

## 微卷首 天凉好个秋

王迁



过了白露，天气渐凉了起来，昼夜开始平分这个世界。秋天总是在阴阳调和的时间里展示她的不同寻常。暑气消散，而寒气还未来得及光顾的日子里，秋高气爽，身体和心情都在深呼吸。在这个思绪飞舞的季节里，想起我经历的二十几个初秋，不禁感悟时光荏苒。

小时候，秋天对我来说是知了不叫了，而蚩蚩开始主宰一个个凉爽的夜晚。石砖里、草堆里，各种秋虫的鸣叫交织成贯穿整个季节的声音记忆。马蛉、竹蛉、油葫芦的声音在花园里回荡。往往是它们开始鸣叫赶走暑气开始，直到声音渐稀寒风不期而至。这之间便是我记忆中童年的秋天。拿着手电和小伙伴捉蚩蚩，再用卷起的纸筒装起来，带回家放到砸好土的瓷盅里。小心翼翼地每天加水喂食儿，再拿养得精神十足、油光锃亮的蚩蚩和小伙伴“战斗”。那时的秋天对我来说，是一年之中最快乐的一段时光。

慢慢地长大后，秋天就不那么“可爱”了。因为凉风开始来的九月份是开学的日子，秋天便在伴随着上学放学和对我永无止尽的家庭作业中度过。一个个老同学聚首的初秋代言了我那时的学生记忆。那些个秋天，就是教室中的黑板上的粉笔字，它慢慢书写着时光。

记得我多年前的一个九月，第一次远离这个城市去南方求学。当走下站台的一刹那，闻到了一种从未闻过的味道，那是浓浓的桂花香味，是江南九月的味道。景色里，云雾迷蒙的西湖、孤山、六和塔，还有满城的桂花香便是我对那时秋天的记忆。有时候，当一种味道不断加深你的记忆时，这种味道便和你永远交织勾连起来，以至于我至今闻到桂花香味，便总是回忆起江南的秋天。

若问我秋天还有哪些味道印象深刻，那多半是柚子与葡萄的味道。在南方求学时，每到秋天，柚子便上市了，南方人爱吃一种叫文旦柚的柚子。多汁无核、甜酸适口，毕业刚回到济南的时候，我还在这个时节专程去找文旦柚的踪迹，终于在几年之后才看到有水果店在卖。秋天的文旦柚是这个季节最让人欲罢不能的味道，柚子皮可以擦手，留下的香味不易消散非常讨喜。

秋天的葡萄对我们来说更加亲近一些，不似文旦柚要运输千里才能吃得上，葡萄对我们来说可谓唾手可得。在我家的小院里，就种着一棵葡萄。每年初秋时节，整栋楼的人都能得到它。这颗功勋葡萄现在还是枝繁叶茂，即使在招虫害最厉害的那一年，这颗碗口粗的老藤竟然也结了四十多斤的葡萄。想想那一个个被蚊子叮得不胜其烦的初秋里，我兴奋地站在藤架下摘葡萄的情景，它就成为了我宝贵的初秋记忆。

秋天是最容易让人感慨的日子，一个个凉风习习的夜晚，时光流过的感觉便在心头泛起。突然想到苏东坡的《洞仙歌》，那道出了人生光阴感慨的最末一句：“但屈指西风几时来，又不道流年暗中偷换。”

## 微声态



五花八门各色消费物语，  
败家宣言、心灵鸡汤持  
续搜罗中……

### @向哪儿看都不再向后看啦：

秋天竟然已经到了，飘在空气中的水果味儿在记忆里弥散。西瓜涨到一块八毛钱一斤，有人的暑假作业大概都不做，蝉声婉转入至安息，那些属于夏天的特点开始不见，偶尔燥热继续，我们在多年前盛夏里相见，如今在早秋里分别，你背上了行囊包裹踏上行程，我假装望了远方天际。

### @沧海1727：

送别了芬芳的春天，明年再发生机，难掩心中依恋。送别了热烈的夏天，尽兴阳光沙滩，相约期待来年。迎来金色的秋天，绿意渐淡，红叶正浓，暂且珍藏中秋的团圆和对远方朋友的思念，梳理思想、打点行装再策马挥鞭！地球不停，历史长河不会中断。生命不息，总要直面机遇与挑战！继续一路向前！

### @吉林师范大学：

梦似秋天，却又荡涤了秋之萧瑟。秋风徐徐，飘然入云，张开双臂，抱住的是自己那份超然的心。用手轻拨琴弦，脚下的路就像是五线谱，追求是最美的旋律。行百里者半九十，任何成功都是坚持不懈的结果。人们往往因为坚持不到最后一刻而与成功擦肩而过。

在群雄竞起、风云际会的泉城商业“战场”上，华联总是最处变不惊的那一个。但正是秉承着朴实的经营理念、稳健的发展步伐，近20年来，济南华联逐步从最初的单一商场发展到集百货、超市、酒店、便利店、网上商城等多渠道共发展的“西部霸霸”。

华联的成功，或许无法总结出太过华丽的经验，然而上到管理层，下至一名普通的柜员，只要你走进华联，就会为华联人踏实到位的服务意识和专业技能所折服。正是通过不断的立足主业内挖潜、严把标准夯实服务，才塑造了华联跨越20年的品牌竞争优势。店庆之际，济南华联集团营运总监孙健就与我们分享了成就华联今日辉煌的那些“服务经”。

# 顾客满意永不变 念好华联“服务经”

□张颖

## 关注需求 顾客满意是终极目标

济南华联集团董事长李茂年曾强调说，“顾客是我们最重要的战略资源，面对日益激烈的竞争环境，企业的策略会不断地变，唯一不变的就是顾客满意。”近几年，华联集团以顾客需求为导向，以亲情服务为主线，深化营运管理改革，提高技能营销水平，整体营运竞争力进一步提升。

华联的服务理念，也在随着顾客不断发展的需求与时俱进着。上世纪90年代，针对老百姓对于商品货真价实的购买需求，华联提出了“商品保真”的经营宗旨，全力打造保真商城，赢得了消费者的信赖。

随着市场的发展，华联人逐步认识到，零售业不仅要为老百姓提供生活必需的商品，还要让大家享受到优质的服务。于是在2000年初，华联提出了“华联服务，从心开始”的服务理念，并提出了“六心”服务承诺，进一步奠定了华联在百姓心目中的良好形象，也为华联留下了更多的顾客。

在满足了顾客现有需求的前提下，近年来，华联人又在用心发掘顾客的潜在需求。一系列或已展开或正着手的创新经营和服务方式，都成为华联服务水平再上新台阶的助推器。

## 固化标准 技能营销提高服务效率

服务人员的个人素质、服务水平是决定零售业发展的关键环节。在商场不断壮大的过程中，随着售货员由自营为主转为联营，济南华联的管理者们认识到，适时提升员工的服务技能，从而提高服务效率，能够为顾客带来更优质的购物体验，让顾客更满意。

“华联提出技能营销的理念，源于早些年国内的一家企业在国际上获得的第一个零售业大奖，为他们赢得荣誉的正是员工创新的服务技能。”孙健介绍道，“从那之后，国内的卖场也开始探索服务人员技能的展示，卖肉‘一刀准’、卖大米精确到克，甚至有顾客为了欣赏售货员的技能慕名前来购物。这让我们深受启发，于是，员工要有技能也成为华联新的服务要求。”

此后，华联员工积极在各自的岗位上苦练各项服务技能，也有效促进了经营业绩的提升。2013年，华联集团年度技能参与率达到97%。百货经营中心制定了“技能全攻略”，结合工作实际新开发了腰带快速打眼、看粉底识色号等多项技能，其中速打领带、手掂黄金克重、速贴鞋底膜等项目还刷新了“华联纪录”。百货运动品类利用卖场面积展示技能成果，两根小小的鞋带在员工的巧手下变成了展翅的蝴蝶、品牌LOGO、时尚图案，吸引了大量顾客驻足；超市从服务顾客，提高绩效出发，各岗位积极开发技能。春节期间，为方便购买碗盘的顾客，服务台员工开发了快速包碗的技能；为减少顾客交款等待时间，收银台研发了快速更换色带的技能；针对老百姓关心的商品质量问题，收货部员工开发了速算商品临期可收货期限的技能，认真把好商品进场等关。

为了加强有效管理，集团要求管理人员也必须掌握一门技能，并通过项目比赛的形式监督落实。近几年，百货、超市所有管理人员均掌握了多项技能项目，在床品花样展示、快速削菠萝等项目中，管理人员均取得了较好成绩。此外，推广技能营销之余，华联又进一步在“固化技能”上做起了文章，给每项技能都制定了统一的执行、考核标准，并利用OA系统上线推广，让各项技能考核更加规范到位。



## 以人为本 打造正能量服务团队

一个优秀的团队离不开创新发展的团队建设。在这方面，华联的原则是：坚持“以人为本”，大力提倡和弘扬“尊重人”的文化，传递“关爱”正能量。

任何时代都离不开标杆的引领，企业发展也需要不断凝聚正能量。为此，华联在内部大力推广“树标杆”的模式，针对不同层级的员工推出了“员工评优机制”、“好队长评选”、“最美华联人评选”等活动，在广大员工中树立了多位岗位和学习标杆。“星火可以燎原，这些具有正能量的标杆，可以在最大程度上、最广范围内释放正能量，带动、激发员工向好人好事学习的热情。”孙健说道。

良好的激励机制也是提高员工积极性的法宝。每一年，华联本着“公正合理、优胜劣汰、平等竞争、动态创优”的原则，通过考核在一线员工中选拔出年度星级员工，并按照“星级员工激励制度”进行表彰和奖励。自2007年开始，华联连续七年组织二星级以上的员工赴国内外考察学习，2014年，外出考察激励扩展到所有星级员工。韩国、香港、澳门、北京、上海等国内外商业氛围浓郁的国家或城市都留下了华联普通员工的足迹，员工开阔眼界的同时，也增强了企业的向心力和凝聚力。

## 后记

在经济趋稳的形势下，面对巨大的销售压力和残酷的市场竞争，华联紧盯市场、不断创新，凭借始终如一的优质服务在错综复杂的经营环境中稳健前行。2014年上半年，济南华联集团实现销售收入38亿元，同比增长12%，实现利税1.3亿元，同比增幅达到18%，经济效益、发展速度均得到较大提升。我们有理由相信，华联的明天一定会更加美好！