



2020年5月
30
星期六
农历庚子年四月初八
十四芒种

全员学习曹和平董事长

在集团七届四次职代会上的讲话精神

(详见4版)

吉林省副省长蔡东一行到欧亚农产品物流园考察调研

本报讯 (欧亚农产品物流园 鲁英) 5月26日,吉林省副省长蔡东、省政府副秘书长徐亮、省商务厅厅长王志伟、长春市副市长王海英一行来到欧亚农产品物流园,就促消费、保供应和食品安全、疫情防控情况开展调研。欧亚集团董事长曹和平、总经理邹德东、监事会主席黄永超、欧亚商业连锁总经理于惠舫陪同。

蔡东副省长一行首先来到物流配送中心,询问了在疫情期间采取的防疫措施,民生商品的供应及物流配送情况等。在视察蔬菜、水果存储区时,蔡东副省长详细询问了地产蔬菜的采购、价格、存储及配送情况,曹董进行了一一解答。参观期间正逢欧亚直采的海南荔枝王到货,曹董向蔡东副省长一行介绍了关于欧亚集团的自营、直采工作的进展情况,通过全国的源头采购,既缩短了物流周期、确保了水果等产品的鲜度,同时降低了采购成本和售价,使百姓享受到了实惠,提升了幸福指数。曹董邀请各位省市领导现场品尝,新鲜多汁的荔枝王受到了大家的交口称赞。

当领导们一行来到面积近万平方米的粮油大厅,看到米面油堆积如山,现代化的存储、装卸、运输场景时,纷纷赞叹。曹董介绍了由于疫情期间国家对储备粮的高度重视,欧亚立即提高了储备等级,增加了储备量,全力为民生所需保驾护航。蔡东副省长一行对集团的保供应、稳物价、安全防控等工作给予了高度认可。蔡东副省长表示:欧亚集团勇于承担社会责任,促进了社会稳定,激活了“疫情后时代”的消费活力,推动了吉林省的经济建设及商业环境的稳定与繁荣。

此前,蔡东副省长一行还到白城欧亚购物中心进行了考察调研,对白城欧亚保供应、稳物价、安全防控等工作的落实给予了充分肯定。

长春市委副书记、代市长张志军一行到欧亚新生活购物广场考察调研



长春市委副书记、代市长张志军在欧亚新生活购物广场调研。李明娜 摄

本报讯 (欧亚新生活 李明娜) 深入贯彻落实习近平总书记关于统筹推进疫情防控和经济社会发展重要讲话精神和扎实抓好“六稳”工

作、落实“六保”任务的要求,以及省委省政府和市委的相关部署要求,5月15日,长春市委副书记、代市长张志军就“六保”、“六稳”工作到欧亚新

活购物广场进行调研。欧亚集团董事长曹和平、欧亚商业连锁总经理于惠舫及欧亚新生活班子成员全程陪同。

当天,张志军一行先后对欧亚新

活购物广场B2超市、B1潮运动街区、3F乐生活进行了走访,每到一处,都详细了解市民消费情况及变化、市民对复工复产的反映。张志军表示:“保市场主体是‘六保’的基础,也是维护经济运行的关键环节,自新冠肺炎疫情发生以来,国家推出了政策‘组合拳’为企业减负,助力企业渡过难关,欧亚集团作为商贸企业,在保稳定、保就业、保民生等方面起到了举足轻重的作用,非常值得肯定。”

欧亚集团作为大型商贸连锁企业,疫情期间,在曹和平董事长的带领下,保供应、保就业、稳物价,全面践行企业社会责任。保供应:做到了坚持不歇业、不断供,全员支援超市,满足消费者民生需求;保就业:做到不减员、不减薪,保证了员工利益,扩大自营范围,增加就业岗位;稳物价:加大了自采自营商品比例,减少进货成本,以稳物价为第一目标,放弃利润,平抑市场物价,让消费者得到实惠;被省、市领导誉为商业的“定海神针”。

张志军要求,欧亚集团一定要坚持疫情疫情防控常态化,确保稳就业、稳经营、稳发展。相信在国家的关怀下,在省市各级领导的关怀下,在欧亚各级领导的带领下,欧亚人一定不负众望,为激发市场活力、恢复市场活力注入强劲动能。

务实高效 守正出新

——本报编辑部专访欧亚集团副董事长、总经理邹德东

本报记者 苏艳丹



高端访谈

5月20日,在长春欧亚集团股份有限公司九届六次董事会上,邹德东先生被选举为集团副董事长,经曹和平董事长提名,聘任其担任集团公司总经理。21日,本报编辑部对邹总进行了专访,此次访谈中,敬畏、学习、传承、发展、质量、利润,成为了邹总提及的高频词。

秉承敬畏之心 履行岗位职责

这是个绿意盎然的下午,在集团总经理办公室,记者与邹总面对面进行交流,提及担任集团总经理的感受,邹总说道:“感谢董事长的信任,感谢大家的支持,能够出任欧亚集团总经理,我倍感珍惜和敬畏,这是信任与重托,更是一份沉甸甸的责任,定当躬身笃行,履职尽责。同时,志良总经理是商业精英、行家手里,这次志良将总经理这个接力棒传到我手里,我会向他多学习、多交流,守正出新,不辜负大家的重托,不辜负员工的期许,传承做好我的这一棒。”

坚持学习之心 贯穿工作始终

“董事长精力充沛,博闻强记,他的高瞻远瞩、运筹帷幄的能力,对市场的感悟与判断能力,寻找、发现、捕捉机会的能力,机智、敏锐、果敢的行事风格,是我乃至我们欧亚人永远学习的榜样。”邹总如是说。

交谈中记者了解到,从去年2月份来到集团担任副总经理,到如今担任总经理,邹总已经在集团工作了一年多的时间。邹总之前在多个岗位担任过领导,管理经验非常丰富,但谈



欧亚集团副董事长、总经理邹德东 苏艳丹 摄

及集团工作,邹总却非常谦逊,总是把学习放在第一位。用邹总自己的话说:“我是一个地地道道的商业新兵,无论是专业知识还是管理经验上,都有很多欠缺和不足,因此,向董事长学习、向志良总经理学习、向班子成员学习、向合作伙伴学习,将贯穿工作始终,贯穿工作的整个任期。”

践行爱企之心 传承企业精神

自加入欧亚大家庭开始,邹总就在内心深处铭记了“静心尽力、诚实守信、勤俭善持、团结互助”的企业精神,并时刻用心去领会、去感悟企业精神在欧亚人身上的每一次践行。无论是去年集团“三增竞赛”,欧亚人迎难而上、奋力向前的精神;还是在自采自营工作中,欧亚人敢闯敢拼、敢为人先的精神;以及在本次新冠肺炎疫情期间,保供应、稳物价,欧亚人朴实无华、甘于奉献的精神,都深深感动着邹总,尤其是在集团经营班子成

员身上,他看到了团结、拼搏、务实、高效等优良作风的完美展现。邹总说:“专业的高管团队,可敬可爱的欧亚人,他们是企业精神忠实的践行者,我会坚定不移地传承企业精神,传承班子的优良传统。”

恪守务实之心 拼搏进取求发展

“欧亚集团‘三星战略’的宏伟蓝图早已绘就,战战兢兢、催人奋进。能够投入到企业建设的伟大征程中,是非常幸运的事情。未来,我会团结带领经营班子,务实高效,拼搏进取,不负重托,不辱使命,扎实做好各项工作。”邹总说道。

据邹总介绍,集团七届四次职代会报告明确了2020年的工作目标,思路清晰,重点突出,措施得力。企业今年完成这些任务和指标面临很多挑战,国际政治经济形势纷繁复杂,国内经济前期受到疫情影响,商业模式出现新变化等,都

给社会各个方面带来了很大的不确定性,针对这些不利因素,就需要我们经营班子沉着应对,主动作为,勤于思考,精于管理,创造性地开展工作,推动企业高质量发展。

一是要强基固本,科学管理,夯实各项基础工作,提升企业自身的核心竞争力,降本降耗,提升数字化科技运用能力,增强企业抵御各种风险的能力。在工作中,要注重长期规划与短期目标相结合,坚持宏观决策与微观落实相结合,凡事从大处着眼、从小处着手,把工作做实、做真、做细。

二是要稳中思变,变中求新。商业永恒的不变是“变”。经济社会不断发展,新商业模式层出不穷,客观要求我们必须研究、尝试经营模式的创新,为企业助力,使企业走在行业发展前列。邹总说:“坚持经营模式与时俱进的创新,进一步丰富经营模式和手段是很必要的,比如正在做的线上与线下的融合,下一步要寻找更切合实际的方式、方法去做,这是时代进步对企业提出的新要求。”

三是注重研究、寻找新的利润增长点。据邹总介绍,企业效益是企业生存发展的动力源,在企业多年的发展进程中,传统的利润增长点已经被欧亚人用到了极致。那么新的利润增长点在哪,有哪些新的经营模式可以为企创效,为员工增收,就值得我们经营班子成员去思考、去践行,现在做的自采自营就是企业增加利润增长点的一个突破,应该作为一项主要工作深抓落实,不断完善细节、提质增效。

“我们要用担当务实来表明我们的工作态度,以高效有序来检验我们的工作能力。在欧亚集团伟大事业发展的接力赛中,跑出我们这一棒的好成绩!”采访结束前,邹总用坚定的语言,表达了本届工作任职的决心。

不驰于空想 不鹜于虚声 合力以奋进 实干以兴企

欧亚集团2019年年度股东大会、董事会、监事会“三会”顺利召开

本报讯 (集团 程功) 2020年5月20日上午9时,欧亚集团2019年年度股东大会、九届六次董事会、九届六次监事会相继在公司六楼第一会议室顺利召开,会议选举邹德东同志为公司副董事长,经曹和平董事长提名,聘任其担任公司总经理;选举黄永超同志为公司监事会主席;于志良同志仍为欧亚卖场董事长、总经理。全部议题均以超过99.4%以上的高得票率通过。

2019年年度股东大会由总经理于志良主持,董事会秘书苏焱在会上作了2019年度董事会工作报告。出席大会的有公司部分董事、部分监事、在全体高管、见证律师和《上海证券报》驻场记者。根据上证所信息网络有限公司反馈的现场与网络投票合并结果,股东大会审议通过了《2019年度董事会工作报告》、《2019年度利润分配预案》、《关于补选非独立董事的议案》、《关于补选监事的议案》等13项议题,还听取了《独立董事2019年度述职报告》。特别值得说明的是,《2019年度董事会工作报告》、《2019年度利润分配预案》等8项议案得票率为99.91%,为近年之最;《关于补选非独立董事的议案》、《关于补选监事的议案》等2项议案得票率为99.8%,多项议案的高得票率,彰显了资本市场对以曹和平董事长为首的欧亚集团的充分肯肯与赞许。

九届六次董事会由曹和平董事长主持,经曹和平董事长提名,董事会同意聘任邹德东同志担任公司总经理。曹总首先代表公司对邹总的当选表示祝贺,并对邹总提出了“勇于担当、敢于作为、助力公司发展”的殷切期望。邹总在会上表示,“感谢董事长与公司董事会的信任,我一定不辱使命,勤勉尽职,做好接棒工作”。

在九届六次监事会上,与会监事全票选举黄永超同志担任公司监事会主席。

2019年是公司成立的第35周年,也是欧亚发展的一个重要里程碑。几十年来,欧亚的良好口碑不是吹嘘的,而是踏踏实实做出来的;欧亚庞大的粉丝群不是一蹴而就的,而是日积月累逐渐形成的。对于实体零售人来说,2020年是艰难险阻与机遇挑战并存的一年,相信欧亚人以35年的奋斗营商经验为契机,不驰于空想,不鹜于虚声,上下合力,同心同德,顺势而为,真抓实干,紧扣时代发展脉搏,紧跟掌舵人曹和平董事长的思维步伐,全面充分发挥公司“三会”决策力、执行力与监督力,进一步提高公司的经营效益,为股东分配更多利润,为供应商提供更多平台,为员工提供更多归属,为社会创造更多价值!



欧亚集团2019年年度股东大会、董事会、监事会顺利召开。苏艳丹 摄

欧亚卖场于志良总经理喜获吉林省卓越贡献民营企业企业家称号

本报讯 (欧亚卖场 刘怡梅) 日前,省委、省政府召开全省服务企业大会,会上隆重表彰了在我省全面振兴进程中做出重大贡献的民营企业和民营企业企业家。作为中国民营企业500强的欧亚卖场荣获“吉林省优秀民营企业”称号,欧亚卖场董事长、总经理于志良被授予“吉林省卓越贡献民营企业企业家”称号,省委书记巴音朝鲁代表省委省政府向受到表彰的优秀民营企业和优秀民营企业企业家表示热烈祝贺。

自从欧亚卖场诞生之日起,曹和平董事长就将欧亚卖场的定位确立为“既是长春的,也是世界的,既是民族的,也是人类

的”。多年来,欧亚卖场遵照曹董“欧亚卖场要做大”的战略部署,在于志良总经理引领下,按照民营企业发展机制与模式,躬耕实践,做大主业,逆势图强,稳健发展,已经初步实现了享誉世界的阶段性目标。欧亚卖场在强势发展进程中,历经百转千回的艰难险阻,从一个偏居一隅的城郊接合部的仓储式商场做起,一跃晋升为享誉世界的超大型现代化购物中心,挺进中国民营企业500强,成为全国就业与社会保障先进民营企业。十几年来,欧亚卖场整体规模大幅提升,质量效益稳步提高,经营结构持续优化,企业文化特色鲜明,职业经理人

队伍快速壮大,各项管理规范有序,社会认可度极大提升,销售、利润等经济指标稳健地双位数增长,不仅偿还了历史欠账,累计实现利润总额35亿元;为全体员工分8.5亿元;提取固定资产折旧9亿元;年销售额从不到1个亿增长到188亿元,单日销售额从最低不足万元增长到最高销售额突破2亿元,对市场的掌控力和话语权不断增强;建筑面积由3.6万平方米拓展到60万平方米,打造20万平方米超大型停车场,每一平方米的建筑面积、每一寸土地的获取、每一项效益的取得都倾注了智慧与汗水,成为自成体系的购物、休闲乐园;企业资产良性化增长,

固定资产市价预估总值超200亿元,为企业和员工积累了大量财富;以独有的企业文化在全社会树立了广泛的良好口碑,锻造了一支充满活力与战斗力的高素质员工队伍,奠定了企业强势发展的核心竞争力等,为集团发展做出重大贡献,被曹董誉为欧亚集团的“定海神针”,没有辜负曹董的重托和员工与股东的期望,于总也荣获国务院政府特贴、全国优秀商业企业家、吉林省杰出创新创业人才、吉林省拔尖创新人才等众多殊荣,受聘东北师范大学和吉林财经大学硕士研究生导师……本次获奖充分体现了省委省政府对民营经济发展的高度重视,对民营企业家的

关怀与尊重,既是对总作为民营企业多年殚精竭虑、学以致用、知行合一、深耕卖场的认可与褒奖,也是对欧亚卖场担当繁荣商贸、拉动内需、稳岗创效、保障民生等责任的高度肯定,同时,进一步确立了欧亚卖场民营企业的经济性质,为企业未来顺利发展提供了体制保障。

未来,欧亚卖场将再接再厉,二次创业,全力加速曹董规划的欧亚汇集建设项目,打造方圆一平方公里、年销售一千亿元的“千亿级工程”,快速把曹董描绘的恢弘蓝图化为现实的繁荣盛景,成为欧亚集团生生不竭的“聚宝盆”和留给未来的一份值得骄傲的“祖业”。

长春市纪委书记王长久一行到欧亚东盛商超检查督导

本报讯 (欧亚东盛商超 李秋实) 5月19日14时,长春市纪委书记王长久、市纪委监委孙晓峰秘书长、二道区委书记吴相道一行到欧亚东盛商超检查督导疫情防控及超市民生商品供应保障工作,同时对欧亚商超东盛店被评为国家级放心超市进行了参观。欧亚集团曹和平董事长、欧亚商业连锁二道外大区总户继续陪同。

大型商超超市是疫情防控的重中之重,“菜篮子”“米袋子”“果盘子”,都是事关民生的大事,特别是当前这一特殊时期,欧亚商超东盛店作为国家级放心超市,更要以对人民群众身体健康和生命安全高度负责的态度,每天对购物车、购物车等进行定时消毒,保证场所良好通风,员工上下班佩戴口罩,测量体温,洗手消毒,确保为市民提供安全的购物环境。千方百计保证市场供应充足、品种丰富、价格平稳。以百姓平稳有序的生活,彰显城市活力,提升群众的幸福感和安全感。

当天,市委、区委领导对欧亚集团在抗击疫情、维稳控价等方面工作给予了高度评价,对商业一线人员的辛勤付出给予了高度赞扬。领导们亲切地说:“到东盛超市买东西,就有种想把购物车装满的冲动,东盛商超的家居馆无论是商品还是服务,一进去就让人有购买的欲望”。未来,欧亚东盛商超将进一步严格疫情防控工作不放松,促进经济恢复发展。

琿春市委书记陈胜到琿春欧亚购物中心考察调研

本报讯 (琿春欧亚 张凯) 5月7日,琿春市委书记陈胜一行莅临琿春欧亚购物中心进行考察调研,欧亚商业连锁延边大区总经理王芙蓉全程陪同,并对疫情期间如何保障市民生活供给方面与复工复产后经营情况,防疫工作举措及为合作方商减租免租等措施进行了详细介绍,听取汇报后,陈胜一行领导参观了欧亚延百线上直播间,陈胜对欧亚线上拓展销售的做法给予鼓励,并现场委派商务局局长共同参与直播带货,对琿春欧亚各项工作情况给予高度评价。

长春市绿园区委书记张洪彬到欧亚春城购物中心视察

本报讯 (欧亚春城 陈鹏) 5月22日下午,长春市绿园区委书记张洪彬一行十余人到欧亚春城购物中心检查疫情防控工作。欧亚集团副董事长、欧亚商业连锁总经理于惠航,欧亚商业连锁绿园广场大区总经理王艳丽陪同。

张书记首先查看了欧亚春城的疫情防控工作,重点对门前测温扫码、公共区域消杀进行视察,对欧亚春城的疫情防控工作予以高度评价。随后,在于总、王总的陪同下,张书记一行参观了欧亚春城各楼层的经营情况。在超市,于总诚挚地邀请张书记走进“欧亚大粮仓”进行参观指导,于总介绍到,欧亚大粮仓是曹和平董事长亲自指导建设的,本次疫情期间,欧亚春城的大粮仓起到了至关重要的作用,正如曹董所说,欧亚在保障市场供应和抑制物价民生上起到了“定海神针”的作用。随后,张书记又参观了服饰商场和家电商场,走到欧亚春城小程序直播平台时,于总和于书记就当下的线上直播带货进行探讨,当场安排商务局与欧亚春城对接线上直播相关事宜,利用政府搭建的平台助力企业发展。视察结束后,张书记对欧亚春城的经营状况和营业环境进行高度评价,还特意嘱托商务局和正阳街道要大力支持欧亚春城的经营,要为企业发展开绿灯,主动为辖区企业服务。



视察活动现场 陈鹏 摄

长春市朝阳区副区长谭景凤到欧亚新生活购物广场指导工作

本报讯 (欧亚新生活 高淑玲) 5月21日上午,长春市朝阳区副区长谭景凤一行到欧亚新生活购物广场检查指导工作,欧亚商业连锁副总经理、欧亚新生活购物广场第一副总薛立军携班子成员陪同参观,并在会议室举行座谈会。

薛总向谭区长详细汇报了具体的疫情防控情况部署及民生商品供应储备情况。薛总介绍了因疫情带来的影响及企业实际存在的困难和问题,谭区长针对问题给予解答及指导,并对欧亚新生活购物广场疫情期间为市民提供安全的购物环境等各方面做出的贡献给予肯定和赞扬。

薛总提出,欧亚新生活购物广场目前正在打造夜市经济及屋顶花园绿植种植等问题,谭区长表示将给予最大的支持,同时也鼓励新生活全体员工在目前的特殊时期要坚持不懈,努力打好这场特殊的战役,在做好疫情防控的同时,做好经济复苏工作,为吉林省经济的发展贡献力量!

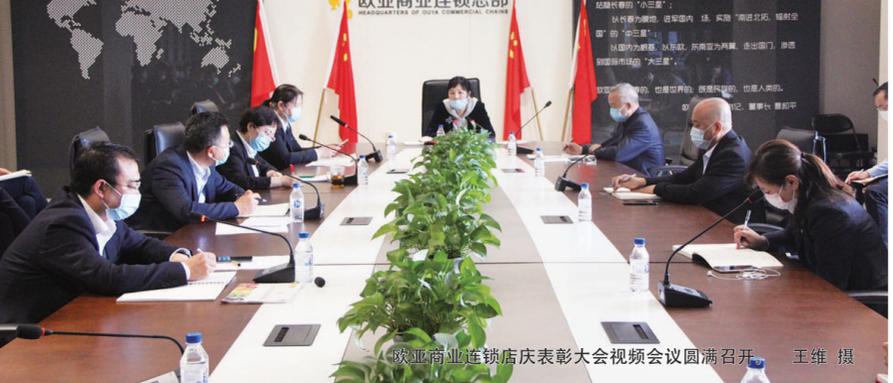
欧亚商业连锁举行集团36周年庆表彰大会

本报讯 (欧亚商业连锁 经理办) 5月19日,欧亚商业连锁在总部七楼举行欧亚集团36周年店庆表彰大会视频会议。会议本着高效、简洁的原则,首先公布了“最佳业态奖”、“最佳大区销售奖”、“十佳综合百货店”、“最佳营销创新奖”、“最佳销售供应商”“自采销售奖”等店庆表彰决定。随后,商业连锁百货、家电、超市三大业态总经理分别阐述了下一阶段的营销工作思路。欧亚商业连锁于惠航总经理现场发表了总结讲话。

于总指出,2020年是一个非常不同寻常的一年,疫情导致全

球的政治环境、经济环境发生了巨大的变化,在变中求生存,在险中谋机遇,这一年是企业生存发展非常关键的一年。

于总重点讲了三个方面的“落实好”:一是落实好曹董反复强调的“三个一点”:节约一点、创收一点、争取一点;二是落实好疫情防控、市场供应、线上营销、供企关系的“四个稳定”;三是落实好“四个发力点”,即加大营销、管理、培训、自采自营的力度。于总号召商业连锁各大区、各部室对曹董在职代会上的讲话进行认真学习,理解内涵,确保把各项经营工作落到实处。



欧亚商业连锁店庆表彰大会视频会议圆满召开 王维 摄

欧亚商业连锁“六大经济”并举 开创营销新格局

本报讯 (欧亚商业连锁 刘珊珊) 在5月19日召开的欧亚商业连锁36周年店庆总结表彰大会上,欧亚商业连锁副总经理苏春焕围绕于惠航总经理对全年营销工作的部署,结合市场实际情况,提出了“六大经济”营销策略,即:粉丝经济、网红经济、周末经济、异业经济、会员经济、夜间经济。

“六大经济”为今后的营销工作指明了方向,明确了重点,需要我们以更高的标准、更严的要求、更实的举措来全面落实。总部营销策划部下半年将以“六大经济”为总领提纲,推进各项工作的开展,并于近日下发红头文件,线上和线下召开门店营销研

讨会,为长春区、外阜区各大门店全面解读“六大经济”。

做强粉丝经济。通过加强微信小程序的日常维护、小程序的宣传拓展和有序开展直播带货,全面发挥欧亚集团小程序强大的粉丝力量,带动营销。

做好周末经济。为促进消费市场回暖,紧抓机关、政府实行每周2.5休息日的契

机,各门店结合实际,从活动方案设计、销售、交易笔数的完成情况三个维度,开展自主营销,吸客引流。

做好异业经济。各门店遵循“1+n”的模式开展异业合作活动,集中社会资源,与异业公司搭建平台,发挥欧亚商业连锁门店基数大、覆盖面积广的优势,将营销活动统一包装宣传,打造大营销氛围。

做细会员经济。从6月份开始,定于每个月的第2个星期五开展“欧亚商业连锁宠粉日”主题营销活动,并将该活动作为每月“宠粉日”的常规主线活动进行延续,使会员形成消费习惯。

做精夜间经济。结合市政府提出“夜动春城——长春夜间好去处”系列活动,要求长春及外阜各店,根据实际情况开展“夜间经济”,打造欧亚“夜间经济”名片,展示幸福欧亚的人文风尚和都市形象。

曹和平董事长在5月7日的职代会曾提到:“我一直认为线上和线下一定是互动的”,“六大经济”既涵盖线下,也涵盖线上,是线上线下营销的全面融合,要通过这种全融合态势,让线上线下的竞争关系转化为互补关系,实现双向闭环引流,开创营销新格局。

欧亚沈阳联营家电商场重装升级盛大启幕

本报讯 (欧亚沈阳联营 王鹤飞) 5月19日,历时一个半月的紧张装修,科技风格的欧亚沈阳联营七楼家电商场完工,同时也拉开了欧亚沈阳联营2020年度装修改造工程的大幕。

欧亚沈阳联营七楼原为家居商场,装修改造后,将原八楼家电商场移至七楼,为公司下一步打造影院项目和升级餐饮娱乐项目做好准备,也是优化公司经营结构,实现现代化商业经营布局标志性的第一步。升级后的家电商场整体风格简单时尚,具有强烈的现代感,黑白灰的主色调让空间更加铿锵有力,突显家电产品的高端和品质,也更加迎合现代年轻人对自由感和科技概念的追求。环形闭合式动线,整体大家电包围小家电的布局,更加方便消费者选购商品,并有效提升套购成交概率。装修后,小家电商品的陈列档次有了很大的提升,整体

更加有序、醒目。

贺家电商场新店开业,5月19日,韩国大宇电器、奥克斯空调同步入驻欧亚沈阳联营,为家电商场增添了新的力量。同时,新品也给了广大消费者带来新款首发机型和多款新店开业专供机,并推出满减和购机赠礼等多种优惠。

重装后,海尔家电各品类统一集合至南侧,品牌形象得到很大的提升,开业即推出520内购会活动,多重赠礼回馈消费者;西门子、博世品牌推出开门抢机型、大型冷餐会、预存抵现金和套购赠礼等活动;三星家电推出520告白日活动;方太厨电推出正价商品新店专属8.2折活动……在欧亚沈阳联营家电商场全体员工和所有品牌的共同努力下,家电商场不负众望,在5月20日活动中销售60.7万元,超预期133%,实现开门红。

辽源大区召开落实集团七届四次职代会精神暨2020年提质增效动员部署大会

本报讯 (辽源欧亚 综合部) 5月12日6时30分,欧亚商业连锁辽源大区组织召开欧亚集团七届四次职代会精神落实暨2020年提质增效动员部署大会。辽源大区领导班子、东丰欧亚管理班子、辽源欧亚各商场部室管理者、全体自营员工参加大会。

会上,辽源欧亚购物中心副总经理于明芝代表班子宣读了辽源大区提质增效方案内容,东丰欧亚、辽源欧亚各商场部室负责人先后进行了提质增效的发言;辽源欧亚购物中心副总经理田二力代表大区班子进行了“现金安全责任书”的内容宣读,辽源大区总经理王延同所有门店及商场部室负责人逐一签订辽源大区“应收尽收 颗粒归仓”禁止私设小金库、私收私留现金安全责任书。

最后,王总向全员传达了集团七届四次职工代表大会精神,并向全员进行了2020年提质增效动员部署。王总用辽源大区前四个月的经营数据与整体形式,以及疫情期间的措施做法与成果成效分析了各门店、商场的经营态势。同时,王总用商场部门费用支出与营业外收益对比分析了节约增效的效果与努力方向,号召全员用实际行动为企业经营发展节约创效,从自我做起、从日常工作做起,学习借鉴好的做法,取长补短,相互促进,切实在工作中的每个环节深度挖掘,充分实现节约创效、全力从各个角度争取,并为企业多奉献、多担当,真正起到主人翁的作用,共同建设美好的欧亚家园,全员一心、共同努力,让节约创效工作成为提升辽源大区经营效益的重要力量。

欧亚沈阳联营超市直播首秀获成功



直播活动现场火爆 刘鸣慧 摄

本报讯 (欧亚沈阳联营 刘鸣慧) 5月19日,欧亚沈阳联营超市推出直播首秀活动,2小时直播,近5000人次在线观看,13000余人次点赞,成交近600笔,销售突破1万元,200余人通过直播加入超市销售群,在多方合力助推下获得较理想的成绩。

直播前一周,欧亚沈阳联营超市对各品牌商品做了广泛的调研,结合厂商及超市各柜组商品销量排名、口碑、毛利等综

合评估,最终确定直播商品49个,覆盖网红零食、饮品、坚果、速食、冷冻食品、酒水、美妆、卫生洗涤用品以及沈阳本土、朝鲜特色小吃等。经过与供应商的反复沟通、洽谈,将商品折扣力度争取到沈阳市最低。超市两位经理化名大峰和小慧亲自上阵担任主播,现场试吃、试用,让观众近距离观看和感受优质商品,力推直播商品销售。在直播过程,中只要观众在评论区留言“超市大卖”即可参与抽奖活

动,现场互动活跃、气氛热烈。49个直播商品依次推出,全部受到观众欢迎,其中,小米小子每日坚果礼盒和QQ鸡架限量100份,在主播刚推介几分钟内就被抢购一空。欧亚沈阳联营超市整场直播首秀得到观众朋友们的认可和喜爱,主播大峰和小慧也收获众多粉丝。首战告捷后,欧亚沈阳联营超市团队信心倍增,将继续用新思路去探索新模式、新营销,在艰难的市场环境下努力寻求新的突破!

生活常识

▲巧切松花蛋：用刀切松花蛋，蛋黄会粘在刀上。如果将刀在热水中烫一下再切，就能切得整齐漂亮了。另外还可将松花蛋剥开，既均匀又不粘蛋黄。
▲炒虾提鲜：炒之前，可先将虾用浸泡桂皮的沸水冲烫一下，然后再炒，这样炒出来的虾，味道更鲜美。
▲嫩炒鸡蛋：将鸡蛋打入碗中，加入少许温水搅拌均匀，倒入油锅里炒，炒时往锅里滴少许酒，这样炒出的鸡蛋蓬松、鲜嫩、可口。
▲巧用“十三香”：炖肉时用陈皮，香味浓郁；吃牛羊肉加白芷，可除膻增鲜；自制香肠用肉桂，味道鲜美；熏肉熏鸡用丁香，回味无穷。
▲冷冻食品解冻法：肉类适宜在室温下自然解冻，在水中解冻会使营养流失；家禽宜在水中解冻，但未去内脏的最好在室温下自然解冻。
▲不要掰着吃药片：有的人吃药时总是喜欢把药片掰开吃，以为药片小了利于吞咽，其实药片掰开后变成尖的，反而不利于下咽，还易划伤食道，所以药片不要掰开吃。

(编辑部)

欧亚商都直播经验分享：如何“设计销售”

本报讯（欧亚商都 阮景昕）在欧亚集团36周年店庆期间，欧亚商都先后举办了四次主会场直播活动，销售额和观看人数均呈现出逐次递增的良好态势。据统计，四次主会场直播的数据分别为：销售额依次为4.8万、12.3万、17.2万和32.8万元，观看人数依次为1.6万、8.3万、15.2万和17.8万人次。同时，由品牌组织的直播活动已达248场，其中成绩比较好的四次，是精品商场兰蔻直播观看人数5875人次，销售额3.3万元；COACH直播观看人数7174人次，销售额6万元。六楼家居儿童商场宜家软装观看人数2278人次，销售额3.3万元；罗莱家纺直播观看人数4766人次，销售额5万元。通过这些数据能够看出，欧亚商都的直播活动一步一个脚印在不断进步，这是在网购中心、顾客服务部、企划部、业务部、营业部及各商场、部室的共同协作努力下取得的初步成果。这里与大家分享一下，欧亚商都直播活动的经验。

总的来说，销售应该是设计出来的。兵法云：“夫未战而庙算胜者，得算多也；未战而庙算不胜者，得算少也。多算胜少算，而况于无算乎！吾以此观之，胜负见矣”。在直播开始前能否计算出销售额，则体现着一个直播团队的专业能力。

我们可以将决定一次直播活动的成败关键环节分为：流量（直播观看人数），商品点击量（有多少人直播的商品感兴趣），转化率（有多少人下单），以及客单价。以上几项指标，基本能反应出一场直播的综合成果，而这些指标也就决定着销售额。所以，我们不仅要提升销售的结果去评价直播活动的成败，更应提升销售转化率针对上述指标的分别进行改善，才能达成更为理想的销售结果。即使现在不能得到完整的统计数据，但依然可以通过分析这些环节来找到提升直播销售的方法。

一、流量。这个指标看似比较好理解，也可以从直播后台得到本数据并比较差异，实则不然。因为流量的质量对转化率有着直接影响，换句话说并不是直播间进来的人越多越好，而是潜在用户越多越好。这也是为什么集团小程序的直播比抖音、快手等平台更适合欧亚商都开展直播活动。娱乐性直播平台的用户基数虽然足够大，但我们从中获得潜在用户的能力不足，所以无法以获



欧亚商都直播活动现场 江威摄

得有效流量。集团小程序的直播尚处于启动培养阶段，我们在努力提升传播手段和推广能力。相信通过完整、系统的运作，直播活动完全有机会能得到充足的有效流量。其实自媒体的流量问题，也是所有零售企业发展中遇到的共同问题，希望我们可以另文进行讨论。

二、商品点击量。商品点击量和商品点击率是两个相似又不同的指标。我们这里说的商品点击量，是反应了直播间用户对我们选品的感兴趣程度。不管是品牌各自组织的直播活动，还是商都组织的主会场直播，主播都在很大程度上影响着商品点击量，否则直播间就与一个静态的网上商城没有区别。通过主播的介绍，观众更全面的了解到商品的优点，产生购物兴趣，有冲动去点击购买链接，这是我们期待的结果。然而事实真的如此吗？一个好的主播肯定是稀缺资源，一批好的主播只能通过培训和刻苦训练获得。商品点击量目前在我们的直播间没有直接指标可以体现，所以直播的运营人员要花费心思去判断每次直播的商品受欢迎的程度。

三、转化率。这里所说的转化率，是指

观众打开购物链接到下单支付的比例，可以说转化率是决定直播总体销售额最为核心的指标，也是考验一个直播团队硬功夫的关键。因为影响转化率的因素实在太多了，简单来说，转化率受以下几项主要内容影响：主播讲解商品的效果，商品图片和详情内容，每场直播的定位，直播选品对于观众的匹配度（引入目标用户的数量），在线客服的解答响应速度和专业水平，商品库存量。这里我们没有谈商品折扣力度或活动内容，如果一款商品在主播不介绍的情况下就可以售罄，那这件商品放在任何渠道都可以实现销售。当然商品折扣力度和活动内容对于直播间来说非常重要，这里我们暂时先不讨论。在谈到商品点击量时我们已经提到主播的价值，转化率也同样受主播专业能力的影

响，无需赘述。再说商品图片和详情，请大家关注我们现在直播间内的商品主图与商品详情，欧亚商都各品牌刚开始做直播时，一些长宽比例明显变形的图片仍然存在，而大多数的商品详情仅仅是一张图片，有的商品是多个颜色可以选择，但图片展示却都用了同

一张图片，难道观众会体谅到我们组织直播工作的困难而降低标准吗？要知道进入直播间的消费者一定会用他们在专业电商平台的购物体验来评价我们的直播活动，这也是互联网行业竞争的残酷性。我们的竞争对手不同于实体店是来自本地，而是网络联接的全国甚至全世界的无数从业者，所以欧亚商都一直是以“全国一流直播间”作为努力方向。

另外，直播期间在线客服的解答非常关键，这也是为什么欧亚商都主会场直播活动每次都有上百人参与，观众下单的冲动往往就因为一个简单问题没有得到及时响应而放弃，主播无法解答每一个顾客的提问，所以配合直播活动的微信群以及群内的客服人员需要准备充分。最后也是最为重要的因素——库存量。闯过了前面重重难关，当观众下单却发现库存不足，这是在选品时就应该避免的问题。受我们经营模式的影响，大多数商品我们不能决定库存量甚至不能决定活动内容和价格。为了保证直播活动的成果，在直播活动的每次选品，各商场的负责人做了大量的沟通工作。受疫情影响，在今年下半年全渠道都会面临有效库存不足的危机，直播活动的选品将难上加难。所以我们在积极组织预售活动，重点挖掘有补货能力的单品。同时在欧亚商都组织两省三地七店直播的过程中，我们也磨合了云库存的协作流程，也获得大量实战经验。

四、客单价。这个指标比较好理解，与实体店的销售一样，在选品、活动设计和直播介绍商品时，如果能将几件商品进行巧妙组合，就可以提升直播销售的客单价。比如欧亚商都顾客关系部在设计直播环节时，将赠送的红酒与菲仕乐红酒杯进行的搭配，在520直播时将鲜花和巧克力进行搭配，而最有趣的一次搭配是咸鸭蛋配大米饭，把欧亚商都自采的海鸭蛋、大米和电饭锅一并进行了妙趣横生的介绍。

以上简单分享了直播销售的四个主要环节，可以说这些环节的胜算多少，基本决定一次直播活动的成败。所以说销售是设计出来的，就是在我们直播的准备过程中，每次都是围绕这些内容反复推敲。我们必须对每一款商品的销量进行预估，并根据直播结果总结经验提升下次预估的准确度，只有这样我们才能真正设计出销售。

如何做好“线上+线下”同步销售

2020年对于大家来说是极不寻常的一年，面对突如其来的新冠脑炎疫情影响，很多企业出现了关店潮。但是我记得，风雨过后必见彩虹。现如今实体经济相对于以往变得难了许多。我相信一句话，所有的挑战与机遇都是并存的。现在我们最大的挑战就是疫情后时代如何维持好销售。

面对客流少的情况我们应该把重点放在如何让来逛街的顾客不空手而归。服务是我们的金字招牌当然必不可少，另外就是如何将新顾客变成自己的“老顾客”，让顾客在我们的朋友圈依然能感受到线上购物的热情。之前有句话说，线上电商要比线下实体店好做，因为线上的流量大、潜在用户多、客户体验好，加上各种网购APP的出现，大家逐渐都习惯了网购。当年在央视年度经济人物颁奖晚会上，王健林还跟马云立下了一份赌约，马云认为10年内电商销售在中国零售市场份额能达到50%的份额，超过线下。然而2019年，公开资料显示，电商的消费份额占

全国零售总额的比例，也不足总经济的1/4。

在未来，线下实体店依然是我们生活不可或缺的一部分。发展方向只会向着更加智能高科技的方向前进，并且与线上的数据深度融合。线上的优点是我们可以用数据来学习并用在实体经济的必需品，做好线上、线下同步的销售才是未来发展的必经之路。从消费者的角度来说关心的，只有购物体验是否愉快，消费体验是否满意。在线下实体店购物时，有很多线上没有的优点，例如亲眼见到、甚至触摸到商品，衣服可以试穿、妆品类可以试等等。我们的企业要想做好线上体验就要充分运用VR和AR技术，给予顾客试穿、试用的体验感。

将线上的优点融入到线下，将线下的优点融入到线上，才是线上+线下同步销售的最佳目的。将优点结合才是发展的必经之路。

疫情后时代，我们更要抓住这次挑战，完成双向的销售模式，做到双赢，把挑战变成最好的机遇。（欧亚商都 封雅萍）

主推线上直播

延边大区多措并举促销售

本报讯（珲春欧亚 综合部）尽管延边州因疫情防控形势较为严峻，市场低迷，但欧亚商业连锁延边大区两地两店积极寻求突破的心不曾停摆，不向疫情妥协、不向市场低头。

自疫情发生以来，一方面积极向政府争取政策扶持力度，一方面开展多项经营促销活动，政企合力复工复产，促进消费市场复苏。珲春欧亚购物中心多媒体宣传促消费，线上直播，打造网红基地。珲春欧亚积极与市委宣传部联系，特邀中国吉林网、延边州电视台、《延边晨报》、珲春电视台、《图们江日报》、掌上珲春等各主流宣传媒体，不同时段多次对“惠万众消费 促万众复兴”欧亚集团36周年店庆”活动进行多角度宣传，通过抖音、欧亚小程序等平台开展线上直播秒杀活动，吸引

消费者回归实体店。

5月10日母亲节，珲春市商务局局长走进欧亚直播间，利用欧亚小程序平台打造珲春市网红基地。延边大区另一主力门店敦化欧亚积极向市政府争取取得1000万元消费券的三个指定渠道营销方式之一。并利用广播、电视、报纸、网络等媒体资源，充分发挥“抖音”“快手”等新媒体作用，广泛宣传消费券领取、使用规则，让广大消费者充分知晓活动详情，参与和享受惠民政策，从而在全市营造浓厚的活动氛围。

复工复产以来，延边大区积极响应市政府号召，在做好疫情防控的同时，全力以赴抓经营，采取多渠道营销方式，主推线上直播，挖掘消费潜力，做好线上线下互通、互动销售工作，努力克服疫情影响，促进消费市场繁荣。

他山之石

消费明显回暖！2020年迎来了12年来最长的小长假，也是疫情防控常态化后的首个小长假。据商务部监测，5月1日至5月4日，重点监测零售企业日均销售额比节前一周日均销售额增长30.1%。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为，五一消费形势远超预期，是多种因素叠加的结果：全国所有省份均解除一级响应，带动补偿式消费增长；假日因素对消费提振产生积极作用；消费券刺激需求快速回暖；换季消费需求在短期内明显释放。

消费券产生“乘数效应” 西部、东北地区带动力尤为显著

今年五一假期，政府、企业的各项促消费政策和补贴行为带动效果明显。全国各地发放了大量消费券，湖南、浙江、广东等地通过微信平台发放超百亿元电子消费券。赵萍说，消费券可以缓解疫情冲击，在短期内提振消费，改善百姓生活。北京大学光华管理学院院长刘俏表示，各地政府根据地方财政条件确定发放规模，同时根据产业类型和消费习惯安排相应类型和适用范围，有效提振了商业信心，产生“乘数效应”。

根据微信和美团5日联合发布的数据，假期3天，微信电子消费券带动消费9亿元。其中，40岁以上人群消费券核销金额占51%。5月1日至5月3日，广东省发券地区共带动消费5.1亿元，拉动消费11倍；深圳宝安区等城

区消费券共带动当地消费2.6亿元；武汉消费券三天带动5800万元，拉动消费超12倍。

支付宝数据显示，全国29个省份消费券金额完成同比增长，内蒙古、新疆、青海同比增长甚至超过60%。消费券对西部、东北等地区的带动动力更为显著。在省会和直辖市城市中，乌鲁木齐、长春、西宁同比增速位居前三。

记者从拼多多了解到，5月1日0时至5月5日下午4时，拼多多平台已累积发放现金及消费券超过25亿元。截至目前，累计带动上海线下实体店销售额及品牌线上销售额总计超32

亿元，预计该波增长高峰将持续至5月6日。刘俏称，以杭州消费券为样本的研究显示，政府1元钱的消费补贴能带来平均3.5元以上的新增消费，高于国外10%至40%的边际消费倾向。消费券可以刺激居民消费，重启疫后经济活力，给企业带来真实需求，激活市场和实体经济，稳定或新增就业，最终形成良性循环。

直播带货火爆 供需对接精准

五一期间，直播带货强势来袭。除网红主播外，头部企业、基层官员、明星、电视主持人等纷纷进入直播间，以“花式组合”形式一次次引发网络热点话题，刷新商品交

易纪录。

4月29日，演员冯远征、梁丹妮夫妇在抖音直播间，与湖北襄阳、鄂州两市长连麦，共同推荐十多款当地特产。直播吸引了390万人观看，销售额超1564万元。在抖音平台，湖北省内已有武汉、宜昌、恩施等9地政府官员参加直播带货，累计销售特产1.2亿元，热度一直持续到五一假期。

拼多多还把电商直播带进商场平台，开启“小店大联播”活动，实景展示商品的销售渠道和购物消费场景。“这种方式不仅能让消费者在线逛商场，直观地了解商品货源和

感受消费氛围，还能拓展线下实体销售，通过直播实现“一家商场供全国”。拼多多高级副总裁王坚说。中国地质大学（武汉）经管学院副教授齐睿表示，直播带货持续火爆，有助于各地整合优势资源，加强供给与需求的精准对接，特别是对疫情防控下的农业生产和消费有重要推动作用。

实体消费逐渐恢复 线上与线下互动活跃

这个假期，商场、超市等人流量明显增加，各大电商平台用“线上抢券线下花”的模式引流，实体消费逐渐恢复。

欧亚沈阳联营荣获2019-2020年度沈阳市和平区“三八红旗集体”

本报讯（欧亚沈阳联营 综合办）2019年以来，欧亚沈阳联营全体女职工在公司党委和妇联的带领下，出色的完成了公司安排的各项任务。特别是在新冠肺炎疫情防控工作中，全体女职工不惧危险、不畏难，充分发挥了公司女职工的巾帼力量。日前，欧亚沈阳联营公司被沈阳市和平区妇联授予2019-2020年度“三八红旗集体”，副总经理陈志梅同志被评为“三八红旗手”。

餐饮业堂食与外卖同步复苏 夜经济活跃度提升

小长假期间，餐饮业复苏明显。据微信和美团联合发布的数据，5月1日至3日晚上9点至次日2点，全国微信支付餐饮线下支付金额环比增长447%，武汉人民夜宵支付金额环比增长270%，其中乌鲁木齐增幅最大，对比3月环比增长16倍。支付宝统计数据显示，以餐饮为主的武汉夜经济活跃度，同比去年五一已恢复90%。武汉市内奶茶、火锅、烧烤等餐饮消费均出现较快增长，销量环比增幅均超过1倍，一些楚菜馆、粉面馆等小店经营消费额比上月增长2倍有余。

武汉市餐饮协会会长刘国梁介绍，5月1日当天，全市5万多家餐厅已有13.3%恢复堂食，45.6%恢复外卖，每日餐饮外卖单量超过10万份。经过5天假期，随着顾客忧虑、观望情绪的缓解，堂食、外卖恢复率都在稳步提升，“但要恢复到正常状况，估计得到8月份”。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示，五一消费明显回暖，可以看出中国的经济活力依然旺盛，一系列促消费政策落地和数字工具的运用，加速了消费活力的释放。上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽说，消费的恢复是渐进过程。未来各地政府应基于资源优势，围绕激发消费热点、促进消费升级，出台全方位、立体化的政策，强化内需对经济的有力支撑。

(文章来源:新华社“新华视点”)

深思远播 躬行共勉

全员学习曹和平董事长在集团七届四次职代会上的讲话精神

5月7日,欧亚集团七届四次职工代表大会在集团一楼会议厅召开。会上,欧亚集团董事长曹和平作了重要讲话,涵盖了变中求生存、变中求发展,实体店的作用不可或缺,先做好人再做好事,发挥人的作用抓好自营,浅谈神龙湾旅游出资等系列精神,曹董将伟大的道理深入浅出地解读,引人思考,极大地鼓舞了员工的士气,既是对过去及本次疫情

期间欧亚人辛苦付出、执着坚守的肯定,更是为未来的发展指明了前进的方向。

会后,全体员工迅速掀起了贯彻集团七届四次职代会精神、学习曹董讲话精神的热潮,纷纷利用视频会议、微信工作群、《今日欧亚》等载体,展开了立体式、全方位的宣贯学习,确保每一个店、每一名员工都能紧跟集团公司新时代

发展的脉搏,立足岗位,合力奏响欧亚集团提质增效促发展最强音!

本报编辑部将员工撰写的学习成果进行了集中分类与核心要素提取,供大家深入思考,学习交流,愿全体员工在领会曹董讲话精神后,躬身践行,携手共勉!

(编辑部)

★★变中求生存、变中求发展★★

仔细回想和咀嚼曹董讲话中的“变”字,真是感触颇深。正所谓“通其变,天下无弊法;执其方,天下无善教。”这些年,我所看到、经历的企业变化发展,正是印证着曹董关于“变”的思维,“变”看存亡,“变”得发展。

当初,如果不是曹董用“变”的思维,打破旧体制对老车百的限制,规划“三星战略”,在长春市商业企业率先实施股份制改革,就不会有今日之欧亚;如果不是曹董将“变”的理念传递给欧亚商业连锁,如果不是于惠飏总经理坚决执行“连锁做多”战略,奋力完成“三百规划”,就不会有今天跨越3省、24市,拥有120多家门店的欧亚商业连锁;如果不是曹董的“变”落实到“做精”战略上来,还执意固守着传统百货的优势,就不会有今天的欧亚商都;还有欧亚卖场的诞生,那是怎样的一种对未来的把控和研判,怎样的一种“通其变、行其道”,才会将当时的“不毛之地”废旧煤场,打造成现在的单体面积世界第一大的购物中心。

如果没有这些曹董掌舵的“变”,欧亚的发展现状是什么,员工又会怎样?通其变,勿执其方,方能于变中立于不变。在这个“后疫情时代”,我们更要记得,紧随曹董,贯彻落实企业精神,不拘泥于死板教条,在工作中勇于创新、善于创新,牢记唯有变化才是恒久的不变。

(欧亚广场 吴彩文)

遵曹董以“变”应世,正契合管子曰:“变则通,通则久”,以“变”为通达之道,先危而后安,受市场胁迫而后变,必不可久也,虽然目前管理体系与自营模式有其不兼容之处,但曹董以“变”论道,告诫我辈切不可忘记商业自营的经营传统,要学会“圆中有方,方中有圆”的谋划之术,给欧亚这艘商业航母的发展增添强大动力。作为新时代欧亚的青年人,我们除了感受领袖的智慧,更要深刻理解践行,遵循领袖足迹,自我锤炼,提升担当意识,做合格欧亚人。

(欧亚商都 张圣墨)

思则变,变则通,通则达。思变之“变”,是变化或者创新。面对新形势、新变化,各级管理人员要深刻践行曹董、于总指示精神,要想得早、说得透,要变得新、做得快。“夜经济”定位鲜明的欧亚汇集,尚处于市场培育期,当前汇集各级管理人员,要全力在业户维稳和客户维稳上下工夫,要紧密围绕业户维稳、安商暖商上做好细节文章,要在定位功能上突破求新,延展“首店”效应;要在经营管理上把握市场脉搏,开拓培育良方;在特色服务上,创新载体整合优势,在营销宣传上,借势卖场,深度融合共振联动;在现场管理上,点线片面精细化、高效智能数字化、温度管理人文化、因势而新,思变求新。

(欧亚汇集 庄丽丽)

济南欧亚大观园总经理王玉琴带领中层以上管理者学习了《今日欧亚》曹和平董事长的讲话全文,大家感到方向更明了、底气更足了、信心更强了。曹董的讲话审时度势,思想深邃,阐述了当前经济形势所遇到的危与机,我们该怎样变,如何在变中求生存、变中求发展,让我受益匪浅。济南大观园已经有89年历史了,经历了多个历史时期的变化,我们与时代俱进,不但保住了生存,还实现了发展。特别是济南欧亚大观园开业的开业,更给企业发展注入了新的活力。我们既有传统百货经营业态,又有综合体购物中心业态。

在商言商,思考我们面对的市场。商业已经从单纯的购物元素向生活服务元素靠拢,更注重体验感。过去是单一实体商业,现在是线上线下,人们生活方式的变化使企业发生了变化。曹董对实体商业市场的研判,指出实体店的作用不可或缺,从长期理性消费的角度来看,实体店是有能力和线上商家排兵布阵的,坚定了我们做好企业的信心。我们不仅要盯住实体商业发展的趋势变化,盯住我们应该盯住的竞争对手的思维和行为,盯住我们既定的各项工作要求和任务,还要顶住市场形势变化和下滑带来的压力,主动思考、主动作为,适应环境、适应需要、适应未来,抓好措施落实,用工作结果说话。

(济南欧亚大观园 李艳)

曹董在讲话中指出,在这次突如其来的疫情期间,很多企业面临着员工减薪,甚至

企业倒闭,应该如何面对危机!就要学会“变”,这也是秉承集团“一直不变的,就是一直在变”的中心思想。这个“变”是“蜕变”,顺应市场去“变”,顺应百姓需求去“变”。由于灾难和危机时刻瞬息万变,有的企业由于有核心领导先进的思想发展了,有的企业却停滞了,甚至被淘汰了。在这个大变化之年,欧亚一定会在领导的带领下,越变越好。

(欧亚新生活 刘思洋)

学习曹董讲话,深深被曹董充满哲理的话语所吸引,视角独特,发人深省。当行业都迷惘于“难”的时候,曹董看到的是“变”。“变”中有困难也有机会,在变化中善于思考,迎接变化,参与变化才能得到生存,得到发展。这启发我们要用辩证的思维看待问题,遇到困难只看到坏的一面,容易悲观气馁,对解决问题毫无帮助。只有善于思考,积极行动参与到变化中,化被动为主动,才是我们的生存之道。曹董的思想也正是体现了习总书记提出的“化危为机的辩证法”思想,最近召开的全国政协十三届三次会议上,习总书记提出了用全面、辩证长远的眼光分析当前的形势,在危机中育新机,于变局中开新局,化危为机的辩证法思想,探索新的增长点,开创增长新局面。

(欧亚商业连锁 姜天慧)

学习曹董讲话,让我颇有感触!欧亚集团从计划经济年代的四商店,一跃发展成为现代商贸企业巨头,验证了曹董提到的“变”字,面对瞬息万变的商业环境,欧亚人时刻在“变”中求发展,求壮大。一个企业的成功,就在于企业要跟得上时代变化的步伐,作为一名欧亚员工,就要跟上企业的步伐,只有这样,才不会被社会淘汰。同时,我们应该学会感恩企业,企业和员工是共同体,也是一种互补关系,企业善待员工,员工热爱企业,只有良性互为企业才能发展,员工利益才能得以保障。我一定紧跟企业步伐,坚守企业,与企业荣辱与共。

(白山欧亚 张家郡)

面对同一件事情,思路不同,看问题的角度不同,结果也截然不同。集团36周年店庆,我们打了一场既艰难又漂亮的“仗”。说艰难,是在货品组进、上架时差、营销活动组织、宣传推广等遭到了前所未有的冲击;但我们没有停下脚步,每一项工作都如期推进落实,每一项营销活动都惊艳亮相,这让我们抢占了先机,创造了店庆首日超市早间内购会销售突破20万元、18日珠宝内购会销售突破128万元、创维促销活动销售突破30万元等骄人的业绩。疫情的影响还在,但我们未来将面临更多挑战,但我们要以曹董求变的思维,化危为机,去开创欧亚新的辉煌!

(乌兰浩特欧亚 高广鑫)

在学习了曹董讲话之后,我深切地体会到“变”的重要性。在当前疫情影响之下,我们欧亚人应另辟蹊径,敢于创新,寻找新的盈利模式。如线上销售的尝试取得了突破,让我们倍感振奋。无论遇到什么困难,欧亚都能在曹董董事长带领下,迎难而上,让员工工作稳定,我们应该常怀感恩之心,感谢企业这艘大船为我们员工的幸福奋力前行。

(磐石欧亚 周妍妍)

通过曹董讲话,让我对长春商业多年的格局变化有所了解,也让我深知,要在变化中发展,要在变化中求存。在变化中如果善于探索,迎接变化,参与变化就一定能够生存和发展。我们也要紧跟时代发展的步伐,顺应历史进步和变化的潮流,唯有如此,才能不断地发展壮大。大海航行靠舵手,相信在以曹董为核心的公司班子指引下,我们定能正确看清当前形势,顺应不断变化的外部条件,抓住机遇,在疫情中求生存,在变化中求发展,迎来更加辉煌的明天。

(商都奥莱 张丽丽)

通过本次学习曹董讲话,我们将用宽阔的视野、理性的思维审时度势,立足商情谋发展,查找不足思变革,直面当前经济不进则退、小进也是退的形势,勇于迎接挑战,自我加压,负重奋进,在思想上求创新,以变的思维去适应市场需求、企业需求,在发展上求提升,在经济跃升上求提速,把曹董讲话精髓融会贯通,全部运用到工作中去。

(欧亚商业连锁 姚成林)



全体员工积极踊跃学习曹董讲话精神。

高淑玲 陈爱军 王珊珊 摄

★★实体店的作用不可或缺★★

曹董说,实体店的作用不可或缺,在经济环境的特殊时期,在危机中寻求机遇,做好线上+线下、服务+体验工作,是经营管理人员要做的事情。疫情期间,经营工作求稳,多角度、多途径寻求经营的好机会,减轻品牌库存压力,提升去化率,结合品牌库存结构,结合疫情期间消费需求及客单分析,开展多线销售路径,以品类群会员互动、商品推介、直播商品带货、社区团购选上、爆款促销,同步带动销售。疫情平稳期,需整合特色营销策略,开展体验互动营销,会员维护,同步线上营销,形成线上带货、线下引流,将主战场回归实体店,带动实体店消费消费的复苏,提振品牌供应商的信心。

(欧亚商都 胡国华)

疫情伊始,欧亚超市“稳价保供”工作的良好执行,践行了企业的社会责任。疫情中,曹董、于总亲自带队到各店巡视,充分体现欧亚领导人心系企业、心系员工的责任担当。这份责任,引领着所有欧亚人奔赴一线,

履职尽责,稳物价、保供应。通过这次“践履”,证明了曹董所讲的欧亚实体店的作用不可或缺,人民需要我们、国家需要我们、民族需要我们。面对这份使命,需要欧亚人义无反顾的“坚守”,用“静心尽力、诚实守信、勤俭善持、团结互助”的企业精神,鞭策我们在自己的岗位上为企业添砖加瓦。

(辽源欧亚 孙小鹏)

曹董指出实体店的作用不可或缺,要坚定信心做好企业。疫情阶段对实体零售业的冲击是巨大的,良莠不齐的主播带货让人眼花缭乱,很多是不熟悉的品牌,有些品牌在线上的价格远低于线下,但产品质量完全不可比拟,如果有过一次“入坑”的经历,消费者的信任就会大打折扣。而实体店对商品价格和质量的把控一直是稳定的,不会让消费者感受到因价格的巨大波动而带来心理落差,包括疫情期,欧亚自觉肩负起稳物价、保供应的责任,让消费者交口称赞。

(欧亚商都 董迪)

★★发挥人的作用抓好自营★★

曹董说,实体店是不可或缺的,在自采自营工作中,要注重商品质量,兼顾商品价格,这样实体店的优势才能体现出来,我们要坚定信心,侧重抓好自营工作,发挥现阶段个人及组织层面的积极性,共同把自采自营工作做好。作为欧亚新一代的年轻管理者,我感觉很自豪,会牢记曹董讲话,切实融入到工作中,为企业不断发展而努力。

(通辽欧亚 李哲)

曹董指出,经营工作要抓好民生商品,抓强自营产品。自营产品是一个企业的重要组成部分,也是一个企业竞争力之所在,只有做好自营,才能为企业开源节流,增强企业的竞争力。通过这次学习曹董讲话,我深刻认识到,困难时期,抓好自营商品经营工作是企业的重要要求,我们基层员工要认真落实好此项工作。

(欧亚卖场 王立超)

学习曹董讲话,我进行了深入思考,如何进行线上线下联合经营,差异化经营,特色经营,自主经营等。自采自营是欧亚发展的创效之路,疫情期间更验证了曹董的前瞻性、可行性,全体员工要落实好,突出陈列,吸引消费者的购买力,集全员之力,从蔬菜、水果、自营猪肉,冷冻食品上大力宣传,增加销售亮点,让更多的实惠走进百姓家中。

(超市连锁柳影路店 李双艳)

曹董重点提到要抓好自采自营,结合我们自采工作中的短板和不足,作为门店现场运营者,作为现场直接面对消费者的基层员工,我们应该发挥自己的主观能动性,在实践中不断总结,不断学习,改正不足,相互交流,总结经验,吸取教训,练好内功,适应社会消费的需求,适应时代的发展变化,最终把我们自采工作做好。

(超市连锁顺店 尹奇)

★★先做好人再做好事★★

曹董说,“人们生活是在知、不知和正的环境中,每个环境都有知、不知和正。我们更多是要排除不知,减少不正,让不正没有生活的环境”。社会是复杂的,企业即社会,因此企业中会有“不知和正,关键是我们怎么做?我们作为企业的管理者,我们要有正确的是非观念,要身体力行,把正确的导向传递给员工,与员工共同营造和谐的企业文化,使欧亚巨轮乘风破浪。”

(欧亚商都 刘文敏)

曹董说,“种瓜得瓜,种豆得豆,种的是善良,收到的一定是善良;种的是恶,收到的一定是恶。”从姗姗学步到牙牙学语,从接受教育到成家立业,时间让我们学会了成长,并建立了自己的是非观念,生活中到处充满了知、不知和正。我们凡事要有所为有所不为。近朱者赤,近墨者黑这个道理谁都懂,归根结底做人要有原则,有底线,有德行。

(欧亚卖场 宋鑫鑫)

曹董说,先做好人再做好事,并对90后、00后表达了肯定、信任与赞扬。作为年轻力量的我们,应该学会感恩,感恩是一份爱,是一份崇高,是一份处事的哲学。我作为欧亚员工,作为一个在疫情期间不用为找工作而烦恼的人,应该倍加感恩,担起欧亚企业发展,做大做强历史使命。

(欧亚商业连锁 宋子健)

今天企业组织学习了曹董讲话,我要从自身做起,做一个谦虚的“知”者,在工作中通过学习成长,弥补自身的不足。还要做一个优秀的“知”者,端正工作态度,多奉献少索取,多担责少推诿。更要做一个感恩的“知”者,感恩企业一如既往的为员工发放福利,保证员工薪资,充分展现了企业的实力和关爱员工的情怀。我将牢记职责使命,做一个谦虚、合格、感恩的“知”者,尽心、尽力、尽责,为欧亚卖场的发展贡献自己的力量。

(欧亚卖场 张敦龙)

曹董讲到的“人有知、不知和正”,就是教导我们要辨别是非去做事。一个企业必须有是非观念,一个人也必须有是非观念。在是非面前,人要学会思考,要有辨别是非的能力,企业和员工是共同体,在工作中,我要善待每一个人,互相搀扶共同进步,人是在是与非面前不能随波逐流,我们更多的是要排除不知,减少不正,让不正没有生存环境,营造和谐的企业文化。作为一名基层管理人员,我要帮助同志不断树立正确的价值观念、是非观念,把不正消灭在萌芽中,让企业处处传递着正能量,传递着和谐的企业文化。

(欧亚商都 魏宏英)

曹董言:人有知、不知、不正。如何抵御不知、不正,以知排除不知、不正,这需要我们要有不严肃的是非观,一身浩然正气,敢于同不正之风斗争,化不知、不正为有知、正气才是我们永恒的旋律,责任、担当不是一时嘴上说说,而要持之以恒,扫除不知、不正之风的生存土壤,净化我们的环境,唯有昂扬向上、同舟共济,方能抵达胜利的彼岸。

(欧亚沈阳联营 杨红)

★★神龙湾旅游出资★★

有一段文字,至今记忆犹新:有一种精神,可受益终身;在《今日欧亚》上拜读了曹董讲话,领导从四个方面剖析了现阶段企业、员工所面临的问题,给予了人骨三分的解答。其中曹董谈到了做人做事和神龙湾出资,这两个问题都极大的映射了欧亚企业文化——团结互助,共同富裕。面临通货膨胀压力,曹董想的是如何让员工的资金保值增值。有这么一段话,让我记忆犹新。“企业和员工是共同体,也是互补关系,企业要善待员工,员工要热爱企业,企业是员工生活的平台,员

工使这个平台不断发展,只有这样良性互为企业才能发展,员工利益才能得以保障。众人划桨开大船,只有互有才能互利。”这就是欧亚36载风云,依然翘楚商海的精髓所在,也是欧亚做大、做强的根本原因,对此,我理解为“和”。企业与企业之间求和、企业与企业之间求和、企业与个人之间求和。曹董在企业经营管理和发展方向上,对“和”的理解以及“和”的运用,很好的诠释了一代儒商大家风范。

(欧亚车百 姚志刚)

曹董在讲话中提到的战略性思考,如何让员工的资金保值增值,即神龙湾景区出资,让我感觉醍醐灌顶,受益匪浅。曹董提出:景区比商业好做,做商业是组进卖出,做旅游是每天日出日落。我们集团投资的神龙湾景区,有着非常看好的发展空间。通过曹董对神龙湾景区山水秀丽、景色宜人的描述,让我对那神秘的神龙湾景区充满了向往。希望在曹董的带领下,我们欧亚人能把神龙湾景区打造成为中国乃至世界震撼的风景景区,让我们共同领略欧亚神龙的壮美和魅力,让我们共同祝愿欧亚巨龙腾空而上,直飞云霄。

(四平欧亚 徐金凤)