工携手共进、努力开拓市场。“增能扩效，拥有解决问题的能力”即是自身责任所在，更是价值所在。在所有需要创造价值之前，我们

更应该学习的，也更应该拥有的，是“先做人、再做事”的原则，品行是必要的驱动力。作为欧亚集团的一份子，要具备知行合一的良好品行、勤勉工作的良好态度。无论是员工与员工之间、员工与企业之间，还是员工与消费者之间，虽然我们所扮演的角色不同，但都要求我们以理性、正确的态度去扮演好每一个角色。

于总讲到“人气为王”、“开源节流”等策划工作的指导方向，欧亚汇集近期的活动一直是全力落实。如巧虎见面会、美吉姆亲子互动、泡泡聚会、架子鼓演绎、汽博会少年儿童模特大赛、帐篷市集……少儿娱乐项

目、亲子项目、少儿赛事、才艺演出等活动，从根本上做到了欧亚汇集“人气为王”。在活动策划与品牌展示上，需要加深挖掘、整合资源，了解商场内品牌的诉求，以及商家想展现的自主活动，提升策划服务作用，将商家的积极程度和参与程度都调动起来，多角度、多方位挖掘新颖的活动形式，做到“三创”，即有创新、有创意、有创造！

在未来的各节点活动中，欧亚汇集策划部将充分把于总讲话内容贯彻落实到各项策划实践中，敢于创造、保持思考、服务至上、人气为王！

(欧亚汇集 张献文)

## 微笑

“笑一笑，十年少”，这是祖先留给我们的一句谚语，从古至今都透露着笑的魅力！

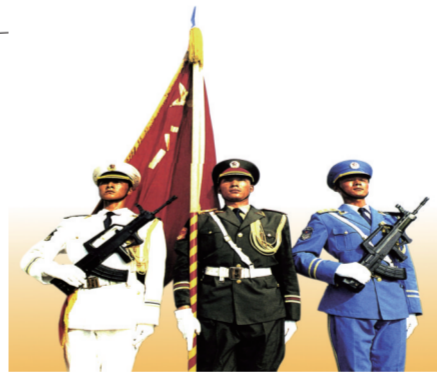
每个清晨和孩子一个微笑会让她充满活力，给爱人一个微笑会让她精神充沛，给同事一个微笑会让她一整

天都快乐。“赠人玫瑰，手留余香”。作为收银员的我们，更要保持每天拥有平和的心态、端正的态度和可亲的笑容！每天的一声“您好”换来消费者的颌首回应，体现出我们欧亚人的热情；你的一个微笑换回消费者的一

个微笑，这就是人与人之间默契，也是对你工作的认可。

我们收银员是企业的窗口，更是代表着我们企业的形象和文化，我们愿与企业共同成长，携手并进！

(欧亚商都 王丽娟)



## 致敬 铁军精神

“为了谁，为了秋的收获，为了春回大雁归，满腔热血唱出青春无悔……”伴随着广播里的歌声，脑海里出现的是抗洪一线坚韧不拔的身影，是祖国边疆岿然不动的肩膀，是地震灾区不畏苦累的绿色戎装。是啊，没有什么岁月静好，不过是有人替你负重前行，转眼又是一年八一建军节，在这特别的日子，让我们致敬最可爱的人。

从五次反围剿的战斗到八年的抗日战争，从解放战争到抗美援朝的胜利，人民军队为了祖国和人民，立下了赫赫战功。战争年代，他们是祖国和人民忠诚的卫士，是他们舍生忘死，用小米加步枪撑起民族脊梁；如今，他们保家卫国，用钢铁意志守护人民岁月静好。他们的存在，就是人民最大的“安全感”。

中国人民解放军的无私奉献、敢于奉献的精神，是非常值得我们学习的，“敢于拼搏、迎难而上”并不是军人的专属，也是我们每一个人在平凡的岗位上坚守的品质。作为欧亚人，要坚守迎难而上、奋勇拼搏的“铁军精神”，为企业的发展、国家的繁荣贡献自己的力量！

(欧亚商业连锁 杨晓平)

## 赞欧亚

赞欧亚，曹和平，太行山下足始行，儿时便现经纶才，一代传奇初诞生。赞欧亚，曹和平，上山下乡一知青，吃苦耐劳人缘好，悉心钻研业务能。赞欧亚，曹和平，改革开放借东风，君子兰花抢时机，企业名扬震春城。赞欧亚，曹和平，四有教育树新风，传递员工正能量，敢想敢干身先行。赞欧亚，曹和平，三星战略构想成，环环相扣大布局，目标远大更恢弘。赞欧亚，曹和平，大刀阔斧做经营，以点到线新思路，商业系统成典型。忆往昔，展未来，欧亚前景更精彩。

(松原欧亚 高天亮)

