

爆火! 价格“打骨折”, 便宜量又足……年轻人凭“食力”成了消费主力军

临期食品店冰城“开花”, 你“薅羊毛”了吗?

实习生 赵霏 本报记者 李赫



临期折扣仓内食品琳琅满目。

超市里3元一瓶的芬达汽水, 这里10元可买8瓶; 淘宝上标价9.9元一瓶的老干妈辣酱, 这里只卖2.5元; 8元钱可买到原价10多元的自然火锅……像此类“击穿底价”折扣食品达300余种。这是食品特卖, 还是开业酬宾, 或是到期清仓?

答案就在临期商品折扣店内。这里5折甚至更低的价格, 就能买到日常食品。优质产品大量积压、网络流量加持、年轻消费者“薅羊毛”, 形成了临期商品的供需链条。售价“打骨折”的方式, 使临期食品

从直播带货迅速落地开店。眼下, 在某视频平台搜索“哈尔滨临期食品”显示, 主城区已开设临期食品店20余家, 香坊、南岗、平房周边区域均有多家云仓, 单个仓库千余平方米左右, 所售品类高达300多种。

临期食品能红火多久? 面对雨后春笋般冒出的临期食品店, 有人发出疑问。然而疑问还未回答, 竞争者已经出现, 非临期折扣店凭借正期产品和亲民价格, 获得消费者青睐。

搅局者

A 线上线下销售“两开花” 年轻人成主力军

“十一”假期, 大学生小茹和室友将备好的购物袋揣进背包内, 乘公交车1个小时去南岗区买零食。学校周边就有大型超市, 为什么要舍近求远? 小茹称, “那儿价格便宜量又足, 还是正品, 名正言顺、理直气壮地‘薅羊毛’。”

小茹所说的超市位于南岗区苗圃街, 是一家临期商品折扣店, 店内所售商品涵盖零食、饮料、酒品等上百种。小茹拿起一瓶老干妈辣酱, 该款商品淘宝上标价9.9元, 这里只卖2.5元, “要硬说不足的地方, 那就是辣酱还有2个多月到期。临期不代表品质差, 一瓶辣酱1个多星期就消灭掉了。以前商场会特价处理, 买一送一, 但价格比这儿贵……”她说。

在这家店的另一个角落, 一男子提着满满的购物篮来到饮料区。一番衡量后, 他将8瓶饮料原路放回, 然后将几盒3.3折的巧克力放入购物篮。该男子称, 虽然10元8瓶的饮料很合适, 但拎着很沉, 不如换成较轻的食品来得划算。

记者发现, 店内多为年轻消费者。大部分人表示, 以前从线上各大平台的“直播间”了解到临期食品, 下了几单发现还不错。通过一些视频软件的网络大V探店, 了解到本

地的临期食品店, 因此特地来店里采购囤货。该店经营者向记者透露, 虽然店内售卖临期食品价格便宜, 但薄利多销, 利润率与传统仓买店接近。

记者在某视频平台搜索同城关键词“临期商品折扣店”, 发现有百余个视频, 点赞量均在500以上, 浏览量在10000以上。评论纷纷表示“性价比, 有机会一定过来!”事实上, 各大社交平台上临期食品相关话题也有颇高关注度: “B站”上有关视频最高播放量近60万次, 知乎上“带你了解临期食品”的文章热度近2万, 小红书上相关笔记超过2600篇……

今年发布的《2020年中国临期食品行业市场分析及消费者研究报告》显示, 中国临期食品消费群体以中青年为主, 其中消费者年龄为26岁至35岁的占47.8%。由于临期商品销售火爆, 市场需求量迅猛提升, 近一年来, 临期商品店在二线城市密集出现。



道里区爱建正品折扣仓门店。

竞争者

便宜不临期, 正品折扣店来了

作为新业态的临期商品经营, 相关门店如雨春笋般冒出后, 也面临彼此竞争。记者发现, 临期商品商店的对抗版本——正品折扣仓, 已悄然出现。道里区爱建路河路上, 坐落着一家名为“好品客”的正品折扣仓, 所售商品已摆脱了临期限制。

该店占地3500平方米, 今年9月8日开业, 截至9月23日, 在某视频平台上观看量已达462.1万, 不到一个月的时间占据哈市购物人气榜第二名, 日营业额约20至30万元。

店内的装潢更像仓库, 较为简单。销售狮王牙膏、小熊啤酒、依云矿泉水等商品, 涵盖零食、饮料、生活用品等类别。折扣仓总部相关负责人向记者介绍, 好品客与临期食品折扣仓定位不同, 好品客主打的是直营店, 由相关云仓及各大品牌总代供货, 售卖的不是临期食品, 而是正期产品。其中极少部分的临期食品会特别标注折扣, 所

占比不足三成。

此外, 相比于临期商品需要筛选特卖, 折扣仓内的货物种类相对较全, 同时销售进口食品。负责人表示, “市场上, 一瓶进口红酒最低几百元。在我们店里, 价格最高的才几百元。因此, 一些顾客疑惑‘这真的是正品吗?’为了解答疑问, 店内的进口食品包装上都附有二维码, 顾客通过扫码可溯源进货途径以及商品是否为正品。”

行业专家表示, 整体上来说, 不论是临期食品还是折扣商品都可以归于“薅羊毛”经济, 有消费者薅商家, 也有商家薅厂家……不过对于厂商来说, 或许早就通过主流渠道保障了足够的利润, 这一部分所谓的降价“损失”也在其预估之内。折扣商品走的路线与传统售卖方式一般无二, 只不过在传统食品销售方式上更明确地标注了售卖时间范围的理念。更关键的是消费者确保在范围内完成消耗即可。

链接

什么是临期食品

临期食品, 是指即将到达食品保质期, 但仍在保质期内的食品, 超市的“临期食品专柜”销售的即是临期食品。通俗解释, 比如一袋纯牛奶保质期是6个月, 当它离过期不到一个月时, 这剩下的一个月就叫临期。平时我们在逛商场的时候, 经常会发现有些食物大减价, 如糕点、面包、馒头, 它们的有效期就剩下1天了, 会半价或者更低的价钱售卖, 这也属于临期食品。

面包、牛奶、酒水等食品的临期标准时限统一吗? 2012年1月27日, 国家工商总局发文明确要求, 食品经营者对即将过期的食品应向消费者作出醒目提示, 到了保质期临界期限的食品需要告知顾客并单独出售。

临期食品能吃吗? 答案是可以。因为临期食品还处于保质期内。2011年5月13日卫生部发布GB-7718-2011对预包装食品保质期作出如下定义, 即预包装食品在标签指明的贮存条件下, 保持品质的期限。在此期限内, 产品完全适于销售, 并保持标签中不必说明或已经说明的特有品质。

临期折扣仓门前的促销广告。



B 临期食品“积”出供应链, “云仓”诞生

记者在香坊区一家临期食品仓库商家了解到, 这些商品流转周期一般在一周左右。淘宝联合科普中国发布的临期消费冷知识报告显示, 食品在保质期剩余20%至50%期间, 因折扣低且口感不受影响, 往往会迎来一轮销售高峰。其中, 薯片、方便面、饮品、饼干等是临期食品中的畅销品。

大量的临期食品, 从何而来? 一款商品抵达消费者手中, 要经历多个环节。源头是生产厂家, 接下来是各级经销商, 再由经销商分流到个人代理商(如超市、仓买), 最后流通到终端的消费者手中。其中, 部分厂家会直接筛选出临期食品, 发放给经销商或大型商超, 而有些临期食品则是由下游的经销商和个人代理商筛选出来售卖。受疫情影响, 部分流通市场停滞, 库存积压导致临期商品富积, 一个新型中端市场——临期食品

折扣售卖云仓随之诞生。

云仓是临期食品的中枢枢纽, 收集了从上游端(厂家及大型商超)的临期品, 建立专门仓库进行储存, 然后分发给下游的小仓买和个人代理商。由于临期商品的产生本身来自于存放时间过久的正价商品库存, 所以临期商品的货源并不稳定, 同一仓店所售货品种类和品牌时常波动。

目前香坊区、南岗区等周边分布着多家云仓, 单仓品类达300余种, 其中超百种商品为知名一线品牌, 如百威啤酒、红牛、可口可乐、老干妈、王老吉等, 部分云仓内售品还有红酒等进口食品, 均低于市场价或半价出售。由于占地面积较大, 目前坐落于哈尔滨的云仓大多数离市区较远, 且只有部分云仓提供零售服务。大多数云仓主要面向小超市、仓买店等商户进行批发售卖。

C 临期食品如何“保期”, 业界标准亟待完善

除了外在条件导致商品过期, 保质期的真实性是消费者们购买临期食品时的主要顾虑。市民李女士告诉记者, “作为消费者, 无法分辨出保质期的真假。这么便宜的临期商品, 万一篡改生产日期, 把过期食品改成临期售卖, 我们根本识别不出!”

对此, 哈尔滨首家云仓黑龙江优质农产品云仓交易中心——哈尔滨博能百惠云

仓负责人贾幼望告诉记者, 大型超市很多食品在保质期过半的情况下会被下架, 这些还未过期的食品流入到临期食品市场, 不过有些单品在货源上可能不充足, “我们从大经销商处拿货, 商品都是正品, 在食品时限上不会造假。如果云仓出现造假情况, 下面的批发商和零售商不会再进货, 这种行为无异于杀鸡取卵。”在他看来, 一般上规模的临期食品折扣店, 所售商品都源自正规渠道。

临期食品需要快速快销, 从这个层面上来说, 其比传统零售业的管控门槛要高。尤其在供应链方面, 不仅需要食品货源进行保障, 更需要仓储管理的动态高效。若无法精细化管理, 在运输、储存和消化上失误, 将面临严重的经营损耗。

一些临期商品商家表示, 目前行业标准还亟待完善, 随着入局者的涌入, 临期食品市场也出现一些混水摸鱼者, “一些个体户因为没有优质货源或知名度不高, 无法吸引消费者, 就动了‘歪心思’, 比如以打折扣等噱头销售低质商品, 这样会干扰市场, 让消费者失去购买临期食品的信心。”

临期折扣店内, 便宜实惠的商品。

