



赵首泮总经理一行到琿春欧亚、敦化欧亚调研

本报讯（琿春欧亚 综合部）8月28日，欧亚集团总经理赵首泮、首席信息官高岗等领导到琿春欧亚延百购物中心进行调研，欧亚商业连锁总经理刘军、琿春欧亚总经理钱明勇陪同。

赵总一行先后来到超市、家电商场等实地踏查，钱总介绍了调改及经营情况。调研中赵总一行针对超市动线设置、商品陈列、氛围烘托、业态组合等进行交流、指导并给出指导建议。赵总强调，管理者要拓宽思维，超市动线要通透，注重体验感，以小变化促大提升，同时琿春要借助地域优势及俄罗斯旅游热，集聚特色经营。集团首席信息官高岗，对超市端头陈列、地堆摆放给予专业指导，并对超市调改后的进步予以肯定。调研中，赵总一行对家电商场调改升级后的全新变化予以赞赏和肯定。琿春欧亚钱总表示，琿春欧亚团队将把集团领导的指导和建议落实到经营实践中，持续推进调改步伐，凝心聚力推动琿春欧亚稳健发展。

又讯（敦化欧亚 刘洋）8月28日下午，欧亚集团总经理赵首泮、首席信息官高



调研现场。马雪 摄

香港中医药界代表、香港中医药院校师生莅临欧亚卖场盛赞欧亚卖场参茸展销体验中心

本报讯（欧亚卖场 经理办）8月24日，应欧亚卖场董事长于志良盛情邀请，港区全国人大代表、香港中华总商会永远荣誉会长、香港中医中药界联合总会会长、香港中药业协会首席会长、香港百成堂集团主席李应生，香港特区政府立法会议员、香港注册中医学学会会长陈永光率领香港中医药界代表、香港中医药院校师生考察团莅临欧亚卖场调研。考察团一行对欧亚卖场发挥超大型购物中心的品牌资源优势助推吉林人参产业高质量发展、促进中医药文化创新上的责任担当给予高度评价，并实地体验卖场多元业态融合成果。

欧亚卖场参茸展销体验中心是欧亚卖场响应省市号召打造的吉林省首屈一指，集人参文化传播、参茸知识普及、参茸制品展销、中医长期义诊等为一体的主题体验馆，联合皇封参等吉林知名企业经营涵盖参茸及参茸药品、食品、保健品、化妆品及其它东北特产在内45个品牌1000余种商品。考察团一行在参茸展销体验中心观看了太极拳表演，来到人参市集品尝人参饼干、人参茶饮等特色产品，并连连称赞。看到现场种类繁多的参制品，来自香港大学、香港中文大学、香港浸会大学等中医药学院的学生兴致盎然，不仅与工作人员热烈交流，询问人参种植加工知识，更现场试吃试饮，并果断大量采购。“没想到人参还能有这么多种产品，原来在课堂上了解得远远不够，感谢欧亚卖场提供了一个



李应生主席与于总交流畅谈。张佳音 摄

现场学习中药材的课堂”，来自香港大学中医药学院的陈圣欣同学深有感触说道。考察期间，李应生主席和陈永光会长走进各展位了解人参产品的产地源头、制作工艺、功效用途等，来到人参文化展示区观摩采参工具，观看40多年参龄野山参、品鉴人参产品。中心规范化的管理、商场化的运作、诚信的经营、较高的准入门槛、严格质量把控、多元参茸文化展示以及多项情景体验互动等，赢得考察团一致高度赞许，纷纷表示，只有建设好高标准、高质量的营销渠道，才能充分彰显人参作

为“百草之王”稀缺资源的价值属性，促进人参产业高质量发展。作为“百草之王”人参本身就具备金融属性及诚信内涵，以欧亚卖场这样世界级购物中心积淀的品牌信誉为人参、鹿茸等吉林特产背书，以欧亚卖场参茸展销体验中心这样高规格、高品质、高标准的线下营销渠道，才能真正为吉林参茸产业的高质量发展注入持久稳健的发展动力。

在于总陪同下，考察团一行还参观了百货食品商场、欧亚金街、生态广场及室内游乐园。在客流熙攘的百货食品商场，李应生主

席详细了解哈密瓜等自采果蔬产地价格，连连称赞“品相好、价格实”；在人头攒动的生态广场，考察团一行均被红腹锦鸡等萌宠、潺潺流水瀑布、形象逼真孙悟空造型以及人参等珍奇植物所装扮的购物中心内生态公园所震撼，为于总气魄胆识和大胆创意钦佩，并在每处景观打卡；在金碧辉煌的欧亚金街，李应生主席专门来到欧亚黄金考察，称赞集团曹董对黄金市场的准确研判及打造自营品牌的睿智商业思维；在人声鼎沸的室内游乐园，李应生主席饶有兴致体验了网鱼、套圈等儿童娱乐项目，连连称“在这里让自己又找回了童年的美好记忆”。考察中，卖场的超大体量、多元业态、人性服务，特别现场摩肩接踵的客流、高端大气的品牌形象以及整个商场涌动的澎湃活力给考察团一行留下深刻印象。李应生主席表示“香港作为国际中医药中心，在科研、标准制定及国际市场推广方面具有优势。希望未来与欧亚集团、欧亚卖场深化合作，让吉参品牌走向世界，让中医药文化焕发更大活力。”

此次考察，不仅极大提升欧亚卖场参茸展销体验中心的知名度和影响力，坚定了广大合作商的发展信心，也为推进吉林人参产业高质量发展，搭建吉港中医药产业交流桥梁，助力中医药产业传承创新提供了平台，更为欧亚卖场进一步整合港商资源、寻求务实合作、拓展国际化视野提供了契机。

中国统促会理事一行到欧亚卖场参茸展销体验中心考察调研

本报讯（欧亚卖场 张佳音）8月26日，中国统促会文艺委员会副主任王林旭一行来到欧亚卖场参茸展销体验中心考察调研，并召开中国统促会助力“吉字号”特色产业高质量发展交流合作座谈会，为吉林省人参产业提质升级、深化合作凝聚智慧。

统促会理事考察团一行走进各个人参品牌展位，详细询问各种参茸制品的功效、用途、售价以及制作流程工艺、采用人参年限

等，参观人参文化展示区，深入了解长白山人参的种植历史、加工工艺、品牌运营等情况，对欧亚卖场以强烈使命情怀率先打造参茸展销体验中心，并积极推进吉林人参线下营销的标准化、品牌化、市场化方面取得的成效给予高度评价。随后，考察团移步四楼会议室，吉林省“吉字号”特色产业高质量发展专班负责人从资源禀赋、政策支持、科技研发、品牌打造等多个方面介绍了吉

林省人参产业发展情况，省内多家重点企业负责人先后介绍了企业情况与合作需求。王林旭副主任充分肯定吉林省发展人参产业的独特优势，高度评价了欧亚卖场参茸展销体验中心作为高规格、高标准、高品质营销渠道对吉林人参产业发展的重要作用，表示将发挥促进会作用，深化务实合作，助力“吉字号”人参走向更广阔的市场。

江苏省吉林商会企业家考察团一行莅临欧亚卖场调研

本报讯（欧亚卖场 经理办）8月25日，江苏省吉林商会会长、苏州市民卡有限公司董事长惠飞一行莅临欧亚卖场参茸展销体验中心考察，对欧亚卖场响应政府号召，率先打造规范运营、诚信服务、品质把控、中医服务、文化体验集一体的参茸主题体验馆给予高度评价，纷纷表示寻求合作。

在3500平方米的通透大气的欧亚卖场参茸展销体验中心内，人参、灵芝、梅花鹿等东北特色产品的造型活灵活现。在吉林省“吉字号”特色产业高质量发展工作专班负责人、吉林省商务厅商会处负责人、欧亚卖场董事长总经理于志良陪同下，惠飞会长带领考察团的一行人先后来到皇封参、宣上医



江苏省吉林商会企业家考察团一行调研现场。张佳音 摄

等多个吉林省人参行业知名品牌企业的展位内，与工作人员详谈交流，细致地了解了各个品类人参的种植加工、产地来源以及各种饮品、化妆品、保健品等人参制品的功效和市场占有等相关情况，并在现场试吃试饮了各种人参制品，还提出了改进提升建议，围绕深入做好人参产品的精深加工、参茸类文创产品开发、进一步提升省外渠道市场等多个方面问题探讨交流。

惠飞会长表示，将积极发挥江苏省吉林商会的桥梁纽带作用，为吉林人参行业品牌企业走出拓展省外渠道市场、擦亮吉林人参金字招牌、助推吉林人参产业高质量发展做出应有的贡献。

日本高端康养企业与欧亚卖场达成银发经济合作意向

本报讯（欧亚卖场 张佳音）8月28日，日本国际医疗福祉研究协会会长吉田丽香携英兰舒床、三贵康复器材、朝日鞋业三家日本知名康养企业相关负责人一行来到欧亚卖场参观考察，并就日本适老化产品进驻欧亚卖场等合作事宜进行深入交流。长春市朝阳区民政局局长邢华、欧亚卖场党委副书记韩卓言、欧亚卖场招商总监李影等陪同接待。

考察团一行先后参观了欧亚卖场参茸展销体验中心及康养项目打造区，详细了解相关产业布局与发展规划，日企代表对欧亚卖场作为世界最大零售购物中心宏大的体量、旺盛的人气、强劲

态势表示高度震撼。随后，双方在四楼会议室进行座谈交流，李影总监系统介绍了欧亚卖场打造银发经济区的战略规划，三家日本企业分别就其核心产品、技术优势等方面对企业情况进行介绍。邢华局长则围绕朝阳区老龄化现状、银发经济政策支持、现有高端养老机构建设及未来智能化养老发展方向作了重点推介，强调欧亚卖场所在的朝阳区在推动康养产业方面具备显著优势。日企代表对长春朝阳区的养老市场潜力及欧亚卖场的平台优势表现出强烈兴趣和合作信心。尤其是，吉田丽香会长听后当场表达了与欧亚卖场的强烈合作意向，后续对接推进中。

感恩相伴·展望前行 欧亚益民21周年店庆完美收官

本报讯（欧亚益民 综合办）夏末秋初，丰收正酿。8月22日至31日，欧亚益民以“廿一芳华·感恩相伴·777益彩纷呈”为主题，正式拉开21周年店庆序幕。

精准营销 聚拢八方客源

作为扎根长春21载、服务周边百姓的区域地标，欧亚益民深知“优品优价”是回馈顾客的根本。通过前期发售限量优惠券、筹备专属货品、推出特色活动等，有效带动店庆前三天销售增长。其中，巴拉巴拉童装特供商品1200件反季羽绒服1.9折，销售同比增长75%，周大福销售同比增长66%，拉谷谷女装销售同比增长54%；超市自采商品销售更是火爆。自采蔬菜销量同比增长30.8%，自采水果销售额同比增长53%。丰富多样的自采商品，成为吸引顾客驻足的另一大亮点。

多彩活动 聚拢人气

会员活动同样精彩纷呈。“全民寻7狂欢”中，持尾号含“7”消费小票的顾客可参与彩球投掷大奖，引发排队热潮；推出七夕主题“甜蜜益得”活动，购服饰满521元或黄金珠宝满1314元即赠精美礼品，精准契合节日氛围；陆续举办会员DIY手链活动、草帽编制活动、脸谱制作活动等，吸引不同顾客群体。针对沉睡会员和高端会员，定向发放专属礼券。同时，银联支付补贴有效降低消费门槛，成功助力客单价的提升。这一系列举措不仅强化了会员归属感，更成功将情感营销转化为实际消费力。

文化赋能 升华购物体验

此次周年庆巧妙融入传统文化，每日旗袍早迎宾与行云流水的奉茶表演，已成为一道亮丽的风景线。商场更化身为活力四射的舞台，韩舞、爵士、拉丁舞快闪每日定时上演。其中，拉丁舞专场尤为火爆，吸引专业舞者同台竞技，热情观众层层围拢。超市区则匠心打造体验式消费场景：从现场烹饪到护肤沙龙，从试吃品鉴到厨具体验，巧妙将民生消费升级与生活美学。这些精心设计的活动，不仅极大提升了购物体验，更在顾客心中烙下了深刻的品牌文化印记。

全员聚力 护航店庆

全体员工热情投入保障活动顺利开展。党建深入经营，党员围绕“服务优、销售增、利润稳”目标，带头提报并落实服务改进清单；门店与街道社区共建服务网络，切实转化为可持续的社区服务优势；后勤管理人员跨岗位支援机制从应急走向常态，通过源头控损、高效周转，生动诠释“欧亚益民 利民益民”核心价值。

欧亚益民以本次周年庆为契机，将持续聚焦价值经营，深化“社区型购物中心”定位，以温情服务沉淀用户黏性，力争实现社区商业价值的可持续跃升。

吉林欧亚商都综合体掀起开学季购物潮

本报讯（吉林欧亚商都 陈卓）随着开学季的到来，吉林综合体儿童商场迎来学生用品销售热潮。商场围绕“开学”主题推出多重优惠活动，为家长们送上“学生大礼包”，成为一大销售亮点。

在学习装备专区，核心品类优惠力度显著。其中，儿童学习机作为热门网红产品，直接开启现金直降模式，具体降幅根据型号不同有所差异，吸引不少家长驻足对比；儿童学习桌也推出特价活动，部分款式价格低至1999元，兼顾实用性及性价比，满足孩子日常学习的桌椅需求。

除学习装备外，开学“刚需爆款”销量也有明显增长。儿童书包销售额同比去年提升15%，护脊背负系统、轻量化材质及卡通IP联名款最受青睐；兼具实用性、舒适性百搭属性的儿童小白鞋同样热销，销售额同比增长10%，成为家长为孩子搭配开学新校服的首选单品。

此次开学季活动将持续至9月初，儿童商场后续还会根据家长需求补充库存，确保为学生提供充足的开学装备选择，助力孩子们以更好的状态迎接新学期。

欧亚新发21周年庆圆满收官

本报讯（欧亚新发 白杨）8月14日，为期11天的“聚‘惠’新发21周年庆——第一届漫游生活艺术节”活动在欧亚新发启幕，活动前4天，客流同比增长22.5%。

优惠联动 精准撬动消费需求

线上预售作为“流量入口”，提前锁定客群。公众号推出的68元团98元超市代金券开抢即售罄，抖音平台同步上线的188元团220元服饰券、85元团100元超市券同样秒空，为线下门店日均引流超千余人次。

线下折扣则成为“转化核心”，服饰与超市双引擎发力。服饰区“部分商品低至1折+满500元送300元电子代金券”的组合优惠，带动服饰区总销售额同比增长71%。其中，哈森大型特卖会、千百度特卖会都实现了让人惊喜的销售业绩；超市推出的“万款商品超低价+满88元1元起秒杀”活动成效显著，11天累计吸引2000+人次参与秒杀，完成计划100.77%。

互动体验 人气与口碑双丰收

在“打卡美好瞬间 拍照赢取好礼”活动中，消费者纷纷自发在朋友圈、抖音、小红书等平台宣传，有效增加了活动流量；在购物过程中，顾客凭借消费满300元的购物小票可参与到“店庆盲盒墙”活动，拆出的华影影城电影票、各类品牌支持代金券、丝巾等礼品，让顾客收获好运连连。

社团活动 注入文化新活力

此次周年庆为提升会员粘性，通过与多个社区社团达成合作，推出“满格青年”社团、漫游生活艺术节、交谊舞等10场活动，为周年庆注入新的文化活力，吸引了更多的消费群体到店，有效提升店庆活动的宣传度，让“购物+艺术”的融合体验深入人心。

未来，欧亚新发以本次周年庆为起点，不断创新活动形式，带来更多优惠与美好并存的消费体验，为长春消费市场注入更持久、更鲜活的活力。

廿一载匠心再启 欧亚商都第21届会员节盛装绽放

【本报（欧亚商都 办公室）9月5日，以“界·破晓”为主题的欧亚商都第21届会员节璀璨启幕！本届会员节集时尚购物、文化互动、社交娱乐于一体，为顾客打造一场为期10天的消费盛宴。

全域福利 开启优惠矩阵
会员节前夕，推出“超值购服饰套餐券”“家电专项套餐券”及“抖音嗨购专场”三大福利矩阵。8月30日，消费者可限量购买30元购660元服饰增值券组合；9月1日，小程序开放申领1200元家电组合券，涵盖冰箱、洗衣机等7大

品类；9月2日，抖音直播间400元团500元服饰券及85元团100元超市专享券，为消费者带来多重惊喜。

双重礼遇 体验全面升级
活动期间，特别为会员打造文化专享体验。9月6日，打造近300平方米的艺术展区，共设九大板块，展出500余幅珍贵历史图片，完整勾勒出长春“城市影像史”。活动特邀知名历史建筑保护专家王新英教授，为消费者深度解读老照片背后的故事，带领观众穿越时空，触摸城市变迁脉络。

欧亚商业连锁七夕精准营销 激活消费活力

【本报（欧亚商业连锁 宋嘉星）七夕佳节期间，为进一步提升品牌影响力，增强会员粘性，同时有效应对销售淡季，欧亚商业连锁旗下长春区、外埠区各门店因地制宜，围绕“浪漫”“文化”“会员专属”三大核心，策划并落地了一系列主题鲜明、形式多样的营销活动，打造沉浸式消费场景，不仅为顾客带来了丰富的节日体验，更实现了客流、会员活跃度与销售额的逆势增长。

活动期间，各门店创意迭出，亮点纷呈。白城欧亚购物中心以“穿越时空，邂逅古风诗词会”为主题，将传统文化与节日氛围深度融合，吸引大批传统文化爱好者驻足参与；欧亚合兴欧亚购物中心、辽源欧亚购物中心同步设立七夕花墙打卡点，免费向顾客赠送玫瑰花，并安排员工化身“爱情向导”，搭建“鹊桥”装置与“同心墙”，让顾客在打卡互动中感受节日浪漫，门店当日客流较平日提升超30%。

敦化欧亚购物中心聚焦婚庆消费需求，举办“七夕织梦·婚纱与星”浪漫婚纱秀，通过男女模特对店内婚纱、秀禾、礼服及男装品牌的动态展示，有效带动了婚庆相关品类销售；珲春欧亚购物中心则以“鹊梦千年·七遇今宵”为主题，还原古时七夕光景，让顾客沉浸

式体验传统习俗，文化氛围浓厚，顾客好评率剧增。

会员服务方面，江源欧亚购物中心推出“浪漫七夕感恩会员专享福利日”，极大提升了会员消费积极性；欧亚长新购物中心不仅设置“情定鹊桥·为爱打卡”场景，免费提供汉服道具与姻缘树DP点，还开展“为爱派送一77份咖啡甜蜜礼”活动，并邀请头部肖像摄影团队为高值会员拍摄定制肖像大片，高端化、个性化的会员服务进一步巩固了高客群粘性。

此外，梅河欧亚购物中心的“告白仪式·情人玻璃瓶”活动，让情侣通过书写爱情寄语传递心意；欧亚春城购物中心打造“E来I去相亲角”，为单身青年提供交友平台，吸引众多年轻客群；欧亚万豪购物中心则通过乐队演出、爱情宣言大屏互动、花瓣雨惊喜等环节，强化节日仪式感，活动当晚客流峰值突破近万人次。

此次七夕营销活动，各门店凭借精准的客群定位与创新的活动形式，实现了客流、会员活跃度与销售额的三重增长。未来，欧亚连锁将继续深耕节日营销与会员服务，不断创新活动形式，为顾客带来更优质的消费体验。

四平欧亚19周年庆盛装启幕

【本报（四平欧亚 张莹）时光荏苒，初心不改。9月5日，四平欧亚购物中心迎来了19周年华诞，这不仅是四平商业领域的年度盛事，更是一场回馈全城消费者的感恩盛宴。

本次周年庆典将持续至10月8日，期间，商场携手各大品牌推出年度最大力度优惠，涵盖服饰、珠宝、家电等众多品类，为市民打造一场购物狂欢。四大核心福利，钜惠全城：福利一：店庆“薪”喜，在抖音、快手搜索“四平欧亚购物中心”，即可参与服饰500元团600元、超市89元团100元活动。福利二：生日好礼。超市购物满50元，加1元即可换购

生日面一份。福利三：会员专享。老会员免费领取10元超市券，积分可增值兑换。福利四：满额换购。购物满500元、800元、1000元，加1元、3元、10元即可分别换购牙刷、洗洁精、整理箱。9月29日答谢日，惊喜加倍，作为本次庆典的重头戏，9月29日的“店庆答谢日”将推出一系列重磅福利。

除了诱人的优惠，商场也同步升级了服务品质。宽敞的购物环境、专业的导购、便捷的售后，以及舒适的休息区和美食体验区，让购物成为一种与亲友共享的美好时光。

欧亚卖场携手恋上鸭品牌举办消夏狂欢节



恋上鸭消夏狂欢节。
崔明达 摄

【本报（欧亚卖场 崔明达）夏末秋初，暑气尚未消除。8月29日至31日，恋上鸭品牌在欧亚卖场10号门已经开启了“恋上鸭&消夏狂欢节”。作为2025年夏季全国推广行动的重要一站，活动以沉浸式互动体验为核

心，通过多元化的活动设计与精准的客群触达，成功吸引了大量消费者参与，进一步提升了欧亚卖场的客流量与品牌影响力。为消费者带来了一场娱乐与购物于一体的沉浸式体验。

欧亚商都可隆品牌举办“自然调香师”手作活动

【本报（欧亚商都 孙森）8月24日，五楼商场可隆品牌开展“化身自然调香师”DIY手作活动，吸引众多消费者参与。

活动中，专业人员引导顾客挑选薰衣草、薄荷、艾草等天然香料。大家专注调和专属驱蚊香囊，时而细嗅香料，时而交流搭配灵

感，动手乐趣十足。不少家长带着孩子共同创作，沉浸式体验自然调香的治愈感。此次活动不仅让消费者收获了个性化驱蚊好物，更传递了可隆亲近自然的品牌理念，活动在欢声笑语中圆满结束，赢得参与者的一致好评。

欧亚商都“潮玩味来”主题活动火热启幕

【本报（欧亚商都 冯智洋）8月16日至9月14日，“潮玩味来”主题活动在欧亚商都餐饮娱乐中心火热开展。活动紧密结合年轻客群与家庭消费需求，以“潮玩+餐饮+娱乐”的多元组合拳，为消费者带来沉浸体验，持续激发商都消费新活力。

潮玩竞技 点燃欢乐引擎
作为本次活动的“人气担当”，欧亚商都第一届碰碰车大赛、热血投篮赛在帝湾潮玩街区相继拉开帷幕，迅速成为年轻群体与家庭客群的“打卡新据点”。

在碰碰车大赛现场，五颜六色的气球装点车身，参赛选手分组展开激烈追逐，或灵活躲闪，或主动进攻，碰撞声、呐喊声交织在一起，形成了欢乐的现场氛围。热血投篮赛则以“限时快投”的紧张感点燃竞技热情，选手们在投篮机前全神贯注，大屏上不断刷新新的

分数线引得围观人群阵阵惊呼。两场赛事不仅强化了活动的“潮玩”标签，更通过强互动性、高参与度的设计，有效提升了消费者到店粘性。

营销矩阵 激活消费潜力
在“潮玩”主线之外，周三餐饮会员日、餐饮晚市等系列活动成绩效果喜人；“潮玩味来”IP主题集章打卡活动则以“趣味任务+惊喜好礼”吸引顾客深度参与，累计派发数十份高价值奖品，使打卡点前排起“长龙”；线上小程序同步上线“餐影BOX”多款套餐，实现了线上线下流量的高效互通与曝光裂变。
目前，“潮玩味来”主题系列活动的关注度与参与度正在持续上涨中，后续两周还将相继推出其他的潮玩赛事及限定套餐，不断为顾客注入新鲜感，为商都注入消费新活力。

此外，9月14日，乔尔卢布松法餐厅将举办SVIP会员答谢酒会，以复古金曲、怀旧故事、米其林法餐等元素，让会员在柔和的氛围中享受时光。两场中西合璧的雅致体验，让会员感受到商都对文化传承的坚守、对品质服务的追求。

沙龙活动 构建共享空间
针对不同会员需求，打造多种沙龙活动，让每一位顾客都能找到自己的热爱。9月14日，北极狐品牌举办“狐步徒步——户外轻装徒步”分享会，热爱运动的男士会员不可错

过。不仅能聆听国家地理御用摄影师王坤分享户外经验，还可参加9月20日的徒步活动，探索自然之美；孩子们的欢乐天地也已开启。

廿一载精耕细作，廿一载破界新生。欧亚商都第21届会员节的璀璨绽放，不仅是对廿载荣耀的传承，更是践行增强市场适应性、提升门店运营质量的具体体现。我们愿与每位顾客共同见证这场界·破晓的蜕变，在下一个廿载的星辰大海中，以内容为王为帆，以创新服务为桨，共同驶向更广阔的零售新蓝海。

“十八芳华 星河同赴”通化欧亚18周年店庆启幕

【本报（通化欧亚 毛妹睿）9月5日至14日，通化欧亚购物中心迎来18周年庆，正式启动以“十八芳华 星河同赴”为主题的大型营销活动。通过多重优惠、品牌特惠、文化互动和跨界合作，为消费者打造一场覆盖全城的金秋消费盛宴。

自9月1日起，推出“满级福利线上抢券”活动，通过抖音、快手等平台限量发放118元团140元超市券、518元团580元服饰券等超值券包。以及9.13元观影券、913元健身年卡等宠粉福利同步上线。各业态单笔满额即赠多功能套券，为正式活动蓄力造势。

店庆活动分三阶段推进：首波高潮服饰类1折起，会员享双倍积分，夜宴会推出5小时限时秒杀及幸运大转盘抽1999元免单；第二阶段黄金克减高至100元，数码满3000元

减300元，913积分兑换91.3元服饰券，餐饮满50元送50元；第三阶段服饰优惠再升级，抖音直播间再推限量券包，全品类满赠礼金券。

店庆大换购，单票满额可换购超市、服饰、珠宝家电等多品类商品；运动户外、儿童服饰、男女装、珠宝数码、家电家居等均设立主题专场日，品牌折扣叠加银行补贴、国补政策，部分商品低至1折。家电预存增值、异业联盟赠礼等活动同步开展，更有王者荣耀争霸赛、跆拳道PK赛、篮球操表演等十余场文化活动，小丑玩偶巡游贯穿全程。

通化欧亚凭借18年匠心经营，以多元业态联动、深度让利和沉浸体验，为广大消费者呈现一场集购物、娱乐、文化深度融合的金秋狂欢盛典！

欧亚卖场七夕“秋日情蔬”套圈活动 收获如潮好评



消费者一家三口参与套圈活动。
曹冲 摄

【本报（欧亚卖场 王天娇）七夕佳节至，浪漫满人间。欧亚卖场于8月28日至31日推出七夕主题活动，其中创意十足的“秋日情蔬”套圈游戏成为亮点，吸引大量顾客驻足参与，收获广泛好评。

本次活动以“秋日情蔬”为主题，打造专业套圈游戏区与打卡美陈场景，将传统游戏与现代购物体验巧妙融合。奖品区陈列了多种当季新鲜蔬果，每一份都经过精心挑选，兼具实用与品质，让顾客在趣味互动中收获惊喜与实惠。活动现场气氛热烈，欢声笑语不

断。消费者纷纷表示：“套圈游戏既好玩又实用，收获的蔬果品质出众，这种购物体验让人印象深刻。”还有顾客称赞：“活动设计很有新意，既重温了传统游戏的乐趣，又获得了超值回馈。”

本次活动共吸引了数千名顾客参与进来，套圈成功率高达95%，累计送出礼品总数1000份。许多参与者通过社交媒体分享游戏体验和“战利品”，进一步扩大了活动影响力，有效提升了欧亚卖场的美誉度与顾客黏性。

松原欧亚兄弟内购会 超级折扣引爆消费热潮

【本报（松原欧亚 任智慧）8月28日至31日，松原欧亚购物中心服装商场哥哥专柜举办了一场规模空前的内购会活动，以全场商品1折至2折的超低折扣吸引了大量消费者，短短四天时间，销售额同比增长1275%。

活动期间，哥哥专柜前每天早就排起

长龙，开业后，收银台前始终排着长队。消费者争相选购心仪商品，许多热门款式上架不久便被抢购一空，工作人员持续补货以满足顾客需求。同时，商场方面也增派了多名工作人员维持秩序，确保了购物环境的安全有序。

报喜鸟私人定制巡展空降白城欧亚 解锁意式专属着装

【本报（白城欧亚 韩威）8月29日至31日，报喜鸟私人定制回馈巡展登陆白城欧亚购物中心，为当地消费者带来国际水准的定制服务。本次活动特邀意大利籍工艺师团队驻场，

以欧洲经典定制工艺为核心，结合消费者身形、风格偏好，提供单量单裁服务，从版型到细节全程精细打磨，确保品质与美感兼具，让白城消费者无需远行，就能在家门口享受国际水准的私人定制体验，解锁专属自己的品质着装。

萌娃当家 童趣市集

通化欧亚成功举办儿童跳蚤市场活动



活动现场。
毛妹睿 摄

【本报（通化欧亚 毛妹睿）为迎接通化欧亚购物中心18周年庆，提升商场人气与顾客参与度，通化欧亚组织开展四场“十八芳华星河同赴”儿童跳蚤市集活动。9月6日，首场活动在购物中心五楼热烈开场，现场人头攒动，气氛温馨而活跃。

在各部门前期积极宣传与联动组织下，红黄蓝幼儿园30余名教师协同50组家庭共同参与，“萌宝小铺”商品琳琅满目，涵盖玩具

汽车、毛绒玩偶、益智图书、惊喜盲盒、套圈游戏等，价格一元至五元不等，真正实现低碳循环、亲民有趣。孩子们在家长陪伴下自信担当“小老板”，主动介绍商品、交流互动；不少小朋友也化身顾客，穿梭各摊之间，挑选自己喜爱的物品，现场洋溢着一片欢声笑语，有效聚集了人气，实现了多业态联动，增强了商场活力和家庭客群的黏性，为店庆活动增添了浓墨重彩的一笔。

辽源欧亚“第一届雪糕节”成功举办

【本报（辽源欧亚 综合部）8月23日，辽源欧亚购物中心“第一届雪糕节”在二期综合体一楼大厅盛大启幕。

本次活动是辽源欧亚“超市节”中的一项重要营销活动，为期9天，由辽源欧亚购物中心超市组织，后勤全员支援收银及售卖。活动一经启动，即得到消费者的欢迎与追捧，首日销售即破记录，并在全程持续热度，参加活动的伊利、梦龙、天淇、雀巢、红旗等17个品牌152支单品，经常被抢购一空，最多时一天要补货3次。活动至8月31日结束时更是将销售推向高峰，为超市实现了良好的引流效果与极佳的社会反响！

欧亚商都比音勒芬品牌举办VIP手工私享会

【本报（欧亚商都 禄亚伦）万物峥嵘，最美九月。适逢欧亚商都21届会员节来临之际，四楼商场比音勒芬于9月5日开展以“中国风纸雕小夜灯”为主题的手工私享会。本次私享会以商都为媒、以品牌为介，让应邀前来的各位会员们切身感受与家人、朋友在一起的温馨时光。同时，销售现场也异常火爆，会员节前三天，专柜更是以同比增长56%的强势姿态问鼎商场销冠。

露露草本系列新品发布活动在欧亚卖场举办

【本报（欧亚卖场 崔明达）8月15日至17日，露露品牌在欧亚卖场10号门举办了一场以“自然轻生活，健康新滋味”为主题的新品发布推广活动。

本次活动通过创意互动与沉浸式体验，将“海滨·建筑”主题视觉与清新自然风格相融合，打造出一处城市中的“休闲绿洲”。现场不仅设有产品展示与试饮区，还特别策划了多项互动环节，吸引了年轻人踊跃参与，在赢取礼品的时候，也记录下与露露品牌的美好瞬间。整场活动欢声笑语不断，气氛热烈，在初秋时节为消费者提供了理想的佐餐饮品和休闲选择。

欧亚商都摩凡品牌举办

“丝享时光”名媛丝巾沙龙活动

【本报（欧亚商都 云楠）9月5日至7日，MOFAN摩凡品牌在四楼专柜举办以“丝享时光”为主题的名媛丝巾沙龙活动，前三天销售额同比增长40%。通过丝巾系法教学与搭配分享，为受邀到场的会员提供一场美学体验，助力消费者在秋冬季节绽放独特光彩魅力。参与者纷纷表示受益良多，既提升了技艺，又感受到时尚带来的愉悦与自信，是一次难忘的美学分享之旅。

吉林省首家九代李宁标杆店在松原欧亚启幕

【本报（松原欧亚 齐孝雨）8月15日，吉林省首家九代李宁标杆店在松原欧亚购物中心5层盛大启幕，李宁集团公司副总裁王楠、全国渠道总经理王丰与欧亚商业连锁副总经理蔡鸿雁、松原欧亚购物中心总经理郑伟共同见证了这一重要时刻。

该店营业面积710平方米，以“国潮运动+沉浸式体验”为核心。开业当天，通过CBA球星的惊喜莅临、民俗表演、特色商品矩阵及重磅福利，为松原消费者打造了一场热闹非凡的运动狂欢，并在开业首日创下销售新高，展现出门店对当地消费者强大吸引力。

圣卡罗品牌入驻欧亚新发

【本报（欧亚新发 周翠梅）8月30日，时尚女装品牌圣卡罗入驻欧亚新发三楼。店内装修独具匠心，原木色货架搭配暖黄灯光，营造出温馨雅致的购物环境。商品区分类清晰，不仅有备受欢迎的经典款式，更有融入当下潮流元素的特色新品，满足不同消费者购物需求，开业当天，多重福利吸引了众多顾客驻足，销售业绩喜人。

冉朵女装成功入驻辽源欧亚

【本报（辽源欧亚 潘泓予）8月31日，辽源欧亚购物中心流行服饰馆三楼RODG冉朵女装正式开业，并推新店开业全场新品8.8折，叠加满减与赠礼活动，引发首日客流爆棚，为品牌攒足了人气。

RODG冉朵女装的入驻，延续了商场“精耕品类、贴近需求”的思路，更是辽源欧亚持续优化消费体验的缩影。

中国李宁吉林省首家3.0形象店在欧亚卖场启幕

【本报（欧亚卖场 曾光 李莹 王迪 静舒）近日，中国李宁吉林省首家3.0形象店于欧亚卖场精品服饰商场启幕，以“方印启新章”之姿，为区域潮流版图再添亮色。

此次启幕引发广泛关注，作为吉林省唯一可参与王楚钦球星卡抽售活动的购物中心，欧亚卖场于8月27日至31日成为球迷与潮流爱好者汇聚的热点。活动期间，现场人气持续高涨，销售热潮不断攀升，充分展现出中国李宁在年轻群体中的强大号召力。

不仅如此，知名独立设计师女装品牌X-MOOM、东北三省首家KOLON KRAFT全新形象店、知名小吃品牌“卷三张”牛肉饼商店近期也在欧亚卖场正式亮相，为消费者提供了更多的选择。

店庆前夕 四平欧亚多个品牌入驻升级

【本报（四平欧亚 王宁）在四平欧亚购物中心迎来19周年店庆之际，四平欧亚招商部迎难而上、主动破局取得了新进展，以精准品牌定位与高效的执行能力，成功推动多个优质品牌入驻，为即将到来的店庆注入强劲动力。

其中，全国拥有800余家门店的东北水饺领军品牌——喜家德水饺首次进驻四平并选择落户欧亚，于8月28日正式开业，品牌推出了重磅福利：预存满300元可抵400元、预存满500元可抵700元。与喜家德水饺同日开业的，还有深受女性消费者喜爱的达美妮集合店，丰富好礼持续派送，点燃了顾客购物热情。三楼女装区同样亮点纷呈：“首城首店”品牌奢影、知名设计师打造的特色女装品牌意缇妮同步入驻，为四平女性带来更多时尚穿搭选择。在运动品类板块，四平欧亚更是实现“活力蜕变”，阿迪达斯品牌升级为吉林省最新标准的HOS-Mega形象体验店，耐克品牌升级为NIKE-Sport-S形象店。历经1个月的装修，两大升级品牌于9月5日开业。全新的店铺形象、年轻活力的消费氛围，更成为四平欧亚商圈一道亮眼的风景区线。

欧亚卖场直播纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年阅兵活动

本报讯(欧亚卖场 经理办)铭记历史、开创未来。9月3日,欧亚卖场党委在10号门共享大厅组织党员、青年团员、合作商党员观看纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年活动现场直播。公安干警、现场消费者自发加入观看队列。威武震撼的阅兵式,彰显了国家的进步与强大,传递了我们争取和平的决心及捍卫和平的能力!不仅让现场观众的民族自豪感和自信心油然而生,更激发了广大员工干事创业、为国担当、服务大局的工作热情。广大员工纷纷表示,将在欧亚卖场非公党建凝聚引领下,做内行、在现场、敢担当,干好本职,精细服务,竞进有为,努力为国家富强、民族独立、人民幸福、经济发展贡献卖场人的力量。

又讯(欧亚汇集 张新玉)9月3日上午,欧亚汇集党支部组织管理人员、党员、团员在中庭集中观看“纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年阅兵式”现场直播,全员手持红旗,与自发加入观看队列的现场消费者共同见证这一历史时刻。70分钟阅兵气势磅礴,集中展示了新时代人



欧亚卖场组织观看阅兵直播现场。 张佳音 摄

欧亚商都党委组织党员干部观看阅兵直播盛况

本报讯(欧亚商都 办公室)国旗飘扬 万众同心。9月3日上午,欧亚商都党政班子成员、党员代表、青年团员在会议室集体观看纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年大会现场直播,与全国人民共同见证这一历史性时刻。当日9时整,纪念大会在雄壮的国歌声中拉开帷幕。全体与会人员身着统一工装、仪容严整,以饱满的精神状态共同聆听国歌旋律。当屏幕中展现出中国人民解放军的英姿和现代化武器装备时,会场不时响起阵阵掌声。大家全神贯注,不时交流观感,为国家实力的日益强大感到自豪。“这是我们国家强大实力的集中展示”,一位部门负责人感慨道,“作为中国企业的一员,我们深切感受到国家强大带来的自信和底气。”此次阅兵共有45

个方队受阅,多数武器装备为首次亮相,全面展示了新时代人民军队现代化建设的新进展和备战打仗的新成效。

此次组织观看阅兵活动,既是一次深刻的爱国主义教育实践,更是对企业核心价值观的淬炼与升华。我们将以阅兵仪式中展现的爱国情怀为精神坐标,以官兵们彰显的奋斗精神为行动指南,将其转化为推动企业高质量发展的内生动力——以更高标准“抓实字·上水平”、锤炼专业能力;以更严要求锻造“聚焦价值经营、聚焦数据支撑、聚焦目标实现、聚焦问题解决、聚焦梯队建设”工作脉络;以更实作风践行责任担当。在新时代征程上,让企业的每一次创新突破、每一项服务成果,都成为助力中华民族伟大复兴中国梦的坚实注脚。

观阅兵盛典 聚磅礴力量

吉林欧亚商都党委组织全体党员干部观看阅兵直播

本报讯(吉林欧亚商都 李棠)在中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年纪念日到来之际,吉林欧亚商都党委组织班子成员、全体党员干部、积极分子集体观看九三阅兵直播盛况,吉林地区总部主会场与各门店分会场同步联动,共襄阅兵盛举。党委高度重视此次观看阅兵活动,党办提前下发通知明确观看时间和地点,要求各支部妥善安排好工作,保证党员参与率。考虑到企业经营实际,设置了集中观看点,同时做好各营业现场工作。

9月3日上午8点30分,会议室内已是人头攒动。全体党员干部早早入场等候,大屏幕上播放着央视新闻频道的前方报道。透过央视新闻频道的高清画面,大家见证了受阅部队列阵接受检阅的历史性时刻。全体党员在会议室大屏幕前凝神

注目,见证着大国重器的威严和民族复兴的力量。飞行编队与天坛同框,古今交汇令人震撼;核导弹方队全时戒备,打击范围覆盖全球,各种奇兵利器令人振奋、鼓舞、热泪盈眶!观看过程中,党员们不时交流感受,为人民军队的强大和国家的发展感到自豪。许多年轻党员拿出手机,记录下阅兵现场的精彩瞬间,分享到朋友圈。

通过此次观看阅兵主题党日活动,极大地激发了全体党员的爱国热情和民族自豪感。许多党员表示,要将阅兵激发出的热情转化为干事创业的动力,以“功成不必在我,功成必定有我”的担当,在企业发展的道路上奋勇前行。吉林欧亚商都党委将以党支部为单位结合工作实际组织交流观看阅兵的心得体会,引导全体党员干部将爱国热情转化为干事创业的动力和砥砺前行的决心。

欧亚新发联合贵阳街社区共同观看阅兵直播

本报讯(欧亚新发 综合办)9月3日上午,欧亚新发携手长春市宽城区新广街道贵阳社区开展观看北京阅兵仪式主题党日活动,一同聚焦天安门广场,共同见证盛大的阅兵仪式!这里既有欧亚新发的员工代表,也有贵阳街社区的书记和工作人员、居民等代表。

随着国歌奏响、国旗升起,现场全体人员自发

起立,庄严肃穆行注目礼,嘹亮的歌声里满是赤诚,当受阅部队迈着铿锵步伐通过天安门,新型装备方阵与空中梯队依次亮相时,会议室里掌声雷动,要把这份自豪转化为工作动力。

此次企社联动观看阅兵仪式活动,不仅让大家沉浸式感受到了阅兵盛典的震撼,更以共同的爱国情怀拉近了企业与社区的距离,注入了坚定的力量。

欧亚商都开展第二期高情商对话大咖说



活动现场。 营业部供图

本报讯(欧亚商都 张笑歌)近日,欧亚商都举办了第二期高情商对话大咖说——“对话力觉醒”活动,旨在以用户思维服务顾客,从自我价值、信任危机等方面建立对话模型,提升满意度与复购率。让影响、说服、沟通、谈判,谈笑间轻松搞定,从而超出预期,创造持续性消费。

“对话力觉醒”活动以赋能和情景展示相结合的方式展开,共2场200余人参与。活动现场,员工们情绪高涨,互动热烈。通过深度引导员工解决内耗,减少能量损耗,来精准识别和调整自己的负面思维,迅速找到积极地应对方法,从而轻松化解。

营业部内训师就“对话力重要性”“自我价值建立”“应对信任危机对话模型”“高情商对话黄金法则”等内容进行赋能,鲜活的案例分享及情景演练使“对话力觉醒”活动推向一个又一个高潮。使用“共情开场+专业解释+价值强化”的三段式结构对话模型;从语言基调、情绪传递、行为导向、顾客感受五大维度入手,将顾客的疑问视为展示服务价值的机会,将质疑转化

为展示产品价值的机会。通过语言的正向引导和行动的积极响应,让顾客感受到“被重视”和“被服务”,而非“被推销”从而达到促进成交的目的。

交锋时刻环节,员工们的激情再次被营业部内训师点燃。固定命题的危急时刻,各小组自由选择、展演形式不限,充分发挥员工的想象力和应变力。最终,京润珍珠专柜店长带领小组成员以强大的学习力运用三阶对话模型+扎实的专业力及有效沟通方式,成功化解危机时刻,获得全场 MVP 小组的荣誉称号。

心智为王的时代,我们要读懂消费者。而真正去读懂他们,需要我们以高情商的智慧用心体会,深度挖掘。高情商的背后是成熟的心智模式支持的,是一个内在的自我成长的结果。只有模型和办法很持续运用,只有在实践中不断修炼、不断探索,找到最适合自己的方式方法,才是我们的终极目标。为此,我们也将不断拉长板、补齐短板、锻造新板,以“服务消费者为中心”,不断增强与顾客的强认知、强关联、强信任。

吉林省全民歌唱大赛通化赛区初赛在通化欧亚举办

本报讯(通化欧亚 毛妹睿)近日,“新吉林·新旋律”吉林省全民歌唱大赛在全省火热开展。本次大赛由吉林广播电视台携手吉林福彩和吉视传媒联手打造,通化欧亚购物中心助力,旨在挖掘吉林好声音,用旋律展现新时代吉林风貌。

9月6日,通化欧亚购物中心一楼北侧中庭变身绚丽舞台,78位怀揣音乐梦想的选手在这里一展歌喉,开启1了通化赛区初赛的精彩序幕。每位参赛选手还获得了由通化欧亚购物中心特别提供的印有“欧亚商业连锁”字样的精美便携茶具礼盒一份,让音乐与温情同在。

当天13时,一楼北侧中庭舞台前已聚集了大量参赛选手和市民观众。现场人头攒动,气氛

热烈,绚丽灯光与“新吉林·新旋律”的巨幅背景交相辉映,营造出专业而欢快的赛事氛围。比赛采用现场亮分制,三位评委从音准节奏、演唱技巧、舞台表现和整体效果四个维度为选手打分。参赛选手年龄跨度广泛,既有年仅8岁的童声稚子,也有年过花甲的银发歌者。

经过近6小时的激烈角逐,最终26位选手成功晋级,他们将在复赛中继续绽放音乐才华。此次吉林省全民歌唱大赛通化赛区初赛的成功举办,不仅为怀揣音乐梦想的普通音乐爱好者提供了展示才华的舞台,丰富了通化市民的文化生活,同时通化欧亚18周年庆有效聚集了人气,注入新的文化活力。

通辽欧亚购物中心连续五年获纳税信用A级企业称号

本报讯(通辽欧亚 倪劲)近日,在国家税务总局通辽市税务局开展的企业纳税信用等级评定工作中,凭借规范的纳税管理和良好的社会诚信等各项优秀指标,通辽欧亚购物中心荣获2020—2024年度五年纳税信用A级企业,成为了企业又一重要“信用名片”。

欧亚商都开展“能量充电站”主题早会活动

本报讯(欧亚商都 王玉莹)8月,欧亚商都开展为期一个月的“能量充电站”早会赋能活动,对传统早例会进行创新重构。本次活动既注重情绪激励,也强化能力赋能,同时为品牌搭建商品推介的平台。活动覆盖导购员、保安员等四个岗位,千余名员工参与。通过互动游戏和跨层分享,点燃激情,收获成长。

伴随晨曦,“能量充电站”以轻松活泼的互动游戏拉开序幕。由营业部统筹策划的早会环节,通过精心设计的团队游戏迅速升温、激发活力,让员工在欢笑声中开启一天的工作。这种形式不仅缓解了工作压力,更增强了团队凝聚力和归属感,实现以游戏促凝聚,以热情促效能。

本次活动更着力于能力赋能。营业部创新采用小程序限时抢课机制,由商场自主选择心仪课程,极大提升了参与积极性与主动性。本次形式以跨楼层、跨品类方式,特邀始祖鸟、周大福、迪桑特等9大品牌标杆导购担任“能量讲师”为导购员进行能量赋能,聚焦“线上+线下”“商品+服务”“消费+体验”,共计分享服务营销案例36场次,全面提升对客服务能力、场景营销能力、商品销售能力。

“能量充电站”不仅是一次早会创新,更成为赋能员工、夯实服务软实力的重要载体。未来商都将持续优化该赋能模式,不断丰富课程内容、创新组织形式,进一步推动“和谐团队、品质团队、智慧团队”的建设。

梅河欧亚召开13周年庆誓师大会

本报讯(梅河欧亚 王红岩)9月5日7时30分,梅河欧亚购物中心13周年庆誓师大会召开,全体员工齐聚一堂,共同拉开店庆冲刺的序幕。

会议现场首先由业务企划部部长汪成祥解读店庆活动方案,为全员明确冲刺方向;前后勤员工代表发言,传递全体员工必胜的信念与全力拼搏的决心。随后举行目标军令状签发仪式,欧亚商业连锁梅河区总经理马伟明向7大商场负责人颁发军令状,各商场团队紧随其后进行誓师表态,百货、超市业态骨干全员登台,展现出“敢打必胜”的凝聚力与战斗力。最后,由马总发表动员员讲话,为团队注入信心与力量,明确“上下同心、同舟共济”的作战理念。

接下来,梅河欧亚全体员工将以“冲刺每一个目标、做好每一件小事、打赢每一场硬仗”为行动准则,全力以赴向店庆辉煌目标发起冲锋,确保13周年庆活动圆满成功。

欧亚卖场AI秤:把方便藏进细节里

拎着青椒、生菜走到收银台,将蔬菜放在一旁的AI秤上,机器自动识别、称重计价,几秒后同步收银系统完成付款——这是欧亚卖场蔬菜区如今常见的场景。从分散打秤到收银台出口集中称重,这场小调整里,藏着卖场对“方便顾客”的实在考量。

这些AI秤成本不低,投入远超传统台秤。但对欧亚卖场而言,“成本账”外更算着“体验账”。以往,顾客选购蔬菜后需额外排队等待打印价签,赶早晚高峰时,“选菜五分钟,等称十分钟”已成常态。多一次排队,就多一分不便。

如今,AI秤设在收银台出口,直接将“称重”融入付款流程。摄像头配合图像识别算法,能精准区分青菜与菠菜、土豆与红薯,甚至不同品种的番茄,称重计价一气呵成。有顾客反馈:“现在买菜,整个收银流程比以往快了近一半,不用找称重员,不用排大队,特别方便省事。”一旁帮顾客打包的收银员也笑着表示:“少了补称的折返,效率明显提高,大家结账都从从容多了!”

这场小变革,是欧亚卖场服务理念的缩影——把“方便”落到流程里。不只是AI秤,欧亚卖场里清晰可见的“找秤指引牌”“蔬菜分类提示”都是为了让“方便”更实在。欧亚卖场的技术投入不为“炫技”,只为解决消费者的真实痛点,无声传递出一份体贴。

如今在收银台旁,AI秤屏幕上数字轻盈跃动,顾客不再紧锁眉头,而是从容付款。真正的服务升级从不是口号,而是像这台AI秤,把对顾客的在意藏在细节里,让流程更顺,让体验更暖。

(欧亚卖场 杨立升)

图片新闻



创意静态展 旧料变成宝

在辽源欧亚购物中心服饰商场的通道上,有一处创意与环保兼具的静态展。由废旧KT板、包装纸精心制作的紫色纸飞机造型灵动,如同要冲破浪花般向上跃起;下方装点的花簇则以二次利用的紫色金色花束及各类花卉精心堆砌,色彩缤纷且层次饱满,整体营造出“一飞冲天”的鲜活动感。

不少顾客被这别出心裁的装饰吸引,纷纷驻足拍照,感慨“废旧材料竟能被打造得如此有艺术感”。既以“一飞冲天”的美好寓意传递出积极向上的氛围,又通过对废KT板、旧花材等物料的二次利用,生动践行了节约资源的环保理念,成为辽源欧亚一道独特且温暖的风景线。

(辽源欧亚 谭媛)



顾客在创意静态展处打卡拍照。谭媛 摄

威克特蒲闪电杯全国青少年乒乓球邀请赛在吉林欧亚商都北山店开赛

本报讯(吉林欧亚商都 唐鑫)8月12、13日,VICTORPU威克特蒲闪电杯青少年全国乒乓球比赛在吉林欧亚商都北山店拉开帷幕。

本次赛事由吉林市乒乓球协会、吉林市乒乓球大联盟、吉林威克特蒲商贸有限公司、南京维克特蒲商贸有限公司、三亚威克特蒲商贸有限公司共同承办。赛事主要分为男子团体、女子团体、男子单打、女子单打四个项目。共有来自全国各省市(区、县)一千多名选手参赛。这场汇聚了全国

青少年乒乓球爱好者的赛事,不仅为年轻选手们搭建了展示自我的舞台,更以热烈的氛围和专业的水准,成为业内关注的焦点。

比赛现场人声鼎沸,来自各地的青少年选手们精神抖擞,凭借扎实的基本功、灵活的战术运用和顽强的拼搏精神,展现出极高的技术水平,充分彰显青少年一代在乒乓球运动中所蕴含的潜力与风采。参赛运动员及教练等参与者达三千多人,有效带动客流。

荣誉是起点 责任是长路

2025年过半时，能在“推进精细化管理，争当金牌员工，打造金牌团队”活动中获评“金牌收银员”，于我而言是份沉甸甸的惊喜——这不仅是对半年工作的认可，更藏着领导的信任与同事的帮衬。捧着奖牌时我总在想：“金牌”的重量到底在哪？后来在日复一日的收银台前慢慢懂了：它从不在那块金属

奖牌上，而在背后沉甸甸的责任里，在要一直向前的挑战中，在没尽头的自我超越里。

常听人说“种子得扎进土里才会活”，于我而言，卖场就是那片沃土。刚接触收银时，总怕算错账、怕扫漏商品，是老同事蹲在收银台旁教我“核对账单要逐行看”“遇到客诉先递杯水”，是领导在我卡

壳时说“错了就改，慢慢练”。没有这样的氛围，我这颗“种子”长不起来。如今成了“金牌”，更明白这称号从不是“个人光环”：收银台旁的补货员、帮顾客搬东西的导购、后台核账的同事，我们本就是拧在一起的绳。一个人再快，也赶不上一群人齐步走——“金牌”该是带动大家一起向前的鼓点，不

一次暖心之旅 一份奋进之约

清晨的阳光透过车窗，在梅河口的稻田上洒下金辉时，我总会想起出发前领导那句“好好放松，回来好好干”。作为欧亚卖场超市蔬菜区的一名普通员工，能有机会踏上这场旅程，全靠单位安排的专车接送，这份暖意，早已比沿途的风景更让人难忘。

每天在蔬菜区的工作，是与新鲜的绿意相伴，也是与时间赛跑——凌晨卸货、分拣打包、整理货架，手指常常沾着泥土的湿气，裤脚也总带着菜叶的清香。忙碌时顾不上抬头，只想着让顾客拿到最新鲜的菜。所以当听说单位要组织员工旅游，于总还特意优秀基层员工安排专车接送时，我和同事们都愣住了，随即涌上心头的是说不出的感动。

坐在舒适的专车里，看着熟悉的城市渐渐远去，大家聊着日常工作的趣事，她说上次暴雨天，领导带头帮我们抢运怕淋湿的蔬菜；他讲起自己第一次独立上货时，领导在旁边悄悄指导的细节。原来那些看似平常的瞬间，都藏着被惦记的温暖。

梅河口的旅程短暂却珍贵。我们在知北村欣赏企业准备的烟花盛宴，在夜市尝着酸甜的冷面，晚饭

后围坐在一起，聊得最多的还是回去后要怎么把活儿干得更细致：我想着要把蔬菜分类摆得更整齐，让顾客一眼就能找到想要的；张哥说要多留意哪些菜卖得快，及时补货不耽误顾客选购。风景再好，心里惦记的还是那个每天打交道的蔬菜区，因为我们知道，这份轻松惬意，是单位给的底气，更是努力工作的动力。

返程时，专车稳稳地行驶在高速上，夕阳把车厢染成暖黄色。我望着窗外掠过的树影，悄悄在心里定下约定：回到岗位上，要把这份感谢化成实实在在的行动。给每颗土豆擦去泥土，给每把青菜系好绳结，对每位顾客笑脸相迎——这些看似微小的事，正是我们能回报这份关怀的方式。

其实我们都懂，于总安排的不只是一辆专车，更是对基层员工的一份心意一份体恤。这份心意，会像梅河口清晨的阳光一样，照亮我们每天的工作，让平凡的岗位也充满前行的力量。往后的日子，我会带着这份温暖，把蔬菜区打理得更像样，用踏实的工作，不辜负这份沉甸甸的关怀。

（欧亚卖场 邵春）

通往幸福之路的梅河之旅

八月的风带着夏末的热意，也裹着一份格外的期待——我们欧亚卖场的自营员工，终于盼来了这场说走就走的梅河口之旅。两天一夜的行程，像一幅被精心晕染的画卷，每一笔都浸透着企业的关爱、东道主的热忱，还有我们发自心底的欢愉。

出发前就听说，企业为了让我们在梅河吃上地道的长春味儿烧烤，竟提前串好肉串，专门从长春把食材一路运了过来。抵达梅河时，看着小伙伴们从移动冷库车里搬出发着新鲜寒气的鲜肉串，心里忽然就暖烘烘的。这哪里是简单的食材，分明是企业把对员工的心意，细细切了、穿了，带着一路的风尘，送到了我们眼前。

安顿下来后，第一站便去了海龙湖畔。脚下流水潺潺，岸边草木葱茏，风一吹，连空气都带着湿润的清甜。同行的同事笑着说：“这哪像城外，倒像是闯进了江南的梦里。”是啊，看那波光粼粼的湖面映着云影，远处青山如黛，恍惚间真忘了身在何处，只觉得所有的疲惫都被这山水悄悄抚平了。

随后又去了知北村。青砖黛瓦间藏着老时光的影子，民俗风情扑面而来，难怪大家都说“大美无言”。近山临水的村落，安静得像个世外桃源，走在石板路上，听着村民的笑语，忽然懂得了什么叫“以文塑旅，以旅彰文”——这里的每一寸土地，都在诉说着梅河的故事。

最让人难忘的，是那个热闹得像要把夜空点燃的夜晚。梅河的当地领导特意为我们准备了现杀的羊和猪，满满一桌的佳肴透着实在的热忱。夜幕刚垂下来，篝火便“腾”地燃起，映着每个人脸上的笑意。我们卖场人自编自演的节目轮番登场，平时在岗位上严肃认真的伙伴，此刻拿起话筒、跳起舞蹈，竟个个是好手。掌声、笑声、歌声混在一起，像一串

被风吹响的风铃，清脆又快活。正热闹时，天空忽然被点亮了。企业为我们准备了整整半个小时的烟花秀，一簇簇、一团团在夜空中绽放，把墨蓝的天幕染成了五彩的画布。我们举着梅河精酿，在篝火旁举杯同庆，酒液里晃着烟花的倒影，也晃着彼此眼底的光。那一刻忽然觉得，所谓“情比金坚”，大抵就是这样吧——一群人因为同一个企业相聚，在异乡的烟火里，把欢笑酿成了最珍贵的友谊。

第二天的鸡冠山，是场关于坚持的约定。一开始还嘻嘻哈哈的队伍，到半山腰就有人喘着气说“不行了”，可前面的人喊着“快到了”，后面的人互相推着“再走几步”，竟真的一个个登上了海拔969.1米的山顶。风从耳边掠过，脚下是连绵的青山，像极了展翅的鸡冠，那一刻突然懂了“青山滴翠，状如鸡冠”的意境——原来最美的风景，真的要踮起脚尖才能看见。

回程的路上，车厢里少了来时的喧闹，多了几分回味的宁静。大家聊着篝火旁的歌、烟花下的笑，还有海龙湖的水、知北村的风。忽然明白，这场旅行哪里只是游玩，分明是企业用爱编织的网，把我们的心紧紧连在一起，给了我们一段“满载盛情”的记忆。

八月的梅河，因为有了我们卖场人的足迹而格外热闹；而我们的八月，也因为这场旅程，盛满了数不清的幸福与温暖。这大概就是最好的时光吧——有山水可赏，有欢歌可唱，有伙伴相伴，更有一份被珍视的感动，在心底慢慢酿成了甜。感恩企业，让我们在奋斗的路上不孤单；共赴梅河之旅，让我们在自然与温情中汲取前行的力量。未来，我们将以更加饱满的热情投入工作，不负企业的培养与信任，携手共进，共创辉煌。

（欧亚卖场 杨立丹）

销售的魅力：超越交易的温暖连接

在商场的日常运营中，虽然没有喧闹的促销活动，但销售行为本身，依然是静水流深，闪烁着其独特而温暖的价值。销售远不止是简单的钱货交易，它更是一场关于信任、服务与连接的深层对话。

首先，销售是价值的精准匹配与实现。每一位顾客带着各自的需求与期待走进商场。销售人员的专业价值，正在于敏锐地洞察这些未言明的需求，从琳琅满目的商品中，为其甄选、推荐最合适的一款。这个过程，是将商品的使用价值与顾客的个性化需求完美对接的过程，是实现“物尽其用”和“心满意足”的双向奔赴。

其次，销售是专业服务与情感温度的传递。一个优秀的销售者，是产品的专家，更是顾客的贴心顾问。他们耐心地讲解、演示，用专业知识消除顾

是独自亮眼的聚光灯。

金牌不是终点站的站牌，是加油站的指示灯——提醒我“别停”。就像跑马拉松，这奖牌顶多是个“5公里打卡点”，前面还有10公里、20公里，甚至更远。荣誉这东西轻得很，转个身就可能翻篇；可责任重得很，得攥在手里一直走。

未来，收银台还是我的“战场”：扫码时再快半秒，核对账单时再细一分，对顾客笑时再真一点。“金牌”是起点不是终点，只要还站在收银台前，就得带着这份责任，一直往前跑。

（欧亚卖场 张小梅）

客的疑虑，用真诚的态度提供建议。这笔交易因此被赋予了超越其本身的情感价值，顾客带走的不仅是一件商品，更是一份被尊重、被理解的愉悦体验和长久信任。

最后，销售是市场脉搏的直接感知者。一线销售是与顾客距离最近的环节，他们能最先聆听到市场最真实的声音。哪些产品备受青睐，哪些服务有待改进，这些宝贵的“前线”信息，正是商场和品牌优化商品结构、提升服务品质、驱动创新迭代的最重要源泉。因此，即使是最平淡的日子里，销售依然扮演着不可或缺的角色。它是一座桥梁，连接着产品与人的生活；它是一面镜子，映照出消费的趋势与变化。它让冷冰冰的交易，充满了人性的温度与智慧的光彩。

（乌兰欧亚 杨辛未）



金秋时光——工作间隙的心灵回响

在金秋的眉眼间，风，是一位浪漫的画师，

蘸着斑斓的色彩，将世界勾勒成梦幻的诗……

工作闲暇，让我们暂别案牍劳形，让目光飘向那片金黄的旷野。

枫叶似火，燃烧着炽热情思，似工作中我们未曾熄灭的热情火焰。

银杏如金，洒落一地璀璨的梦呓，如我们对未来理想的斑斓憧憬。

稻田翻滚着金色的波浪，那是大地写给丰收的情书，恰似我们付出努力后，收获的点滴成绩与欣慰满足。

果园里，果实们窃窃私语，苹果涨红了脸，藏着羞涩的甜蜜，宛如我们攻克难题后，内心涌起的丝丝喜悦。

葡萄串成紫色的珠链，在阳光下闪烁着晶莹的秘密，好似工作中那些不经意间发现的创新灵感。

我漫步在金秋的小径，落叶如蝶，轻吻我的足迹。每一步都踏响岁月的琴弦，这琴弦上，有工作的节奏，有生活的韵律，交织成曲。

阳光，是金色的丝线，编织着温暖而宁静的

创新打造新项目 降本增效赢好评

欧亚汇集当当城儿童职业体验馆在暑期推出全新的职业体验项目“极速四驱——赛车手”，将工程原理、心理素质与科技实践融合，为孩子打造“可触摸的科学课堂”。在辅导员指导下，孩子们按图纸自己动手组装四驱车，完成后在赛道调试，竞速环节中车辆极速驰骋，“我的车跑过去了！”“我的车最快！”孩子们的欢呼雀跃声此起彼伏，沉浸在这场赛车体验之中，获得好评连连。

针对儿童娱乐教育行业长期存在的同质化问题，当当城通过调研儿童兴趣与社会趋势，自主研发“极速赛车手”“小小生物学家”“小小农场主”“非遗传承人”“小小木工匠”等特色职业项目，从场景设计、场馆装修到道具制作全程包办，既为孩子带来独特体验，又为企业节约成本。新项目最大投入在装修，外部公司单项报价数万且后期维护耗时。为此，当当城研发部主动创新，发挥创意与动手能力主

导项目制作：动植物博物馆用防火板、石膏等环保材料搭建绘制仿真自然山水，成为亲子打卡点；开心农场以PVC板手工制作鸡舍、磁铁挂水果，让孩子体验干农活的快乐；当当非遗馆通过材料切割、雕刻与手绘，营造传统文化氛围。为控成本，研发部寻废旧材料再利用；为赶进度，当当城全员上阵齐赶工，每件道具、每处装修细节均反复打磨，并邀请家长和孩子提前试用、根据反馈优化，确保每个体验场景“独家定制”，兼具安全性、趣味性与教育意义。

当当城自主研发成效显著，5个新场馆建设成本较预算减少40%，为企业节省经费约4万元，同步降低了后期维护更新成本。未来，当当城将持续秉持降本增效理念，自己动手助力更多新颖的体验项目建设，既为企业发展注入活力，也为成本优化开辟更广阔空间。

（欧亚汇集 陈珊）

四年细品“杯中酒” 从生涩到从容

我是欧亚卖场超市的一名员工，四年前我入职的欧亚卖场，这是我第一次接触商场的工作，从最开始心里忐忑不安，到现在熟门熟路，从生涩到从容，这成长过程就像品酒：初尝生涩，细品才知其中滋味。

刚入职商场，我被分配到了欧亚大酒行，面对货架上一排排白酒和红酒，我像看天书。各种品牌的白酒，各种各样的包装长得很像，标签上的“酱香”“浓香”“清香”更是分不清；红酒的年份和产地也不了解。面对顾客提出的问题，我只能支支吾吾找同事帮忙。后来同事教我先闻香——酱香浓郁带点焦糊，浓香绵甜像水果香，清香则是清爽干净。不同香型对应不同的酒杯，每次同事给顾客介绍酒的时候，我都会跟在后面听，日积月累，现在我对酒有了更深入的了解，现在货架上的酒像老朋友，哪款适合自饮，哪款包装适合送礼，甚至能根

据顾客的预算和场合，精准推荐一款性价比最高的酒。

刚入职时，商场的流程比酒的种类更让我头疼，从理货、入仓、盘点到收银系统操作，每一步都像在解新谜题。在同事的帮助和耐心地讲解下，我一点一点的熟悉的这些流程，虽然在这期间出现过错误，但正是这些经历成就了现在的我，如今我独立就能走完从进货到上架的全流程，连库房和现场酒摆放的位置我都记得清清楚楚。

四年时间，货架上的酒换了一批又一批，我也从那个手足无措的新人，变成同事口中“靠谱的老员工”。原来熟悉一件事，就像酒在窖里慢慢发酵，时间到了，自然就有了滋味。感谢欧亚卖场成就了现在的我，让我开阔了自己的眼界，丰富了自己的知识。

（欧亚卖场 李佳欣）

秋笺

风把蝉鸣叠进枯叶的褶皱里
雁阵驮着云影，掠过晒红的山脊
桂花在暮色里拆封月光
每一粒香，都是写给大地的短章
稻穗垂首，把阳光酿成金黄的蜜
柿子在枝头点亮灯笼
我拾起一枚枫红
指尖便落满，整个秋天的重量。
（欧亚新发 周翠梅）

秋雨

雷携爽气破炎光，洒落珍珠韵绕梁。
翠叶敲窗添意趣，青荷承露映新妆。
风摇竹影诗心醉，水漾荷香墨韵长。
暑气渐消凉意至，秋情一缕入华章。
（四平欧亚 刘奕含）

九月的光痕

粉笔灰落在您袖口，像未化的雪，
而您的笑，是融化的春天。
黑板擦抹去昨日的公式，却抹不去你眼里的星辰。
那些被点亮的夜晚，在作业本上长出森林。
我们曾以为，您是讲台上不动的云；后来才懂得，您是托起每片羽毛的风。
九月啊，请慢些走，让时光在您发梢结一朵蒲公英，
当孩子们奔向远方，那散落的种子，都是你写下的，光的韵脚。
（欧亚商都 云韬）

秋

金风送爽入重楼，客似云来意气遒。
斜织衫飞红袖舞，热茶香绕玉瓯浮。
妆台脂粉添新黛，货架霓裳换旧绸。
最是年好光景，满庭温暖醉中秋。
（欧亚商业连锁 丁广磊）

收银台前的赛场

扫码枪举起晨光
键盘敲出利落的响
每一次指尖轻扬
都在与秒针较量
条码掠过屏幕的亮
找零精准落进手掌
规则刻在心里的章
汗水浸软腕间的忙
不是赛场却有锋芒
平凡岗位也闪星光
当最后一单结算清爽
笑容里藏着胜利的糖
（欧亚商都 刘珊珊）

通化欧亚十八华诞礼赞

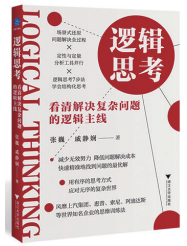
佟江激荡十八秋，欧亚擎帆立潮头。
山城毓秀商脉远，信义豪金惠九州。
店庆欢歌动云霓，钜惠如潮满玉楼。
万众趋庭纷选购，真情厚泽惠民优。
掌上银屏飞捷讯，云端商贸展鸿猷。
更拓新程织锦绣，乘风破浪九天游。
（通化欧亚 左萍）

员工同游题记两则

第一则
神鹿峰上意气扬，索道溶溶验胆量。
盘山路转通幽处，峭壁云生绕山梁。
鹿跃林间添野趣，登高撞钟祈岁康。
找道极目忘尘网，沉醉其间意未休。
（欧亚超市连锁 刘洋）
第二则
寻梦知北岁月悠，一砖一瓦添乡愁。
老物件件惹人忆，七零八零故事留。
小桥流水添灵韵，天降细雨湿眼眸。
时光漫步小山路，沉醉其间意未休。
（欧亚超市连锁 刘洋）

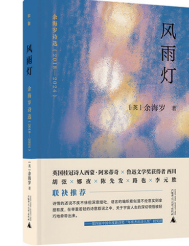
书香欧亚

书名：《逻辑思考：看清解决复杂问题的逻辑主线》
著者：张巍 戚静娴



本书以打造逻辑思考力的7个步骤为主线，以主人公山姆的职场故事为副线，基于职场挑战还原真实的应用场景，并辅之以通用电气等经典企业的案例分析，教会我们如何在纷繁信息中提炼出真正需要解决的问题，掌握结构化的逻辑思考方式。本书提供了一套系统化且易实施的分析工具和思维方法，如庖丁解牛般地完整呈现解决复杂问题群的全过程；从点到线再到面，同时定性方法和定量方法并举，以系统构建可跨行业、可复用的逻辑思考力，最终内化为自己的习惯性技能。

书名：《风雨灯：余海岁诗选（2018—2024）》
著者：余海岁



本书是诗人余海岁的现代诗集，收录了诗人七年来（2018—2024）创作的诗歌一百五十余首。诗人在异国他乡的文学创作过程，也是在文学创作中探寻精神故乡的过程。诗人在诗歌中一方面深入探讨科学，一方面承接中国传统文化，表现为其独特的思维转折、语言意外，及其对世界和自我的发现。诗人在理性与感性之间、中西之间、古典与现代之间找到了他自己的位置，其作品着重对个人生命经验的直接书写，深入对世界和人类思想问题的叩问和探讨，展现了独立的批判精神和自我内省意识。

书名：《明清江南的环境变动与社会控制》
著者：冯贤亮



本书深入探讨明清时期江南地区长期稳定与繁荣的内在机制。作者结合江南河湖密布、灾害频发的自然环境与官僚、士绅、地主、商人等阶层互相纠缠的复杂社会结构，分析中央政府、地方官府和民间力量如何通过政区设置、社会纷争、灾害应对、城市防护、行业保障、文化控制、民间信仰、乡约规范等手段，应付常态和变态下的环境问题，实施区域社会的较好控制。本书揭示了中央政府、地方官府和民间社会三方力量的协调机制，提出了江南地区成熟的社会控制与基层治理模式，开启了江南史研究新范式。

书名：《草籽来自不同的牧场》
著者：王小忠



本书是一部藏地题材的生态纪实文集，也是作者行走黄河源的一线观察记录。书中收录《河源纪事》《车巴河纪事》《草地纪事》三个系列散文。《河源纪事》抒写黄河上游自然生态保护取得的成效，同时也对黄河上游的风物人情做了细致入微的描绘。《车巴河纪事》记录了作者作为基层干部在车巴河工作时的所见所闻所感，是一部生动的牧区生活实录，再现了高原农牧区人民真实的生活状态。《草地纪事》通过在山野的考察、触摸、倾听，思考人和自然、土地与生存之间的关系。