



“凡是有麻雀的地方，就有山西商人。”晋商首创了中国历史上的票号，足迹遍布大江南北，驰骋欧亚举世瞩目。

而今提到山西，人们会这样介绍：“山西有座山叫五台山，有条河叫汾河，有种饼叫太谷饼，有种肉叫平遥牛肉，有家超市叫美特好。”走过28年风雨历程的美特好，已深深根植于山西人的日常生活中。

在该企业负责人储德群看来，“与时俱进，每天需不断学习与思考，使美特好走得更好、更远，更好满足市民需要，致力于大家的美好生活。”



干净卫生心里安



分区明确方便购



物美价廉享实惠



团购商品高保真



琳琅满目货品全

美特好 致力美好生活

不断创新
在挑战中坚定前行

线上赋能
打造全渠道优服务

民生标签
让顾客方便到极致

“春节期间，美特好里啥都有，而且各地的年货集中销售，很方便。”今年春节，留在太原过年的张先生喜笑颜开。数据显示，美特好超市春节销售较平时增长3倍以上。

只有创新，才能更好地前进与发展。不仅春节期间数据亮眼，自成立以来，美特好秉持紧盯市场、不断学习、不断进步的学习理念，在太原市场坚定前行。上世纪90年代，改革开放步伐刚刚迈开，美特好的前身金海岸超市成立。这种完全有别于供销社柜台式经营的自选模式，很快获得市民认可。随着时代发展和对市场的准确把握，1998年4月美特好首家门店诞生，并创造了单店年销售额超3亿元的纪录。

2010年，美特好迈入全面开拓发展期。随后几年时间，从田间地头到工厂车间，各类蔬菜、水果基地，遍布全球的工厂车间在美特好的资源整合下，联手合作，共赢市场。之后，又陆续建成农产品加工配送中心，并开辟了线上平台。

截至目前，在转型平台化、生态化组织模式下，美特好已经形成了包括美特好优鲜超市、美食市集、美记包子、美酒团购、德乐茶面包等多种专业业态融合，线上线下共同发展的连锁零售模式，成为拥有实体门店、线上美特好到家APP、微信小程序，员工上万人，年销售额达80亿元的大型连锁企业集团。

点开“美特好到家”APP，挑选需要的物品，下单完成，不多时货物便送上门。乐享便捷服务，已成为近几年不少市民生活中的常态。

尤其是去年面对疫情，美特好选择科学、理性、专业的抗疫模式，直营上百家超市、门店正常营业，线上采取无接触配送服务满足民生需求，亿元平价保供基金全力保障民生商品及防护用品的充分供给，每日宅配3万~5万单，1万多名员工无一人感染。充分发挥全渠道优势，线上线下全方位服务市民，线上订单激增5倍多，为百万市民提供日常所需无接触配送到家服务，保障了市民的菜篮子、米袋子。事实上，这种线上布局从2015年构建“全球蛙”时就已开始。

随着新兴消费快速兴起，线上零售逐渐成为百姓消费的重要组成部分。美特好人意识到想要突破发展，关键还是得拥抱互联网，“全球蛙”因此诞生。随后构建全球蛙赋能平台，打造线上线下全渠道。在此基础上，美特好以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，将线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合。2017年，美特好所有门店全部上线，美特好新零售线上线下融合，实现了150家门店在线、上万员工在线、40000多种商品在线。

做“专业品质、应有尽有的全食超市”是美特好的初心，每天凌晨3点左右，100余吨新鲜蔬菜水果，从美特好清徐农产品加工配送中心出发，配送至美特好150家门店。一大早，这些经过严格农残检测的生鲜食品，随着第一波进入超市的顾客，进入千家万户的餐桌。

该加工配送中心拥有8.2万平方米的仓配中心、70多台标准化冷链配送车辆、先进的仓配一体化信息平台，集成需求预测及补货系统、订单预约系统、仓储管理系统以及运输管理系统，其庞大的体量和生产、配送能力在华北区域首屈一指。所有员工不辞辛劳地奔波着，“为了提供最新鲜的产品，我们奋力前行。”储德群说。

这仅是美特好持之以恒为居民严把食品安全重要关卡，让市民得到最大实惠的一个缩影。一直以来，美特好秉承“爱员工、爱顾客、爱厂商”的兴业理念，弱化企业自身地位，高效落实七个极致：即极致丰富、极致亲近、极致环境、极致品质、极致高性价比、极致全渠道、极致定位。一如美特好的英文名称“Meet all”，其意为满足所有的需要，让所有人感到“我”很重要。

28年的积淀，“民生”已成为美特好最显著的标签。“让顾客方便到极致”就是美特好人的追求与方向。



美记包子香飘远



德乐面包甜蜜蜜



美食品集美食多



美好生活美特好



及时配送保新鲜



线上线下渠道广