

# 今日欧亚

第14期 总第645期 总编辑 苏艳丹

主办:长春欧亚集团股份有限公司

地址:长春高新区飞跃路2686号

电话:0431-87666857

邮编:130012

网址:www.eurasiagroup.com.cn/index/jroy.html



20℃ ~ 28℃



2025年7月

30

星期三

农历乙巳年闰六月初六日  
六月十四立秋

## 曹和平董事长 到欧亚商业连锁辽源区调研

本报讯(辽源欧亚 综合部)7月18日15时,欧亚集团董事长曹和平到欧亚商业连锁辽源区各店调研。

曹董先后在辽源欧亚购物中心、欧亚超市连锁和宁店、东丰欧亚购物中心进行了实地踏查,并亲手示范了“生鲜价格POP明示牌”的书写。

欧亚商业连锁辽源区总经理王延向曹董汇

报了上半年的经营情况与近期重点工作,相关管理人员分别向曹董详细汇报了生鲜自采自营、辽源欧亚二期综合体经营、7.19家电内购会完成情况及下半年招商工作开展情况。

曹董对辽源区各店现场面貌与经营秩序给予认可,鼓励辽源区各店管理者要努力做好各项工作,实现优异的销售业绩和良好的经营成果,实现企业经营与员工个人价值的“双提升”。

# 中国连锁经营协会会长彭建真率G9决策委成员莅临欧亚集团调研 欧亚集团董事长曹和平、总经理赵首泮等领导陪同

7月24日,中国连锁经营协会会长彭建真率G9决策委成员一行莅临欧亚集团调研,并先后踏查了欧亚卖场、欧亚商都、欧亚商业连锁、吉林欧亚商都综合体等门店的经营现场,欧亚集团党委书记、董事长曹和平,总经理赵首泮等领导陪同。

### 欧亚卖场

7月24日上午,彭建真会长一行嘉宾先后来到欧亚卖场服饰商场、欧亚金街、生态广场、百货超市参观,曹和平董事长介绍了卖场的经营布局、体量规模、业态品牌、客流人气及通过“最大的零售购物中心”“吉尼斯世界纪录认证”情况,当听到迪奥、可隆、凯乐石今年上半年销售业绩均位列全国第一时,一行嘉宾惊叹不已,纷纷为卖场的超强客流人气、超凡创效能力、越多品牌首店及最新形象展示所震撼,彭建真会长更是对欧亚卖场宏大的规模体量、丰富的业态组合、鲜明的场景特色及持续的创新活力给予了高度评价,特别是对曹和平董事长卓越的战略思维和经营智慧表示由衷钦佩,并表示,欧亚卖场在业态融合、沉浸式场景打造和满足顾客情绪体验方面的探索极具前瞻性,为实体商业新转型提供了极其宝贵的实践经验,将进一步学习借鉴和总结推广欧亚卖场的成功模式。

欧亚集团总经理赵首泮、欧亚卖场董事长于志良陪同。



考察团在欧亚卖场合影留念。



研讨会现场。

### 欧亚商都

在参观完欧亚卖场后,彭建真会长一行来到欧亚商都调研,先后踏查了欧亚商都城市超市、精品商场、空中智能化停车场及餐饮娱乐中心等核心业态。曹和平董事长向嘉宾详细介绍了欧亚商都“精”的战略定位,以及城市超市通过双层改造提升商品展示效果的创新实践。一行嘉宾对商都优化后的购物环境表示高度赞赏,对超市“紧盯民生高频需求”的商品策略和“兼顾市场

竞争与合理利润”的定价机制给予高度评价,更特别肯定了商都空中智能化停车场的创新设计,以及给顾客购物带来的便捷体验。

欧亚集团总经理赵首泮陪同。

### 欧亚商业连锁

7月24日下午,彭建真会长一行走进欧亚商业连锁调研,实地参观了欧亚新生活购物广场。现场,嘉宾们对欧亚阿姨新生活负二层V-GO超市的焕新成果及负一层生活市集街区给予高度认

可,还亲身体验了网红鸿运梯、许愿树、招财池等互动打卡项目,感受其场景化消费的创新魅力。

参观结束后,在欧亚商业连锁总部会议室召开了综合零售研讨会。会上,与会嘉宾一行对欧亚集团创新发展给予了极大肯定,并围绕G9工作推进、门店调改策略优化、企业长期战略规划等核心议题深入交流,曹和平董事长就商业零售业的发展提出了极具建设性的观点及措施讲话,通过思想碰撞凝聚行业共识,探索零售业在新形势下的

发展路径。欧亚集团总经理赵首泮、欧亚商业连锁董事长于惠航陪同。

### 吉林欧亚商都综合体

在吉林欧亚商都综合体,曹和平董事长亲自陪同彭建真会长一行嘉宾深入营业现场一线,重点考察了一楼商场的品牌布局、商品陈列、客流情况及购物环境。随后,一行嘉宾前往负一层乐

活里香港老街和超市,详细了解了超市的生鲜运营、价格策略、智慧零售应用及顾客服务等环节。欧亚商都综合体以其丰富的业态组合、优质的购物体验 and 稳健的经营表现,赢得了协会一行嘉宾的认可,大家在对吉林欧亚商都综合体的运营管理给予关注的同时,并就行业发展进行了交流探讨。

吉林欧亚商都总经理高春玲陪同。(欧亚卖场、欧亚商都、欧亚商业连锁、吉林欧亚商都综合报道 编辑部 整理)

# 国医大师张伯礼院士莅临欧亚卖场长白山人参展销体验中心调研 欧亚集团曹和平董事长陪同

本报讯(欧亚卖场 经理办)7月13日,刚刚荣膺“最大的零售购物中心”吉尼斯世界纪录称号的欧亚卖场迎来一位重量级贵宾——中国工程院院士、国医大师、“人民英雄”国家荣誉称号获得者、天津中医药大学名誉校长张伯礼院士,在省人参产业高质量发展专班领导、集团曹和平董事长陪同下,走进欧亚卖场的长白山人参展销体验中心参观指导。

吉林长白山人参展销体验中心是欧亚卖场响应省市号召打造的东三省首屈一指,集人参文化传播、参茸知识普及、参茸制品展销、中医长期义诊、药食养生指导等为一体的主题体验馆,经营皇封参等45个品牌的参茸及参茸药

品、食品、保健品、化妆品及其它东北特产在内1000余个品种。在曹总陪同下,张伯礼院士来到人参市集,饶有兴致地品尝人参药膳、参鸡汤等特色产品,走进展位详细了解各种参茸产品的产地源头、工艺流程、功效用途等,来到人参文化展示区观摩采参工具、采参场景,现场品鉴各种产品,并就盘活吉林特产资源,搞好参茸精深加工,满足人们健康消费需求深入探讨。听取人参展销体验中心建设运营情况后,张伯礼院士对吉林省求真务实、抓细抓实人参产业发展给予高度评价,对欧亚卖场发挥“最大的零售购物中心”优势推进人参产业高质量发展、助力中医药服务百姓所做的工作充分肯定,勉励企业要发挥



调研现场。张佳音 摄

世界级购物中心影响力助力参展展销,为擦亮吉林人参“金字招牌”、推动中医药文化发展贡献力量。

此次,张伯礼院士莅临欧亚卖场长白山人参展销体验中心考察并给予高度评价,体现了欧亚卖场“最大的零售购物中心”广泛影响力,及全国对欧亚卖场长白山人参展销体验中心的高度认可,是对欧亚卖场履行弘扬人参文化、服务大众健康社会责任的高度认可,也是对欧亚卖场人参展销体验中心专业权威的顶级认证、品质品牌的国家级背书,更是对人参展销体验中心未来发展的激励,将极大提升欧亚卖场长白山人参展销体验中心在中医药界和消费市场的公信力与美誉度。

## “7.19”家电内购会 欧亚商业连锁斩获销售佳绩

本报讯(欧亚商业连锁 王丽娜)7月19日,欧亚集团“7.19”家电内购会盛大启幕,欧亚商业连锁凭借全渠道精准发力与精细化营销,实现销售额的跃升,超额完成计划24%,同比增幅达30%,在集团家电内购会中持续占据首位。

为确保活动成效最大化,欧亚商业连锁提前启动全维度筹备攻坚。欧亚商业连锁总部精准制定竞赛激励方案,向各大区、门店明确销售指标与推广任务,动员全员下沉营销一线。通过户外广告精准覆盖核心商圈、抖音快手等短视频矩阵高频传播,同步联动品牌开展驻点宣讲,构建起“线上引流+线下渗透”的全方位信息触达网络。活动现场,主流家电品牌携年度新品重磅助阵,智能电视、节能冰箱等品类供需两旺,而受高温天气驱动,变频空调、柜机套装等制冷家电集中亮相即引发抢购,驻店专业团队现场详解产品核心优势,与门店联合开展的特色营销活动,既增强了活动吸引力,更让消费者享受到价格红利与多元选择。

## 元盛居欧亚新生活店盛大开业

本报讯(欧亚商业连锁 陈莹)7月18日,备受瞩目的长春老字号元盛居欧亚新生活购物广场店盛大开业。作为长春极具代表性的餐饮品牌,元盛居此次入驻欧亚新生活,标志着传统美食与现代商业的又一次成功融合。

元盛居以其独特的铜锅涮肉、招牌麻酱和特色烧麦,在长春餐饮市场占据重要地位,深受本地居民和外地游客喜爱,堪称长春的“美食名片”。此次入驻欧亚新生活,是元盛居首次入驻购物中心,消息一经传出,便引发市民强烈关注,开业前就有众多消费者前来询问开业时间。开业首日,店内更是人气爆棚,排队等候的场景再现,成为长春餐饮界的热门话题。

元盛居的入驻,进一步丰富了欧亚新生活的品牌矩阵,实现了商场与品牌的双赢,共同书写长春商业与美食的新篇章。

7月21日下午,榆树钱酒业董事长李践楚、常务副总经理兼销售公司总经理丁宁、酿酒公司助理总经理陈冠维、销售公司流通部经理李新原到欧亚集团拜访,双方就合作事宜进行了深入交流(图1)。期间,一同到访的著名书法家穆治钢先生向曹和平董事长赠送了“乘风破浪,行稳致远”墨宝(图2),以表达对企业及曹和平董事长的祝福。欧亚集团副总经理邹德东、欧亚商业连锁总经理刘军、营销分公司总经理刘鹏陪同。

(文/图 编辑部 苏艳丹)



图1



图2

# 中国民生银行总行王晓永行长到欧亚卖场调研 曹和平董事长陪同

本报讯(欧亚卖场 经理办)7月16日,中国民生银行总行王晓永行长一行到欧亚卖场调研。欧亚集团董事长曹和平、总会计师韩淑辉,欧亚卖场董事长于志良陪同。

王晓永行长先后来到欧亚卖场服饰鞋帽商场、欧亚金街、生态广场、童装风向、主题餐厅等现场踏查,曹和平董事长介绍了欧亚卖场的经营布

局、体量规模、业态组合,尤其是刚刚通过“最大的零售购物中心”吉尼斯世界纪录认证情况,围绕实体商业的未来趋势谈了自己的认识见解,曹董独到的商业思维、战略眼光、经营智慧让王晓永行长连连称赞。欧亚卖场经营现场的火热气氛,让一行人惊叹不已,连连称赞不愧是“最大的零售购物中心”,庞大的客流人气在全国

来说也是少有。

实地考察后,双方来到四楼会议室举行了深入会谈。王晓永行长介绍了民生银行发展历史、资产规模、经营实力以及服务企业情况,回顾了自2009年与欧亚集团进行资产业务、发放联名卡、小微贷款等战略合作的丰硕成果,感谢欧亚集团对民生银行一直以来的信任支持,并表示将从优化

上市公司服务、拓展消费生态场景、盘活存量资产、供应链数智赋能等多方面以金融为欧亚发展全面赋能。曹和平董事长结合欧亚集团发展回顾了“中国商业经历的商品为王、渠道为王、心智为王”三个阶段,聚焦商业本质阐述了正在从价格、质量、体验三个维度加速构建商品力的情况,交流了商品力的形成、保持、实现三个阶段

关注把握的重点,并指出,面对行业市场、消费习惯变化,欧亚将静下心来,研判大势,做好自己,以自身发展稳定性以应对环境的不确定性。会谈中,看到会议室墙上的“做内行、在现场、敢担当”企业文化,王晓永行长非常惊喜,让随行人员立即拍照,当众逐句朗读品味,每读一句都赞叹不已,表示要认真学习借鉴以推广。

# 欧亚卖场召开上半年经营分析暨下半年工作筹划汇报会

本报讯(欧亚卖场 张佳音)7月22日,欧亚卖场董事长于志良主持召开会议,听取各经营单位上半年经营情况分析和下半年筹划安排,强调各级要善于运用《道德经》中的思维理念来指导个人工作和企业运营,从中华民族五千年积淀的深厚智慧中汲取个人成长成才和企业稳健发展的磅礴力量。

在听取各商场、部门上半年销售业绩、经营分析、调整升级、营销管理等情况汇报及下半年工作安排,尤其是挖掘创新做法和亮眼业绩后,于志良充分肯定各单位上半年工作成效和下半年想法打算,高度评价了各位职业经理人的素质能力,指出,大家的汇报从职业角度看更为专业,从专业角度看更有高度、有深度、有广度,是做内行、在现场、敢担当企业文化涵养的成果,关键要抓好落实,确保成效。面对当前和今后一段时间经济持续下行下的风险机会,于志良指出,可以控制的风险就是机会,不可控制的机会就是风险,遇到问题就是本能,解决问题是本事,对问题有前瞻预判做出妥善应对是本领。各级管理人员不仅要做好内行,在现场,敢担当要求入脑入心,学以致用,知行合一,更要善于从道德经的浩瀚智慧中汲取营养,提升自己,指导工作,助推发展。比如,道德经讲,“信不足焉,有不信焉”“欲先取之,必固与之”,经营必须诚信为本,诚信赢得未来,有舍才会有得;再如,《道德经》讲,“反者道之动,弱者道之用”,事物到极致会向相反方向转化,当前困境也孕育着破局制胜的力量,需要争取把握,开源节流在企业不同阶段应有所侧重,开源困难就狠抓节流,精神力量看似无形却可迸发无穷伟力,越是困难越要激发敢打必



会议现场。张佳音 摄

用,知行合一,更要善于从道德经的浩瀚智慧中汲取营养,提升自己,指导工作,助推发展。比如,道德经讲,“信不足焉,有不信焉”“欲先取之,必固与之”,经营必须诚信为本,诚信赢得未来,有舍才会有得;再如,《道德经》讲,“反者道之动,弱者道之用”,事物到极致会向相反方向转化,当前困境也孕育着破局制胜的力量,需要争取把握,开源节流在企业不同阶段应有所侧重,开源困难就狠抓节流,精神力量看似无形却可迸发无穷伟力,越是困难越要激发敢打必

胜精气神和爱人如家责任心;还如,道德经讲,“祸莫大于不知足,咎莫大于欲得。甚爱必大费,多藏必厚亡。知足不辱,知止不殆。”这些都警示要知止当止,终身不耻。经营管理中要坚持原则,守住底线,像曹董讲的,不能因一时的贪欲放纵毁掉自己,危害企业。在长达2小时的交流中,于志良对《道德经》中的语句信手拈来娓娓而谈,参会人员都表示,深受触动,一定将道德经融入企业文化学习中,在学思践悟中提升思维层次和眼界视野,以利他思维来搞好经营,顺应商业规律和行业大势助力企业发展。

最后,于志良强调,上半年成绩来之不易,加冕“最大的零售购物中心”吉尼斯世界纪录更是里程碑式的荣誉。面对下半年更激烈的竞争,更沉重的压力,全员必须在曹董领导下,在企业文化引领下砥砺前行,接续奋斗,以“居安思危”的清醒、“竞进有为”的担当、“苦练内功”的坚韧做好自己,将必胜信念转化为只争朝夕的工作热情和克难攻坚的管用招法,勠力同心,攻坚克难,确保全年任务圆满完成,不断续写欧亚卖场新篇章,为欧亚集团发展贡献更大力量。

## 欧亚新生活“室内星光夜市”璀璨启幕 打造全新夜经济新地标

本报讯(欧亚商业连锁 李彦梅 张守宁)伴随着头伏饺子,长春再次迎来新一轮高温。欧亚新生活购物广场在这个酷暑夏季另辟蹊径,聚焦服务于周边社区的年轻群体和前来新民大街怀旧打卡的家庭客群7月24日18时,欧亚新生活室内星光夜市盛大开幕,以夜市经济加文娱打卡双轮驱动,汇聚超百家特色品牌,构建集逛、吃、喝、玩、乐、购为一体的立体夜市。

**清凉新体验 周周有新意**  
欧亚新生活夜市以舒适升级为核心,消费者可在空调环境中畅游负一层生活市集与负二层烟火市集,这里汇聚了知北村、元盛居、丰茂串城等百家品牌及上千种特色小吃。场内打造招财池、许愿树、鸿运梯、莫奈花园、奥特曼主题展等网红打卡矩阵,联动室外高空红梯及新生活桥,形成高出片率的立体场景。

活动以“周周有新意”持续引爆热度:首周主打“龙虾配啤酒 越喝越富有”的烧烤、龙虾、啤酒狂欢;次周则以“你没事吧?我美式”的烘焙咖啡与休闲文旅为主推方向;第三周以“既

能动手又能动口”聚焦手工文创与特色制肴;第四周“别嫌我们吵,嗦粉要趁早”力推嗦粉面食与玩乐体验;第五周则开启“拒绝焦虑 椒个朋友”为主题的辣味盛宴。

**资源整合 全业态联动**  
欧亚商业连锁通过全业态资源整合,倾力打造立体消费体验:推出超市购物满100元、服饰类200元、黄金珠宝数码类1000元,即送10元餐饮券;美食集章赢百元霸王餐、电影票等好礼;9.9元团20元夜市美食券;抖音直播团购等丰富多样的惠民福利。

为了激活超市晚高峰客流,特别设置20时至21时火锅8折、酒吧买一送一、海鲜大排档等。同时开展“趣味速饮大比拼”活动;百货类耐克、斐乐、小怪兽等服饰5折起夜卖特色活动,满足了“夜猫子”的消费需求。下班后,约三五好友在莫奈花园打卡拍照,到波波笑剧场看即兴喜剧,再去酒吧街小酌,最后带一份手工文创回家,形成完整的4小时微度假闭环,全方位满足市民夏日消暑需求。

## 第十二届西卡德高好工匠全球贴砖大赛在欧亚卖场精彩收官



大赛合影留念。徐杭 摄

本报讯(欧亚卖场 王小岩)7月6日,第十二届西卡德高好工匠全球贴砖大赛在欧亚卖场负一大西洋厅盛大举行。

本届赛事汇聚顶尖工匠,引入大板团队赛环节,融合技术比拼与团队协作考验。选手们围绕贴砖瓷磚、岩板等工艺任务展现技艺。从材料处理、基本准备到精确贴砖、细节美化,选手们全神贯注,每一个动作都力求精准完美。

为确保赛事权威公正,评审团制定了极其严格的评分标准,从技术规范、完成效率、平整度、美观度到团队协作等多个维度进行细致的考核。

最终,一批技艺超群的工匠精英脱颖而出。欧亚卖场见证了他们的高光时刻,也承载着贴砖技艺的交流与传承。此次大赛借助欧亚卖场的平台优势,不仅推动了行业发展,更让工匠精神在此传播发扬。

## 创新营销见成效 店庆“连环奖”助推销售增长

本报讯(白山欧亚 王国琳)7月11日至20日,白山欧亚购物中心41周年店庆盛大启幕。此次店庆盛况空前,抽奖现场人头攒动、高潮迭起。活动创新推出购物连环奖促销模式,将原有方案全面升级——从数日一天调整为每日一车的超级福利,连续十天每晚抽出一台价值万元的奔腾小马电动车。这一突破性营销策略不仅引爆消费者参与热情,更带动整体销售增长,实现人气与销售量的“双丰收”。

## 欧亚卖场“超级V享日”盛大启幕

本报讯(欧亚卖场 王天娇)盛夏已至,惠风和畅。7月18日,欧亚卖场“超级V享日”系列主题活动盛大开启。本次活动以“会·风尚盛夏”“电·智享焕新”“居·雅致生活”三大主题为核心,为会员及消费者奉上丰盛礼遇与优质服务,打造一场品质消费盛宴。

**“会·风尚”盛夏 尊享叠加礼遇**  
伴随服饰风尚季翩然而至,“会·风尚”板块诚意满满。会员专享福利叠加政府消费券使用,服饰类消费满500元,即可获赠高额服饰/超市通用礼券。会员权益同步升级,龙兴会员尊享消费积分及多倍积分回馈,所积点滴可灵活兑换超市券、电子消费券乃至清凉雪糕,让贴心服务贯穿消费全过程。

**“电·智享”焕新 家电钜惠空前**  
聚品质生活升级,“电·智享”板块于7月19日推出“家电内购会”。资源整合国家补

贴政策与卖场重磅加码,双管齐下,消费者购置家电最高可省30%,优惠力度空前。参与预存增值活动可享额外红利,合作银行分期支付享立减优惠,消费达标更赠精致好礼,为家庭焕新提供最佳契机。

**“居·雅致”生活 家居焕新从容启程**  
“居·雅致”板块开启家居家装焕新之旅。活动期间,购物满1000元即赠100元家具家装专用券。欧亚卖场官方抖音平台同步推出专享礼遇:9.9元即可团购价值100元的家具家装通用券。更有消费达标尊享特惠换购热门精品,助力消费者轻松构筑理想家居空间。

此次“超级V享日”不仅是惠购良机,更是与会员及消费者深化联结,共筑美好生活图景的诚挚邀约。未来,欧亚卖场将持续为广大消费者带来触手可及的品质消费体验。

## 乌兰欧亚打造机器人嘉年华

本报讯(乌兰欧亚 塔娜)7月19日、20日,正值乌兰浩特欧亚购物中心十周年庆典,商场携手手树机器人,为红城市民献上了一场集视觉冲击与互动乐趣于一体的“科幻AI盛宴”。

活动现场,宇树机器人随音乐节拍舞动,以行云流水的动作、默契十足的协作,让观众沉浸式感受人工智能与机器人技术的独特魅力;紧张刺激的机器人拳击赛激烈,更瞬间点燃全场热情,欢呼声此起彼伏;互动环节中,机器人与顾客近距离接触,引得大家争相打卡拍照。此次活动不仅增强了乌兰欧亚的吸引力与话题性,更为店庆烘托出热烈浓厚的氛围。



机器人演绎现场人气火爆。徐晶 摄

## 欧亚商都携手波司登品牌举办“有装备 放心晒”手工编织草帽活动

本报讯(欧亚商都 刘硕)草帽避酷暑,身心阴凉处。7月13日,欧亚商都五楼商场波司登品牌为助力欧亚商都年中庆,举办了“有装备放心晒”手工编织草帽活动。品牌特邀新老会员进店制作,共织专属草帽。

本次活动通过邀约带动消费的模式,为会员们带来不一样的购物体验。活动现场,会员们在专业老师的指导下,根据个人喜好编织专属礼物,参与者收获的是草帽与成就感,品牌则收获了会员信任与好感度。通过购物传递清凉,同时也拉近了顾客与品牌之间的距离。



活动现场。欧亚商都五楼商场 供图

## 通化欧亚家电内购会销售再创新高

本报讯(通化欧亚 郑毅)7月19日,通化欧亚购物中心成功举办“欧亚集团7.19家电内购会”,当日销售同比增长121.93%,再创销售新高。

为确保活动效果,购物中心提前部署线上线下全方位宣传矩阵。对外埠市场采取线上线下相结合策略,扩大活动影响力;在通化市区内,重点覆盖居民社区、农贸市场等客流密集区域,通过悬挂条幅、发放宣传单页等方式实现全域覆盖。同时,充分借力第三轮政府家电国家补贴政策红利,叠加企业让利,形成“政府+企业+商场”三重补贴优惠,极大激发了消费者的购买热情。

活动现场气氛热烈,多重组合优惠亮点纷呈。欧亚集团小程序免费券券、抖音线上增值券、银行卡分期付款,更是在最高35%的三重补贴(即国家补贴15%-20%、企业补贴10%、商场补贴5%)外,消费者还可参与套购达标赠洗地机、微波炉等多重好礼活动。各品牌专柜前咨询顾客络绎不绝,冰箱、空调等夏季热销品类表现尤为突出。

本次家电内购会的成功举办,是国家政策支持、供应商密切配合以及全体员工不懈努力的各方协同成果。

## 欧亚卖场“超甜市集”盛大启幕

本报讯(欧亚卖场 郭静)近日,欧亚卖场大西洋厅再添消费新地标——“超甜市集”,这个集生活便利与美食体验于一身的新型市集一亮相,便吸引众多消费者,为快节奏的都市生活注入甜蜜暖流与便捷活力。

步入“超甜市集”,首先映入眼帘的井然有序家居生活区。纸巾、毛巾等日常消耗品品质优良,拖鞋、盆具等家居用品款式多样,充分满足家庭所需,有效解决了消费者为琐碎日用品辗转奔波的烦恼。视线转向食品区,浓郁的香气瞬间俘获味蕾;干果区陈列着饱满香甜的坚果、方便面、薯片等速食为忙碌人群提供高效选择;新鲜水灵的水果与造型精致的糕点,则成为视觉与味觉的双重诱惑。相邻的酒水饮料区品类齐全,从解渴饮品到佐餐佳酿一应俱全。

“超甜市集”的成功运营,核心在于“一站式便民”理念。它如同一个精心打造的“万能驿站”,将分散于各处的日常刚需商品高效聚合。消费者李女士深有感触:“以前买东西要跑好几个地方,现在下楼一趟,从日用到零食再到水果点心,全都能搞定。”

## 欧亚商都“星空影院”开启空间运营新模式

本报讯(欧亚商都 冯智洋)7月11日,欧亚商都2楼、8楼共享空间经过改造后,隆重推出了“星空影院”沉浸式观影活动,通过主题布景与声效系统,将公共空间升级为“可互动、可体验”的沉浸式影院,为商场注入了全新的活力。

无论是《西虹市首富》中“财务自由”的荒诞别墅场景,还是《夏洛特烦恼》里“穿越青春”的校园走廊,都将顾客带入电影的世界,感受光影带来的魅力。

无论是《西虹市首富》中“财务自由”的荒诞别墅场景,还是《夏洛特烦恼》里“穿越青春”的校园走廊,都将顾客带入电影的世界,感受光影带来的魅力。

## 十载相伴 感恩同行 乌兰欧亚店庆活动盛大开启

本报讯(乌兰欧亚 塔娜)十载风霜砺业基,今朝策马向新堤。肩负使命催征步,奋斗声中再奋蹄。7月17日8时58分,乌兰浩特欧亚购物中心正门广场彩旗飘扬,礼炮齐鸣,洋溢着喜庆热烈的氛围。作为当地颇具影响力的商业地标,乌兰欧亚以一场诚意满满的庆典活动,拉开了为期11天的十周年店庆狂欢序幕,与市民共同分享十年成长的喜悦。

庆典首日,在商场入口处,乌兰浩特欧亚购物中心总经理刘芳携领导班子和管理团队

亲自走到顾客中间,为大家送上寓意吉祥的“福蛋”和清爽解渴的汽水,一句句“感谢十年相伴”的真诚问候,让不少老顾客感受到了满满的暖意。同时,乌兰浩特欧亚购物中心推出一系列优惠促销、互动体验等活动,涵盖超市、服饰、家电、功能业态等多个品类,旨在以实实在在的福利回馈消费者十年以来的支持与厚爱。后续活动中,还将有精彩的文化表演、抽奖互动等环节,持续为市民带来惊喜与欢乐。

## “7·19”家电内购会 乌兰欧亚销售创佳绩

本报讯(乌兰欧亚 塔娜)欧亚集团“7·19”家电内购会中,乌兰浩特欧亚购物中心家电商场任务达成比179.04%,较同期增长87.95%。其通过夜市举牌、派单、楼盘直发及入户服务等宣传,结合全员协同奋战,彰显了运营实力与团队力量,未来将持续发力再创新高。

## 白城欧亚凯乐石品牌 7月16日升级启幕

本报讯(白城欧亚 孙秀美)在蝉鸣阵阵、骄阳似火的七月,白城欧亚凯乐石品牌以全新之姿闪亮登场,于7月16日盛大开业。此次店面升级,是凯乐石对户外精神的全新诠释。

踏入店内,仿若置身于广袤的户外天地。全新的户外风格装修,将山川、旷野的元素巧妙融入,每一处细节都传递着对自然的敬畏与热爱。精心布置的场景,仿佛在诉说着一个个关于攀登、徒步与探险的故事。凯乐石作为户外领域的先锋品牌,一直致力于为户外爱好者提供专业、优质的装备。新店开业期间,品牌特别推出部分商品9折特惠活动,受到了白城市民的欢迎,现场欢购氛围热烈。

## 首城首店 双辽欧亚金蝉窗帘盛大开业

本报讯(双辽欧亚 综合业务部)7月5日,双辽欧亚购物中心迎来了一场盛大的商业活动——金蝉窗帘首城首店正式开业。

作为国内窗帘行业的领军品牌,开业当天,金蝉窗帘推出了一系列惠民活动。不仅有设计师现场讲解家居搭配秘籍,还有限时折扣、满额赠礼等多重福利,吸引众多消费者踊跃参与。金蝉窗帘相关负责人表示,金蝉品牌将携手双辽欧亚开启探索“社区商业+家居美学”的新模式,通过场景化体验、数字化服务等创新手段,为周边社区居民提供更便捷、更个性化的家居解决方案。

## 四平欧亚召开上半年工作总结暨下半年工作规划汇报会

本报讯(四平欧亚 刘睿)在2025年上半年收官之际,欧亚商业连锁四平区本着早总结、早谋划的原则,6月26日上午,组织召开2025年上半年工作总结暨下半年工作规划汇报会,欧亚商业连锁四平区总经理姜辉携班子成员、各门店商场部室主要负责人参会。

本次会议听取了各部门上半年经营、营销、利润、费用等各项任务指标达成情况及对下半年工作规划汇报。姜总对当前商业环境下如何提升业绩进行了深度解析,指出要不断推出网红产品,加强商品力建设,做精品类细节工作;增加政企采购及团购业务,加强线上销售,坚持推进职人带货,鼓励品牌开展自主直播活动,利用美团、快手等平台促进销售;积极储备招商资源,应对市场变化,吸引新品牌入驻。全体党员干部要知境、破困境、守初心、懂感恩,持续提升业务技能和服务水准,全力以赴确保2025年全年经营指标圆满完成,推动四平区迈向高质量发展新征程。

## 松原欧亚召开2025年年中总结会议

本报讯(松原欧亚 齐孝雨)为贯彻落实集团“强自采,强商品,强销售”及“抓实质,上水平”指导思想,7月14日9时,松原欧亚购物中心召开2025年年中总结会议。会议全面复盘上半年工作,明确下半年规划,凝聚发展共识,为完成全年经营指标蓄力。

会上,松原欧亚各单位聚焦上半年经营数据,从销售、利润、费用等维度,对比同期数据,剖析自营自采业务占比及贡献。“大生鲜”板块,详细梳理自营品类销售、毛利变化,采购的规模、渠道及管控成效,为优化生鲜经营提供支撑。剖析百货类超300万、500万品牌表现。同时,围绕租金收缴率、问题品牌扶持举措展开分享,总结市场拓展措施与效果,直面现存问题,提出下半年解决方案,明确后续推进方向。

松原欧亚购物中心总经理郑伟在听取汇报后指出:超市板块提升毛利率核心通过控制商品进价实现,而非单纯调整零售价。优化经营策略,平衡价格与利润,避免低价促销导致亏损。加强库存周转,实行“少进勤进”,畅销品及时补货。丰富商品种类,解决商品短缺问题,保障供应及时性。加强美团等线上渠道业务,利用平台补贴红利提升销售。百货板块核心任务加快招商与业态调整,重点解决服装品类招商压力,避免空位增多引发连锁反应。加强现场管理,提升环境卫生与服务质量。加快推进地磅、供暖设施改造工程,确保及时完成。针对一楼、五楼等大面积装修,做好图纸审核与安全管理。上半年利润缺口并非难以弥补,下半年通过对针对性调整,各板块聚焦重点任务,快速落地执行。

此次年中总结会议,是松原欧亚复盘过往、谋划未来的关键节点。通过全面梳理、精准规划,团队凝聚共识,将以更清晰的方向、更有力的行动,冲刺全年目标,助力欧亚商业连锁高质量发展。

## 梅河欧亚召开2025年上半年总结汇报会议

本报讯(梅河欧亚 李晶)近日,梅河欧亚购物中心举行2025年上半年总结汇报会议,全面复盘上半年经营成果,并深入规划下半年发展战略。

会上,各商场负责人率先对上半年的经营情况进行详细汇报。从销售业绩、同期数据对比、招商及维护、客户服务等多个维度展开分析,展示了各商场在不同业务板块的亮点与突破,也指出了面临的问题与挑战。紧接着,财务部部长对梅河欧亚上半年的整体财务情况进行了全面汇报。数据显示,2025年上半年梅河欧亚在营业收入、成本控制、利润增长等方面取得了阶段性成果,财务状况总体保持稳定增长。

最后,梅河欧亚购物中心总经理马伟明发表讲话。马总对各商场和各部门在2025年上半年取得的成绩给予充分肯定,并对下半年工作提出明确要求:全体员工要坚定信心,凝聚共识。上半年工作的成绩证明梅河欧亚团队具备应对挑战困难的能力,希望全体员工增加信心,继续协同作战;工作提升主动性,强化责任心。不管是管理者还是基层员工,都要对工作主动担当,全程负责,为梅河欧亚的持续发展贡献力量,争取在下半年取得更加优异的成绩。

# 欧亚集团第六届爱企敬业基金优胜个人奖励名单

(按姓氏笔画为序)

## 一、特殊贡献个人 (2名)

赵首洋、夏勇

## 二、特别优胜个人 (6名)

石莹、刘鹏、刘忠山、高春玲、廉志强、蔡鸿雁

## 三、优胜个人 (39名)

王丹、王贺、王毅、王羽丹、王杰超、田磊、田洪菲、付圣为、付佳音、冯剑秋、巩军超、刘杰、刘瑜、刘学学、刘晓宇、孙颖、孙工博、李宇霞、

李群明、杨时杰、吴燕、邱静、宋红悦、武金萍、郑晓波、单秀国、赵强、赵薇、赵国芳、赵剑娜、赵琳佳、胡瑞峰、祝颖、徐向楠、郭建春、蒋斌、鲁涛、谭宏燕、薛立军

## 吉林欧亚商都举办会员专享文化沙龙活动

本报讯(吉林欧亚商都 杨惠雯)7月19日,一场如清风拂面般的“雅韵绛罗扇宴”V钻CLUB清凉文化沙龙,正悄然绽放着独特的魅力,吉林欧亚商都综合体为会员们带来了一场清凉且富有深厚文化韵味的夏日体验。

本次活动,品牌邀约了8组V钻会员家庭,共同开启这场别具意义的文化之旅。活动中,品牌店长讲述了蚕丝女装的设计理念、制作工艺以及搭配建议。会员们近距离感受到了蚕丝制品细腻柔滑的质感和精湛绝伦的工艺。

而蚕丝扇制作文化沉浸体验环节,无疑是本次活动的华彩乐章。会员们在工作人员的耐心协助下,纷纷化身手艺人,全身心地投入到蚕丝扇的制作中。一把把精美的蚕丝扇在会员们的手中逐渐成型,它们宛如

一件件独一无二的艺术作品,承载着会员们对传统文化的传承与热爱,也成为了这个夏日里最特别的回忆。

除了丰富的文化体验活动,活动现场还为会员们展示了多款超值积分兑换礼品,会员们在享受积分兑换乐趣的同时,还有效地增加了自采好物的曝光推广,让会员们更加了解欧亚超市丰富多样的商品资源。

此次吉林欧亚商都综合体“雅韵绛罗扇宴”清凉文化沙龙的成功举办,为V钻会员们带来了一场难以忘怀的夏日体验。同时,活动围绕聚焦价值经营,成功地实现了会员从弱关联向强关联的转化,为高端会员打造了更强的归属感与忠诚度,让顾客与品牌紧密相连,共同书写品质生活的美好篇章。

## 欧亚沈阳联营家电内购会 点燃夏日消费活力

本报讯(欧亚沈阳联营 综合办)7月19日,欧亚沈阳联营家电内购会盛大举办,以“价格见底、服务到家”为核心,为消费者奉上一场消费盛宴。

作为夏季营销的“重头戏”,本次内购会汇聚了全品类家电品牌,从空调、冰箱、洗衣机等大家电,到电饭煲、微波炉、破壁机等小家电,全面覆盖了家庭生活所需,精准满足不同家庭的升级换新需求。

“真优惠”向来是欧亚沈阳联营家电内购会的核心竞争力,各品牌纷纷给出最大力度的支持。但是,因为内购会期间,沈阳市的国补政策尚未落地,消费者普遍持观望态度,给销售带来不小的挑战。为了打消消费者顾虑,欧亚沈阳联营联合各厂商作出郑重承诺:

对内购会期间购买的家电产品,本年度内若遇价格差额无条件补退,国补政策落地后可同步享受。这一举措不仅坚定了消费者的购买信心,更成功抢抓了国补空窗期的销售契机,让消费者切实感受到满满的诚意,进一步提升了对欧亚沈阳联营的信任和好感,促使大家果断下单。

除了极具吸引力的价格,优质服务同样是活动的一大亮点。为提升购物体验,欧亚沈阳联营员工全程为消费者提供一对一专属服务,从产品讲解、型号对比到开票结账,全程的周到服务有效避免了因销售火爆可能出现的接待疏漏,让消费者尽享舒心购物体验,赢得广泛好评,家电内购会成功将欧亚沈阳联营夏日营销活动推向高潮。

## 东丰欧亚家电内购会 掀起夏日购物热潮

本报讯(东丰欧亚 刘禹)7月19日,东丰欧亚购物中心家电内购会在全城消费者的热切期待中盛大开启。此次内购会以丰富的商品、超值的优惠和优质的服务,吸引了众多当地及周边地区的消费者前来选购,为当地家电市场注入了一剂强心针。

为了给消费者带来实惠,东丰欧亚家电内购会推出了一系列力度空前的优惠活动。在政府补贴与欧亚补贴的双重加持下,消费者可享受最高20%的优惠力度。同时,东丰欧亚家电还设置了购物满额赠礼活动。在加大优惠力度的基础上,活动还提供了诸多增值服务,包括家电远距离配送、上门安装等,让消费者买得放心、用得舒心。

活动当日,东丰欧亚商场内人头攒动,热闹非凡。各大品牌家电展位前挤满了咨询和选购的顾客,工作人员热情地为消费者介绍产品功能和优惠政策,耐心解答各种问题,并现场进行产品演示,让消费者直观感受家电

的性能。消费者纷纷抓住这一难得机会,下单购买心仪的家电产品,部分家庭更是选择套购多种家电,享受更多优惠。

为全力保障此次家电内购会的顺利举办,东丰欧亚做了充分的准备工作。在预热宣传上,东丰欧亚通过线上线下多种渠道进行推广,利用微信公众号、朋友圈等新媒体途径发布活动信息,在当地发放宣传品,吸引了众多消费者的关注。在商品供应上,东丰欧亚同样下了功夫,通过提前与各大品牌供应商沟通协调,调集了大量热销产品。在内购会现场,琳琅满目的大牌电器让顾客们爱不释手,商品种类从冰箱、彩电、洗衣机等大型家电,到微波炉、豆浆机等小家电,各类产品应有尽有,满足了消费者的不同需求。

此次东丰欧亚7.19家电内购会的成功举办,不仅为消费者带来了购买高品质家电的良机,让消费者享受到实惠与便利,也进一步提升了欧亚在当地的品牌知名度和美誉度。

## 欧亚新发举办“清凉邻里”吃西瓜大比拼



获奖者展示奖品。综合办供图

本报讯(欧亚新发 综合办)夏日炎炎,暑气蒸腾,7月13日欧亚新发“清凉邻里”吃西瓜大比拼在正门前拉开帷幕。

今年的比赛在组别设置上别出心裁:先按年龄分开展预赛——成人组与儿童组各自比拼速度,晋级者进入总决赛。而总决赛的“混龄同场”模式成了全场最大亮点,超市工作人员按照年龄为参赛者分配了西瓜大小,既保证了公平性,又让不同年龄段的选手能同场竞技。现场互动区同样亮点十足,

除了免费冰镇西瓜品尝,还增设了“西瓜创意摆盘”展示。颁奖环节,冠军抱走了“清凉大礼包”——20公斤精品西瓜;亚军和季军也都获得了超市的美食奖品,现场掌声雷动。

活动尾声,工作人员将剩余西瓜分装,送给环卫工人和快递小哥,让清凉延续。这场吃西瓜比赛,不仅让大家尝到了夏日甜头,更用欢声笑语拉近了邻里距离,成了欧亚新发超市最暖心的“引流密码”。

## 通化欧亚举办“夏日瓜瓜乐”西瓜主题活动

本报讯(通化欧亚 许艳秋)炎炎夏日,甜蜜来袭。7月19日、20日,通化欧亚购物中心食品百货商场举办了西瓜主题活动,为“冰爽消暑生活节”增添了一抹清凉色彩。

活动期间,商场中庭每天15时准时开启欢乐盛宴。活动设置儿童西瓜套圈比赛和成人吃西瓜大赛两大环节,吸引了众多市民热

情参与。本次报名方式灵活便捷,支持提前预约和现场报名两种方式,最大限度方便顾客参与。值得一提的是,比赛所用西瓜均精选自商场售卖的新鲜货品,确保品质优良。

此次活动不仅为顾客们带来了欢乐体验,更显著拉动了西瓜的销售。许多顾客在观看比赛后,被西瓜的新鲜与美味所吸引,纷纷热情选购,真正实现了娱乐与销售的双赢。

## 欧亚汇集保卫部代表高新区征战市消防运动会 斩获一枚银牌、两枚铜牌

本报讯(欧亚汇集 康大明)在7月15日长春市第九届消防运动会的现场,来自全市的22支微型消防站队伍齐聚赛场,展开了一场紧张激烈的消防技能比拼。欧亚汇集保卫部作为高新区微型站代表,派出康大明、包明雨、李晶宇、付圣为四人组成参赛队,在三个比赛科目中展现了扎实的消防技能与协作能力,最终收获了一枚银牌和两枚铜牌。

在备受关注的火灾报警操比赛中,队员包明雨凭借娴熟的操作流程、快速的反应能力脱颖而出。从消防报警到精准识别消防设施标识板,每一个环节都展现了日常训练的

扎实功底,最终以优异表现摘得一枚银牌。而在考验团队协作的两人五盘水带连接操中,康大明与包明雨组合出战。两人配合默契,从水带展开、接口连接到线路铺设,动作连贯流畅,一气呵成,充分体现了“1+1>2”的团队合力,最终取得两枚铜牌。

砺练精兵,立足实战。此次参赛不仅是对欧亚汇集保卫部消防技能水平的一次检验,更展现了欧亚汇集微型消防站在应急处置能力建设上的成果。队员们表示,将以此次比赛为契机,进一步强化日常训练,提升应急响应能力,为筑牢欧亚汇集消防安全防线贡献更大力量。

## 四平欧亚被授予 首批四平市“双拥示范企业”称号

本报讯(四平欧亚 张莹)7月18日,四平市退役军人事务局相关领导一行莅临四平欧亚购物中心,为其授予首批“双拥示范企业”称号,旨在表彰企业在双拥工作中的积极贡献,进一步发挥示范引领作用。

活动现场,四平市退役军人事务局领导与四平欧亚相关负责人深入交流,围绕如何持续深化双拥共建、拓展服务内容等话题展开探讨,明确将以此次授牌为契机,不断擦亮四平市双拥工作品牌,扩大示范效应与辐射范围。

## 欧亚新发举办飞盘竞技赛

本报讯(欧亚新发 综合办)7月15日,欧亚新发为增强团队凝聚力,丰富员工业余生活,在四楼会员活动室举办了一场别开生面的团队培训——飞盘竞技赛。

活动开始前,主持人为参赛队员们详细讲解了飞盘的基本规则与技巧。随着裁判的一声哨响,比赛正式拉开帷幕,各参赛队伍秉持着全力以赴的精神,队员们配合默契,充分展现了团队协作的力量,享受着飞盘培训带来的快乐。经过多轮激烈角逐,超市商场代表凭借出色的团队配合和精湛的技术,在众多队伍中脱颖而出,荣获本次团队培训飞盘竞技赛冠军。

此次活动的成功举办,不仅让大家体验到运动的魅力,更有效增进了同事之间的沟通与交流,提升团队凝聚力和协作能力。

又讯(欧亚新发 赵昕)7月13日,欧亚新发二楼中庭儿童娱乐区热闹非凡,由精品商场举办的“暑期夏令营之童趣嘉年华”活动在此开启,数十名大小朋友共同度过了一段充满创意与欢笑时光。

## 乌兰欧亚开展陈列技巧培训

本报讯(乌兰欧亚 塔娜)7月11日下午,为提升超市陈列水平、优化顾客购物体验,欧亚商业连锁乌兰区总经理刘芳组织超市推长级以上管理者开展陈列技巧培训,聚焦胖东来时代广场店陈列艺术,为员工打开了商品陈列新思路,助力超市提升购物体验,为即将到来的十周年庆做充足准备。

会上,欧亚商业连锁乌兰区超市区长刘航深入拆解了胖东来时代广场店的陈列亮点与细节,从色彩搭配的视觉逻辑、关联商品的场景化组合、引导性陈列的动线设计,到畅销品的市场调研与陈列策略等方面,为在场管理者带来了系统且实用的分享。通过培训,管理者们表示将把所学陈列技巧运用到实际工作中,以更美观、更具吸引力的商品陈列,为顾客打造优质购物环境,助力超市在乌兰欧亚十周年庆及日常经营中,实现购物体验与业绩的双重提升。

## 欧亚包头百货大楼 品牌升级焕新而来

本报讯(欧亚百包 那国星)为契合商场高端定位,满足顾客多元品质需求,欧亚包头百货大楼商店一卖场潮牌区与珠宝区启动品牌焕新行动。小米、周大生、潮宏基三大品牌专柜率先完成升级,以全新硬件、专业服务及亮眼业绩,实现“细节精准呼应顾客需求”的核心目标,完成从空间到体验的深度进化。

沉浸式体验空间 强化消费吸引力  
小米体验区突破传统零售模式,打造开放式科技互动空间,让消费者零距离体验智能产品,增强参与感。周大生与潮宏基珠宝专柜则通过灯光优化、柜台升级及陈列艺术改造,提升产品视觉魅力,与商场高端定位相得益彰。硬件焕新不仅优化了购物环境,更显著提升了顾客停留时长与入店率。

专业服务升级 打造品牌信任感  
三大品牌同步强化服务软实力,对员工进行系统化培训,涵盖产品知识、沟通技巧及个性化服务。周大生顾问深入讲解珠宝工艺,潮宏基搭配师提供美学建议,小米顾问则帮助消费者融入智能生态。专业、贴心的服务有效增强了顾客粘性,每一次互动转化为品牌信任的契机。

业绩增长印证升级成效  
品牌升级策略已初见成效。优化后的店面设计提升了客流量,专业服务提高了转化率与客单价,销售数据持续攀升。这一成果验证了以“顾客需求为核心”的升级路径的正确性,也为后续品牌优化提供了可复制的经验。此次升级是从“场”到“人”、从“形”到“心”的深度进化。它以高端空间为基,以专业服务为桥,最终实现顾客满意与品牌价值的双重提升,印证了精准满足顾客期待才是品牌进化的核心动力。

## 吉林欧亚商都综合体举办夏日清凉挑战赛

本报讯(吉林欧亚商都 米晓林)夏日炎炎,激情不减。7月12日、19日,吉林欧亚商都综合体精心举办“夏日清凉挑战赛”——啤酒比赛和吃西瓜大赛在热烈的氛围中圆满落幕。不仅为参与者带来了清凉与欢乐,更让大家在竞技中感受到了轻松惬意的购物氛围。

活动当天,超市外场的比赛区早早聚集了很多热情的顾客,现场人头攒动,热闹非凡。啤酒大赛的选手们个个摩拳擦掌,随着裁判一声令下,大家共同端起酒杯仰头畅饮,速度与酒量的比拼引得围观群众阵阵欢呼;吃西瓜大赛更是充满趣味,选手们手捧冰凉鲜红的西瓜大口咀嚼,汗水四溢间是速度与食量的较量,引得现场笑声不断。

## 拾金不昧品行高 热情服务暖人心

——记欧亚汇集当城员工李佳瑞拾金不昧的事迹

“真是太感谢了!这面锦旗是我特意定制送给我找到卡的员工……”7月12日中午,一位带着孩子的顾客在欧亚汇集当城管理中心,紧紧握着工作人员的手,激动不已,连声道谢。这温馨感人的一幕,背后是一场看似“不经意”,实则蕴含真诚与善意的“寻物记”。

时间回溯到7月5日,欧亚汇集当城热热闹闹,一位家长正带着孩子尽情体验着各类职业游戏。然而,家长发现不小心将一张不记名、价值一千元购物卡遗失。现场工作人员立即响应,多次在可能丢失的区域进行仔细搜寻。直至闭店,因难以精准确定丢卡的具体位置,这张购物卡依旧毫无踪迹。当日,顾客留下了自己的联系方式和详细信息后,满脸遗憾地离开了当城。

次日,辅导员老师李佳瑞像往常一样,带着一群天真可爱的儿童进行职业体验。当她路过一个隐蔽的角落时,敏锐的目光捕捉到了一张卡片,正是那张让失主焦急万分的购物卡。此时,她心中没有一丝的犹豫和贪念,第一时间就将卡上交到了管理中心,用自己的实际行动,深刻诠释了欧亚汇集当城“诚信服务”的核心理念。

一张小小购物卡,是连接顾客与服务诚信的纽带;一次平凡的拾金不昧,亦彰显了员工的高尚品格。正是这些细节服务为当城赢得了口碑,成为孩子和家长信赖的优质场所。欧亚汇集有许多如李佳瑞般的员工,他们坚守暖心服务,积极向上,传递着满满的正能量!(欧亚汇集 伊士玲)

# 荣获“吉尼斯世界纪录称号”是卖场人的骄傲

7月8日,阳光把天空洗得格外透亮,连风里都飘着藏不住的雀跃。走进欧亚卖场时,同事们笑容比往常更灿烂。“这个荣誉属于每一个人——从卖场的决策者到合作的供应商,从收银台后扫码的姑娘

到穿梭货架的导购员,你们都是这个纪录的创造者。”掌声里,我看见身边同事悄悄红了眼眶。中午11时18分,吉尼斯授牌仪式的音乐响起。当金色牌匾被郑重举起时,全场欢呼。仪式后,大家一起聊起往事:谁还记得卖场最初是煤场时的模样?谁数过从几种业态到八十多种业态,货架换了多少轮?谁又曾在深夜盘点时,望着空荡荡的卖场畅想过未来?原来那些看似平凡的世界,早已在不

知不觉中铺成了通往历史的路——单体60万平方米的购物中心,就这样从泥土里长出了吉尼斯世界纪录的称号。下午在收银时,顾客李阿姨拉住我:“丫头,恭喜啊!我在这儿买了十几年菜,看着你们一步步变样,今天真为你们高兴!”她的笑容比阳光还暖。抬头望见电子屏循环播放着认证画面,突然懂了:这个纪录不是冰冷的数字,是无数个耐心解答疑问的午后,是反复打磨服务流程的培训夜,是暴雨天帮顾客搬货的背影,是无数普通人把“分内事”做到极致的坚持。

下班时,夕阳正好落在“吉尼斯世界纪录称号”的新招牌上。我摸了摸胸前的工牌,突然很骄傲。这份荣耀不属于聚光灯下的谁,而属于每一个在平凡岗位上认真生活的我们——原来普通人的坚持,真的能种出奇迹。

(欧亚卖场 何欣)

## 荣耀与使命同行

作为欧亚卖场的一员,当吉尼斯世界纪录认证官宣布我们成为“世界最大的零售购物中心”时,我有一种见证历史,并成为历史缔造者的感觉。这份荣誉不仅属于企业,更属于每一位在岗位上默默耕耘的同事。

二十五年前,这里还是长春城郊的荒芜之地,而今已崛起为单体建筑面积60万平方米的商业传奇。作为企业的一名基层员工,我深知这荣耀背后的艰辛,我们发展的每一步都凝结着一代代欧亚卖场人的智慧与汗水。当看到认证官实地核实时严谨测量的每个数据,我更加深刻体会到“世界之最”不仅是规模的突破,更是对运营精度、服务温度、管理深度的全面认可。也让我对曾说要“将欧亚卖场打造“既是长春的,也是世界的,既是民族的,也是人类的”巨型国际商贸购物中心有了更深刻的认识。

这份殊荣让我倍感自豪。作为员工,我们不仅是历史的见证者,更是创造者。回忆起现场一点一滴的日常的运营管理,稳商、暖商和对供应商的贴心服务,才创造了这么多门店繁荣经营的盛景,这些画面与吉尼斯证书上的金色印章交相辉映。

成绩是动力,荣誉是激励。当卖场领导在授牌仪式上描绘“占地一平方公里、年销售十亿”的蓝图时,我仿佛看到更壮阔的未来。作为基层员工,我将继续以“工匠精神”打磨服务细节,更好地服务好供应商服务好顾客,为我们的世界纪录保持添砖加瓦。

(欧亚卖场 王俊浙)

## 凝聚团队力量 共赴查干湖之约

7月16日、17日,双辽欧亚购物中心分两批组织全体员工走进查干湖风景区,开启2025年度员工同游活动,让员工在紧张的工作之余放松心情。

清晨,员工们怀着激动的心情,早早地来到集合地点,乘坐大巴车向查干湖进发。一路上,大家欢声笑语,到达查干湖后,首先乘坐观光船,游览了查干湖的美丽风光。

观光船上,员工们站在船头,感受着悠闲惬意的时光。湖面上,不时有鱼儿跃出水面,溅起一朵朵白色的水花,引得大家阵阵欢呼。员工们纷纷拿出手机拍照留

念,记录下这美好的瞬间。大家互相交流着自己的感受,分享着旅途中的快乐,平日里的压力和疲惫也在这一刻烟消云散。趣味盎然的游戏环节,以及丰盛的全鱼宴,让员工们充分感受到了欧亚大家庭的温暖。

随着夕阳西下,此次查干湖同游活动渐近尾声,员工们无不放松心情,更提升了团队协作的凝聚力,在未来的工作中,每一位员工都将以更加饱满的热情和昂扬的斗志投入到工作中,为企业的发展贡献力量。

(双辽欧亚 综合业务部)

## 荣耀时刻 我以欧亚为傲

7月8日,“最大的零售购物中心”吉尼斯世界纪录授牌仪式在长春欧亚卖场盛大举办,经过吉尼斯世界纪录认证官实地核校,现场宣布长春欧亚卖场有限责任公司以门店数量成功挑战最大的零售购物中心世界纪录称号,并当场颁发证书。

还记得最初的欧亚卖场,从一片撂荒地蜕变成如今单体60万平方米的商业巨擘。在这60万平方米的空间里,从生鲜市集的烟火气到品牌专柜的精致感,从亲子乐园的欢腾到咖啡厅的静谧,无数生活场景在此交融。那时的我尚不明白,这份“大”背后藏着多少人的心血。直到跟着前辈们巡场,才发现每个角落都藏着匠心:为了让轮椅通行无阻,所有通道的坡度精确到毫米;为了让母婴室随时温暖,保洁阿姨每小时都会检查室温;为了应对节假日的客流高峰,各部门提前几周就开始演练应急预案……

“最大”的荣誉,从来不是天生的馈赠,而是一代代欧亚人用“细节里的执着”垒起来的丰碑。

作为管理人员,我深知这份“最大”背后的不易。为了让顾客在迷宫般的卖场里不迷路,我们团队一遍遍优

化导视系统,在每个转角设置清晰的指引牌;为了保障高峰期的安全有序,我们培训员工应对突发状况的能力;为了让不同年龄、不同需求的人都能找到归属感,我们引进亲子乐园、宠物展、篮球竞技赛等,让商业空间充满无限温度。当看到年轻人在这儿打卡社交,许多人在这儿收获周末的快乐,我忽然懂得:所谓“最大”,从来不是冰冷的面积数字,而是能容纳更多生活方式的包容与担当。

如今,吉尼斯世界纪录的证书颁发给欧亚卖场,它不仅是对欧亚卖场规模的肯定,更是对每一位欧亚人“精心尽力、诚实守信、团结互助、勤俭节约”精神的见证。

每当有人问起“在最大的购物中心工作是什么感觉”,我总会笑着说:“不是因为它最大而自豪,而是因为我们让‘最大’有了温度,有了意义。”

吉尼斯的证书会褪色,但欧亚人刻在骨子里的认真与热忱不会。能与这样的团队并肩,是我职业生涯中最珍贵的幸运。未来的路还长,我是欧亚人,这份身份,是荣光,更是责任。

(欧亚卖场 赵妍)

## 一场属于“自己人”的狂欢盛宴

当“内购”两个字与家电碰撞,总能激起一阵特别的消费热情,欧亚集团7.19家电内购会,这场被称为“内部福利”的购物狂欢,早已超越了简单的买卖交易,成为一场兼具实惠与温情的特殊消费场景。

家电内购会的核心魅力,在于那层“专属感”。不同于面向大众的促销活动,内购会往往带着“员工福利”“合作单位专享”的标签,仿佛一只只对特定人群敞开的优惠大门。在这里,平日里的明码标价的冰箱、彩电、洗衣机,都换上了更“亲民”的姿态——折扣直降、叠加补贴、限量赠品,一系列组合拳让价格变得格外动人。尤其是那些动辄数千元的大家电,几百甚至上千元的差价,足以让精打细算的消费者心动。

对商家来说,内购会是一场精准的“口碑营销”。一位刚在单位内购会买了空调的员工,很可能会把优惠分享给亲友;员工满意而归,又会成为品牌在另一圈层的隐形

宣传员。这种基于信任的传播,比任何广告都更有穿透力。如今的家电内购会,早已不是简单的“售卖”。有的品牌会搭建临时体验馆,让消费者在模拟家庭场景中感受家电的使用效果;有的会设置“以旧换新”专区,旧家电折价+新家电优惠的双重福利,精准契合了家庭更新换代的需求;还有的会配套“延迟送货”“免费安装”等服务,让便利延续到消费之后。

从本质上讲,家电内购会更像是一场“双向奔赴”:消费者用信任换实惠,商家用诚意换口碑。当人们提着家电订单走出会场时,手里攥着的不仅是一张购物凭证,更是一种“占到便宜”的喜悦,和对“专属福利”的满足感。这或许就是内购会经久不衰的秘密——在理性消费的时代,谁能把“实惠”和“体面”同时给到消费者,谁就能赢得这场狂欢的最终掌声。

(辽源欧亚 邓旭)

## 白城欧亚欢乐同行 凝聚团队力量

7月14日、15日,白城欧亚购物中心组织员工开展以“洋溢青春梦想,绽放团队力量”为主题的同游之旅。此次员工同游活动选址乡村一日游—中兴村,既避开了城市的喧嚣,又让大家沉浸式感受乡村的自然乐趣。

通过各类趣味游玩项目及愉快互动,拉近了员工彼此间的距离,增加了默契度。畅快漂流、疯狂迪斯科、欢乐斗牛、激情碰碰车等项目让大家团结协作,体现团队的力量,在田园风光中释放压

力,进一步凝聚了团队向心力,感受企业带来的温度及欧亚大家庭的温暖。

同游中,大家把酒言欢,载歌载舞,是彻底放松身心,也是为今后好好工作充电,更是团队精神的淬炼。当欢笑落定,收获的不仅是轻松与愉悦,更是彼此间更深的信任与默契。带着这份活力与凝聚力,白城欧亚的员工们将以更饱满的热情投入工作,共赴更精彩

(白城欧亚 综合部)

## 欧亚玉龙山庄同游有感

在繁忙的工作日常中,我们总是渴望一次与大自然的亲密拥抱。欧亚商都体系组织门店吉林三日两夜员工同游之旅,就像一场及时雨,滋润了我们疲惫的心灵。

我们的第一站是松花江。清晨,当第一缕阳光洒在江面上,松花江宛如一条金色的丝带,蜿蜒穿过城市。我们乘坐游船,缓缓前行,微风拂面,带着江水特有的清新。远处,山峦起伏,与江水相映成趣,构成了一幅绝美的山水画卷。在游船上,大家纷纷拿出手机拍照留念,记录下这美好的瞬间。同事们有的兴奋地指着岸边的景色,分享着自己的发现;有的则静静地坐在船头,享受着这份宁静与惬意。偶尔有几只水鸟从水面掠过,引得大家一阵欢呼。这一刻,工作的压力仿佛被江水冲刷得一干二净,我们尽情享受大自然赋予的美好。

第二天,我们向朱雀山进发。朱雀山以其险峻的山势和秀丽的风景闻名遐迩。站在山脚下,仰望高耸入云的山峰,心中既充满了期待,又有一丝紧张。一开始,山路还算平缓,大家有说有笑地向

上攀登。但随着海拔的升高,山路变得越来越陡峭,有的地方甚至需要手脚并用。然而,没有一个人选择放弃。团队的力量在这一刻展现得淋漓尽致,有人体力不支时,立刻会有同事伸出援手;有人感到害怕时,大家会一起为他加油打气。在攀登的过程中,我们还欣赏到了许多奇特的景观,如神猪石、神鹰石等,这些大自然的鬼斧神工让我们惊叹不已。经过几个小时的努力,我们终于登上了山顶。站在山顶,俯瞰着脚下的群山和蜿蜒的松花江,心中涌起一股强烈的成就感。大家欢呼雀跃,互相拥抱,庆祝这次成功的登顶。此时,阳光洒在每个人的脸上,映照出幸福和满足的笑容。

这次吉林三日两夜的同游之旅,不仅让我们欣赏到了松花江和朱雀山的壮丽景色,更让我们深刻体会到了团队的力量。在面对困难时,我们相互扶持,共同克服;在享受美景时,我们彼此分享,共同欢乐。相信这次活动将成为我们每个人心中一段难忘的回忆,也将激励我们在未来的工作中更加团结一心,勇往直前。

(欧亚新发 周翠梅)

## 铭记历史时刻 开启崭新篇章

7月8日上午,很荣幸,我参加了欧亚卖场吉尼斯世界纪录授牌仪式,亲眼见证这一历史性时刻的我,是激动的也是自豪的,吉尼斯世界纪录是全球权威的世界纪录认证机构,是那个我只能在电视新闻所听到事物,如今居然真切地发生在我身边,在吉尼斯世界纪录官方认证官吴晓红的宣读后,欧亚卖场荣获最大的零售购物中心门店数量认证成功,我在台下一直使劲地鼓掌,那种情绪溢于言表。“既是长春的,也是世界的,也是民族的,也是人类的。”这句话还在升华!

25年来,从无到有,从有到“繁”,这条路是在曹和平董事长的领导下,每一位欧亚卖场高管一步一稳扎扎实实打出来的,我们无法感同身受地去体会,从小型的仓储超市到享誉世界的购物中心,这条路有多难,他们要付出何等辛苦,才有今天的繁华。我骄傲,我可以在这样

的平台上工作,去实现自我价值。我骄傲,我可以在欧亚领导们的带领下,继续去实现见证更多的不可能到可能。我骄傲,有成千上万的人可以跟我一样,为了心中的理想道路拼搏前行。欧亚卖场为百姓提供上万个就业机会,也为消费者谋取更多的购物福利,欧亚卖场人始终秉承全心全意为消费者服务,善始善终对消费者负责的服务宗旨,为省市区经济发展做出贡献。礼炮声响起,我们见证了欧亚卖场璀璨的历史性时刻,也铭记了欧亚卖场在中国在世界上的那一抹耀眼的色彩。

像一条巨龙腾飞,属于欧亚的这条巨龙会越飞越高,越飞越远,也会让欧亚的脚步遍及全世界,让欧亚的名字传遍全天下!

(欧亚卖场家装商场友邦吊顶品牌 肖净宇)

## 贺欧亚卖场获吉尼斯殊荣

当吉尼斯的认证书轻轻展开,欧亚卖场的名字被荣光覆盖。“最大的零售购物中心”桂冠,是岁月沉淀的勋章,闪耀着时代光彩。

万千门店如星子缀满胸怀,每一扇门都敞开着生活的期待。

从晨里的第一声问候,到暮色中的最后一盏灯海,客流织就的画卷,每天都崭新铺开。

这称号是肯定,也是新的起点,欧亚卖场的故事,还在继续书写精彩。

让吉尼斯的见证化作帆,载着初心,驶向更辽阔的未来。

(欧亚卖场 王小岩)

## 争做欧亚追梦人

总有一段时光,树梢上挂满叮当作响的希望,雨水都写满诗意,我们围炉煮雪,沸腾的都是梦想。

时代交替中,不变的是青年的身姿,历史坐标上,始终清晰的是欧亚人的矫健步伐。

我们静静地聆听浩荡的时空中,一代又一代欧亚人点燃青春的声音,

四十一年风雨征程,以奋斗为桨,不惧风浪!

(通辽欧亚 符莹)

## 东丰欧亚“铁军”必胜

(藏头诗) 东丰好物汇欧亚,丰城百姓奔走夸。欧心沥血情澎湃,亚洲雄风英姿发。铁军亮剑夺市场,军容百万斗志昂。必争之地凝聚力,胜券凝心创辉煌。

(东丰欧亚 刘洋)

## 欧亚超市避暑志

冷链柜吐出薄荷味的云,货架垒起冰镇群岛的影。砾砂瓜怀抱蜜浆的月亮,荔枝红裹着晨露的晶莹。冷风机摇落碎银的浪,玻璃门隔开沸腾的蝉鸣。冰淇淋在铝箔纸里打盹,酸奶瓶凝着白瓷的静。

生鲜区铺满霜的标本,速冻柜锁着星子的冷。我们打捞沉底的夏天,让汗珠坠入水晶的吻。促销牌浮在冷雾之上,价签里游着薄荷色的鲸。大暑在门外搓着火绳,我们囤积整座冬天的冰。

(欧亚超市连锁 张涛)

## 通化欧亚家电内购会大卖

(藏头诗) 通城欢动惠民潮,化雨春风补贴高。欧品精工呈万件,亚商叠彩竞千娇。家电焕新礼九重,电掣新机礼九包。内享员工专享惠,购逢盛典创新标!大展宏图赢赞誉,卖场火爆购风飙!

(通化欧亚 左萍)

## 希望

在黑暗的尽头,微光闪烁,那是希望,如晨星般明亮。它在风雨中摇曳,却从不屈服,是心灵的灯塔,照亮前行的方向。

它藏在破土的嫩芽里,冲破坚硬的泥土,拥抱阳光。它藏在初升的朝霞里,驱散夜的寒冷,带来温暖的力量。希望是沙漠中的绿洲,让干渴的旅人重燃生的渴望。希望是冬日里的暖阳,融化冰雪,唤醒沉睡的大地。即使前路布满荆棘,困难重重,只要心中有希望,就无所畏惧。它会化作翅膀,助我们飞翔,穿越黑暗,抵达梦想的彼岸。

(欧亚新发 宋杨)

## 七月诗律

七月的骄阳,火红热烈,炙烤着大地。七月的晨风,清爽怡人,带来晨露欲滴。

七月的夏雨,时柔时骤,滋养着大地。七月的花朵,竞相开放,装扮着瑰丽。

七月的云彩,形态万千,述说着诗意。七月的夜空,繁星点点,闲窥透着惬意。

七月的记忆,色彩斑斓,诉说夏的魅力。七月的欧亚,嗨翻一夏!酷爽来袭!等你!

(梅河欧亚 张妍)

## 书香欧亚

书名:《日有所思:打破思考僵局的种子》 作者:[美] 亚当·格兰特



在这个人人都在表达的时代,“思考”似乎成了一种稀缺能力。我们习惯于快速判断,却忽略了思考背后的盲点;我们追求效率,却忘了深度;我们沉迷于“观点”,却放弃了“思维”。而如何思考,为什么思考,是否在批判性地思考?真的值得所有人思考。亚当·格兰特在新作中分享了许多洞见——我们如何理解人际关系中的索取与付出,有关我们如何成为合格的父母、更好的领导者,如何更睿智地对待工作,如何让自己变得更有创意并能对不同的观点求同存异等。书中一页一观点,简短但掷地有声,将启发我们思考和再思考。

书名:《先秦秦人的日常时光》 作者:许进雄



本书从甲骨文承载的历史文化信息入手,以生动有趣的方式,带领读者穿越时空,深入了解先秦时期中国古人的日常生活和社会风貌。通过丰富的考古发现、出土文物以及典籍记载,作者将古代渔猎农耕、起居饮食、衣服住物、天文地理、战争祭祀等方面的内容娓娓道来,使读者仿佛置身于那个遥远而神秘的时代。它不仅是一部关于古代生活的百科全书,更是一部融合了历史、文化、科技等多方面的综合性著作。阅读本书,读者不仅能深入了解先秦时期的社会风貌,还能从中汲取丰富的历史文化知识,感受中华文明的博大精深。

书名:《洪边门》 作者:冉正万



洪边门,贵阳老九门之一,古城作古,城门已不复存在。但城和人的故事还在继续。小说集《洪边门》收录作者“贵阳书写”系列的九个中短篇小说。九个故事对应贵阳九处城市坐标,每一处都勾连着城中人恍如隔世的隐秘过往和情感记忆,如洪边门豆腐巷里的罗、陈两个家族几代人的缘分纠缠,白沙巷里一段惊心动魄的民国传奇,鲤鱼巷里行将消失的小巷神明和市井传说,醒狮路上跨越时间和生死的兄弟亲情,南门桥连接着城中众生各种剪不断理还乱的人情因果……由洪边门而入,看见一座古城的流金岁月和时代浮沉。

书名:《既见君子》 作者:郝永伟



本书收录39篇艺术随笔,所关注的对象为当代书画界39位艺术家包括李文岗、胡崇伟、李明、刘云泉等人。作者运用散文式笔法,并融入了不少古典诗词和南北兴手法解读艺术家及其作品。作者为出版人,有幸结识诸多书画绘画者,并勤于笔耕,坚持为此书写笔墨文章。本书从人文抒怀的角度切入,无论是书法、篆刻、绘画,还是艺术漫谈、琐谈、杂谈,从不同的类别,探寻艺术家的成就、特色及其成长,展现了艺术家的多面人生,并做出多维度的文化反思。书中配图百余幅,从书法、篆刻到绘画,呈现平易近人的艺术气息,值得阅读。