

目录

一、即时配送行业概述	1
(一) 定义与场景	1
(二) 即时配送行业发展历程	2
(三) 即时配送行业特征	3
二、即时配送行业发展的驱动因素	6
(一) 政策因素	6
(二) 经济因素	7
(三) 社会因素	8
(四) 技术因素	9
三、网约配送员就业洞察	10
(一) 网约配送员就业方式	10
(二) 网约配送员画像分析	10
(三) 网约配送员就业现状痛点	14
(四) 网约配送员就业痛点成因	19
四、平台对于网约配送员的就业保障建设实践	21
五、总结与讨论	23
(一) 针对配送员就业的特殊性构建与之匹配的劳动基准制度	24
(二) 完善配送员职业技能培训体系和公共服务，拓展职业发展空间	24
(三) 优化配送员算法管理机制，保障配送员获得感	25
(四) 持续做好配送员权益保障和人文关怀，增加配送员幸福感	25
(五) 推进多元协同治理路径，引导配送员依法理性维权	25

一、即时配送行业概述

（一）定义与场景

1. 即时配送定义与场景

即时配送是综合运用新一代信息技术和人力众包等模式，实现点到点、无仓储、无中转、即需即送的快捷物流服务。即时配送行业紧紧围绕着本地生活服务平台打通线上和线下消费场景，线上实现交易闭环，线下通过即时配送完成交易履约，从而为更多用户提供从需求发起到商品验收的一站式服务。主要有四种场景，其中外卖配送占比最大。外卖配送，代表企业有美团配送、蜂鸟即配；电商新零售，代表企业有达达、盒马；同城跑腿，代表企业有闪送、UU 跑腿；同城物流，代表企业有顺丰同城等。



图 1 即时配送四种场景及服务流程

2. 网约配送员定义

网约配送员通过移动互联网平台等，从事接收、验视客户订单，根据订单需求，按照平台智能规划路线，在一定时间内将订单物品递送至指定地点的服务人员。网约配送员是移动互联网技术革新的直接产物，大量就业群体的背后是科技与创新带来的深刻变化。

职业	网约配送员	传统快递员
配送环节	点对点服务，直接由配送员从商家取货并送达客户手中。	通常包括集货、分拣、配货、配装和送达等多个环节，货物需要在配送中心进行集中处理后再由快递员送至客户手中。

配送技术	属于 LBS 服务（Location Based Service, 基于位置的服务），对于移动互联网具有强依赖性，需要配送平台利用移动互联网等技术提供网络定位、时间计算、路径规划等。	虽然也可能使用 GPS 等技术进行定位和路线规划，但整体对移动互联网的依赖程度较低，更多地依赖于传统的配送方式和经验。
配送范围	具有很强的本地化、生活圈化特色，主要服务于城市内部或特定区域内的客户，不存在远距离异地配送情况。	配送范围相对更广，可以覆盖城市间、省份间甚至国际间的配送需求。
配送场景	主要服务于餐饮外卖、B2C 零售、商超便利、生鲜宅配、同城闪送等场景，对配送时效性和服务质量要求较高。	覆盖更广泛的配送场景，包括个人寄件、企业寄件、跨境电商等，对配送的时效性和服务质量要求因场景而异。

（二）即时配送行业发展历程

第一阶段（2013 年以前）萌芽期：**即时配送行业早期随着餐饮外卖行业市场发展起步。**

- 2009 年饿了么上线，2013 年 11 月美团外卖上线。

第二阶段（2014-2019 年）发展期：**配送服务商依托于餐饮外卖平台业务增长以及电商 O2O 发展快速成型，各物流公司纷纷入局即时配送业务线。**

- 2014 年，开始呈现爆发式增长，达达快送、闪送、UU 跑腿等开放平台相继出现。
- 2015 年，外卖配送进入众包时代，美团、饿了么开始采用众包模式。京东到家上线。
- 2016 年，顺丰同城急送上线，京东到家和达达合并为达达-京东到家。
- 2017 年，美团跑腿上线，叮咚买菜成立。
- 2018 年，韵达“云递配”业务上线。同年 9 月美团上市。
- 2019 年，美团配送、蜂鸟即配、顺丰同城实现品牌独立，达达更名为达达集团。

第三阶段（2020 年至今）成熟期：**疫情成为即时配送行业高速发展的催化剂，服务对象从餐饮外卖逐渐发展扩充至生鲜、医药等更加多元场景的即时配送，开启了全品类、全场景下的小时级快速配送新时代。**

- 2020 年，“网约配送员”加入国家正式职业列表，达达集团在美国纳斯达克上市。同年，饿了么开启从“送外卖”到“送万物”的全面升级，从餐饮外卖平台升级为解决用户一切即时需求的生活服务平台。
- 2021 年，顺丰拆分顺丰同城赴港上市，达达集团发布“仓拣配”服务体系，叮咚买菜正式登陆纽交所（NYSE）。
- 2022 年，京东集团增持达达集团完成，双方强化能力建设共同发力即时零售。

- 2023 年，美团买菜升级为全新品牌“小象超市”，从生鲜零售向全品类即时零售转型。
- 2024 年 4 月，顺丰同城宣布推出奢侈品专送服务。

（三）即时配送行业特征

1. 市场规模：市场空间广阔，服务品类逐渐扩展

即时配送源起于餐饮外卖发展，后随消费者需求的变化而拓展了配送场景，逐渐形成**餐饮外卖和即时零售**两大市场。其中，餐饮外卖发展相对成熟，其交易额对整体餐饮市场收入的渗透率约为 25%。而即时零售涵盖生鲜宅配、商超零售、鲜花蛋糕、医药配送、服装鞋帽、3C 电子、美妆等品类，依然有极大的发展和渗透空间。

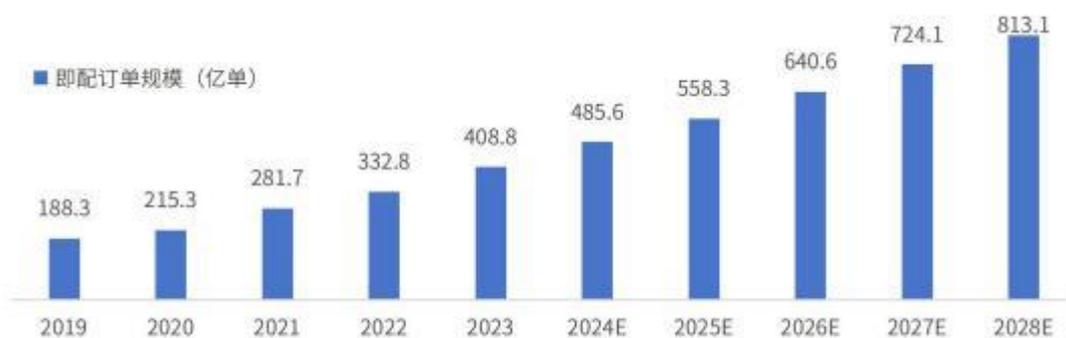


图 2 2019-2028E 中国即时配送服务订单规模¹

（1）餐饮外卖市场规模

国家统计局数据显示，2020-2022 年，全国餐饮收入规模分别达到 39,527 亿元、46,895 亿元、43,941 亿元，同期外卖市场规模从 6,646 亿元增长至超过 1.1 万亿元，2022 年渗透率逐步提升至 25%。



图 3 2015-2022 餐饮外卖市场规模及外卖渗透率²

¹ 资料来源：沙利文研究

² 资料来源：国家统计局

（2）即时零售市场规模

根据沙利文测算，即时零售行业的市场规模从 2019 年的 2,255 亿元到 2023 年的 8,862 亿元，预估以 21.9% 的增速在 2028 年可以上升至 23,901 亿元。

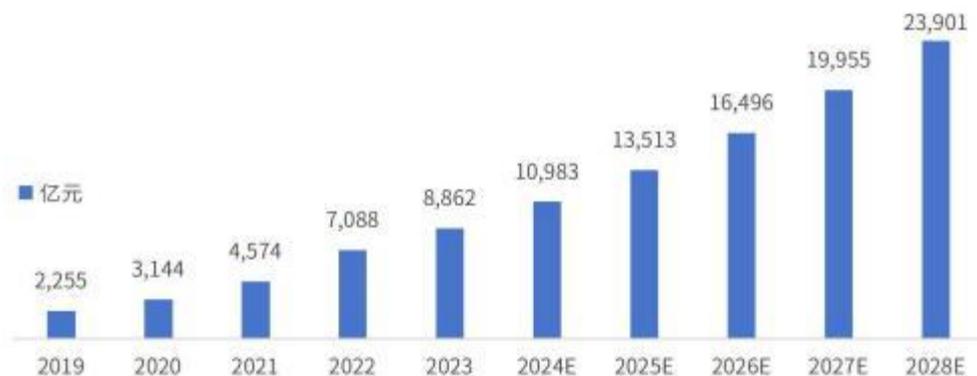


图 4 2019-2028E 即时零售市场规模（按交易额计）³

2. 用户现状：用户规模不断扩大，用户需求不断丰富

近年来，随着技术不断进步和消费习惯的改变，中国居民越来越倾向于在线购物，尤其是在疫情的影响下，这一线上化趋势得到了加速。疫情期间，为了减少人与人之间的接触，更多消费者开始尝试在线购物，而这种变化在疫情后也变得更加根深蒂固，即时配送的用户规模持续扩大。

据中国互联网络信息中心数据，截至 2023 年 6 月，我国网上外卖用户规模达 5.35 亿人，较 2022 年 12 月增长 1372 万人，占网民整体的 49.6%。根据中国连锁经营协会调研数据，外卖已渗透逾一半的家庭场景，65% 的家庭给孩子点过外卖，25% 的家庭为老人点过外卖。

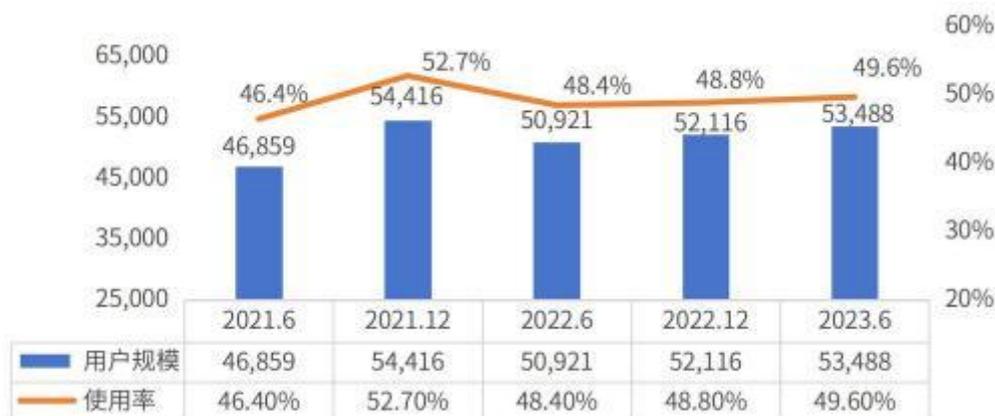


图 5 2021.6-2023.6 网上外卖用户规模（单位：万人）及使用率⁴

³ 资料来源：沙利文

⁴ 资料来源：中国互联网络信息中心《第 52 次中国互联网络发展状况统计报告》

随着用户规模的不断扩大，用户的需求也越发多元化，即时消费的需求从餐饮外卖拓展到日用百货、医药用品、电子产品等领域，用户需求不断丰富。

3.竞争格局：美团、饿了么遥遥领先，抖音生活服务持续发力

当前即时配送行业以餐饮外卖配送为主导，竞争格局主要体现在餐饮外卖平台之间。目前行业呈现“领导者-追随者”格局，用户主要集中于美团外卖、饿了么两家外卖平台。其中，美团依托用户规模优势以及头部商家的资源禀赋，市场地位领先。

根据前瞻产业研究院相关数据显示，美团外卖当前约占全国外卖配送市场份额的70%。无论是骑手规模还是商户规模，美团均遥遥领先：骑手规模上，根据美团、饿了么两大外卖平台相关报告，2021年，在美团平台获得收入的骑手约为527万人⁵，在饿了么平台获得收入的外卖骑手人数114万人⁶；商家规模上，据国联证券相关报告，2023年10月，饿了么商家版日均活跃用户为261.31万，美团外卖商家版则为488.61万⁷。

在美团和饿了么之外，近年来，抖音不断加码本地生活服务。2023年3月，抖音上线全国外卖服务并在北上广三地进行内测。在抖音“团购配送”项目中，商家以套餐形式在抖音的短视频或直播中展示商品，用户在抖音购买后，商家可通过抖音的三方聚合配送（顺丰同城、闪送、达达快送等），也可以选择自行配送。短期来看，抖音的进入未对现有外卖竞争格局产生冲击，主要由于餐饮外卖作为即时需求，对线下履约要求高，外卖行业存在较高行业壁垒。

此外，部分餐饮龙头企业，如肯德基、必胜客、麦当劳等，开始发展自己的外卖配送业务；茶理宜世、喜茶等茶饮品牌也开始和达达等即时配送平台合作，建立自己独立的外卖配送业务。他们在餐饮外卖行业中形成了极强的竞争，这有助于提高消费者的购物体验，并促进行业的发展。但总体来说，美团、饿了么在外卖行业的地位很难撼动。

4.价值链：配送履约平台依托作为流量入口的电商平台实现商品快速直达消费者的物流服务

中国即时配送产业链主要由消费者、品牌商、本地商户、零售电商、即时配送平台等环节参与者构成。其中，品牌商覆盖酒水饮料、日化用品、3C数码及美妆护肤等；本地商户

⁵ 资料来源：美团外卖《2021 企业社会责任报告》

⁶ 资料来源：饿了么外卖《2022 蓝骑士发展与保障报告》

⁷ 资料来源：国联证券《美团研究报告：核心本地商业稳固，万物到家开启新增长》

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/828031076047006075>