



商业公司年中庆 助力双节促增长

本报讯 今年端午节期间恰逢父亲节，又值半年即将结束，6月20日-22日，商业公司以“年中大庆 大谢三天”为主题开展系列活动，进行年中庆促销，助力端午节、父亲节，回馈广大消费者，充分营造节日氛围，抢抓市场，带来销售显著增长。

创新促销方式，经济、社会效益双提升
会员年中享豪礼，Apple Watch任你拿。本次活动以满赠的方式回馈顾客礼品，重点是在礼品的选择上，充分适应区域市场，采取了两套赠品的方案，在各门店大力推广下，很好的融入到整个营销环节，赠品非常受欢迎，赠送现场火爆，顾客参与度极高，达到预期效果。

最红年中庆，服饰鞋包免费领。百货类促销突破满赠、买送、满额送券的模式，首次推出了服饰鞋包“免费领”的促销方式，各品牌参与度极高，给顾客带来一种全新的购物体验。本次“免费领”活动共计发放商品3000多件，为百货类客单价及销售额的大幅增长发挥了重要的作用。

半年半价，重磅来袭。超市类特推出部分商品“半年半价”回馈顾客，百种商品5-8折销售，主力蔬菜水果半价抢购。黄金珠宝、精品日化、钟表眼镜等全场配合促销！各门店超市类“半年半价”商品一条街，对促销品集中陈列，营造销售氛围，带动超市整体销售。



免费代包粽子。端午节前夕，各门店便着手准备现场包粽子活动，特别推出“免费代包粽子”服务项目，一是服务顾客，为顾客提供便利，提升顾客满意度；二是自产自销，提升利润空间，新玛特购物广场单店自包粽子日销售近2000元。各店同时推出“包粽子大赛”与顾客互动，得到了顾客的积极参与。

父爱如山，爱要大声说出来！结合父亲节，首次推出“父爱如山，爱要大声说出来”互动活动，给予顾客一个感动的节日。各门店都推出了现场采访视频

集锦，并通过微视频、微信、电视台、现场播放等形式宣传推广，营造日百父亲节文化营销的氛围，取得了较好的社会效益。

多渠道宣传推广，杜绝“哑巴”促销
活动的开展，宣传推广是至关重要的环节，统一宣传元素设计，各门店推广使用，做到了整体形象统一，分散宣传推广。同时传统媒体与新媒体结合，宣传范围最大化，杜绝“哑巴”促销。

宣贯宣传方面，营销部组织店总召开促销宣贯会，门店统一组织对全员进行活动内容宣贯学习，并安排卖场经理、主管、督察三级人员巡查抽查员工掌握情况，做好督导培训。门店宣传推广方面，充分利用门店及当地各类宣传媒体，多渠道宣传，部分门店发动员工走出去宣传，到周边市场等人员密集场所推广，同时做好店内外宣传的氛围营造，利用统一的宣传元素，对店内外所有宣传点布置到位。

另外，各楼层显要位置进行赠品量贩陈列，随时映入顾客眼帘，加深顾客对活动的了解，吸引顾客的参与。

促销要促效，节日期间，客流量突破10万人次，销售收入、客单价等均实现同比较大增长，单店销售增幅最大的同比增长近30%。助力双节促增长，商业公司年中庆活动整体取得了显著的成效。

□ 本报记者 袁启 特约记者 毕志华

集团开展系列庆“七一”活动

本报讯 中国共产党成立94周年之际，集团及各级党委、党支部开展系列活动庆祝“七一”。

为加强党员队伍建设，树典型、学先进，充分发挥党员的模范作用。在集团党委组织下，“七一”期间，各基层党组织及党支部纷纷开展全体党员的民主评议活动，并进行了先进党支部、优秀共产党员的评选。

同时，根据集团党委的要求，7月1日-6日，各基层党组织及党支部纷纷组织开展民主生活会活动。活动中，结合上半年工作及集团前期调研问卷反映的问题，与会党员、干部积极自己查找和互相查找思想作风、工作作风、生活作风中的问题，重点是解决以上问题。

“七一”期间，各党支部还组织重温入党誓词、红歌合唱大赛等活动，共同庆祝党的生日。

□ 本报记者 袁启



公司领导调研新玛特布局调整工作

本报讯 6月29日，集团董事长、总裁靳照，商业公司总经理焦妍、超市采购总监张守岩一行，到商业公司新玛特购物广场调研超市布局调整工作。靳总现场询问了项目相关负责人工作开展情况，实地调研了调整方案，并提出了指导意见，项目整体调整预计7月底全部完成。

□ 本报记者 袁启 丁玲

商业公司上半年业务技能大赛圆满结束



本报讯 6月9日-12日，通过4天紧张有序的赛程，营销部2015年上半年业务技能大赛实操部分圆满结束。大赛分别设置了超市组、百货组、职能组、考试组4个小组同时展开竞赛。从员工到各级管理者均参加竞赛，达到岗位全覆盖。结合实际工作需要，共计对44个项目进行技能比拼，涉及多个业务模块，知识面宽。从业务知识掌握到现场实操演练，全面检验了广大干部员工的业务技能。

活动结束后，商业公司营销总监唐梅合主持召开了总结分析会，商业公司总经理焦妍对本次大赛给予了充分肯定，同时要求赛后结合本次竞赛中的问题和创新点，总结经验，不断创新，为今后在各项目的提升上做铺垫、打基础。

6月26日，中层管理者业务技能知识竞赛、采购部门谈判对抗赛在海港城接待部举行。各门店共组成七个代表队进行激烈角逐，题目板块设置为必答题、五分钟快问快答、抢答题、案例分析题，比赛内容围绕公司企业文化、公司制度、通用流程、业务知识。赛场上，各代表队丰富的专业知识、系统的知识结构、融洽的团队氛围得到了充分的展示，赢得了大家的阵阵掌声。各参赛选手答题亦跃跃欲试，毫不示弱。整个活动过程精彩纷呈，掌声不断。采购部门的谈判对抗赛分为团队赛和个人赛，各参赛选手唇枪舌战，对抗赛高潮迭起。

经过一天激烈的角逐，结合中层业务技能大赛实操得分，最终美德福莒县店荣获门店团队冠军，新玛特购物广场、新玛特购物中心莒县店分别荣获团队

亚军、季军，更有6名参赛中层荣获个人冠亚军。超市采购部荣获优秀谈判团队，百货采购部丁娜荣获最佳谈判手。

业务技能大赛举办以来，比赛项目逐次增多，考核标准越来越细化规范，以赛促学，本次比赛促使全员对业务实操、管理技能等知识进行再学习，在业务技能专业性和服务主动性上较以前明显提升。

业务技能的提升只有开始，没有结束，要通过竞赛的开展，通过管理者和业务能手言传身教，带动全员广泛学习运用，使业务技能提升工作常态化！

本次大赛从赛事准备、模拟演练、学习提升到最终竞赛，历时近半年时间，公司上下大力支持，各门店、部门共同努力，积累了更多经验，达到了预期目标。

□ 特约记者 毕志华 通讯员 牟李



高层论剑

新常态下零售业的业绩提升

亏损、关店，马来西亚“钢铁大王”钟廷森的百盛集团正在中国经历一段艰难时期。1994年进军中国零售业市场，然而21年过去了，在中国零售业巨变的大环境下，百盛在国内的发展却每况愈下。据不完全统计，自2012年至今，百盛已关闭了8家门店，今年一季度也再度亏损。为寻出路，6月30日，百盛集团与大众点评在上海宣布达成战略合作。未来，大众点评将为百盛遍布全国34个城市的60家分店全面提供O2O解决方案。

如百盛一般的处境，当前的零售业并不少见。新常态下业绩的提升成为零售业新的难题。

面对当前形势，2014年末，公司审时度势，结合市场现状提出“紧缩挖潜 务实突破”八字方针，并于今年4月进行了一系列组织架构的调整，实现了减人增效，紧缩挖潜，改革突破成为应对新常态的有力武器。商业公司营销部结合经营管理实际，突破性地考核目标由多年来主要考核销售的方法，改为考核毛利、利润，直至考核到部门最小单位。试运行几个月后，全员挖潜的意识明显增强，对利润的关注度显著提升，效益突破成效显著。

当然运行中也发现了一些问题。有位主管说：“不考核销售，我们似乎成了只抓劳动纪律的主管，特别是对毛利低、租赁方式经营的品牌关注度降低，好像卖不卖都一样。”一句朴实的话语，犀利地折射出我们在零售管理中的软肋！如何解决各级管理者对考核目标理解的片面性，引导管理者从更加全面的角度去关注经营管理的本质和细节，一个新的课题摆在我们面前。

5月份开始，商业公司再次将销售目标列入到各级管理者的考核指标中，强化利润和销售双重指标的考核，以促进提升各级管理者对服务管理、商品管理、环境管理、客流量管理的关注度。在当前消费者主权时代，商品、渠道选择的多样化让消费者更注重个性化、特色化，消费愈加理性，我们必须回归零售本质，低成本、高效率的提供消费者所需要的商品和服务，才能最终实现业绩的提升。

抓服务、促销售不是一句口号，也不是一蹴而就的工作，这是一项系统工程。是漫漫征程中我们将不断遭遇挑战的一个又一个碉堡。当前，电商突显便利和价格优势，线下实体店能触动电商大脑神经的最关键因素还是一个体验问题。从马斯洛需求层次理论分析，如果说电商是满足了消费者方便、快捷、价低等基本需求，那么实体店的价值点，更多的则是满足消费者对于商品的体验感以及在购物过程中的心理诉求。

既然实体店的优势是服务和体验，那么实现服务与体验的突破与创新便是当务之急。我们要提供更贴心、快捷的便民服务并让个性化、体验式服务融入营销活动中。例如：雨天提供雨伞、童车出租，建立母婴休息室，在楼层间增设服务台，提高收银台的便利性，保证收银高峰时段的人力安排以减少顾客排队等待时间，组织顾客团体活动（如蓝莓采摘、单车骑行）等。同时，除主营业务外，合理分配好餐饮、娱乐业态，也是商场做好服务体验的关键。

另外，要重视会员管理，体现独有性和差异性。虽然每个商场都知道会员管理的重要性，但CRM（客户关系管理）对我们而言还有很大的提升空间。例如，在我们的问卷式顾客调研中，受发放形式的制约，对目标客户的构成和需求分析存在一定误差，应更好地运用我们的会员管理系统，进行数据对比及分析，根据消费情况，将我们的顾客群进行精确分类，从而为我们的经营提供更具参考价值的信息。

通过一系列改革举措，凸显门店的差异化 and 个性化，打造门店经营的特色，提高门店的美誉度，才能实现新常态下业绩的提升。

□ 商业公司营销总监 唐梅合

新闻30天

商业公司获“区长质量奖”

本报讯 6月25日，日百商业有限公司在东港区人民政府召开的“关于表彰2014年度全区质量工作先进单位和先进个人通报会议”上获“区长质量奖”荣誉。这是广大消费者和社会各界对公司的肯定，荣誉面前公司将一如既往的坚持“诚信 求是 自强”的核心价值观，为消费者提供优质的产品和服务，为日照经济发展和社会和谐做出新贡献。

□ 商业公司办公室 通讯员 牟李

商业公司首期回炉式岗前培训顺利完成

本报讯 6月25日，商业公司首期回炉式岗前培训所有门店授课结束，标志着此次回炉式岗前培训圆满完成。本次培训采取先总部、后区域的方式，5月27日总部开课，各门店讲师现场进行观摩学习，同时选拔公司资深讲师进行标准化示范培训，将总部回炉式岗前培训的良好经验和成果在各门店培训过程中进行推广应用。

此次培训安排了企业文化、日常工作流程、案例分析等课程，帮助员工进一步了解企业、融入企业，学员的学习积极性和课程参与度极高，反响良好。

□ 通讯员 刘春梅 李亚东

3#小高层顺利交房

五莲新玛特花园项目全部交付使用

本报讯 端午传佳音，自6月16日开始日百房产公司五莲新玛特花园3#小高层开始交房。至此，五莲新玛特花园项目全部达到合格并交付使用。

此次交房采取多对一服务，对业主提出的问题现场给予答复，进一步展现了公司的良好信誉，加深了与业主之间的沟通交流，为后期的物业服务奠定了基础。期间推出的“砸金蛋 赢大奖”等活动也得到了顾客的积极参与。

□ 房产公司 通讯员 李娟

房产公司借势电视节目宣传推广

本报讯 6月27日、28日，房产公司作为央视《一槌定音》栏目的赞助商之一，在节目现场——日照民俗博物馆设立专场进行宣传推广。

活动期间，公司员工除与现场的收藏爱好者们进行互动宣传外，还在老城区沿途派发停车卡，颇受车主们喜爱。通过本次宣传活动，进一步扩大了日百房产的知名度，并积累了一定数量的意向客户。

□ 房产公司 通讯员 韩奇贝

焦点访谈

将业务课题研究工作落到实处

焦点回放：

去年集团下发《关于全员提升业务技能的意见》，旨在通过研发项目、研发小组等活动的开展，拓宽业务交流渠道，解决目前各部门亟待解决的业务技能提升缓慢的焦点、难点问题。今年年会上，董事长又特别强调业务课题研究工作，同时指出2015年业务课题研究存在的问题。

近期，集团办公室对部分业务课题研究小组工作开展情况进行了检查，那么业务课题研究工作开展情况如何？各项目进展如何？有什么问题？记者作了访谈。

焦点访谈：

集团办公室副主任邢景山：虽然这项工作取得了一定成效，但是不可忽视的是仍然存在许多问题。比如部分课题属于技能范畴或日常工作，并不属于课题研究项目；有些项目未形成文字材料或记录不全；还存在人员岗位变动而研发项目并未交接等情况。作为全员提升业务技能的重要工作，最怕的是流于形式，脱离实际，犯拿来主义。我们应当在立项前进行充分的调研，结合实际，确定具有研究价值的课题，然后做好计划，并按计划扎实开展。

集团信息部经理苏文平（电子支付小组组长）：为抢

占线上支付业务，拓宽收银方式，课题小组人员探讨研究各种线上电子支付方式，于4月中旬在商业公司各门店推广了支付宝支付和微信支付，加快了信息技术在一线部门的普及推广。接下来，我们会总结运行过程中出现的问题，并提出改进措施，进一步跟进顾客应用需求，完善支付系统。我觉得业务课题研究这项工作还是应当落脚在业务上、工作的改进提升上。

新玛特购物中心五莲店客服部经理助理董楠楠（如何提升微信活跃度小组组长）：我们已经组织小组成员召开了第一次研讨会，进行了微信认证。目前门店发展了一定数量的微信，但利用微信平台进行品牌推广的工作仍需进一步提升。接下来准备添加几个功能项目，进行微信盘点工作，进一步提升微信活跃度。

新玛特购物广场客服部客服人员田贞（客服员工作手册小组成员）：参与部门业务课题研究工作，对于自身来说，最大的收获就是对已有知识的盘点与梳理，也是对岗位业务知识查漏补缺。

商业公司新玛特购物广场店总经理钟玉梅：门店内的业务课题研究小组遇到困难时，会利用早例会的时间及时交流，相互借鉴经验。比如通过对一个项目的研讨以及后续工作的跟进落实，对其他重点领域、专业、模块进行提升。对于业务课题研究这项工作，我们必须要高度重视，深入研讨。还要发挥团队的力量，群策群力，对于创新的想法要进行大胆尝试，在运作成熟后进行推广。当然，这一切都必须以“四个务实”为基础。

焦点评论：

新常态下，企业如何才能实现突破性发展？毫无疑问，立足实际，不断提高自身素质以内生动力，是最为重要的途径之一。而要真正做好业务课题研究这一工作，还是要在“实”字上下功夫。

记者采访中了解到，6月初，董事长、总裁亲自参与的“超市客单价提升业务课题研究小组”召开了研讨会，确定了分六步走的工作思路。目前，第二阶段工作——结合实际工作对1-5月份客单价进行分析拟定初步分析报告，已经完成。

对比其他的研发课题，我们首先应当紧紧围绕业务进行再筛选，确保所确立的课题都是符合实际的、可操作性强的、目前亟待解决提升的，同时重点跟进对效益贡献大、特别有价值的课题。

另外，不管是刚刚破题还是已取得阶段性成果的课题，都需要适时进行阶段性的总结，在总结经验的基础上更好的开展下一步的工作。

当然，时至今日仍未破题或未取得进展的小组，则应当及时调整工作计划和思路，并尽快实施，使业务课题研究工作落到实处，进而发挥实效。

□ 本报记者 袁启 丁玲

新亮点



浓情端午粽飘香

进入新玛特购物中心五莲店负一楼超市，一股浓浓的粽子香味扑面而来。

循着粽香味寻找，原来是生鲜部在卖场内现场煮起了粽子，锅内热气腾腾的粽子让人感觉端午更近了。旁边几名员工正在动作娴熟的将糯米、花生、蜜枣、红豆等各种馅料制作成口味各异的粽子。据了解，原来这是在免费代客包粽子，将顾客在超市内购买的原材料代加工成即买即食的粽子。活动推出后，吸引了许多顾客前来订购粽子。

五莲新玛特作为第一家迅速落实“代客包粽

子”活动的门店，起到了标杆和带动作用。随后，其他门店也陆续推出“免费代客包粽子”活动，新玛特购物广场更是别出心裁，推出腊肉、香肠等风味粽子，为顾客送上浓浓粽香。

代客包粽子，是对门店经营商品的深加工，所有原材料均来自门店，经过严格的商品质量检验，更有利于保证节日期间的食品安全。与以往的体验性活动不同，此次活动在保证成本的同时，更多的是为顾客提供便利，同时营造出了浓厚的节日氛围，带动节庆商品的销售。

□ 本报记者 丁玲

VIP专享 蓝莓采摘记

7月正值蓝莓大量上市的季节，更是采摘体验的好时节，为真情回馈会员，答谢会员对公司的厚爱，商业公司各门店组织“会员专享，蓝莓采摘一日游”活动。

6月28日，按照约定时间，公司统一组织会员乘大巴前往蓝莓采摘园。路上，工作人员热情的为大家服务，会员们互相介绍，加强了解。到达采摘基地，会员们聊着家常，陶醉于乡村的美景中，一路欣赏一路采摘，体味采摘活动的别样风情。

近年来，集团经常组织会员活动。在公司的发展中，离不开每一位会员的关注与信任，组织这样的会员活动，是公司所追求的“消费者喜爱，员工爱戴的知名企业”的美好愿景，也是始终以“致力于满足顾客愉悦的购物体验，提升人们的生活品质”为使命的一个重要体现。

活动结束后，每一位会员都带着满满的喜悦

与收获归来，会员的快乐就是我们的快乐，会员的满足就是我们的追求。

□ 商业公司企划中心 特约记者 毕志华



创先争优 争做销售先锋

关键业绩指标排名榜

(2015年6月)

商业公司年度销售计划完成比例排名		
部门	名次	
营销部	新玛特购物广场家居部	1
	新玛特购物中心岚山店百货部	2
	萬德福莒县店针服部	-2
采购部	萬德福岚山店家电休闲部	-1
	百货采购部运动休闲类	1
	超市采购部粮油调料类	2
采购部	超市采购部针织软百类	-2
	超市采购部酒水饮料类	-1

商业公司年度毛利完成比例排名

部门	名次	
营销部	日照店	1
	新玛特购物广场	2
	新玛特购物中心岚山店	-2
采购部	新玛特购物中心五莲店	-1
	百货采购部日化类	1
	超市采购部洗涤化妆品类	2
采购部	超市采购部干性食品类	-2
	超市采购部针棉软百类	-1

注：以上数据(不包含黄金自收款)由商业公司预算部提供，负数为倒数。



服务能否更进一步

“你好，请问果蔬洗涤盐在哪个区域？”一位顾客在调味品区没有找到想要购买的商品。“应该在洗涤用品区吧。”一位导购员用手指了指一侧的洗涤用品区。

顾客来到了洗涤用品区，仍然是遍寻不到果蔬洗涤盐的踪影。

“请问果蔬洗涤盐在哪儿？”顾客再次只好求助于导购员。

“应该在卖盐的地方吧。”显然，另一名导购员也没有替顾客找到果蔬洗涤盐的意思。顾客只好折返回调味品区，可是仍没有找到果蔬洗涤盐，最终空手而归。

看到这一幕，我不禁想问，我们的首问负责制呢？

无独有偶。记者在另一家门店超市出口处，见到一位顾客交完款后拿起一边的购物篮，想将商品拿出超市，正在回收购物篮的防损员说道：“购物篮不可以拿出超市使用。”顾客讪讪的转身拉起一边的拉杆式购物篮。这时这位防损员又发话了：“这种购物篮也不可以带出超市。”

一而再的被拒绝，这位顾客不禁感到恼怒，“这不能用，那不能用，那你告诉我到底什么能用？都是摆设吗？”

“用购物车吧。”防损员这才推过来一辆购物车。

这位防损员此举不禁令人感到不解，在履行自己工作职责，制止顾客的不恰当行为的同时，我们的服务能否更进一步呢？

达成销售，满足顾客需求，给顾客良好的购物体验才是我们每项工作的根本目的，这也是每一名员工的根本职责。从这个角度出发，如何更好的为顾客服务，贯穿于我们日常工作的方方面面和角角落落，着实值得我们深思。

□ 本报记者 袁启 丁玲



购物车的烦恼

购物车，顾名思义是用来方便顾客购物的，而如今它却是个“大忙人”。无论是外租业主，还是导购员都拿它来运送货物，真的是“物尽其用”。

不合理的使用，往往导致购物车的车轮损坏比较严重，大大缩短了其使用寿命，增加了维修费用。另外，因为频繁运送货物，购物车里面难免会沾上一些油渍、灰尘，其美观性下降。如此一来清理的频次增加，提高了员工的工作量。同时，购物车挪作他用，占用了顾客的资源，影响了顾客使用，也一定程度的影响了销售。

卖场内配备有专门运送货物的拖车、平板车、手推车等各种运输工具，无论货物大小都能使用，其方便性、专业性不言而喻，运送货物理应使用此类运输工具，着实不应为图方便而挪用购物车。

我们要合理使用购物车，减去它本不必要的负担，让它更多的出现在顾客的手中，而不是加工间、商场专柜里面。当然了，作为防损部，也要定期做好购物车的盘点、清理工作，使购物车干净整洁的出现在卖场中，让来购物顾客开心的使用，让更多的商品出现在购物车里。

我们的出发点是一致的，都是为了为了更好的为顾客服务。每一位员工有责任，有义务共同来做好这项工作。

提高顾客满意度，从我做起，从购物车开始！

□ 商业公司新玛特购物中心五莲店 邹青利

《日百文化》投稿

(2015年6月)

部门	投稿
莒县萬德福	21
商学院	18
日照店	16
岚山萬德福	12
莒县新玛特	11
五莲新玛特	8
房产公司	8
岚山新玛特	5
新玛特广场	4
百货采购部	4
企划中心	3
人力资源中心	2
集团办公室	2
商业办公室	2
多福山	1
基建部	1
商业财务	1
信息部	1

《日百文化》采纳

(2015年6月)

部门	采纳
莒县萬德福	4
房产公司	4
五莲新玛特	3
商学院	3
企划中心	3
岚山新玛特	2
日照店	2
新玛特	2
集团办公室	2
商业办公室	2
岚山萬德福	1
人力资源中心	1
人力资源部	1

约稿启事

《日百文化》

长期面向公司及全体干部员工及社会各界朋友征求各类新闻稿件、优秀人物报道以及涉及经营、管理、文化建设等稿件，希望大家共同关注日百，支持公司的改革发展。

同时征求散文、诗歌、摄影等各类文艺作品，《日百文化》希望大家一道，共同打造交流展示的舞台，期待您的来稿！

另外，欢迎大家对《日百文化》提出宝贵意见和建议，您的反馈就是我们前进的动力！

谢谢大家！

联系方式：

0633-8703868；

电子邮箱：

rbqywh@sina.com;

内部员工可直接

通过OE传至企

业文化部袁启邮

箱。《日百文化》编辑部

刘师傅的热心



一次，胡妮娜经理等4人乘坐刘师傅开的商务车去南方出差。几天下来，她们感受到了刘师傅的热心，尤其是刘师傅在高速公路上那段“热心管闲事”的故事给她们留下了深刻印象。

那是在她们完成考察任务返回日照的途中，车行到连云港以北30公里处时，车上人员突然感到不对劲——本来在高速上奔驰的车辆明显减速。胡经理忙问：“什么情况？”刘师傅说：“前面大货车有异常，左后轮胎似乎缺气，随时都会有爆胎的危险。跟的太近，一旦有事，我们就处在危险之中！”“哦，那就慢点吧！”正当大家都这样想时，刘师傅却又突然加速，从倾斜的大货车左侧一超而过。超过货车几百米后，刘师傅将车停在了右侧的应急车道上，并让大家下车，一起向大货车司机招手，示意停车。

这时大家才明白，刘师傅原来是要“管闲事”啊！大货车急速驶来，大家赶忙招手示意停车，但大货车似乎并没有要停下的意思。刘伟又连忙让大家齐喊：“轮胎！轮胎！轮胎！”听到喊声大货车司机似乎明白了什么，在前面二三百米处停下了车。看到车停下了，刘师傅这才招呼大家上车继续赶路。当车行到大货车旁边时，大货车司机刚查看完那缺气的轮胎，望见刘师傅他们，大车司机伸出了大拇指，并抱拳致谢。刘师傅微笑着摆了摆手，继续前行……

经过这一幕后，车内顿时热闹了起来，大家交口称赞刘师傅的热心。听罢，刘师傅表情严肃而认真地说：“出门在外都是朋友，遇到这种事都会互相提个醒的，这不是热心不热心的事，人命关天，谁碰上都会这么做的。”闻听此言，大家都赞叹不已。

(选自第二季度中层企业文化案例) □ 集团办公室 通讯员 邢景山

以顾客利益为主



近期，门店开展了系列促销活动，吸引了很多顾客前来购物，本就拥挤的停车场更是一片繁忙。前几天，我在客流高峰期，巡视到停车场时，发现有一辆车停在收费亭前很长时间，似乎在同收费员争执着什么，导致后面车辆排起了长队，我急忙过去询问情况。

原来顾客上午在店里购买了很多商品，回家后发现给老人买的鞋不太合适，于是就开着车来调换，因为上午没开车，所以顾客想到拿着上午的购物小票既可以调换商品，又可以免交停车费。但顾客在调换完商品离开时，收费员发现顾客开车进出时间与购物小票时间不符，因此要求顾客交费，而顾客非常不理解：我是今天购的物，消费金额也足够，购物小票又没用过，为什么不能免费停车？

了解事情经过后，我让值班员抬杆放行，凭上午的购物小票免收了这位顾客的停车费。顾客高兴地走了，后面的车队也慢慢散开了，停车场又恢复了正常秩序。事情过后，我对这件事进行了考虑分析：门店的停车场收费管理虽然我们交给了相关公司，但在顾客心中认的是我们日照百货大楼，我们必须加强与管理公司的配合和管理，确保服务符合我们企业文化的要求。“当天购物小票能否跨时段使用”在我们收费的明示中也没有明确要求，因此从我们日百顾客服务理念出发，要站在顾客角度，以顾客利益为主。

随后我同管理公司相关领导和值班同志进行了沟通交流，明确了当天的购物小票可以使用的要求，得到了门店店总和管理公司领导的支持和认可，现已落实到停车场日常管理中，方便了顾客，维护了顾客利益。(选自第二季度中层经营管理案例) □ 商业公司日照店 张传林

法律案例课堂

提高法律意识，避免侵权商品进入、售出

奶排面包外观设计专利权侵权纠纷、“PUMA及美洲豹图形”注册商标专用权侵权纠纷、阿狸著作权侵权纠纷、哆啦A梦著作权侵权纠纷……这些都是发生在我们身边的侵权案件，随着我国知识产权保护水平的逐年提高，产权人的维权意识也逐步增强。上述一系列案件，有的是侵犯了产权方的外观设计专利，有的是在商品上使用了他人的注册商标或图形，有的是商品外观、形象或者包装上未经著作权人合法授权，就使用了他人拥有著作权的卡通形象，知识产权侵权纠纷案件一不留神就会找上门来。

上述案件的频繁出现，第一，反映出我们以及供应商缺乏相应的商标、著作权等知识产权方面的法律知识，对不能侵犯他人的知识产权的认识不深刻，警惕性不高；第二，反映出我们把关不够严格，使得侵权商品流入卖场；第三，也从侧面反映出相关人员的品牌知识不够全面。

供所销售商品的合法来源，可能只承担停止销售侵权产品的责任，但是公司在类似案件中投入的大量的人力、物力、高成本的沟通等都是隐形损失，更不用说如果法院认定我方构成侵权需承担赔偿责任时的后果了。随着审判公开原则的贯彻落实，除特殊情形外，人民法院的生效裁判文书应当在互联网公布，如果商场销售侵权商品的案件公示出去，将会对商场的声誉、商誉造成一定的损害。

那么，零售商应该如何避免类似事件的发生呢？知识产权纠纷，无论是专利权纠纷、商标权纠纷，还是著作权纠纷，事前预防的效果是百倍千倍甚至万倍于事后弥补的效果的。如果我们在商品进入卖场，到达消费者手中之前就觉察到侵权行为的存在，之后的一切纠纷就不会发生。这类案件给我们敲响了警钟，各部门在今后的工作中一定要注重侵权商品的排查，防止此类案件的发生：

第一，无论是采购部门、商场还是供应商都应牢固树立专利权、注册商标专用权、著作权等知识产权意识，使用他人的专利设计、注册商标、卡通形象等都要事先取得合法授权。各部门更要加强著名品牌、商标及知名著作权形象的培训学习，让相关人员认识到知识产权是不能侵犯

的。

第二，采购部门应严格把好采购关，在引进品牌、产品进场前要严查供货商的产品经销授权书、商标注册证、产品合格证以及相关的许可使用证明或授权等证件，从源头杜绝商标侵权行为的发生。同时，在与供货商签订产品销售合同时要明确知识产权侵权的责任归属，避免因此类事件的发生而造成企业经济和名誉的损失。

第三，商场一定要高度重视商品侵权检验、验收入库环节，虽然我们的商品都有合法的进货渠道及来源，但有些供应商如果不注重侵权商品的排查就会导致侵权商品进入卖场，我们再不注重检验的话就会导致此类纠纷及案件的发生。各级各部门要加大商品验收、检查力度，完善管理流程，不让侵权产品成为漏网之鱼。

第四，注重供应商管理，加强供应商资质审查，要求供应商重视商品商标、品牌及形象的合法使用，避免侵权纠纷的发生。

综上所述，此类案件的发生已经不止一次地警示我们，要通过各种方式来防范侵权商品的销售，避免给公司带来不良影响及损失。 □ 集团办公室 孙娜

员工风采

袁军：平凡中尽吐芳华

“袁师傅，一楼通道天花板滴水了，麻烦过来看看！”

“袁师傅，三楼杰克琼斯装饰厅结束，申请验收！”

“袁师傅，快来一下，加工间有个开关跳闸了！”

“好的，我马上过去！”这就是袁军的日常工作。作为新玛特购物广场电工班班长，门店水电暖及各类用电设备的总管家，袁军的每一天都是在这样的忙碌中度过的。虽然是一位男同志，但是袁军却有一颗细腻、执着、大度的心。

一个没有时间观念的人。

上午十点，我意外的在办公室见到了袁军，“袁班不是昨天晚上值大夜吗，怎么还没回去休息？”“前几天年中庆督察班都去客服帮忙了，没能一起查电表，这两天赶工终于查完了，我快核对一下，录入电脑，好让他们复核，免得耽误了月末扣款。”说完，眼前的人继续目不转睛地盯着电脑屏幕，对照着手中的记录，一行一行地复核着电脑上的数字，恍若忘记了昨天连续工作20小时的疲惫。

不管是谁值夜班，如果出现什么问题处理不了，即使半夜给袁班打电话，也总能第一时间接通。“每天来的最早、走的最晚，电话最多，没有时间观念！”同事关鹏如是说。

一位站着也能睡觉的奇人。

2013年新玛特进行负一楼超市调整，袁军带领电工班的同事不知连续加班了多少日子，每天凌晨三四点



回家，第二天早上袁军又第一时间出现在了调整现场，同事问“你怎么不在家睡觉，又过来了？”袁军总是笑呵呵地说“活干不完，在家睡觉也不安心，梦里也是在干活呀！”有一天晚上布线又到了凌晨，大家准备原地休息一下再继续，不一会竟然听到了轻轻的鼾声，大家好奇地环顾四周，发现了一位奇人：袁军抱着一根装修用的吊针站在那睡着了！

一个节俭成为习惯的人。

作为公司首批终身员工，所享受的福利之一便是父母生日可以领取价值200元的生日蛋糕和鲜花，但是每

次父母生日袁军都只要一个蛋糕，拒绝再买鲜花，主管问他，可以报销200元的礼品，你怎么只花100多买个蛋糕呀？他听完连忙摇头“父母年纪大了，都不在意那些花哨的东西，鲜花买了也就是看两天，还不是给公司浪费钱，真的用不着！”

袁军在享受公司终身员工待遇的同时，时刻不忘身上的责任和义务。2014年他提报了“关于冬季停用3号变压器的建议”，考虑周到，可行性强，通过小幅度改造，即可实现节能降耗的目的，荣获公司“创新案例奖”，并且已在同年得到快速落实，仅一个冬季便节约费用万余元。谈起这些，袁军总是把成绩归功于班组集体的智慧，“活是大家一起干的，功劳自然也是大家的！”

“技术过硬、业务全能”是从事技术管理岗位的基本要求，从一名电工成长为一名优秀的班长、专家技术型员工，“学习就是生产力，学习就是竞争力”的信念鼓舞着袁军，无论是公司制度还是工作流程，只要是公司要求学习的，岗位需要具备的知识，他从来不含糊，即便是现在，和部门众多年纪很小的同事一起考试，也是不甘落后，成绩总是名列前茅。

“以诚做人，用心做事；感恩于心，回报于行”。加入百百一载，袁军以敬业职守、任劳任怨的实际行动来回报公司多年的培养，平凡中尽吐芳华，为门店的安全运营付出了心血和汗水，也赢得了领导的信任和同事的尊敬。

商业公司新玛特购物广场 特约记者 秦伟

一线基层

从“为难自己”开始

2015年6月的一个下午，一位顾客到超市购买枣糕，当时让导购员切割了一块长约40厘米、宽约25厘米的枣糕，导购员包装称重时，顾客问能否分割一下，导购员同意从中间一分为二。

考虑到这样分割太大，吃起来极不方便，顾客建议分割为8块，导购员坚定的说：“不可以，有的顾客分割后就不要了，你如果不要了我们就没法销售了。”顾客解释说：“你放心不会不要的。”但导购员坚持不能分割：“你不要为难我，你若想分割回家自己切也行。”顾客再次试着说：“就麻烦你分割一下吧。”但导购员再次强调：“你不要为难我，真的不要为难我！”

“你不要为难我”！好像是顾客在故意刁难导购员，导购员有一肚子的委屈无法诉说；好像是导购员已经尽力为顾客着想，但顾客仍然不依不饶强人所难；好像是这名顾客不讲道理硬要“为难”导购员……

事实真的如此吗？只因为有的顾客购买分割之后又不要了，就不再为顾客分割糕点，那会不会因为不能分割有更多的顾客不再购买我们糕点呢？难道我们愿意为一个分割后不要的顾客而放弃更多真正购买的顾客？这就好比难道我们因为担心顾客退货就可选择不销售吗？

难道我们为了让顾客“不要为难我”，而宁愿选择“为难顾客”吗？

当顾客回家继续做本应我们完成的工作时，顾客的感受是什么？顾客会认可我们的服务吗？顾客会有好的评价吗？顾客还会选择我们吗？

试想，如果这名导购员在顾客开口之前就主动询问顾客需要分割为几块，顾客的感受是什么？顾客回家吃着分割的大小适合的糕点时，心里会想什么？当家人或朋友询问门店的服务质量时，顾客的评价又是什么？

竞争白热化的今天，服务已成为聚集客流的法宝，门店积极倡导的暖赢行动已在各个部门落地开花，每个部门都在积极想办法推出让顾客感到亲情、收到意外惊喜的种种服务措施，而这名导购员却与此背道而驰，将本应做好的服务归结为“你不要为难我”。

即便有的顾客分割后不要了，我们也不能将这个难题转嫁给其他顾客，不能以任何理由推卸我们的责任，我们可以想办法自己消化，比如制作精美糕点混搭小包装等等。

一个小小的分割动作，一句“我来帮您分割一下”的话语，做起来不难，说起来更容易，但我们做了吗？

让我们再次排查反思我们的日常服务，针对出现的问题采取措施，真正的将服务落实到位，让每一个服务都能成为顾客美好的购物体验。

从“为难自己”开始，让顾客“不再为难”！

商业公司 萬德福昌店 通讯员 王霞

管理心得

抓好成功的另外50%

6月9日，商业公司一年一度的员工业务技能大赛正式拉开帷幕，它不仅是提升各门店专业技能的方式，更是各级管理者对专业知识培训成果的摸底。作为公司的一员，在比赛中收获成功，收获知识，成了准备比赛的最终目标！门店自上而下全员参与，虽然做了充足的准备，可结果却是几家欢喜几家愁。

自接到业务技能比赛通知以来，员工每天都练习，一遍一遍不厌其烦，员工之间提问、主管挨个检查、部门经理抽查，每天早例会点评、分享好的、点评差的……有的员工调侃说，我得赶快背，要不不给部门丢了脸，休班都不好意思了，可是他们的付出并没有得到100%的回报，为什么呢？因为他们的心理素质没有100%过关。

通过这次比赛，我深刻认识到这一点，部门几个指定的员工，平常训练时表现都非常好，可是在比赛时，我们的员工紧张的早就东南西北不分了，考核评委一问就蒙了，事后员工说怎样结束的都不知道。

怎样在抓好销售的同时，提高员工的心理素质，抓好成功的另外50%呢？

一、早例会就是新起点

解决员工心理素质不过硬的问题，最可行的办法就是加强练习。什么时间练习较好？通过观察，

早上人多，时间又充足，是黄金锻炼点，既不占用员工私人时间，又能锻炼员工心理素质。部门要求各柜组每天班前会三件事：1、挨个员工分享，先自我介绍，再案例分析。2、利用日常现场管理巡查，随机抽查员工的专业技能掌握情况，并及时针对存在的问题进行反馈与培训。3、将比赛和考核常态化，全面提升员工的心理素质。

二、让员工自己动起来

有时候员工本身对比赛就有抵触心理，因为他感觉不到自己的重要性。我们要抓住每一位员工的心里，让他们自愿参加，透彻分析比赛给他们自身带来的好处，如：你的子女以后也要参加各种各样的比赛，在他们成长的道路上需要一位导师作指引，而你成功的经验就是孩子最好的导师，何乐而不为呢？

三、走出去，开阔视野

多鼓励员工走出去，学习新知识，开阔视野。今年流行语“世界这么大，我想去看看”被各行各业广为流传。作为百货类员工，应该掌握最时尚、最流行的资讯，然后把这些传播给顾客，让顾客相信他们就是最棒的。

比赛虽然结束了，但我们的任务更重了，为了下一个目标，我们将全力以赴。

商业公司 萬德福昌店 通讯员 林春燕

无库存商品从何而来？

2015年商业公司营销部根据商品类别调整了盘点方式，由各门店制定盘点计划，上报公司备案后统一执行。在上半年的盘点当中发现，由于盘点周期的不同，导致盘点当中同期数据对比有较大的差距，各门店的盘点损耗率皆有所增长。

导致盘点损耗率增长的原因有很多，其中无库存商品是导致盘点损耗率上升的原因之一。而无库存商品产生的原因主要是员工在查找盘点差数时责任心不强。

根据公司盘点流程，盘点结束后营业员需要对盘点当中产生的差数进行查找纠正。但是能找出并修正的这一部分差数，往往只占盘点差数当中的十之一二，有很大一部分是很难修正的。而

这一大部分当中除了正常的商品损耗外，还有一部分是员工在差数查找的时候不认真、不仔细造成的。员工责任心不强不愿意去找，致使这一部分应该找出的差数在盘点当中转化成了我们的商品损耗。当盘点结转时，这一部分未找出的差数就造成了我们所说的“无库存商品”，这也就是我们在以后的盘点中总会发现一些不在库存范围内的商品的原因。

不积跬步，无以至千里，不积小流，无以成江河。在盘点工作当中，我们只有认真的做好每一个细节，提高责任心，从细节做起，才能最大限度的降低我们的商品损耗率。

商业公司新玛特购物中心岚山店 张新伟

房产公司的“女汉子”

有一群姑娘，她们有着女性柔弱的外表，性格开朗直爽、大大咧咧，工作中收放自如，干得了粗活、扛得起责任，当今社会她们有一个共同的名字——“女汉子”。来到房产营销部我也目睹了这样一群“女汉子”们的风采。

4月25日百房房产公司首次参加日照广播电视台组织的春季购房节活动，营销部的伙伴们喜忧参半，喜的是终于有机会直观的向广大市民展示我们房产公司的形象和品质。忧的是我们第一次参加如此大型的房展会，没有经验，对流程和细节都一知半解，时间紧、任务重，事已至此我们必须克服困难打好这一仗！

营销部组织讨论后，迅速理清思路，合理分工，分头行动，伙伴们的工作热情空前高涨。策划活动方案、联系广告公司、准备活动礼品、道具整合筹备……一系列工作有条不紊的进行着。

布展时，别的参展单位基本都是男同志们或是雇佣搬运工进行道具的搬运和安装，为响应公司“紧缩 挖潜”号召，我们营销部没有寻求外援。看着清一色的娘子军踩着高跟鞋一趟趟往展厅里搬运沉重的会展道具，同行们打趣说：“怎么让你们这些‘美女’干这些男人们干的活啊？”姑娘们笑笑，一扬头：“这有啥，小事一桩！”这群着装统一、神气十足的“女汉子”们，成了布展现场的一道靓丽的风景。

房展会历时三天，她们有的在热闹喧嚣的展厅里为客户热情讲解；有的在烈日炎炎的会场外派单；有的为吸引观展者的注意力开展现场智力游戏及有奖活动……大家配合得当、井然有序，相邻几个展厅的工作人员都时不时的跑到我们展厅观摩学习。经过她们不懈的努力，百房房产不但现场实现销售，还有100多组的意向购买信息登记及部分预约看房的客户，有效的扩大了我们百房房产的知名度，向公司交出了一份满意的答卷。

紧张忙碌的三天结束了，撤展时，她们敢拼敢干的精神再次让人感动。近五米高的喷绘背景布需要撤下来，她们二话不说，又借来梯子毫无畏惧的登了上去。有人不无担心地说：“还是等等，让男同志来吧。”她们豪气地说：“男同志来之前，我们还不干活了？”这，就是我们房产公司营销部的“女汉子”——独立、自强、果敢、不怕吃苦，勇于担当！

商业公司 萬德福昌店 通讯员 李伟

心若快乐 永远年轻

“鲛鱼便宜了，快来买！”我在一楼理货区楼梯就听到在二楼不用扩音器就这么洪亮的叫卖声。这个声音就是我们豆腐坊姐这个大家庭中53岁的老大姐——水产柜制作者史孝平的叫卖声。我来这个柜组时间不长，但是对这位大姐印象最深。史姐虽是我们组年龄最大的制作者，但是她肯定是我们中心最年轻的一位大姐。

水产柜的工作并不轻松，每天接货、上货、挑货、卖货，晚上撤货，清理卫生。对于身强体壮的年轻人来说都不容易，可从史姐身上却见不到一丝的疲惫，每天开开心心的服务顾客，大大方方的用她的大嗓门叫卖，从来听不到她说一句喊苦喊累的话。

史姐不仅能干，对工作也很负责。上个月史姐对班有事，提前请假就休了15天的班。在临时找不到替班的情况下，史姐就自己每天七点半上班，晚上九点多下班，一天都不回家。饿了就在店里买一点饭，吃了接着上班，销售业绩一点不比两个导购员的差。就这样持续工作了10多天，好不容易找了一个导购，可是他们家的单品太多太乱，很容易就打错称码，难免有顾客找回来的情况，为杜绝这种情况的再次发生，史姐中午依旧不回家，让她休息时她老说：“我不累，一会不忙了我去坐会儿，我得在这里看着，别给顾客称错了。”

在史姐看来，年龄根本不是问题，她总是积极参加店里的活动，元旦晚会每次都会参加。她喜欢跳舞，而且跳的很不错。喜欢唱歌，每次唱歌都是她的声音最大。有时收拾货的时候都自己哼上两句，不给身边的她人带去多少快乐。

不管在哪里上班，不管做什么工作，也不管跟谁在一起工作，不管你的年龄大小，只要你是快乐的，那么你的工作也会很有趣，会在工作中得到快乐，把工作做到最好。

商业公司 萬德福昌店 周建花

员工视点

文化与角色

培训课堂间隙，视频播放的是看过了多遍的集团成立三十周年文艺汇演，不知为什么，当看到一个舞蹈节目时，突然感到莫名的感动。这是一个由集团工会、商业公司党委选送的集体舞蹈节目。参演人员有退休人员、多位店总、中层干部，也有员工。

在欢快的音乐声中，我想起了她们的各种角色：工作中，她们是店总，是管理者，负责着上百万、上千万资产的运营或者某一模块的工作，她们是同事，是协作者，也可能是竞争者，她们还可能是上下级，是管理的隶属关系；生活中，她们是妻子，是母亲，是女儿，是朋友，走在路上，她们就是大街上芸芸众生的一员，扮演着普通的社会角色。她们的性格或执着有力，或温柔和善，或至善至美；她们的身影，在工作现场，在会场，在运动场，在舞台……在一个个需要的地方，角色始终在不停地变换。

那么，是什么把她们凝聚成了一个团队？是什么支撑她们在百日的舞台上始终美丽绽放？

信念？情感？荣耀？使命之下的责任感？我敢肯定地说，答案不止这些。简言之，价值观的深刻认同成为了行动合一的源动力，也就是我们常说的企业文化。对企业文化，有人鄙夷地说，不就是洗脑吗？我为什么要被你洗脑？你凭什么给我洗脑？

个人没有信念，企业没有文化，终将四分五裂。草地上的一棵小草，如果你怜惜它的柔弱，鄙视它的弱小，你在为它悲伤和惋惜的同时，你是悲伤的；如果你有幸看到它的坚韧，任人践踏仍不屈不挠，你敬佩生命的尊贵，这时，你是奋发向上的。

事实上，没有一个个体、企业是没有自己独特声音的。然而，却不是每个人、所有企业都始终能够准确、清晰地传递自己的声音和特色，往往看不清、悟不透，讲不明、说不久。看不清、悟不透，或者对文化，对信念，对价值观，没有准确、清晰的认知。讲不明、说不久，剔除不想讲，不敢讲的因素，提炼不出寓意深刻的典型事例，或者仅仅当成一次两次偶尔需要强调的事项，聊资，那么传承之愿何矣。

《孝经》云“先之以敬让，而民不争；导之以礼乐，而民和睦，示之以好恶，而民知禁。”意思是说，向人们陈述道德、礼仪，人们就起来去遵行，率先以恭敬和谦让垂范于人们，于是人们就不争斗；用礼仪和音乐引导他们，人们就和睦相处；告诉人们值得喜好的美的东西和令人厌恶的丑的东西的区别，人们就知道怎么做是对的。引文至此，我甚至怀疑企业文化的起源是日本、美国之流的论调了。

“物有本末，事有始终，知所先后，则近道已。”希望每一个人都清晰、准确认知自己所处的位置、辨别自己的角色，适时适地，尽善尽美。

商业公司 萬德福昌店 特约记者 徐芬

解惑答疑

职工参加生育保险，由用人单位按照国家规定缴纳生育保险费，职工本人不缴纳生育保险费。

所在单位按照规定参加生育保险并为该职工连续足额缴费一年以上(不包括补缴时间)，该职工可享受生育保险待遇，职工未就业配偶按照国家规定享受生育保险待遇(标准为顺产600元、剖腹产1250元)。

生育保险待遇包括生育津贴和生育医疗费用。

一、生育津贴按照职工所在用人单位上年度职工月平均工资计发。

第一胎顺产生育津贴为5个月的上年度职工月平均工资，剖腹产的为5个半月的上年度职工月平均工资；第二胎顺产为3个月，剖腹产的为3个半月。

例：某职工2015年6月份生产，第一胎、顺产，其所在单位上年度月平均工资2689(即上年度单位保险账户全体职工缴费基数)的平均数，该职工享受的生育津贴为2689*5=13445元。

时，生育医疗费定额(顺产费用1200元、剖宫产费用2500元)包干部分由生育保险经办机构与定点医院直接结算；超额部分由职工自行结算。目前与市直签订定点医院，并实现直接联网结算的五家医疗机构分别是：日照市人民医院、日照市中医医院、东港区人民医院、日照港口医院、日照市妇幼保健院、东港区妇幼保健院。

2、计划生育医疗费结算。女职工符合国家计划生育政策到定点医院或计划生育部门实行计划生育手术时，医疗费定额(实施放置、取出宫内节育器费用150元；妊娠3个月以内流产的费用250元；妊娠满3个月不满4个月流产的费用350元；妊娠4个月以上流产的费用450元；实施绝育手术或实施绝育手术后需要进行复通手术的费用按照有关规定据实报销)包干部分由生育保险经办机构与定点医院直接结算，超额部分由职工自行结算。

3、定额包干标准结算。参保职工在生育或实行计划生育手术期间，实际发生的医疗费用低于规定定额包干标准的，由定点医院医疗机构将差额部分发给生育职工。

三、女职工定点生育待遇办理流程

1、申请资格。参保女职工生育(流产)住院后，出

院结算前期间，其亲属持以下材料到生育待遇窗口申请享受生育保险待遇资格：

- (1)结婚证原件及复印件。
- (2)一胎的提供计生部门出具的婚育证明(育龄妇女信息卡)、二胎的提供准生证原件及复印件。
- (3)身份证原件及复印件。
- (4)领取人的银行账户

2、审核认定。生育保险待遇窗口对认定享受生育保险待遇资格的，打印出具《企业职工享受生育保险待遇审核通知单》(一式三联)。

3、出院结算。参保女职工生育(流产)出院时，持《企业职工享受生育保险待遇审核通知单》与定点医院经办机构办理生育医疗费结算手续。

4、发放津贴。生育津贴医疗费与定点医院结算后次月中旬，生育待遇窗口将生育津贴发放到生育女职工银行账户。

此外，配偶无工作单位的男职工生育补助，女职工异地生育待遇办理也需进行申报、审核等程序，提供结婚证原件及复印件、婚育证明、夫妻双方身份证原件及复印件、出生医学证明原件及复印件等资料。

商业公司 萬德福昌店 李兆青



五彩线串出端午情

“五月五，是端阳。门插艾，香满堂。吃粽子，撒白糖，龙舟下水喜洋洋。”每年农历五月初五，是我国传统节日端午节。在我们当地，最常见的端午风俗就是吃粽子、戴五色线和香包了。古人认为五月是毒月，五日是毒日，在这一天，五毒苏醒了，就会开始伤害儿童。古人又以五色为吉祥色，认为五色线可以克五毒。因而，每到端午节清晨，各家大人起床后第一件事就是在孩子手腕、脚腕系上五色线，脖子上挂上装有朱砂、艾草、香草等中草药缝制而成的香包，以便辟邪驱毒，保平安和健康。

端午节的习俗已绵延两千年，流传至今，随着物质生活的不断丰富，人们自己亲手制作的少了，为图方便，主要赖以购买。商家也不失时机，批量生产香包及五彩绳，满足人们对习俗的延续和钟情。对于我们而言，端午节该怎么迎合顾客的需求呢？

鑫意银饰的员工陈修莲提议：“我们专柜上有一些银饰的小物件，像小鱼、福袋、转运珠、小银珠之类的，用五彩线编织成手链，应该会好卖。”我觉得可行，“对，端午节就卖我们的手艺，开始行动！”就这样，一条条精

美的手链在陈修莲手上诞生并呈现在了专柜内，在绒布的衬托下更显得五彩斑斓、精美绝伦。第一天仅内部员工就买走了25条，而且还有预约定购的。一条手链价值30元钱，售出25条就有750元的销售。卖自己的手艺这一理念，迅速传播开来。所有饰品组的员工在不接待顾客的时候，都充分发挥自己的聪明才智编织五彩手链。手链的花样还真多呢！绳结有蛇结、金刚结、平安结；饰品有玉的、玛瑙的、银饰的、黄金的；形状也各异，有小鱼、元宝、花生、福袋、转运珠、小银珠、如意吉祥等。每一个专柜都开辟了五彩链陈列区，成为节日里一道亮丽的风景线。小小的手工制品的售卖，虽比不上卖大件商品来的痛快，但这些小小的五彩手链是通过我们灵巧的双手编织的，承载着我们的辛劳和心意，虽比不上黄金、铂金那样昂贵，但为顾客送去端午的情义是无价的。

根据五彩线穿紫索绕，串出了五彩的希冀，串出了五彩的祝福，串出了人们美好的憧憬，串出了人们的吉祥和安康！

商业公司 萬德福福县店 通讯员 杨石玲

浓浓粽香情

又是一年麦熟杏黄季，又到粽叶飘香时。嗅着那浓浓粽香，想到因为各种琐事和一些不太成立的理由，好久不曾回家看望老爸爸妈妈了。

又一个慵懒的午后，正是顾客不多的时候，一位大姐携着一位阿姨来专柜看鞋子。我从她们二人的相貌以及亲密的样子判断她们是母女无疑。果然在我上前迎接时，那位大姐开口对身旁的阿姨说：“妈妈，今天给您和爸爸添双鞋子吧！”阿姨连忙摆手：“你这孩子，不是说你要来看鞋子吗？我和你爸都一把年纪了，穿什么新鞋呀！”阿姨停顿了一下，接着又说，“今年托老天爷的福，多收了些麦子，还是俺们自己掏钱买吧！”“这位丫头呀，你家的鞋子不会很贵吧？”我笑着回答，“阿姨，咱家是大品牌，质量没问题，价格更合理。特别是几款中老年的鞋子，大方舒适美观，价钱又便宜……”阿姨在我的帮助下成功挑选了两双鞋子，一旁的大姐抢着把钱付了。

在我给阿姨打包时，她有些怯意的问我，“闺女俺买了你家两双鞋子，有没有赠品啊？”我一愣，因为最近专柜确实没有搞活动。可就在我这短暂的迟疑中，我分明看到了阿姨眼中的失望。我忽然想到了厂家给我们员工发的福利，虽然价值不高，但却是一份心意。于是我决定不让阿姨失望，也为了感谢大姐的那份孝心，把我那份糯米和一捆粽叶给了阿姨。看到那对母女开心的背影，我的心思不知为何又回到了爸妈那里……

明天就回家，天亮就出发。
商业公司 新玛特购物中心五莲店 陈德凤

五月粽香的记忆

端午节如期而至，母亲也早早的买好了粽叶，一片片刷干净后晾干，待端午节前一天浸泡，就可以包粽子了。由于母亲要照顾我的女儿，端午节只能在城里过了，她一再抱怨说家里的锅太小，煮不了多少粽子，电饭锅或煤气灶煮的粽子不如柴火大锅煮的有味道。我知道母亲抱怨的不是锅的大小和煮的方式，而是她几十年来过端午节的方式被改变了，记忆里许多传统的习俗也被简化了，她有点不适应。

端午节算不上什么大节，但在母亲的记忆里端午节意味着麦子熟了，花生要播种了，今年忙忙活活的过了快一半了。提到端午节我的脑海里首先浮现的是儿时的情景，那带着粽香的记忆总是散发着快乐的味道。

儿时的端午节是单纯的，我们不知道谁是屈原，谁是伍子胥，也不知道龙舟为何物，我们只知道在端午节的早上看着母亲揭开锅盖，然后满满一大锅的粽子还有锅边上已煮成褐色的鸡蛋呈现在眼前的快乐与兴奋。那种纯粹的幸福和愉悦会随着扑鼻的粽香充盈着每一个细胞，激活着每一条神经，连短暂的等待都成了煎熬，因为每一个味蕾都在蓄势待发，准备迎接一场饕餮盛宴，那时候感觉世界上最遥远的距离是粽子在锅里而我站在锅边。

美美的吃上一顿粽子，再挑个鸡蛋带去学校参加“碰蛋”比赛——就是看谁带的鸡蛋能把别人的鸡蛋碰破的多。那时候的胜者可是班里的英雄，有时连值日打扫卫生都可

以不用干，输了的同学都怨家里的老母鸡不中用，用现在语言说就是“不给力”。有一个同学的鸡蛋碰破了所有同学带的鸡蛋，甚至把语文老师带的鸭蛋也碰破了，连班主任都惊动了，非要看看这是怎样的一枚“神蛋”，最后经“鉴定”居然是一枚鹅卵石。原来这位同学去河边捡了一枚跟鸡蛋相似的卵石，然后放在粽子锅里一起煮，煮完后很难分清是鸡蛋还是卵石。每每想起这件“恶作剧”，都会感到儿时心里流淌着一种简单的快乐，也在成长的历程里留下了端午节的痕迹，痕迹里不仅有包裹母亲辛劳的粽子，还有碰出的那份纯真与回忆。

母亲对我说，上次回家带来了五色线，一定不要忘了在端午节早上给女儿系上。记得小时候在端午节早上，我还在睡梦中，母亲就轻轻的给我系上五色线，还告诉我下雨的时候摘下五色线扔到空中，它就会变成小青龙飞走，保佑我好好学习。长大以后才明白其实系五色线更多的是寄托了父母对孩子的美好愿望，那条保佑我成长、好好学习的“小青龙”正是父母的期望和满满的爱。相信女儿长大以后也终究会明白爸爸、妈妈就是她身边的那条“小青龙”。

家家户户煮粽子时升起的袅袅炊烟，长满艾草的乡间小道，儿时清幽的欢笑，还有丝丝的牵挂和淡淡的乡愁，每个人对粽香味道都有不一样的体验和记忆，一样的是我们的脑海里都存储着那份简单的幸福，烙印着父母的祝福和满满的爱。
商业公司 孙磊

浓情粽 暖心窝

端午节将至，超市里的促销活动火热进行中，一张张大型促销海报上令人垂涎三尺的粽子，更是烘托着端午节氛围，空气中仿佛都弥漫着一股浓浓的粽子香味。

今年的促销活动又有创新，最吸引眼球，受顾客青睐的还是生鲜部推出的日百亲情粽子代包项目，您再也不用为吃不到口味正宗的手包粽子而发愁，也不用为没有时间包粽子而担心，只要您来到新玛特购物中心五莲店，就能吃到温暖如家带有童年记忆的手工粽子。

王女士就是日百亲情粽子代包项目体验者之一。家住县城的王女士是吃着母亲的手包粽子长大的，可以说对粽子情有独钟。虽说每年端午节都要闻粽香、品粽情，但如今母亲年龄大了，王女士不舍得让老人太劳累，一连好几年没让老母亲动手包粽子了。且不说自己上班很忙，就自己包粽子的水平而言也确实有限，近几年就一直吃着或是亲朋好友送的，或是购买的冷冻粽子。虽然都是粽子，但却没有了记忆中那份飘满屋子的清香，重要的是她想让老母亲感受感受家乡的味道。

今年端午节，她的这份心意终于在五莲新玛特实现了。王女士激动地说：“看到你们帮我包的粽子，又像是回到了小时候，找回了端午节的味道，你们就是有心，这新玛特呀，还真是个好地方，每次来这里总是对这里有很多的期待，总是让我们收获到购物之外的惊喜。”

一个小小的创意，成就了一次突破，换来的是顾客的认可与信赖。为顾客提供贴心服务的同时，我们日百的品牌文化又得以推广。“总是让顾客得到意外的惊喜”是我们一直遵循的服务理念，服务无止境，想顾客所想，急顾客所急，是我们服务永恒的主题。

让甜蜜的日百浓情粽温暖每个人的心窝，愿那翠绿的粽叶给每个人带去一份安详与如意，愿那长长的花线拉近我们与顾客的距离。每颗心都溢满了浓浓的端午节味道，融入浓浓的端午粽香，随风悠悠飘散。
商业公司 新玛特购物中心五莲店 董楠楠

如何在说话中多用“我们”



一次聚会，有位先生在讲话的前3分钟内，一共用了36个“我”，他不是说“我”，就是说“我的”，如“我的公司”、“我的花园”等。随后一位熟人走上前去对他说：“真遗憾，你失去了你的所有员工。”那个人怔了怔说：“我失去了所有员工？没有呀？他们都好好地都在公司上班呢！”“哦，难道你的这些员工与公司没有任何关系吗？”

在人际交往中，“我”字讲得太多并过分强调，会给人突出自我、标榜自我的印象。这会在对方与你之间筑起一道防线，形成障碍，影响别人对你的认同。因此，在人与人的交往中一定要少说“我”，多说“我们”！那么，如何在说话中多用“我们”？

1. 尽量用“我们”代替“我”。很多情况下，你可以用“我们”一词代替“我”，这可以缩短你和大家的心理距离，促进彼此之间的感情交流。例如，“我建议，今天下午……”可以改成：“今天下午，我们……好吗？”

2. 说话时应用“我们”开头。在员工大会上，你想说：“我最近做过一项调查，我发现10%的员工对公司有不满的情绪，我认为这些不满情绪……”

如果你将上面这段话的三个“我”字转化成“我们”，效果就会大不一样。说“我”有时只能代表你一个人，而说“我们”代表的是公司，代表的是大家，员工们自然容易接受。

3. 非得用“我”字时，以平缓的语调淡化。不可避免要讲到“我”时，你要做到语气平淡，既不要把“我”读成重音，也不把语音拖长。同时，目光不要逼人，表情不要眉飞色舞，神态不要得意扬扬，你要把表述的重点放在事件的客观叙述上，不要突出做事的“我”，以免使听的人觉得你自认为高人一等，觉得你在吹嘘自己。

日百商学院推荐

员工文苑

避免工作拖延的方法

你是否有过这样的经历：一份重要的方案没有思路便先放放，然后在交付计划到前一晚匆匆赶出；一项工作进行中发现需要改进，但因紧急且重要的事太多而无暇顾及；每周工作计划中有难度的工作总是在临近周末时才开始着手去做……

如果这些情况时常出现，那么恭喜你已患上了拖延症。拖延症最大的后果便是将原本重要但不紧急的工作拖成重要且紧急的工作。于是我们每天的工作状态便只有一个字——“忙”，却无法从工作中获得成就感；工作于我们便只剩下一个字——“累”，从而失去工作的兴趣。

那么如何避免工作中的拖延，让我们能够有时间斟酌方案，反复论证、修改，不断发现工作中可改进、创新的点且付诸行动，将有难度的工作从一开始便启动，把那些可以给我们带来成就感的工作做到尽善尽美……我认为除了严格按照工作计划执行、加强自我管理外，还可以试试这个小技巧——可做不可做的以不做为主。

如果是只能做出成绩的工作，其他都不做吗？当然不是！你是否发现在做一些有难度的工作时，我们往往会给自己制造出很多工作，比如：整理桌角的文件；回复朋友发来的问候短信；完成几件占用时间很少但既不重要也不紧急的工作，如：翻看一下日工作计划并将排在后面的无关紧要的事务性工作先处理掉，美其名曰重要工作完成留出足够的时间……于是一个小时、两个小时，时间便这样溜走了，貌似做了许多工作，但最重要的还没有开始。看看上午时间所剩无几了，完不成了，还是下午做吧，思路还连贯一点……这里我们可做不可做的事便是这些被自己“制造”出来的事。它们是我们要拖延的借口、瞎忙的理由。这类工作多半属时效性不强的事务性工作，可利用零碎时间处理，而在我们开始一项重要工作时它们便是可做不可做的工作，应该以不做为主。

避免拖延就是要用最充沛的精力与时间来完成那些重要的，有难度的工作，以保证其工作的质量。并可以使第一象限的“急”事无限变少，不再瞎“忙”。
日百商学院 通讯员 曹魏

品牌故事

菀草壹

喧嚣的都市，匆忙的生活，渴望内心的宁静，纸墨的清香，与世界对话，做真实的自己，珍惜生命中的每一天，张弛有度的生活，菀草壹是一种既出世又入世的人生哲学——菀草壹在其宣传片中如是写道。

菀草壹由意大利著名品牌设计顾问 Elena Marchesini 提供设计，作为现代休闲女装的新兴品牌，其风格简约、休闲、时尚流行度较高，随意搭配性较强，在休闲的风格中加入有彩色，使产品更能适合目标市场。菀草壹一直致力于休闲风格，有深厚的积淀应对蓬勃发展的休闲女装产业。符合“M”型社会趋势，中低档价位、相对较高的流行度、优质的面料、精湛的做工以及较高时尚流行度，为都市女性的着装提供了完美的搭配方案，让品牌丰富的内涵通过每一个细节得以完美的体现。

菀草壹定位：时髦、文艺。
菀草壹定位的女性形象，偏好将服装这种物质和自身某种情感结合起来，绝不是取悦男性的娇媚，而是充满独立与自省，强调飒爽的女性魅力。

关键词1：时髦。时髦是物质，她讲述着每一款设计优异的产品；时髦，是一种街头文化，让你的通勤装混搭出不一样的感觉。

关键词2：文艺。文艺是精神，她让每一款产品都用诗意亦别致的方式脱颖而出；文艺是一种生活方式，对是逝去的一切的敬重与共鸣。

关键词3：出逃。带你远离现实的杂乱，寻找只属于自己的乌托邦。菀草壹服饰以新颖、独特的设计款式。经典、前卫的品牌理念，高贵、时尚、非一般享受的消费感觉，以及其优良的技艺和品质，上乘的面料特点，使其在不同的销售场所成为消费热点。让热衷休闲和时尚的新人类，年龄18岁-38岁的成功女士，追求与品质个性化生活的OFFICE女士，保持超凡独特、时尚不失品性！
注：菀草壹在新玛特购物广场设有专柜。
商业公司 新玛特购物广场 刘丽华推荐



向父亲告白

“吕晓雁，下午2:30来参加‘父爱如山，爱要大声说出来’的录制。”接到电话的我瞬间思绪万千！从小到大关于父亲的一幕幕就像过电影一样在脑海中快速闪过……五岁那年，贪玩的我跟着大孩子去了河边，您找了我一中午。看到您时，我兴奋地扑到您怀里，您却直接给了我两巴掌！不明所以的我哭了，您的眼圈也是红红的！那是您第一次打我，也是唯一的一次……

16岁那年，我独自一人住奶奶的老房子里睡觉。晚上，突如其来的暴风雨让年久失修的老房子瞬间崩塌！我听着您用颤抖的声音呼喊我的名字！看到躲在墙角里的我时，您像小时候一样搂着我，轻轻地抚摸着我的头，“不要怕！爸爸来了！”我哭了，您也哭了……

24岁那年，第一次带男朋友回家。因为两家距离太远，您是不同意的，却拗不过我！我们俩大吵一架！第二天，看到满地的烟头，我哭了，因为您是从来不吸烟的……结婚时，您为我准备了丰厚的嫁妆！婚礼上，您说“希望各位亲朋好友能用大海般宽广的胸怀包容我的孩子，帮助她尽快成长为好媳妇、好妻子……”并深深鞠躬，台下响起雷鸣般的掌声！我哭了，您却笑了，只是眼圈有点红……

25岁那年，您的外孙女出生了！当我被医生推出手术室后，大家都围了上来，您被挤在了最后面，透过缝隙我对着您笑了，

我看到您满脸的心疼！等病房只剩下你我时，您轻轻地帮我理着头发说：“我的女儿长大了！”看着您近在咫尺的脸，我哭了，您笑着说“哭什么，坐月子呢，对眼睛不好！”可是哽咽的声音却出卖了您……

终于轮到我录视频了，稳了稳情绪，“从小到大，您都是无所不能的，像超人一样保护着我成长！但是上次看见您渐渐斑白的鬓角，突然意识到您也有老的时候，也有力不从心的事。爸，不要让自己太累，您是我的依靠，我也可以是您的依靠！以后换我来做您的英雄，为您的晚年保驾护航！”

虽然，远在三百里外的您看不到！但这是女儿的真话！虽然很俗气，但我还是想说：“爸，我爱你！”
商业公司 新玛特购物中心岚山店 吕晓雁

编者语：父爱如山，深沉宁静。本期报纸收到很多关于父亲节的投稿，每一篇稿件中都充满了对父亲浓重又深沉的爱，每一个故事都至情至真打动人心。我们的父亲，此刻或许正在为您守候下一代的成长；或许在遥远的他乡等候您的归来；或许他已化身成夜空中最亮的那颗星，为您照亮每一条晚归回家的路……但无论何时何地，他永远都是我们最坚强的依靠，我们也是他最甜蜜的牵挂……由于版面限制对大家的投稿不能一一刊载，还请大家谅解，最后祝大家天下的父亲，节日快乐，身体安康！

榜样，一面旗帜



近期，门店又组织学习了2015年先进个人、集体代表的发言，来自公司不同战线的先进代表的发言让我感慨颇深，受益匪浅。这些代表们既有在日百工作几十年如一日的老员工，也有刚踏出校门步入社会的新同事；既有辛辛苦苦奋战一线的基层员工，也有默默奉献，为公司效益挖潜到底的后勤主管；既有常年外派异地，毫无怨言的同事，也有扎根日百，培训育人的讲师。不管是谁，他们都在平凡的岗位上付出了辛勤的汗水，做出了不平凡的业绩。

是什么让他们如此努力，如此优秀？我认为真诚，是责任，是热情，是努力，是我们日百“精诚团结 敬人敬业”的企业精神，鼓舞着他们，激励着他们。专家技术型员工代表吴晓敏娴熟的专业技能，真诚的服务态度，让她赢得了新老顾客的心，从而达到了终极销售的目标；年轻“新兵”张志浩勤学好问的求知精神，认真负责的工作态度，让他从“一名刚入伍的新兵成长为一名合格优秀的老兵”；“老费大包子”创始人费洪堂，扎根日百几十年，顶着家庭的压力，一心扑在工作上，不叫苦不喊累，保证前勤“粮草”的供给；还有改革创新实现销售新增长的石海英经理、主动谈判寻找促销增长点的孙中阳经理等等，公司正因为有了他们才得以长足发展。

他们的每一段话语，看似平凡简单，却在我心中不断激起涟漪，仿佛一种无穷的力量，激活我心中的热情与梦想。我要学习他们那种热情服务、勤奋努力的精神，学习他们以企业为家、无私奉献的精神，学习他们尽职尽责、不断创新的精神……“以人为镜，可以明得失”，榜样，不仅是一面镜子，他们更像一面旗帜，指引着我奋然前行。
商业公司 日照店 秦婷婷