

最近,临期食品“火”了起来,相关话题在全网热度不减。微博上,“年轻人买临期食品来减少浪费”这一话题阅读量已突破1亿。国家市场监管总局食品安全抽检监测司还委托食品安全权威专家,制作了科普短视频《临期食品,可以买吗?》,向消费者介绍和解读临期食品安全知识,并提出合理化建议。

临期食品角逐愈发激烈 准入机制亟待完善

临期食品货源从哪来

最新研究数据显示,2020年中国零售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。

目前,我国对临期食品的界定还没有统一标准。业内普遍遵循的规则来源于原北京市工商局2012年出台的《临近保质期食品销售专区制度》。该制度规定,根据食品保质期长短,纳入临期食品范畴的食品为其保质期期满之日前45天至1天不等。

“从供应端来看,临期食品的货源主要分3种,一是大型商超下架的产品;二是电商平台的退换货;三是经销商手里真正进入临期的产品。”临期食品行业从业者田云表示,“临期食品的货源并不稳定,主要根据正期食品的销售情况而定。产品在正期时卖得好,那么临期的

货就会相应减少。”

“在临期食品市场,货源很关键,经销商仓库如果不规范,比如温度控制等保障不到位,产品到临期时可能已经不能食用了。”中国食品产业分析师朱丹蓬介绍。

为何角逐愈发激烈

过去,临近过期的食品在商超、便利店会被降价促销,吸引的多是中老年人。如今,随着消费观念的转变,年轻人开始追求价格打折而美味不打折的消费体验,购买临期食品逐渐成为一种新风尚。

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%。

消费者“薅羊毛”热情不减,让临期经济从小众需求发展成一个创业新风口。临期食品从商超专区,扩展到专门售卖临期产品的连锁折扣超市和电商平台。

准入机制尚须完善

伴随行业迅速发展,临期食品在销售中也呈现出品质参差不齐的现象。在各大电商平台发现,不少临期食品店铺的评价中存在关于食品质量问题的差评。

朱丹蓬表示,“临期食品行业准入机制仍有待完善,消费者要有自我甄别能力,尽量购买正规渠道售卖的产品”。

从全国范围看,北京市率先上线了“我要开临期食品店”办事指南,对开设临期食品店所需证照的办理流程、申请材料进行了详细说明。开设临期食品店,从受理申请材料到颁发相关证照,承诺9个工作日办结。

朱丹蓬认为,未来的临期食品市场将会朝着规范化、专业化、品牌化、资本化和规模化的方向发展,其中规范化是目前临期食品市场亟待解决的主要问题。

(据《经济日报》)

“蟹”经济 你知道多少

立秋后,菊香蟹肥,正是吃海鲜的最佳时节。

天眼查大数据显示,近些年,随着市场消费能力和养殖产量的同步发展,我国海鲜产业规模呈逐年上涨态势。目前中国有超21万余家海鲜相关企业。其中“蟹”企超2.8万家,占整体海鲜相关企业的13.3%。

蟹好吃相关专利也多

从行业分布来看,海鲜相关企业主要分布在批发和零售业、住宿和餐饮业,两者占比超过96%,其中批发和零售业最多,占57.60%,住宿和餐饮业占38.65%。这说明,零售渠道依然是海鲜销售的最重要渠道。相比在餐厅就餐,人们还是习惯在外买了海鲜,自己回家做着吃。

相比整体海鲜类企业,“蟹”企的产业化程度更低。“蟹”企分布数量最多的行业是农、林、牧、渔业,占64.54%,其次才是批发零售业,占29.26%。值得注意的是,科学研究和技术服务业是“蟹”企分布第三多的行业,占比为2.39%。

“蟹”科技类公司,大都为农业科技、渔业科技、水产科技公司,且经营范围同时涵盖蟹养殖、销售及农业或水产养殖技术开发等。不少企业还拥有相当数量的“蟹”相关专利信息。

仅以“大闸蟹”为例,天眼查报告显示,“一种淡水大闸蟹养殖方法”、“鉴别阳澄湖大闸蟹的方法及试剂盒”、“柔性自适应大闸蟹抓取夹具与自动抓取装置及使用方法”等这些都是与大闸蟹相关的专利信息。

从如何养殖、鉴别到抓取、包装、运输,可以说“大闸蟹”走向消费者餐桌的每一步,都带着某种知识产权。

江苏是“蟹”企最多省份

从地域分布来看,江苏是“蟹”企最多的省份,海鲜相关企业数量也排在全国前五。因为水网密布,江、湖、河、库、塘,五水并存,江苏大闸蟹产量一直占据着全国的半壁江山。

中国市场上的大闸蟹品牌众多,但只有来自江苏省苏州市境内的“阳澄湖大闸蟹”知名度最高。据统计,全国河蟹市场2017年大闸蟹总销售额为778亿元,其中,阳澄湖大闸蟹约为300亿元,占比40%。大闸蟹虽小,但早已经成为撬动江苏地方经济发展的“大杠杆”。

节日经济带火蟹产业

随着中国城市化进程的发展,居民消费和生活水平提升,海鲜愈发成为人们餐桌上的“常客”,居民蛋白摄入结构中的水产蛋白占比也有所提升。

据天眼查统计,近十年来,我国海鲜相关企业(全部企业状态)数量以15%左右的年增速,持续稳步上涨。“蟹”企变化与整体海鲜市场变化趋势基本保持一致,但波动幅度更大。去年受疫情影响,海鲜市场稍有下滑,蟹企波动幅度较大,同比增速,已从两位数降至个位数。

今年以来,海鲜市场开始逐步恢复。伴随中秋节的临近,蟹卡、蟹券类的“纸”螃蟹即将登场,或助推以“蟹”消费为主的节日经济热潮。

(中新网)

严防严控 多措并举

顺鑫控股集团全力筑牢防疫屏障

本报讯 于新源 当前,全国疫情呈现多点发生、局部暴发态势,病毒传播链不断延长,北京疫情输入风险和防控压力持续增大。警报再次拉响,风险就在身边。顺鑫控股集团及各所属企业坚决落实中央、市委、区委决策部署,迅速进入紧急状态,坚决筑牢疫情防控安全防线。

结合市、区最新疫情防控工作会议精神与工作要求,顺鑫控股集团疫情防控领导小组强化落实主体责任,第一时间召开疫情防控专题会议,迅速部署疫情防控重点工作,严格落实“四方责任”,从严从紧做实做细“外防输入、内防反弹”各项疫情防控措施,确保疫情防控工作有序推进。集团和各所属企业加强疫情防控监督检查力度,自查自纠,压实责任。领导班子成员深入企业办公场所、施工现场、销售区域检查出入口扫码、测温、登记、戴口罩等防疫情况,共筑顺鑫安全防线。

打好疫情防控仗,胜在把措施做到细之又细。在当前疫情防控的关键节点,各所属企业态度坚决、措施果断、严防死守,以“严、快、准”的标准和要求,强化各项管控措施,把防疫责任压得更实、行动落得更快、措施抓得更紧,上下一心坚决守住疫情反弹防线,尽最大努力确保集团内零感染,扎紧扎实织密疫情防控阻击网。

筑牢疫情防控安全防线,需要把好每一道关口。牛栏山酒厂实行分区域管理,进一步加强对来访人员及车辆的管控,进厂后来访人员通过“牛酒智检”小程序进行登记报备,将车辆停放至规定区域,极大提高了人员管控效率。鹏程食品、鑫源食品严格落实“四方责任”,做好冰鲜冷冻食品生产经营各环节及人口



疫情防控专题会议

密集场所管控,建立健全冰鲜冷冻食品生产经营台账,保证食品来源、去向可追溯。顺鑫建科加强重点人群、场所管控,落实封闭式管理,减少人员流动,食堂采取错峰就餐,严格把控食材采购渠道,完善防疫物资储备,加快推进落实全员核酸检测工作。顺鑫农品、创新食品分公司加强人员管控力度,对公司员工、第三方人员等开展全面逐一排查,及时收集、掌握人员信息,切实做好中高风险地区来返人员排查管控工作,保障企业平稳运营。顺鑫石门市场按照分批分时、专人引导的原则,每半个月组织全体员工及商户进行一次核酸检测。医药药材公司通过多渠道途径组织货源,全力做好防疫物资储备工作,同时坚持采用小窗口售药的方式,方便百姓在室外购药,既可满足购药需求,也能把老百姓家门口的“防疫关”。

强化宣传引领,落实防疫举措,营造积极、严谨的疫情防控氛围。顺鑫牵手通过公共区域张贴防疫宣传海报,利

用工作群、新媒体平台传达有关疫情防控政策、规定并广泛宣传防疫知识;督促干部职工落实“一米线”管控,佩戴口罩、扫码测温、通风消毒、单桌就餐等常态化防控措施;严格执行监管部门对食品行业的核酸检测有关规定,按要求开展从业人员及环境样本检测工作;全面恢复卡口管理“四件套”措施,强化人员离、返京管理,有序做好全员健康监测工作。中絮棉纺厂增设了室外扩音器,按照播放范围设定悬挂区域,多点布置在临街门店前,循环播放疫情防控指南,全面覆盖所辖街区,引导商户和顾客思想和行为上不松懈,让疫情防控的点点滴滴融入到大家的日常生活中去,在潜移默化中增强商户和顾客的疫情防控理念,共同营造良好的疫情防控宣传氛围。

当前疫情防控形势依旧趋紧,顺鑫控股集团将持续高度重视疫情防控工作,多措并举严格落实防疫措施,助力当前疫情防控阻击战。