

# 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。

更多是赚个“流量钱”，希望后续能转化为稳定客源。

记者调查发现，不少商家表示京东后台功能相对单一，仍需改进。还有商家担心，各大平台补贴结束后，能留住多少用户仍是未知数。

### 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十单“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

GUO RAN FINANCE

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”口令词入口，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茶，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，后续值得关注。

## 精品资讯

订版电话

0531-85196199

高价  
收购

老钱币 邮票 老酒·  
像章·纪念章·选集·小人书·银元·金銀  
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