

价格优惠美味不减 临期食品你会买吗?

记者走访发现,商超存在混搭销售,购买还需看清日期

4盒丹麦皇冠曲奇只要29.8元,3盒格力高百醇只需15.8元,2瓶1L装维他奶仅需13.8元,4瓶炫迈口香糖不到22元……这些相比原价打了2~5折的食品并非山寨,而是临近保质期的临期食品。临期食品的出现,让不少精打细算的消费者直呼“真香”,不仅避免浪费,又经济实惠。对于商家,临期食品销售也是免除库存积压的方式之一,但新快报记者走访发现,在一些商超存在临期食品标识不明确、捆绑促销等问题,尽管临期食品安全可靠,但消费者购买商品时还需多多留心,明白消费,且要根据需求购买,不宜贪多。

■新快报记者 陈思陶

有规可依 临期食品市场巨大

临期食品在社交平台上也有不少的话题讨论,新快报记者发现,讨论多集中在保质期、安全性、是否能购买等方面。

根据《食品安全法》和有关标准规定,国家市场监督管理总局曾在官网解读,食品保质期即食品在标明的贮存条件下保持品质的期限。保质期由厂家根据生产的食品特性、加速实验或测试结果进行确定,相当于企业针对产品对消费者给出的承诺,在此期间内,食品的风味、口感、安全性各方面都有保证,可以放心食用。由于临期食品在保质期内,安全性有所保障。科信食品与营养信息交流中心专家也表示,商家是可以卖临界期食品的,最常见的手段就是降价或捆绑促销。

对于临期食品销售,我国已制定了相应的法规《临近保质期食品销售专区制

度》。国家工商总局曾在2012年发文明确要求,食品经营者对即将过期的食品应向消费者作出醒目提示,即临期食品需要告之顾客并单独出售。可见,临期食品并无安全问题,可以放心购买。

据艾媒咨询统计,2020年国内休闲食品行业的总规模超过11000亿元,若按照业内5%的库存沉淀来计算,国内临期食品规模市场空间较大。据悉,临期食品的电商平台好食期已获得阿里巴巴1.1亿元C轮融资、甩甩卖也获得了3500万元战略投资。

实惠安全 消费者接受度提升

事实上,面对“白菜价”的临期食品,消费者很难不动心。在商超走访中,26岁的董小姐对记者表示,“还有一段时间才过期,零食很快就可以吃完,用不到一半的价钱买到正价零食不香

吗?”宝妈白女士也表示不介意临期食品,只要在保质期内家里能够吃完就会购买,但给孩子的食物要尽量新鲜,比如鸡蛋和牛奶等。

在线上,消费者对于临期食品的青睞更为明显。淘宝、拼多多等电商平台上,消费者用真金白银将方便速食、坚果炒货、糖果饼干、牛奶可乐等临期食品买至月销量破万件;在年轻消费者聚集的B站、知乎上,有着大量关于临期食品的测评和讨论,在豆瓣还出现了“我爱临期食品”小组,称“临期食品可以买,临期食品不丢人”“用打折的价格,吃到不打折的美味”,成立不到半年,已有近30000名组员;“抠门女性联合会”小组、“抠门男性联合会”小组也有购买临期食品、跳出消费主义陷阱等分享,成为临期食品“种草区”。消费者对临期食品的接受度可见一斑。

■走访 线下提示不清晰 线上标识更明显

新快报记者于1月16日~17日走访广州市的一些商超,天河区一家百佳永辉超市设置了“临保商品售卖区”,并贴有“临保商品,尽快食用”的提示。部分临期食品折扣较高,如河马莉原味饼干保质期至2021年2月5日,每袋原价21.9元打折至4.3元;乌克兰流心威化糖果保质期至2021年2月14日,每盒原价25.8元打折至16.8元。但记者发现,临保区部分商品距离临期为时尚早。如比利时智美红帽啤酒、蓝帽啤酒保质期分别到2023年1月1日、2024年1月1日,已被放入临保区,且原价现价一致;但同系列的白帽啤酒保质期到2022年1月1日,却仍陈列在非临保区销售。临保区商品降价促销,将距离过期较远的商品混入其中,容易使消费者产生价格已经有折扣的误解。

记者还发现,部分临期商品并未明确告知消费者,而是以捆绑赠品或组合打包的方式做促销,有误导消费者之嫌。如蒙牛某款冠益乳保质期25天,其8杯规格的正装产品生产日期为2021年1月5日,4杯规格的赠品生产日期则为2020年12月31日;湾仔码头鲜美虾系列保质期9个月,任意两包组合享3.7折的产品中,韭黄款生产日期为2020年7月,干贝、虾皇款则在2020年9月,消费者稍不注意便会忽视产品保质期不相同。

在广州天河区一家OLE超市,没有设置临期食品专区,食品临近过期也没有采用降价来促销,也存在临近过期的食品与

较新鲜食品混放、较难区分的现象,如秋林里道斯红肠保质期为90天,在其专门冷柜中,多数产品生产日期较近,但也有产品产于2020年10月20日,即将过期。

此类现象也出现在盒马鲜生。天河区一家盒马超市中,宣传“不卖隔夜肉”的日日鲜肉类陈列区中有多款提前一天生产、当天上市的新鲜肉类,但同排陈列区的部分肉类已上架2~3天,仅根据生产日期贴有不同折扣力度的标签。在日日鲜鸡蛋陈列区,保质期30天的圣迪乐村生食蛋生产于1月12日,搭配促销的赠品谷饲蛋生产日期则为2020年12月21日,距离过期不到5天。

相比线下商超临期食品不易识别,在线上临期食品标识更为明显,有专门临期食品店铺,普通店铺中临期食品也会标注“临期特惠”,并告知尽快食用。由于标识清晰,临期食品线上销售也更为活跃。如好食期除了App,还推出了微信小程序、支付宝小程序等购买渠道。在小区的社区团购群、朋友圈内,记者也发现有临期食品的推广销售,多以领券打折的形式出现。一位卖家告诉记者,货源来自本地临期商品群,愿意购买临期食品的消费者目的性较强,并不会介意临期。在论坛、贴吧等平台上,记者搜索临期商品,有临期商品收购批发、临期货源等内容出现,并留有个人的微信号、微信群等信息。但该卖家告诉记者,临期商品群里曾有朋友被骗取定金或者货不对板,在网上临期商品拿货也要谨慎。

■提醒

购买临期食品勿贪多 消费适量为宜

记者了解到,广州市已于2016年10月1日起实施《广州市临近保质期和超过保质期食品管理办法》,提供管理规范。食品产业分析师朱丹蓬指出,临期食品背后市场规模庞大,最主要的问题是质量管控,还面临消费者对临期食品的接受度、临期食品的回收期限、线上平台如何将新商业模式推向消费者和品牌商等挑战。

在提倡环保和减少浪费的大背景下,临期食品正在成为新的消费风尚。对于消费者而言,购买临期食品时也需注意把控保质期与购物量。科信食品与营养信息交流中心专家建议,买临期食品,要看清日期,优先食用。对于保质期很短的临期食品,如酸奶、鲜奶等,一次不要买太多,最好1~3天就能吃完,避免长期存放。

行业

自嗨锅开卖糖果 徐福记开卖坚果

新快报讯 新年将至,各路商家瞄准了年货年礼市场。近日,方便速食品牌自嗨锅推出“自嗨点”新春缤纷坚果糖礼盒,内含巴旦木牛轧糖、扁桃仁坚果糖以及坚果太妃糖三款产品,主打坚果添加量大于50%,每一颗坚果糖的包装上都有一句祝愿词。

新兴品牌自嗨锅开卖糖果,但糖果的事业不一定“甜蜜”。行业数据显示,2017年,我国糖果产量为331万吨,较2016年的352万吨下降了6.0%;2018年,我国糖果产量下降为288万吨,同比降幅达到13.0%。同时,国内糖果巨头徐福记也尝试摆脱“年糖依赖症”,入局坚果市场,推出“坚果+糖点”礼盒。

随着健康消费理念的扩散,减糖、控糖成为趋势,这对于新入市的自嗨点和谋求转型的徐福记而言仍存在挑战。(陈思陶)

字节跳动 入股健康即食品牌

新快报讯 日前,字节跳动旗下子公司北京量子跃动科技有限公司新增对外投资,被投资公司为山东鲨鱼菲特健康科技有限公司。

天眼查显示,山东鲨鱼菲特健康科技有限公司成立于2016年3月,注册资本405.26万元人民币,法定代表人为高宁,经营范围包括餐饮服务、餐饮信息咨询、网上销售预包装食品、网页设计、网络信息系统开发、计算机技术服务、网络工程。

鲨鱼菲特是一家健身食品供应商,专注于健身即食高蛋白食品的销售。其核心渠道为天猫、京东、拼多多等电商平台。据悉,鲨鱼菲特2020年营收超2亿元,曾连续17个月保持天猫生鲜鸡肉肉类目第一,预计2022年将实现10亿元营收。(陈思陶)

孔府家酒 被曝检出甜蜜素

新快报讯 近日,山东省市场监督管理局发布关于20批次食品不合格情况的通告,其中,标称为曲阜孔府家酒酿造有限公司生产的府藏浓香型白酒被检出甜蜜素。针对上述检验结果,涉事公司曾提出异议,并申请复检,经山东省食品药品检验研究院复检后,维持初检结论。

国标规定,白酒中不得使用甜蜜素。此前酒鬼酒也被经销商曝出添加甜蜜素,尽管酒鬼酒称从未采购甜蜜素,也从未向54度500ml老酒鬼酒中添加甜蜜素,但受事件影响,酒鬼酒次日开盘股价跌停。

甜蜜素问题事关酒企产品质量和安全。公开资料显示,2017年3月,老白干酒通过发行股票的方式收购丰联酒业100%的股权,原丰联酒业旗下的孔府家酒进而成为老白干酒控股企业。针对甜蜜素事件,孔府家酒尚未作出公开回应。(陈思陶)