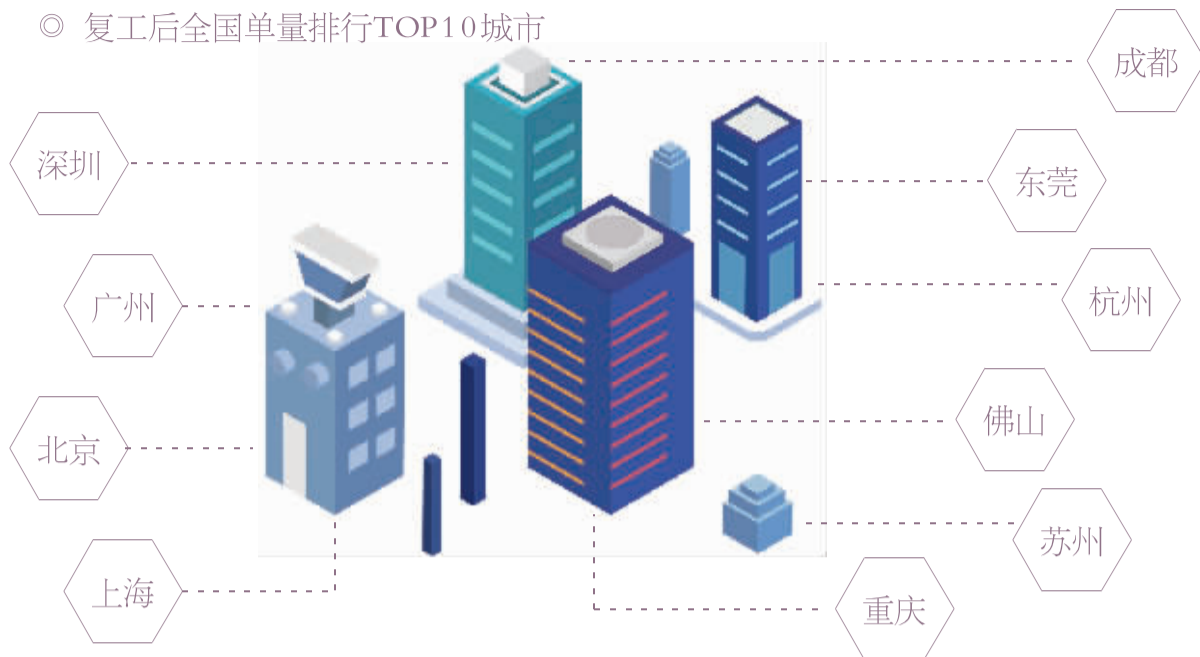
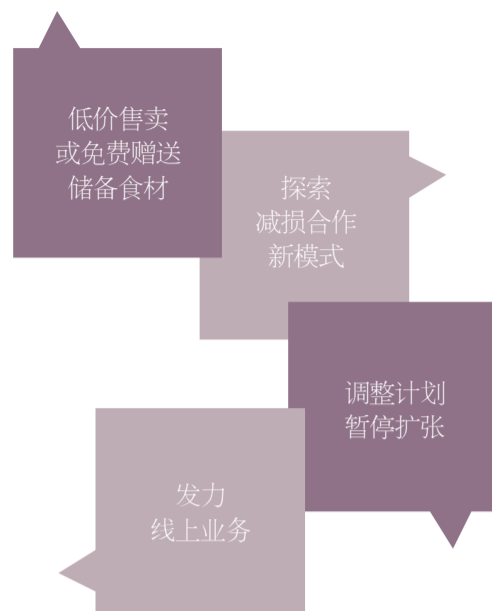


◎ 复工后全国单量排行TOP10城市



◎ “自救”渠道



◎ 餐饮发展趋势



## 闪送推“密送”服务 为一对一即时配送再添“放心锁”

身份证、签证等重要证件、笔记本电脑、单反相机、价值上万的首饰……这些贵重物品若是忘记带了该怎么办呢？职场白领苏女士在近日便遇到了这样的苦恼。她表示，有一天老板出差，到了机场却发现忘记带身份证和合同，她本来第一时间想着使用同城配送的平台，却不太放心证件的安全性。同样表达了担心的还有市民王阿姨。在孙子满月酒当天，她想将一条珍贵的家传手镯送给孙子作为礼物，却因为顾虑配送的安全，最后还是多花钱打车送了过去。

近年来，除了餐饮外卖，零食居家、鲜花、生鲜、网购产品等也纷纷搭上了即时配送物流的便车。庞大的消费市场催生众多配送企业如闪送、UU跑腿、点我达等入局，在同城中施展拳脚。据艾瑞发布的《2019年中国即时物流行业研究报告》预计，到2020年，中国即时物流行业的订单规模将增长至243.7亿单，而行业规模将突破1700.8亿元。

不过，就如苏女士、王阿姨所顾虑的那样，如何解决贵重物品的配送安全，为客户在使用服务时加上一把“放心锁”，从某种角度来说，也是当前行业中还未解决的痛点。

然而，就在近日，消费者在使用闪送下单时发现，平台推出了“密送”服务。据介绍，当闪送员上门提供密送服



务时，消费者的贵重物品将被放进一个黑色的保险箱中，大小可以容纳笔记本电脑、单反相机等。待闪送员将保险箱锁住后，除了客户知晓密码，没有任何人能开启这个保险箱，切实保障全程送达的安全性。

在细分市场中不断寻找服务增量，是闪送从末端市场中冲出重围的方法论。毕竟，当众多即配玩家在响应时间、配送速度上已经不分伯仲，而同城即送服务已经将快捷、方便的使用体验遍及全国各个城市后，如何能在服务上提升消费者的体验感和满意度，便成为即配企业差异化打法的重要命题。

2019年，闪送明晰了战略定位，即“一对一急送，拒绝拼单。速度更快，服务更好，着急送东西用闪送”，在拼单与一对一专送的赛道上，坚定地选择了后者。据了解，所谓“一对一急送，拒绝拼单”是指闪送员取件后，便立刻奔赴收件地址，服务全程均由同一名闪送员负责。在上一笔订单结束前，闪送员不会再接其他订单。

面对行业的疑惑，闪送副总裁杜尚■曾公开解释道：“2014年开始做这个业务的时候，觉得传统的快递典型是以成本为导向的，每个快递员会拿多单，像传统的快递公司快递员骑着三轮车，三轮车里面装着满满的件，每

次要拿着多单来取或者送。我们认为这牺牲了客户对效率与品质的追求。一定有很多客户不是要求价格，而是要求快速的服务。”

在他看来，闪送最初做的，就是以服务品质导向服务价值敏感的客户，而不是价格敏感的客户。所以，闪送六年多来一直坚持一对一急送的模式。资料显示，目前闪送平台用户已超过1亿，全国闪送员共100多万人，服务遍及222座城市。

在今年疫情期间，平台的闪送员数量有所增长。据相关负责人介绍，疫情期间，报名并通过平台培训合格后可以上岗的闪送员达到2万余人。此外，平台还推出了“企业雇员帮扶计划”，旨在帮助那些疫情期间无法正常营业的企业，吸纳其员工成为闪送员，通过这种灵活的短期用工方式缓解企业成本压力，并增加员工收入。

除了践行企业的社会责任，闪送还在不断为一对一服务增添更多温暖。“85后”闪送员那薇是一位北京姑娘，疫情影响下，很多用户出门不太方便，那薇会帮用户顺路带走需要倒的垃圾。有的小区封闭，用户买蔬菜水果不方便，她会免费帮用户去买回来。有时也会顺路帮用户代取快递。数据显示，疫情期间，已有超1000多名女性加入闪送员行列。