

# 临期食品的冰与火：规模百亿 货源紧缺

本报记者 刘旺 北京报道

用打折的价格买到“不打折”

的食品，近年来，临期食品不断受到当代消费者的青睐。

《中国经营报》记者注意到，临

期食品赛道扩容明显，与先前超市开设临期食品折扣区不同的是，近年来，出现了不少临期食品品牌，如

“好特卖”“繁荣集市”“小象生活”“甩甩卖”“东罗西搜”等。根据艾媒咨询发布的报告，2021年临期食品

行业市场规模达到了318亿元。但也有质疑声传出，关于货源紧缺，临期食品折扣店产品不临

期，而是陈列众多小品牌产品的声音不断出现，让人不禁发出深思：临期食品真的是一门好生意吗？

## 临期食品“狂欢”

截至2021年底，我国临期食品相关企业总注册量达到了94家，市场竞争加剧。

“买临期食品的人是精致穷还是真节俭”“临期食品有多受欢迎”“临期食品避坑指南”，社交平台关于临期食品广泛的讨论，让临期食品有了更多话题性。

根据艾媒咨询发布的报告，2021年临期食品行业加速发展，市场规模达318亿元。2021年临期食品行业开始受到资本、用户关注，多个品牌获得融资，预计行业保持6%的增长率，并将会持续增长，2025年中国临期食品市场规模将达401亿元。

入局者也越来越多。截至2021年底，我国临期食品相关企业总注册量达到了94家，市场竞争加剧。

## 货源何处？

临期食品的需求暴增，供应跟不上需求。

赛道火热的背后，临期食品的货源其实并不稳定，并且越来越紧缺。

几年前，天津最早出现了一家临期食品连锁店“闹玩洋行”，其创始人“娄哥”透露，临期食品主要有两大来源，一是因为进口食品的进货周期长导致的货物积压，二是零售商的退货。

娄哥解释道：“比如说你是德国啤酒的代理商，要从德国进一批啤酒到中国销售，货从你下订单到付款，到生产、发运，再到中国海关，再通过检验流到各个零售店，是一个非常长的链条，订货周期可能需要几个月的时间，所以在订货的时

候需要一次性订很多货物。这时候就极有可能因为对市场估计不准导致库存积压。”

“第二个来源是一些零售商在进货时没有考虑到未来退货的问题，到了消费旺季零售商会下大量的订单，如果过了旺季，剩余的就会无条件退货给供货商。这时产品的日期有可能相对比较久了，甚至已经拆掉外包装，二次销售不好卖了。”娄哥说。

河北省沧州市的超市经营者李强，此前也考察了临期食品生意，不过他也发现，这个行业的货源并不稳定。“加了十多个经销商的群，每天都要自己找货。品牌方提供的货，有些

不是大牌，消费者不怎么认同。”

对于货源问题，临期食品货源平台超级供货仓联合创始人田云表示，“以前做的人少，货源充足，即便专做临期食品，都可以找到货，但随着做临期食品的人越来越多，对货源的需求越来越大，货源根本跟不上日益增加的需求，以前是处理临期食品的源头追着临期食品仓库跑，现在反过来了，是专做临期食品批发的仓库追着源头跑。而且还不一定能拿上货，有可能你还在和源头方磨价时，已经有人全拿下了。”

“2018年我们第三家店开的时候，进货单上显示的基本都是进口

临期期，如标注保质期1年或更长的，临期期为到期前45天；标注保质期6个月~不足1年的，临期期为到期前20天；等等。

而在尚无临期食品品牌店出现时，市面上也一直有临期食品流通。记者在多个食品饮料经销商微信群里发现，各类饮料、奶制品、啤酒、方便面等各类临期积压库存产品的出售和收购，是流通领域的常态。

盘古智库高级研究员江瀚认为，临期产品的大量存在是临期生意生存的基础。根据艾媒咨询发布的《2020年中国临期食品行业市场分析及消费者研究报告》，2020年，

临期食品，价格特别便宜，但2021年初，这里的临期食品连5%的比例都占不到了，而且价格还特别贵。”娄哥说。

除了临期食品的需求暴增，供应跟不上需求，娄哥还认为，临期食品缺货的趋势是不可逆的。“只会越来越紧张，而且极有可能未来出现临期食品的概率越来越小，因为之前出现临期食品，是进口商评估自己的销量，数据评估的不准确，但现在有了大数据，大家对进货量的估计越来越熟悉，越来越准确，也就意味着估算的失误会越来越小，进货进多了的可能性也就越来越小。”

中国零食行业总产值规模超过3万亿元。1%的库存沉淀就是300亿元的临期食品行业规模。

“根据六级标准要求，存在大量的商品放置到临期状态仍没有销售出去的情况，在流通速度较慢的渠道会更突出，像一些私人超市，这种临期现象更加普遍，所以，一般商家会有针对性地把快到保质期的商品放在货架的最前端，把日期新的商品放在后面。但无论选择什么样的策略，临期都是在所难免的，这时商家就会选择降价处理，或直接交给专门的处理商打包处置，也就给临期食品带来了巨大的市场。”江瀚表示。

## 临期食品是门好生意吗？

对品牌方来说，临期食品折扣店的加盟业务或许是一个好生意。

临期食品是门好生意吗？这一直是业内探讨的热点话题。

一方面，临期食品货源紧俏在折扣店中也有体现。记者在好特卖发现，其陈列的产品不仅有临期食品，也有诸如到2024年7月到期的巴黎水，不知名的鸡爪等产品。对于产品结构问题，记者致电好特卖，但对方并未对该问题进行回应。对于货源，相关工作人员表示“都是对接的厂家”。

同时，以“临期捕手”线下门店为例，其中40%的商品是进口食品，30%的商品是网红食品，10%的商品是短保食品，只有20%的商品是临期食品。

另一方面，对品牌方来说，临期食品折扣店的加盟业务或许是一个好生意。根据凤凰网科技的报道，有意向与好特卖合作的“合伙人”需要缴纳1.98万元的培训费和34万元的保证金，才可以成为一家已开业的好特卖店铺“合伙人”。“合伙人”可以管理一家面积100~150平方米的门店，并获得店铺12%的销售额分成。同时，“合伙人”需要负责店铺的人力和水电成本，而进货、房租、物流会由总部负责。

但好特卖招商工作人员表示，该模式已经停止，现在如果想和好特卖进行合作，只能从其

平台进货，但店铺不能挂好特卖的Logo。也就是说，好特卖的另一方面，变成了折扣仓库。

全国连锁店东罗西搜相关负责人也透露，“东罗西搜现在不收加盟费，只收开店押金，200平方米以上6.98万元，100平方米到200平方米3.98万元，80平方米以下1.98万元。我们的产品平均毛利有35%。”

不过，面对趋之若鹜的资本和消费者的热情追捧，判断临期食品折扣店是否是门好生意，似乎要跳出产品本身。

江瀚认为，临期其实就是奥特莱斯的生意，正在成为解决流量困局的一种另辟蹊径的办法。

“对当前的互联网来说，获客的成本越来越高，不少电商现在新拉一个用户的成本甚至到了百元，但对临期食品来说，获客反而不是问题，只要有足够的货源，在这个市场上到处都是长尾，只要能把握设计得精细、整洁而且有条理，就能够吸引消费者。对消费者而言，进入一个有大量小众却足够低价的商品群之中的时候，往往会有扑面而来的冲击力，在这种情况下，再加上比如说一折甚至更低的折扣标语，往往能够刺激极强的购买欲望，甚至能够迅速转化为互联网或者移动互联网的用户。”江瀚说。

广告



### 信仰专业的力量

## Focus Insight

2014年国家文化产业示范基地  
国家级工业设计中心(2020-2021年)  
中国4A第十六届(2021年度)理事单位

品牌战略 / 数字营销 / 品牌设计 / CI.VI.LOGO设计 / 包装与产品设计 / 环境设计 / 导示设计



2014APEC峰会  
品牌/VI/空间设计



一带一路高峰论坛  
LOGO/VI



2021年中央广播电视台  
春节联欢晚会  
LOGO



2017金砖峰会  
LOGO/VI



中国国际进口博览会  
LOGO/VI/吉祥物



2019北京世园会  
LOGO/VI



杭州G20峰会  
综合用品设计/会议用品



中国国际航空  
VI/CI/SI/企业文化  
品牌战略/年度服务



中国南方航空  
VI/品牌策略/WVI  
数字营销/用户体验



中国银行  
APP设计/数字营销



东风集团  
企业品牌/产品品牌/海外品牌  
金融品牌/VI设计



杭州城  
LOGO/VI



2019年国际篮球世界杯  
吉祥物“梦之子”



崇礼城市  
吉祥物“冲冲”



中国国际进口博览会  
吉祥物“进宝”



中国进出口商品交易会  
(广交会)  
吉祥物“好宝”



青岛城市  
吉祥物“勤勤”



奇虎360  
吉祥物“安仔”



海尔  
VI/SI/品牌年度服务



中国人寿  
LOGO/VI设计



京东  
VI设计



苏宁易购  
LOGO/VI



水立方  
LOGO/VI/SI/画册  
年度服务



新东方  
LOGO/VI/SI  
年度服务/品牌设计



360安全卫士  
LOGO/VI



美的  
LOGO/VI设计



波司登  
畅销全球72国  
LOGO/VI



新浪网  
LOGO/VI



开心果  
LOGO/VI



珠海  
LOGO/VI

## 2021年德国 IF 奖发布：

### 东道集团位列全球品牌创意公司 TOP3 之第 2 名

全国统一客服热线：

# 400-890-8989