

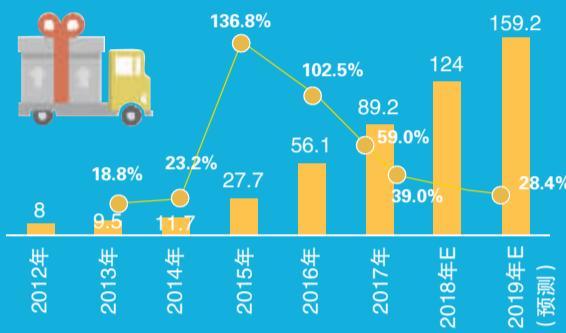
# 即时配送

## “新物种”待破成本困局

### ● 调查数据

#### 2012-2019年中国即时配送订单量及增长率:

订单量(亿元)(数据来源:艾瑞咨询)



#### 2015-2018年中国外卖市场交易规模(亿元):

(数据来源:Trustdata)



#### 即时配送市场历年投融资概况及企业融资规模排名(2007-2018.7)



消费升级不仅推动传统业态转型升级,也催生了许多新兴产业,即时配送就是其中一个。2018年,除了美团这样早已接触即时配送的企业,阿里、京东、顺丰等企业也纷纷加入分钟级即时配送体系中来,想通过精准快速的体验提升服务品质。不过现阶段,即时配送还是存在些许问题,如超市门店配送覆盖范围小、外卖平台配送不及时、部分配送人员态度恶劣等。有行业分析师认为,即时配送服务需求正不断扩大,用户规模仍有较大增长空间。未来,即时配送平台应注重服务品质化、平台智能化和模式创新化。



配送员为保证货品及时送达,用各种办法“争分夺秒”

### 服务质量有待考验

即时配送是由过去快递领域的快速送达发展而来。伴随着消费升级,即时配送使用人群逐年增加,配送品类更是全面开花,涉及餐饮、生鲜、超市鲜花、文件等各种生活所需品,即时配送企业也如雨后春笋般发展起来。根据艾媒咨询发布的《2017-2018年中国即时配送市场研究报告》,2017年即时配送行业用户规模达2.93亿人,增长率达26.8%。包括闪送、帮帮兔、UU跑腿在内的多家企业也在近两年拿到多轮融资。

自2014年即时配送行业呈现爆发式增长,行业内出现闪送、达达等即时配送企业;为规范行业发展,中物联电商物流与快递分会牵头美团、闪送、点我达等企业着手编写即时配送服务规范,促进行业发展。随着2018年饿了么被阿里巴巴全资收购、菜鸟控股点我达、苏宁推出苏宁秒达等事件的发生,即时配送行业格局将发生重大变化。

伴随着即时配送服务的快速发展,一些问题也浮出水面。北京商报记者调查发现,现阶段即时配送服务质量参差不齐,加之大量新兴企业入局,宣传大于服务现象频现。以运营时间最长的外卖配送为例,不少平台都出现了配送不

及的现象,最常见的问题集中在“超时赔付”服务。一位经常使用超时赔付服务的消费者对北京商报记者表示,自己遇到过多次外卖骑手“提前完成订单”的情况。“通常情况下外卖骑手会事先电话联系,以各种借口解释为何无法在规定时间内送达,最终达到提前完成订单的目的。”该消费者坦言,自己选择购买此服务的目的就是为了减少等待时间,如果无法在规定时长内完成配送就应该得到相应的赔偿。

实际上,这并不是偶然现象,但北京商报记者调查后发现,真正选择投诉外卖骑手的消费者占少数,其中一位消费者表示,自己可以理解外卖配送人员的辛苦,也不愿意对他们施加压力;“如果配送人员态度良好,自己会选择默默接受”。而多数消费者放弃投诉的另一重要因素是“超时赔付”的购买金额较低,若不是经常超时,大部分消费者表示可以接受。

即时配送的另一大痛点表现在覆盖范围不足,这在超市业态较为明显。以盒马鲜生为例,由于出现时间较短,扩张阶段还无法满足所有消费者的购买需求,导致部分区域成为某一类即时配送的空白区域。