

即时物流需求迸发 跑腿经济前景可期



节日期间通过跑腿寄送礼物已成用户新选择。杨佳摄

■中国城市报记者 方紫薇

近年来,消费者对“万物到家”的需求蓬勃生长,跑腿经济正在异军突起。

跑腿经济指的是什么?随着即时物流的发展,由于消费者不便出门或者希望节约时间,出现同城取送、代买物品、帮办事等非标准化服务的新型服务形式,称之为跑腿服务。

近日,艾媒咨询发布的《2022年中国跑腿经济市场洞察报告》显示,2021年中国跑腿经济市场规模达131亿元,预计2025年市场规模将达664亿元,跑腿经济市场潜力巨大。

跑腿经济的兴起,现实成因是什么?是否能成为互联网平台新的增长点?未来的前景如何?为解答这些问题,记者进行了采访与调查。

个性化服务 满足非标准化需求

“中秋节我要给哥哥家送月饼,但跨区太远,打车要70多元钱,我节前又抽不开身,还是叫个跑腿方便。”北京市朝阳区26岁白领周小姐从微信小程序下单了跑腿服务,约定了上门取件的时间,“不用自己走一趟,同样距离,跑腿只要30多元,准时送达,经济又省事。”

无独有偶。近期,江苏省苏州市美团骑手丁世豪接到了不少异地跑腿订单。他感慨地表示:“最近给家里送大闸蟹的顾客特别多,打电话时,对方都会仔细叮嘱,想让父母吃上最新鲜的螃蟹。”

美团跑腿数据显示,9月第一周,中秋相关的跑腿订单量环比增长169%,其中糕点、生鲜类订单均有明显增长。此

外,在中秋前夕,美团异地订单量对比去年同期增长近两成。

“中秋越近,用户对礼物送达的时效性要求就越高,跑腿服务即取即送,能够满足用户快速送达节日心意的需要。”美团跑腿的相关负责人对记者表示。

艾媒咨询调研数据显示,38.4%的消费者由于忘带物品,使用过跑腿取送;37.3%的消费者使用跑腿帮买东西;帮排队、个人需要送东西给别人、处理生活琐事三种生活场景,分别占26.7%、26.2%、6.6%。此外,工作需要给别人送文件、经营需要给顾客发货等工作经营场景的需求也较为常见。

通过上述数据,可以透视出跑腿市场的广阔前景——非标准化的跑腿服务想象力空间很大,即时需求正在迸发。

为何跑腿服务的市场规模在近年来得以快速增长?

“需求端的增长是跑腿服务能够产生巨大容量的前提。”艾媒咨询首席分析师张毅在接受记者采访时表示,同时,城市物流配送网络也成就了类似的用户需求,例如以美团、饿了么为代表的平台,有数以百万人级别的配送人员,这种配送物流行业的兴起恰好从供给端满足了市场需求。

艾媒咨询报告显示,疫情期间,跑腿服务也成为防疫应急工作中的重要一环。跑腿服务有效缓解了生活物资的配送问题,有助于保障居民日常生活物资供给。跑腿品牌不仅积极响应政府和社会对物资配送的需求,努力保障城市配送运力,还为社会中的特殊群体提供了应急服务。

“快节奏的生活环境与疫情的影响,也成为了催化剂,加速了跑腿行业的成长。”张毅说。

即时物流硝烟四起 平台寻找新增长点

流则通、通则兴。为了在即时零售领域抢占先机,许多企业修炼“内功”,在物流配送上积极布局,即时物流市场竞争渐趋激烈。

资本也青睐跑腿市场。企查查数据显示,2021年顺丰同城实现港股上市,同年3月23日,达达集团获京东战略投资8亿美元。3月30日,闪送获1.25亿美元D++轮投资。2022年,UU跑腿获得数亿元B+轮融资。

当前,跑腿服务赛道的玩家分为两种,一为平台服务型,如美团跑腿、饿了么跑腿,能借助平台丰富的商流及运力规模优势提供稳定服务体验;二为单一服务型,以闪送、顺丰同城为代表,主要通过自建运力提供服务。

艾媒咨询调研数据显示,美团跑腿是消费者最常使用的跑腿品牌,有60.1%的消费者偏好于此,其次是29.8%的饿了么跑腿和27.8%的闪送。46.8%的消费者会认准一到两个品牌,41.3%的消费者偏向使用几个品牌。

一位电商业内人士对记者表示,即时零售的核心竞争力,一是本地门店的供给品类,二是即时物流的履约配送。而构建了物流网络后,即时物流的想象力不会止步于零售。

实际上,即时物流自餐饮外卖场景脱胎而来,逐渐从餐饮扩展至商超、日用、医药等零售品类,再扩展至跑腿服务等非标准化服务。“跑腿服务实际上是即时物流的一项延展性服务,而其个性化的服务模式,又拓展了物流配送服务的边界。”上述业内人士认为。

数据显示,2014年到2021年,中国即时物流用户规模从1.24亿人增长到6.33亿人,年复合增长率为26.2%。

“本地即时物流对于用户来说逐渐成为刚需,渗透到人们生活的各个方面。”网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青告诉记者,例如,京东小时购、京东到家依托背后京东和达达合力,链接实体零售商、品牌商、物流配送、消费者等,打通全渠道,实现多赢局面。

此外,跑腿服务可以让平台型企业更合理地配置非餐饮高峰期的运力,开拓新的增长点。张毅就持有类似的观点:“类似美团、饿了么等平台型企业,在用餐高峰期,配送人员都是非常忙的,而非高峰时期则是会相对悠闲。跑腿服务有效利用了骑手的空闲时间,既可以为平台创造效益,又能服务消费者需求,同时也能够让外卖小哥多劳多得,形成了一个三方共赢的状态。”

张毅表示,对平台方而言,实现配送资源的合理衔接,符合平台降本增效的商业逻辑,也是扩大业务营收的渠道、拓展新的商业模式的难得机会。

拓展服务场景 跑腿经济前景可期

“父母在老家义乌,最近要去医院做个体检,但我回不去。”在浙江省杭州市工作的存先生表示,他下单呼叫了义乌当地的跑腿小哥,让对方帮忙陪同两位

老人去医院体检,弥补自己不能陪伴左右的遗憾。

据美团方面透露,9月第一周,美团跑腿上的助老订单量环比增长26%。其中给老人送生活用品、帮腿脚不便的老人代办生活小事等订单均有相应增长。

“过去,类似的跑腿服务与需求都有,但是没有形成规模,同时消费者也没有形成使用跑腿服务的习惯。现在跑腿服务产业兴起,不但有固定的配送职业,消费者也产生了需求,社会上也形成了服务气氛。”关于跑腿经济市场的发展,张毅如此解读。

作为即时物流的一种延伸服务,跑腿经济的发展与即时物流息息相关。近年来,若干项支持即时物流发展的政策措施相继出台,利好行业发展。

2021年8月,商务部等9部门印发的《商贸物流高质量发展专项行动计划(2021-2025年)》中提到,要推广共同配送、集中配送、统一配送、分时配送、夜间配送等集约化配送模式,完善前置仓配送、门店配送、即时配送、网订店取、自助提货等末端配送模式。

2022年1月,国家发改委发布《“十四五”现代流通体系建设规划》并提出,依托商贸、供销、交通、邮政快递等城乡网点资源,完善县乡村快递物流配送体系,提升末端网络服务能力。

日前,2022年物流“最后一公里”峰会上,国家邮政局党组成员、副局长陈凯表示,过去的1年里,行业末端服务不断实践,为保畅作出积极贡献。

美团以餐饮外卖配送为切入点,在不到10年间,建立了覆盖全国超过2800个市县的即时物流网络。依托于此,美团跑腿业务目前已经覆盖北京、上海、昆明等全国95座城市,其相关负责人表示:“后续将持续扩大覆盖范围,为用户提供帮取送、帮办事等便利服务”。

“当前跑腿行业需要考虑的问题是,如何去激发消费者的需求,培育消费者心智,尤其是需求意识,走出一条可行模式。所以不能只关注主流的、已经存在的诉求,而是勇于创新,拓展各种新应用与服务场景,增加服务的品类,从而满足消费者需求,增加平台收入,也为社会提供更多的就业岗位。”张毅表示。

江西新余: 数字经济进入“快车道”

9月14日,江西省新余市高新区博迅应急装备智能制造产业园内,工人在数字消防车和油动无人机装配车间忙碌。该园区致力于打造“互联网+消防车+消防无人机”智慧消防融合体,助力数字经济高速发展。近年来,新余市紧盯数字产业化出台扶持数字经济发展政策,利用现有产业优势,以创新驱动、数字赋能,加快形成了数字经济特色产业新布局。

人民图片

