

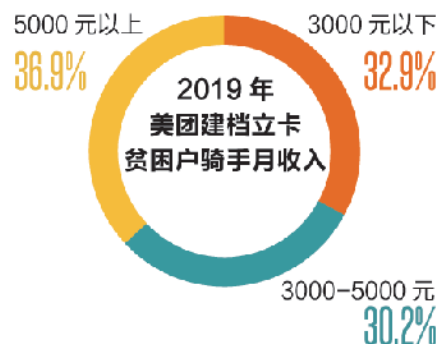
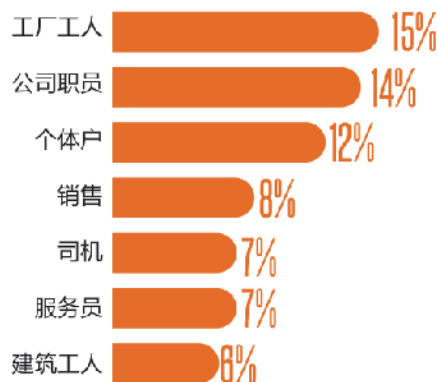
# 即时配送火了

## 骑手成为蓝领职业新选择

国内蓝领群体  
已超  
4亿人



### 从事骑手前的职业



## 是“懒人经济”也是刚性需求

配送专业  
有速度和质量保障

9.8%

需求紧急  
自己太忙

26.8%

2018年  
中国即时配送  
用户使用原因

即时配送更方便  
无需出门

63.4%

不看好或  
比较不看好

2.6%

非常看好  
市场潜力大

31.4%

中国即时配送用户  
对新零售模式下  
即时配送  
发展前景感知

比较看好  
有一定需求

66%

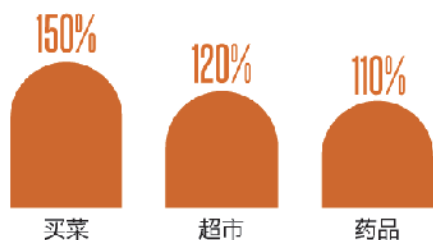
### 受疫情影响

#### 消费使用意愿有所增加的渠道



### 自疫情以来

#### 60后在饿了么平台消费增长较快的场景



#### 高频下单生鲜、商超、鲜花、医药、水果等商品即时配送的消费人群中

占比最高



90后

95后

疫情以来,人数占比同比增长最快



80前

#### 80后自疫情以来在家逛商超消费增长最快的店铺类型

大型超市 > 日用百货 > 美妆个护

## 即时配送单价颇高 我们却乐此不疲

即时配送赛道渐趋拥挤,多方入局必然也是看到了其较大的盈利空间。新快报记者在京东到家平台分别选择了4家距离送达地点1.2公里、643米、3.6公里和4.4公里的广州天河区大型连锁超市下单,其基础运费均在5元以上,总运费分别为7元、10元、10.5元和12元。不拼单的闪送在广州4公里内起步价则达到19元,夜间费和跨江费还要分别另算5元和2元。相比一般不超过5元的外卖配送费,跑腿或配送超市日用品、生鲜的价格并不便宜。

但即时配送的用户却仍然离不开这项便捷的服务。美团数据显示,2019年国内即时配送用户的人数已达到4.21亿人,预计今年还将达到4.82亿人。即便便宜的餐配服务仍是即时配送的主要类目,生鲜果蔬、鲜花蛋糕和零售便利店日用品等非餐配类目的占比正迅速扩大。我们不仅习惯于点外卖解决一日三餐,还将买菜、买礼品、买零食及日用品的习惯逐渐迁移至线上。甚至,工作空暇的放松方式也变成了在手机上逛超市。

这一定程度上是因为,不少消费者

逐渐拥有更多可支配收入,却失去了更多的可支配时间。艾媒咨询数据显示,2018年已有约四分之一的即时配送用户表示,使用该服务是因为自己太忙,还有超六成的用户承认无需出门购物会更加方便。在选择生鲜商超类即时配送平台时,有六成左右的用户看重配送速度,超六成用户看重配送质量,仅有不及一半的用户看重配送价格。随着中产阶级及新生代消费群体崛起,对产品价格不敏感和购买意愿更强的人群更加庞大。

即时配送于是成为一门愈加有利可图的生意。仅成立三年,闪送便实现了盈利。截至今年8月,全国闪送员数量达到100多万人,覆盖城市达222座。点我达被阿里收购后声量越来越小,供应链价值却越来越大。除了承接盒马鲜生等订单外,点我达还与阿里的落地配品牌丹鸟物流实现配合,同时与多家“通达系”快递企业合作开展派件业务。2020年,达达集团成为首家上市的即时配送企业。财报显示,达达集团今年第二季度营业收入同比增长超九成至13.23亿元。在扩张速度不减的同时,其盈利能力持续改善。

## 小时达、代排队、物品“密送”…… 即时物流还能如何想象?

去年至今年,即时配送市场加快变革。去年宣布品牌独立的“顺丰同城”成为快递“代表队”的领军者。在餐配外卖的红海中,顺丰同城急送选择直接与肯德基、喜茶等大体量商家合作,避开外卖平台把控着的零散商家。在外卖之外,生鲜、买药等领域也受到了更多关注。今年5月,美团配送宣布升级配送开放平台,数字化助力1000万家门店。7月,饿了么正式宣布“从送餐到送万物”的全面升级,配送品类扩张至护肤、服饰等。7月底,美团买菜正式进军广州。

由于疫情期间市民减少出门,书籍、药品也开启了外卖模式。3月份,北京市便有首批72家实体书店入驻美团。新快报记者在美团、京东到家看到,其均有买药的入口,品类包括中西药品、医疗器械、成人用品和隐形眼镜等。京东到家近日发布数据显示,与其合作的国内百强连锁药店达到70多家。在疫情的推动下,8月份京东到家医药健康品类在低线

城市的销售额比去年同期增长了3.7倍。

今年七夕前后,各大即时配送平台则开始PK送鲜花。七夕当天,饿了么在北京和上海同城20公里的范围内提供3小时送达的服务。顺丰同城也推出了买鲜花的服务,通过其“帮我买”功能,异地的情侣也能实现送对方一束鲜花。而在七夕当天,美团跑腿的日订单量突破了两百万大关,90后成为当天买花的主力军。

更快的送达时间和更多样的服务也成为即时物流平台追求的方向。今年6月,淘宝上线了“小时达”频道,接入天猫超市、盒马鲜生等超30万零售店面。用户下单后1小时内货物便会通过即时配送送上门。年内,闪送还针对贵重物品推出了“密送”服务,专门用保险箱运送贵重物品。UU跑腿则创新了代排队和万能帮帮服务。其中,帮帮服务包含小时工、搬货物、照顾宠物、传单派送等,用户还能自行发布需求等待跑男接单。

## 尚有很大完善空间 用户希望即时配送更快更好用

据艾媒咨询去年一项调研,国内即时配送用户认为生鲜商超类配送的主要问题在于覆盖范围较小、配送不够快、个人隐私可能泄露和个性化程度不够高。即时配送存在以上显著痛点,也意味着即时配送还有很大完善空间。闪送联合创始人于红建便指出,得益于订单量规模增长和技术优化,近年配送费用已有显著压缩。企业还在继续优化派单机制,以总体提高配送速度和配送质量。

艾瑞咨询分析师指出,疫情对即时物流需求类型和产品服务类型有较大影响,消费者对“医药到家”“服装到家”等

已抱有较高期待。除消费领域外,“即时物流+其他物流服务”的综合性解决方案在未来也将更常见。例如,即时物流搭配普通快递、快运或冷链等形式。新快报记者分别从京东物流和顺丰同城方面了解到,快递高峰期达达会为京东物流补充运力,顺丰速运等多种运力也会搭配顺丰同城急送,以提供灵活、个性的服务。

■懒得出门购物,手机上逛超市也开心。



■数据来源:CBNData《疫情影响下的本地生活服务消费》、艾媒咨询《2019中国即时配送市场研究报告》、美团配送《2019中国即时配送行业发展报告》