

今日欧亚

第11期 总第642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/jrov.html



15℃ ~ 28℃



2025年6月

15

星期日

农历乙巳年五月廿
五月廿六夏至

5月31日 欧亚新生活超市焕新启航

本报讯（欧亚新生活 办公室）5月31日，欧亚新生活购物广场超市焕新升级开业仪式盛大举行。这座近万平方米的超市历经180天升级改造，以“逛吃新生活·体验‘超’能力”为主题，开启焕新升级大促，吸引了消费者及社会各界的关注。中国连锁经营协会秘书长启动仪式王升作为特邀嘉宾出席盛典。欧亚集团董事长曹和平、总经理赵首泮、监事会主席黄永超，集团副董事长、欧亚商业连锁党委书记兼董事长于惠舫，欧亚商业连锁总经理刘军等领导共同见证了这一里程碑时刻。

开业庆典上，欧亚商业连锁副总经理刘磊深入解读了此次调改焕新的核心策略与显著成果。欧亚新生活总经理薛立军则聚焦现场营运，详细阐述了超市在严苛品控、精益服务及顾客体验提升上的坚定承诺与未来蓝图。两位重量级品牌商代表登台致贺，表达了对双方深化合作、共赢未来的美好期许。

中国连锁经营协会秘书长王升从行业发展高度，对欧亚新生活超市此



欧亚新生活焕新开业启动仪式现场。张金凤 摄

天虹数科董事长肖章林到欧亚商都调研 曹和平董事长、赵首泮总经理等领导陪同

本报讯（欧亚商都 办公室、吉林欧亚商都办公室）6月4日，天虹数科党委书记、董事长肖章林一行5人来到欧亚商都调研。欧亚集团党委书记、董事长曹和平，集团总经理赵首泮，集团副总经理、欧亚商都党委书记兼总经理周伟，集团首席信息官高岗、副总经理曹乃文陪同。

调研期间，天虹数科团队先后踏查了长春商都城市超市、餐饮娱乐中心及空中立体智能停车场等核心业态，就商场运营管理、业态布局等话题进行现场交流。

随后，双方就新零售发展趋势、欧亚购百转型等议题深入交流。周伟总经理系统阐述了欧亚商都成功实现从现代百货向以购物为主的购物中心转型成果，同时对作为集团主力门店的升级探索和在品牌调改与数字化营销中的屡次突破进行了话题分享，彰显了现代百货转型的活力。欧亚商都正积极应对市场新变化和消费者

新需求，注重购物和体验的串联，在保持定力的同时力求突破突围。天虹数科董事长肖章林对欧亚商都转型的扎实成效给予高度赞许。双方充分交换意见，并基于各自优势深入探讨了在购百转型中的深度联动及未来多元化合作的方向，现场气氛热烈。

当日下午，肖章林一行又来到吉林欧亚商都，先后踏查了解放店、综合体。在解放店，天虹集团客人一行对品类布局、超市业态衔接、日客流及运营情况进行考察。在综合体，对全业态给予关注，从超市内外业态及衔接方式，到超大生态场景植入的整体规划打造，再到围绕品质生活方式的业态组合，包括餐饮业态与综合性娱乐业态互为互动的良性运营等全方面调研。

本次调研交流活动为双方深化合作奠定了基础。双方将进一步加强沟通对接，共同探索零售行业创新发展新路径，为消费者创造更大价值。



会议现场。佟柠 摄

“雪饼猴”来欧亚卖场人参展销体验中心喽！

本报讯（欧亚卖场 张佳音）文化赋能产业，融合驱动消费。为深入贯彻吉林省“吉字号”特色产业高质量发展战略，推动长白山人参产业品牌升级，5月29日，由吉林省“吉字号”特色产业高质量发展工作专班主办、欧亚卖场、《吉林日报》《吉林特产报》承办的“雪饼猴”探“参”行——“长白山人参”展销体验活动在欧亚卖场吉林长白山人参展销体验中心盛大举办。

政企学研联动 共话人参产业新篇

本次活动，通过“文化体验、产业推介、消费促进”三大主线，打造了一场传统与现代交融的产业盛会。活动汇聚政府、企业、高校、医院、媒体多方力量。省委网信办、长春中医药大学、长春中医药大学附属第三临床医院、长春市文化广播电视和旅游局、长春本地主流媒体及网络平台等全程支持，省内众多人参龙头企业参展。吉林省“吉字号”专班相关负责人表示，此次活动是落实省委省政府“产业强省”部署的重要实践，通过“文化IP+特色产业”创新模式，推动人参从传统滋补品向健康消费品牌跃升，助力打造百亿级人参产业集群。

年轻化IP破圈 激活传统文化魅力

金箍棒舞动千年参韵，神仙团引爆消费热

潮。10时30分，佩戴人参元素的“雪饼猴”王铁柱率西游天团，化身“人参文化使者”来到活动现场，先后探访宣上医、长白山人参、御官印、皇封参等品牌展位，与高校学生进行产品互动推介。随即主舞台响起《西游记》经典配乐，手持金箍棒的“雪饼猴”腾跃登场，一段“参灵棒法”表演瞬间点燃全场，引得消费者阵阵呐喊。表演高潮处，憨态可掬的“参娃娃”卡通人偶来到舞台，与“雪饼猴”逗趣互动。“雪饼猴”邀请天团齐上阵，上演原创微型情景剧“人参护宝”，现场笑声此起彼伏，掌声雷动。文化交流没有边界，人参馈赠属于世界！活动设置了国际交流环节，来自摩洛哥的4名留学生登上舞台，在“雪饼猴”王铁柱的指导下，学习用汉语说“吉林人参好”“欧亚卖场人参馆棒”等特色宣传语，彰显人参文化国际传播力！活动带动了当日人参产品销售额的增长，线上直播曝光率直线上升，“文化引流+场景消费”模式成效显著。

三大板块融合 打造沉浸式体验场景

现场设“养生市集”“健康讲堂”“文化展演”三大板块。养生市集展出人参保健品、护肤品、食品、饮品等多元化产品，人参锅包肉、美食药膳等试吃区排起长队，6位中医专家坐诊，提供



雪饼猴与粉丝大合影。张良 摄

免费体质检测、养生咨询及个性化人参产品推荐；长春中医药大学专家团队围绕“人参药用价值与现代养生”现场授课，宣上医、长白山人参、皇封参等龙头企业进行品牌推介。省政协赵堡的太极拳表演、省社区老年大学的舞蹈表

商务部流通业发展司司长李佳路到欧亚卖场调研

本报讯（欧亚卖场 经理办）5月29日，国家商务部流通业发展司司长李佳路莅临欧亚卖场调研。欧亚卖场董事长于志良接待陪同。

李司长来到欧亚金街、生态广场、服饰鞋帽商场，为卖场庞大车流、密集客流、业态组合、品牌顶级形象展示震撼惊诧。并表示，就连北京大型商场也客流稀少，卖场这样的人气全国少见！于志良介绍说，卖场的强势发展得益于欧亚的品牌信誉、曹董“欧亚卖场要做大”的战略领航，得益于卖场首创“购物中心+”经营模式和对购物中心功能服务“城市扣个罩就是shopping mall”全新阐释，以及“选对经营者，坐享其成果；企业要做大，必须有文化；企业有战略，发展大跨越；选准好业态，经

营永不败”等独特理念。欧亚卖场锚定“购物中心+”模式按照生意、生态、生存融合发展理念创新营销方式，着眼新生代消费者需求谋划业态组进。于志良指出，满足消费者的情绪价值就是商业企业存在价值。只有将商品力、价格力、服务力有机结合，才能将顾客变成“固”客，由客流变成客留。李司长非常高兴，对卖场独特理念、超前研判、鲜明文化、火爆人气盛赞连连。他表示，在全国实体商业艰难情况下，卖场却“风景这边独好”，对全行业都有借鉴意义，将组织全国商业行业精英和专家学者到卖场取经。一个多小时的调研，李佳路司长与于志良董事长深入交流，意犹未尽，由于行程安排最后只能在恋恋不舍中匆匆赶往机场。

欧亚大观园获评 济南旅游发展“突出贡献”单位

本报讯（济南欧亚 李萌）5月18日，“‘爱上济南’城市表白季暨2025中国旅游日”主题活动在济南府学文庙举行。活动由济南市文化和旅游局主办，济南日报报业集团承办。济南欧亚大观园凭借在商旅文融合发展的创新实践和丰硕运营成果，荣获“2024济南旅游发展突出贡献单位”殊荣。

此次获奖，标志着济南欧亚大观园在济南文旅产业升级中的成绩得到官方认可。自2021年以来，济南欧亚提出打造“商旅概念新格局”的全新理念，现形成了以欧亚大观园和欧亚乐活城双引擎联动的经营格局，实现了从“蜕变”到“量变”到“质变”，实现了从“破局”到“变局”到“新局”，欧亚大观园相继获得省、市级夜间文化和旅游消费集聚区、济南旅游业发展特别贡献单位、年度商文旅标杆影响力大奖，2024年度一刻钟便民生活圈等荣誉。2024年夜间消费占比提升至65%，年轻客群增长120%。作为中央商埠的核心区域，不但带动了片区消费的不断增长，更促进了济南文旅相关产业的升级发展，成为展现济南文化影响力和旅游吸引力的重要载体。欧亚乐活城通过紧扣强化“运营管理”及“招商调整”两条主线，不断更新新业态，更新品牌，4年来陆续引进122个知名品牌，销售和利润等各项经营指标均保持持续增长，成为了济南市西南版块商业的核心和重点。“敢于打破边界，重构价值”的运营理念，通过自我革新，成为了济南商业创新性“非标型购物中心”典范！

欧亚万豪11周年庆典盛大开启

本报讯（欧亚万豪 王晨）5月30日至6月8日，“拾终如一·乐享有你”欧亚万豪购物中心11周年店庆火爆启幕。每天四场“海狮萌宠秀”，还有588元龙卡及定制露营好礼循环大抽奖以及会员积分增值兑换、人气活动等多重营销活动，让广大消费者收获物质实惠和精神满足，呈现给春城百姓精彩的购物盛宴。

6月8日下午，欧亚万豪的领导及员工代表齐聚一堂，共同唱响生日歌，并与在场顾客共同分享庆生蛋糕以及三文鱼冷餐宴，现场气氛热烈，大家共同分享着11周年庆的喜悦。截至6月8日21时闭店，欧亚万豪购物中心在此次周年庆超额完成销售任务，交易笔数达5.4万余笔，店庆期间客流超30万次，同比增加123%。

欧亚万豪购物中心自开业以来，一直致力于为消费者提供高品质的商品和服务，不断丰富业态组合，提升购物体验。经过11年的发展，已经成为长春东城的一张亮丽名片，不仅满足了消费者日常购物、娱乐、休闲的需求，还带动了周边区域的经济发展。此次11周年庆的成功举办，不仅是对过去辉煌历程的回顾，更是对未来发展的美好展望。欧亚万豪购物中心未来将继续秉承初心，不断创新和优化服务，为消费者带来更多惊喜和感动，与城市共同成长，创造更加美好的明天。

六一国际儿童节活动期间 欧亚益民童装销售实现增长

本报讯（欧亚益民 张敏）六一国际儿童节活动期间，欧亚益民童装销售表现突出，较同期增长48%。其中安路童装、乔丹童装、巴拉童装销售额均显著上升，同时商场联合芳茗格品牌推出的手工陶瓷DIY活动成为引流亮点，掀起亲子购物热潮。

本次销售业绩佳绩离不开前期精细化筹备与创新活动设计。欧亚益民联合各童装品牌优化商品组合，六一活动前夕，12个品牌共到货品达5000余件。其中一口价货品2000件，4个品牌做降价活动，4个品牌做买赠活动，部分品牌推出一口价引流活动，最低29元起销售。

各品牌赠礼丰富，有拉杆箱、儿童座椅、萌萌杯及乒乓球套盒等吸引小朋友驻足。为最大化释放节日消费潜力，商场在室外停车场打造“童趣特惠天地”大型主题特卖会，集结安路、乔丹、巴拉巴拉、李宁等童装品牌，推出“折上折”一口价29元起活动，安路、乔丹5天销售额均创新高。

活动期间，欧亚益民同步联动陶瓷手工体验，在芳茗格品牌搭建“童趣陶瓷工坊”，提供亲子手工捏陶、童装任意消费即可免费参与，活动期间日均吸引百余家庭打卡，成为商场客流“收割机”。此外，巴拉巴拉、安路、乔丹老会员进店率均达80%，这些新增会员不仅为节日销售注入活力，更通过完善的会员体系搭建起长效消费链接。

粽夏夜之梦 长春欧亚商都开启端午奇妙之旅

本报讯（欧亚商都 办公室）端午佳节，粽香四溢，在这充满传统韵味的节日里，长春欧亚商都为广大消费者精心筹备了一场别开生面的端午主题活动。5月29日至6月2日，活动在商都A座新区1楼共享空间开启，在此期间，顾客凭当日全馆实收累计满500元购物小票，可参与

到“射五毒”2次，射中即可抽取盲盒卡牌1张，开启惊喜满满的端午之旅。

古人认为农历五月是“恶月”，端午是“毒日”，此时气候湿热，蛇、蝎、蜈蚣、壁虎、蟾蜍等五毒出没，毒虫滋生，疫病易发，人们为了预防五毒之害，便形成了射五毒的习俗。这一习俗生动体

现了人们面对自然威胁时的智慧，以及对健康平安的美好祈愿。此次欧亚商都将这一传统习俗创新呈现，打造了趣味十足的活动区域。游戏现场，栩栩如生的“五毒”靶盘立在前方，参与者手持特制弓箭，瞄准靶心，拉弓射箭，动作潇洒利落。每一次拉弓，都凝聚着对健康的期盼；每一

支离弦之箭，都承载着美好的祝愿。每位参与的顾客，都会获得相应的奖品，收获幸运与快乐。

未来，长春欧亚商都将继续推陈出新，把传统文化与现代文明相结合，多多举办顾客喜闻乐见的文化活动，在消费之余让消费者感受到欧亚的独特魅力，乘兴而来，尽兴而归！

紧抓“双节”契机 珲春欧亚系列文化活动异彩纷呈

本报讯(珲春欧亚 综合部)当端午节遇上国际儿童节,5月30日-6月2日,珲春欧亚延百购物中心开展了“端午安康 与你童乐”系列文化活动,此次活动集六一亲子互动、端午节传统文化、沉浸式体验于一体,为消费者带来了一个欢乐又充实的节日假期。

“梦幻童年节·亲子嘉年华”。5月30日,与育星幼儿园联合开展亲子互动挑战赛,掀起亲子运动热潮。当天力量对决拔河赛场尽显亲子默契、趣味闯关、越障碍赛激发亲子协作力,几十组家庭踊跃参与,现场孩子们的欢声笑语此起彼伏,为营造现场氛围增添别样活力,利用现场节气适时开展会员、惠民群增量活动,提升会员粉丝数量。

“粽香四溢 邻里传情”。5月31日,开展端午系列文化活动。通过惠民群邀约会员与邻里,一起互动共享节日。舞台上精彩的文艺节目接连上演,赢得观众阵阵掌声;包粽子比赛区粽叶飘香氛围热烈,包好的粽子也成为了一份份饱含祝福的节日礼物;绣荷包的体验区同样热闹非凡,一个个精美的荷包逐渐成型,承载着对美好生活的向往和祝福;端午节文化展板,传递着传统节日的由来及习俗,为节日增添了浓厚的文化气息。

童趣端午·粽情六一

欧亚新发举办会员亲子文化嘉年华

本报讯(欧亚新发 王晓薇)5月31日,欧亚新发与艺思特艺术培训学校联合大型会员亲子嘉年华沙龙活动。现场共78组会员家庭、160多人参与了本次活动,融合传统民俗体验与亲子互动,打造沉浸式文化嘉年华。

宝贝才艺舞台:活动在孩子们的歌舞表演中拉开帷幕。各种hiphop、JAZZ、中国舞轮番登场,瞬间点燃了现场氛围,消费者纷纷驻足观看,家长们举起手机记录这燃情时刻;

古法香囊DIY:78组家庭全部完成古法香囊的制作,过程中,工作人员现场指导小朋友选择材料、完成DIY,用亲手制作的礼物表达对长辈

六一国际儿童节 辽源欧亚童装销售火爆

本报讯(辽源欧亚 综合部)6月1日,国际儿童节恰逢端午假期,辽源欧亚家居商场童装柜组积极利用二期儿童乐园的引流作用与节日客流多的良好契机,紧紧抓住节日机会组织十几家童装品牌,推出多重营销活动,良好的品牌效应与优惠活动,吸引了大量家长带着小朋友前来打卡,销售业绩节节攀升。

经过持续全天的热卖,童装柜组13家品牌店当天整体销售完成同期249.13%。其中,小安路完成同期200%、小李宁销售完成同期293%、小361度完成同期404%、小斯凯奇完成同期784%,良好的销售业绩为六月份童装经营开了个好头,更加给童装品牌供应商经营 极大的鼓舞与信心!

又讯(辽源欧亚 国超)6月1日活动当天,辽源欧亚购物中心三楼童装区变身欢乐舞台,热情

“双IP”联动 欧亚商都打造沉浸式欢乐之旅

本报讯(欧亚商都 丁福吉)6月1日,欧亚商都家居儿童商场联动两大热门IP——“汪汪队立大功”与“哪吒闹海”,开启儿童节沉浸式“双IP”欢乐之旅。

踏入商场,充满童趣与活力的装饰瞬间吸引众人目光。在“汪汪队立大功”主题展区,五彩斑斓的救援场景布置得栩栩如生,萌娃们迫不及待地穿上特制的救援队员服装,化身勇敢的小小救援队员。展区精心设计了一系列趣味闯关游戏,在紧张刺激的模拟救援行动中,孩子们不仅锻炼了动手能力,更深刻感受到团队协作的魅力。

另一边的“哪吒闹海”剧本互动区同样热度不减。小朋友们换上飘逸的古装,摇身一变成为主角哪吒、敖丙等,在专业演员的引导下,沉浸式演绎经典的哪吒闹海故事。活动不仅让孩子们体验到表演的乐趣,更在潜移默化中引导他们触摸传统文化的脉搏,感受中华优秀传统文化的博大精深。

乌兰欧亚开展“粽趣欧亚 重拾玩心”活动

本报讯(乌兰欧亚 塔娜)为传承端午民俗文化,打造亲子欢乐场景,5月29日至6月2日,乌兰浩特欧亚购物中心开展“粽趣欧亚 重拾玩心”主题系列活动,通过文化体验专区、小丑

欧亚车百联合麦当劳餐厅举办“欧亚会员之家 快乐六一儿童派对”活动

本报讯(欧亚车百 姚志刚)6月1日,欧亚车百携手麦当劳餐厅举办了“欧亚会员之家 快乐六一儿童派对”活动。活动提前邀约了20名欧亚会员带领小朋友们参加。活动现场,在麦当劳工作人员的带领下,小朋友们进行了自我介绍、才艺展示、互动游戏、DIY等趣味活动。

又讯(通化欧亚 毛林睿)5月31日,通化欧亚购物中心联合麦当劳在五楼休闲广场举办“亲子手工派对”活动,活动分上、下午两场,活动内容包括套圈游戏、亲手制作“小小博士帽”、麦当劳汉堡DIY、才艺表演等,百余组家庭齐聚一堂,开启了一场充满创意与温情的节日盛宴。



珲春欧亚端午文化节活动现场。 魏薇薇 摄

息;端午系列活动让现场顾客在购物同时增添了传统节日的体验感,让顾客不禁感叹:“购物还得来欧亚,商品有保障,活动更精彩,节日氛围浓厚,体验感十足,获得感满满。”

来欧亚嗨玩,畅享童真童趣。5月31日至6

月2日,推出“千条金鱼全程免费捞,快乐童趣来欧亚”活动。期间,进店小朋友即可免费参加捞鱼活动,参与活动的每个小朋友都可以带走可爱的小鱼或小乌龟,欢乐活动受到小朋友的喜爱,欢笑声、嬉戏声中整个商场都洋溢着温馨的氛

吉林欧亚商都综合体举办“童心童趣”主题活动

本报讯(吉林欧亚商都 陈卓)六一国际儿童节是专属于孩子们的欢乐盛宴。在这个充满童趣的日子里,吉林欧亚商都综合体儿童天地商场以童心童趣主题开展系列活动,为纳新会员、提升销售及客流量做铺垫,不仅为小朋友带来无尽的欢乐,更以暖心的举措让“爱”在这个特别的日子生根发芽。

童心童趣之传递希望

本次活动,吉林欧亚商都综合体儿童天地商场始终秉持关爱与回馈的服务理念,特别推出为贫困困的家庭免费发放福袋的暖心举措,力求打造江城最有温度的儿童娱乐地。福袋内含世宇乐园游戏币200枚、海立方2+1家庭套票一张、保龄球亲子赛一局以及朵朵童魔游乐园12项畅玩。其中一组家庭带着宝贝进入海立方观看海狮表演时,母亲拿出手机与亲友分享开心时刻,她说孩子从来没这么开心过,眼里泛着泪花,是真切切感受到了欧亚对每一个孩子的关爱。

童心童趣之我最宠你

为了给欧亚的忠实粉丝们准备六一的惊喜,我们特别设置了会员当天消费冠军可收获专属宠爱福袋活动。获奖的是购买科大讯飞学习机的一位父亲,他说线上线下关注孩子学习机已经几个月了,经常过来试用但毕竟价格很高一直在考虑,经导购员微信介绍消费冠军活动被邀约过来最终在6月1日当天选购并当做节日礼物送给宝贝。经统计,活动当日会员消费额同比增长20%,这份“惊喜”不仅点燃购物热情,更让“欧亚

围。6月1日当天,三楼儿童区人偶巡街送礼活动,使得小朋友争相拍照,购物集章“对对碰”活动中,盲盒带来的惊喜与收获。

此次“端午安康 与你童乐”六一、端午系列文化活动,不仅为消费者提供了亲子互动的机会,小朋友们撒欢畅玩的空间,同时也让消费者在购物游览中感受和体验了端午传统文化,拉近了消费者与欧亚间的距离,增强了会员粘性,让沉浸式购物氛围深入人心。



珲春欧亚六一国际儿童节集章赠礼活动现场。 魏旭霞 摄

会员”成为受宠粉丝的代名词。

童心童趣之欢购礼券

节日期间,儿童天地商场不但推出童装童鞋五折起,部分商品买一赠一的营销活动,更在活动基础上发放了200张消费满500元减61元欢购礼券。一位女士带着六一前夕消费满额所获得的购物礼券给孩子买了一套斐乐童装,她说减这61元,相当赠送给孩子一套绘本。满减礼券激活节日消费,收银台前排起了长队,随处可见拿着礼券精打细算的家长。这份“61专属折扣”不仅让顾客感受到实实在在的实惠,更让商场单日销售同比增长27%。

童心童趣之欢乐陪伴

6月1日当天,各大游乐场随处可见嬉戏的孩童,有的骑在父亲肩膀,有的依偎在母亲的怀抱。亲子互动点燃欢乐沸点,最热闹的当属由儿童商场组织的欢乐陪伴主题互动环节,游戏采用近日抖音非常火爆的颜色对对碰形式,以家庭为单位通过默契、沟通、合作等,最后按照时间的快慢角逐出一二三等獎,小朋友们凭借自己敢于挑战的勇气和随机应变的智慧赢得了荣誉,全家人的脸上都露出幸福的笑容,此刻整个商场的每个角落都流动着陪伴的暖意。

当暮色渐沉,带着福袋与幸福离开的孩子们,将欧亚的六一故事带回了千家万户。童心童趣主题活动完美落下帷幕,这场活动不仅创下销售与客流的双增长,更让每个孩子的童年都有欧亚的温暖印记。

通化欧亚“双节”活动 打造“文化+消费”新体验

本报讯(通化欧亚 毛林睿)当端午粽香邂逅六一童趣,5月30日至6月8日,通化欧亚购物中心以“童心未泯 FUN粽一夏”为主题,融合端午民俗与六一童趣,推出11天全场景消费盛宴,钢琴演奏、熊猫萌宠巡游、汉服快闪等人气活动贯穿全程,覆盖亲子家庭、高考学子等全龄客群,打造“文化+消费”新体验。

线上线下双驱动 多重福利引流

活动以“营销组合拳”激活消费:线上“粽夏增值”抖音团券,118元团136元超市券、290元团350元儿童券等超值福利;会员积分升级,500积分兑40元、1000积分兑80元全馆券。针对高考季,凭准考证满598元可参与“免单霸王餐”抽奖,赢200元餐饮免单券;电子类、服饰类折扣券包同步上线,提前锁定客流。

场景化体验 民俗与童趣交织

活动将端午传统与童趣完美融合。消费满3000元送海威鸭蛋礼盒,餐饮满188元送粽子礼

包;端午节当日北天井设手工包粽挑战赛,胜者赢鸭蛋一箱,自制粽子可带走。汉服文化巡游贯穿全程,员工身着汉服穿梭于商场。购物中心成“童趣天堂”:真人版“娃娃机”抓零食、石膏娃娃涂鸦、非遗漆扇DIY等活动,吸引小朋友前来体验。

全品类钜惠 折扣覆盖全客层

各楼层推出针对性优惠:食品百货玩具7.9折,购粽满100元送白粽;珠宝黄金每克立减100元,数码购机直降500-2000元,男装低至5折;二楼“金榜题名款”吉祥服饰、陪考妈妈旗袍专享折上9折;三楼运动品牌低至3折,童装区斐乐、李宁等折扣空前;四楼家电满500元赠粽礼,卡萨帝等品牌套购最高省万元。

又讯(通化欧亚 张运)当粽叶飘香邂逅童趣飞扬,通化欧亚二楼女装商场以“精准营销+场景赋能+团队攻坚”组合拳,3天实现销售、利润双增长,35家品牌销售均超同期,毛利完成同期123%,打了一场漂亮的“双节战役”。

图片新闻



5月31日,通辽欧亚联合星悟空体能教培在一楼天井成功举办星悟空“粽”动员六一体能闯关活动,吸引众多家庭参与,为商场带来超高人气。(通辽欧亚 王慧)

“双节”同庆 童趣“粽”情

欧亚包百大楼举行六一主题活动

本报讯(欧亚包百 马荷凤)当端午粽香邂逅六一童趣,欧亚包头百货大楼商店儿童天地卖场以“童趣六一·粽享童趣”为主题,打造了一场传统与童真交织的欢乐盛宴。

6月1日,欧亚包百儿童天地卖场热闹非凡,成为亲子欢聚、购物消费的热门之地。走进卖场,节日赠礼展示区与卡通装饰相映成趣,小丑穿梭其中,为小朋友送上造型各异的气球玩偶,喜庆温馨的氛围扑面而来。

为把握双节商机,各大童装品牌推出多样促销活动:“六一”专属折扣,全场童装低至6.1折;

各专柜为小朋友准备棒棒糖花束;卖场开展购物抓零食活动,抓多少送多少;消费排名前两名的会员还能获赠零食车。活动成效显著,6月1日,单日销售较平日增长228.2%。

除购物外,亲子互动活动同样精彩。在一楼中厅DP点,卖场联合教培机构举办少儿草坪读书会,活动现场,孩子们用童声朗读,真挚情感为节日增添浓厚书香氛围,吸引众多家庭踊跃参与。这场朗读会,让孩子们在感受文字魅力中度过难忘节日,也提升了欧亚包百儿童天地的文化氛围与品牌形象。

欧亚汇集当城举办“情满当城 欢乐端午”主题活动

本报讯(欧亚汇集 秦磊)5月31日,欧亚汇集当城举办“情满当城 欢乐端午”主题活动,众多家长与孩子们在充满端午节日氛围的活动中尽享亲子时光,获得欢乐体验,使活动人气火热,好评如潮。

活动伊始,当城中央屏幕上跃动的动画人物将屈原的故事娓娓道来。当老师问起粽子的由来,孩童齐声应答:“粽子被发明是为了江中的鱼儿不吃屈原啊!”古老故事在问答之间化作知识的浪花,跃入幼小的心田。紧接着,七彩丝线在亲子手中翻飞,稚嫩手指跟随老师和父母的指点穿梭缠绕,孩子的眼神满溢专注的光芒,编织成祈福纳吉的五彩绳。一旁艾草香囊也在呼吸间充盈了古意,孩子装入香包中的不只是香囊,更是岁月积淀的芬芳。在欢声笑语里,纸船竞速游戏将气氛推向高潮。

欧亚益民联袂七匹狼品牌 开展非遗漆扇品牌活动

本报讯(欧亚益民 孙巍)5月1日至18日、6月1日至18日,欧亚益民七匹狼品牌两次开展以“非遗漆扇艺术展”为主题的非遗文化品牌会员营销活动,实现了业绩与会员数的双增长。

活动以展示漆扇非遗工艺为核心,通过现场手作体验、文化讲解等互动形式,将传统美学融入男装穿搭场景,带动客单价同比提升28%。同时,品牌联动社群运营开展“非遗文化打卡赠礼”活动,5月通过线上共邀约653人次参与线下活动,其中160人为新增会员;6月线上邀约256人次参与线下活动,新增会员85人。活动不仅强化了会员粘性,还通过社交平台二次传播触达潜在客群,为品牌注入了新鲜客资。

白城欧亚携手周大福 举办会员手工沙龙活动

本报讯(白城欧亚 孙秀美)端午佳节,粽香四溢。5月31日,白城欧亚携手周大福品牌举办了一场会员专属螺钿压花手工制作沙龙活动。活动现场,在专业指导老师的带领下,大家充分发挥想象力与创造力,将薄如蝉翼的螺钿巧妙镶嵌,搭配精心挑选的花瓣枝叶进行压花创作。从构思设计到拼贴定型,每一个步骤都饱含着巧思与专注。现场欢声笑语不断,拉近了品牌与会员之间的距离,增强了顾客粘性。

FILA品牌端午营销 文化引流创效

本报讯(辽源欧亚 宫海艳)粽叶飘香迎端午,艾草摇曳庆佳节。5月31日是中国传统节日“端午节”,在这个充满传统文化韵味的节日,辽源欧亚购物中心流行服饰馆FILA品牌迎合节日,精心策划主题为“生而斐凡、乐在其中”VIP顾客端午荷包制作互动文化活动。同时,品牌还聘请专业摄影师为顾客拍照留念,给每位参与活动的消费者准备粽子礼盒伴手礼一份。本次活动FILA品牌的特色营销活动,拉动了周末经济,单日销售超同期146%。

鄂尔多斯1980品牌入驻欧亚商都

本报讯(欧亚商都 丁玲)5月31日,鄂尔多斯1980品牌在欧亚商都三楼盛大开业。

该品牌以“绒耀新生”为理念,将草原文化的深厚底蕴与现代时尚美学巧妙融合,精湛的工艺与简约的设计语言,传递出品牌对自然与人文的深刻理解。活动现场客流如潮,满额赠礼与专属服务更让宾客感受到品牌的诚意与温度。

国际品牌Crocs（卡骆驰）入驻欧亚卖场

本报讯(欧亚卖场 曾光)5月31日,国际知名休闲鞋品牌Crocs正式入驻欧亚卖场精品服饰商场,Crocs的加入显著提升了欧亚卖场的时尚吸引力,为追求品质生活的消费者带来同步国际的潮流选择

梦特娇男装入驻四平欧亚

本报讯(四平欧亚 杨柳)5月30日,四平欧亚购物中心梦特娇品牌优雅揭幕,璀璨登场。开业期间,精选货品299元起任意购买两件以上享受折上9折,现场更有众多好礼相赠,助力四平欧亚年中庆销售。

LILY商务时装入驻白城欧亚

本报讯(白城欧亚 李爽爽)6月1日,知名女装品牌LILY商务时装以全新形象在白城欧亚购物中心华丽启幕。开业当日,品牌推出消费满减与超级赠礼的双重惊喜礼遇,更有2025年度主推单品“天裁连衣裙”等热销单品,瞬间掀起抢购热潮。开业首日,LILY品牌更是以傲人业绩登顶区域销售榜首。

沈阳欧亚学习贯彻曹董在集团八届二次职代会上的讲话精神

本报讯（欧亚沈阳联营 综合办）5月19日，沈阳欧亚两店分别召开领导班子会议、中层以上负责人会议，深入学习贯彻曹董在集团八届二次职代会上的讲话精神。欧亚沈阳联营总经理王晓丽带领管理干部围绕商品力建设、案例剖析以及按劳分配改革三个核心内容展开热烈讨论，立足企业发展实际，就下一步具体工作进行研究部署。

在商品力建设上，会议强调，商品力是企业发展的核心竞争力。要将质量、价格、配

送、购物体验四大要素贯穿经营管理全过程。从商品采购源头严格把控质量关，确保为消费者提供高品质商品；通过科学合理的定价策略，在保障品质的前提下，提升商品性价比；优化配送流程，把好采购质量关，确保商品力不打折扣地进入销售环节；同时，不断升级购物环境与服务品质，全方位提升消费者的购物体验。

在案例剖析学习中，参会人员深刻领会曹董所列举的土豆经营问题与“百味鲜便民小

吃”食客爆满两个典型事例的深刻内涵。以土豆经营问题为警示，反思经营管理中的不足，查找自身在商品运营、市场把控等方面存在的问题；以百味鲜便民小吃的成功为榜样，学习其创新经营模式、精准把握市场需求、注重细节服务的先进经验。通过举一反三，进一步提升全体管理干部和一线员工的业务能力与工作责任心，促使大家在日常工作中主动思考、积极作为，不断优化经营策略，提升经营效益。

会议还针对企业当前面临的自营能力提

升、人员合理配置、分配方式优化等难题进行了深入探讨。要求按照集团和商都的指导方针，结合门店实际情况，有节奏、有力度、有条不紊地推进自营业务发展，逐步提升自营业务的市场竞争力与盈利能力。

曹董在集团职代会上的讲话，为沈阳欧亚未来的发展指明了清晰的方向，全体员工将以此次会议精神为指引，凝心聚力、真抓实干，全面提升企业的综合实力与市场竞争力，推动沈阳欧亚创新发展再上新台阶。

以变革思维破局 在挑战中开新局

研读报纸上刊登的曹和平董事长在集团八届二次职代会上的讲话，其中蕴含的企业经营智慧，让我对商业零售行业发展有了更深刻的认识。

商品力建设绝非简单的商品买卖，而是一场关乎企业生存命脉的系统工程。从传统经营模式向现代化、专业化转型过程中必然遭遇的阵痛。面对这些难题，我们既要脚踏实地，以务实的态度逐个击破，更要高瞻远瞩，从战略层面谋划长远发展路径。

在瞬息万变的商超市场，欧亚集团能在激烈的竞争中屹立不倒，靠的是对自身问题的清醒认知与不断变革的勇气。作为企业的一员，我深感责任重大。在今后的工作中，我将以更高的标准要求自己，在每一个工作细节中践行责任与担当，积极主动寻求创新突破，与企业同频共振、共同成长。我坚信，只要全体员工上下一心，以此次讲话精神为指引，欧亚集团定能在变革中不断突破自我，在挑战中开辟新局，书写更加辉煌的发展篇章。

（通化欧亚 代一茗）

聚焦商品力建设 筑牢企业发展根基

通过研读《今日欧亚》上刊登的曹董讲话，让我有了更深刻的思考，尤其是关于聚焦商品力建设，让我认识到商品力是商业零售业企业生存发展的生命线，关乎企业兴衰。

商品力是商业零售业企业生存发展的生命线，是企业的立足之本。在当前竞争激烈的市场环境下，消费者需求日益多样化、个性化，对商品品质、种类、价格及购物体验的要求不断提高。只有聚焦商品力建设，提供符合消费者需求的优质商品，企业才能赢得消费者的信任与青睐，在市场中站稳脚跟。

我们要优化商品品类结构，深入了解市场需求和消费者偏好，引进热门品类商品，淘汰销量不佳商品，确保商品品类丰富多样，满足消费者一站式购物需求。同时加强商品品质管控，建立更加严格的供应商筛选和管理机制，对供应商的资质、生产能力、产品质量等更加完善的评估，确保引入优质供应商。加强对商品质量的检测和监督，从源头到销售终端，层层把关，确保高质低价商品进入市场。

在价格方面，我们要加强与供应商的合作，通过大规模采购、优化供应链等方式降低采购成本，从而为消费者提供更具竞争力的价格。还要加强成本控制，优化内部管理流程，降低运营成本，为优化商品价格提供空间。

此外，优质的服务能够提升消费者的购物体验，增强消费者对企业的好感和忠诚度。我们要加强员工培训，提高员工的服务意识和专业素养，使员工能够更加热情、周到地为消费者提供服务，贯彻落实“全心全意为消费者服务，善始善终对消费者负责”的服务准则。

未来，我们将持续优化商品品类，提升商品品质、优化商品价格，不断提高服务质量，为消费者提供更优质的商品和服务，为集团的高质量发展奠定坚实基础，贡献一份力量！

（欧亚汇集 佟瑶）

欧亚卖场端午盛宴 传承弘扬传统文化

端午佳节，粽香四溢，整个城市都沉浸在浓浓的节日氛围中。欧亚卖场百货食品商场早已精心筹备，迎接这场传统节日的消费热潮，为消费者们带来一场舌尖上的端午盛宴。

走进欧亚卖场百货食品商场，首先映入眼帘的便是那琳琅满目的粽子区。各种口味的粽子整齐排列，从经典的红枣豆沙粽、咸香诱人的五花肉粽，到独具创意的水果粽，应有尽有，满足了不同消费者的口味需求。这些粽子均选用优质食材，每一颗糯米都饱满晶莹，每一份馅料都诚意满满。现场，还有工作人员展示包粽子的传统技艺，一片片粽叶在他们手中翻飞，转眼间就变成了一个个精巧的粽子，引得不少顾客驻足观看、学习。除了粽子，商场内各类端午特色美食也一应俱全。新鲜的艾草散发着独特的清香，被制作成艾草糍粑、艾草青团等特色小吃，软糯的口感中带着清新的草本香气，让人回味无穷。咸香可口的咸鸭蛋、个个蛋黄流油，是端午餐桌上必不可少的美食之一。还有各种端午时令水果，如清甜多汁的荔枝、酸甜可口的杨梅等，为节日增添了更多的甜蜜滋味。

为了让消费者在享受美食的同时，也能感受到实实在在的优惠，欧亚卖场百货食品商场推出了一系列丰富的促销活动。购买粽子满一定金额，即可享受折扣优惠；部分特色端午美食，进行买一送一的活动；消费满额还能参与抽奖，有机会赢取精美礼品。此外，商场还为会员准备了专属福利，会员积分可兑换端午特色商品，让会员们感受到更多的关怀和回馈。

在这个端午佳节，欧亚卖场百货食品商场不仅是一个购物的场所，更是一个传承和弘扬端午文化的平台。通过丰富多彩的商品和活动，让消费者们在忙碌的生活中，重拾对传统节日的热爱，感受到浓浓的节日氛围。

（欧亚卖场 张艳宇）

欧亚包百前旗店精准施策 激活会员增长新引擎

今年以来，欧亚商业连锁包头区前旗店启动会员精细化运营战略，通过差异化策略与系统性举措，成功激活会员增长动能。

在老会员深耕上，欧亚包百前旗店打破传统模式，将活动参与标准从“消费金额”转为“积分额度”，同步降低参与门槛，让更多会员享受到活动福利。针对银卡及以上高价值会员，推出权益翻倍、专属折扣等定制化福利，通过多元化激励，实现会员消费规模与去年同期持平，有效稳住存量市场。

新会员拓展方面，欧亚包百前旗店以权益升级为抓手，推出无门槛积分券、精选礼品、特色小食“三重礼遇”，大幅提升会员吸引力。运营保障体系上，欧亚包百前旗店构建层级化任务管理机制，将新会员开发指标细化到各卖场、各收银台，并开展全员专项培训，强化员工对会员卡增值服务的讲解能力。

一系列组合拳成效显著。今年3月至5月，前旗店累计新增会员超300人，提前完成全年新会员发展目标，为提升客户粘性、增强市场竞争力筑牢根基。

（欧亚包百 袁慧）

以实干铸品质 用担当创未来

通过《今日欧亚》报纸，我深入学习了曹和平董事长在集团八届二次职代会上的讲话。曹董关于商品力建设、案例剖析及按劳分配的重要论述，让我深刻领悟到，企业的长远发展既需要高瞻远瞩的战略规划，更离不开每位员工脚踏实地的行动。这些理念不仅是企业经营的“指南针”，更是我们一线工作的“方法论”。

在商品力建设上，我深刻体会到“细节决定成败”。就像土豆混等售卖的案例，看似不起眼的操作，实则暗藏巨大漏洞。顾客以同等价格挑走优质商品，剩下的残次品只能折价处理，最终损害的是企业的利润和口碑。这让我联想到日常工作中，作为一名大客户客服人员，无论是业务办理还是客户维护都要注重细节，更要以严谨的态度对待每一位大客户。

案例剖析部分的内容，让我深受触动。北

京小吃店与老年食堂的对比，生动诠释了“管理理念决定生死”的硬道理。同样的地段、相似的业态，一个因贴心服务和精准定位火爆，一个因墨守成规而倒闭。这让我反思，在工作中不能只满足于“完成任务”，更要主动思考如何优化服务、提升效率。无论身处何岗位，持续学习和提升专业能力都是成长的必修课。

企业一路走来，历经无数挑战却始终屹立不倒，靠的是迎难而上的韧性和与时俱进的智慧。作为企业的一员，我深感任重道远。未来，我将以更高的标准要求自己，在服务消费者时用心用情，在团队协作中主动担当，与企业同成长、共进步。我坚信，只要我们上下一心，把每一件小事做到极致，企业的明天必将更加辉煌！

（欧亚卖场 孙佳美）

以商品力筑牢企业发展根基

学习曹董在集团八届二次职代会上的讲话心得

翻开报纸，深入学习曹和平董事长在集团八届二次职代会上的讲话，尤其是聚焦商品力建设，让我对零售企业的核心竞争力打造有了深刻认知，也明晰了工作方向。

商品力是企业发展的生命线，其构建围绕源头采购、质量把控、价格优势、配送效率形成闭环。过去，我们在商品力打造中虽有探索，但也暴露诸多问题。这些问题，本质是对商品力建设规律理解不深、执行不到位。如今，商品力建设进入新阶段，更需精准发力。采购要坚守“好源头、好商品、好价格、好配送”标准，以源头直采降低成本，用专业选品能力让商品既贴合需求又具独特性，把“四好”作为采购行动铁律。配送环节，要强化全流程管控，从仓储环境到运输时效，保障商品“新鲜、完整”到

达，这不仅关乎成本，更影响消费者体验与企业口碑。销售端聚焦“做强环节”，本质是通过优化人员管理、职责分配，让员工成为商品力的“放大器”，把商品优势转化为市场竞争力。

这一系列要求，不是简单的工作任务，而是企业生存发展的必然逻辑。作为零售人，要把商品力建设融入日常：采购时，以“四好”为尺，较真源头、质量与价格；配送中，关注每一个流转细节，守护商品价值；销售里，主动传递商品优势，让顾客感知“好商品”魅力。更要与团队携手，以“商品力”为利刃，在市场竞争中破局，支撑集团筑牢发展根基，让“欧亚商品力”成为行业标杆，驱动企业走向更广阔的未来。

（白城欧亚 孙秀美）

领会职代会讲话精神 共筑欧亚发展新征程

学习了曹和平董事长在集团八届二次职代会上的讲话，我收获良多。

聚焦商品力建设，这一理念精准锚定了企业发展的核心。在商业竞争的红海之中，商品力就是那把披荆斩棘的利刃。正如讲话中所强调，从源头把控商品品质，这不仅是对消费者权益的坚实守护，更是企业信誉得以树立的根本。当我们致力于为消费者提供优质、独特的商品时，就是在塑造企业的灵魂。这让我意识到，每一个岗位都是商品力提升链条上的关键一环，无论是采购环节对货源的态度，还是销售过程中对商品价值的传递，都需要我们以高度的责任心和专业精神去对待，因为这直接关系到企业在市场中的立足之本。

剖析典型案例的部分，为企业发展提供了生动且珍贵的镜鉴。每一个案例都是一次实战经验的浓缩，成功的案例如明亮的航标，指引着我们前进的方向，让我们明晰那些策略与行动能够推动企业蓬勃发展；而失

败的案例则似警钟，时刻提醒我们警惕潜在的风险与陷阱。这让我明白，在工作中不能只低头做事，更要抬头看路，从这些案例中提炼经验，将其转化为自身的能力储备，在面对复杂多变的市场环境时，能够做出更明智、更精准的决策。

曹和平董事长的讲话，是对企业发展的工作指南，它激励着每一位欧亚人以更饱满的热情、更坚定的信念投身到工作中。在日常工作中，我将以职代会要求为行动准则，立足本职岗位，不断提升专业素养，以精益求精的态度对待每一项任务。积极主动地参与到企业的创新与发展之中，与团队成员携手共进，将个人的成长与企业的进步紧密相连。

在欧亚卖场的发展征程中，我们每一个人都是不可或缺的。我坚信，只要我们秉持着这份对事业的执着与热爱，就一定能够在商业浪潮中稳健前行，共同铸就欧亚更加璀璨辉煌的蓝图。

（欧亚卖场 胡晓宇）

零售新密码 深耕商品力

在竞争白热化的零售市场中，商品力无疑是超市立足的根基与发展的核心驱动力。吉林地区超市总部深刻洞悉这一关键，以商品力为中心，从商品组进、销售策略、卖场氛围营造等多个维度精准发力，构建起独具竞争力的零售生态。

吉林地区超市总部将商品组进作为战略重点，通过对市场趋势、消费者需求的深入调研与精准分析，坚持优中选优的原则，不断优化商品结构。为提升市场适配度，实施科学的商品末位淘汰机制，对销售表现不佳的商品条码实施动态清退管理，目前累计淘汰销售条码32863支。同时积极引入符合本地消费特点、具备市场潜力的新品，一方面引入无印良品、金士茶、二脂亚麻籽油等知名品牌，凭借其强大的品牌号召力和品质保障，提升超市源头直采的整体形象与信誉；另一方面挖掘具有特色的小众品牌和网红红品如：白桦汁、来点茶趣、民和炸鸡腿等，为消费者带来差异化、个性化的商品选择。截止目前本年度新增条码424支，这些新商品、新品牌的加入，不仅丰富了商品品类，更形成了品牌矩阵效应，增强了超市在商品领域的竞争力。

商品销售是检验商品竞争力的核心标准。吉林地区超市总部借助数据分析，精准

识别畅销商品与潜力商品。加大对畅销商品陈列资源投入、保障供应，通过促销活动、关联销售等手段重点推广潜力商品，深度挖掘市场潜力。此外，总部高度重视卖场氛围营造，将其视为提升商品竞争力的重要途径，持续发力优化购物环境。新增烤肠机、冷饮冰桶等设备，让香气四溢的烤肠和清凉爽口的冷饮成为吸引顾客驻足的“磁石”，营造出充满烟火气与生活气息的购物场景。试吃、试饮活动更是拉近了商品与消费者之间的距离，通过直观的味觉体验，让消费者真切感受商品的品质与特色，增强购买意愿。

自自营商品的发展是超市提升商品力的一大亮点，凭借吉林总部对供应链的把控能力，深入源头采购，减少中间环节，降低成本，以更具竞争力的价格和独特的商品特色吸引消费者。随着本年度1-4月份自采自营商品销售额的不断攀升，不仅为超市带来了可观的经济效益，更提升了超市在商品供应上的自主性与独特性，进一步强化了商品力。

未来，吉林地区超市总部将继续深化商品力建设，不断探索创新，以更优质的商品、更贴心的服务、更舒适的购物环境，满足消费者日益升级的消费需求，书写零售行业的崭新篇章！

（吉林欧亚商都 李媛 冯晓龙）

在刚刚落幕的集团八届二次职代会上，曹董的讲话令人深受触动、获益良多，更为我今后的工作指明了方向。通过研读学习，我的体会与收获集中在以下几个方面：

深刻领悟“商品力”核心要义 筑牢企业生命之源

“商品力”是企业生存发展的“生命线”，“质量、价格、配送、体验”是四大相互依存的关键支柱，这一洞见使我深受启发。学习中，我感到自身过去对商品力的理解存在片面性。严把源头，筑牢质量与价格的“双基石”。董事长强调商品力形成阶段中质量与价格的决定性作用，并以采购岗位为焦点，这一论断直指商业本质，为全员指明了工作方向。

深挖案例教训 树牢责任担当“双标尺”

深入剖析的鲜活案例，如“土豆经营困局”与“同业态不同命”，如一面面镜子，反思经营管理中的不足，从“阳光店对比”悟经营成败关键，从“百味鲜”的火爆与邻近食堂的歇业，深刻印

筑牢责任担当之基

聆听曹和平董事长在集团八届二次职代会的讲话，让我深受触动。作为商业企业，商品力建设是立足市场的核心支柱，经验总结是规避风险的智慧源泉，创新驱动是突破发展瓶颈的关键引擎，唯有深耕专业成为领域行家，扎根一线把握市场脉搏，勇挑重担破解发展难题，方能推动企业高质量发展。

商品力是企业立足市场的生命线，管理者必须成为战略落地的“操盘手”和专业领域的“内行人”。在日常工作管理中，欧亚卖场精品服饰商场全体管理人员会定期组织商品知识培训、市场调研分享会，推动团队成员深入研究商品特性、工艺细节及竞品动态等。结合消费者对市场的需求，及时调整货品策略，成功打造出多款畅销产品，用专业视角为消费者营

证了“责任与能力决定经营成败”的铁律。促使我们应当不断“拉长长板、补齐短板、锻造新板”，以责任心驱使追求极致，以创新思维突破发展瓶颈，让每个经营决策都成为企业腾飞的助推器。

坚定推进按劳分配改革 激活内生动力之源

快递小哥的生动案例有力证明：让每位劳动者都能看到付出与回报的直接关联，从而激发出源源不断的内生动力。当个人价值得到精准量化与及时兑现时，平凡岗位也能绽放非凡光彩，这正是现代企业管理中最值得借鉴的智慧结晶。

未来，我将持续深化学习，将集团职代会精神内化于心、外化于行。唯有将个人奋斗融入企业高质量发展洪流，才能实现与欧亚的同频共振，在成就企业辉煌的征程中书写无愧于时代的价值篇章。

（欧亚商都 佟柠）

凝心聚力拓新程 万象焕新启盛景 ——欧亚商业连锁总部部室支援新生活焕新开业纪实

5月30日，伴随着如潮般涌入超市的人潮声，欧亚商业连锁总部支援欧亚新生活购物广场焕新开业的行动如火如荼的开始了——

迅速响应 统筹部署

商业连锁全质办在接到领导班子、新生活调改领导小组的指示后，迅速行动，与新生活及各分类采购多次研讨，确定支援岗位、人数及工作内容。本次支援共24个岗位需要159人，总部部室实际抽调134人，占总支援人数的85%，大区收银员20人，占总支援人数的15%。

分工协作 高效运转

此次支援分生鲜销售组、食品销售组、非食销售组、看口组、散货回收组、购物车回收组、客服+线上履约组、红梯安全服务组、收银组等9个支援小组，每组分别设组长，三大销售组还按品类分别设立小组长；三大销售组对每支单品下销售任务，负责售卖人员要按人、按天分解任务计划，每日统计计划完成情况。

同时，支援人员上岗前进行了全员培训，学习商品知识、促销内容、熟悉新生活调整后各品类位置，以及路线布局，还安排为前一天半的实习时间，以便达到上岗即进入销售状态；各支援小组分别成立微信群，全质办制定下发支援职责及支援要求，每天全质办与人力资源部专人进入各微信群内对支援情况进行监管，根据需求迅速合理调岗岗位及人员，全方位为新生活焕新开业提供了保障。

全力以赴 展现担当

开业期间，全体支援人员以昂扬饱满的精神状态，全身心投入岗位工作，用实际行动诠释奉献精神，为抓住政策窗口期的销售高峰，保障顾客购物体验，通化欧亚购物中心领导班子研究决定：6月6日晚延长营业时间至22时。家电商场经理辛长玉在早上会特别强调：“越是关键时期，越要展现欧亚的服务温度。”他不仅要求全员以“一对一”跟进的方式加大宣传力度，更强调要以专业、耐心的态度解答顾客疑问。在管理层的靠前指挥与全体员工的全力冲刺下，6月5日和6月6日销售数据不断创新高，稳居通化地区家电卖场首位。不仅超额完成阶段性销售目标，更以优质服务进一步夯实了“欧亚”品牌在消费者心中的口碑。

为抓住政策窗口期的销售高峰，保障顾客

释奉献精神，为开业的圆满成功注入强劲动力，凭借全员14小时的不懈奋战，开业前四天，销售额一举实现了业绩飞跃。其中：榴莲、山竹、樱桃、西王玉米油、心相印纸品等，均成为了各品类销售的标杆。

凝心聚力，共启新程

“尽管连续奋战身心疲惫，但看到超市盛大开业、顾客笑意盈盈，所有的付出都化作了值得！”支援一线的员工们感慨道。从开业筹备到现场保障，他们放弃休息日及端午假期，以饱满的热情、高效的协作和无私的奉献坚守岗位，用汗水浇灌了成功的果实。

欧亚商业连锁党委书记、董事长于惠勋携领导班子成员对全体员工的卓越表现给予高度肯定：“此次超市开业的圆满成功，离不开每一位员工的辛勤付出与通力合作。大家用实际行动展现了企业的凝聚力与战斗力，为你们点赞！同时希望全体同仁继续保持昂扬斗志，携手共创商业连锁更加辉煌的未来！”

同比上涨257%的销售额，40766人次的客流……亮眼数据的背后，是总部与门店上下一心，通力协作的成果。全体员工以高度的责任感和使命感，连续奋战，不仅为顾客带来品质卓越、价格实惠的商品，更以贴心周到的服务，营造出舒适便捷的购物新体验，确保新生活超市开业期间各项经营工作平稳有序开展，为新生活超市长远发展筑牢坚实根基，也为未来商业连锁超市业态提供了广阔前景。

（欧亚商业连锁 全质采购招标部）

政策窗口期里的暖心突围 通化欧亚家电团队以服务力筑牢品牌口碑

6月5日，通化市商务局发布通知，明确6月7日零时起家电类国家补贴政策将暂时停止，具体恢复时间另行告知。通化欧亚购物中心家电商场经理辛长玉在接到通知的第一时间，迅速向欧亚商业连锁通化区总经理于淼汇报。在于淼总经理的统一部署下，商场全员立即启动应急响应——家电商场团队第一时间通过电话逐一联系前期有购买意向的顾客，精准告知政策即将调整的信息；同时，线上线下全渠道转发政策变动通知，确保信息触达最大化。

为抓住政策窗口期的销售高峰，保障顾客

购物体验，通化欧亚购物中心领导班子研究决定：6月6日晚延长营业时间至22时。家电商场经理辛长玉在早上会特别强调：“越是关键时期，越要展现欧亚的服务温度。”他不仅要求全员以“一对一”跟进的方式加大宣传力度，更强调要以专业、耐心的态度解答顾客疑问。在管理层的靠前指挥与全体员工的全力冲刺下，6月5日和6月6日销售数据不断创新高，稳居通化地区家电卖场首位。不仅超额完成阶段性销售目标，更以优质服务进一步夯实了“欧亚”品牌在消费者心中的口碑。

（通化欧亚 赵庆贺）

“抓实字、立长久根基惠当前，上水平、建百年企业利长远”。通过《今日欧亚》，我深入学习了曹董集团在八届二次职代会上的讲话内容，受益良多。

聚焦“三力”，知责思为。温故而知新，溯本而清源。曹董多次强调，要聚焦商品力建设，筑牢企业发展根基。秉承曹董讲话精神，卖场于总近日也在管理人员大会上深入剖析了商品力、价格力、服务力的相互促进和共同作用。商品力要让消费者感到物有所值，价格力要让消费者感到物超所值，服务力要让消费者感到超预期值。在当前严峻的市场形势下，我们要以满足和提升消费者情绪价值为目标遵循，开展各项经营、管理、服务工作，聚焦“三力”，知责思为。汲取教训，尽责有为。小土豆，大文章。从源头

深耕商品力

通过《今日欧亚》报纸，我深入学习了曹和平董事长的讲话，让我极大地拓宽了视野，对企业运营有个更深的理解。

曹董首先强调了商品力建设对企业发展的基础性作用。成功的商品需品质卓越、功能全面，并紧密贴合消费者多样化的需求。以消费者为中心，持续创新、提升产品附加值，优化用户体验，是打造市场热门商品的关键。这一理念让我深刻认识到，只有从消费者角度出发，才能真正创造出满足市场需求、赢得消费者喜爱的产品。

通过土豆经营案例的剖析，曹董展现了企业在应对市场挑战时的灵活应变与智慧决策。这一案例不仅彰显了企业敏锐捕捉市场机遇的能力，也进一步激发

守土有责 实干必胜

学习曹董在集团八届二次职代会上的讲话有感

进货到大小筛选，从上架售卖到跟踪管理，从质优价低到质次价高，从价格制定到利润差价，从成本控制到减少残损，以小见大，每一个细微之处都有文章可作，大有责任可担。把企业的事当自家的事办，把企业的钱当自家的钱花，把上架销售的土豆和商品

擘画新蓝图

了我们不断学习、提升自我适应激烈市场竞争的决心。

在谈及按劳分配时，曹董明确指出，作为社会主义市场经济的基本原则，按劳分配对于激发劳动者积极性和创造性至关重要。他强调，践行按劳分配需兼顾公平与效率，既要保障劳动者的合法权益，又要激发其创新潜能。同时，曹董还提到，教育是提升劳动者素质、促进分配公平的基础，因此必须确保教育机会的平等与普及。

通过此次学习，我深刻领悟到了商品力建设、市场竞争策略及按劳分配在企业发展中的关键作用。我坚信，只要我们齐心协力、不懈奋斗，定能为公司的发展注入新动力，共创更加辉煌的明天。

（通化欧亚 左萍）

精细化管理

提升业主满意度

学习曹董在集团八届二次职代会上的讲话心得

学习欧亚集团党委书记、董事长曹和平在八届二次职代会讲话后，合诚物业公司围绕曹董的讲话精神认真学习，举一反三，使我对物业管理工作在原来基础上又有了新的定义。

商品力建设是核心，物业工作同样亦是如此。服务质量、价格合理性、服务方式等是构成物业服务力的主要因素。要像关注商品品质一样，重视物业服务的每个环节。从日常维修到环境维护，从人员配置到服务态度，都需严格把控，提升业主满意度，这是物业立足市场的根本。

案例剖析中，物业工作得到新启发。土豆经营的问题警示我们，细节管理至关重要。在物业管理中，要杜绝各类疏漏，对保洁、安保、设施运行等工作进行精细化管理，及时发现并解决问题。经营业态

以奋斗之姿

筑企业发展新篇

读完《今日欧亚》报纸刊登的曹董讲话，一种使命感与奋进的力量在心中涌动。这篇讲话，是企业发展历程中的“导航图”，更是激励全体员工拼搏向前的“冲锋号”。

讲话聚焦“聚焦能力建设，筑牢企业发展根基”，让我深刻认识到，企业的稳健前行，离不开坚实的能力底座。在竞争激烈的市场浪潮中，能力如同船之帆、鸟之翼，是破浪前行、翱翔天际的依仗。从管理能力的精细打磨，到业务能力的深耕细作，从创新能力的大胆突破，到协同能力的高效凝聚，每一项都关乎企业的兴衰成败。这不仅是企业领导层的战略考量，更是每一位员工应肩负的责任——我们都是企业大厦的“砌砖人”，唯有共同发力，才能让大厦稳固矗立。

其中提及的案例，是警示，更是鞭策。那些因能力

以热血铸匠心

以拼搏践初心

——学习曹董在八届二次职代会上的讲话心得

在深入研读欧亚集团董事长曹和平于八届二次职代会上的重要讲话后，我心潮澎湃，字字箴言如战鼓催征，激励着我以更昂扬的姿态投身工作中！

曹董围绕成就商品力的质量、价格、配送、销售四大核心环节，展开鞭辟入里的剖析。他既深度解读商品力的构建逻辑，又直面商品力形成过程中的重重挑战，让我们清晰认识到，商品力是零售业突破重围、制胜市场的关键利器。这要求我们必须以脚踏实地、精益求精的工作态度 and 严格的自我要求，将各个环节都打磨成坚不可摧的基石，为企业发展筑牢根基。

在谈及分类定级时，曹董结合鲜活案例，抽丝剥茧般指出其在经营中的核心价值，为业务优化指明方向。面对市场低迷，曹董以实例说明，要摒弃外在

一日千里的“惊艳”“焕新”的百姓新生活

2025年5月，在经过欧亚人倾情、倾力，用智慧与汗水打造的“焕新”的欧亚新生活购物广场超市盛大开业，引来春城百姓四面八方奔涌而来，体验各自心中的琳琅满目、丰富多彩的“新生活”；负二层超市“大生鲜”+大美食+欧亚烘焙坊、地域特色商品馆、进口商品馆、儿童文创馆、欧亚大酒行、欧亚美肤馆以及超级客服中心。购物之余，坐在“欧亚新生活超级服务中心”休闲区域享受着一系列便捷服务，覆盖多场景需求，以优质、方便、真诚伴随顾客左右！

来到“焕新”的新生活，人们无不感慨与赞叹，分享“科技与时尚”、“至美尚善”的品质生活——无与伦比的环境。

说句心里话，退休近10年来，我行走于长春与上海之间，特别是时常旅居上海，生活中少不了与超市打交道，规模大大小小的超市没少见，像今天的欧亚新生活超市“休闲区域”新颖的场景，截至目前，我在国际大都市上海也是少见。

我发现，我们东北人的智慧与干事能力，孕育着巨大能量，不比南方人差。只要认准跨越、勇于寻求和发现机遇，借助一个平台以大无畏“敢干事”“能干事”心态，没有什么困难与鸿沟是不可逾越的。

书名：《山水时空漫游——中国山水画鉴赏》
作者：张东



书中作者以中国山水画的历史发展沿革为线索，以当代文化视角切入，系统梳理了中国山水画从无到有，从萌芽、发展到成熟、高峰、变革的发展历程，解读了历代山水画的艺术精神、美学内涵、风格特点、价值取向，彰显了中华美学精神和时代精神。作者分析了各时代山水画的文化基础，尤其注意分析山水画谱系衍化、发展的脉络和山水画技法演变、丰富的过程，对各种图式的延续、传承和影响进行了深入阐释。图文并茂，同时附有“答疑互动”，呈现了作者在授课中回答的学生的的问题。视角独特，分析深入，具有很强的系统性和可读性。

提高站位，抗责敢为。孔子说“不患无位，患所以立”。面对新变化新问题，各级管理人员要争做管理内行，扎根营业现场，敢于碰硬担当，破除本领恐慌，战胜能力不足。应对知识匮乏，用“多元思维”改变因循守旧，用“认知迭代”替代直觉判断，用“终身成长”优解发展困局。有为才有位，有位必有为。作为企业员工，无位，也要有为；待位，先要有为；有位，既要擅为；在位，更要敢为，全体员工都要提高站位，勤于抗事，敢于抗雷，勇于抗责，敢作敢为。

百年伟业，征途如虹。让我们以曹董讲话为指引，事不避难，义不逃责，激发守土抗责意识，凝聚实干必胜力量。

（欧亚汇集 庄丽雨）

对比案例让我们明白，创新和服务意识是关键。我们应借鉴优秀案例，探索新服务模式，如智慧物业、社区文化活动等，增强物业和业主之间的粘性。

按劳分配原则对物业团队管理意义重大。合理的分配制度能激发员工的积极性，让有能力、有责任心的员工得到应有的回报，从而提升团队整体战斗力。同时，要注重员工品行和能力培养，打造高素质物业团队。

通过此次学习，物业公司在未来工作中，将把这些理念融入实践中，强化服务力建设，优化管理流程，完善分配机制，推动物业服务工作高质量向前发展，为业主创造更优质的居住、工作和生活环境，为企业发展的展贡献力量。

（白山欧亚 顾安心）

不足、作风不实导致的失误，让我明白“千里之堤，毁于蚁穴”的道理。在企业这艘大船上，任何一个岗位的懈怠、任何一项能力的缺失，都可能引发连锁反应。但同时，这也让我看到企业直面问题的勇气，以及刮骨疗毒、自我革新的决心。这种敢于正视不足、善于总结反思的态度，正是企业能够不断进步、永葆生机的源泉。

于我而言，这篇讲话是行动的指引。它让我清晰认识到，个人成长与企业发展深度绑定。在日常工作中，我要以“能力建设”为锚，深耕专业技能，提升协同效率，将每一项任务都视为锻炼能力的契机。遇到困难不退缩，把挑战当作成长的“磨刀石”；面对创新不犹豫，以敢想敢试的热情，为企业发展注入新活力。

（欧亚卖场 王小岩）

因素的束缚，鼓舞我们勇于突破思维定式，在困境中探寻破局之道，以创新思维和主动作为实现销售业绩的逆势上扬。

曹董的讲话始终回荡耳畔：“奋斗终有回响！”纵使市场竞争波谲云诡，欧亚集团却如中流砥柱，于惊涛骇浪中屹立不倒，为每一位奋斗者遮风挡雨、保驾护航。这份坚实的依靠，更让我们深知责任在肩。未来工作中，让我们以曹董讲话精神为指引，以热血铸匠心，以拼搏践初心，以“功成不必在我，功成必定有我”的担当，永葆锐意进取的奋斗姿态，与企业同频共振，在时代浪潮中破浪前行，共同书写欧亚集团辉煌壮丽的新篇章！

（四平欧亚 综合部）

新生活超市 端午盛宴

新生活启逢端阳，超市门庭喜气扬。彩旗招展迎宾客，欢声雷动庆开张。艾草驱邪祈福寿，粽子飘香送吉祥。购物无需满街走，新选好物千般有。红梯高竿打卡地，各馆琳琅满目芳。美妆娇艳添姿色，美酒醇香醉心房。玩具缤纷孩童爱，促销打折惠四方。新生活里欢乐多，乐购其中福满堂。（欧亚商业连锁 刘婷婷）

贺新生活超市 焕新开业

端午将至喜气扬，超市焕新绽华光。负二层中天地阔，生鲜美食溢芬芳。烘焙香随麦浪起，地域珍馐列满堂。进口橱窗纳世界，文创童趣映琳琅。美酒陈酿邀明月，琳琅万象待君尝。一朝焕新全城望，共赴新程启华章。（欧亚超市连锁 陈萍）

端午安康

粽香四溢满街巷，邻里相赠情意长。糯米晶莹裹蜜枣，荷叶青青裹吉祥。孩童嬉戏追彩蝶，老人闲坐话家常。双辽美景今犹在，欧亚同庆好时光。愿借清风传祝福，安康如意永相伴。月下举杯邀亲朋，共赏佳节乐未央。（双辽欧亚 李慧丽）

背影里的星辰

他的手掌很宽，能握住整个童年的风雨。

他的背影很沉，扛着岁月，却从不出声。后来，我长大了，他的脚步慢了，白发像雪，落在旧时光里。

父亲节这天，我递给他一杯茶，他笑了，像一座山，轻轻融化。（欧亚商都 云韬）

父爱如山

父爱如山铭心间，岁月匆匆鬓已斑。双手擎天家稳固，肩头载梦路漫漫。风霜雨雪皆无惧，寒暑冰凉总挂牵。父爱深沉如海广，此生难报涓滴涟。（通化欧亚 左萍）

致父亲

廿载的劳两鬓苍，为儿遮雨立斜阳。拳拳厚意融霜雪，默默深心付稻粱。常忆寒宵披暖袄，犹思炎夏扇清凉。而今欲报亲恩重，遥祝严君福泽长。（双辽欧亚 综合业务部）

夏日絮语

阳光把空气熬成蜜糖，蝉鸣在叶缝里流淌。冰镇汽水的气泡，咕嘟咕嘟，撞碎午后的漫长。

雷雨总爱突袭，把天空拧成墨色的绳。屋檐垂下水晶帘，洗净了燥热的渴望。晚霞给云镶上金边，广场飘来烤串的香气。孩子们踩着轮滑，在路灯下画出彩色的弧光。

月亮爬上老槐树梢，萤火虫提着灯笼闲逛。竹席上摇晃的蒲扇，摇出星星点点的清凉。（欧亚商都 付岩）

书名：《出海远航：中国企业的全球化之路》
作者：陈攀峰

作者根据自身10余年深度参与华为全球化的经验，以及20余年见证中国企业出海的经历，梳理中国企业全球化五大发展阶段的特点与痛点。通过大量企业案例分析，从战略到落地，创新提出出海企业可借鉴的欧美日韩企业经验以及十大理念、十大模式、六大策略，即学即用，方便企业对自身市场、技术、品牌、渠道、合作方、人才培养、财务规划等方面进行完善，能够有效帮助企业进行全球化布局，完成本身产业链转型升级。既可以让我们拓宽眼界，又能够学习跨文化管理、合规管理等，以及如何在国际化运营中规避一些问题。

书名：《其人如天》
作者：薛仁明

本书是讲述《史记》历史人物的一部力作。作者围绕汉代历史中的核心人物，如刘邦、项羽、韩信、张良、萧何、曹参、陈平、樊哙等进行铺叙，或以关于上述人物的历史趣事与典故为引子展开讲述，如“韩信之死”、“其人如天”（范蠡）、“项羽杀人”，或从对他们的性格剖析来解读，通过对《史记》的悉心研读，作者将历史人物进行勾连讲述，将熠熠生辉的个体及围绕他们发生的趣闻逸闻描摹出来，讲述故事却不止于故事，透过故事及思考后的各种历史关联，将历史的曙光映照到当下的现实生活中，给我们以慰藉或以指引。

书名：《山水时空漫游——中国山水画鉴赏》
作者：张东

书中作者以中国山水画的历史发展沿革为线索，以当代文化视角切入，系统梳理了中国山水画从无到有，从萌芽、发展到成熟、高峰、变革的发展历程，解读了历代山水画的艺术精神、美学内涵、风格特点、价值取向，彰显了中华美学精神和时代精神。作者分析了各时代山水画的文化基础，尤其注意分析山水画谱系衍化、发展的脉络和山水画技法演变、丰富的过程，对各种图式的延续、传承和影响进行了深入阐释。图文并茂，同时附有“答疑互动”，呈现了作者在授课中回答的学生的的问题。视角独特，分析深入，具有很强的系统性和可读性。

书名：《月亮亮的故乡》
作者：陈应松

本书收录了作者近年创作的评价最高的散文。陈应松的散文，素以文字的奇美炼化、文章的布局精巧、文心的壮阔典雅、文辞的绚烂著称。随着作家所游历和叩访的雪山、森林、冰川等，他以优美的文字为读者呈现了深山老林的奇花异草、珍禽异兽，也为读者介绍了少数民族的奇风异俗、美食怪味。对自然的投身与热爱，让作者深情透彻地领悟了山川大地对生命的启示，对精神的滋养，对文学的造化，这是一本行走和思考的厚重之书。本书揭开了那些遥远、美丽、神奇的自然之地的面纱，为读者建构了一场浩大的山河盛宴。