

井喷式发展背后问题重重,记者调查发现—— 临期食品店杂牌当家

“全球好货”“超低价格”“白菜价! 便宜哭了”……前不久各类临期食品门店如雨后春笋般出现。记者调查发现,各门店货架上,知名品牌的产品少,不知名的品牌多。
在概念炒作、资本入局的同时,临期食品行业的“火”,可能要降温了。



发展

一家商场挤进三家临期店

傍晚,北京长楸天街商场某临期食品店内人头攒动。入门处,“一半价格”的大幅标语,吸引着不少顾客陆续进店。

加多宝凉茶1元一盒、依云矿泉水2.8元一瓶、大瓶百事可乐2.9元……这家面积约80平方米的店铺,主要经营零食、饮料、酒水、洗护用品、化妆品等数百种商品。

“我们店临期商品占到一部分,但不全是临期。”店员介绍说。

类似形态和功能的店面,仅在该商场至少就有3家。据了解,这三家店铺均是在近三个月才开门营业。而这样的场景,也出现在京城其他热门商圈。

线下实体店迅速“攻城拔寨”,线上的战火却早已点燃。在各个电商平台上,只要搜索关键词,就能弹出诸多与临期食品相关的店铺。一份数据表明,目前在电商平台上的临期食品店铺数量已经超过3000家。

临期食品店火爆背后,是市场体量的迅速攀升。相关数据显示,2020年中国零食行业总产值规模超过3万亿元。即使按1%的库存沉淀计算,临期食品行业市场规模也有望突破300亿元。

此外,记者在调查中也发现,与线下店面不断开张相比,行业里的企业,同样大多是“新人”——某商业查询网站的搜索情况显示,目前全国范围内,企业名、品牌、经营范围中含“临期食品”关键词的企业共有约113家,企业名中直接包含“临期食品”的企业只有约47家。其中,2020年以后登记注册的有45家,仅今年以来登记成立的企业就有39家。

运作

三四线品牌撑起利润空间

目前市场上涉临期食品的企业,主要经营模式为直营和加盟。具体到加盟,临期食品行业各品牌竞争也颇为激烈——有的需要数万元加盟费,有的需要押金,有的则无需加盟费和押金。最低拿货价格,可低至1折。

“正期、临期、网红、库存、尾货、特价商品,一站式集结。”广州一家企业,此前常年经营进口食品,今年以来改做临期食品加盟业务。

“我们不像某企业,需要近6万元加盟费,我们主要就是装修设计的物料费和拿货费用。”一名工作人员介绍,公司有自己的进货渠道,共有两万多种商品,以国产商品为主。“一般拿

货价两三折,最低可做到卖价的一折。效益可观,总体毛利润在40%到50%之间,净利率怎么着也有30%。”

江苏某临期食品企业,去年以来在北京已开设三家实体加盟门店。其招商负责人表示,加盟该品牌主要涉及三项费用——押金,依据店面面积为18000元至68000元、设备物料费1万余元以及进货货物价格。“正常情况下,一平方米面积要堆上去900元的货品,不然会显得稀稀拉拉,顾客体验感不好。”该负责人说,加盟后会有专人帮忙指导选址、营销等。

在多家临期食品门店,店内或多或少摆有诸如统一、百事可乐、依云等一线品牌,但占比普遍很少。更多

的临期食品品牌,在市场上相对不太知名。业内人士道出这是一个商业规则——“一二线品牌的利润薄、三四线品牌利润更多。”

“你摆那么多一二线品牌,就是赔钱赚吆喝,必须多上三四线品牌!”某临期食品品牌招商负责人更是直白。他表示,一二线品牌的货源和销售体系稳定,对产量的风险把控好,因此进入市场的临期食品相对较少;此外,一二线品牌的市场价格很透明,三四线品牌相对模糊,“你要是一二线品牌的价格没有优势,摆上去了更会让顾客感受不到实惠,影响店面形象。所以,必须多铺三四线品牌。”

考验

货源不稳增产品质量风险

临期食品行业的货源是否稳定可靠十分重要。业内人士表示,目前行业不少公司都有自己直接从厂家拿货的渠道。不过,也有从市场各级经销商、批发商等方面倒货、凑货的现象。

“我们在北京、天津有仓库。无论从哪个厂家来的货,都会一批批放进去妥善保管。”广州某临期食品企业工作人员表示,随着行业发展,市场需求量迅猛提升。在最初阶段,不少一二线品牌产品是市场追逐的对象,“不过它们哪有那么多的临期产品啊?需求多了迫使进货渠道也要更多。所以,有没有自己稳定的货源和仓库就成为考验。”

他透露,公司常年与国内外诸多品牌厂家合作拿货。但市面上也有企业,没有自己稳定的货源和渠道。一旦下面的加盟商缺货,就会临时

从超市、食品零售经销商、批发商等方面倒货、凑货,甚至异地之间调货,“这样的方式压力大,耗时间,产品来源也无从保证,给本来就临期的产品质量带来了风险。”

“问我食品的来源、是否正品没有意义。合同里会写上,任何一款商品有变质、腐烂、超期等质量问题,我负责,还给你赔付。”某临期食品负责人表示,该品牌2013年就涉足临期食品,是真正打通了与大小企业合作拿货的渠道。不过,眼下也有临期食品企业并无自己的仓库和稳定货源,“不愿意,也不敢给你看仓库和货源。他们就是‘割韭菜’赚加盟费,我们叫它‘资本赌博式’做法。”

声音

“临期”市场需优胜劣汰

“疫情影响了过去很多传统实体渠道的货源。做临期商品的人增多,对消费者的折扣力度和利润非常大,衍生出大量商家想进入这个领域。”北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,类似临期和特卖食品,在国外也有成型、成熟的商业模式,但在国内仍需谨慎乐观。

赖阳认为,目前国内临期食品行业有基础,但也有一定乱象和风险。“不是所有的临期东西都好卖,也不是所有临期食品都有性价比。能否保障好品质、口味、食品安全和服务,需要观察。”他说,实际上有相当多的连锁店,其总部未必有足够的货源保障能力,以及低价支持各级店铺发展的能力。因此,商家的风险也很大,“最后要么资本买单,

要么中小加盟商买单。”

“各种想法的人都在入局。有的品牌总部是真想发展临期食品行业;有的是为了炒概念、混融资上市,继而套现;有的是为了赚加盟费等。”赖阳说,临期食品行业最终谁会胜出,主要看三点:第一,有没有核心竞争力;第二,有没有稳定有品质的货源保障,以及相对诚信成熟的企业理念;第三,有没有专业的现代经营的技术。包括选址、商品品类规划、商品大数据管理和分析、如何降低成本、提升周转效率等。“做到这三条,企业才能长期稳定发展。临期食品这一新的业态,需要市场优胜劣汰、大浪淘沙。” (北晚)

神兽归笼,易可谭氏筋伤中心忙 不手术治筋受腰椎病老人热捧

昨日是开学第一天,在3个上海名医开的易可中医医院,谭氏筋伤中心1个上午就陆续接诊了50余例颈椎病、腰椎病患者,他们反馈,孙子孙女开学了,终于有时间看病了。

腰椎间盘突出的黄阿姨,腰痛得已侧弯,走路左腿牵拉着,到医院一查,被告知要手术。一个邻居告诉她,在易可中医医院通过治筋就能避免手术,让她赶紧去。但因为暑假要照顾孙子,只能忍痛拖着。谭氏筋伤中心王杰主任

通过手诊发现,黄阿姨腰背部两侧肌肉高低不平,左侧比右侧硬,从腰到左臀、左大腿,有多个压痛点,是筋(包括肌肉、韧带、筋膜)出了问题。

易可谭氏筋伤中心,经过多位上海、南京的骨科大咖共同研究,制定了三阶段不手术“治筋”系统,针对深筋、浅筋,均有治疗手段。尤其是其中的高频电火花水针疗法,让药物直达深筋,弥补了传统治疗的不足。

(江南)