



2020年3月

15

星期日

农历庚子年二月廿二
廿七春分

于惠筋荣获“春城杰出女性”称号 欧亚商业连锁荣获“春城优秀女性集体”称号

本报讯 (商业连锁 经理办) 3月8日,在第110个“三八”国际妇女节来临之际,为深入贯彻落实习近平总书记关于妇女和妇女工作的重要论述,按照省委有关部署,落实全国妇联、省妇联纪念“三八”国际妇女节有关工作的通知要求,展示妇女群众在推进全市各项事业建设中所

做出的突出贡献,进一步激励广大妇女弘扬奋斗精神,为推动长春老工业基地全面振兴、全方位振兴凝聚巾帼之力,长春市妇联决定授予于惠筋等10人“春城杰出女性”荣誉称号,授予长春欧亚集团商业连锁经营有限公司等30个集体“春城优秀女性集体”荣誉称号。

吉林省委常委、宣传部长石玉钢视察辽源欧亚

本报讯 (辽源欧亚 孙小鹏) 3月3日上午,吉林省委常委、宣传部长石玉钢,辽源市委书记柴伟、市委副书记韩阳、副市长徐晖、市委宣传部分副部长王新等领导一行莅临辽源欧亚购物中心,视察辽源欧亚复工后疫情防控与超市稳价保供工作落实情况。辽源欧亚购物中心总经理王延向省市领导汇报了辽源欧亚疫情防控及稳价保供工作推进措施与具体落实情况。石部长在超市认真察看了水果、蔬菜、粮油等农副产品及各类副食品供应、售价情况,并重点听取了辽源欧亚疫情防控与超市生鲜商品的货源组进定价情况。石部长对辽源欧亚疫情防控与稳价保供工作给予积极评价,并对辽源欧亚现场良好的疫情防控管理秩序给予肯定,对辽源市各级政府工作人员在疫情期间各项工作的有效推进给予表扬,勉励辽源欧亚再接再厉,保持严格的消杀保洁、体温检测、宣传提示防疫措施,为消费者营造安全、放心的购物环境。同时,要加大市场调配,确保市民生活必需品储备充足、价格稳定,托稳老百姓的“果盘子”“菜篮子”“粮袋子”,在疫情防控中做出更大贡献。

欧亚商都开展“拥抱新营销、新服务”短途竞赛

本报讯 (商都 王毅) 面对新冠疫情对商贸企业的影响,欧亚商都顺势而为,开阔思维模式,主动拥抱这场营销变革、服务变革,深挖客户资源,有效利用“视频+社交”的服务模式,全渠道获客,从而创造顾客感动,拉动销售业绩。

在这一特殊时期,欧亚商都推出了为期一个月的“拥抱新营销、新服务”短途竞赛活动。此次竞赛旨在积极践行周总提出的“线上+线下”、“商品+服务”、“消费+体验”三位一体的未来实体商业真正发展之道,通过开展服务营销案例视频分享,延伸服务内涵和外延,提升“线上+线下”服务质量,为员工赋能、为品牌赋能、为“三八”节和店庆赋能。活动方案下发后,各商场、部室积极行动,纷纷以情景模拟、对话访谈、PPT解说等灵活多样的形式制作微视频。互动分享话题涵盖了“如何利用抖音直播、短视频等媒介提升服务?”“你遇到了顾客的哪些质疑,你又是如何解决的?”“你的获客技巧是什么?”等内容。活动通过互动交流的方式,提升营运人员的应对能力和服务专业度。目前,各商场、部室共整理视频素材26个,商都营业部将择优选取,在商都柜组群、供应商群内进行分享。

梅河欧亚党支部获评市先进基层党组织

本报讯 (梅河欧亚 王红岩) 3月3日,梅河口市委组织部为表彰在新冠肺炎疫情防控阻击战打响以来,在组织指挥、医疗统筹、筛查检测、物资保障、群防群控、复工复产等方面攻坚克难、甘于奉献、公而忘私的先进典型,经市委研究决定对28个先进基层党组织予以通报表扬。梅河欧亚党支部作为唯一商贸企业获此殊荣。

保持战略定力 增强必胜信心

曹和平董事长到吉林欧亚商都视察复工情况,要认 真研判市场,提高占有率,提升市场份额



曹和平董事长到吉林欧亚商都视察复工情况并慰问。

本报讯 (吉林欧亚商都 李欣) 3月13日,集团曹和平董事长亲临吉林欧亚商都看望关心各门店一线员工,并对地区的防疫、经营、自采及复工后的销售等方面工作给予亲切指导。集团副总经理邹德东陪同视察。

曹和平董事长一行先后视察了吉林欧亚商都综合体、奥莱店、解放店,吉林欧亚商都总经理李新志向董事长汇报了自疫情以来吉林欧亚商都的各项工作。视察中,董事长详细询问了疫情开始以来经营情况与同期对比情况,并对服饰类经营做出重要指示:一要加快冬装和春夏货品的交替转换;二要快速提升春夏货品的上柜率,做好陈列和销售;三要加大冬季货品反季销售力度,去化供应库存,缓解供应商压力。董事长强调,要认真研判市场,提高占有率,提升市场份额;要按照自己的节奏,保持战略定力,增强必胜信心!

这次视察吉林欧亚商都,董事长还为全体员工送来了急需的防护口罩,进一步激励了全体员工,鼓舞了士气。

省市总工会领导、长春市委副书记徐晗

慰问欧亚商业连锁一线女员工

本报讯 (商业连锁 工会) 3月6日上午,吉林省总工会党组书记、常务副主席马少红,长春市人大副主任、市总工会主席甘琳等省、市工会领导来到欧亚新生活购物中心,走访慰问在疫情期间始终坚守在服务一线的女员工,并调研企业复工复产情况。欧亚集团党委书记、董事长曹和平,欧亚集团副总经理、欧亚商业连锁总经理于惠筋等陪同。

董事长曹和平详细介绍了疫情期间欧亚集团积极响应政府号召,为全面做好疫情防控和保障民生供应工作,超市业态始终坚守岗位的情况。面对人工、物流等成本上涨的实际,充分发挥自营优势,大批量采购大米、挂面、豆油、白菜、猪肉、消毒液、口罩等民生商品投放市场。特别是海南基地直采的菠萝、地瓜、冬瓜质优价廉,深受消费者喜爱。欧亚集团在千方百计增加市场供应、满足春城百姓“菜篮子”的同时,始终把稳定市场、平抑物

价、降低百姓生活支出作为企业义不容辞的责任。马少红副主席对欧亚集团在疫情期间响应号召,全力保供应、稳物价的担当精神表示充分肯定,并嘱咐工作在一线的女员工认真完成工作的同时,要提高自身防护意识。甘琳主席表示,在疫情防控的特殊时期,欧亚集团作为长春市的商业龙头企业,主动履行社会责任,起到了稳定货源、稳定价格、稳定人心的支柱性作用,市总工会一定会给予企业最大的支持和帮助。

又讯 (欧亚新生活 李明娜) 3月8日上午,长春市委副书记徐晗、长春市妇联党组书记、主席王继荣、长春市妇联副主席王立春等领导一行来到欧亚新生活购物中心,调研企业复工复产情况,慰问在疫情防控工作中做出突出贡献的企业,以及按照要求全面做好复工复产的欧亚商业连锁企业代表。欧亚集团副总经理、商业连锁总经理于惠筋陪同并介绍情况。徐晗等一行

领导先后来到新生活超市、运动街区、潮街区……一路走一路询问,对新生活的各项工作情况给予肯定。他表示:越是困难时期,越能彰显大企业的社会责任感,希望欧亚

集团继续在全市保供稳价上发挥“定海神针”作用,并代表市委市政府对欧亚集团在特殊时期做出的贡献表示感谢,向广大欧亚女员工致以节日的问候!



省市工会领导“三八”节慰问欧亚商业连锁一线女员工。(商业连锁 王维 摄)

欧亚商都“女王归来”云端购物暖心陪伴

本报讯 (商都 孙红超) 欧亚商都优化调整营销方式,特别策划了“女王归来”三八节活动,表达对消费者的节日问候,并向坚守抗疫一线的中帼力量致敬!

各商场品牌围绕活动内容,通过品牌微信群资源置换、跨品类精准营销、爆款商品在线抢购、直播互动、微信群营销等多种方式进行有效营销。顾客通过微信扫码添加“云导购”微信号在线嗨购,与“云导购”一对一沟通,选定心仪商品后即可在线极速下单,享零接触派送。还可在微信公众号搜索“欧亚微店”在线购物,或添加“欧亚社区团”小程序坐享其成。国际精品、进口化妆品、时尚服饰、珠宝首饰、进口厨具、家居用品、品质水果、新鲜蔬菜等一系列价格实惠的优质商品及时更新上线,吸引了更多消费者参与。

节日前夕,欧亚商都提前为电子会员免费送出“女王”专属福利——100元女王购物券,活动期间购服饰、美妆、珠宝、家电类商品满额使用;还有超值福利线上38元购380元2F服饰券,满足消费者不同的购物需求。节日期间,服饰满减基础上满额再送电子礼金;部分进口化妆品8倍积分或满额送券;部分国际精品满1000元立减200元;部分黄金每克立减50元;戴森、海尔、博世等名品家电折后满额返现,再享逐级赠礼;李宁、耐克等服饰特卖69元起;波司登羽绒服满500元减200元;部分锅具10倍积分;超市千款商品超低惠卖,生鲜果蔬产地直采,熟食特价;“欧亚社区团”CHARLES&KEITH女包、BYFORD内衣、LAMY墨水笔、双立人、菲仕乐、宜庭等家居用品,产地直采海南菠萝、新鲜果蔬、熟食礼盒、清洁套装等一系列优质商品上新,每日10:00开团,价格优惠;欧亚微店线上专区商品特价销售,价格惊喜。全馆活动基础上,再参加光大银行、浦发银行等满减优惠、超值购券活动,再享优惠。

欧亚卖场黄金珠宝城“3.8”节客流销售双创新高

关爱逆行女神礼 助力战疫暖心礼 贴心服务宠爱礼 欧亚沈阳联营三重“焕新”礼打造女神节

本报讯 (欧亚联营 王鹤飞) 3月5日起,欧亚沈阳联营精心策划的“焕新”女神节拉开帷幕,三重“焕新”礼携手各大品牌精选好物宠爱美丽女神。他们推出“焕新”女神礼,为从事医疗、公安、企事业单位、社区、快递、公交司机、商场

基层工作人员等一线工作者无门槛办理贵宾卡一张,并赠送50元服饰类商品优惠券,借此表达对保民安康、为国奉献的劳动者敬意,打造“焕新”暖心礼,活动期间,消费满额即赠送84消毒液1瓶,再加送38元现金礼券一张,为疫情期间操劳

本报 (欧亚卖场 谭敏) 欧亚卖场利用三八节加大营销活动力度,黄金珠宝城珠宝区各专柜均金价和工费不同幅度优惠,周大福、周生生等珠宝品牌开启线上云购物,线上定、线下送;周大生、荟萃楼、爱迪尔等珠宝品牌准备了专供优惠单品,无论是线上订购还是线下需求都为消费者提供健康安全周到的服务。各个国际化妆品大牌纷纷助力,甄选优惠人气单品活动;各专柜均策划了大力度优惠活动,增加赠品,提高折扣;为方便消费者,大部分专柜还包邮到家。此外,通过线上直播平台、超级导购服务,消费者可以在家选购。国际名表区也成为此次女王节的礼遇佳选,欧米茄、浪琴等品牌也相继连开专场,品牌购物更有好礼相赠。节日当天,黄金珠宝城客流量持续爆满,当日的销售额直线上扬,相比于恢复经营以来日均增长413%。

本报 (松原欧亚 秦媛媛) 为满足广大消费者三八节的购物需求,松原欧亚为女神们的购物解锁了新模式!针对疫情期间客流量下跌的实际,松原欧亚自2月底开始,各个商场积极与策划部门配合,推出线上营销方式。每日下午13:00开始,各楼层多品牌同时进行平台直播。各商场管理者踊跃投入,为直播商户吸引人气。虽然大家热情高涨,但是面对陌生

松原欧亚“女神节”打开新方式

营销方式,不少销售员们看着镜头手足无措,甚至有些尴尬。各楼层管理者向专业的直播老师请教学习,在之后的直播中,通过表演才艺、赠送直播氛围、与销售人员积极配合,并赠送精美小礼物以增加人气。随着直播次数增多,关注大家直播间的人数一路飙升,销售业绩也日益提高。服装、精品商场也从开始的日销售百元突破到千元。

编后

今年的“三八”节,作为公司全面复工后的第一个节日,各体系都给予了充分重视。品读来稿,各地的精力、热情和方式似乎已不单纯是一次节日营销,更多充满了对山河无恙、国泰民安的由衷期待,饱含着对逆行者、消费者的温暖祝福,营销的温度、温情如涟漪般在所有人心头漾开。联想到近期,董事长到各地视察,每到一地总要向一线员工亲切问候,总会为大家送上口罩等防护用品,即使去不了,也会通过邮寄送达。一枝一叶总关情,小小口罩暖人心!多年来,每遇关键时刻,每到重大关头,董事长就在我们中间,我们就在董事长身边,感受教诲、感受关爱、感受力量,由此走向成熟,不断成长。冬天即将过去,春天还会远吗?让我们带着这份嘱托和温暖,一起迎接春天的到来!

欧亚商业连锁召开2019年行政总结表彰暨集团36周年店庆动员大会

欧亚商都喜获“长春市厂务公开民主管理工作先进单位”荣誉称号

本报讯 (商都 办公室) 日前,欧亚商都被长春市厂务公开领导小组授予“长春市厂务公开民主管理工作先进单位”荣誉称号。据悉,此次长春市厂务公开领导小组共表彰了长春市19家“厂务公开民主管理工作先进单位”,欧亚商都是唯一获此殊荣的商贸企业。

近年来,欧亚商都认真贯彻落实党的十九大、十九届四中全会精神,不断强化厂务公开民主管理制度建设,拓展工作领域,丰富工作内容,创新工作形式,增强工作实效,为维护职工合法权益、推动企业科学发展、促进企业和谐建设做出了一系列卓有成效的工作。

本报讯 (商业连锁 经理办)

3月10日,欧亚商业连锁召开2019年度行政总结表彰暨集团36周年店庆动员大会视频会议。欧亚商业连锁班子成员及联席会成员、总部各部室主管部长、各大区区长、副总经理、区长、店长、后勤各主管部长、商场主管经理分别在主、分会场参会。

会上,欧亚商业连锁副总经理苏春焕、全质办主任刘晓宇、超市连锁副总经理胡静春、财务总监陈文杰、人力资源部总监宣辉分别公布了“关于对欧亚商业连锁2019年度优秀单位和优秀个人进行表彰奖励的决定”、“欧亚商业连锁大于60天竞赛评比表彰决定”、“欧亚超市连锁大于60天竞赛评比表彰决定”、“2019年度门店方阵营考核奖励决定”和“2019年四季度目标责任考核结果”,围绕2020年欧亚商业连锁朝着提质增效更进一步,如何调动人的积极性成为关键环节,人力资源部总监宣辉对2020年欧亚商业连锁绩效考核思路作了详细说明。

在动员讲话中,于总指出,这次下发的各项表彰与奖励决定,充分体现了企业一年来的成长与变化,充分体现了绩效评估中业绩说话、管理制度中优胜劣汰、干部任用中能上能下、激励手段中有奖有罚的四个特色,充分体现了当前企业有目标、有管理、有制度、有文化的发展局面,充分体现了企业发展与个人努力之间的辩证关系。对欧亚商业连锁团队在战疫期间的表现,于总给予肯定,称赞全体党员和管理者坚守岗位,于总还争取到中国银联、浦发、交通、平安、建行等异业的合作支持,多重优惠奉献给联营的消费者。妇女节档期,成功销售249.8万元。

欧亚集团36周年店庆即将到来,疫情之后的销售将会出现爆发点,做好现阶段的市场营销,与供应商共同组织好商品,成为当前工作重点。针对疫情带来市场环境及消费的新变化,于总还对服务好供应商、线上营销、自采自营、缩减费用、安全经营等工作进行了全面部署。

重在谋划得当 贵在组织得力

欧亚沈阳联营海尔家电直播秒杀创佳绩

本报讯 (欧亚联营 柳雨滨) 欧亚沈阳联营家电商场经过疫情闭店期间的布局准备, 2月28日, 在全面复工的第一天, 家电商场全体管理干部紧急召开研讨会, 讨论成立微信销售大群开展视频推广、秒杀的销售策略细节。最后决定, 从重点品牌抓起, 筑牢根基再带动全面, 家电商场销售第一大户海尔品牌无疑是最佳选择。

此策略在联营和海尔品牌公司领导的大力支持下迅速实施, 家电商场经理指挥, 各部门负责人配合, 欧亚联营全体员工参与, 多渠道邀请好友进群, 邀请10人

奖励84消毒液一瓶, 邀请20人奖励免清洗消毒凝胶一瓶。因为目标明确、措施得当, 欧亚联营10个500人的海尔秒杀大群火速建立, 联营海尔微信网络销售平台搭建成功。

进群的用户, 享受直播秒杀活动的购买资格及相应服务, 每个销售群内都有专业客服人员10余人专门负责群运营, 各类咨询问题做到秒回。进群后可享受海尔家电提供的免费清洗、1元秒杀礼品、家电日常使用保养常识分享、免费护理高档衣物等多项专属权益。精心设计的群内互动很好保持了群聊成员的活跃度, 加上适度

的互动节奏, 令群聊成员乐于接受并积极参与。

3月1日开始, 10个大群同时进行了预售。前三天, 海尔冰箱、洗衣机、空调、电视、热水器、冷柜、厨电等产品销售就达56台, 合计17万余元。3月6日至15日由海尔总部操盘, 十天十夜海尔家电大秒杀活动正式全面展开, 3月8日14点至17点在欧亚联营快手、抖音直播平台上进行海尔家电“视频直播、万人抢购”活动, 充分利用大群资源将活动推向高潮。

直播秒杀活动开始不久, 直播平台观看人数就达到了1500余人。海尔家电专业

人员现场讲解, 在直播过程中成功销售价值24999元的卡萨帝自由嵌入式520冰箱一台, 卡萨帝双效抑菌、抑菌功能电热水器2台, 金额7198元。海尔电视、空调、烟机等产品依次进行了讲解演示, 吸引100多位有意向用户添加联营海尔服务微信咨询。17点直播结束时, 欧亚联营海尔家电线上线下整体达成销售48.13万元。

特殊时期, 思路就是出路。根据市场环境变化, 欧亚联营家电商场在从新的路上不断开创, 进取, 扭转疫情特殊时期的销售劣势, 抓机遇、迎挑战, 在公司上下齐心协力下战胜困难, 争创佳绩。



直播带货&社群营销 欧亚商业连锁拥抱“全民直播时代”

营销成绩始料未及

“我不想当网红, 我不会做直播, 我只想把优质、低价的商品分享给大家!”

3月7日19点40分开始, 直播间火爆人气一直持续至午夜都未消歇, 自然堂“38宠粉节”一场明星直播秀给无数人留下了深刻的印象, 知名演员何泓姗直播间与粉丝亲密互动, 美妆鬼才王宛尘为线上观众分享美妆技巧。直播持续4个多小时, 在线人气超74万人, 欧亚商业连锁系统12家门店实现销售额17.7万元。销售完成同期的95.3%, 这对于疫情特殊时期的零售商家来讲, 无疑是相当不错的成绩。

迎接全民直播时代

今年, 一场突如其来的疫情让直播带货成为各行各业现阶段挖掘商业潜能的“制胜法宝”。登陆直播间, 小到个体商户, 大到品牌商与零售企业, 直播带货已成为一种常态。

欧亚商业连锁各门店在总部策划部的引领下, 开始组织建立直播带货团队, 组织管理者和导购员下载直播软件, 踊跃参加商

积极探索社群营销

实际上, 面对疫情期间的经营压力, 欧亚商业连锁拓展出惠民社群营销模式, 以各购物中心为主干, 以品类为分支, 建立了超200个线上惠民购物微信群, 群内总人数超5万人。在此基础上, 通过导购员与消费者的圈层裂变, 激活庞大流量。

借助惠民购物群, 各门店充分发挥自身的营销优势, 开展秒杀、优惠抢购等活动。不仅拓展社群这种营销模式, 商业连锁各门店还推出满减免费送服务。疫情期间, 商业连锁各门店在保障健康安全的同时, 为购买商品的部分用户提供了免费配送服务。

疫情的到来为实体零售行业蒙上一层迷雾, 但在迷雾中也许才能突出重围, 找到新的出路。经过这次疫情的考验, 可以发现零售行业的发展之路并非单一模式, 只有勇于改变、积极探索, 充分发挥自有优势, 才能抵御更多未知的挑战, 创造更多可能。

(商业连锁 刘升旭)



搭建新平台助力品牌销售。

接招“战疫” 奥莱上“线”

与时俱进, 商都奥莱多角度激活网销

本报讯 (商都奥莱店 综合办) 当下的疫情如战争, 没有硝烟但来势汹汹, 加速着商业新技术、商业新模式对现有工作方式、生活方式的冲击与革新, 成为新模式的孵化器。经由此战, 欧亚商都奥特莱斯在网络化、在线化的触角正逐渐在传统商业范围内铺陈开来, 对由于疫情引发的商业难题起到一些缓解和破解作用。

切换线上, 提速无接触新零售。疫情之下, 封闭式管理成为不少地区标配, 如何让顾客足不出户买到心仪的商品? 如何挽回闭店损失? 在安全可控的前提下实现销售, 是奥莱商场讨论的最多话题, 在此情境下, “无接触”概念在奥莱走红。欧亚集团小程序、奥莱小程序相继推出多套“送货上门服务”, 以全程消毒、无接触服务受到顾客青睐。

玩转抖音, 培养奥莱抖音网红。春节假期, 尽管奥莱服饰商场暂停营业, 但奥莱新发路店童装商场却没有闲着。商场虽不营业, 销售服务却不间断。因前期宣传到位, 吸引很多顾客光顾奥莱童装直播间, 看到喜欢的东西就直接下单。在童装巴拉巴拉

的一场直播中, 40分钟就涌入了超过500名顾客, 高峰时段同时在线观看人数超过150人, 总人次超过500人。其中, 通过视频推荐、同城推荐并关注的人数超过100人。在直播的前后, 奥莱分别对品牌活动的调研、货品入仓、秒杀定价、品牌宣传等一系列的细节, 拍成小视频段子的形式为顾客提供购物的视觉引导。直播过程中, 管理人员与大家积极互动, 频频出现“OMG, 买它”、“点关注, 不迷路”等电商直播常用语, 与此同时还为顾客准备了一波接一波的礼品, 衔接紧密的直播控场赢得了顾客的关注与点赞。

与时俱进, 精准施策, 多角度激活网销。疫情期间奥莱店及时组织线下热销商品应用社群营销、小程序线上购、集团扫码购等足不出户的网销方式, 在不同时期有力吸引了消费者关注, 实现了线上推广的目的, 为奥莱抢占了市场机会与份额。此次疫情防控有效检验了奥莱应对市场危机的处置能力, 他们根据实际情况找到多维度的服务, 真正实行线上线下流量和服务的互动, 从而使欧亚奥莱实现更多的可能性尝试。

商都家用电器商场试“线”营销

本报讯 (商都 侯丽) 疫情

防控期间, 商都家用电器商场转变思维模式, 联合品牌发动员工进行线上销售及营销活动的宣传与推广, 同时做好线下送货、安装等服务, 取得良好成效。

海尔系列2月22日在商都闭店期间, 通过微信秒杀活动取得显著效果。海尔员工新建微信秒杀群6个, 推广顾客千余人, 线上人气火爆。员工每天制作抖音短视频直播产品功能、洗护保养、维修售后送货及安装等注意事项, 线上与粉丝互动频繁, 提升粉丝量与关注度。商场积极配

合品牌促销, 及时与集团物流沟通送货, 真正将服务下沉, 想尽办法满足顾客需求, 疫情期间解决了顾客的燃眉之急, 为商都赢得了信誉。此次秒杀活动海尔销售达成39万元, 创疫情期间销售之冠, 为其他品牌做出了榜样!

美的全品类利用微信秒杀、线上直播等形式宣传活动, 抖音关注人数递增, 销售实现突破; 博西夏普联合直播秒杀, 员工建群微信推广, 1元秒杀礼品等活动增加关注度; 容声海信、创维、老板等品牌争相举办大型直播秒杀等促销实现销售突破。

欧亚商业连锁助力滞销农产品销售

截至3月8日, 共计进货并销售167.234吨

本报讯 (商业连锁 陈莽) 自疫情发生以来, 针对因疫情防控引发局部地区农产品出现滞销的情况, 吉林省商务厅一直高度重视。厅主要领导亲自部署, 落实省、市两级负责, 重点动员和引导省内大中型零售企业与滞销企业建立对接采购机制, 解决单品滞销量大的问题; 而欧亚集团旗下的欧亚商业连锁团队, 再次展现了“欧亚铁军”的反应速度和专业风采。

“这次跟农民合作的初心不在于盈利, 而是为政府分忧, 为农民解困!”据欧亚超市连锁常务副总经理胡静春介绍, 此次选择采购农户手中的滞销农产品, 工作人员需要重新选品、

检测, 销售计划和营销计划都要大幅改动, 工作量极大, 也承担了一定的经营风险。“但曹和平董事长反复强调, 越是困难的时候, 越要有大企业的担当。这个责任, 我们一定全力承担、全力做好!”

3月6日傍晚, 欧亚商业连锁与政府部门进行了当前滞销农户的信息交接。3月7日一早, 企业的蔬菜生鲜和包装商品两个采购小组就分头行动, 与彩练新闻发布的信息中287家农户一一对接, 通过远程视频等方式确认数量、初步查看质量; 3月7日晚, 首批采购团队抵达意向农户家中选品看样, 现场敲定了前期采购数量; 3月8日, 第一批滞销土豆抵达欧亚物流

园, 进行检验查样, 筹备上架销售。3月9日起, 延边龙井市泗水村滞销的速冻糯玉米在微信“欧亚集团”小程序中全门店上架, 线上线下全面开花。连日来, 欧亚超市连锁员工的身影遍布全省, 蔡家村、农安县、九台县、开安镇、郁勃山、双山村……累计采购白菜、婆婆丁、香菜、小萝卜、韭菜、玉米等品类, 截至3月8日, 共计进货并销售167.234吨。

“疫情不止, 助民不止。滞销还在, 采购不停!”欧亚商业连锁为全省的大中型商业零售企业做出了表率, 为政府保障民生工作提供了强大的助力, 为滞销农户的生存及再发展提供了条件和希望。

周围社区, 与东大、新世界、中山、沈阳站等十余个社区保持长期合作, 为社区百姓提供预订和送货服务, 保障百姓生活所需和防疫安全。疫情期间已为社区百姓送货880余单, 总金额达9万余元。联营超市京东到家及“联营严选”线上商城和小程序网上购物通道同样受到消费者欢迎, 2月份超市线上累计销售360单, 3.9万余元。联营超市积极联络政府采购部门到联营团购防疫物资累计50余万元, 为多个企事业单位的疫情防控工作提供了保障。公司不忘回馈顾客, 在小程序上推出4元超低价限量秒杀消毒液活动, 会员参与踊跃。



物流停运, 九州店员工送货至消费者家中。

本报讯 (四平欧亚 综合部) 四平欧亚自全面复工以来, 安全经营两手抓, 线上线下齐发力, 主动出击抢抓销售, 成效显著。

自百货业态恢复营业后, 四平欧亚开启线上线下衔接式营销举措, 部署各门店紧抓销售及活动开展。姜辉总经理多次组织召开会议研判市场, 要求各门店做好疫情防控的同时, 全员联动做好营销工作。线上积极开展百货扫码购活动, 他们通过组建百货类购物微信群为顾客搭建线上购物平台, 以“少接触”购物方式为顾客带来安全的购物环境。通过群内多频次宣传活动内容及促销商品信息等, 各品牌提供劲

四平大区主动出击抢抓销售

爆款商品带动群内气氛。截止3月7日, 四平店通过百货扫码购实现交易450笔, 销售金额达23.7万元。

为保证商品供应, 在姜总统一部署下, 四平大区各门店积极为不方便出门的顾客提供线上订单, 线下送货上门服务, 各门店通过惠民群, 纷纷开辟购物绿色通道, 帮顾客把商品送到家, 小到柴米油盐, 大到冰箱彩电, 尽可能满足顾客需求, 为顾客提供便利。截至目前, 四平大区共计成立23个超市惠民群, 人数达5000余人, 四平大区战役突击队共计为顾客配送商品达150余次, 配送金额达5万余元。在物流停运配送的情况下, 突击队的队员们克服重重困难, 凭着手推肩扛, 硬是把重达百斤的洗衣机、冰箱扛在肩上, 爬楼送到顾客家里。

四平欧亚坚持每天通过抖音、快手、腾讯直播等公共直播平台, 组织品牌集合进行直播宣传及售卖工作, 通过欧亚整体形象物料布置营造氛围, 管理者亲自上阵进行直播。其中六桂福、老凤祥、斐乐、阿迪、耐克等30余个品牌共同配合, 分时段开展线上直播秒杀、送红包、赠礼等营销形

式, 集中拉动直播间人气。在直播过程中, 全员积极转发二维码拉进群, 带动直播人气; 各商场管理者深度洽谈活动, 进行限时抢购、秒杀、让利带动销售; 各区域负责人员积极充当模特工作, 更好展示品牌形象。全员的积极互动, 有效提升品牌参与度, 树立品牌信心。

“3.8”女神节活动期间, 四平欧亚开展线上直播与小程序抢券等活动, 共开展28场品牌直播, 直播间累计人数高达8700人。截止3月7日, 直播销售达31600元, 其中老凤祥品牌成交4笔, 金额达1万余元, 更加坚定各品牌线上销售信心和决心。利用本档“3.8”节活动契机, 姜总亲自洽谈品牌活动, 征集“包加餐”专柜10元代金券600张, 共计6000元进行线上抢购, 拉动专柜销售的同时解决了员工上班就餐困难。

复工后, 为保障员工安全, 在口罩、防护服和护目镜等防护物资十分紧缺的情况下, 姜总多方面为员工筹备防护物资。3月5日下午, 姜总征集到的50件防护服到货, 四平欧亚在接收这批防护服后, 迅速发放到了中心店、九州店、地直店的收银员手中。

欧亚商都精品商场: 借力网络营销实现销售540万元

本报讯 (商都 李薇) 欧亚商都精品商场在疫情期间, 积极开拓网络营销, 通过线上社团+直播的方式, 维护客人约3万人, 其中新客约占70%, 通过线上营销实现销售540余万元, 占2月份商场总销售的53%。

疫情期间全国人民居家隔离, 但隔离的是病毒, 畅通的是服务。精品商场按照商都统一部署, 通过商都官微推送所有专柜群组及云导购二维码, 迅速搭建起与顾客联络的平台。同时商场向品牌争取最大资源, 投入到顾客微信群内。通过护肤分享、妆容打造、游戏互动、限时秒杀、爆款推荐、有奖问答等形式多样的活动, 不断提高群内客人的活跃度。让客人在群内体验到乐趣的同时, 销售业绩水到渠成。此外, 网购中心在欧亚社区团上为品牌开设了付款通道, 为付款便利和资金安全提供了有力保障。据统计, 疫情期间精品商场共建立微信群160个, 通过微信群内秒杀等方式实现销售近420万元。

2月8日, 精品商场雅诗兰黛品牌首次尝试在商都抖音平台上直播带货, 当日实现销售近10万元。此后, 各品牌纷纷开通线上直播, 在网购中心、顾客关系部和企划部的大力支持下, 截止到3月8日, 总计35个品牌开通抖音直播39场, 带动销售106万元。其中, 在商都领导的大力支持下, 商都体系店全体总动员, 雅诗兰黛品牌在“3.8”节当日再创商都直播带货新高, 2小时直播间观看人数破万, 单日实现线上线下销售120万元, 创品牌全国直播带货两大突破, 创东北直播单日最高销量。

此外, 在网购中心全力协助下, 精品商场在欧亚微店国际美妆频道上新173个品, 开设兰蔻专场, 当日推送浏览量达2.3万人, 仅5天实现销售20万元。疫情期间, 精品商场在欧亚微店总计实现销售120万元。

短评

新冠疫情是一场灾难, 在灾难中, 我们体会着恐慌、焦虑、忐忑, 但我们也始终相信危与机总是相伴相生。面对疫情, 中国经济被意外按下的暂停键, 人们被意外改变的生活习惯, 催生孕育了一些新的营销方式的勃发。

读完这组稿子的最大感受就是, 新模式、新手段、新变化, 扑面而来。随着疫情的发展和防疫政策的变化, 消费者的行为、社交模式也随之发生改变, 进一步影响着需求, 催生新服务。应该讲, 各体系面对疫情的快速应变, 是一种对自身能力的加强、营销手段的完善和应对能力的提升。阶段销售成绩的取得, 也进一步验证了董事长线上线下互为互动, 成为消费双向选择的论断。这次在吉林商都视察时, 董事长强调, 要按照自己的节奏, 保持战略定力。做到这一点, 就要在牢固树立“从新”发展观的同时, 进一步认清本质, 盯住实质, 抓住机遇, 从容应对; 就要牢记“从新”技术手段并做到最佳水平, 强大自身才是根本的嘱托, 才能真正做到适应市场求生存, 驾驭市场谋发展。

欧亚商业连锁、吉林欧亚商都综合体

全面做好复工营业后的疫情防控工作

本报讯（商业连锁 张娜、董乃玲）自2月19日起，欧亚商业连锁落实长春市政府“全面贯彻做好疫情防控和复工复产”的部署要求，将长春市8大综合店及超市外围逐步恢复经营，最大限度化解疫情对全市、全省经济社会发展的影响。

欧亚集团副董事长、欧亚商业连锁总经理于惠舫亲自组织召开总部复工安排部署会议，会上提出，保证安全、健康、商品丰满，以全新的面貌为消费者提供满意服务，确保复工各项工作有条不紊落实落地。全质

本报讯（吉林欧亚商都 刘禹辰）根据目前吉林市疫情趋于平稳的发展状况，为响应政府复工开业的相关要求，结合欧亚集团及欧亚商都体系的整体防控部署，围绕“一个导向、两道防火墙、四个指标”核心工作方法，吉林欧亚商都综合体于2020年2月28日恢复营业。

2月26日，吉林市公安消防支队、丰满区商务局、卫健局、人社局、红旗街道、红旗社区卫生服务中心等相关部门负责人来访综合体，进行关于疫情防控工作的相关研究部署。综合体相应展开各项工作，做好复工应急预案及准备。为保障员工及消费者安全，防止疫情传播，吉林欧亚商都综合体严格多项管理：

在加强人员管理上，全体员工（含自营和厂方员工）上岗前需进行摸底排查和培训，上岗前需填报《个人健康信息报告表》，统一报人力资源部排查备案。如有春节后省外旅居史，与确诊病例和疑似病例接触史的需

办、三大业态、人力资源部、审计监察法务部、后勤保障部、安全风险部组成复工指导小组，有序协助各店复工复产。

疫情防控期间，欧亚商业连锁安全风险管理部先后下发疫情防控方案4个，微信群累计宣传100余次，电话沟通70余次。同时，商业连锁各部门联合行动，分成5组对长春区50余家门店进行100余次地毯式排查，对门店设施设备消毒记录、员工测温上岗记录进行检查，加强门店疫情防控工作培训与指导。

在家隔离14天后方可复工。所有员工需戴口罩进入并自觉接受测温人员体温检测，体温正常可入楼工作，并到卫生间洗手，工作期间需佩戴手套。同时做好外卖人员、快递小哥等人员管控工作，原则上“一级响应”解除前，外卖人员、快递小哥禁止入内，在5号门设置统一快递货物临时取送点。

在严格营运管控上，各商场品牌货品、快递等进入店内前在5号门，统一由物业部进行初次消毒，专柜人员负责货物内部消毒工作。各商场负责监督，做好大宗货品进店后里层物品消毒工作。暂停部分服务设施，母婴室、儿童娱乐场所、室内娱乐场所、学习培训机构、美容、地下停车场等服务，将根据疫情再逐步复工开业。同时在1号、5号、9号门分别设置3个临时隔离空间，当员工或顾客出现疑似症状时，及时到临时隔离间暂时隔离，再按其他相关规定处理。

在强化消毒通风管理上，复工开业后，只设置10号

欧亚商业连锁上下一盘棋，万众一心，众志成城，用责任和担当筑牢疫情防控堤坝，在保证企业安全、员工安全前提下，有力保证了春城百姓食品和蔬菜的供应。目前，欧亚商业连锁各门店渐渐恢复了往日的忙碌，虽然现场满满的消毒液味道，但超市依旧是果菜丰满，服饰百货服务周到、应季商品琳琅满目，大小家电完备齐全……一手抓疫情防控、一手抓经营管理，商业连锁全力以赴做好复工复产工作，助推社会经济发展重新步入发展轨道！

直升电梯运行和2号、3号、10号、11号扶梯运行，保洁员做好定期对电梯消毒工作。物业部负责对办公区、食堂、垃圾房、空调设备等部位的消毒工作，商场自行做好本商场公共区域消毒工作，各专柜做好专柜内消毒工作，均需每天消毒三次以上。对高频接触的物体表面，如收银台、电梯间按钮、购物车等每天至少在营业前消毒一次。同时为了避免发生安全事故，楼内不允许使用和存放75%浓度的酒精。商场每日通风不得少于三次，原则上不使用中央空调供暖，使用一层、负一层的门口热风幕供暖。

目前，吉林欧亚商都已全部恢复营业。作为吉林市重点大型商贸企业，将继续遵循“全心全意为消费者服务，善始善终对消费者负责”的服务理念，在保证质量的情况下，切实履行应尽的社会责任，发挥平抑物价的作用。

本报讯（欧亚联营 李军）2月21日，欧亚沈阳联营顺利通过沈阳市和平区商务局、市场局、食药监局的联合检查验收，遵照集团指示2月28日全面恢复营业。欧亚联营美食广场所有业户接到通知都非常高兴，积极配合公司完成恢复经营准备工作。

2月27日，在欧亚沈阳联营美食广场管理干部的组织下，全体美食广场业户、保洁人员全部到岗，为复工做准备。对前后厨、设施设备及餐桌、地面、卫生间、客货梯前室、洗碗间卫生进行了彻底清理和消毒，并对营业物资进行采购和整理，28日顺利开业。

作为餐饮部门，除按要求做好日常防护和体温测量外，欧亚沈阳联营美食广场针对行业的特殊性和门店实际情况，严格安全防控和日常管理。因餐饮经营需要明火作业并存在大量食材，所以美食广场严格控制消杀作业安全，保证防护需要同时采取增加消毒作业密度，严格控制消毒剂浓度等措施保证消防安全。对业户的燃气、水、电、排烟设施设备进行全面检查，保证安全使用和通风良好。

由于美食广场每日接待大量员工和商务大厦租户就餐，就餐人员彼此熟悉，经常存在集中就餐现象，并及时有交流。美食广场管理人员强调加强就餐管理，在明显位置张贴温馨提示，提醒就餐客人保持安全距离。对集中就餐情况给予提醒，并要求分桌或同桌对角就坐快速用餐，避免交流。

在开业初期，餐饮业经营业绩较其它行业恢复较慢，美食广场管理人员耐心做好业户思想工作，提升对业户服务水平，让业户安心。通过一段时间的努力，美食广场营业额稳步回升，提振了业户的经营信心。

办实事 把好看 保安全 渡难关
欧亚沈阳联营美食广场全力保障经营安全



3月6日下午，辽宁东祥金店珠宝有限公司营运部总监李微微，代表东祥金店全体员工向欧亚沈阳联营公司赠送了一面大红锦旗和一封饱含敬意感谢信的感谢信，对欧亚集团沈阳联营有限公司在此次疫情期间为抗疫情、保民生、稳物价以及为供应商提供利好政策表示由衷感谢。感谢信中写到，突如其来的疫情牵绊了全国人民的心，使零售业遭受了前所未有的重创。贵公司的善举，彰显了同舟共济的家国情怀，诠释了共克时艰的责任担当，为企业渡过难关注入了强大的信心和力量。公司总经理严霖表示，欧亚具有大爱、责任和担当，欧亚联营一定和供应商携手面对困难，也衷心希望供应商和欧亚联营同心同德，守望相助，坚定战胜困难的信心和决心，共克时艰，共同携手打赢这场疫情阻击战，更期待疫情后春暖花开时，共赏我双方的璀璨未来！（欧亚联营 吴文霞）

图片新闻

切入即时消费市场 满足不同消费需求

二道外县大区为5个街道及周边小区提供“无接触配送服务”

本报讯（长新 综合部）疫情当前，二道外县大区各店快速反应，积极应对。经联系，欧亚长新购物中心、欧亚东盛商超等多家门店，为长春市二道区八里堡街道、荣光街道、东盛街道、吉林街道、长青街道等5大街道以及周边小区提供无接触配送服务。为了让顾客安心，各店严格监督上岗员工每天测量体温，部署上班员工全天佩戴一次性口罩和

手套，全程无直接接触食物。

自2月12日至今，每日超市收银口装满果蔬等日常生活快消品的购物车排成一排，员工们手脚麻利的对物品进行配货、称重、装袋、出单，忙着核对拣货、准备配送。这段期间共接到周边小区和街道社区的集体采购20余次，共200单，购物品类为水果、蔬菜、主食、调料和零食等民生日常快速消费品，金额总计达4万余元。

暖心服务 助力战疫

乌兰欧亚成立“欧亚小龙人”公益配送小分队

本报讯（乌兰欧亚 魏玲兰）疫情当前，乌兰浩特欧亚购物中心在全市小区封闭管理的情况下，以“便民、利民、服务于民”为宗旨，成立“欧亚小龙人”公益配送小分队。他们身着黄色马甲，带着黄色袖标，穿梭于红城

的大街小巷，满足红城百姓买菜买菜的生活需求。配送小分队每日通过微信惠民群帮助居民代购家居用品、米、菜、消毒水等，对所有的食材、日用品经过细心挑选后，逐一送到小区检查点或居民手中，受到百姓好评。

生命重于泰山，疫情就是命令，防控就是责任。为全力做好新型冠状病毒疫情防控工作，欧亚卖场响应政府号召，保障市场供应，宁可备而不用，不可货少售空，维护价格稳定，守岗履责践行。

守岗履责“践行者”

疫情来临时，欧亚卖场在其它各大商场相继闭店歇业之际，不惧疫情，攻坚克难，全体员工毅然决然地坚守在前线岗位上，其中党员和各级管理人员更是冲锋在前，以率先垂范的实际行动成为守岗履责的“践行者”。一方有需，八方支援！作为疫情期间唯一营业的大型超市，超市工作人员紧缺，党委号召各个支部和广大党员带头实干在一线，各个党支部听从统一指挥，分工明确，有条不紊，责任到人，深入到超市几十个基层岗位中；在冰冷的超市蔬菜库区打包上架，他们不畏寒冷；在超市入口为顾客测量体温，他们不惧风险；在推着清运超市垃圾的大车，他们不嫌脏累；在超市款台专心耐心地做起“临时收银员”，他们不

怕艰难；哪里需要，党徽就在哪里闪耀，为欧亚卖场贡献一己之力，为共克时艰做出最大努力。

党员担当“急先锋”

我是一名欧亚卖场的管理人员，也是一名中国共产党党员，党龄5年。年轻党员就要敢担当，在疫情防控战中，我更要冲锋在前。疫情期间，超市收银急需人手支援，30名来自其它商场的管理人员积极主动参加临时党员培训。培训期间，我认真与超市收银专员学习收银上机操作。曾经任职超市二店管理者的我，虽然从未实际收过款，但对于收款流程并不陌生，经过信息部和超市教员的耐心培训，我仅用了两个半小时，就通

吉林欧亚商都解放店营运部：防疫服务两不误

本报讯（吉林欧亚商都 杨惠雯）吉林欧亚商都解放店2月24日恢复营业后，营运部按照商都防疫要求，每日定时进行人员、货品、卫生、消毒等巡检工作，同时为了在防控工作中更好保障消费者的健康及安全，更加注重暖心细节服务，如设立防控指南提示牌、店内防疫广播温馨提示、物流外卖隔离消毒区、免费提供免洗消毒洗手液、电梯按键一次性纸抽等多样服务，为消费者购物安全提供保障。

在做好疫情防控的前提下，他们坚持服务不掉线，开启线上通道，精心维护官方会员群，及时发送店内信息、发布各品牌微信二维码、秒杀群等方便会员线上安全购物。每日通过欧亚解放店官方抖音发布店内活动信息、新品推荐、护肤、服装搭配等视频吸引粉丝关注。利用抖音直播间联合店内品牌开展线上直播新营销模式，丽人节开展会员线上“云花艺课堂”“复工美妆讲解”与会员进行直播互动，共直播12场，参与直播品牌共12个，直播观看人数5386人，吸粉463人，成交49笔，交易金额8万余元。

你是谁？为了谁？

——一个卖场员工眼中的战“疫”记

过了培训考核。超市收银工作紧张繁忙，一位在我这里交款的顾客还夸奖我：“没想到你一个男娃也能在这儿把钱收的这么利落啊！”得到顾客的认可更增加了我的自信，我是卖场“急先锋”，哪里需要哪里冲！

齐心协力“防疫墙”

为了抓好防控与经营工作，欧亚卖场结合实际开放了10号门和20号门，设专人专岗为进入的顾客逐一测量体温，无疑这里是离“危险”最近的岗位，我为他们命名为“疫情防控战斗队”。战斗队共有14名党员组成，而我就是这支队伍中最年轻的党员。我们分兵把口，一人负责一入口，

在危机中驾驭机会

们能够从中学习到更多有助于我们提升的东西；

其二是借势网络专业的平台，获得会员流量赋能。快速盘活线下粉丝、会员以及店员资源，转型搭建线上的网络销售场。企业和品牌商家将不再仅仅是纯货主零售商，而是进化到流量运营者，“会员资产”才是真正核心的资产；

其三是营销方式的改变，从传统的粗放式营销，转型为线上社群化的精准营销，通过建立微信群，吸纳潜在顾客加入，在群内进行营销活动的推广，借助小程序、微信公众号等新媒体平台，让营销成本更低、营销效果更好；

其四是疫情期间，过后对线上和全渠道的偏好将持续上升，对社区/近生活圈的偏好更加显著。疫情对于配送到家和线上购买的需求刺激已经非常明显，而这种现象的影响在疫情之后将会延续。线上和全渠道的渗透将会持续提升，尤其是日常刚需场景。与此同时，社区和近生活圈作为顾客消费的集中区域，以及全渠道的重要触点，将会吸引更多的顾客。

其五是企业品牌推广，公益形象营销。将企业品牌营销策略与疫情公益联系在一起的市场营销方式，能够快速提高消费者对企业品牌的信赖。在自己擅长的领域内提供力所能及的帮助同时，收获大量品牌声誉。做自己力所能及的事，达到公益与营销的“品效合一”。

最后是服务模式的改变，这场灾难是前所未有的，在疫情过后，消费者的生活习惯、购物习惯都会发生翻天覆地的变化。这促使企业在疫情过后的服务模式要进行调整，在注重亲情化服务的同时，要将安全卫生纳入最基本的服务保障，让消费者在商场内购物不仅舒心，更要安心和放心。

（商业连锁 宋嘉星）



欧亚汇集克时艰 决心齐振冰雪融

这是一支由欧亚汇集保卫部、物业部部长联合带队，保卫干事、技工、电工、商场夜班人员30余名员工上阵的清雪队伍，针对今年降雪频繁实际，他们坚持“下雪就是集结号，雪停做到道路清”，在每次营业前辟出条条清爽通道，为上班员工和顾客出行安全提供有效保障。（欧亚汇集 宋婧璇/文 综合办/图）

品，超市一店俨然成为这次战役的主战场。其中蔬菜区供给量不断告急，而超市许多一线基层员工在家进行自我隔离，无法回到工作岗位，人手十分紧缺。此时欧亚卖场高管团队带领各商场经理、党员和积极分子200余人，不分年龄大小，不分职位高低，积极向超市菜库增援援手，全部自觉加入到超市菜库帮忙包菜。他们大多都是60后的老党员，其中不少的老党员在包菜期间累到如腰突，滑膜炎等旧疾复发，但他们贴上膏药，绑上护腰接着干，无人退缩。家具商场支部书记张仁驰带领本商场所有党员更是揽下最难的“骨头”——包白菜！由于白菜颗大体沉，不能用自动打包机，必须手工打包，难度较大，速度较慢，超市货柜经常供不应求。加之白菜与其它蔬菜不同，必须存放在温度极低的冷库内，所以必须在冷库内打包白菜。我们四人一队，两两一组，一人撑保鲜膜打包，另一人去皮分拣，克服寒冷，相互替换，流水作业，干劲十足，每天打包白菜至少2000斤，保证了白菜及时上柜销售。

党徽闪耀“主战场”

面对疫情的严峻挑战，百姓大量购买蔬菜食

（欧亚卖场 吴昊）

大爱无疆暖神州

因为疫情,2020以一个特别的开年,翻开了历史崭新的一页。

因为疫情,让乡村、城市、连同整个中国都安静下来。

也因为疫情,奋战在抗疫一线的劳动者们,正在为我们此刻的“岁月静好”,负重前行。

当下,正值春寒料峭,那些奋战在抗疫一线的感人故事,却仿佛一束束穿过漫漫长夜的黎明之光,让人内心暖意盎然。

“一年之计在于春”,可是这个春天不寻常。疫情不断蔓延,因感染迅速,全国人民都被要求待在家里不出门,不聚会,不走亲,不见访,防止疫情进一步扩散。这样,不仅是对自己的负责,而且也是对他人负责,更是对整个社会负责。在全中国安静的外表下,十亿多双眼睛每天都关注着电视或手机屏幕上疫情的发展,关注着不断刷新的数字变化。每一个确诊人数的增加,就代表着又一个生命多了一份危险;每一个死亡人数的增加,就代表了一个生命的消亡,那一个心跳动的不是阿拉伯数字,而是一颗颗鲜红的心脏。

然而,就在大家都提高防范意识,相互安慰削减紧张情绪的时候,却有一些特殊的劳动者们逆潮

流而动,迎着料峭的春寒,走出家门,勇敢前行!他们不是走亲访友,也不是节日欢聚,他们不是不珍惜自己,也不是不为他人负责,更不是给疫情当前的紧张形势添乱,而是以冲锋的姿态,奔向疫情最严重的地方。他们,就是全国各地紧张驰援武汉的白衣使者们。

他们在料峭春寒中出发,为罹患重疾的大武汉送去温暖;他们在万家团圆的春节出发,为这个阴霾笼罩的春节增添了圣洁的光辉;他们在亲人牵挂和担忧的目光里出发,为了更多病毒感染者家属们不再担忧;他们在和平时代的祥和与温馨中出发,乘着新时代的春风,奔赴大江边,参与一场空前的大会战……虽然,有太多的医务人员在工作中被病毒感染。但是,他们依然坚挺胸膛,无畏艰险,“人生自古谁无死,留取丹心照汗青”的大无畏精神在他们身上留下了真实的写照。在这个特殊的春天里,勇敢的白衣使者们打响了这一场新时期的“武汉会战”。每一天治愈病例数量的增加,让病毒感染者看到了希望,为全国人们灌注了力量,给这个寒冷的春天洒满希望的阳光……

最可敬可爱的,是年过八旬的

钟南山院士,从疫情出现的第一天起,就时时刻刻冲在抗击疫情的第一线。从17年前的“非典”,到今天的“新冠”;从当年的小汤山,到今天“雷神山”“火神山”;从病毒试剂和疫苗的研制,到日常生活的防护……这位勇敢、智慧而又坚强的耄耋老人,时时处处冲在前,为中国人民树立了一座坚强而温暖的科学靠山!他在哪里,哪里就是抗疫第一线;他出现在哪里,哪里就会蓬勃着希望的春天!

还有,在全国人民都宅在家里,自我防范,享受岁月静好的时候,那些建筑工人们昼夜奋战抢建“火神山”“雷神山”,与疫情赛跑,为武汉加油,为了战胜新冠病毒,抢时间挤空间……用他们牺牲与家人团聚的代价,为病毒感染者撑起一片爱的蓝天!

更有我们身边各个定点医院、疾控中心、卫生监督、市场监管、人民公安等相关职能部门的工作人员,整个春节没有一天休息,时刻坚守岗位,时刻枕戈待旦……目的只有一个:保卫百姓的生命安全。就连社区的工作人员,或是电话访问,或是隔门拜访,殷殷询问有无发烧症状,有无外来人员,有无生活动上的物资需求……这其中一位

马大姐的抗疫事迹,人人之为动容。马大姐是我们社区一位普通工作人员,过年期间每天都忙碌在抗疫一线。早上八上班,她便换上工作服,戴上口罩、手套,开始走家串户,挨家挨户询问有无发烧情况,是否有外出经历,有无外来亲朋……一笔做记录,有时午饭都忘记了吃。下午下班,她并不是马上回家,而是自愿加入到小区保卫室为出入的人们测体温,直到太阳落山,夜拉开了帷幕。每天都这样坚守在为居民服务的岗位上,无怨无悔,不辞辛苦。小区里很多人马大姐送去食品和饮料等,因为天气春寒未融,几位阿姨给忙碌中的马大姐送来棉袄和帽子,以表感谢马大姐的大爱情怀。马大姐和我们一样有家、有子、有亲人的牵挂,但她胸怀大爱的奉献精神,让人敬仰。谁是最可爱的人?我会坚定地回答:马大姐!这就是身边疫情下普通劳动者的大爱情怀,她是温暖的一束光,融化了我们内心的冰寒。一声声节日问候,一句句亲切叮咛,一段段鼓励话语,让在家的我们倍感温暖。我们取消聚会了,我们闭门不出了……但我们没有与世隔绝,我们绝不孤单,我们身边有着无数的亲友甚至陌生人的互

相鼓励,在这个寒冷的春天里,我们前行的路上与全国人民一起同行,暖意盎然!

吉祥中国年,依然红红火火,依然喜庆绚烂;悠悠小康曲,依然在我们心头飞旋;伟大的中国梦,依然沿着明媚的春光延展!

是啊,立春了,春风正奔跑在神州大地!

那么,就让我们轻轻推开窗,迎着依然有些料峭的春风,为坚强的中国,坚强的武汉,送上一份美好的祝愿——

待到新冠病毒消散时,等到春寒不再料峭,等到白衣战士凯旋归来,我们深情而感动地相拥,彼此坚定地送上一句:春寒消融,暖意盎然!

仅以一首《临江仙·大爱无疆》献给抗疫一线敬爱的劳动者们!

临江仙·大爱无疆

大难面前经大爱,一时感动神州。欲将冠网网中收。英雄不落泪,举国正相筹。

四面医人冲武汉,物源紧缺如流。八方援手至瘟休。吾虽弱女子,尚借笔加油。

(商都 刘金芳)

持每天用广播不停地给员工及到店顾客普及疫情防治常识,通知大家不串门不聚餐,提醒顾客注意疫情防护。各基层干部以扎实的工作和无私无畏的奉献精神,为工作人员以及人民群众的生命安全和社会的大局稳定而战。

抗击肺炎使中华民族又一次彰显出伟大的民族精神。不管是狂风骤雨还是大风大浪,中国人民始终团结一心。从1998年抗洪到2003年的非典,从2008年抗震到此时此刻的“战疫”。有困难,中国人就能一起扛,让我们团结一致的是,情怀、是精神、是信仰!

武汉加油!中国加油!我们一定能打赢这场没有硝烟的人民健康保卫战!让我们为此次疫情中逆行的工作者点赞!让我们等待最美逆行者的归来,一起迎接春天的来临!

(通辽欧亚 刘丹)

向“逆行”致敬

彩”,只要绝不放弃的咬牙坚持。以后不再嫌弃人山人海,因为那样才是民安国泰。

“生命重于泰山,疫情就是命令”。面对突如其来的疫情,各相关部门和地方迅速行动,一场疫情防控正在进行。

疫情当前,武汉人民难!全国人民,难!而此时此刻,正有一群人冲在前方,用自己的平凡之躯,为身后的亿万中国人筑起防护的堡垒。

万众一心,共同战“疫”。各地驰援武汉的医疗队伍紧急集合,到达武汉后第一时间投入工作。他们逆行向上,奔向疫情最

前线;他们坚守岗位,用血肉之躯尽绵薄之力支援同胞;他们日夜奋战,用“中国速度”与疫情奔跑。无数的“逆行者”们在国家和人民最需要的时候,做出义无反顾的选择。他们把对家人的爱,对祖国的爱放在心底,他们用忙碌的身影,诠释了生命的意义;他们用坚守的信心,演绎着泱泱大国的生生不息;他们用自己的行动,书写着人生最精彩最难忘的经历!

“只要坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策,我们就一定能打赢疫情防控阻击战!”1月25日,习近平总书记做出重要指

示。从习近平总书记对疫情的亲自指挥、亲自部署、亲赴武汉对前线工作者的慰问,从守望相助到相互鼓励。无数“逆行者”们团结互助,同心协力,众志成城。

逆行,是当前最美的身影。为了打赢这一场战争,合力构筑坚固的生命防线,长春欧亚集团连锁虽已放假,却又重新组织员工复工,以“增加成本自己承担,坚决不跟风涨价,满足市场供应”的承诺,竭尽全力、尽自己全能保障着民生需求。领导班子里也都闻令而动,放弃休假坚守岗位,发挥着模范带头作用。消毒杀菌、登记排查、日夜坚守,坚

坚守,因为被需要

欧亚卖场物业部部长王大,自疫情发生以来,充分发挥党员先锋模范作用,带领物业部检查组成员,对卖场停业商场的水、电、暖气、煤气等设施、设备进行安全检查,确保消除卖场安全隐患。疫情发生后,欧亚卖场为平抑物价保障民生,积极组进货源,原有超市人手紧缺,王大力和物业部员工主动放弃休息,冲入劳动一线,自1月底开始,每天早8点起就全天候坚守在超市蔬菜库房,承包了蔬菜打包、称重、上货的繁重工作。好几次超市大批量进货,因春节员工放假,物业部员工就当上了临时装卸工。有一次,他们卸车3000斤大白菜、5000斤大萝卜、70吨大米、8000件方便面,一站就是一天,累的腰酸背痛。2月1日,超市组进70吨猪肉,王大力带领15名员工二话不说,穿好棉衣就出发。70吨猪肉,整整5个小时没有休息、没吃中午饭装卸完毕。虽然室外温度在-15度以下,但员工们个个汗流浃背。疫情面前,物业党支部全体党员以企为家,班次实行“一班到底”,从开业前的准备到闭店后的安全检查、垃圾清理,处处都有他们的身影,充分彰显了欧亚卖场人的优秀品质。(欧亚卖场 曹国英)

伊通欧亚商超店长于洪,放弃春节与家人团聚的机会,积极响应公司号召,始终坚守岗位,奋战服务一线,在员工心中产生恐惧的时候,她主动靠前宣传引导,与员工并肩战斗。她严格按照县里防控指挥部和商务局对密集场所市场保供的要求,从人员防控、各部位消毒和应急值班等各方面全面准备,监督保洁人员认真对超市的每一个角落仔细消毒。为保持超市正常运转,每天都是最早一个到店里,亲自检查员工测量体温及有无家属是外地返回人员,跟每位员工交代工作后,安

有她在,大家的心就安稳!

排后勤人员支援收银线,安排超市内的员工调整商品陈列及跟踪要货。在疫情传播高发期,许多顾客不敢出门来超市购物,她在惠民群与顾客沟通,顶着被传染的风险,购买所需商品上门送货。于洪每天都会去散称区打包商品,经常忙到吃饭都顾不上。虽然明知自己有胃病,但每次都是吃完药又继续回到超市安排工作。员工们都觉得,她虽然是一名女店长,但完全没有女人的柔弱。店里只要有她在,大家的心就能安稳!(伊通商超 吴迪)

把便利送到居民身边

四平欧亚地直街店长陈彦羽,是去年下半年刚刚转正的党员。在疫情全面爆发的时候,地直街店先后有10名员工被隔离,其中店里仅有的5名收银员也在其中。店内还有1名主管、2名排长、1名客服人员、1名出纳。陈彦羽没有把内心的焦虑带到工作中,而是想方设法克服困难,在她的带领下,店里的两名党员和一名

预备党员直接上阵,全面接手收银线,保证了店内正常运转。这一接手,就是没有休息的一个多月。为了店内安全,陈彦羽组织自营员工,人手一个喷壶,对自己坚守的岗位严防死守,每天保证4次无死角消杀。员工每天两次测量体温,在防控物资紧缺的情况下,陈彦羽紧跟大区中心店步伐,多方面联系手套、口罩、消毒液等物资,

让一线员工的安全有了保障。在很多小区限制出行的情况下,为提升销售,保证供应,在陈彦羽的带领下,地直街店不等不靠,主动出击,启动惠民群送货小分队,积极开发线上交易与员工配送相结合,为周边居民提供便利,获得交口称赞。截至目前,地直街店突击队累计送货66次,金额达2.5万元。(四平欧亚 张敏)

让顾客感受春的希望

调陈列、对账、点货、发货,为客户提供最及时、最优质的服务。闭店期间,王玉玲带领团队建微信群、QQ群,把每一位对品牌感兴趣的顾客都加入其中;坚持每天发精美的产品图片,用美图秀秀做出时尚的整搭配,早晚在家吃;为避免交叉感染,关键时期每人轮流到店里发货,一干就是一天;为保证闭店不停业,即使店内供暖设施不开,她也坚持

客不同需求。面对朋友圈里的恐惧焦虑情绪,王玉玲在群里和顾客互动,通过发送疫情防护提醒、幽默笑话和脑筋急转弯等信息,缓解大家紧张心理,进而引导顾客更多关注群里的新款式、新折扣、流行趋势,哪款适合自己、哪款适合朋友,营造轻松愉快的逛街感觉,让大家感受春的希望,坚定胜利信心。(商都 百家好专柜)

为同事理发的好柜长

欧亚联营营业部保洁柜长吴洋,是一名普通党员,日常工作兢兢业业、任劳任怨。农历二月初二,按照传统习俗,理发是人们在这一天最想做的事情之一。为解决受疫情影响无处理发同事们的烦恼,当兵时学过理发的吴洋带上自备工具,在早上上班前发布了温馨通知,晚上下班后免费为同事们理发,请提前报名预约。他还按报名顺序用微信给大家发放排队号码,让大家等待叫号,避免聚集。下班后,吴洋柜长变身吴洋“理发师”正式开工。为确保安全,理发地点

做了严格消毒,没轮到的不允许进店。经过吴洋的“专业”打造,几位男同事蓬乱的头发被打理得整整齐齐。大家高兴地道谢,吴洋的心也是暖暖的,突然觉着自己与同事们的“距离”更近了。因为时间有限,报名的人很多,吴洋柜长不得不连续多日加班才能为同事们理完。欧亚联营在疫情期间涌现出一大批以吴洋为代表的为民服务好党员、好干部、好员工,他们分别在不同岗位上散发着独特的光芒,为欧亚联营的发展贡献着力量。(欧亚联营 李博)

致妈妈的一封信

亲爱的妈妈:

这是我第一次给您写信,因为我有好多话要对你说。可是,你一直在上班,回家的时候又累的不想说话,所以才想到给你写这封信。

妈妈,每当跟爸爸在家看电视播放疫情新闻的时候,我都非常想你,不知道你在单位干嘛?为什么在这么危险的情况下,别人的妈妈都放假在家陪着孩子,而你却还要去上班?为什么每天回家的时候,都不像以前一样抱抱我,亲亲我?为什么每天回家的时候都要把鞋子脱在门外?

妈妈,我想问你:每天接触那么多陌生人,你不害怕吗?我害怕,怕你会感染上病毒,怕你会生病,我不想让你去上班,可你却对我说:“宝贝,没关系的,妈妈会做好防护措施,会保护好自己,如果妈妈和同事们都不上班,恐怕就会有人饿肚子喽,哈哈!”

妈妈,虽然你只是一名普通的商超工作者,但是,在我心里,你和那些奋战在抗疫一线的医生和警察一样,都是英雄!虽然我还不太明白你所说的那些大道理,可是我知道你做的这一切都是为了更多的人!

妈妈,我希望这次疫情快点结束,你又能像以前那样,一回到家里就抱抱我,亲亲我。

妈妈,我爱你!

(四平欧亚 郭英伟)



3月12日,吉林市妇联主席刘振华、市女企业家协会会长方丽代表吉林市妇联向吉林欧亚商超捐赠口罩1000只,同时对吉林欧亚欧亚商超在疫情防控中稳价保供,保持员工队伍稳定所做的工作给予充分肯定,并表示市妇联将继续发挥“娘家人”作用,有力有序为女企业家协会企业复工复产提供力所能及的支持与帮助,为打赢这场阻击战贡献巾帼力量。(文/图 吉林欧亚商超 张赣元)

「疫」中心语