

MAKING
THE INVISIBLE
VISIBLE

主要发现

解锁食物浪费的潜在价值，
推动增长和盈利能力

1	Baked Goods	\$67B
1	Deli & Prepared Foods	\$80B
1	Fish	\$58B
1	Dairy	\$79B
1	Produce	\$88B
1	Meat	\$94B
1	Other	\$74B

- 33% of business revenue is lost to food waste.
- 61% of businesses recognized that they do not yet have full visibility of food waste across their operations.
- 56% of companies report that they do not have a clear understanding of how much waste occurs in transit.

Subtotal:	
Savings	\$540B
	\$0
TOTAL:	
Card	\$540B
	\$540B
Loyalty points earned:	500
Loyalty points balance:	2000

These findings have been informed by a global survey of 3,500 food retail supply chain leaders, spanning seven markets with a focus on perishable food waste. It is further enriched by insights from industry experts reframing food waste as an economic opportunity rather than an inevitable loss.

THANK YOU



Tuesday 01/06/2026 09:00 AM

Payment Received
\$540B

概述

5,400 亿美元的杂货账单

食物浪费不再仅仅是一个可持续发展的问题，它已成为现代零售供应链中最具可操作性的价值创造杠杆之一。在这份报告中，艾利丹尼森携手英国经济与商业研究中心（Cebr）顶尖经济学家，揭示了零售供应链中每年可通过减少食物浪费创造高达 **5,400 亿美元的机遇**。¹ 曾经被视为不可避免成本的环节，如今正逐渐成为可量化的效率来源、竞争优势和长期增长动力。

这些发现源于对全球 **3,500 名食品零售供应链领导者** 的调研，并融合了行业专家的洞见，他们重新定义了食物浪费，将其视为经济机遇而非不可避免的损失。为深化研究，本报告还收录了领先零售商的案例研究，展示创新举措如何已然带来切实成效。

研究结果表明，尽管食品浪费问题长期存在且持续侵蚀着整个行业的盈利能力，但改善之路是明确的，也是切实可行的。技术创新、行业协作以及单品级可视化管理正助力零售商将减少浪费转化为可量化的成效——在增强当前抗风险能力的同时，也为未来增长奠定了基础。

以下内容概括了研究中发现的核心主题与机遇。报告全文可在此处[下载](#)。

¹ 5,400 亿美元是增值总值（GVA）

关键结论和财务影响

这项研究强调了这一隐形问题的巨大规模，以及不作为所造成的财务影响。

机遇：

5,400 亿美元

通过创新和系统效率提升来解决全球零售供应链中的食物浪费问题，我们发现了每年可减少 **5,400 亿美元** 食物浪费的机遇。²

² 5400 亿美元是增值总值 (GVA)。

³ 食物浪费在 2025-2030 年 GVA 中的累计总量，由 Cebr 计算得出，并考虑到食品通胀预测因素。

费用：

33% 的收入

整个供应链（从加工到零售）的食品浪费成本平均相当于**企业收入的 33%**。若不采取紧急行动，预计到 **2030 年**，这一总成本将达到惊人的 **3.4 万亿美元**。³

新鲜食物的挑战：

940 亿美元

易腐食品仍是零售商面临的**最大食品浪费难题**。仅肉类浪费就占到总浪费量的近五分之一（940 亿美元），69% 的企业认为管理肉类浪费已成为比往年更严峻的运营难题。

双重损失效应：

54%

54% 的行业领袖表示，在过去三年中，由于粮食通胀和地缘政治不稳定，这些成本都有所上升，造成了“双重损失效应”。零售商不仅要承担更高的投入成本，更因未能解决浪费问题，错失了将浪费成本转化为潜在销售额的机会。

0%

54%

100%

差距：

79% 行业领袖

尽管有 79% 的领导者认为技术具有释放重大成本节约潜力的可能，但该领域尚未采取大规模行动，这表明在雄心和执行力之间存在巨大差距，从而使眼前 5,400 亿美元的机遇面临风险。



三大核心主题与建议

零售业在推动这场变革中发挥着举足轻重的作用。本报告围绕三大核心要务展开，各章节深入剖析相关议题并提出针对性建议，助力零售商立即行动起来：

第一章

以全新视角提高食物浪费的可见性

理解可见性缺口：

识别并解决价值链中存在的食物浪费可见性问题。

跨产业链协作：

联合供应商与合作伙伴，共同打造可扩展的解决方案，从根源上解决食物浪费问题。

抢先掌握即将出台的法规：

及时了解区域性、国家和地方性法规，抢先应对强制性变更。

第二章

当今解锁供应链价值的明智之举

连接实体与数字世界，揭示食物浪费的缺口：

运用 RFID 等传感器技术，实现库存管理和可追溯性的单品级可视化。依托可靠数据集构建人工智能模型，实现需求预测与精准预判。

缩小制造与运输环节的差距：

利用物联网 (IoT) 技术减少加工环节的错误，提升供应链可见性。

导航元素：

利用包装创新来保持新鲜度，并采用需求预测工具。

第三章

通过长期领导解决系统性问题

利用技术延长保质期：

全面拥抱创新，提高透明度，保持产品品质。

为旺季和消费趋势的变化做好准备：

运用库存智能使库存与需求保持一致，最大限度地减少损耗，从而提高灵活性。

赋能科技：

人工智能将增强人类的决策能力，但需依托可靠数据支撑，方能助力企业做出明智决策，并向消费者传递透明的信息。

结论

当务之急是明确的：食物浪费不仅是一个环境和社会的挑战，更是阻碍增长的实质性障碍，且完全可被解决。零售商在引领食物浪费转型、将损失转化为可衡量价值方面具有得天独厚的优势。现在，通过扩大单品级可视性和深化供应链协作，该行业可以在 2030 年前降低预计 3.4 万亿美元的成本，释放巨大价值，保障运营韧性，并推动持久的环境和社会影响。这一机遇迫在眉睫且切实可行，先行者将塑造食品零售业的未来。

下一步行动：

1

下载[报告](#)报告，了解更深入的分析。

2

与同事分享[报告](#)。

2025 年 6 月，艾利丹尼森委托 Censuswide 对七个市场的 3,502 名企业领导人进行了调研。经济与商业研究中心（Cebr）运用这些数据构建了食物浪费对经济影响的模型。完整研究方法详见报告第 59 页。

贡献者

保罗·波尔曼

商界领袖、气候与平等运动倡导者
(前联合利华首席执行官)

卡洛斯·隆多

Chipotle 副总裁兼供应链主管

丽兹·古德温

食物损失与浪费高级研究员兼主任
世界资源研究所

保罗·勒尤兹

花旗银行常务董事、高级零售分析师

菲利普·斯科特恩

Primo Partners 首席运营官

杰基·苏吉特

ReFED 业务倡议与社区参与副总裁

维多利亚·克劳福德

农业和食品总监
促进可持续发展世界商业理事会

刘先生

桃莹津选

Krzysztof Czaplicki

Fresh Inset 首席运营官兼联合创始人

马里奥·安德烈斯·莫拉莱斯·乌尔塔多

雀巢包装开发专家

卢娜·阿塔米安·哈恩-彼得森

埃森哲可持续发展战略高级经理

克里斯汀·基夫

美国沃尔玛前端转型副总裁

乔丹·波夫

克罗格零售运营副总裁

贝丝·曼德

艾伦·麦克阿瑟基金会项目经理

谢谢。

了解更多有关企业如何推动增长、
获取利润和减少食物浪费的信息：

[敬请联系我们的专家](#)

艾利丹尼森公司（纽约证券交易所股票代码：AVY）是一家全球性材料科学和数字识别解决方案公司。

我们致力于打造 Making Possible™ 的产品与解决方案，助力所服务的行业实现进步。通过提供品牌与信息解决方案，我们优化劳动力与供应链效率，减少浪费，推动可持续发展、循环经济与透明度建设，并促进品牌与消费者之间的深度连接。

www.averydennison.com



© 2025 艾利丹尼森公司。保留所有权利。

"Making Possible" 标语、艾利丹尼森及所有其他艾利丹尼森品牌、产品名称和代码均为艾利丹尼森公司的商标。

所有其他品牌或产品名称均为其各自所有者的商标。财富 500 强®是时代公司（Time, Inc.）的商标。

任何样品上的品牌和其他信息均为虚构。与实际名称的任何相似之处纯属巧合。