



餐饮超市高歌猛进

今年以来，在新冠疫情防控常态化形势下，我市贸易类企业克服困难，有的狠抓内功，提升菜品质量；有的开办“大众食堂”，把午饭直接送到校园、企业；有的将半成品食材送到家，让你更方便地过一把大厨瘾……

此外，太原日报社“太原品牌 品牌强市”系列报道效果明显，让企业的“酒香”飘得更远。据统计，与一季度相比，二十余家贸易类企业二季度的销售额增长约40%。



唐久超市

佳肴引得老饕来

“回到太原后，我就喜欢这家的火锅味道，很地道。”9月28日中午，位于学府街的唐尧老火锅店内，市民曹晋生正与朋友一起吃着火锅，“我是看了咱们报纸后，知道有这家重庆味道的火锅店才来的。”老曹是重庆人，几天闻不着火锅味儿就惦记得紧。

唐尧老火锅店是百姓渔村餐饮集团有限公司旗下品牌之一，主打方向是重庆风味火锅。为了让老曹这样的老饕们吃得巴适，唐尧老火锅专门从重庆当地采购上等的辣椒、麻椒，经名师炒制火锅底料，形成了特色。面对疫情的影响，百姓渔村旗下的各个门店对菜品精益求精，今年夏季，百姓渔村推出22道新菜品，菜品一经问世，便成为网红菜，广受好评。

“食材决定了菜品的品质，百姓渔村将食材采购当成重中之重。在采购部，每月至少两次会赶赴食材源头地采购。”百姓渔村工作人员说，“专业采购人员定期到湖南、杭州、云南、新疆等原产地采购食材，保证原汁原味，更保证新鲜。”这两天正是吃蟹时节，为给客人们带来上乘体验，总经理马新民更是亲自带队，前往阳澄湖大闸蟹养殖基地，全程监督养殖、采购工作，确保大闸蟹的优质。



水塔醋业

堂食悄悄变食堂

香卤鸡腿饭、土豆片过油肉、青菜豆腐羹……中午，在迎泽区东岗小学，刚刚下课的孩子们性急地打开香味四溢的饭盒，狼吞虎咽地吃了起来。时不时的，孩子们还会小小炫耀一番，这个说，“今天的饭比家里做的好吃”；那个说，“我的鸡腿比你的一大点儿”。

与此同时，在山西四建集团有限公司内，刚刚吃完午饭的一位职工正惬意地靠着椅背休息。“并州饭店的盒饭不错，水果挺新鲜。”他一边吃饭，一边与工友聊着天，“吃人家这个‘食堂’，比咱们建个食堂还省事、划算。”

除了东岗小学、山西四建集团有限公司、晋商博物院、迎泽公园等十多家企业员工的午饭，都来自于并州饭店“智慧央厨”配送基地。“顾客不能到店内就餐，我们就把午饭送到顾客那里，让我们并州饭店变成顾客的食堂。”面对疫情，并州饭店适时打出“食堂”这张牌。

蔬菜加工、米饭炊烟、肉类加工、蔬菜烹饪……在基地的中央厨房生产区，听不到勺碰锅沿的叮叮当当，更没有呛人的油烟味道，有的只是蓝色消毒防护服、一次性口罩和严格的操作流程，智能化的烹饪机器。与其说这是厨房，其实更像高科技的生产车间。

2021年1月至8月，并州饭店酒店本部经营收入6590.8万元，增长70.7%；外部经营收入2040万元，增长115.9%。

“目前，我们正以‘智慧央厨’配送基地为依托，加快推进集餐饮管理、产品研发、净菜加工、营养配餐、食材配送、食育教育等功能为一体、日单餐产能达10万份的‘智慧央厨’项目建设。”并州饭店党委书记、总经理王中华表示，“项目建成后，将以更好的服务能力、更高的服务质量、更完善的服务体系，在保障学校集体用餐配送和社区食堂服务的同时，推动太原现代服务业的发展。”

线上销售旺旺旺

为了赢得更多顾客，我市零售超市则把目光投向了线上超市。

临近中午，忙完工作的郑馨打开手机，通过微信小程序，在一家叫做“多歌儿cook-cool”的线上超市内下单，购买了几种半成品食材。10分钟后，刚刚到家的郑馨就收到了快递员送来的新鲜食材。食材已经全部处理好了，简单翻炒、炖煮一下，一袋子食材就变成色香味俱全的菜品，摆上了餐桌。

“我其实不太喜欢做饭，主要是嫌洗菜收拾麻烦。可是不能总叫外卖吧，再说高油高盐的菜品，吃多了也不健康。”郑馨说，“半成品食材不错，方便、卫生，也节省时间。”“多歌儿cook-cool”线上超市，是省城零售龙头企业美特好开设的探索生鲜食材经营的零售窗口。

美特好集团董事长储德群表示，“我们想要让生鲜食材像自来水一样流进千家万户。”他介绍，利用物流系统，设置城配中心及中央厨房，美特好集团通过前置仓的模式，把生鲜食材进行加工后送到前置仓。市民在家里只需通过手机微信下单，最多十几分钟，就可以收到干净、新鲜的半成品食材。

太原唐久超市有限公司则通过线上统计数据，探索精准销售。“以前，我们对顾客的购买习惯琢磨得不够，货物一来，摆在柜台上卖就行了，经营模式太粗放，既占用资金，又浪费空间。”唐久公司的工作人员说，“后来我们开通了支付宝小程序，并配合优惠券功能，把营销活动挪到了线上。借助支付平台多元化营销工具，通过精准的数字化分析，我们及时调整品类占比，不但满足了顾客的商品需求，还增加了到店率。”据她介绍，今年3月，在支付宝大促销中，唐久一天发券超30万张，小程序访问量暴涨了12倍，仅矿泉水一个单品就卖出6万多瓶。

品牌报道有成效

我市强力推进品牌强市战略，市委、市政府加大对本地品牌企业的支持力度，市属媒体高密度、高质量、大篇幅宣传本地品牌，有效促进了品牌企业发展，拉动了经济增长。

“全市实施的‘太原品牌 品牌强市’战略，切实为企业办了一件实事、好事。我们更要撸起袖子加油干，提质增效再登高。”山西老陈醋集团有限公司董事长郭俊陆表示。借助品牌宣传，东湖老陈醋集团春节期间推出的山西醋宴礼盒版，线上宣传视频点击量超2000万。整个春节期间，东湖老陈醋集团累计收入4284万元，同比增长18.6%。

面对成绩，相关企业负责人表示，“数字亮眼，成绩给力，我市持续进行的品牌强市战略，给了我们信心，让企业充满了力量。”

记者 张勇 视觉策划中心供图



金虎便利



并州饭店中央厨房



美特好超市



东湖醋园



百姓渔村