

1 秒钟,成交 3.8 万元

1 分钟,送出 5.6 万单

1 小时,30 多万骑手在配送路上……

中国外卖!“跑”出万亿元大市场

 1 秒钟,成交 3.8 万元;1 分钟,送出 5.6 万单;1 小时,30 多万骑手在配送路上……

外卖,这个在中国平凡而不可或缺的行业,正创造着鲜为人知的奇迹:

自 2008 年中国第一笔线上外卖诞生,外卖行业快速崛起——骑手超 1000 万名,日均配送超 8000 万单,相关消费超万亿元。

新年伊始,记者直击外卖大市场,走近外卖员。

外卖之“大” 超乎想象

身着黄色的、蓝色的工服,头戴一顶安全帽,快速穿行大街小巷,外卖骑手,已成为中国城市乡村一道“流动的风景”。

据中国互联网络信息中心和中国饭店协会外卖专业委员会数据,中国网上外卖用户 5.45 亿人,市场规模约 1.2 万亿元,平均每天花在外卖上的消费近 33 亿元。

中国外卖为何发展如此之快?

上世纪 90 年代末,电话订餐在我国部分城市兴起,消费者只需拨打特定号码,商家便能送货上门。

2008 年,暑假刚过,上海交大的几名大学生在历经半年的调研后,决定挺进外卖市场,创立“饿了么”公司。不久,创始人便接到了上海郊区某大学学生的订单。

这小小的一单,却打开了中国外卖行业的一扇窗。

2013 年 11 月,美团外卖上线;2014 年 5 月,百度外卖诞生;2017 年 8 月,饿了么收购百度外卖。多个平台相继问世,外卖品类也从单一餐饮扩展到锅碗瓢盆、生活用品,几乎“无所不送”。

“跑”出来的大市场不断壮大,与经济社会发展日渐交融:

——消费“蛋糕”做大了,形成新的消费增量。

美团研究院副院长厉基巍说,外卖拓展了消费的时间和空间。相当部分商户的营业时间已延长至全天候;传统中小餐饮门店的服务半径为 500 米左右,而外卖的平均配送距离可达几公里。

——就业“蓄水池”拓宽了,打开新的就业空间。

有关报告显示,2023 年中国即时配送员已达 1000 万人,年均增长约 23%。以美团为例,外卖骑手数量已从 2019 年的 399 万人增至 2023 年的 745 万人,年均增幅保持两位数。

目前,超七成外卖骑手为兼职,很多人会在找工作的同时,兼职送外卖挣钱。

——行业效益增长了,生态链日趋完善。

外卖,链条有多长?

记者调研发现,以餐饮外卖为例,链条上游为农产品种(养)殖商户,中游为采购、加工和运输商户,下游为平台商户、骑手和消费者,涉及数十个行业和领域。

在外卖这条产业链上,共赢的生态正



在形成。有关统计数据显示,2019 年以来,外卖年均拉动餐饮大盘增长 3.4 个百分点。与未开通外卖的商户相比,引入外卖业务后,商户总收入增加超 20%。

快速崛起,驱动力何在

外卖,为何能在中国迅速崛起?调研中,记者发现四大驱动力:

经济稳定增长,筑牢外卖发展的根基——

长期稳定的经济增长为外卖行业提供了坚实土壤。2013 年至 2023 年,我国经济年均增长 6.1%,消费取代投资和出口,成为经济增长的主动力。

“经济稳定增长和发展动能变化,是我国外卖行业快速发展的重要支撑。”厉基巍说。

城镇化快速推进,壮大外卖市场需求——

国家统计局数据显示,我国常住人口城镇化率已从 2012 年的 53.10% 提高至 2023 年的 66.16%,城镇人口增至 9.33 亿人,催生了规模庞大的城市上班族。

“越来越多的人选择了外卖服务,外卖发展与城镇化推进几乎是同步的。”中国饭店协会外卖专业委员会理事长史晓明说,当前,外卖缩小了城乡之间的距离。

互联网技术迭代升级,支撑外卖运营更高效——

美食甜品饮品、蔬菜水果、药品文件……当打开外卖平台时,映入眼帘的外卖商品几乎覆盖至日常生活全品类。这背后支撑的正是算法技术。

算法迭代升级,离不开数据供给。送外卖产生了餐品种类价格、消费口味偏好等数据,外卖骑手成了“流动程序员”,商户、消费者及平台高效对接,算法不断升级,推着骑手“加速跑”。

消费观念转变,促进外卖市场持续繁荣——

外卖,像一面镜子,折射着消费人群的新变化和市场的趋势。据不完全统计,“Z 世代”已成为外卖的中坚消费力量。“动一动手指,就能送到家。”有着 10 多年外卖消费经验的青年张亮,道出了他们的消费观——“方便快捷”“重视性价比”。

覆盖 2000 多个县城
潜力还有多大

东至黑龙江抚远,西至新疆喀什、北至黑龙江漠河、南至海南三亚,外卖已覆盖到全国 2000 多个县城。如今,海外也有了中国外卖的身影。

“随着外卖加速向偏远县城和乡镇下沉,外卖的市场规模有望持续保

持增长。”史晓明说。

越“跑”越大的外卖,并非没有隐忧:骑手权益保障、外卖食品安全、新业态冲击……外卖,如何抓住新机遇?

一是算法要科学化,让人文关怀温暖外卖骑手。

外卖算法如何再优化,多部门携手:法规、专项行动、政策持续上新,严防一味压缩配送时间导致交通违章率、事故发生率上升。

平台也在积极作为:如为骑手预留缓冲时间,美团已将“预估送达时间点”改为“预估送达时间段”。顺丰同城强制或提醒骑手每工作 4 小时休息 20 分钟。

从开展新就业形态就业人员职业伤害保障试点,到发布指引,明确将“外卖小哥”纳入最低工资保障,外卖骑手权益保障网越织越密。

二是以强有力监管,护航“舌尖安全”。

食品安全,无人置身事外。一段时间以来,不提供堂食的外卖店铺越来越多,消费者难以监督,监管部门主动执法也难以发现所有问题。

把食品安全的监管网络进一步织牢织密:广州、青岛、沈阳等地采取积分奖励,鼓励外卖骑手“随手拍”,类似的“食安哨兵”队伍在不断壮大。同时,“互联网+明厨亮灶”模式在浙江、上海、福建等多地执行,让食品制作更透明。一些地方也建立违规商家公示机制,打造智慧食安管理体系,为外卖食品系好“安全带”。

三是推动现代配送与外卖骑手互为补充、协同发展。

与人力配送相比,无人机配送不受交通和天气影响,似乎配送效率高了。不过,无人机配送也不是“无所不能”:比如灵活处理顾客的特殊要求、催促协调商家及时送餐等。

实际上,无人机配送和外卖骑手配送并非相互排斥,而是可以互为补充、协同发展。

向着更健康、更安全、更智能,外卖行业还将继续“奔跑”,精彩未完待续!

据新华社

感受甜酸苦辣! 记者体验送外卖

初冬上海的早上,寒意袭人。下载骑手用的 App,经过身份认证、视频学习等步骤,记者准备临时上岗。点击“上线”,系统开始派单。

接单,App 里倒计时开始——剩余时间 36 分 21 秒,出发!

路不熟,1 公里多的路程骑了近 10 分钟,手机上的倒计时像是戴在头上的紧箍儿,记者不由自主给“小电驴”加速。

“取 23 号!”跑进取货的便利店,记者气喘吁吁地说道。女店员头也不抬:“哪家的?”“蓝色。”“在桌上。”

记者拿起手机点开 App,拍照确认已取到货。记者赶到目标小区时,App 已进入最后 5 分钟倒计时。

老小区没有电梯,记者飞奔上四楼。找到客户地址,轻轻敲门。

门开了一道缝,一只手迅速从里面伸出,熟练地取走了外卖。

没见着人,没有一句话,整个过程不到 2 秒。平日里,这样的瞬间也许习以为常。

下楼期间,新订单已来——去附近的商场取披萨。

有外卖员反映,披萨这类食物很容易凉,虽然他们都会格外小心翼翼,但当消费者因食物变凉而不满意时,外卖员大概率会自掏腰包“息事宁人”。

想到这些,记者拎上披萨,一路小跑,心也随着倒计时怦怦直跳。穿过凛冽的风,来到 3 公里外客户所在小区楼层,记者整理服装、扶正头盔、敲门。

一位阿姨开门,记者赶紧脱口而出“祝您用餐愉快”,阿姨轻声回了句“谢谢”。

与此同时,千里之外的福建厦门,另一名记者与“95 后”外卖员宋孟可一起,感受“跑单王”的快节奏。

戴上头盔、拧动右把,电动车“噌的一下”冲了出去,记者跟着宋孟可在小巷里拐拐绕绕,寻找目标店铺。

上午 10 点半到下午 1 点半,通常是外卖员一天中最忙的时刻,但这也意味着赚钱更快。记者赶得停不下脚步,吃饭也要岔开时间。

在商场里取餐也有技巧。当很多人熙熙攘攘涌向商场电梯时,宋孟可带着记者从一扇小门闪身出去,外面是鲜有人迹的楼道和货梯。“走楼梯可以省下约 3 分钟。”

外卖要想送得快,里面藏着不少窍门。

潮汕小厨从 1 号门上楼近;港式茶餐厅从 3 号门走……宋孟可打开他的秘籍——手机笔记,里面详细记录着通往每个商家最近的路。有些路线能近二三百米,但导航上显示不出。

看着秘籍上的神秘路线,记者像上了发条,一路小跑,大脑也不停运转。庞大的商场里,为每一单迅速定位、优化行程,不是一个“跑”字能解决的。

“外卖不能进小区”“小电驴不要乱停”“汤洒了快把楼道清理干净”……外卖员平均每天能送 30 至 40 单,一天下来,记者发现,送餐时被埋汰也时常遇到。

“有一次地上泥泞,电动车滑了出去,餐食里的汤水洒了,客户看到就说了我几句。但我仍然感谢他,因为他点了这单,我就有收入。”宋孟可说。

傍晚时分,再次进入送单高峰期,记者接到送药派单。

小药片连着大民生。电话里,客户异常焦急、反复催促。记者连忙小心翼翼装好药,一路飞驰,护送这份暖心的希望。

客户收到药品如释重负,激动地反复致谢。那一刻,记者心里泛起一阵暖意,感受到这份职业辛劳的背后,亦有守护万家灯火的荣光。

从早 8 点到晚 9 点,两名记者间歇骑“电驴”跑了 60 多公里,完成了 16 单。

一天的外卖体验过后,记者想对这些努力打拼的外卖员说:“路上慢着点儿。”也想对消费者说一句:当我们收到外卖,请道一声“谢谢”“辛苦了”。

让外卖员们更有动力奔向下一程!

据新华社

