

商户订单大增 骑手收入涨了

“外卖大战”正酣,或引发市场重新洗牌

近期,美团和京东的“外卖大战”持续升级,双方围绕用户激励、商品补贴、商家减佣、骑手保障等展开对决。4月30日,饿了么也官宣加入这场较量之中,正式开启第一轮“饿补超百亿”。而淘宝也正式进军外卖市场。济南市场情况如何?骑手、商家、消费者怎么看?对此,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者进行了调查。



济南街头,外卖骑手正在接单。



文/片 管悦 济南报道

受平台补贴影响 有商户订单翻倍

4月30日午餐高峰时段,济南历下区一家连锁拌面店内,老板小宸正忙着打包餐品,外卖订单提示音此起彼伏。

“4月中旬开始,受平台补贴活动影响,京东单量逐渐上涨,日销最多能达到近500单。”小宸介绍,以4月28日为例,京东、美团和饿了么下单量分别为304单、105单和71单。

从实际收入来看,用户支付20元的情况下,商家在美团、京东和饿了么分别到手15.98元、17.98元和14.78元。

爆单的不只小宸的门店,在济南市历城区一家连锁咖啡店,五名员工流水线作业,依然忙得不可开交。

一杯原价9.9元的拿铁,补贴后仅售5.9元,吸引了不少消费者下单。“4月以来,美团和京东平台订单量都有所增长,饿了么刚开始补贴暂时波动不大。”该门店负责人张先生表示,日销最多能达到700杯,同比上月增长超五成。

以往,张先生门店订单里美团和饿了么占比三七分。如今,美团、京东和饿了么分别占比45%、35%和20%。

然而,订单激增也带来了新的挑战。上周二由于短时间内涌入大量订单,张先生门店接单系统一度宕机,不得不暂时关闭线上接单。

“订单虽然多了,但骑手数量有限,有时候配送速度跟不上,影响消费者体验。”张先生表示,平台增多,带来新的销售渠道和降佣金是好事,但现在

有骑手日薪涨超百元 但高单价下挑战不少

当日中午,记者在济南市印象城看到,前来取餐的外卖骑手络绎不绝。美团骑手王大福(化名)边等待出餐,边用手机不停地刷新系统订单。

“光我们站点就有十多个兼职骑手去了京东,系统里的单量也增加了三成多。”王大福表示,平台为了留住骑手加大了奖励投入,以前跑一天收入200—300元,现在叠加奖励后,日收入超400元。

在王大福看来,自2016年加入美团后,他对地图、算法和平台规则了如指掌,平台品类多,收入也相对稳定。虽然作为兼职骑手暂时没有社保,但美团总体单量更多,他和不少老骑手都选择继续留守。

和王大福有所不同,外卖骑手小龙则同时在“美团众包”和“达达秒送”接单。“我今天在京东平台完成8单,收入70.8元。”小龙说,同样距离下,京东给12元,美团和饿了么是5—6元。特别是午餐时段,京东每公里能多赚3块钱。同样工作时长下,在京东日收入300—400元,比之前涨了100多元。

“外卖大战”也让许多骑手考虑新职业规划。从饿了么“跳”到京东的骑手小张透露,在京东日接单50单以上,比饿了么多了30%。如果京东能保持现有的单量和待遇,他和身边十余位骑手都考虑转为专职,为自己谋求一份有社保的稳定工作,不再“漂来漂去”。

但高单价之下,也面临不少挑战。有骑手表示,京东送餐

时间比美团、饿了么缩短5—10分钟,必须争分夺秒才能完成订单。而且,京东地图还不够精准。例如,饿了么和美团可以同时接单“组合单”,同时配送很方便。而京东有单子方向各异,有时超过四单就很难做到一起配送且不超过时。

着眼于提升服务质量 平台才能持续发展

目前来看,三大外卖平台都放出了大额优惠补贴,或者是跟特定品牌合作,上线超低价产品。

记者走访中,不少消费者表示,平台竞争之下,带来了实际的实惠,平台服务和配送效率差别不大,哪里价格低就选哪里。也有消费者表示,已在平台形成固定消费习惯,不会轻易改变。

4月30日,记者尝试在同一门店下单同一商品,京东、美团和饿了么优惠后价格分别为8.9元、10.09元和13.59元。

交银国际证券研报显示,2024年,美团外卖的市场份额达到65%,饿了么市场份额33%。但随着京东日单量突破千万,这场“外卖大战”可能引发市场重新洗牌。

“平台通过放大用户补贴等方式,获取相应的市场份额,是以往平台经济竞争的惯用办法。”济南工程职业技术学院院长吴学军表示,参考网约车行业经验,补贴停止后通常会出现30%—50%的用户流失。随着监管政策的完善和消费者需求的升级,外卖市场正在从规模扩张转向高质量发展阶段。

吴学军认为,平台竞争要以促进行业发展、为消费者提供更优质服务为目标,着眼于提升服务质量和运营效率,才能持续发展。外卖行业的终局不是单量有多少,而是商家有效益,骑手有前途,顾客有体验。

果然財經

张志恒 报道

4月30日,互联网行业迎来了两大重磅消息。上午9点半,饿了么通过官方公众号宣布开启“饿补超百亿”大促活动,以“不打口水仗,只发真福利”为口号,正式上线“超百亿”口令入口,为用户带来实实在在的优惠。同日下午3点,淘宝天猫旗下的即时零售业务“小时达”正式升级为“淘宝闪购”,并在淘宝App首页以“闪购”一级流量入口展示,标志着淘宝正式进军外卖市场。两大平台的联动,剑指即时配送业务,引发了市场广泛关注。

阿里系进军外卖市场

据了解,淘宝闪购目前已经在北京、上海、广州、深圳等城市上线一级流量展示入口。记者实测发现,济南目前尚未开放,打开淘宝App仍显示“小时达”,只有手动搜索“闪购”,才可进入外卖入口。从用户端来看,淘宝闪购的上线确实为用户带来了更多选择。最新消息显示,淘宝闪购将于5月6日覆盖全国。

记者在闪购、京东、美团、饿了么同时查询华莱士“超值明星5件套”的套餐价格,叠加各平台当前优惠,到手价格分别为21.9元、22.9元、15.8元、21.9元。同一家阿水大杯茶门店的茉香奶绿,到手价分别为6元、10.5元、5.5元、6元。闪购与饿了么端口互通且价格一致,但最低的是美团外卖。

外卖员常先生表示,听说饿了么和淘宝要推出外卖的优惠活动,但目前在单量上并没有感受到明显变化。“现在各个平台单子的比例跟之前没太大波动,但感觉订单量是变多了。优惠多了,大家都喜欢点外卖了。”这从侧面反映了外卖市场的竞争激烈程度,以及用户对优惠活动的敏感度。

官方介绍,升级后的淘宝闪购,将联合饿了么加大补贴力度,围绕消费者提供最大的优惠和福利;同时饿了么上的商户将面向淘宝全面开放,淘宝、天猫利用在品牌和电商商家方面的优势,将与饿了么进行结合,打通天猫官方旗舰店和小时达的价格,给消费者带来“电商的低价,即时配送”的体验。

流量优势与用户体验的博弈

淘宝与饿了么联手巩固即时配送业务,最大的优势在于,淘宝作为国内最大的电商平台之一,拥有数以亿计的日活用户,其颇有针对性的推荐算法机制,可以根据用户习惯精准推送商品。若能应用到即时配送业务

之中,就能根据消费者日常的点单习惯推送外卖商家,显著提高转化率。而且目前饿了么已经将的外卖服务嵌在了淘宝App首页,淘宝也为饿了么提供了流量支持,对饿了么的订单量是有提升作用。

淘宝日均亿级的打开频率,理论上是可以为饿了么带来千万级的曝光,但用户从浏览商品到下单外卖,App的使用习惯和消费习惯仍需切换。受访的上班族韩女士表示,平时点外卖仍是使用美团比较多,当各个平台到手价格差不多的时候,也不会多下一个App。“前几天京东外卖搞的活动力度大,倒是点了几餐,但平时点外卖还是会习惯性地打开美团App。”

综合公开数据显示,三家平台的补贴总额预计达300亿元,但单纯打价格战难以为继,淘宝与饿了么的组合下场,利用淘宝的流量优势搭配优惠补贴,或许可开创可持续的活动新模式。

未来市场格局 或将重构

据业内人士披露,淘宝闪购原计划在618大促期间上线,五一假期仅在部分城市进行测试,但京东和美团目前在外卖领域的交锋吸引了消费者、商家和骑手的广泛讨论,在热度高涨时下场,也会引起关注。

展望未来,外卖行业的激烈竞争仍将持续。京东能否凭借其“品质外卖”的定位,进一步扩大市场份额,挑战美团的霸主地位;美团能否守住自身优势,应对京东和饿了么的双重挑战;淘宝闪购的加入,与饿了么联盟,会重构竞争格局。

对于消费者来说,这无疑是一个好消息。更多的选择和更优惠的价格将使他们受益。但同时,也需要关注这场竞争可能带来的问题。例如,平台之间为了争夺市场份额而进行恶意竞争、商家因平台抽成过高而面临经营压力、以及外卖员因订单量增加而面临劳动强度加大等问题,后续值得持续关注。

这场『混战』谁是赢家,又增悬念

精品资讯

订版电话

0531-85196199

高价
收购

老钱币邮票字画老酒、
像章、纪念章、选集、小人书、银元、金银
币等15662781688 可上门看货
英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

家政服务

◆家政
13793180410

收购字画

◆求购
15864536825

1999元/月

市中心养老全包

87569992