



2020年5月
15
星期五
农历庚子年四月廿三
廿八小满

省委、市委组织部领导到欧亚调研党建工作

本报讯（编辑部 苏艳丹）5月9日，省委组织部组织四处处长宋强、副处长费永亮，市委组织部副部长时万忠，市非公企业和社会组织党工委专职副书记李里，以及市委组织部、市国资委等相关部门领导到欧亚集团调研党建工作，欧亚集团党委书记、董事长曹和平，党委副书记张立丽，以及党群部门的同志参加了调研。

调研活动现场，张立丽代表集团党委向省委、市委组织部领导介绍了欧亚集团党建工作落实情况。回顾企业36年的发展，提起党建工作，曹和平董事长说：“党建是企业管理最有效的方法，欧亚的起步在于党的建设、发展在于党的建设、看家本

领也是党的建设。无论经济如何发展，欧亚集团都一直坚持四个一以贯之，一是‘一岗双责’一以贯之，二是党的领导一以贯之，三是党组织的战斗堡垒作用与党员的模范先锋作用一以贯之，四是党政齐抓共管一以贯之。”

宋强处长对欧亚集团的党建工作给予了高度评价，他表示，“国企党建工作与一把手有直接的关系，欧亚集团是吉林省的一面旗帜，曹和平董事长提出的欧亚集团‘党建工作坚持四个一以贯之’，以及‘党建带着其它走、党员带着员工走’模式，可以作为我省党建工作的成功经验，与其它单位进行分享学习。”

欧亚集团召开七届四次职工代表大会

新时代催人奋进，新使命激励前行。2020年5月7日，欧亚集团七届四次职工代表大会在集团公司一楼会议厅召开。应到会职工代表201名，实际到会187名，列席人员46名。

大会由集团公司工会主席张立丽主持。集团公司班子成员在主席台就座。代表们听取审议了集团公司总经理于志良所作的《提振消费 提质增效 奋力实现企业发展既定目标》的

公司工作报告，听取审议了《集团公司2020年集体合同》的报告、《集团公司员工股权期权物业管理委员会2020年员工股权分红方案》《集团公司2019年集体合同实施情况》的报告，并表决通过了以上事项。会上，总经理于志良代表集团公司、工会主席张立丽代表员工签订了《2020年集体合同》，公司与欧亚卖场、欧亚商业连锁、欧亚商都分别签订了《经营目标考核责任书》。

于志良总经理所作的报告，全面总结了集团公司2019年工作，确定了2020年工作目标和各项工作任务，目标明确，振奋人心。会上，曹和平董事长作了重要讲话，分析了当前国内外疫情形势和经济形势，高度赞誉疫情期间所有欧亚人的“逆行”付出，为有欧亚这样的铁军员工而自豪。同时与大家分享了几点思考，指出实体店的作用不可或缺，要坚定信心，做

好企业；要先作好人再做好事，形成企业与员工的良性互动；要侧重抓好自营，现阶段发挥个人层面和组织层面的两个积极性，共同把企业自营做好；要站在战略上思考，把握参与神龙湾旅游员工出资的机会。

最后，大会在全体代表热烈的掌声中圆满结束。
(集团公司工会)

在集团七届四次职代会上的讲话

曹和平

(2020年5月7日)

2019年，我们面对着极其复杂严峻的社会环境、经济环境，顶着经济下行的压力走了过来。我在广州参加了一个企业家年会，主持人让大家给出一个字来表达对2019年的感受，结果基本上是“苦”“忧”“难”“愁”等字，从企业家的感受足以看出2019年企业生存发展面临着巨大的问题。实体经济、零售业面临的问题就更多一些，全国一些大型企业出现了关店潮。据不完全统计，2019年较大的连锁企业分别根据经营情况关停了19家店，还有一些商家以装修改造为由暂停营业，整个市场瞬间就发生了变化，经营困境伴随着实体店左右，一些商业旺铺由“一铺难求”到“一铺难租”。如长春的桂林路、重庆路，以前要租一铺是很难的，现在根本租不出去了，商铺都空下来了。

一些企业裁员减薪成为常态。诸多表象和企业家感知互为验证，我们面临的市场确实出现了危机。怎样认识当前的危机？如何应对危机？我给2019年最能表达自己感受的字是“变”字，为什么给的是“变”字呢？因为这一年中的变化太多了。一是中美贸易谈判十三遭，一会儿达成协议，一会儿翻脸，犹如过山车。二是金融政策，年初是去杠杆、年中是稳杠杆、下半年是保杠杆，国家税收政策一年也连续发了十几个文件。国家之间的关系也是瞬息万变，美国与土耳其、俄罗斯与土耳其、朝鲜与韩国，国与国之间的关系变得目不暇接。看着两国都要打起来了，转身又好了；看着两国关系很好，却又打起来了。三是科技成果的转化与应用像穿越时空一样，这种变化是巨大的。我们现在所处的科技环境比前两年所看到的要先进多少倍。如打开欧亚管家，即时销售和历史销售，数据都可以查得到，所有情况一目了然。

灾难和机会都在变化中，有的在变中生、变中发展，也有的在变中消亡。在变化的时代，一定是生与死相伴。长春商业也是一部变化史，计划经济年代，有一商店、二商店、三商店、五商店，我们是四商店。当时四商店盈利是223万元，五商店（百货大楼）盈利是2,476万元。由于变化，有的企业发展了，有的企业停滞了，有的企业被淘汰了。改革初期的华联、上世纪90年代的外资企业都经历了市场的变化，长春的一些商业可以说是当时现代百货的见证者。在变化中一定有悲，也一定会有喜。在变化中要善于思考，惧怕变化的更多是死，迎接变化、参与变化的才得到生，得到发展。一个企业的成功发展，就在于企业要跟时代变化的步伐。

2019年是变化之年，变化一定会带来企业的生与死。进入2020年，突如其来的新冠肺炎疫情打乱了既定工作和生活秩序。工厂停工、商店关门、居民小区封闭，经济阶段性停摆，恐惧笼罩着每个人。在这最困难的时刻，我们的国家顶住了，民族顶住了，我们的企业也顶住了。在疫情中，很多发生在我们身旁的人和事让大家感动着，大家的行动也感动着每一个人。灾难考验着我们的国家和民族，也考验着每一个企业。在平时很平凡的员工，在疫情中却显出伟大，大家都是伟大的逆行者。在疫情严重的时候，只有我们动起来，社会才能静下来，只有民生商品供给保证了，人们的生活才能得到保证，社会才能静下来。在疫情中，我们的同志都豁出去了，众多的员工冒着生命危险坚守岗位，服务一线，很多管理干部一段时间不能回家，都面临着生与死的考验。谁也不知道所接触的人中有没有被感染者，有没有疑似者，大家就这样坚守着走了过去。我们的付出和努力，保证了吉林省的商品供应，保证了商品价格的稳定。欧亚集团较好地完成了作业，得到了高分，赢得了社会各界及广大消费者的认可，



都盛赞欧亚在保供稳价上发挥了定海神针的作用。这样的美誉，与欧亚每一位同志的付出是分不开的，我们要为自己点赞。我为有这样的员工而自豪，同志们的努力也为我们企业抢得了“生存券”。

2019年年末开展的60天短途竞赛，我们抢了先机，为2019年收获了圆满结局，为2020年开了个好头。就是因为这个短途竞赛，我们抢占了市场份额，使我们在疫情中有能力给大家发薪，给厂家结算，给供应商减租。因为有这样的能力，就与厂家形成了良性的互动。疫情期间，我们根据客观情况调整经营行为，最大程度良化了我们与供应商、与顾客的关系。

疫情给我带来几点思考：一是实体店的作用不可或缺。这次疫情冲击最大的是生产厂家，预计在春节处理的商品没有处理出去，为春季生产的产品也没能销售出去，有些供应商还面临着倒闭的问题。是线上出了问题？显然不是。疫情使一些消费者转入线上购物，加大了线上的销售能力，线上的销售要好于往年，可为什么供应商还是出现了问题？答案显而易见，是因为实体流通出了问题，也就是实体店出现了问题。实体店出现了问题直接传导到上游生产企业。这次疫情得出了结论，实体店不可或缺，它的作用是不可替代的，这也更加增强了我们做好实体店的信心。在经营活动中，我们也做了线上和线下的比较。在自采中遇到了很多线上的买手，和我们采购同样的商品。我们在采购中注重的是商品质量，兼顾商品价格。线上买手则更注重商品价格，而忽视商品质量。消费者在购物时既看价格，也重质量。这样长期下去，我们的质量优势就能够体现出来。

另外，线上的统进、个单的销售必将加大商品的物流运输成本。那么，谁的物流成本低谁就占有优势。我们是批量进货的，物流成本一定会低，因此，我们的价格也会

有优势。现在，我们在自采中的短板是缺少买手，要在实践中逐步提升买手的能力。另一个是要把在自采商品的组进、运输和销售过程中产生的损耗降到最低，这样，我们的竞争优势就更能体现出来。

如果线上销售成为一种常态，国家对线上的税收政策一定会完善起来，偷税漏税的现象就会少，社会管理也一定会跟上，政策洼地效应也会逐步减少。

我们不能感叹新技术的广泛应用，更不能感叹广大消费者都到线上去消费。因为感叹是没用的，这是不以人的意志为转移的，我们要面对这一问题，提高应对能力。我一直认为线上和线下一定是互利的，既有线上消费者，也有线下消费者。疫情改变了消费者购物方式，有很多原来不在线上购物的现在上线了，好多年龄大的消费者也上线了，还一用就上瘾，这一定是阶段性的。线上的优势是价格，阶段性的低价一定是历史的产物。我们要坚定信心，相信只要做好自己的工作，做好应对，一定会在线下竞争中成为赢家。实体店是有能力和线上商家排兵布阵的。

二是先做好人再做好事。在应对疫情中，我们很多员工放下小我，而为了大我。原来我们总是对90后、00后这一代人抱有质疑，认为这一代能行吗？在疫情中得以验证，不是“能行吗”，而是“能行”，这一代人在大事大非面前有表现、有担当，应该给这一年龄段的人给予肯定与赞扬。

现实生活中我们处在道德、规章、法治三个层面。道德层面更多的是自觉，规章层面更多的是自律，法治层面更多的是制裁。在疫情中，我们很多同志都是在道德层面，自觉传承正能量。一定是好人做好事。好人、有道德的人处事讲德行，讲的是一种善念。正如“种瓜得瓜，种豆得豆”，种的是善良，收到的是一定是善良；种的是纠纷，收到的一定是纠纷；种的是恶，收到的也一定是恶。

在这个层面中，同志们工作、生活在一起更多的是讲德行，为人处事要讲究里表。

今年五一，我到厦门听了一次课。课的内容讲的是“人有知、不知和不知”。我们有的同志一定吃过兔子肉，兔子肉和鸡肉炖一起是鸡肉味儿，和羊肉炖一起是羊肉味儿。兔子肉的味道取决于它跟什么在一起。人们生活在知、不知和不知的环境中，每个环境中都有知、不知和不知。企业也是这样，一个企业必须有是非观念，一个人也必须有是非观念。我们更多的是要排除不知，减少不知，让“不正”没有生存环境，这样的企业文化才是健康的。

这次疫情让我们看到了平凡中的伟大，可是在日常生活中还会有不知与不正，少数人的“不正”鼓动着一些“不知”做些有损社会公德、损他利己的事情，这部分人最终会被他人唾弃，试想，谁愿意和这样的人处事？企业和员工是共同体，也是一种互补关系，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，只有这样良性互动，企业才能发展，员工利益才能得以保障。众人划桨开大船，只有互为才能互利。如果有一个砸船的，不是影响船的速度，而会导致沉船。在工作生活中我们也要善待每一个人，营造一种和谐的企业文化，互相搀扶着共同前进，这些都需要我们做个好人，只有做好人，才能做好事。

三是侧重抓好自营。自营是一个企业竞争能力的所在。目前，我们的管理框架和体制是不支持自营的，但我们要用人的主观能动性，更多的发挥人的作用来弥补这种管理和体制上的不足。企业结构和管理框架也要逐步适应自营体系，现阶段就要发挥个人层面的和组织层面的两个积极性，共同把企业的自营做好。

四是谈谈神龙湾旅游出资。神龙湾景区是我作的战略性的思考。一段时期内，经济下行是一定的，通货膨胀的压力也是有可能，甚至是一定的。做一个什么项目能让大家的资金保值增值，我一直在思考。

去神龙湾景区几次，感到景区比商业好做。做商业是组进卖出，做旅游是每天日出日落，景区还是景区，没有太多风险。我走过100多个国家，到每个国家也要看一看当地的景区。我也去过长白山，去过美国的科罗拉多大峡谷。神龙湾景区的峡谷与长白山比，长白山的峡谷就是小沟沟。神龙湾景区的壮观程度要好于科罗拉多大峡谷，也比黄山美，比九寨沟秀。160平方公里的景区，有1600多年的古庙，有2000多年的红豆杉，景区内沟壑纵横、绝壁对峙、怪石嶙峋，喀斯特地形特色非常突出。这里的山、水、湖、洞及瀑布无不显现大自然的鬼斧神工。景区的自然环境是几亿年才形成的，由于交通的阻隔，千年来形成的秀美自然景观却没有多少人能看得到。他的险峻、秀美，用语言是无法表述出来的。神龙湾景区的视觉冲击力是极强的。这就好比说卖场大，没来过的人没有概念，到过卖场以后才知道他大得如此令人震撼。景区也是这样，没去过的人，不知道他到底有多壮美。

上世纪90年代我们做股票时，我对大家说过，这个阶段你有这个投资机会，就要惜缘，珍惜参与机会，没有参加的定会后悔惋惜。后来个别购买了公司股票的同志，因着急购买长白山商场发行的内部股而在公司股票刚涨到1.2元、1.3元时就要出售时，我断定他会后悔拍大腿的。我想说的是，拿不住神龙湾旅游员工出资的同志，今后恐怕也会拍大腿。

什么都是缘分，有了缘分大家要珍惜。大家不要站在战术上思考，而要站在战略上去思考，希望同志们能把握机会，把握手中的缘分。

中国光大银行、光大证券领导 到访欧亚集团进行业务合作交流

本报讯（集团 财务处）5月8日，欧亚集团董事长曹和平、总会计师韩淑辉在集团总部接待了到访的中国光大银行长春分行党委书记刘逢、副行长王璐，光大证券长春营业部总经理王笑续，以及光大银行公司业务管理部等相关部门负责人一行8人。

当天，双方就流动资金贷款、联名信用卡及普惠金融业务方面进行了深入探讨和交流，并对以往的合作予以充分肯

定。在接下来的合作中，双方将继续寻求合作契机，光大银行、光大证券将全渠道支持欧亚集团发展的资金需求。曹董表示，在对公业务合作外，欧亚集团将为光大银行开展的供应链融资业务给予大力支持，并同意光大银行承办欧亚三环购物中心商户融资业务，由欧亚集团财务处负责协调对接。本次访谈，彰显了银企双方通力合作，共克时艰，实现共赢。

松原市委书记王子联 到松原欧亚购物中心视察

本报讯（松原欧亚 齐孝雨）5月1日，松原市委书记王子联、松原市开发区区委书记高明芬、松原市卫健委主任苑志新、松原市市场监督管理局局长田超、松原市商务局副局长谭秀权到松原欧亚购物中心视察工作。

当天，松原市委书记王子联重点强调了要高度重视安全管理工作，要持续加强安全检查和隐患排查力度，不断完善应急预案和疏散演练，为消费者营造安全放心的购物环境。

五一期间 辽源市市长孙弘 视察辽源欧亚购物中心

本报讯（辽源欧亚 综合部）5月1日，辽源市市长孙弘一行抵达辽源欧亚购物中心，对辽源欧亚购物中心二期项目建设和节日供应、疫情防控、安全生产等工作进行视察。

视察中，孙市长对辽源欧亚二期项目的工程推进情况进行了详细的询问，并责成相关政府部门全力协助辽源欧亚购物中心二期项目推进工作，用最快的速度帮助辽源欧亚解决推进过程中的困难，使辽源欧亚购物中心二期项目建设尽早竣工。

各位代表：

我受集团经营班子的委托，向大会作2019年工作总结和2020年工作安排的报告，请予审议。

一、2019年工作总结

2019年，集团在面对宏观上全球经济动荡多变，国内经济增长乏力；微观上市场竞争更加激烈，消费习惯日趋多元的背景下，主动适应商业发展变革趋势，牢固树立经营“一盘棋”思维，强化提升管理内涵与外延，统筹自采自营规模与质量，优化数字运营技术与手段，行业影响力巩固提升，企业经营稳步运行。销售收入稳中有进。全年实现统计销售477.19亿元，同比增长5.2%，实现财务销售167.27亿元，同比增长7.23%，销售延续了增长态势。受财务成本提高、固定资产折旧等因素影响，利润同比下降2.04%，实现8.03亿元，略有下浮。

经营方式适度调整。集团逐步加大自采自营的品种和数量，“后台”供应链建设成效初显。欧亚集团作为全国六家零售企业之一，与茅台集团签定了40吨53度飞天茅台直销协议；集团35周年庆，与厂家有效互为，前三天销售12.8亿元，同比增长12.8%，17天店庆实现销售36.35亿元，同比增长6%，欧亚店庆“虹吸效应”市场夺目。企业经营质量持续良性，资产负债率不断下降，资金周转率不断提速。集团所属各经营门店，具备经营优势的更呈龙头地位，经营质地优良的竞争能力不断增强，处于经营培育的稳步趋于良性。

企业形象不断提升。欧亚集团参加的99公益日·吉林省“微光行动”宣传视频在美国纽约时代广场巨屏循环播放；以城市改革开放为时代背景，讲述欧亚集团35年砥砺发展，取得辉煌成就的故事片《商业大时代》、纪录片《春夏秋冬说欧亚》上线央视电视频道、爱奇艺及长春电视台；曹和平董事长作为主旨演讲嘉宾，应邀出席了来自世界23个国家4000余名知名企业家、政府代表、专家学者参加的第十九届亚太零售商会。特别是在70周年国庆之际，曹和平董事长继参加国庆50周年、60周年大庆活动，在全国屈指可数，这是对曹和平董事长躬身改革、突出贡献的最佳褒奖，也是属于欧亚集团奋楫争先、跨越发展的无上荣光！

2019年，我们主要做了以下几方面工作。

（一）因地制宜加装发展“助推器”

集团立足长远，科学谋划，重大项目的实施有力支撑了企业持续发展。续建项目扎实推进：欧亚商都三期续建工程整体拆迁完毕并顺利开工建设；舒兰欧亚购物中心主体封顶；梅河欧亚购物中心二期项目主体进展顺利。新建项目有序推进：四平欧亚购物中心及商业住宅开发项目取得开工许可，场地平整完毕转入施工阶段。储备项目陆续推进：辽源欧亚购物中心二期完成土地摘牌，进入了施工图设计阶段；包头市包百集团竞得24,957.35㎡商业用地。2019年集团新增、新开各类门店8个，其中购物中心（百货店）2个（济南欧亚大观园乐活城、内蒙古包头乌拉特前旗店），商业连锁店4个（吉林省内南湖大路店、东莱街店、嫩桦社区店、伊通店），其他经营门店2个（白山合兴酒店、郑州百吉酒店）。新开门店为增强区域的竞争力和话语权，巩固属地行业地位提供了有力支撑。

2019年初开业的济南欧亚大观乐活城，致力于济南标志性商业定位，以周边社区家庭型客群为主要目标群体，引入首次进驻山东省的服饰、休闲、娱乐等品牌20余家，全新品牌占比30%。在业态和商场形象设计上匠心独运，精心打造了一座“大体量、高颜值、多业态、强体验”的购物中心。尚处于市场培育期间即超额完成了年初制定的销售和毛利指标，再次见证了“欧亚品牌”的魅力。

（二）千方百计稳握经营“方向盘”

1. 调整升级不断深入

欧亚商都系列立足做“精”，专注“品质化”。一是以商品力提升为重点，2019年全国销售排名第一名品牌44个，同比增长29.4%；东北三省排名第一名品牌121个，同比增长13.08%。全年店铺晋级73家。二是体系内品牌资源共享能力日渐强势，顶级奢华护肤品赫莲娜入驻长春欧亚商都，91个全新品牌进驻吉林欧亚综合体，麦当劳未来餐厅选址沈阳欧亚联盟。三是以专项破题为导向，对超市业态实施集中调整，长春奥莱新店、大马路店、沈阳联营店、吉林解放店的超市以及吉林永吉店、北山店全面推进，业绩提升明显。

欧亚卖场系列立足做“大”，专注“多样化”。2019年，以家电商场毛利额突破2亿元为代表，连同百货食品、精品服饰、装潢材料、家具共5个商场毛利额超亿元。重装升级的耐克运动东三省首家“旗舰店”，享有东三省商品首发权和优先供应权；引进总投资4,000余万元的辉辉岁月文旅项目，打造东三省首家商场室内真人演绎的爱国主义教育基地。承办了全国乒乓球公开赛吉林分站赛、省内大学生健美大赛等全国和省市级专业赛事53场次，专业剧院、歌舞团的免费文艺演出54场次，带动了消费新活力。

商业连锁系列立足做“多”，专注“个性化”。全年调整购物中心门店15个，引进品牌455个。着力对超市实施升级改造，超市全年实现销售48.2亿元，同比增长5.7%，实现利润2.01亿元，同比增长15.4%。利润超千万的超市由6个增加到10个，年内新生活超市、长新购物中心超市、柳影路超市、创意路超市利润跃升至千万级别。欧亚农产品物流园利用园区资源，启动了物流园早市及夜市，形成了“自营物流+农贸批发+综合零售+场地租赁”的经营模式。一系列的经营调整，突出了定位特色，带动了到店客流。

营销分公司立足服务，专注“集约化”。依托“两部一中心”格局，对各系列提供有效保

提振消费 提质增效 奋力实现企业发展既定目标

于志良总经理在公司七届四次职代会上的报告

（2020年5月7日）

业态进行组合，重构了现代百货店的“人、货、场”。一系列创、改、试的主动作为，使企业经营方式不断翻新，市场关注度不断刷新。

（四）管控治理强化内涵“硬实力”

集团始终把公司治理作为推动企业高质量发展的基础，逐年优化内控管理流程，修订完善管理制度，稳固企业发展基石。

1. 经营管理方面，欧亚商都系列通过蹲点巡查，盯重点、抓要害、对焦点，客观分析和精准解决问题的质量和效率明显提升。通过优化整合，盘活资产862万元，节支创收1,900余万元，享受政策补贴、税收减免784万元。加强对经营活动大合同和经营数据的动态管理，实现了经营数据无水分和财务数据有质量。欧亚卖场系列全员践行“做内行、在现场、敢担当”的管理要求，狠抓节能挖潜，回收展位竞拍费用5,700万元，广告创收4,000万元，废品处置收入44万元，争取冰雪产业和夜经济扶植资金806万元。加强营商环境管理，缩减13项付款审批签字流程，70余项业务实现手机线上审批，进一步融洽了零供关系。商业连锁系列全面启动《管理绩效考核细则》，并将其与星级管理全面融合。讲求实效，开展门店方降管理，15家门店等级提升，B级门店占比增加8.42%，C级门店占比减少7.37%。组织淡季百日竞赛，加强销售、毛利指标考核，按阶段实施激励奖惩，门店的盈利能力得到提升。

2. 质量管理方面，集团启动了以提质增效为目标，为期3年的推动企业高质量发展专项行动，以管理提升为主线，坚持问题导向，从7方面18项任务中查摆企业需要解决的问题，制定工作清单，明确提升内容和措施，切实保障企业精益管理和工作质量全面提升。

3. 内部审计方面，按照“常态化、动态式、全覆盖”的要求，全面落实内控审计。欧亚商都系列对招商和工程招投标等重大事项形成纵向到底、横向到边、上下联动、多方参与的立体式监督网络。欧亚卖场系列严格事前控制、事中监督、事后审计，工程项目总审减额达3,300余万元。商业连锁系列修改和完善百货类《合作合同书》，新增7个条款和4个附件，使合同文本内容更加完善。

4. 育人用人方面，以集团“龙兴计划”为基础，以三大系列为单位，注重实战和实效，开展专项、专业和专题培训，后备人才梯队建设逐年深入。活化教育方式，欧亚商都系列开展的“你的学习你做主”主题训练营，荣获中国企业在线培训“博奕奖”。欧亚卖场系列组织管理人员观看自编自制的21期《从动物看人物系列教育片》，收效良好。商业连锁系列开通了管理人员职级晋升和轮岗锻炼的渠道，人岗适配度逐年提高。

5. 安全管理方面，强化主体责任落实，建立了“党政同责、一岗双责、齐抓共管”的安全生产责任体系，主要领导亲自带队督查，安委会巡查室前内门店全覆盖。全年共组织开展各类安全培训1,200余次、44,500人次，组织各类应急演练1,127次。欧亚卖场新建消防站，配备两辆专用消防车，确保了经营安全，为企业安全发展筑牢防线。

6. 科技从新方面，进一步提升企业数字化能力和水平，以业务需求为导向，全面升级上线支持多业态、强管控、中台化的百购ERP10.0平台；发布数字化零供协作平台欧亚零供宝与欧亚管家；自主研发打通数字会员与门店连接互动的欧亚集团小程序；推进专柜收银、自助收银、扫码购在部分门店的落地；搭建农产品物流园WMS（仓储管理系统）及TMS（物流运输管理系统）平台，实现了仓储、车辆、超市ERP（企业资源计划）系统有效互通，全面提升了集团数字化管理、运营能力。

（五）牢记使命扛起党建“引领旗”

集团党委认真贯彻落实全面从严治党工作部署，紧紧围绕企业中心工作，补短板、强规范，有序推进党建工作深入开展。注重抓核心引领，围绕树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，坚持不懈用党的创新理论武装头脑，培育队伍、指导实践，使企业始终保持正确发展方向。抓教育推动，把“不忘初心、牢记使命”主题教育贯穿始终，将经营成果作为检验主题教育成效的标准，做到两手抓两不误两促进。抓基础夯实，全力加强基层党组织管理，强化支部星级评定，提优带弱，相对薄弱支部完成整改提升，进一步打牢了相对薄弱支部基础。抓队伍建设，企业发展回顾教育、“尽心尽责”教育全面开展，全员爱岗敬业、履职尽责、艰苦奋斗和奉献进取意识进一步提升。抓从严治党，严格落实正风肃纪各项要求，查找整改廉洁风险点，强化防控机制建设，坚决反对和整治“四风”，营造了企业良好政治生态。

集团工会围绕中心工作，落实民主管理，夯实组织基础、强化服务职能，开展“建强本领”“建功岗位”“建家爱家”行动，全年组织开展培训5大类102场，万余人次，开展竞赛活动40余场，提升了员工专业技能、职业能力，凝聚了创先创优动力与合力。参加市总工会举办的首届商场信息员技能大赛，包揽前10名，1人获评长春市职工技术带头人，9人获评高技能职工。

集团团委引领凝聚青年，组织动员青年，联

系服务青年，为企业发展贡献青春力量。持续抓好团的基层组织建设，把组织覆盖与工作覆盖有机结合；持续抓好青年教育，强化思想引导，坚定理想信念；持续抓好寓教于乐，文体竞技、扶困助老志愿服务等深入开展；持续打造团建阵地，吉青家园平台、青年文明号创建不断深化，切实激发了青年员工的进取奋斗精神，提升了团组织的引领力、服务力。

（六）爱心如家疫情时刻显担当

有一支队伍叫“欧亚铁军”，从领导到员工，他们时刻用自己的行动感染着周边人，感召着周边人。在岁末年初突发新冠疫情之时，董事长带领集团领导班子成员率先垂范，冲在一线，一边着手疫情防控，一边部署商品保供，亲赴海南等地组进果蔬等民生商品；集团总部和三大系列采购同志为解市民急需，多方协调组进酒精等紧缺防疫商品；为及时调度，确保安全，初一至初六连续无休，一段时间奔走各果蔬产地，克服了疫情中重重困难，有时几顿饭以泡面充饥……更有许许多多工作在一线的欧亚人，令人感动和难忘。沈阳欧亚联营的孙洪波寒冬腊月任冰水与寒风的裹挟中，用抹布堵住漏水管线，坚持20多分钟不动直至抢修完工；欧亚卖场的马达率领团队昼夜兼程，午夜采购、凌晨卸车、上午入账、下午备货，从没睡过一个完整觉；物业部部长王大力放弃休息，请缨支援超市，测温、消杀、清运垃圾、生鲜卸货，化身全能战士；商业连锁超市总部胡静春从初二就开始投入到“宁可备而不用，不可断档缺货”的民生商品保供工作中，克服物流停运困难，千方百计争取货源，春节期间紧急自采蔬菜千余吨；二道外县大区卢继民和员工一道，为周边社区街道居民集体采购日常消费品20余次、200余单；四平欧亚姜辉顶住广场员工确诊病例压力，将自家海淘的口罩分给员工，面对物流送货停工，四平欧亚员工靠手推肩扛，将冰箱、洗衣机搬上楼，送到顾客家中。还有众多的在欧亚各地、各门店全力支援超市、坚守工作岗位的广大员工们，“舍小家、顾大家”，在危情时刻，用双手、肩膀和身躯筑起了防疫的铜墙铁壁，疫情不去，铁军不退。也正是这样的欧亚人，用欧亚精神、忠诚我工作践行着责任担当，推动着欧亚巨舰乘风破浪、行稳致远！

各位代表，面对2019年纷繁复杂的市场环境，我们迎难而上，各项工作取得长足进展，尤其是自采自营，在质疑中起步、在不解中前行、在负重中爬坡、在突破中发展，顶住了压力，经受了考验，获得了回报。在总结成绩的同时，我们清醒地看到，部分员工乃至管理人员的大局意识、协同意识、担当意识淡薄；对社会公共信息背后折射的深层次问题捕捉能力有待加强；对自采自营的战略影响认识不深，自采自营环境要进一步优化；线上销售需要逐步提升；企业大数据分析、处理、应用能力还有欠缺；精益化、智能化管理方法和手段尚需提升，这些问题需要在今后的工作中认真改进和解决。

二、2020年工作安排

（一）工作思路

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，研判疫情对经济社会尤其是实体零售业带来的影响和变化，坚持从新发展理念，把握经营工作重心，坚决打赢自采自营和线上线下经营互为依托攻坚战，全力提振消费，全面提质增效，做到“节约一点、创收一点、争取一点”，确保集团向着高质量发展不断迈进。

（二）经营指标

- 预计实现统计销售398亿元
- 预计实现财务销售117亿元
- 预计实现利润4亿元

（三）工作重点

面对疫情给经济发展带来的诸多影响，我们要直面挑战，创抓机遇，清醒认知“祸兮，福之所倚”的辩证关系，既要有危中有机、化危为机的信念和信心，更要有运筹帷幄、决胜千里的措施和行动。

要重点做好以下几方面工作。

1. 经营要突出实效。集团三大系列、各分子子公司要紧贴市场，号准脉搏，开对方子，务求增收增效。既要看向当下，补足补齐短板，发挥各自定位功能，对内形成差异化经营；又要眼光长远，提升自身的核心竞争能力，确保整体的协调运转，对外形成比较优势。欧亚商都系列要进一步夯实吉林省省内及至国内稳代时尚百货领先地位，增强品牌掌控能力，稳住客群维护能力，推进长春欧亚商都三期续建项目。吉林综合体、解放店要进一步掌控吉林市零售市场，提升盈利能力和；沈阳联营要按照城市奥莱定位渐进调整，丰富奥莱商品，尽快扭亏为盈。欧亚卖场系列要进一步厚植单体世界第一大购物中心影响力，规划好20号门与地铁6号线整体接驳环节，顶住交通受限给经营带来的压力，最大限度保持和发展卖场的聚客能力和经营业绩。欧亚汇集要在业户维稳和客群维稳上下功夫，进一步抓好经营管理，尽快奏响“夜经济”主旋律。商业连锁系列要进一步提升经营质地，在超市商品供给和良性配送上做文章；要进一步在强化百货业态精准定位、提升与社区联动能力和竞争力上谋发展。欧亚新生活、三环购物中心补强定位客层的功能体

验业态，开源节流；外埠各大区门店要尽早补齐短板，实现区域均衡发展，提质增效；农产品物流园要加快自营物流配送体系建设，尽快找到盈利模式。营销分公司要进一步发挥集团统采的低成本功效，落实好生鲜冷链配送，研究好果蔬仓储损耗，调配好家电库存周转，集中优势资源和力量做好统采统销工作。

2. 项目要有序推进。根据市场和集团发展的实际情况，2020年拟新开超市3个（北湖二店、钜城店、工惠店），新增店要努力缩短市场培育期。年内拟开工项目2—4个，其中新建项目1—2个（四平欧亚购物中心及商业住宅一期项目、辽源购物中心二期项目），续建扩建项目1—2个（长春欧亚商都三期续建项目、梅河购物中心二期项目）。项目建设要遵循精准研判、动态把握原则，掌控推进节奏，适时调整建设规模，确保资金使用效率。

3. 自采要全力出击。全员要筑牢“后台自采建设即核心竞争”思想，以深化统采、强化分采、优化店采为原则，构筑采购、销售人员人人有责、人人担责、人人尽责的统一管理模式，全力推进自采自营工作。一是以集团统采为突破口，深入全国果蔬生鲜主产地，与优质源头方形成战略合作，稳定渠道，实施统采统配。二是以系列分采为切入点，整合原有采购资源，开发扩充联盟合作，有效实施人、货、场要素组合。三是以门店店采为落脚点，对地产、刚需的商品灵活自主。特别是商业连锁系列外埠门店要主动而为，积极对接周边农特产品产销大户，对适销对路的生鲜品类形成有效稳控，集中力量打赢自采自营攻坚战。

4. 营销要与时俱进。各经营门店要在以商品为中心的营销基础上，做好以人为中心的营销，树立服务即营销的理念，通过对消费者、会员特别是VIP会员提供舒心、暖心、贴心的精准服务，提高提袋率、客单价和复购率，粘住消费者。要针对不同环境、不同时期的特点和不同客层的特性，深耕文化营销、特色营销，开发智能娱乐营销，加大网络营销力度，持续增强吸客聚客能力，有效保障各类商品在多个渠道的充足供应，满足消费者的多元需求。

5. 安全要防治结合。要进一步完善安全生产体系，坚持防治结合、以防为主，确保“五个必须落实”，确保企业安全稳定发展。大力推进安全风险防控体系建设，坚持不切实际安全隐患排查，多措并举强化安全生产宣传、教育和培训，结合疫情防控，完善突发事件应急预案，杜绝各类事故发生，全面优化安全生产环境。

6. 治理要规范高效。要进一步加强公司治理，提高规范运作水平。一是要强化法制思维，把规范、规矩、规则挺在前面，有效实施以基建管理为重点的内控审计管理，不打折扣、不留死角、不走过场，建立起全面监督、动态监管、常态巡检的工作机制。二是要强化财务管控，合理、高效、规范地使用资金，重大项目要提前做好专项财务分析报告，开源节流，好钢用在刀刃上，切实发挥财务管家作用，尽力提升资本运营效能。

7. 绩效要突出正能考评。适应时代变化和应对挑战的岗位需要，统筹把握全局、全员、全流程的业务培训，增强线上培训应用，发挥培训最大效用。推进“龙兴计划”在各系列如期进行，加大青年骨干培养力度。不断优化招聘配置、绩效管理及薪酬管理，形成企业选、育、用好各级各类适岗人员的良性互动。发挥评价激励作用，突出德才素质、岗位能力和工作业绩导向，让做出贡献的人有成就感，获得感，建设一支优秀的员工及经营管理者队伍。

8. 数字化应用要有所突破。大力推进欧亚集团小程序，实现与消费者的高度链接。全面推广零供宝供应链平台，实现与供应商的高度协同。通过企业微信、欧亚管家小程序，简化和再造企业流程，实现降本降耗。同时要切实加强移动化管控，通过搭建数据中台将ERP、CRM、财务、供应链全面打通，让客户、店员、管理者实现互联互通，让商品和服务实现线上线下融合、公益化产出。大力发展小程序直播及第三方平台直播等新型业务，满足消费者到店与到家的需求，提升集团整体的数字化、智能化能力。

9. 党、工、团的建设要持续加强。集团党委要贯彻落实新时代党的建设总要求和新时代党的组织路线，全力推动管党治党责任在基层落实。全面提高党员干部“谋”的水平和“做”的能力，更好地推动企业改革再出发，提质再增效。发挥党建引领，突出基层党建体系建设，过程管理和考核评价三个环节，着力提高企业党的建设质量。抓好党员队伍，深化“尽心尽责”教育向实践层面拓展，推动主题教育成果转化为企业行动，在打赢疫情防控促进经济社会发展两个战役中发挥先锋队作用。强化从严治党，坚持问题导向和归零意识，不断增强党的意识、党员意识和纪律意识，把“见思想”和“见行动”结合起来，把“抓点”和“带面”结合起来，维护和保持企业的风清气正。

集团工会要始终围绕中心，助力发展，以有效提升岗位技能、提升服务管理、提升建机建家有效覆盖为重点，扎实做好员工思想教育，扎实开展岗位建功竞赛，扎实跟进工会建家和完善，持续在建机建、强功能、增实效上下功夫，不断增强员工在企业的归属感、幸福感，对职业的成就感和荣誉感。

集团团委要紧跟党建工作步伐，夯实组织基础，加强“青年之家”建设，筑牢基层战斗堡垒；引领青年岗位建功，成长成才，组织青年学理论、强素质、练业务、精技能、勤奉献、创佳绩；强化服务青年能力，掌握青年需求，找准落脚点，拓展做好青年工作的新方法、新手段，推进新时代企业共青团工作实现新发展。

各位代表！2020年是我们面对疫情有效应对、经受考验之年，也是顺利完成集团“十三五”规划任务目标的决战之年，更是提质增效、实现再出发的奋进之年。我们要紧跟市场不盲从，盯住目标不懈怠，顶住压力不退缩，坚定信心，和衷共济，攻坚克难，勇往直前，坚决打赢经营发展这场硬仗，为谱写集团高质量发展新篇章提供有力支撑。

自采自营 欧亚集团发展的“硬核”创效战略

——本报编辑部专访欧亚集团副总经理吕飞

本报记者 苏艳丹

在刚刚结束的欧亚集团七届四次职工代表大会上，曹和平董事长再次强调了自采自营，可见其在集团发展战略中的核心地位。为此，本报编辑部结合曹董的战略思想和集团自采自营工作的落实，采访了集团副总经理吕飞，吕总对曹董提出的自采自营战略的核心性、合力性、紧迫性进行了解析。

核心性——曹董先手发力提出的前瞻性创效战略

在商业市场竞争中，跑得快的永远是赢家，但当人人都想跑得快时，却未必能够做到！

作为欧亚集团36年的掌门人，每一次经济跌宕，曹和平董事长都能够带领欧亚人快人一步，走在时代发展的前列。例如在本次新冠肺炎疫情暴发前，曹董亲自拍板在集团内开展“三增”短途竞赛，即“增自采、增销售、增利润”，让各系列在岁末年初，提前抢出了销售和利润。当疫情来临时，我们的企业仍稳健发展不裁员，员工安心工作、安心生活。疫情暴发后，集团利用先手发力的自采自营优势，源头进货，不受任何中间分销商利益的掣肘，保障了市场供应，平抑了物价，稳定了市场，受到了省、市政府的表扬，赢得了消费者的心，让欧亚品牌再次厚植深远。

据吕总介绍，曹董提出的自采自营战略，为集团统采、系列分采、门店店采的三级联动机制，以“蔬果采自地头，水果采自山头，水产自采码头”为原则，零分销商、零中间商，这期间就有空间让利于民，实现多赢。源于前瞻性的战略决策，2019年，集团三大系列均实现了大幅创效增收，例如欧亚商超系列超市全年实现自采销售8301万元，同比增长101%，实现毛利1008万元，同比增长62%；欧亚卖场系列新开发20余个源头产地，增加自采品种230个，仅8家企事业单位采购配送合同全年就新增销售9200万元；商业连锁系列超市全年实现自采销售6.34亿元，实现毛利9961万元。

“从战略提出到创效增收，再到疫情期间保供应、稳价格，赢得政府和百姓交口称赞，都见证了曹董战略的前瞻性、可行性，我们全体员工要筑牢‘后台自采建设即核心竞争’思想，全力推进自采自营工作。”吕总说道。

合力性——“三星战略”所有门店需全面重拳发力

在商品流通市场上，除了减少流通环节，还有一点是“量大才能价低”，这是亘古



吕总在门店地图上介绍自采自营合力、发重拳的爆发性效果。苏艳丹 摄

不变的道理！

在集团发展初期，曹和平董事长就提出了企业发展的“三星战略”，并为三大系列制定了“商都做精、卖场做大、连锁做多”的发展方向。现如今，三大系列已经按照曹董的思想发展并形成规模，集团的足迹已遍布全国11省24市，拥有150余家门店，未来，欧亚的“三星版图”仍将逐年扩大。

据吕总介绍，2019年，集团全系列自采自营的范围已涵盖了山东、江西、海南、河北、四川、福建等20省近百地，建立直采关系百余家，自采品类达88大类、1.8万个品种。虽然品类、品种繁多，但很多还没有形成合力，没有释放出企业最大的规模优势。为此，集团去年将广西砂糖橘一个品种进行了“合力试水”，仅仅20天，砂糖橘在省内门店的销售就突破了100万斤，销售和利润同比大幅攀升，而这仅仅是部分门店的集中尝试，足以见得“三星合力”潜在的爆发性效果。

“曹董已经为我们集团布局好了‘三星战略’版图，大家拥有这么好的平台，一定

要集合力，发重拳，从蔬菜、水果、水产等生鲜入手，增强集团全系列的合力，增强进货端与销售端的合力，让自采自营成为欧亚集团“员工富裕、企业兴旺、社会发展”持之以恒的‘造血’原动力。”吕总说道。

紧迫性——行动要跟上形势的步伐才能赢得市场

行动是把思想变成现实的途径，只有快速高效的行动才能给企业增添力量，才能化危为机，将外在经济形势的不确定性，转化为企业内在发展的稳定性。

伴随着国外疫情的蔓延，全球经济遭受重创，全年经济形势不容乐观。欧亚集团作为国内举足轻重的大型零售商贸企业，只有全体员工团结起来，快速反应，真抓实干，深入到田间地头、海港码头、厂家源头，争当优秀“买手”，争做先锋“卖手”，发挥好运输储存环节作用，才能抢占先机，赢得市场。

据吕总介绍，在曹董的带领下，集团的“后台”供应链建设目前已成效初显。例如去年欧亚集团作为全国仅有的六家零售企业之一，与茅台集团签订了40吨53度飞天茅台直销协议，让茅台酒成为了各系列门店增强会员粘性的商品，就是成效之一。同时，通过自采自营三级联动机制，各系列都实现了同比增收，这更是值得肯定的。今年，我们要端正思想，清楚地认识到集团36年的发展壮大，靠的就是全体员工的行动与曹董的战略思想高度一致及快速落实，下一步我们要思考在落实上如何压实责任，在制度保障上如何进行管控，以及如何建立健全考核激励机制等等。

吕总还表示，在自采自营工作中，集团另一个作用是帮助相对落后的门店渡过阶段性难关，例如集团派车为部分门店配送自采商品，减少门店的成本，提升销售利润，进而让门店逐步自己“造血”。

采访最后，在谈到如何加速落实曹董提出的自采自营战略时，吕总坚定地说道：“市场的商品价格正趋于透明，全新的经济形势正逼迫我们企业‘从新’出发，以自采自营战略深耕市场，这期间，需要我们优化进、销、存的每一个环节，形成整个链条的共振。我们要清醒地认识到，时不我待，市场不会因为你多辉煌而垂怜，它只给成功者机会，不给失败者理由，企业要杜绝形式主义，不能形式上跟上了，行动却跟不上，行为和效益是检验成果的唯一标准。2020，全体员工要一起加油，在自采自营的征程中加速‘快跑’！”

高端访谈

欧亚商业连锁36周年庆圆满收官

店庆再展“疫情后时代”四大魅力

本报讯（商业连锁 经理办）继疫情期间在保供稳价上受到各界好评后，欧亚商业连锁在集团36周年庆活动中，再次引来社会广泛关注度，突显四大魅力。

魅力一：民生商品强势引爆

本次店庆，欧亚商业连锁为百姓民生的菜篮子、米袋子带来了丰厚的回馈，百货、家电、超市全线热销，各店人气火爆，超市更涌现出了百余支爆品和明星品牌，西王、鲁花、福临门、蒙牛、伊利、雀巢等众多品牌销售额在东北地区位列第一，上演了民生商品抢购潮。欧亚商业连锁店庆前3天，累计实现销售

近3亿元，实现了强势回馈百姓的良好社会效益。

魅力二：线上直播全频共振

直播带货的异军突起，成为了一种新的、重要的营销与销售途径。欧亚商业连锁总部在4月15日、24日、29日分别推出3场大型直播，邀请当红主持人带货直播，全线引爆下单热潮，参与总人数超过80万人次。在此基础上，通过欧亚集团小程序，从长春到外埠各大区纷纷推出大区与品牌联动的直播活动，累计推出400余场。其中绿园广场大区19个品类103个品牌参与直播，并邀请网红达人坐

镇直播间；汽开朝阳大区各门店、商场经理、柜长纷纷披挂上阵；欧亚超市连锁每天定时推出民生商品直播，市民下单踊跃……欧亚商业连锁外埠各大区多种形式线上引流，增加活动曝光率与话题效应，提升社会关注度。

魅力三：线下异业内购开花

欧亚商业连锁各大区、各门店通过乐购会、内购会、大型特卖等多元化形式，将36周年店庆盛宴开展得有声有色。超市内购会、服饰内购会、运动休闲内购会、黄金珠宝内购会、家电内购会，一度引爆销售高潮。同时，各大区、各门店还联动了众多异业联盟单位，将

异业合作与内购进一步升级与细化，如欧亚百家电商场在4月30日联合一汽集团总部、一汽轿车公司等7家企业开展异业联盟，辽源大区与银行等企业开展专场内购会，四平大区先后与肯德基、甲醛检测机构、美容院、中国移动等十余家公司合作，助力销售。

魅力四：长春外埠火力齐开

在集团统一营销基础上，欧亚商业连锁长春各大区又送出6台现代瑞纳轿车，更有6万元现金免单幸运大抽奖、前3天店庆礼金高额返活动，4月25日“邻里惠购日”，还邀请了全城几十个社区居民参与了本次活动，打造了新的城市消费热点。

此外，欧亚商业连锁外埠大区还开展了大力度吸引人气活动，松原大区抽比亚迪轿车，辽源大区送北京现代轿车，梅河大区抽SUV汽车，白山大区抽长安逸动轿车大抽奖，通辽大区欧亚抽奇瑞轿车，四平大区推出红包轰炸机，各外埠大区为了拉动“疫情后时代”的经济复苏，使出了浑身解数。

欧亚商都推出致爱母亲节活动

母亲节到来之际，欧亚商都真情陪伴，特别推出“致爱母亲节”专享活动。5月8日-10日，欧亚商都推出了服饰满600元送150元；部分进口化妆品满500元送100元；部分黄金珠宝每克立减30元；部分镶嵌珠宝满千减百；家电折后满1000元再送120元；部分按摩椅满10000元减1000元；衣服特卖69元起；8F品牌折扣场，全场1折起；超市2倍积分，千款商品特惠销售；生鲜、果蔬产地直采价格惊爆，熟食、保健品促销展卖等一系列促销活动。全面参加“惠满全城”消费季活动，全场活动基础上连接长春市“普惠型”消费券；使用支付

宝、银联云闪付APP支付随机送20元-1000元长春市“购惠型”消费券，欧亚商都全场连接。另外，全馆优惠基础上再参加各大银行满减优惠、超值购券等活动，一省到底。同时，母亲节活动期间，欧亚商都还推出了现金、好礼即时送活动，更有欧亚集团小程序直播间，陪伴大家共度欢乐时光。

吉林欧亚综合体家电商场店庆销售超同期

本报讯（吉林欧亚商都 李玲）4月17日，集团成立36周年店庆活动期间，吉林欧亚综合体家电商场共完成销售2265万元，超额完成销售任务，其中家电类销售同比增长11.5%。

自今年春节以来，零售业实体业绩普遍下滑严重。为激发消费者购买力，欧亚商都吉林地区结合当下实情，最终决定采购高档

3M空气净化器、3M净水器作为家电套购赠礼的礼品，并将家电返现活动定为满980元返130元的超高力度。店庆期间，消费者对本次活动十分认可，套购赠礼合计促进销售906万元，占整体销售额的44%。

店庆前期，经商场沟通，夏普电视、松下冰箱、松下洗衣机、方太、史密斯五个品牌结成了联盟，凡是购买联盟中任意两个品

牌或以上，就可在商场活动的基础上，再参加抽红包、预存返现活动。品牌联盟之间，互相联动，拉动销售，19天合计销售490万元，占商场整体销售的22%，同比增长了50%以上。

同时，卡萨帝大型巡展车巡演及方太体验馆两场大型PR活动，吸引到店客流，助力家电商场不断创下店庆销售佳绩。

量；还有的商场制定了销售奖励政策，让销售人员能够铆足劲儿投入销售；为了能够让消费者更便捷购物，欧亚卖场内增加了40个临时收银台，同时还加大了自收银业务的洽谈，在这次店庆中自收银品牌的比例在不断提升……同样，卖场店庆超人气，也让经历了疫情考验的员工团队更懂得珍惜自己的岗位。店庆期间，员工无论工作到几点，第二天八点半仍然准时出现在工作岗位上，店庆无休也毫无怨言，欧亚卖场员工心里都有一个共同的信念：“我为卖场奉献我值得”。

4月25日开始，长春市政府陆续向市场投放价值1亿元各类消费券以拉动消费，欧亚卖场丰富的商品，满足消费者购物需求的同时，在一定程度上促进了吉林省经济的消费复苏。

冲寒已觉春风暖，陌上花开缓归。欧亚集团36周年庆系列活动已经结束，但在与消费者共舞、与市场共舞的序幕才刚刚拉开。在接下来的活动中，欧亚卖场全体员工还将以昂扬的斗志、饱满的热情，冲击新的销售业绩！

吉林欧亚商都总经理李新志荣获吉林省五一劳动奖章

本报讯（吉林欧亚商都 李欣）5月1日，经吉林省评选表彰工作领导小组综合评审，决定授予吉林欧亚商都党委书记、总经理李新志等同志吉林省五一劳动奖章。几年来，吉林欧亚商都充分利用商业、地产、旅游项目的协同互动，经营规模与经济效益得到了同步的提升，2018年销售额21.7亿元，地区可统计客流2278万人次；2019年销售额21.8亿元，地区可统计客流突破2700万人次。2020年在疫情的影响下，吉林欧亚商都充分发挥大企业集团的优势，实现一季度销售额1.89亿，占吉林市今年一季度社销总额的66%。

■新闻快讯

◆4月17日店庆首日，耐克品牌销售总额突破55万元；4月18日，李宁、安踏品牌店庆特卖，单日销售额分别达成9万余元……店庆期间，吉林欧亚商都户外运动商场品牌促销不断加码，销售喜讯连连，据统计，该商场店庆期间销售额达669万元，完成任务的103%。（吉林欧亚商都 蔡畅）

◆4月24日下午，欧亚包百集团在办公楼二楼会议室召开党委、总经理办公（扩大）会议，审议通过《欧亚包百集团股份有限公司2019年工作总结 2020年工作安排》和2020年党建工作要点，安排部署公司经营、党建工作。（欧亚包百 经理办）

◆4月25日，欧亚新生活购物广场举办了超级惠购日活动，在此基础上，潮运动街区在16时至23时推出“全场疯抢7小时”活动，销售突破80万元，创下了当日销售额的历史新高。（欧亚新生活 张凤）

◆4月25日，欧亚集团36周年店庆之际，白城欧亚购物中心携手邮政储蓄银行、华兴世纪家园举办异业单位家电内购会，6小时的内购活动达成销售121万元，销售笔数443笔，客单价2731元。（白城欧亚 张楠）

◆4月25日，辽源欧亚购物中心举办了第七届黄金珠宝名表内购会，全天实现销售236.53万元。同时，通过内购会的引流，带动了辽源欧亚购物中心大楼全天达成销售400.40万元，活动效果凸显。（辽源欧亚 综合部）

◆4月29日，由梅河口市委市政府主办的“最美春天 活力梅河”五一全民健康打卡促销活动的启动仪式隆重召开。梅河欧亚购物中心总经理马伟明带领中层管理人员参加了本次启动仪式。（梅河欧亚 王红岩）

◆4月29日欧亚沈阳联营超级亲友内购日活动，各品牌纷纷推出超低折扣商品及秒杀单品，当日共实现销售额达318.4万元，再掀集团店庆热潮。（欧亚沈阳联营 综合办）

◆4月30日，应四平市商务局、四平市民政局邀约，欧亚商业连锁四平大区总经理姜辉、副总经理丁立荣及欧亚团队，参加了政企联动大型促销活动启动仪式。（四平欧亚 徐金凤）

◆5月1日19:00，欧亚商都“装扮假期”好物推荐直播间共推出40余种商品，销售额达32万元。（欧亚商都 王泽）（以上新闻按时间排序）

欧亚沈阳联营携手海尔品牌

「疯狂六小时」活动创佳绩

本报讯（欧亚沈阳联营 张驰）贺欧亚集团36周年庆，海尔品牌全年最大力度活动——全品类买3送1“疯狂六小时”全网比价、保价全年活动在沈阳消费者的热切期待下，于4月24日14时至20时再次亮相欧亚沈阳联营家电商场。在欧亚沈阳联营与海尔品牌厂商的积极磋商下，在海尔品牌历年“3送1”活动力度基础上再追加10款欧亚联营专供机型、5款特价机型回馈广大消费者。

欧亚沈阳联营海尔品牌本次“疯狂6小时活动”实现销售416.4万元，其中海尔高端产品占比达到40%。真正实现了欧亚沈阳联营、海尔品牌、广大消费者三方共赢的良好效果。

超大回馈引来超大客流

欧亚卖场店庆人气业界瞩目

本报讯（欧亚卖场 刘科宏）20万平方米超大停车场一位难求，47公里室内主街人头攒动，60万种商品海量供应，60万平方米超大购物中心日日爆满——这就是欧亚集团36周年庆期间的欧亚卖场，以独特的魅力吸引广大消费者，体验购物的快乐，欧亚卖场店庆盛况再一次燃爆全城！

全家出行首选卖场 购物中心+魔力再现

4月17日集团店庆活动开始后，欧亚卖场开始迎来各界消费者。在欧亚集团曹和平董事长“欧亚卖场做大”的战略指引下，欧亚卖场以“购物中心+”为理念，将所有业态进行高度整合并合理利用各类资源。欧亚

卖场认为，随着市场的变化，消费者更注重消费的自主性与个性化，注重消费的自由选择与时尚需求，他们更愿意为体验、环境、情感和服务买单。随着品牌的引进、业态的调整、商品的组合，欧亚卖场“购物中心+”理念已经得到了越来越多消费者的认可。

同城聚客无人能及 整合营销挖潜消费

为了能够让本次活动得到更大宣传，今年的店庆按照时间段分了三个波段，每个波段都用不同的方式对商品进行宣传。线上抢券、线下互动、直播推送、大奖吸引相互带动，让店庆各项优惠活动有序开展。在这次

做内行在现场敢担当 全力付出只为店庆

疫情期间，很多人都感受到了“无事可做、赋闲在家”的痛苦，复工复产之后，大家也对工作都投入了极高的热情。为了能够保证店庆期间人员到位提升消费者购物体验，欧亚卖场各商场负责人与品牌负责人逐一洽谈，确保货品的时候，也要确保销售人员数

生活常识

立夏养生吃什么水果

无论何时，养生都是永恒的话题。在5月5日立夏之后，气温会逐渐升高，此时人们容易上火，人体消耗也随之加大。为此，小编搜集了适合夏季养生、又方便在欧亚超市购买的水果名单及功效，具体如下：

芒果 芒果肉多，汁多汁甜，在炎热的夏季适当食用芒果可以达到消暑安神，益胃、解渴、利尿的功用。

樱桃 樱桃是夏季时令的水果，立夏吃樱桃可以生津止渴、有益消化，降火排毒，美容养颜的作用，而樱桃中含维生素A含量则是葡萄、苹果、橘子的4~5倍。

枇杷 立夏时枇杷应季上市，吃了可以降火、排毒，润肺、清肺，有止泻下气的功效，也是治肺咳嗽吐血、燥渴、呕逆等症的良好水果，不过对于糖尿病、脾虚滑泻患者尽量少吃。

西瓜 西瓜是夏季最受欢迎的水果之一，因为西瓜性凉可以缓解身体里的上火心烦，解暑清凉。同时，西瓜中含有丰富钾盐，正是人体所需要补充的，但西瓜在冰箱存放最多不能超过3小时哦。

此外，夏季养生，还可以吃些杨梅、乌梅等酸性水果，可生津止渴，降火排毒，但需要适量食用，以免引起肠胃不舒服。

(编辑部)

“激扬青春甘奉献 疫情防控勇当先” 五四青年节 欧亚卖场团委举办青年先锋表彰会

本报讯 (欧亚卖场 团委)在2020年五四青年节到来之际,欧亚卖场团委以“激扬青春甘奉献 疫情防控勇当先”为主题,召开了青年先锋表彰总结会,2个优秀团支部,4个优秀团支部书记,6个优秀青年先锋受

到表彰。会议在青年团员高唱《光荣啊!共青团》的团歌声中开始,会上有青年志愿先锋队队员慷慨激昂的“志愿辞”,激情澎湃的“抗击疫情诗歌朗诵”和疫情防控小常识分

享,表达了勇于接受磨难的历练,继承和发扬五四精神,坚定理想信念,奋勇向前,报效国家,不负青春。在疫情防控阻击战中,欧亚卖场团委积极组织团员青年投身到这场没有硝烟的战斗,用实际行动传承五四精

神,展现新时代的青年担当。其中,后勤第一团支部荣获吉林省优秀团支部称号,欧亚卖场的团员青年将以先进模范为榜样,胸怀梦想,苦干实干,磨砺成长,争做有理想有抱负有担当的新时代新青年!

习近平总书记说,“青春由磨砺而出彩,人生因奋斗而升华”,作为新时代中国青年,欧亚卖场团委将继续发扬五四精神,敢于担当时代赋予青年的使命,为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献青年力量!

吉林欧亚商都团委召开五四青年团员座谈会暨2019年度总结表彰大会

本报讯 (吉林欧亚商都 李棠)5月4日,为纪念五四运动101周年及建团98周年,吉林欧亚商都团委召开五四青年团员座谈会暨2019年度总结表彰大会,会议由吉林欧亚商都团委书记徐士伟主持,吉林欧亚商都党委书记、总经理李新志出席会议。

会上,李新志同志分享了他对五四精神与企业文化相结合的理解。他说,在和平年代,我们更应该深度认识五四精神的核心要义。作为青年人,最重要的就是爱岗敬业,立足岗位,做好本职工作,这就是爱国。站在企业发展角度,我们也有“四个自信”:

道路自信,即“三星战略”指引集团高速发展;理论自信,即欧亚集团亘古不变的“诚信文化”、“五合”经营理念以及“全心全意为消费者服务、善始善终对消费者负责”的服务理念;制度自信,即由先进理论衍生的制度是十分具有优势的,我们要对集团制定的

制度充满自信;文化自信,曹和平董事长提出的“尽力、超力、量力”,还有修订为“静心尽力、诚实守信、勤俭善持、团结互助”的企业精神,我们一定要仔细阅读集团的16字方针。同时,李新志同志也对青年团员们提出六点要求,即不忘初心、爱岗敬业、勤于思考、刻苦学

习、忠诚担当、团结协作、务实敬业。不奋斗、不青春;不鞭策、不成长;不折腾、不发展。青年的特征不在于数字化的年龄,而在于你能够创造的可能性,“不负青春,不负韶华,五四精神,传承有我”,峥嵘岁月,你我共同前行。

惠万众消费 促万企复兴

欧亚商业连锁36周年庆奏响“大直播时代”华彩乐章

本报讯 (商业连锁 刘珊珊)在现如今网络直播的火热时刻,欧亚商业连锁充分把握集团36周年店庆的契机,成功举办了三场大型直播活动,累计观看超60万人次,点赞数达540万,圆满开启欧亚商业连锁直播纪元!

硬核支撑 凝聚直播力量

欧亚集团领导高度重视,曹和平董事长时刻关心直播工作的进展情况,在欧亚商业连锁总经理于惠舫的大力支持,副总经理苏春焕的亲自担任,直播团队干劲十足——全质办组织后勤部全力配合直播活动;三大业态总部、反复与供应商沟通,为直播活动配置适销对路商品;欧亚

新生活、春城、长新、车百等门店积极投入直播活动,充分保障了直播的顺利推进!欧亚商业连锁营销策划部作为牵头部门,承担了与供应商沟通、与网络公司探讨、拟定方案、策划活动、对接媒体、数据统计等繁重的工作内容。

同时,欧亚商业连锁3省24地125店均以不同方式积极参与,还有多家媒体和供应商,凝聚起坚不可摧的强大合力,为直播的胜利贡献力量!

标新立异 刷新直播战绩

直播战绩的不断刷新,除了来自不舍昼夜的携手共进,还有直播团队创新力、创造力的深度



激发。根据直播内容,适时调整直播阵容,在已具知名度的广播节目中宣传和预热,增加直播新鲜感,全面激发粉丝强大的关注度和购买力。为线上粉丝提供更优质的互动体验和视觉感受。我们从首场的手机直播,转变为第

二场和第三场的专业摄像机推流直播。策划了点赞评论抽奖、现场连线幸运粉丝、疯狂砸金蛋、抽终极大奖等活动,并邀请市商务局刘处长亲临直播间,为市民解读消费券政策,更有扶贫第一书记现场直播带货!

有口皆碑 燃起直播效应

欧亚商业连锁的直播活动引发了社会各界的关注热潮和高度评价,吸引了众多品牌供应商纷纷提出合作意向,旗下各门店也纷纷掀起了直播狂潮,店庆期间各店在欧亚集团小程序上共组织直播420场,25家综合百货门店参与品牌直播839场,已形成了商业连锁直播效应。

欧亚汇集心贴心服务商户 实打实助力经营

上下同欲者胜,风雨同舟者兴。欧亚汇集结合疫情防控实际、欧亚店庆时机,积极开展亲商安商暖商系列举措,积极营造安心放心舒心人营商氛围。

开发,四楼引进了2800平方米伍军府真人CS、五楼引进了知妈堂孕期健康咨询等多种业态。日前,星巴克咖啡也已签约完毕,进入交场阶段。商场全情服务新进品牌及展位,全速推进场地确认、设计出图、流程审批、进场施工,全面保障施工开业进度顺畅高效。

助商暖商,全面整合业态资源,加大营销宣传力度。创新即“撞心”。欧亚汇集紧密结合洗

浴、赛车、餐饮、娱乐业态优势,与各厂商有效沟通,与欧亚汇集策划部同步对接,借助欧亚集团小程序,积极上线极乐汤9.9元特价秒杀、0.1元砍价值288红马鞍元马术体验课、66元抢798元魔力健身年卡、69元抢价值233元嗨拍KTV超值套餐等系列超值活动,同步配合比尔森品牌开展优惠储值、马术场外推介宣传等系列活动,利用集团店庆、线上线下全力加大汇集宣传力度。目

前,户外拉动人气的合作项目正在有序推进中。

亲商爱商,全力开展亲情服务,加强暖商扶持举措。欧亚汇集各级管理人员,深入装修现场,精准指导注意事项,确保施工安全;深入一线展位在现场,对点监督消毒防疫,逐一扫码留存信息;深入现场空位,提早自发自觉到店,全面进行卫生清理;深入销售下滑度,分析查找问题原因,提供二展销售举措;深入物业设施

问题展位,彻底排查隐患源头,商讨科学整改方案。真正做到身在现场、行有担当,反复抓,抓反复,争做内行。

良好的营商环境,不仅是吸引力、集聚力,也是创造力、驱动力,更是竞争力、核心力。欧亚汇集将持续发力,按照打造首店经济、夜经济和网红经济目标,加快招商落位和稳商聚客各项工作,努力打造“夜经济”体验中心。(欧亚汇集 庄丽雨)

学如不及 犹恐失之

廊,起居全靠父亲照料。可要强的母亲,有时还是自己缝缝补补,尽管针脚是大针小线。如今,许多美好只能是心底的回忆。

母爱大于一切,母爱的光辉普照天下。母亲一心为了儿女操劳,全身心地为儿女奉献着,默默吐尽芬芳。无情的岁月,夺走了母亲年轻的容颜,满头的青丝变成了白发,挺拔的身姿不在。每每想起回家去看望母亲,走时,母亲送我到楼下,已经走出了老远,回头看看,母亲还是原地站在那里,向我摆摆手,那种恋恋不舍,心里酸酸的感觉。如今,回到家里,母亲再也不能送我到楼下了,剩下的只是千叮咛万嘱咐了。母亲总是说:“你工作忙,不用总回家看我们,只要你



工作好,日子过得越好,不用总惦记我和你爸。”可我知道,母亲虽然嘴上这样说,可心里想的是让我们能常回家看看。是呀,老人年纪大了,我们做儿女的,真的是应该找点空闲,找点时间,常回家看看。母亲的恩情,无言以报,陪伴是最长情的告白。(欧亚商都 张艳丽)

学习力就是竞争力,培训就是生产力。世界十大管理师之一的彼得·圣吉明确指出,从长远来看,你的组织唯一可持续的竞争力就是比你的对手更快更好的学习能力。而培训是企业为员工提供的最好的福利和精神食粮。疫情期间,很多人不知所措,不过对于欧亚商业连锁的员工来说,新的外部环境变更更需要新的学习和提升。本次商业连锁的学习培训,内容更为多样性,包括对于36周年店庆方案的学

习、提质增效、陈列服务竞赛、疫情大背景下的国内和国际形式等。俗话说“磨刀不误砍柴工”,由于是线上学习,员工们可以利用碎片化时间,系统培训结合“微课堂”进行自我修炼。

欧亚商业连锁人力资源部为员工提供的“公共卫生辅助服务员”培训机会,也使我受益匪浅。本次培训围绕卫生防疫健康防护、防疫消毒相关知识、呼吸系统传染病预防与防护及操作演练等10余项科目展开,从理论

把工作交给自己。在工作的过程中,我们不仅要把本职工作做好,更要在工作的过程中锤炼自己,生活上团结同事,对任何事都要有责任心,不能简单地为了工作而工作,也不能为了薪水而工作,做任何事情都得用心去做,这样我们才能成长。(超市连锁范城店 马书彦)

自己强大了、成长了,那么我们的企业也就强大了成长了。疫情期间我们是怎样度过的?身边的人又是怎样度过的?他们又承受了什么?企业的存亡与我们是息息相关的,现下有许多人面临着企业裁员甚至是倒闭的信息,可想而知如这些人将面临怎样的经济压力。

我们要反思自己,工作对于我们的重要性,身为欧亚人我们要感恩企业,企业给了我们平台,让我们在自己的岗位上发光发热,在疫情的危机下为我们遮风挡雨,我们更要珍惜自己的工作。(欧亚卖场 时龙祥)

抓时机 抢销售 人人争做推销员

欧亚沈阳联营本着“全员抓销售,助力企业创收”的思想,人人争做推销员,为企业谋发展。近日,在欧亚沈阳联营财务总监陈忠梅同志的努力接洽下,成功促成中信银行沈阳分中心员工福利团购订单。

中信银行是欧亚沈阳联营公司的长期合作伙伴,在公司开展的各项促销活动中给予很多助力。在与中信银行展业合作洽谈时陈总意外得知中信银行员工每月有600元的购物福利,便开始积极与中信银行沈阳分中心负责人沟通,争取员工福利团购项目。经过多次反复洽谈,中信银行领导同意到店现场考察,欧亚沈阳联营抓住难得机会在商品、价格、服务、收款方式、结算方式、发票开具等方面做了详细介绍,充分展示了在同行业中的优势,得到中信银行方的认可,最终指定欧亚沈阳联营超市为中信银行沈阳分中心员工福利定点商户。

4月中旬,与中信银行沈阳分中心员工福利合作协议正式签订,自6月1日起执行。根据协议,中信银行沈阳分中心近三百名员工,每人每月在欧亚沈阳联营超市消费600元,预计本年度将增加团购销售12万余元。

(欧亚沈阳联营 陆竞涛)

以青春之名 续写欧亚卖场华章 ——写在五四青年节到来之际

庚子鼠年,风从南方吹来,它带来了疫情的肆虐与疯狂,疫情来临欧亚卖场青年团员们迅速反应,舍弃休息时间主动投身到抗击疫情队伍中,测温、消毒、检查,每日三遍的检查消毒让到来的消费者各感安心,面对疫情欧亚卖场青年善做善为,坚守岗位,迎难而上,奉献青春,以青年团员之名冲锋在前,担当起抗疫之责。

以青春写奉献

青春是用来奋斗的,立鸿鹄之志,成栋梁之才,最忌空谈,贵在实干!特殊时期,欧亚卖场保障百姓的菜篮子、米袋子,卖场青年们奋战在自己的岗位上,有的拾取消费者散落的购物车,有的把散落在货架两旁的商品归位,有的在超市收银线上收银,有的在超市进货区帮忙装菜包菜,还有的在超市入口为消费者测温,这一系列的事情都是在保障百姓的生活所需,虽然你们穿着弄脏的衣服很狼狈,但是你们奋战在一线的身影真的很美!青春就是用来奋斗的,舍小家为大家这才是青年团员应该有的作为!

以青春写奋斗

“青年之文明,奋斗之文明也。”这是青春的魅力密码,也是青年的责任担当。青春之于人生,意味着朝气、激情和进取;青年代表了生机、活力和未来。不要在其位不谋其事,不要碌碌无为为荒废了大好青春,你看那在消费者中穿梭的身影,为消费者解决一个个遇见的问题,你看防疫一线测温消毒的严防严控,你看超市中正在为货架上供货忙碌的身影。青春有很多种,有的绚烂,有的暗淡,有的轰轰烈烈,有的平平淡淡,花有重开日,人无再少年,青春就是要奋斗,青春就是要绽放,看我欧亚青年绚丽绽放,看我卖场青年无悔的青春!

以青春写担当

习近平总书记说过:90后、00后青年将不再是娇滴滴的温室花朵,而是能够担当责任、不怕牺牲、顶在一线的勇士,他们用实际行动证明自己可以为祖国和人民撑起一片天。作为欧亚卖场青年团员的我们更要敢作为、有作为,无愧企业给予的信任,无愧共青团的教导,无愧国家未来之希望的重任。卖场青年敢担当,永向前,为实现欧亚梦、中国梦而努力奋斗!

(欧亚卖场 时龙祥)

