



1秒钟,成交3.8万元;1分钟,送出5.6万单;1小时,30多万名骑手在配送路上……

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,相关联的消费超万亿元。

新年伊始,新华社“民生直通车”记者直击外卖大市场,走近外卖员。



一名外卖小哥快步走在郑州街头 记者 马健 图

骑手超1000万名 日均配送超8000万单 中国外卖!“跑”出万亿元大市场

外卖之“大”超乎想象

早7点,从“晨间厨房”早餐店取出第一单;晚8点,将第53单送到金榜小区居民何先生手中……这是福建厦门95后外卖骑手宋孟可的一天。这一天,他挣到了326元配送费。

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”。

据统计,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?

20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。

在饿了么上海总部大厅,陈列着一辆残旧的报废电动车,这是饿了么骑手送出第一单时骑的。

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。

“旺季时,一个月线上就能卖300多万元。”开业30多年的天津老牌海鲜店“三友海鲜”店主郭小凡说,自从开通顺丰同城第三方平台急送服务,市内订单逐月增长。

——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?以餐饮外卖为例,链条上游为农产品(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。”美团研究院副院长厉基巍说。

——城镇化快速推进,壮大外卖市场需求——

宜良县,一个云南省昆明

市下辖的小县城,当地美团外卖站点站长郑旭东说,越来越多的人来到县城定居,外卖订单量随之增长,县城24小时都会有外卖订单。

“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。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,外卖已经覆盖到全国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域和乡镇下沉,外卖的市场规模有望持续保持增长。”史晓明说。

人工智能技术的深度应用,为外卖打开更多新场景:

“你的外卖,可能是从天上‘飞’来的。”今年以来,深圳、合肥、杭州等多地陆续推出无人机配送服务,无人机配送已覆盖奶茶咖啡、新鲜果切、旅行装备等近百种商品。

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。

对于不少外卖骑手来说,在高峰时段,电动车时速常常

超过规定的最高时速25公里。“这就是算法推着人跑。”曾经体验过送一个月外卖的临沂大学教授邢斌分析说。

外卖算法如何再优化,多部门携手,发布《互联网信息服务算法推荐管理规定》,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: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”。顺丰同城通过骑手系统限制其接受通量订单,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”。

一些地方建立违规商家公

示机制,打造智慧食安管理体系,为外卖食品系好“安全带”。

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。

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”:

它还无法提供一些人性化的服务,比如灵活处理顾客的特殊要求、催促协调商家及时送餐等,这些服务目前还只能由传统的外卖骑手提供。

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。据新华社电