

## 太原品牌 品牌强市

“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

摄影 牛晨阳 文字 李静



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、应有所有的全食超市”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



美食市集美食多



美好生活美特好



及时配送保新鲜



线上线下渠道广