今日欧亚

第18期　总第649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

邮编：130012　网址：www.eurasiagroup.com.cn/index/jroy.html

15℃ ~ 23℃

2025年9月

30

星期二

农历乙巳年八月初九

八月十七寒露

重温历史 汲取奋进力量

本报讯（白山欧亚　王国琳）为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，加强党员的爱国主义教育，白山欧亚合兴购物中心党委于9月12日组织全体党员观看了历史题材影片《南京照相馆》。此次观影活动不仅是一次深刻的党史学习教育，更是对党员们心灵的一次洗礼。

《南京照相馆》以1937年南京沦陷为背景，通过一家名为“吉祥照相馆”的视角，讲述了一群普通人在战火纷飞中守护真相、捍卫正义的故事，让党员们仿佛穿越时空，亲身感受那段沉重的历史。

观影结束后，党员们纷纷表示深受触动。一位党员感慨道：“这部电影让我进一步深刻认识到了和平的来之不易，我们今天的幸福生活是无数先烈用鲜血和生命换来的。作为一名党员，我们要铭记历史，不忘初心，将这种精神力量转化为工作中的动力，为公司发展、为国家繁荣贡献自己的力量。”

曹和平董事长到沈阳欧亚调研

本报讯（欧亚沈阳联营　综合办）国庆、中秋双节将至，9月11日，欧亚集团董事长曹和平来到沈阳欧亚调研指导工作，向一线员工致以节日问候！

调研中，门店整洁的购物环境、丰富的商品陈列，直观展现出稳健的经营态势与员工的用心。曹董逐层踏查营业现场，不时与管理人员深入交流，对欧亚长青城持续增长的经营业绩及管理团队的努力付出表达了欣慰之情，并鼓励团队进一步做大做强“长青特色”。

在欧亚沈阳联营，曹和平董事长同样逐层调研，细致了解门店经营情况。在超市新引进的正联升古法大缸酱油摊位前，详细询问产品工艺、售卖方式及销售情况等，还亲自“打”了一瓶酱油，带给家人分享。对门店引进的全国各地农科院产品、义县花生等特色商品也给予高度认可，同时指导门店继续深入挖掘适应消费者需求的地标好物，进一步增强商品力优势。来到百货业态，曹董关切询问品牌销售情况，结合市场现状与大家交流。

随后，曹和平董事长与欧亚沈阳联营领导班子展开亲切座谈，分享了在各省调研的见闻与心得，就当前市场形势与大家交流。曹董指出，受经济下行，线上营销等技术成果冲击多重因素影响，沈阳欧亚仍能保持基本满铺的经营状态、积极想办法突围、采用无成本营销方式等给予充分肯定。欧亚沈阳联营超市经营向好趋势明显，商品品种持续完善，经营能力逐渐提高，这些成果离不开团队的辛勤付出，未来发展值得期待。同时曹董还对“十姊妹小组”和“欧亚联营苏桂梅”IP打造给予肯定，强调企业要以此为抓手，持续向社会传递正能量，大力弘扬劳模精神，积极构建良好文化互动氛围，让情感和情怀在企业发展中发挥更大作用。

在此次调研中，曹和平董事长的肯定与鼓励，让所有员工都备受鼓舞、信心倍增。沈阳欧亚也定将不负曹董的期望，积极推动两店协同联动，助力沈阳欧亚创新发展迈上新的台阶。

赵首沣总经理一行到四平欧亚调研

本报讯（四平欧亚　张莹））9月17日、18日，欧亚集团总经理赵首沣、欧亚商业连锁总经理刘军一行到欧亚商业连锁四平区各门店调研，四平区总经理姜辉率班子成员陪同。

赵总一行重点围绕门店经营堵点、优化路径及长远发展规划展开，深度为大区高质量发展锚定方向、凝聚合力。在实地走访与现场交谈中，集团高管团队精准把脉经营现状，针对现存问题，赵总一行为四平区量身定制四项优化方案：一是品类完善实行“双轨驱动”，采取“招商+自营”两步走策略，一方面主动对接老昌、阿满等知名熟食品牌，计划通过总部配送或设柜售卖模式丰富商品供给；另一方面鼓励自营补充品类缺口。同时推出“0条件进场”招商政策，大幅降低合作门槛，加速填补品类空白。二是生鲜优化打造“核心优势”，明确生鲜区域动线调整与人员配置优化方向，以“量感充足、品类丰富、陈列美观、商品新鲜、价格优惠”为核心目标，全面提升生鲜板块竞争力，夯实门店经营基础。三是促销宣传实现“精准引流”，制定线下特色宣传计划，结合主题活动突出门店经营亮点，创新推行“一天一个主打促销单品”模式，通过高频次、强吸引力的活动提升到店率。四是支持保障做到“三管齐下”，要求四平区强化对双辽欧亚购物中心、九洲欧亚购物中心的靶向指导，严格落实“三个到位”，“方向指导到位、政策支持到位、门店责任到位”的要求，集团总部将给予专项时间倾斜与政策扶持，全力推动生鲜板块快速调整至最佳运营状态，助力门店突破发展瓶颈。“当前调整虽有挑战，但每一步优化都在向合理经营迈进。”赵总强调，短期内盈利并非唯一目标，核心任务是补齐品类短板、强化“餐桌意识”，通过提供“天天有、品质优”的民生食品，实现“留住顾客、促进店内消费”的终极目标，并且明确要求，各门店需抢抓调整窗口期，力争在元旦前完成旗下三家门店的全面优化，后续将根据实际效果持续细化策略。

此次调研指导，为四平区带来精准发展方略与强劲发展动力。四平区管理团队将以“钉钉子”精神推动各项调整措施落地见效，通过品类完善、服务升级、体验优化三大抓手，全面提升门店经营水平，为广大消费者提供更优质的购物体验！

欧亚卖场倾力保障长春航空展 创造服务奇迹 赢得八方赞誉

本报讯（欧亚卖场　经理办）9月19日至23日，长春航空展盛大举办。这次航空展是纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年活动的重要组成部分，也是长春国际航空博览城建成后的首次展示，关注度高，影响面广，意义重大。作为此次航空展便民服务保障独家运营单位，欧亚卖场以卓越服务保障能力和出色组织管理水平圆满完成航空展各项服务保障任务，不仅赢得省市领导、航展主办方等各界广泛赞誉，更收获各地观展游客连连点赞，网上好评如潮。

自争得航空展服务保障任务以来，欧亚卖场高度重视，精心组织，各部门紧密配合，全员上下联动，圆满完成先期沟通协调、各类数据统计上报、各服务区规划搭建、货品物资供应、人员编组调配、运营秩序规范、后续撤展收尾等繁重任务。面对时间紧、任务重、标准高的挑战，欧亚卖场管理团队践行“做内行、在现场、敢担当”企业要求，短短11天内创造了从无到有的服务保障奇迹，累计搭建总面积达13000余平方米的9个便民超市、8个文创店和4个库房，组织到位3个餐厅、17家知名餐饮、51个餐饮铺位、8000个就餐座位，快速组进18大类178款商品以及10个饮品网点的8大类14个品牌55款饮品，快速高效形成了满足每日近20万人的餐饮消费保障需求。



欧亚卖场服务航展巨大客流。　办公室供图

航空展期间，欧亚卖场员工克服天气转凉、路途较远、客流暴增等诸多困难，起早贪黑，不怕苦累，连续奋战，高标准完成各项服务保障任务，锻炼了队伍，砥砺了作风，树立了信誉，宣传了企业，管理团队的应急能力、工作标准、形象作风、服务水平得到省市领导、航展主办方的一致高度认可，称“如此大规模、超强度、高水平的服务保障任务，只有欧亚卖场才能承担得起”。航展期间，每天来自全国各地十几万游客不仅现场观摩国产各型飞机的精彩表演，感受空军装备日新月异发展壮大和国家繁荣富强，增强了作为中华民族炎黄子孙的骄傲自豪，同时也享受着来自世界最大零售购物中心欧亚卖场提供的优质服务，物美价廉的商品、耐心热情的服务、物超所值的体验获得游客点赞，1.5元的矿泉水、20元的管饱餐饮赢得全网好评，成为卖场服务保障有为有力的代名词，也为各地游客留下温情回忆。得益于欧亚品牌商誉背书、卖场部室高效组织、全体员工勤勉敬业，更实现了卖场销售额、利润以及社会美誉度的全方位提升。借助此次活动让全国各地游客深入直观了解欧亚卖场的心胸格局，感受卖场视顾客为亲人、诚信经营、利他思维等独特文化。除政府公益宣传外，从西环城路到迎宾路沿线广告位，特别是航展核心区6块广告位全部给卖场用于宣传，主办方专门开通航展区到欧亚卖场的公交专线，彰显了政府及主办方对欧亚卖场的高度重视，这是卖场多年发展积淀实力的体现，更是全员辛勤汗水支撑起的荣耀褒奖。

商遵其道，大道至简，大商不算，利源义取，财自道生。这次服务保障，欧亚卖场一切以服务好航空展为努力方向，一切以赢得社会各界广泛赞誉为努力方向，一切以让所有观展者、组织者、合作者、领导者感受到欧亚卖场的社会责任感与经营合作实力为努力方向，通过欧亚卖场的服务提升城市形象，给游客留下愉悦体验，全面展示并不断提升作为世界最大零售购物中心的经营实力、保障能力、服务水平以及在做内行、在现场、敢担当企业文化濡养下员工的职业素质、精神面貌、意志品质，为省市经济社会发展和我国国防事业发展贡献力量。

“浪小TO的漫游计划”欧亚乐活城原创IP活动完美收官

本报讯（济南欧亚　范涛）济南欧亚乐活城以“家庭欢聚地、青年社交地”为核心定位，在商业运营的赛道上不断探索与创新，精准洞察并锚定Z世代这一极具潜力的消费群体的需求，深入挖掘商业价值的核心——“情绪价值给顾客带来的情感归属”。通过传递情绪价值构建消费者情感归属，在济南商贸领域构建出独具特色的商业运营模式，实现了商业效能与客流规模的“双重”突破。

欧亚乐活城作为非标型购物中心的创新典范，始终重点关注和持续研究如何将网红经济转化为实体经济的重要课题。聚焦当下，萌宠经济、动漫文化、盲盒消费等消费潮流的蓬勃兴起，“谷子经济”展现出了巨大的增长机遇。结合“济南2025国际泉水节”与“第七届海洋节”的跨界融合，重磅推出了由乐活城精心打造的原创IP“浪小TO的漫游计划”山东首展。这一原创IP凭借着其可爱的形象和独特的故事设定，一经推出就受到了众多消费者的热烈追捧。活动同步延伸出丰富的IP衍生品矩阵，浪小兔公仔、OYY钥匙玩偶等周边产品凭借其精致的做工和与IP的高度契合，广受消费者青睐。与此同时，乐活城推出了打卡有礼、积分兑换亲子海洋世界体验等丰富多样的权益体系，更有购物超值团券、购物赠IP周边活动，还联动开展了“夏日乐活萌趣秀”系列主题活动，通过这一系列举措，形成了完整的消费闭环，活动期间抖音曝光量突破105.8w+，客流较同期上涨14%，销售完成率突破105.01%，成功实现了网红经济向实体经济的高效转化，进一步提升了商场的经济效益和品牌影响力。

济南欧亚始终秉承“坚持流量主义 = 坚持长期主义”的发展理念，持续推进业态升级与场景创新。近期，新引进的虎赢电竞、星聚会KTV、大众新能源汽车、醉人椒麻辣香锅等一系列备受消费者喜爱的品牌即将盛大开业。这些品牌的入驻，将进一步丰富青年社交需求与家庭消费场景。

未来，欧亚乐活城将持续深化“商旅概念新格局”的战略方针，精准锚定“家庭欢聚场·青年社交地”定位，为消费者带来更加优质、丰富的消费体验，为企业的发展注入新的动力。

吉林欧亚商都第21届会员节盛装启幕

本报讯（吉林欧亚商都　刘佳毕慧）9月12日，吉林欧亚商都第21届会员节拉开帷幕。为切实回馈广大会员长期以来的信任与支持，商场聚焦会员核心需求，精心打造涵盖福利放送、权益升级、特色互动的多元营销活动，全方位为会员带来高品质消费体验，其中多项活动亮点纷呈，备受关注。

多元营销活动 厚惠会员群体

本次会员节的亮点活动——会员招募计划·环保旧物置换。以“倡导绿色环保”为核心理念，参与者可将家中闲置的环保旧物送至指定地点参与，此举不仅能为旧物赋予新价值、找到新“归宿”，还可获得会员专属礼品及专属优惠。在传递绿色环保正能量的同时，也进一步壮大了欧亚商都会员队伍，让更多人共享会员专属权益。

此外，系列会员福利活动同步开展：60万元会员礼券送全城、超值会员积分换礼、会员消费升超V、注册会员送好礼、银商礼、欧亚综合体活动期间会员免费停车、吉林欧亚商都综合体、解放店、奥莱店三店联动——消费满额赠体验券活动等。

歌唱大赛助力会员节 再添彩文化盛宴

会员节期间，“新吉林·新旋律”吉林省全民歌唱大赛于9月13日热力开唱。活动在综合体2层T台举行，由吉林广播电视台携手吉林福彩和吉视传媒联袂打造，欧亚集团助力。活动现场布置精美，灯光音响设备专业，营造出热烈而温馨的赛事氛围。比赛过程中，选手们精神饱满，凭借扎实的唱功与真挚的情感，演唱了众多经典曲目，赢得现场观众的阵阵掌声与欢呼，吉林欧亚商都通过助力此类文化活动，不仅丰富会员及市民的精神文化生活，更彰显企业的社会责任与文化担当，进一步提升了品牌的美誉度与影响力。

红十字宣传活动 传递公益力量

9月14日，综合体举办“守护生命安全，共筑公益防线——吉林市红十字会2025年‘世界急救日’暨‘久久公益日’集中宣传活动”。通过播放宣传视频、现场演示等形式，聚焦心肺复苏、创伤止血、溺水急救等实用技能，还特别增设专业医疗团队为会员提供基础医疗服务。吉林欧亚商都助力此次公益活动，不仅为急救知识普及与公益义诊提供了优质、便捷的平台，更将企业社会责任融入第21届会员节的核心价值。

从丰富多样的营销活动到精彩纷呈的特色文化赛事，再到意义深远的公益宣传活动，既为广大会员带来了实实在在的福利与优质的消费体验，也为市民提供了丰富的文化生活与公益参与机会。未来，吉林欧亚商都将继续秉持“以会员为中心”的理念，不断创新活动形式，丰富活动内容，为广大消费者带来更多惊喜与价值，持续优化消费体验，续写高质量发展新篇章！

吉林欧亚商都综合体全面升级

本报讯（吉林欧亚商都　王天夫）恰逢国庆佳节来临之际，吉林欧亚商都综合体经过近两个月的全面调整，迎来十余个国际国内知名品牌的集中亮相，以焕然一新的面貌抢抓国庆消费热潮，为广大顾客带来更加多元的高品质购物选择。

吉林欧亚商都综合体精品商场此次焕新升级亮点纷呈：萨洛蒙SC22形象店、海丽汉森4.0形象店、猛犸象V5 Light House形象店、艾高吉林市首家轻奢店等国际名品均以最新形象、首店规格集体亮相。十一黄金周期间，这一系列品牌焕新动作预计将掀起新一轮购物风潮，极大激发消费者的购物热情。

与此同时，吉林欧亚商都综合体的辅助业态也同步实现品质升级。有“茶界爱马仕”之称的裕莲茶楼吉林首店即将落户欧亚综合体一楼，为消费者提供高端茶饮新体验；乐活里香港老街引进了被誉为“自助火锅界天花板”的龍歌旋转小火锅，进一步丰富市民餐饮选择；三楼的儿童天地则全新推出奥冰星球室内滑冰体验馆，让小朋友在冰雪世界中尽情玩耍，也为家庭客群提供了更完整的休闲娱乐动线；超市恒明府清真食品盛大开业，不仅填补超内清真食品类别空白，丰富了现场加工制作商品种类，同时满足清真食品消费者需求，带动区域客流的有效提升。

本次调整共涉及经营面积超4000平方米，吉林欧亚商都综合体以全新的布局规划、店铺形象与消费体验，在国庆前夕实现“幻彩蝶变”。升级后的吉林欧亚商都综合体夯实吉林地区商业龙头地位，引领本地消费潮流迈向更高品质、更多元化的新阶段。

欧亚新发生活超市开展晚市促销活动

本报讯（欧亚新发　综合办）9月10日起，欧亚新发超市为精准满足消费者需求，尤其为方便上班族晚间购物，特别推出晚市促销方案——生鲜部分产品享5折优惠，同时叠加超市赠券满减活动。活动期间，生鲜区域销售增加15%-20%，吸引众多消费者前来选购。

为保障商品品质与性价比，超市生鲜区严格把控货源，每天精选部分蔬菜、水果晚市时间以5折价格销售，如西红柿、豆角、茄子等热门单品，晚市上架便吸引大量顾客挑选；水果区则及时调整订货计划，确保商品充足供应的同时，进一步加大折扣力度，切实降低顾客购物成本。

活动开展以来，超市全体员工主动担当、紧密配合，销售人员提前熟悉促销商品信息，耐心为顾客介绍优惠详情，帮助顾客挑选商品；超市还专门增加晚市收银通道，有效减少顾客排队等待时间；后勤部门实时关注商品陈列，及时补货、整理货面，始终保持整洁有序的购物环境。目前，晚市促销活动已带动超市晚间时段销售额显著增长，顾客复购率也逐步提升。

欧亚新发超市将持续以顾客需求为导向，不断创新与优化促销活动内容及服务细节，进一步提升顾客购物体验，持续为广大消费者提供更优质、更贴心的购物服务。

欧亚商业连锁开展抖音、快手营销培训会

本报讯（欧亚商业连锁　王丹）9月17日，一场聚焦线上营销能力提升的新媒体培训会在欧亚商业连锁总部拉开帷幕。商业连锁营销中心特别邀请抖音、快手两大平台官方负责人现场授课，为各门店深耕本地生活流量赛道、突破线上运营瓶颈带来专业指导。

本次培训围绕两大核心方向展开，内容兼具实用性与针对性，真正做到“授人以渔”。一方面，针对“企业职人培训”，授课嘉宾从账号注册、日常基础运维，到直播前的筹备、直播中的互动技巧、直播后的复盘总结，全流程拆解操作要点与注意事项，不仅为门店搭建起线上运营人才培养体系，更助力“欧亚星主播”队伍成长；同时，双方现场洽谈为企业职人定制的专属奖励机制，进一步点燃了员工参与直播运营的热情，为后续线上业务开展注入内生动力。

另一方面，在“平台政策与资源获取”板块，两大官方负责人深度解读最新平台规则与流量扶持政策，结合真实案例讲解“如何与服务商高效协作，实现资源利用最大化”，认真指导参会人员掌握获取平台资源、提升营销效果的实战方法，让培训内容真正可落地、能转化。

为确保培训红利覆盖全域，总部营销中心创新采用“视频会议+腾讯会议”双渠道联动模式，组织长春及外埠区域的超市区长、区长助理，各综合店营销企划部长、线上营销负责人及员工职人代表同步参会，构建起“1个主会场+N个地区分会场”的线上学习模式。

当前，本地生活线上竞争日益激烈，短视频与直播已成为门店拓客引流、拉动业绩增长的关键抓手。此次培训会以“资源对接+实战教学”为核心定位，不仅为各门店打通了线上运营的关键堵点，更帮助团队将所学知识转化为实际运营能力。

欧亚商都第21届会员节圆满收官

本报讯（欧亚商都 办公室）秋园处处挂琳琅，硕果盈枝映暖阳。9月14日，为期10天的欧亚商都第21届会员节圆满落下帷幕。这不仅是一场购物盛宴，更是一场文化、艺术与购物完美融合的盛会，让每一位顾客都感受到喜悦与满足。

本次会员节期间，欧亚商都始终秉持商都做“精”理念，从商品甄选到服务升级，从方案策划到落地执行，每个环节都经过严格把控。我们以高于行业标准的质量管理体系为基石，以顾客至上的服务理念为导向，通过全流程的精细化运营管理，确保活动品质始终在线，为会员打造值得信赖的消费体验。其中，品牌折扣商场销售同比增长17%，精品商场销售同比增长16%，二楼商场销售同比增长7%，三楼商场同比增长1%。

活动期间，推出多种互动游戏，增强顾客体验感，消费者持有购物满921元单笔小票即可获得相应游戏次数。走进A座新区1F共享空间，映入眼帘的是“走进蔬适圈——套圈活动”，不管是“豌”事皆顺、“土”飞猛进，还是“笋”风顺水、健康是“胡”，每一个蔬菜牌都向消费者传递着对每一位到店顾客的美好祝愿。随着购物的脚步来到四楼商场，休息区的保龄球游戏活力满满，参与者用力一掷，清除烦恼、收获快乐。不论是套圈还是保龄球，成功完成游戏任务的顾客都可以领取相应礼品，将商都的心意抱回家，共享喜悦。线上顾客也可以参与其中，在小红书账号发起话题，分享与商都有关的老照片、老物件、小故事，也可获得精美礼品，让老会员也有新乐趣。

此外，商都与重点品牌、年轻潮流品牌共同打造购物新场景，推出X-Days品牌日活动，简爱诺、宝姿、凯乐石等众多品牌，消费1万元即可办理超V卡，增强消费新体验；同时，挖掘商品稀缺性、打造资源差异化，推出X-Days主题季，萨洛蒙、耐克、之禾等品牌纷纷推出季节新款，品类覆盖全馆，在收获的秋季为消费者带来诚意满满的购物之旅。

廿一载初心如磐，廿一载硕果满枝。欧亚商都第21届会员节的圆满收官，不仅是对过往耕耘的礼赞，更是对增强市场适应性、提升门店运营质量的生动印证。这场“界·破晓”的蜕变绽放出璀璨光芒，站在下一个廿载的新起点，让我们共赴更辽阔的商业新征程，续写属于欧亚的荣耀新篇！

欧亚卖场PORTS宝姿品牌举办秋季贵宾私享会

本报讯（欧亚卖场 浦洪卫）9月14日，欧亚卖场龙兴会员贵宾与PORTS宝姿品牌强强联合，以“臻享时光，礼遇非凡”为主题的大型2025年秋季贵宾私享会活动璀璨启幕。活动通过专属满送、限量礼赠、时尚沙龙等多元环节，为“VIC”客户打造了一场兼具奢华与温情的时尚盛宴，进一步深化了品牌与会员的情感联结。

专属折扣引爆消费热情，PORTS宝姿会员可享全场商品9折后满500送100的优惠；品牌工作人员带领超V们现场DIY古法香薰，配备专业顾问一对一服务；同时品牌邀请业内专业模特现场演示PORTS宝姿系列单品搭配技巧，资深讲解师现场讲解，通过色彩、款式、面料等元素的组合提升整体视觉效果，互动环节中，超V们通过抽奖获得一对一造型指导服务，现场氛围异常热烈。最后为到场的顾客每人准备一份伴手礼，当日单店销售额也再创新高，经典款风衣及当季新品成热销单品。

多位超V表示，宝姿用一场活动诠释了欧亚卖场“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，活动不仅提供了超值购物体验，更以差异化的服务，树立了高端会员运营标杆，为欧亚卖场注入全新活力。此外，活动现场设置的茶歇区与拍照打卡墙，成为超V们分享的热点，进一步扩大活动声量。此次活动的成功举办，不仅巩固了宝姿在欧亚卖场的高端定位，更为行业会员运营提供了创新范本。



私享会活动现场。 品牌方供图

长春市朝阳区民政局婚姻登记处在欧亚卖场举办特色“快闪”活动

本报讯（欧亚卖场 姜文婧）9月8日至12日，长春市朝阳区民政局婚姻登记处以快闪店的创新形式进驻欧亚卖场5号门，为新人们带来了别具一格的结婚登记体验。

为了给新人打造一个浪漫且庄重的登记环境，欧亚卖场提前对5号门区域进行了精心规划与布置。温馨的背景墙、娇艳的鲜花装饰，与商场热闹的氛围相得益彰，让每一对前来领证的新人都能在愉悦的氛围中完成人生重要仪式。每天9:30至15:00，快闪店开放期间，不少市民纷纷驻足观看并自发向新人送上真挚的祝福。来自陌生人的善意让领证现场更显温暖，也让幸福时刻更加难忘。新人小李兴奋地说：“在这里领证太特别了，不仅有亲朋好友陪伴，还有很多路人的祝福，让我们觉得这个决定更加幸福、坚定。”

除登记服务外，欧亚卖场在活动期间还推出非遗婚礼秀、喜服华裳互动巡游等环节，利用自身的场地优势与客流资源，让更多市民有机会近距离感受传统婚俗文化的魅力。此外，欧亚卖场同时为登记的新人免费发放520套新人甜蜜套券、提供专属囍图章加盖服务，以及派送1000份喜糖等，共同分享喜悦。



一对新人进行登记。 曹冲 摄

报喜鸟定制盛宴 邂逅通化欧亚十八载华光

本报讯（通化欧亚 赵凡）在通化欧亚18周年店庆的热闹氛围中，报喜鸟私人定制回馈巡展时尚盛宴于9月12日至14日在通化欧亚一楼报喜鸟专柜精彩启幕。

此次报喜鸟私人定制回馈巡展特邀意大利籍工艺师团队亲临现场，为通化消费者呈现纯正意式精湛制衣工艺与匠心精神。“单量单裁”的定制模式是此次活动的一大亮点。许多消费者提前预约，现场人气火爆。

另讯（通化欧亚 张运）9月7日至8日，通化欧亚购物中心二楼商场简爱诺品牌成功举办以“流金”为主题的高端定制专场活动。本次活动以“流金岁月，与美同行”为理念，深度融合年度流行色与时尚风格，通过精准营销与沉浸式体验，两日销售额一度攀升，成为周年庆活动中一大亮点。

欧亚新发推出会员社群专属活动引领消费新体验

本报讯（欧亚新发 陶芳芳 白杨 赵昕）9月5日至14日，欧亚新发精准聚焦会员需求与社群运营，接连推出社群活动及品牌大型特卖会。三大活动从文化互动、消费体验、优惠引流多维度发力，实现客流与销售双提升。

9月13日、14日，欧亚新发举办社群“舞韵华章”舞蹈大赛，以舞蹈为纽带，将欧亚新发“深耕本土、服务民生、传递文化温度”的品牌理念深度融入会员与社群生活，进一步提升会员对品牌的认同感与归属感。此次大赛，不同于传统的会员促销活动，商场以“舞蹈”为切入点，精准对接会员及社群对文化生活的需求，不仅为会员搭建了展示自我的专业舞台，更通过赛事吸引大量会员到场参与，让商场从单纯的“消费场所”升级为会员“生活与文化的聚集地”。

此外，欧亚新发推出“宠·爱”会员节系列活动，精准对接不同客群需求，融合折扣促销、特色互动与暖心服务，打造沉浸式购物体验。服饰区域推出低至1折优惠，叠加满额赠券机制，切实让利顾客；超市板块万款商品钜惠热卖，并联合多个品牌推出中秋月饼促销，契合节日消费需求。并开展消费互动环节——“百福集章”活动以文化创意吸引顾客参与，为活动注入文化趣味；线上打卡互动则借助抖音、小红书等社交平台扩大品牌声量，累计217人参与，有效提升了品牌的年轻化和曝光度。

为迎接社群活动到店的会员，精品商场莱斯佩斯品牌在一楼举办的大型特卖会，从9月5日至10月14日，5700件琳琅满目的四季商品整齐排列，以低至50元的价格吸引了大批消费者前来选购。活动期间，莱斯佩斯销售近千双，同比增长幅度高达1342%，一举夺得会员节期间吉林省销售排名第一的宝座。

本次会员节社群活动为欧亚新发店注入强劲活力，成功掀起持续客流高峰，活动创新采用“会员体系+社群运营”模式，借助文化赋能与情感连接，让会员从单纯“消费者”转变为品牌“参与者”与“传播者”，打造有商业价值与文化温度的生活空间，实现品牌与会员共生共荣。

欧亚商都卡萨帝品牌举办“平衡挑战赛”

本报讯（欧亚商都 张振男）9月5日，欧亚商都家用电器商场举办“卡萨帝双子洗衣机平衡挑战大赛”，活动现场持欧亚商都会员卡即可报名，挑战成功可抽取礼品，吸引各年龄段人群积极参与。

参与者通过这场“看得见、摸得着”的趣味挑战赛，了解洗衣黑科技，在体验中赢取惊喜好礼。活动增强了会员粘性，让消费者进一步了解产品性能，更好的诠释了会员维护和商品维护，拓展更多的销售契机。

欧亚车百第二届“金九购物节”暨美食街开街两周年庆启幕

本报讯（欧亚车百 姚志刚）9月12日，欧亚车百迎来第二届“金九购物节”暨美食街开街两周年庆，本次周年庆以“大返利、大折扣、大赠礼”为核心，实现全业态互为、互动，全线引爆金九银十的消费热潮。

本次活动重点以预热宣传为重点，加大公域流量费用投放，做引流最大化。与最强平台抖音、快手进行互动，宣传预热短视频、并组织1场大型直播，通过超市券、美食券、家电券、手机券、妆品券、服饰券、鞋履券、珠宝黄金券的投放，平台的补贴，极大的宣传车百活动，并迅速锁定目标客服群体。

通过积分兑券，积分兑礼，更大限度的活跃会员，为线下引流聚客。在活动执行中，增加顾客参与的趣味性，推出“万吨西瓜带回家”的之“套圈大作战”活动，受到了顾客的一致好评。

服饰类满500元返180元一卡通，家电满5000元直降300元，珠宝类满4500元立减100元，妆品类部分5折，最大限度的让利回馈。同时，欧亚车百与鸭鸭羽绒服打造反季大促销活动，品牌推出 99 元羽绒服特卖活动，销售十分火爆。

本次活动，欧亚车百根据会员画像，不仅争取到易视顿眼科的免费义诊，还开展了银发会员活动，为满65岁以上的顾客免费赠送定制的公交卡卡套，上边可以填写紧急联系人姓名和电话，让欧亚的温度融在生活的每寸光阴里。

妙可蓝多全国巡游登陆长春欧亚卖场



妙可蓝多巡游现场。 崔明达 摄

本报讯（欧亚卖场 崔明达）9月6日至7日，国内奶酪领军品牌妙可蓝多携“全国巡游计划”正式登陆长春欧亚卖场，以一场名为“专注奶酪冠军品质”的主题互动活动，为消费者带来融合美食、趣味与营养科普的奶酪主题体验，传递了“营养、美味、快乐”的品牌理念。

妙可蓝多一直致力于推动奶酪文化普及与产品创新。此次全国巡游选择欧亚卖场这一世界最大零售购物中心，显示出品牌对欧亚卖场的高度重视与持续投入。活动现场以明亮活泼的色调和创意陈设打造出三大核心体验区。“妙趣挖宝站”传达品牌与家庭消费群体的紧密沟通；“营养补给站”提供多种明星产品试吃，让消费者直观感受其细腻口感与丰富营养；“快酪充能站”则通过互动游戏、营养知识问答等方式，增强参与感与趣味性。活动既让孩子在游戏中了解了乳制品营养知识，也帮助家庭更轻松地选择健康零食。

本次主题巡展通过场景化、互动化的体验设计，提升了顾客购物满意度，实现了商场、品牌与消费者的多方共赢。

吉林欧亚商都综合体举办永生花相框制作活动

本报讯（吉林欧亚商都 杨惠雯）为深化会员服务、提升品牌情感连接。近日，吉林欧亚商都综合体V钻Club举办“手作永恒之爱，定格日月长情”主题私享沙龙。本次活动特邀8组V钻会员，共同体验永生花相框制作。

开场环节以“永恒爱意”为主题，阐释永生花所象征的历久弥新之情，并巧妙关联联合品牌BPL香薰的“以香氛表达爱意”理念，自然推动品牌曝光与情感价值传递。会员在聆听中不仅感受到品牌的文化底蕴。随后，在工作人员的指导下，会员们精心挑选花材、搭配色彩、固定装饰，与伴侣或朋友协作完成独一无二的永生花相框。现场互动频繁，笑声不断，每位会员尽情享受创作乐趣。

本次沙龙是V钻Club会员维护工作的缩影，通过高频互动、情感化设计与品牌联合，团队持续为会员提供超出预期的增值体验，进一步巩固了高端会员与品牌之间的深度链接。未来，V钻Club将继续创新服务形式，以更多元的活动赋能会员关系管理，助力品牌长效增长。

白城欧亚家电品质生活节百万补贴点燃消费热潮

本报讯（白城欧亚 陈雪）9月1日，欧亚家电品质生活节在白城欧亚购物中心正式拉开帷幕。

活动依托“百万消费企业补贴券”的重磅投放，以“品质生活、实惠到家”核心主题，推出力度空前的补贴政策。消费者可申领企业补贴券，享受高达20%的消费补贴，且单笔补贴金额最高可达2000元，激发了市场购买热情。活动启动后，市场反响热烈。博世、海尔、史密斯等知名家电品牌表现亮眼，参与本次品质生活节的多个品牌，均展现出强劲的消费活力。

此次欧亚家电品质生活节，以精准补贴为重要抓手，既让市民在家电采购中享受到真金白银的优惠，切实提升了消费体验，又为家电品牌拓宽了销售渠道。

欧亚商都举办“潮玩味来”系列活动

本报讯（欧亚商都 冯智洋）秋阳正好，笑颜如花。9月14日，为期10天的欧亚商都“潮玩味来”主题活动圆满收官。四场别开生面的赛事，不仅用潮流与趣味点燃了消费者的参与热情，更以真诚的服务与温暖的互动，收获了参与者的一致点赞。

四场赛事 激活秋日活力

首站碰碰车大赛中，大小朋友们手握方向盘，在赛场上追逐漂移，“碰撞”出激情的火花；热血投篮赛里，年轻小伙与“隐藏高手”大叔同台竞技，球不断入筐的瞬间，引得围观人群掌声连连；K歌欢唱赛的现场，有人深情款款唱着红歌，有人活力全开飙着流行音乐，点燃了全场的热情；最“硬核”的拳击玩偶赛，则成了“全家总动员”的战场——孩子为爸爸戴上拳击手套加油打气，妈妈举着手机记录爸爸“暴击拳靶”的帅气瞬间，汗水与笑声交织，连空气里都跳动着快乐因子。

每一场比赛，工作人员都化身为“氛围组”与“后勤兵”，提前两个小时到场调试设备，现场为选手们递上矿泉水；比赛间隙用拍立得记录精彩瞬间，打印后送到参与者手中；发现老人观赛疲惫，主动搬来座椅……这些藏在细节里的用心，让“服务”不再是口号，而是看得见的温度。

顾客满意 收获最高荣誉

活动尾声，几位参与者的留言，让工作人员心里涌起一股暖流。“感谢欧亚商都这一季搞的活动！每期活动都非常精彩，这也是我第一次参加商都的活动。更重要的是，工作人员都很热心，我们在参赛的同时也见证了你们的付出，谢谢你们！愿你们工作顺利，身体健康！下次活动见！”刘先生的话，道出了许多新客的心声，让老顾客的归属感跃然而上。

秋意渐浓，但“潮玩味来”的热情未散。餐饮娱乐中心也将继续打造更多贴近生活、连接情感的品牌活动，让每一次相聚，都成为消费者记忆里的“高光时刻”。

知名户外品牌Discovery探索白城首店开业

本报讯（白城欧亚 孙秀美）当晨露还未散尽，白城欧亚购物中心门前已漾起热烈景致，簇簇鲜花相拥成海，诉说着新生喜悦。9月19日，全球户外标杆品牌Discovery探索携对自然与冒险的热爱正式入驻白城欧亚，以盛大开业盛典，为白城带来首店专属惊喜。

同时，北面、探路者、探拓、MLB、马克华菲、纽亦华六大品牌相继完成扩店重装，于近日集中盛大启幕，以全新面貌与多重福利，为市民带来购物新体验。

又讯（白城欧亚 李爽爽）金秋九月，白城欧亚购物中心活力迸发，两大特色品牌“Aeon's Path 因可”与“76囍”先后启幕，为市民带来潮流消费新体验，掀起时尚热潮。

吉林省首家三叶草旗舰店在欧亚卖场启幕

本报讯（欧亚卖场 李棠）9月1日，吉林省首家三叶草旗舰店在欧亚卖场一楼千万街区正式开业，并于9月9日举办了启幕仪式，现场气氛热烈，祥狮纳福表演传递吉祥寓意，动感舞蹈秀点燃全场热情，消费者沉浸式体验品牌文化与潮流美学，近距离感受热门单品的设计魅力。

作为吉林省区域首店，该旗舰店突破传统店铺模式，以多元化穿搭场景为核心优势，店内多系列产品覆盖不同消费需求，吸引了各行业人群关注。同时，门店设计极具辨识度，尤其入口处超大型蓝色三叶草艺术装置，凭借强烈视觉冲击力，迅速晋升为消费者热门打卡点，开业初期便聚集超高人气。

通化欧亚潮宏基珠宝重装启幕

本报讯（通化欧亚 丁钰莹）9月7日14时，通化欧亚购物中心一楼商场潮宏基珠宝以全新形象重装开业。欧亚商业连锁通化区总经理于淼、潮宏基吉林省区总经理郑泽鹏、品牌总经理郭潇繁参加了开业庆典。

为回馈广大消费者的长期支持，本次开业庆典推出多项开业优惠活动：黄金每克立减120元，旧金兑换0工费0损耗，吸引了大量顾客咨询和选购。此外，品牌还精心设计了互动环节，工作人员免费向顾客派发抽奖券，并直接赠送黄金项链，将现场气氛推向高潮。

安踏冠军松原首店在松原欧亚启幕

本报讯（松原欧亚 齐孝雨）9月20日，安踏冠军松原首店在松原欧亚购物中心一楼正式开业。作为松原地区首家安踏冠军门店，店内产品覆盖户外出行、日常运动等多元场景，小到兼具透气与耐磨的运动袜，大到具备防风防水功能的户外冲锋衣、拥有强支撑性的专业运动鞋，均搭载了安踏服务国家队的同款科技，从材质到设计都围绕“专业”展开，精准满足市民对高品质运动服饰的需求。

又讯（通化欧亚 高铱阳）9月20日，安踏冠军通化首店在通化欧亚购物中心三楼商场开业。开业期间推出多重优惠活动：非国旗款商品享三件8.8折，消费满999元即赠定制雨伞，满2999元赠国旗指定款外套，满3999元更可获专属定制拉杆箱，礼品逐级升级。安踏冠军品牌的入驻，成为了市民选购运动装备的新热点。

白山欧亚比音勒芬品牌全新升级

本报讯（白山欧亚 王国琳）金秋九月，天高气爽。在这个充满收获喜悦的季节里，白山欧亚合兴购物中心绅士馆比音勒芬品牌经过1个月的重装升级，于9月8日正式焕新开业。白山欧亚董事长丁贵宾、总经理廉志强、副总经理初黎荣共同见证了这一全新篇章。

本次重装升级实现了多方面突破：店铺面积由原来的280平方米扩大至近500平方米，空间布局全面优化，划分为时尚、生活、运动、鞋品、女装五大核心区域。新引入的运动户外品类成为品牌升级的一大亮点。此外，店内还增设茶台，配备咖啡机、美甲及手部护理设备，并为顾客提供精致小食，致力于打造“购物+休闲”一体化的沉浸式体验。开业伊始，“99元团购1598元大礼包”活动备受顾客欢迎，一度引爆销售火爆，为消费者呈现高品质生活新体验。

索康尼欧亚卖场店重装开业以“太空福利舱”引领运动消费新体验

本报讯（欧亚卖场 张宇菲）9月1日，知名跑鞋品牌索康尼在欧亚卖场体服户外商场重装开业，以“太空”为主题打造沉浸式零售空间，迅速成为运动爱好者瞩目的焦点，掀起一股运动消费新风潮。

本次重装开业以“神秘太空福利舱”为核心亮点，将门店转化为一个充满科技感与惊喜感的“福利发射站”。9月5日至7日，品牌设置了多达十类福利奖品，最高可抽中价值1699元的索康尼跑鞋“胜利23”，吸引大量消费者踊跃参与，现场一位参与活动的跑友兴奋地表示：“氛围太好了，本来只是来看看，没想到既能拍照打卡，还能测试脚型，最后还抽中了运动腰包，真是收获满满！”

通化欧亚18周年庆圆满收官 多元文化活动点亮亲子欢乐时光

本报讯（通化欧亚 李文卿 郑毅 张竞弈）近日，通化欧亚购物中心18周年店庆系列活动圆满落幕。本次活动以亲子互动、创意体验、欢乐巡游为核心，推出多场主题鲜明、内容丰富的文化活动，为市民打造了一场沉浸式的欢乐盛宴。

店庆期间，三楼商场成为人气聚集地。自9月6日起，水果捞DIY、亲子手绘星球灯、知识问答、热门单品秒杀等活动轮番上演，吸引众多家庭参与。教师节当天，商场特别为教师群体准备了精美礼物和乐器演奏，传递感恩与尊重。随后，免费爆米花派送、男模互动送气球、会员抽奖及青春艺校文艺演出等活动，进一步烘托出浓厚的店庆氛围。

9月14日，通化咔咔国际艺术馆成功举办雨伞DIY绘画活动。孩子们在专业老师指导下，用画笔在空白雨伞上自由创作，绘制出独一无二的童趣作品。活动不仅激发孩子们的动手能力和想象力，每位参与小朋友还获赠包含畅玩票、射箭体验券卡、丁车优惠券等超值套票，让孩子们尽情探索更多欢乐体验。



活动现场。 毛姝睿 摄

与此同时，一场充满童趣的玩偶巡游在商场欢乐上演。大熊猫、玲娜贝儿、小丑等经典玩偶沿主通道巡游，与孩子们击掌、拥抱、合影互动，现场笑声不断。配合气球发放和免费畅玩票派送，带动淘气堡、小火车等娱乐项目体验热潮，打造温馨亲子时光。本次店庆活动不仅有效提升商场客流与人气，更通过多元互动形式强化了与顾客的情感联结。

又讯（通化欧亚 蔡志新），9月6日，通化市首届活体昆虫、爬宠科普展于通化欧亚购物中心开展。

本次科普展共计爬行类、昆虫类80余种生物。在这里能近距离观察和触摸到平日难得一见的生物种类：蜥蜴、南洋大兜虫、体色多变的捕鸟蛛等。家长们带领着孩子边玩边学，一边听工作人员讲解它们的生活习性，一边在工作人员的指导下亲身体验玉米蛇冰凉的触感、昆虫的坚硬盔甲等。此次科普展，在吸引年轻群体和家庭客群增加客流量的同时，又丰富了功能业态的组合，增强了顾客的参与感和休闲愉悦感。

欧亚卖场CHARFEN朝峰品牌举办超V回馈活动

本报讯（欧亚卖场 浦洪卫）在消费理性化与奢侈品特卖热潮的双重背景下，欧亚卖场CHARFEN朝峰品牌于9月15日至21日推出超V回馈活动，以“好商品、好服务、好生活”为核心，为消费者提供高性价比的奢品选择。

活动期间，CHARFEN朝峰推出多档到店消费满减、满赠活动，提升复购率。更通过“老带新”会员裂变奖励机制，实现新客数量23%的显著增长。品牌专区特别打造“奢品快闪空间”，结合网红打卡点，将购物转化为融合社交与休闲的沉浸式体验。活动精选国际轻奢及设计师品牌，涵盖包袋、配饰、家居等品类，满足多样化品质需求。此外，现场增设超级服务中心，提供免费皮具养护、礼品包装等增值服务，以差异化服务强化品牌竞争力。这一举措既契合消费者对“高质价比”的需求，也为区域零售企业打破同质竞争提供创新样本。

斐乐主题文化活动在辽源欧亚、梅河欧亚举办

本报讯（辽源欧亚 潘泓予）9月13日、14日，辽源欧亚购物中心服饰商场FILA斐乐品牌开展“追光而遇，与光同行”主题会员文化活动，以DIY玫瑰小夜灯与美味甜品为载体，解锁周末小确幸，深化会员联结的同时激活消费活力。

活动现场以“追光”为灵感营造温馨暖调氛围，会员及顾客在专业老师指导下沉浸式制作玫瑰小夜灯——组装灯座、粘贴花瓣，暖光精致的成品渐次诞生；搭配纸杯蛋糕、瑞士卷等甜品，甜意与暖光交织出周末小确幸。成品诞生后，FILA斐乐导购引导大家手捧小夜灯在品牌logo前合影，定格“追光”瞬间并邀请分享至朋友圈传递美好；摄影师抓拍专注与笑意，让温馨氛围更显浓厚。

又讯（梅河欧亚 刘颖）9月13日，梅河欧亚购物中心体服美食商场为助力店庆，特举办了斐乐品牌会员答谢日。当日现场热闹非凡，销售火爆。

活动邀约到现场的会员一起动手DIY郁金香花灯，亲手制作属于自己的花灯，感受自己动手制作的乐趣，用创意点亮生活。活动现场，吸引了很多顾客驻足观看，增加进店率，为梅河欧亚店庆现场营造出火热的氛围。

“双节”将至 焕新礼盒陈列迎佳节

中秋节、国庆节“双节”临近，为抢抓节日消费商机，给顾客营造浓厚节日氛围，欧亚长新购物中心二楼超市已全面启动节日礼盒筹备工作，以精心设计的陈列布局，提前点燃顾客的节日消费热情。

目前，现场核心工作聚焦于“关联陈列+礼盒搭建”两大板块。在主通道核心位置，我们已完成节日礼盒重点陈列区的初期搭建：将品质上乘的月饼礼盒、坚果礼盒、进口零食礼盒等核心商品，按照“高-中-低”层次感堆叠摆放，搭配红色丝带、节日氛围KT板等节日装饰，形成极具视觉冲击力的展示区，让顾客一进入超市就能感受到扑面而来的节日气息。

同时，我们围绕“便捷消费”理念推进关联陈列优化。在月饼礼盒区旁，同步陈列牛奶、红酒等搭配商品，满足顾客“一站式选购”需求；在坚果礼盒区域附近，增设独立小包装零食展架，既方便顾客试吃体验，也为礼盒选购提供搭配参考。

接下来，欧亚长新购物中心二楼超市将持续根据顾客反馈调整陈列细节，确保商品陈列既美观醒目，又贴合顾客节日购物需求，以优质的商品与氛围，迎接双节销售高峰。

（欧亚长新 田馨宇）

欧亚益民开展“早会能量充电站”主题活动

本报讯（欧亚益民 于洪敏）为精准赋能各层级员工、全面激活团队力。欧亚益民以“每日早会能量站，元气满满焕新颜”为主题，加速优化早会效能，力求将学习成果转化为实际工作实效。

早会活动中，趣味唤醒小游戏迅速点燃现场氛围，以游戏促凝聚让员工在轻松互动中快速进入工作状态。随后从激情问候开启每日征程，员工依次开展仪容仪表互检，确保服务形象规范统一。通过分享实用接待话术、客诉处理技巧及“老客复购引导”等实战干货，进一步聚焦一线岗位的实际需求。最后融入“击掌鼓劲”聚焦当日销售目标，让早会兼具“短、平、快”。

活动有效激发团队潜力，显著提升全岗位对客服务能力与执行效率。接下来，欧亚益民将不断突破创新，在学习中成长、在实践中提升，全面优化顾客线下体验，全力打造优质服务，为业绩提升注入强动力！

欧亚商都保卫部喜获锦旗 激励员工奋力前行

近日，一面鲜艳的锦旗被送到欧亚商都保卫部员工手中，锦旗上书“拾金不昧风格高，服务周到品德好”几个大字，这不仅是受助顾客对保卫部工作的高度认可，更是对全体人员辛勤付出的诚挚感谢。

据悉，此次送锦旗的是顾客张铁。不久前，该顾客在商都购物中遗失背包，内有2部手机、身份证及若干购物卡。在顾客万分焦急找寻物品时，听到寻物广播，来到保卫部领取遗失背包。保卫部接待人员安抚顾客急躁情绪，帮助顾客梳理背包内物品，做好问询、确认及相关领取手续。经过温暖的语言安抚、周到的文明服务，使顾客快速的缓解了紧张情绪，愉悦的领取物品，并再三感谢员工的周到服务和拾金不昧。

面对荣誉墙上的一面面锦旗，员工纷纷表示：“这些锦旗既是对我们过去工作的肯定，更是一种鞭策和激励。在今后的工作中，我们将继续坚守岗位，不断提升服务质量，为消费者做好服务，为安全保驾护航。”

（欧亚商都 马清涛）



获赠的锦旗。马清涛 摄

辽源欧亚召开15周年店庆筹备工作汇报会

本报讯（辽源欧亚 综合部）9月18日，辽源欧亚购物中心召开15周年店庆筹备工作第一次汇报会，辽源欧亚领导班子、中层干部参加会议。

会上，营运部、各业态商场、综合部先后汇报了辽源欧亚15周年店庆的营销方案、宣传措施、备货情况、促销计划、文化活动等相关工作，辽源欧亚总经理王延与各部门研讨方案细节，并给予充分指导。

王总指出，辽源欧亚15周年店庆是下半年一次重要的营销活动，此次店庆辽源欧亚与欧亚超市连锁和宁店双店同庆，在规模上升级、影响力上增强、惠民范围上扩大，将赋予15周年店庆全新的营销效果，各商场会后要立即召开供应商会、店长会、员工动员会，层层落实店庆任务，扎实推进店庆各项工作的落地。

珲春欧亚全方位开展12周年庆系列培训

本报讯（珲春欧亚 综合部）欧亚延百购物中心12周年店庆，为了店庆的顺利开展，切实提升员工整体服务品质、保障经营安全与活动宣传，珲春欧亚组织全体员工开展多场专项培训，覆盖四防安全、收银业务、现场规范、服务管理、营销宣传、人力资源等12周年店庆系列培训，为周年庆期间的运营品质与优质服务夯实基础。

培训根据企业运营实际需求，分板块有序推进。在安全保障方面，重点开展消防器械的使用实操与四防安全知识培训，通过理论讲解与现场演示结合的方式，让员工熟练掌握灭火器、消防栓等器械的操作流程，明确各类安全隐患的排查要点与应急处置方案，切实筑牢商场安全防线。

在收银业务能力提升上，针对收银员开展业务知识专项培训，内容涵盖收款流程规范、常见问题处理、营销活动推广技巧等，进一步提升收银服务的准确性与高效性；同时建立收银应急预案，成立后勤收银梯队并开展应急性培训，避免因收银员不足导致的顾客长时间排队情况。

营业现场规范从环境卫生、员工仪容仪表、服务用语到商品陈列、售后处理等细节入手，明确标准、统一要求，助力提员工升整体服务形象。此外，还专门解读培训12周年庆营销活动方案，详细说明活动规则、促销政策与执行流程，确保各岗位员工清晰掌握，以便更好地向顾客介绍、引导消费。

此次系列培训，不仅提升了员工的专业能力与安全意识，也为珲春欧亚12周年庆活动的顺利开展提供了有力支撑。珲春欧亚将以此次培训为契机，持续强化内部管理与员工的专业素养，不断提升服务质量与经营水平，为消费者带来更优质、更安全的购物体验。

MLB会员独家DIY配饰活动在欧亚卖场举办

本报讯（欧亚卖场 曾光）教师节期间，国际潮流品牌MLB（美国职业棒球大联盟）于欧亚卖场推出会员专属DIY配饰活动，邀请新老会员共同体验饰品定制乐趣。

区别于传统零售模式，MLB此次将重点放在沉浸式体验与情感联结上。为会员提供当下热门饰品素材与多元潮流色彩选择，激发会员创造灵感，无论是打造吸睛的“果冻脑袋”造型，还是创作仅此一件的专属配饰，皆可跳出同质化穿搭框架，迅速成为焦点。

值得关注的是，本次品牌DIY活动欧亚卖场是吉林省唯一限定门店，凸显品牌对欧亚卖场的重视。未来，MLB将继续借力世界最大零售购物中心的平台优势，深化“品牌+欧亚卖场”的强强联合，进一步放大街头潮流影响力，给消费者带来更多新鲜玩法。

欧亚汇集当当城开展岗位练兵活动


岗位练兵活动现场。刘洋 摄

本报讯（欧亚卖场 郑宝艳）为进一步提升员工专业素养与服务水平，筑牢儿童安全守护防线，打造家长信任、儿童喜爱的体验场所，8月末，欧亚汇集当当城组织全体员工开展2025年度岗位练兵活动，通过培训交流、实景模拟、实操考核、现场问答等形式，全面夯实员工业务技能。

本次岗位练兵设置三大竞赛，包括场馆公开课展示、应急安全处置、场馆知识考核，采用“实操+互评”的模式，将员工分组投入到真实的运营场景中，由管理人员从多个维度进行评审，确保员工在演练中得到提升。

日出江湖阔 欧亚共朝晖

吉林欧亚商都解放店举办观赏日出活动

本报讯（吉林欧亚商都 赵雨葳）9月13日，吉林欧亚商都解放店顾客关系营业部举办观赏日出活动，众多会员齐聚松花湖，共赴这场与晨曦的浪漫约会，在波光与山色间，留下了一段难忘的美好记忆。

活动当日凌晨，夜色还未褪去，会员们便怀着期待的心情陆续抵达松花湖风景区。为了让会员拥有最佳体验感，度假区特别开通专属行车通道。走进松花湖游船，朦胧夜色中，湖面像铺了块揉皱的黑丝绒，松花湖如一条沉睡的巨龙，轮廓若隐若现，远处的山峦连绵起伏，与湖面相互映衬，静谧而神秘。

船程30分钟，我们到达了最佳观赏点珑曦屿，天边已泛起了鱼肚白，东边的天际线逐渐被染成了橙红色，如同一幅徐徐展开的水彩画。伴随着山间升腾起的云雾，会员们纷纷登上观景台，架起手机，准备记录下这一震撼瞬间。现场氛围热烈而又充满秩序，大家不时交流着对日出的期待，分享着自己此前观赏日出的经历。

随着时间推移，太阳渐渐露出了小半边脸，红彤彤的，柔和的光线洒在湖面上，将湖水染成了一片金黄。刹那间，太阳猛地一跃，挣脱了地平线的束缚，万道金光喷薄而出，照亮了整个松花湖。湖面波光粼粼，仿佛撒满了碎金，远处的山峦被镀上了一层金边，如梦如幻。会员们被眼前的美景深深震撼，纷纷发出惊叹，快门声此起彼伏。

“这次松花湖日出观赏活动太棒了！能和这么多志同道合的朋友一起欣赏到如此绝美的景色，真的很难忘。”会员李女士兴奋地说道。“作为会员，享受到这样专属的服务和体验，感觉特别暖心，也让我对欧亚的归属感更强了。”

除了观赏日出，我们还贴心地为会员准备了早餐包。在欣赏完美景后，会员们围坐在一起，品尝着美味的食物，分享着彼此的感受，进一步增进了彼此之间的交流与情谊。我们还聘请了专业的摄影师，用无人机和相机为本次活动记录存档，也为会员们拍下了人生照片。

首城首店 温暖启新 蔻缇娅女装入驻四平欧亚

本报讯（四平欧亚 王宁）金秋九月，凉意渐生，四平欧亚购物中心却热度攀升——9月7日，来自厦门的知名女装、“首城首店”品牌蔻缇娅重磅入驻，为四平市民带来秋日里的时尚惊喜。

蔻缇娅始终以“高品位时尚”为定位，不仅精准契合了英城人民对温婉风女装的需求，更进一步丰富了商场女装品类的多样性。

卡尔美强势入驻乌兰欧亚

本报讯（乌兰欧亚 塔娜）9月7日，知名运动品牌卡尔美正式入驻乌兰浩特欧亚购物中心。

开业当日，乌兰欧亚商场内卡尔美专柜前人潮涌动。优你梦女装、柒牌男装、源味之道、崔喜强小铝盆烤肉等数十家各行业的商家，都表达了对卡尔美盛大开业的美好期许。店内丰富多样的运动产品，从专业的足球、篮球装备，到时尚的运动服饰、运动鞋履，一应俱全，满足了不同运动爱好者的需求，现场呈现出一片购销两旺的火爆景象。

源生堂精准养发入驻欧亚汇集

本报讯（欧亚汇集 郭亚楠）源生堂精准养发于9月初正式入驻欧亚汇集1楼，为广大消费者带来专业、系统、高效的头发健康管理服务。源生堂品牌秉承“天然养发，科技护发”理念，依托现代头皮健康管理技术和天然植物成分，提供包括生发、养发、护发、受损发质修复、头皮抗衰等在内的全链路服务。

金蝉窗帘东丰欧亚店开业

本报讯（东丰欧亚 刘洋）9月12日10时58分，在东丰欧亚购物中心9周年店庆活动启幕的重要时刻，金蝉窗帘东丰县首城首店盛大开业。

金蝉窗帘被业内称为“家居装饰界的隐形冠军”，连续12年蝉联中国窗帘十大品牌殊荣，此次入驻东丰欧亚三楼，营业面积346平方米，装修期间已得到众多消费者期待与关注。通过前期线上线下同步宣传，开业当天，到店即送伴手礼，签约更享折上折，砸金蛋等活动，成功吸引百余名顾客到店。

辽源欧亚羽毛球馆 点燃城市运动激情

本报讯（辽源欧亚 刘晓洁）9月9日，酷动羽毛球馆完成蜕变，在辽源欧亚购物中心五楼家居馆正式开业。

球馆营业面积849平方米，在硬件设施上，球馆采用专业防滑地板、侧面蜂窝防眩无影灯的设计，全场还配备中央空调、超大的淋浴间，为球友们提供了极大的便利。高端的场馆硬件配备使其在短期内迅速成为城市体育文化的新地标，为辽源市民带来了全新的运动体验。

欧亚新发开展会员节专项培训

本报讯（欧亚新发 综合办）9月2日，欧亚新发综合办特别组织各商场、部室开展《通过服务附加值留住顾客，但附加值可以很高》专项服务培训。通过精准赋能，助力员工深化服务认知，以高品质的服务助力会员节。

本次培训聚焦“服务附加值”，结合零售行业服务案例与商场实际运营场景，剖析“服务为何是留住顾客的关键”。培训中明确提出，在商品同质化趋势下，基础服务已成为行业标配，而高附加值服务才是突破竞争、赢得顾客认可的核心竞争力。这与欧亚新发“以会员为中心，传递文化温度”的理念高度契合，培训通过“正反案例对比”“服务场景模拟”等，引导员工思考日常工作中的服务优化空间，让员工在交流中掌握可落地的服务技巧。

欧亚包百开展私域运营专项培训

本报讯（欧亚包百 鲁学莉）9月9日至10日，欧亚商业连锁包头区特邀超市168创始人朱新平老师，量身定制私域运营专项培训。欧亚商业连锁包头区总经理路廷辉，副总经理、超市总经理贾元峰，计算机信息技术总监、超市副总经理周春林，及人力资源部、计算机中心、营销部负责人，各门店卖场经理与主管，共120人全程参与。

培训精准聚焦私域运营核心痛点，既系统讲解“吸粉难”的破解方法、爆品选品逻辑与实操路径，也针对抖音账号定位、店铺装修及视频号矩阵式营销提供落地指导，并组织实操练习。现场通过分组PK确定核心大单品，团队围绕其卖点制定促销方案，计划以两天“员工自用+分享带货”模式实现业绩10倍增长；同时配套出台销售奖励机制，召开促销动员大会，全员以“包百好妈妈优品大卖”的高昂士气结束培训。

欧亚卖场体服户外商场开展管理人员专项业务培训

本报讯（欧亚卖场 娜仁高娃）9月1日，欧亚卖场体服户外商场组织开展了为期一周的管理人员业务培训。本次培训以“数据化运营实战”为核心，紧密结合商场实际运营需求，着力推动管理人员从经验型向数据驱动型转变。

培训过程中，业务经理结合商场月度销售数据，系统拆解了客流分析、品类销售占比、库存周转等关键指标，通过真实案例引导管理人员识别经营短板、挖掘业务潜力，并制定精准调整策略。此外，培训还涵盖现场业务操作等实用内容，全面夯实了一线管理基础。

辽源欧亚组织员工急救培训 提升现场应急处理能力

本报讯（辽源欧亚 综合部）9月15日，辽源欧亚购物中心应辽源市卫健委要求，邀请辽源市中医院两名医师，在客服中心对现场员工进行人员急救技术的培训，辽源欧亚各业态商场管理者组织部分鼓干员工参加了现场急救培训活动。

受邀医师通过医模演示，向员工教授了人员急救疹测、人工呼吸方法、心肺复苏技术等急救措施，大大提高了员工应对突发医疗事件的处置能力，能够在第一时间为前来购物的消费者提供充分的医疗应急保障，增强商场服务能力，增强了消费者到辽源欧亚休闲购物的安全感。

九月 与青春撞个满怀



九月的风还裹着夏末的燥热，却已悄悄捎来一丝凉意。校园里的梧桐叶开始泛黄，蝉鸣渐弱，而年轻的身影却愈发喧闹——又一年开学季，像一场蓄谋已久的相遇，将无数个“我”推搡着、簇拥着，撞进同一片青春的汪洋。

行李箱的滚轮在水泥路上碾出细碎的声响，新生们拖着大包小包，眼神里写满忐忑与好奇。他们站在校门口张望，仿佛站在一个巨大问号的起点。而老生们早已轻车熟路，抱着课本从身旁掠过，衣角带起一阵风，仿佛在说：“看吧，这就是你要征服的战场。”

宿舍的第一次夜谈总是热闹的。来自天南地北的方言在黑暗里交织，分享家乡的特产、高中的糗事，甚至对未来的幻想。而窗外，月光正静静爬上晾衣绳，将迷彩服、白衬衫的影子拉得很长，长得仿佛能延伸到四年后的毕业典礼。

图书馆的座位开始紧俏起来。晨光中，有人啃着面包翻动书页；暮色里，台灯的光晕在玻璃窗上连成一片星河。九月的阳光斜斜地照进来，将书架间的灰尘照得无所遁形，却照不亮那些藏在习题册下的心事——关于绩点、社团，或是某个擦肩而过的背影。

操场是最具生命力的地方。军训的方阵正踢着正步，口号声震得云彩都晃了神；篮球场上，球鞋与地面摩擦的尖叫声此起彼伏。偶尔有落叶飘过跑道，被少年的鞋底碾碎，发出轻微的“咔嚓”声，像时间打了个小小的喷嚏。

九月是慷慨的。它把陌生变成熟悉，把孤独变成同行，把“我”变成“我们”。它让每一个走进校门的人，都从行李箱里掏出崭新的自己，抖落一路风尘，然后笑着说：“喂，未来，我准备好和你过招了。”

（欧亚商都 云韬）

一份责任 一份信念

作为2025年长春航空展便民服务指定运营单位，欧亚卖场迅速抽调各部门精兵强将组建成志愿者团队，于9月13日至23日全力投入航展保障工作。

因航展展位布展安排调整，原定13日、14日的进场铺货工作延后，团队需在1天内完成3天工作量，确保16日预演前完工。面对运力短缺、库房偏远、无专业运输工具等难题，志愿者们主动将私家车、借来的面包车当作运货车，大小车辆齐上阵，尽可能多装货物。货物外包装带灰、私家车被剐蹭，大家皆无暇顾及，一心只想“多拉快跑，赶早完工”。

铺货现场，上货、摆货、录入商品信息各环节紧张有序。展区美食区初期无法提供餐食，志愿者们左手持面包、右手忙工作，仍保证货架整洁、货物陈列精美，展现出过硬业务能力与奉献精神。

长春秋季深夜气温降至个位数，夜班保卫人员坚守巡视岗位。因工作时间不固定，部分志愿者忙到22时公交收车，只能打车回家。尽管满身汗渍与灰土、身体疲惫，他们脸上仍洋溢着真诚笑容，胸前的欧亚卖场工作证在月色下格外耀眼。全体欧亚卖场和欧亚汇集的志愿者以“做内行，在现场，敢担当”九字箴言为信念，将全力以赴，圆满完成航展便民服务保障任务！

（欧亚汇集 高于飞）

在储备店长训练营成长的12天

12天的超市储备店长训练营生活，于我而言，是一场知识与实践交融、个人与团队共奋进的成长之旅。从初入训练营的懵懂，到结营时对未来工作的清晰认知，为未来的工作与发展筑牢了基石。

一、知识体系：从零散到系统，构建运营蓝图

在课程学习中，专业知识如拼图般一块块补齐，构建起超市运营的完整蓝图。财务管理课程里，从报表解读到资金流转把控，让我明白数据背后是门店盈利的关键逻辑；生鲜运营课程中，损耗控制、供应链管理等内容，解锁了生鲜经营的“密码”。过去，我对超市运营的认知停留在表面流程，如今，能从采购、销售、库存管理等全链条视角去思考。这些系统知识，就像为我配备了“导航系统”，未来面对门店运营问题，可精准定位、高效解决，为科学决策提供依据。

二、团队协作：从个体到集体，凝聚奋进力量

在拓展训练营里，我们经历了奇妙的转变：起初大家分散各处，带着不同想法而来，随着训练推进，逐渐凝聚成团结一心的集体 。从个人单打独斗，到学会相互支撑、携手奋进，突破诸多看似“不可能”的挑战，在从无到有的成长中，读懂团队力量，也觅得前行底气，这股劲儿，定能注入未来工作，助力我们攻坚更多新“不可能”。

三、管理思维：从执行到规划，拓宽发展视野

课程中的管理模块，为我打开了全新视野。从团队激励策略，到人才培养体系，让我从单纯的“执行者”思维，向“管理者”思维转变。学会了不仅要关注“做什么”，更要思考“为什么做、如何做得更好”。比如在门店管理规划中，要从长远角度布局，考虑人才梯队建设、顾客忠诚度培养等。这种思维升级，让我明白储备店长的职责不只是完成当下任务，更要为门店可持续发展“谋篇布局”。未来，我会用更具前瞻性、系统性的管理思维，引领团队、规划工作，助力门店在激烈竞争中站稳脚跟、谋求突破。

12天的学习，也是自我审视的过程。通过理论考试、实操考核、日常表现评估，我清晰看到自身的优势与不足。优势让我在工作中找到发力点，不足则成为成长的“靶点”。把所学融入日常，在解决实际问题中迭代成长，朝着专业、优秀的超市管理者目标稳步迈进，让这段训练营经历真正成为职业腾飞的“助推器”。

（欧亚超市连锁净月一店 贾雪）

用服务赢得口碑

民心如海，点滴汇聚成浩瀚，服务如山，寸土累积成巍峨。热情服务即是良好口碑的蓄水池，也是社区超市运营的源动力。导购员在服务群众的最前沿，是良好口碑的奠基人，这口碑是来自每一次俯身倾听，来自每一次专业推荐。与大型商场不同，社区超市少了些精致多了些人间烟火气。周围的经常光顾的顾客给店里的员工起了各式各样的昵称“小胖丫头”、“高个小伙”，听到这样的称呼让我们感觉到周围的顾客已经把我们当成了相识多年的邻居，无话不谈的好友。

张春荣是欧亚北山店的一名普通导购员，负责米面油的导购服务。超市所在的周边老年人较多，其中82岁的郭女士就是一位独居老人，她无儿无女，生活困难。张春荣在日常服务中注意到郭女士的情况，主动关心她的生活，时间一长两人成了一对忘年交。

一天，郭女士因身体不适需要去医院就诊，但由于年事已高，行动不便，加上天气不好，她独自一人站在超市门口发愁。张春荣看到后，主动上前询问情况，得知郭女士需要挂号却无人陪同，她毫不犹豫地说：“阿姨，我下班了，我替您挂号去！”当时正下着小雨，张春荣没有犹豫，冒雨替郭女士前往医院帮她挂号，中途还因为郭女士提供的身份证号少了两位，她又返回超市与郭女士又反复确认。在张春荣的帮助下，郭女士终于得到了及时医治。事后，郭女士感动的几度落泪。

张春荣的行为不仅赢得了顾客的信任，也为企业树立了良好的社会形象。张春荣的故事证明，导购员不仅是商品的推荐者，更是企业与消费者的纽带。她的行为不仅帮助了他人，也为企业带来了无形的价值。

（吉林欧亚商都 唐鑫）

从“交易终点”到“需求起点”

“以前算准每一笔账，现在读懂每一份心。”曾有十年收银经验的我如今正耐心细致地接听每一通电话，现场为顾客解答每一个问题。从敲击收银键盘到接听客服热线，我用一个月时间，完成了从收银岗到客服岗的职业转身。回首这一个月历程，心中满是感慨与欣慰，因为在这里，我不仅找到了职业的方向，更感受到了自己的价值。

以前是双手接过商品，现在是用心接过诉求。初入客服部门时，我怀揣着忐忑与期待。忐忑的是，面对形形色色的消费者和千奇百怪的问题，我能否应对自如，是否能为消费者解决问题。期待的是，我渴望在这个全新的领域中证明自己，为他人带来帮助。然而，真正踏上这个岗位后，我才深刻体会到客服工作的复杂与挑战。每一个电话、每一条信息背后，都可能隐藏着消费者的焦急、不满甚至愤怒。有时，面对情绪激动的消费者，我也曾感到委屈和无助，但我知道，作为客服人员，我的职责就是倾听他们的声音，解决他们的问题。懂得“先接住顾客的情绪，再解决问题”这样解决会更高效。

每一次与消费者的交流，都是一次心灵的沟通；每一个问题的解决，都是一次自我价值的实现。在这个岗位上，我不仅学会了如何与不同性格的人打交道，还锻炼了自己的应变能力和解决问题的能力。更重要的是，我收获了消费者的信任和认可，这让我感受到了前所未有的满足和快乐。

有人说客服是商场的“问题中转站”，但对我而言，这里更像是一座“连心桥”。从解答问题、指引店铺位置，到处理退换货纠纷、帮助寻找走失的亲友，每一件看似琐碎的小事，都关系着消费者的心情。每当听到消费者说“谢谢，帮我省了好多事”，我就知道，这份在烟火气里坚守的平凡，自有它的价值——用我的一份用心，换消费者的一份安心。

如今，我越发觉得客服部门就像一个温暖的大家庭，大家相互帮助、相互支持，共同坚守着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，为这个目标而努力奋斗。在这里，我找到了归属感和成就感，也更加坚定了自己在这条道路上走下去的决心。

未来的路还很长，我将继续怀揣着对客服工作的热爱和执着，不断提升自己的专业素养和服务水平，用更加热情、周到的服务去帮助更多的消费者解决问题。

（欧亚卖场 吴爽）

从专业铸就服务典范 用匠心守护商都荣光

在刚刚落幕的欧亚商都会员节期间，收银部作为直接面向顾客的服务窗口，全员以高度的责任感与专业精神投入工作，圆满完成了各项收银工作。这场实战历练让我们深刻体会到：专业是服务的根基，细节是信任的纽带，温度是品牌的灵魂。我们以专业为刃，在收银岗位上刻下了属于欧亚人的服务印记。

会员节筹备阶段，收银部以“三阶预演”夯实服务基础。第一阶，技能强化。通过组织业务知识、服务礼仪等专项培训，以及业务案例分享会，确保全员对活动内容及各券种使用规则“一口清”，复杂业务咨询实现“30秒精准应答”；第二阶，流程优化。在客流量较多的商场增设“临时款台”，通过员工主动疏导，形成“快进快出”的结账动线，客流高峰期疏导效率提升40%；第三阶，设备保障。收银部提前5天完成全渠道支付终端检测，包括收银机器和各种pos机，实现会员节期间交易零故障。

活动期间，我们用专业与温度赢得顾客认可，耐心解答顾客的疑问，收银工作严格执行“双核机制”（收银员自检+主管复核），同时，收银团队通过“弹性排班+动态补位”机制，实现零积压、零投诉。

会员节圆满收官，我们深知，专业不仅是操作精准，更是对顾客需求的深度共鸣，收银部将持续为欧亚商都提供全渠道支付中枢的坚实保障。

（欧亚商都 胡媛慧）

温暖的相遇

9月14日一个阳光明媚的下午，松原欧亚五楼运动户外商场迎来了一位特殊的顾客——一位盲人大哥。他戴着墨镜，手拿着盲杖，小心翼翼地走出直梯。他的脸上带着温和的笑容，却难掩一丝紧张，拘谨的站在出口处。松原欧亚购物中心牧吉岛售货员杨秀艳发现直梯口站立的大哥，立刻走上前去，轻声问道：“大哥，请问有什么可以帮您的吗？”盲人大哥微微抬起头，声音有些紧张地说：“请问耐克品牌在哪？”杨秀艳立刻扶着他的盲杖，说：“大哥，请跟我来，我带您过去。”杨秀艳稳稳地托着盲杖一端，走进耐克店铺。松原欧亚耐克店长王晓兵立刻迎上来，扶起盲人大哥到休息区坐下。他没有大声说话，只是轻轻介绍每款运动鞋的款式、颜色、材质；“大哥，这款跑鞋是深灰色的，鞋底用了软弹科技，您摸摸这触感。”盲人大哥的手指慢慢滑过鞋面，脸上渐渐绽开笑意。店长细心的为盲人大哥试穿、绑鞋带，慢慢的行走感受鞋的舒适度。

结账过后，店长细心地帮盲人大哥装好鞋，还告诉他一些关于鞋保养的小窍门。我们边说边扶着盲人大哥走下直梯，走出正门，同时帮他叫了一辆出租车，并叮嘱司机要小心照顾。我站在旁边看着这一切，心里暖暖的。阳光透过玻璃窗洒在他们身上，杨姐和王晓兵的脸上带着真诚的笑意，盲人大哥的笑容也像绽放的花朵。原来，温暖的相遇就是这样一一句问候、搭把手，虽简单却暖人心。当我们带着真挚热情和诚意对待每一位顾客，商场便超越了一个单纯的购物场所，摇身一变成为了一座温馨的港湾与情感的坚固桥梁。当商场被真挚的热情和诚意填满，它便成为了人们生活画卷中一道亮丽的风景线，承载着无数的温暖与美好，让我们的心灵在此找到了栖息之所。

（松原欧亚 郭梅丽）

以心为炬 暖客同行

在欧亚卖场，我们常遇到这样的场景：顾客抱着熟睡的孩子，手忙脚乱地找母婴室，我会立刻上前指引，顺手帮着拎起散落的购物袋；老人对着智能支付界面犯难，我会耐心讲解帮助操作步骤，直到看到他们顺利完成支付后的安心笑容；遇到行动不便的顾客，我会主动上前接过重物，护送至乘车点，帮助顾客把东西放到车上，让顾客满意离开。这些看似平常的小事，在我看来却是“全心全意为消费者服务，善始善终对消费者负责”最直接的体现。不是一句口号，而是设身处地为顾客着想，是把“顾客的需求”当成“自己的事”来办。

我始终记得，有一次一位顾客不慎将包遗落在休息区，我在巡场的时候发现，打开包看到里面有身份证，我第一时间联系客服中心，查询顾客电话，并立刻联系顾客。当时顾客在电话里情绪很激动，因为包里面有很多重要的证件和现金，很是着急，而且不知道遗落在哪里了。我安抚顾客，并告知顾客我所在的位置。当顾客匆匆赶回，拿到完好无损的包时，反复说着“没想到欧亚这么负责”，那一刻我深深感受到：我们多一分主动，顾客就多一分安心；我们多一分用心，就能让“欧亚”这两个字更有温度。

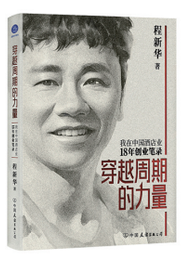
“静心尽力，诚实守信，勤俭善持，团结互助”的欧亚精神，早已融入我们每一位员工的日常。作为管理人员，我更会以身作则，带领团队把“乐于助人”刻进服务细节里——不推诿、不敷衍，主动问、及时帮，让每一位走进欧亚卖场的顾客，不仅能买到心仪的商品，更能感受到家人般的关怀。

因为我知道，每一次帮助，都是一次温暖的连接；每一份用心，都是在为“欧亚精神”添砖加瓦。而我们，永远以“欧亚人”的身份，守护着这份与顾客之间的信任与温情。

（欧亚卖场 赵妍）

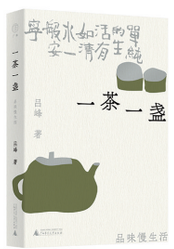
书香欧亚

书名：《穿越周期的力量：我在中国酒店业18年创业笔录》
著者：程新华



本书是中国连锁酒店业领军人物、东呈集团董事长程新华18年酒店业创业历程的深度记录与心路呈现。书中，他系统梳理了自己带领东呈集团，从一家地方性企业成长为全球酒店14强行业标杆的商业实践、管理智慧与人生哲学，呈现了在不同的消费周期中，面对变幻莫测的市场风向，他们是如何保持聚焦、把握准绳的？掌舵集团化企业，程新华在战略规划、管理模型、商业模式、团队培养与价值观塑造等方面又有哪些创新实践？程新华在本书中对自己商业与人生的坦诚记录，为创业者与管理层提供了有益启示。

书名：《一茶一盏：品味慢生活》
著者：吕峰



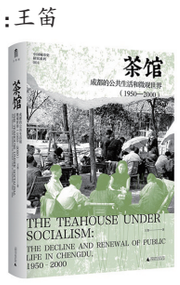
36种茶，与每一种茶的相遇都是缘分，都值得记录。本书是一本诗意书写、兼具雅趣与知识性的茶文化随笔，一次行走茶山、遍访名茶的深度人文记录。作者行走于中国各地的茶山之间，记录动人茶人茶事：呼伦贝尔篝火旁的老茶人、神农架古寺里的制茶僧、洞庭湖畔的茶农……品茶，也品人间冷暖与尘世温情。从“生活、闲情、故人、万物”四维出发，发现一盏茶里蕴藏的慢生活智慧；在龙井的鲜爽、普洱的醇厚、白茶的恬淡中，疗愈心灵，重拾生活诗意；更融入茶器雅趣与千年茶俗，领略中华茶文化精髓。

书名：《袁枚的讲究——趣读<随园食单>》
著者：林卫辉



本书是一部解读清代美食家袁枚及其经典著作《随园食单》的作品，精选食单中 40 余道菜肴和茶酒，从粤菜的鲜、官府菜的雅，到武夷山茶、兰陵酒等，呈现一席惊艳无比的随园宴。从食材甄选到烹饪技法，解析袁枚的饮食哲学，看他如何将生活美学融入一饮一食。冒死吃河豚的同窗好友蒋和宁、获康熙御赐豆腐秘方的老宠臣、与之惺惺相惜的郑板桥……全书串连起袁枚与30多位名士的宴饮轶事，描绘他辞官隐居后以随园展开的社交生活，透过名士宴饮看清代官场与民间的社交生活，是清代文人的雅致生活范本。

书名：《茶馆：成都的公共生活和微观世界（1950—2000）》
著者：王笛



茶馆是成都传统文化与日常生活的一部分，当地人习惯在那里打麻将、掏耳朵、约会、看戏等。作者通过考察20世纪下半叶成都的茶馆，探究大众文化以及公共生活的兴衰起伏，从而透视中国社会半个世纪的剧变。书中，作者将历史人类学和社会人类学的方法结合起来，利用档案材料及田野调查，聚焦茶馆业主、顾客、艺人、掏耳匠等底层人物，以白描式的手法勾勒他们在茶馆这一公共空间的喜怒哀乐、命运抉择，从而展现出一幅饱满、立体的城市生活图景。通过本书，可以重新触摸一座城市的历史与记忆。

银杏书签

一树银杏在西风里翻开自己
将体内储藏的阳光逐页展现
我路过时，它正撰写致敬大地的信札
用扇形笔尖蘸取秋日的颜色
某个清晨
所有词语褪成金箔
在枝头等待一场远行的邮差
向大地宣扬秋天的故事
我拾起最轻盈的一枚
脉络里藏着时代的隐喻
当月色浸透叶脉的经纬
才发现每道褶皱都是未抵达的远方
如今，它躺在三星战略的第41页
成为被共识的奋斗标本
直至某夜文字纷纷列阵高飞
沿着成长轨迹成为雁阵

（欧亚商业连锁 张娜）

商都礼赞

——献给国庆的零售人之歌

当玻璃窗吞吐晨光，
我们为货架系上绶带
美酒与丝绸共舞，
手机里正直播
天安门广场的云开。
晨光在自动门间流转，
我们为货架系上红绶带
佳酿与丝绸共舞，
电视屏幕里，
天安门的朝阳正缓缓升起。
收银台前的山河，
扫码枪嘀出《我和我的祖国》，
每个条形码都是待检阅的方阵，
老人用退休金称量幸福，
孩子把购物车推成
复兴号的形状。
夜班车的星光，
打烊时清点星光，
POS机吐出整条银河，
我们搬运的不只是商品，
是哈大高铁穿过冻土带的倔强，
是长白山人参
在礼盒里继续生长。
永不关机的服务台
国庆值班表上，
指纹印成小小的五角星，
监控屏幕里，
十四亿个购物袋正组成
新的长城——
我们站在收银线这端，
把每声谢谢您
都报成
祖国的生日礼。

（欧亚商都 佟柠）

国庆颂歌

金秋十月赤旗扬，万里山河披盛装。
铁甲生辉迎旭日，银鹰列阵破穹苍。
山河壮丽展鸿图，岁月峥嵘砺剑锋。
北斗巡天连玉宇，蛟龙探海跃沧浪。
长安街上雷霆动，观礼台前虎贲昂。
长剑倚天寒敌胆，东风卷地镇豺狼。
稻翻金浪千畴秀，城焕霓虹万户昌。
七五征程歌未竟，复兴路上再启航。

（通化欧亚 左萍）

中秋国庆感怀

明月几时有？今夕更团圆。
欣逢华诞国庆，灯火映欢颜。
欲问蟾宫仙子，可美人间盛世，歌舞正翩跹？
丹桂香盈袖，瑞气满山川。
旌旗展，笙歌沸，夜无眠。
金瓯永固，千里共庆此丰年。
心系家国夙愿，情寄星河璀璨，四海盼平安。
但愿人长好，岁岁似今天。

（欧亚商都 马佳俊）

东丰欧亚9周年庆圆满成功

（藏头诗）

东丰欧亚九载欢，丰功载誉客常满。
欧风惠普千家乐，亚光璀璨映欢颜。
九载耕耘结硕果，周年庆典众人观。
年年进取声名远，庆典辉煌喜气漫。
圆满今朝同举盏，满堂喝彩贺声喧。
成就斐然昭日月，功德长留百姓间。

（东丰欧亚 于丹）

欧亚新发会员节欢歌

会员佳节聚知音，舞韵华章展风采。
宠爱好礼诚意满，服饰商超惠不停。
百福集章添雅趣，线上打卡热度升。
社群欢歌连情谊，欢声笑语满厅堂。

（欧亚新发 崔诺瑛）

梅河欧亚 双节同辉

在金风与桂香交织的路口
梅河欧亚，奏响筹备的前奏
如一位精心梳妆的佳人
为中秋与国庆的盛典守候
货架似沉默的卫士列队
商品如璀璨星辰就位
月饼堆起团圆的小山
红旗舞动爱国的潮水
工作人员的身影匆匆
热情似火，温暖每寸时空
策划着活动，构思着优惠
只为给人们一场欢乐的相逢
中秋的月，是思念的邮筒
将牵挂送往万户千家中
国庆的歌，是奋进的号声
让梦想在这片土地上葱茏
梅河欧亚，热闹在悄悄聚拢
等待着人们，来把喜悦采撷
在这月满中秋、喜迎国庆的时候
共赴一场购物与欢乐的约会

（梅河欧亚 李喆）