

2021年中国临期食品市场分析报告- 产业竞争现状与发展机会预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国临期食品市场分析报告-产业竞争现状与发展机会预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/547303547303.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

临期食品管理体系框架的构建

一、超市临期及过期食品管理体系框架构建

(1) 确定相关的管理指标

建立超市临期食品管理体系时，首先要确定相关的管理指标。食品管理过程中，需要注意的指标非常多，要对各项指标进行明确。通常情况下要对食品的购进信息进行详细的记录，具体包括购进时间、购进的数量、各种食品的保质期、食品的价格、食品的分类和食品的包装等等。定期对食品的各项指标进行检查，将信息输入到电子计算机系统中，当食品临近保质期限时要报警显示，从而提醒管理人员及时采取有效措施进行处理。当系统中显示出某些食品已经过期了，管理人员要及时让这些商品下架，同时做好后续的清理工作。

(2) 设立相应的岗位

超市的货流量非常大，对于临期食品，要设立相应的岗位来处理相关事宜。临期商品如果在超市销售会引起不良影响，超市中过期商品下架和临期商品出清都会影响到超市的经济效益，这需要有明确的处理说明。这些工作与超市的常规管理工作大不一样，如果不设立单独的临期及过期食品管理岗位，会给固有的管理岗位增加工作负担，影响其工作质量和工作效率。所以，超市要设立临期及过期食品管理工作岗位，并且要对工作岗位的工作内容和相关责任进行明确。

(3) 信息化

大数据时代，管理要实现信息化。信息化管理的特点是管理具有规律性，可以同时大规模的数据进行正确处理，同时可以对这些数据进行分析，从而对商品进行有效评价。尤其是大型超市，一定要充分利用信息技术来对临期和过期食品进行统计和分析，从而做出有效的决定。信息化管理中，要将管理的信息实现分类管理，从而保证信息处理的效率。食品购进部门、库存部门和销售管理部门都要对食品信息进行处理，都要对食品的相关信息进行分析 and 汇总。三者之间的信息既要进行互通，又要掌握好自己的主要职责。例如，食品购进部门主要记录食品的相关信息和保存方式等；库存部门主要对出库商品的信息进行记录，对库存内食品进行质量检查等；销售部门则要在盘点食品时关注食品的临期及过期情况。通过三者的信息汇总，来实现部分食品商品的出清和下架以及打折出售等等。

二、外国超市临期食品处理的借鉴

(1) 包装标识识别临期食品

在食品外包装上有“食用日期”和“最佳食用日期”的标识。“食用日期”是指在这个日期之后继续食用该食品可能影响健康，超市必须停止销售。“最佳食用日期”是指食品的质量在该日期之后就会减低，但继续食用不会有健康安全问题。处于“食用日期”和“最佳食用日期”之间的食品可以打折销售。

通常情况下，我国的超市是在发现产品要到保质期时才开始打折，但是客户在选择时有

一个选择的过程，这些打折的商品因为临近保质期而不被接受。所以，食品在生产包装时就表明最佳食用日期和食用日期，能够让消费者理性看待临期商品。这样也能够让超市对临期商品进行及时处理，从而避免了商品过期带来的麻烦。

（2）临期食品打折销售

超市的过期商品是必须下架的，这些下架的食品绝不能再次销售，这就给商家造成了一定的经济损失。这些过期商品理应销毁，浪费了珍贵的物料资源；部分商家将这些食品商品进行再度包装出售，严重影响了消费者的身体健康。超市不论是从降低自身损失出发，还是从保护消费者身体健康的角度出发，都要对临期食品进行及时处理，通过打折销售的方式来让商品在过期之前为消费者所用。这样就能够做到节约、止损、保护消费者的身体健康。例如，家乐福超市每天下午三点开始降价出售烘焙糕点，这样能够让糕点走进消费者的晚餐，同时避免了过期糕点被销毁而浪费粮食资源。

（3）临期食品直接丢弃或捐赠

在食品过期前的几个小时捐赠出去，能够快速找到接受者，也能够在这些食品变质之前填饱某些人的肚子。这种做法虽然对超市自身的经济收益毫无帮助，但是却让这些食品返回其应有的作用。同时也让社会上饮食匮乏的人们改善了生活。这种做法虽然不能提升超市的利润，但是却提升了超市的社会效益，也体现出了超市决绝销售过期食品，彰显了超市合理利用粮食资源的优良做法。我国的居民生活水平依然存在一定差距。超市在食品临期时大幅度打折，会吸引很多消费者。从解决能源和粮食资源的角度出发，捐赠临期食品的做法值得借鉴。

临期食品行业的特点

特点

具体内容

投入成本低

开店投入成本并不大（门店面积，设备、装修、人员，营业时间都可以按精简原则），加上厂商的让利和政府可能的补贴单店赢利未必就低；

降低厂家损耗

厂家和供应商角度来说提高了销售和周转，降低了厂家和供应商管理成本，降低了损耗和临期品的相关风险，利于厂商品牌形象的提高；

食品安全的管控能力提高

临期食品处理模式是一个闭路系统，过期食品在这个体系中已经按相关要求集中销毁，不存在改头换面重新流入市场的可能性。同时也符合扩大内需和供给侧改革的内涵，对低收入人群也是实在的福利。资料来源：商业资料整理

APP和网络促销平台占临期食品渠道比重大

目前我国临期食品主要渠道为大型商超和综合电商平台。与实体店相比，网上销售的临期食品花样繁多。在淘宝网上搜索临期食品，坚果、面包、奶制品等各类食品跃然于眼前，

大多都在名称前用文字注明了“临期价”或“临期食品”，售价实惠，销量颇高。有的网店甚至把临期零食拼成礼盒出售，销量可观。有消费者在买家评论中表示，临期食品网上半价出售，不仅购买方便，还能省钱解馋。未来，随着互联网的发展网络促销平台是临期食品的重要销售渠道。

2020年中国临期食品用户购买渠道 资料来源：观研天下整理

临期奶粉在线上售卖是行业内很普遍的现象，孕婴店以及母婴产品的零售店，商品临期卖不出去时，往往会将这些产品转移给电商渠道。

网上销售临期食品利润可观，店内的临期奶粉3元钱就能出手，但是线下处理并没有足够多的客源和时间，借助电商平台的话，销售价格不会低于20元。

对于处理不掉的商品会拿到电商平台上参加秒杀售卖，主要是为了通过促销获取新用户。即使有亏损，但也在一定程度上冲高了销量。（cy）

观研报告网发布的《2021年中国临期食品市场分析报告-产业竞争现状与发展机会预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国临期食品行业发展概述

第一节 临期食品行业发展情况概述

- 一、临期食品行业相关定义
- 二、临期食品行业基本情况介绍
- 三、临期食品行业发展特点分析
- 四、临期食品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、临期食品行业需求主体分析

第二节 中国临期食品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、临期食品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国临期食品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国临期食品行业生命周期分析

- 一、临期食品行业生命周期理论概述
- 二、临期食品行业所属的生命周期分析

第四节 临期食品行业经济指标分析

- 一、临期食品行业的赢利性分析
- 二、临期食品行业的经济周期分析
- 三、临期食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国临期食品行业进入壁垒分析

- 一、临期食品行业资金壁垒分析
- 二、临期食品行业技术壁垒分析
- 三、临期食品行业人才壁垒分析
- 四、临期食品行业品牌壁垒分析
- 五、临期食品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球临期食品行业市场发展现状分析

第一节 全球临期食品行业发展历程回顾

第二节 全球临期食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲临期食品行业地区市场分析

一、亚洲临期食品行业市场现状分析

二、亚洲临期食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲临期食品行业市场前景分析

第四节 北美临期食品行业地区市场分析

一、北美临期食品行业市场现状分析

二、北美临期食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美临期食品行业市场前景分析

第五节 欧洲临期食品行业地区市场分析

一、欧洲临期食品行业市场现状分析

二、欧洲临期食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲临期食品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界临期食品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球临期食品行业市场规模预测

第三章 中国临期食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品临期食品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国临期食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国临期食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国临期食品行业运行情况

第一节 中国临期食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国临期食品行业市场规模分析

第三节 中国临期食品行业供应情况分析

第四节 中国临期食品行业需求情况分析

第五节 我国临期食品行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国临期食品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国临期食品行业供需平衡分析

第八节 中国临期食品行业发展趋势分析

第五章 中国临期食品所属行业运行数据监测

第一节 中国临期食品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国临期食品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国临期食品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国临期食品市场格局分析

第一节 中国临期食品行业竞争现状分析

- 一、中国临期食品行业竞争情况分析
- 二、中国临期食品行业主要品牌分析

第二节 中国临期食品行业集中度分析

- 一、中国临期食品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国临期食品行业市场集中度分析

第三节 中国临期食品行业存在的问题

第四节 中国临期食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国临期食品行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国临期食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国临期食品行业消费市场动态情况

第二节 中国临期食品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 临期食品行业成本结构分析

第四节 临期食品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国临期食品行业价格现状分析

第六节 中国临期食品行业平均价格走势预测

- 一、中国临期食品行业价格影响因素
- 二、中国临期食品行业平均价格走势预测
- 三、中国临期食品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国临期食品行业区域市场现状分析

第一节 中国临期食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区临期食品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区临期食品市场规模分析
- 四、华东地区临期食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区临期食品市场规模分析
- 四、华中地区临期食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区临期食品市场规模分析
- 四、华南地区临期食品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国临期食品行业竞争情况

第一节 中国临期食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国临期食品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国临期食品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 临期食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国临期食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国临期食品行业未来发展前景分析

- 一、临期食品行业国内投资环境分析
- 二、中国临期食品行业市场机会分析
- 三、中国临期食品行业投资增速预测

第二节 中国临期食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国临期食品行业市场发展预测

- 一、中国临期食品行业市场规模预测
- 二、中国临期食品行业市场规模增速预测
- 三、中国临期食品行业产值规模预测
- 四、中国临期食品行业产值增速预测
- 五、中国临期食品行业供需情况预测

第四节 中国临期食品行业盈利走势预测

- 一、中国临期食品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国临期食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国临期食品行业投资风险与营销分析

第一节 临期食品行业投资风险分析

- 一、临期食品行业政策风险分析
- 二、临期食品行业技术风险分析
- 三、临期食品行业竞争风险分析
- 四、临期食品行业其他风险分析

第二节 临期食品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国临期食品行业发展战略及规划建议

第一节 中国临期食品行业品牌战略分析

- 一、临期食品企业品牌的重要性
- 二、临期食品企业实施品牌战略的意义
- 三、临期食品企业品牌的现状分析
- 四、临期食品企业的品牌战略
- 五、临期食品品牌战略管理的策略

第二节 中国临期食品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国临期食品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国临期食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国临期食品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国临期食品行业营销渠道策略

- 一、临期食品行业渠道选择策略
- 二、临期食品行业营销策略

第三节 中国临期食品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国临期食品行业重点投资区域分析
- 二、中国临期食品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/547303547303.html>