

我国成为全球第一大外卖市场

新华社北京1月15日电(记者邹多为)自2008年成交第一单外卖到现在,我国已成为全球第一大外卖市场。中国互联网络信息中心数据显示,我国网上外卖用户规模已达5.45亿人,占网民整体的约五成。这一规模远超其他国家。

实体店迎来新增量、线上新品悄然“问世”、“银发外卖”热度走高……在扩新店、出爆品、拓客群中,我国外卖市场活力迸发。

来自中国饭店协会的数据显示:

中国外卖

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。

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“流动的风景线”。

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,我国网上外卖用户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?

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。

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。

2023年我国餐饮外卖市场规模约1.2万亿元,占餐饮收入的比重升至22.6%,外卖等线上营销模式已经成为餐饮企业重要的盈利渠道。

“尽管从诞生之初,外卖的发展面临一些问题,但随着网络外卖平台的壮大和消费者习惯的改变,外卖不仅是迭代最快的行业之一,并且不断催生出新的消费增长点。”中国饭店协会外卖专业委员会理事长史晓明说。

以前只是“搬运美味”,现在可以“万物到家”。依托多元化、智能化配

送体系,外卖服务范围正逐渐从餐饮扩展至商超、日用、医药等零售品类,变化可谓日新月异。

“外卖不再是单一的餐饮配送服务,而是发展成为一个完整的生态系统,包括餐饮品牌、包材企业、原材料供应商、代运营商、共享出行等多个领域。”史晓明说。

回想几年前,外卖常见的包装是白色泡沫盒,如今,玉米纤维、竹浆等环保材料广泛普及,环保和健康也在加速成为外卖品牌的竞争力。

2023年底发布的首个绿色外卖国家标准——《绿色外卖管理规范》明确:外卖餐品经营企业应减少各种包装材料的用量,用环保的材料替代,避免或减少环境污染。

面对日益扩大的外卖市场规模,未来要通过制度创新、技术赋能和跨界合作等方式支持相关企业建立绿色环保的供应链体系、减少包装使用量、提升配送安全性和规范性,更好推动外卖行业高质量发展。

“跑”出万亿元大市场



——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。

“送外卖,‘Gap一下’。”在27岁的安徽合肥美团外卖骑手王源源看来,外卖这个行当的特点就是工作相对自由。他口中的“Gap一下”,就是也许会为下一个工作过渡。

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?

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,成为经济增长的主力军。

“经济稳定增长和发展动能变化,是我国家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——

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——

“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

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,还可能是机器人‘送’来的。”骑手将订单放在机器人身上,输入房间号后,机器人快速将订单送到指定房间……如今,在杭州、广州等多地酒店,机器人配送“大显身手”,提升了配送时效。

与人力配送相比,无人机配送不受交通和天气影响,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、催促协调商家及时出餐等,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。

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!

据新华社北京1月15日电

[新华时评]

每一单都是民生

从饭馆后厨到顾客家门口,从街头骑手到处理消费纠纷的客服……当我们打开手机外卖App,地图上跑动的每一张订单,都承载着民生。

就业是最大的民生。

目前全国日均外卖订单超过8000万单,这一数据背后的供应链涉及上亿人。从瞬时生成到送达签收完成,最多1个小时左右的时间里,包含着数不尽的民生故事。

超大市场也是民生。

目前中国网上外卖用户规模达5.45亿人。经济规模超万亿的全球最大外卖市场,是由风雨无阻的上千万骑手大军跑出来的,是对超大规模市场潜力的形象注脚。

行业规模年均增长超20%。在大城市出现一定程度饱和趋势同时,县域生活外卖订单量年均复合增长率超40%。在优化城市存量市场结构同时,向强劲增长的县域外卖市场“下沉”潜力巨大。

“不识庐山真面目,只缘身在此山中。”一些外国友人来到中国,常感叹点外卖很方便,而这“方便”的背后,是发达互联网技术与超大规模市场的深度融合,是勤劳的生产者服务者与庞大的消费者的深度融合。我们要以敬畏之心感受每一份订单背后成长的韧性。

如今,外卖市场还在成长。有专家预测,县域外卖市场是一个新增长点,有本地特色生产、乡土服务、当地消费特征,也是返乡创业就业好去处。

外卖市场的成长壮大,需要各方面携手,从呵护每一份订单、每一名骑手、每一款卖品开始,让外卖不断温暖你我,推动大市场发展越来越好。

新华社北京1月15日电