

2021年中国临期食品行业分析报告- 行业深度分析与发展战略规划

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年中国临期食品行业分析报告-行业深度分析与发展战略规划》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/548231548231.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

临期食品是指，即将到达保质期但仍在保质期内的食品。2012年1月27日，国家工商总局发文明确要求，食品经营者要对即将过期的食品向消费者作出醒目提示，并单独出售，如超市的“临期食品专柜”。北京市工商局随之向外界公布了“食品保质期临界”的六级标准。

“食品保质期临界”的六级标准

食品类型

时间标准

罐头、糖果、饼干等

保质期1年及更长的，临界期为到期45天

方便面、无菌包装的牛奶果汁等

保质期6个月到1年以内的，临界期为到期20天

真空包装并冷藏的熟食食品、速食米饭等

保质期0天到6个月以内的，临界期为到期15天

灭菌包装的肉食品、鲜鸡蛋等

保质期30天到不足90天的，临界期为到期10天

酸奶、点心等

保质期16天到不足30天的，临界期为到期5天

牛奶、活菌乳饮料、主食等

保质期少于15天的，临界期为到期1-4天

资料来源：北京市工商局

临期食品产业链可以分为上中下游三部分，其中上游主要是食品供应商，中游则是食品销售商，而下游就是个人和机构两类消费者。

临期食品产业链结构 资料来源：观研天下整理

业内普遍认为，2012年前后是中国临期食品市场正式起步的时间，国家工商总局在当年年初发文明确要求，“食品经营者对即将过期的食品应向消费者作出醒目提示”，随后，北京市工商局公布了“食品保质期临界”的6级标准。比如保质期18个月的糖果、饼干等，保质期前40天左右为临界期；保质期在12个月以下的方便面、牛奶等，在保质期前20天为食品临界期。

不过，大型的商超、市场对于“保质期临界”的期限要求更加严格。一位食品供应商告诉豹变，如果不进行打折促销，大部分的商超、便利店会在食品保质期限到达40%左右时，将

食品退回给供应商，而这些食品就成为临期食品。

调查显示，消费者选择购买临期食品的渠道较为分散，但总体来说，消费者更偏向于在正规渠道购买临期食品，大型商超成为消费者的首选，原因在于这些渠道的供货源比较固定，因此商品质量也更有保障。

2020年消费者购买临期食品的渠道分布 资料来源：市场调查，观研天下数据中心整理

从商业模式来看，行业的参与者赚的是供应商亏损的钱。临期食品的货源主要包括大型商超便利店的供货商、大型临期食品囤货商、进口食品滞销积压库存等等，在58同城、百度贴吧等等网站上，收售临期食品的信息不在少数。

由于担忧货品积压、从前的客户为了降低成本只拿临期的货，更多的经销商并不愿意将临期货品便宜卖给自己的正常客户，而更愿意出给二手囤货商。真正从中“淘金”的，还是专门囤临期食品的二手供应商以及店主。

社区团购首先成为临期食品的第三代客户。在近年来兴起的社区团购APP首页时常可见打折促销，为了通过促销活动引流，社区团购APP也会特地选择临期食品。第四代客户就是直播带货。很多品牌类的临期食品如今也在通过直播带货的形式出货。

目前这个行业里也有专门做临期食品的APP，如好食期、甩甩卖等。好食期成立于2016年4月，采用自营+商家入驻模式。2013年成立的甩甩卖，主打“社交+电商”模式，主要为自营商品。（YM）

观研报告网发布的《2021年中国临期食品行业分析报告-行业深度分析与发展战略规划》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、全社会消费品销售总额

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、临期食品环境分析

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的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键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/548231548231.html>