

中国外卖！“跑”出万亿元大市场

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”。

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，中国网上外卖用户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？

上世纪90年代末，电话订餐在我国部分城市兴起，消费者只需拨打特定号码，商家便能送货上门。

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。相当部分商户的营业时间已延长至全天24小时；传统中小餐饮门店的服务半径为500米左右，而外卖的平均配送距离可达几公里。

——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？

记者调研发现，以餐饮外卖为例，链条上游为农产品种（养）殖商户，中游为采购、加工和运输商户，下游为平台商户、骑手和消费者，涉及数十个行业和领域。

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，成为经济增长的主动力。

“经济稳定增长和发展动能变化，是我国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——

宜良县，一个云南省昆明市下辖的小县城，当地美团外卖站点站长郑旭东说，越来越多的人来到县城定居，外卖订单量随之增长，县城24小时都会有外卖订单。

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——

美食甜品饮品、蔬菜水果、药品文件……当打开外卖平台时，映入眼帘的外卖商品几乎覆盖至日常生活全品类。这背后支撑的正是算法技术。

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——

外卖，像一面镜子，折射着消费人群的新变化和市场的趋势。据不完全统计，“Z世代”已成为外卖的中坚消费力量。“动动手指，就能送回家。”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，潜力还有多大

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，可能是从天上‘飞’来的。”今年以来，深圳、合肥、杭州等多地陆续推出无人机配送服务，无人机配送已覆盖奶茶咖啡、新鲜果切、旅行装备等近百种商品。

“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。

越“跑”越大的外卖，并非没有隐忧：骑手权益保障、外卖食品安全、新业态冲击……外卖，如何抓住新机遇？

一是算法要科学化，让人文关怀温暖外卖骑手。

对于不少外卖骑手来说，在高峰时段，电动车时速常常超过规定的最高时速25公里。“这就是算法推着人跑。”曾经体验过送一个月外卖的临沂大学教授邢斌分析说。

外卖算法如何再优化，多部门携手：从发布《互联网信息服务算法推荐管理规定》，到部署开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动，政策持续上新，严防一味压缩配送时间导致交通违章率、事故发生率上升。

平台也在积极作为：为骑手预留缓冲时间，美团已将“预估送达时间点”改为“预估送达时间段”。顺丰同城通过骑士系统限制其接受通量订单，强制或提醒骑手每工作4小时休息20分钟。

从开展新就业形态就业人员职业伤害保障试点，到发布指引，明确将“外卖小哥”纳入最低工资保障，外卖骑手权益保障网越织越密。

二是以强有力监管，护航“舌尖安全”。

食品安全，无人置身事外。一段时间以来，不提供堂食的外卖店铺越来越多，消费者难以监督，监管部门主动执法也难以发现所有问题。

把食品安全的监管网络进一步织牢织密：广州、青岛、沈阳等地采取积分奖励，鼓励外卖骑手“随手拍”，类似的“食安哨兵”队伍在不断壮大。同时，“互联网+明厨亮灶”模式在浙江、上海、福建等多地执行，让食品制作更透明。一些地方也建立违规商家公示机制，打造智慧食安管理体系，为外卖食品系好“安全带”。

三是推动现代配送与外卖骑手互为补充、协同发展。

与人力配送相比，无人机配送不受交通和天气影响，似乎配送效率高了。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）