



2020中国即时配送 行业发展报告

2021年10月



目 录

前 言

第一章、行业概况 4

1.1 经营成果 4

1.1.1 消费者数量、订单量稳步增长，但整体趋势放缓 4

1.1.2 非餐品类与低线城市逐步成为第二增长点 5

1.2 行业态势 6

1.2.1 即时配送行业平台企业的构成类型 6

第二章、即时配送行业的商业及社会价值 12

2.1 商业价值 12

2.1.1 为线上商家完成 O2O 商流闭环；为线下商家打破业务时空掣肘 12

2.1.2 为消费者扩张服务享用半径，充分释放消费者需求 13

2.2 社会价值 15

2.2.1 努力加强网约配送员劳动权益保障和福利待遇 15

2.2.2 以科技迭代演进推动智能配送技术的发展 21

第三章、核心挑战及未来发展方向 28

3.1 核心挑战 28

3.1.1 政策对合规要求的进一步加强 28

3.1.2 人口结构变迁衍生用工矛盾 30

3.1.3 国家促内需背景下更大的商品流通责任 31

3.2 未来发展方向 33

3.2.1 在国家的指导下，更好的保障网约配送员权益 33

3.2.2 推广智能配送技术应用，进一步提升整体配送质量 34

3.2.3 加速疏通商品流通链路，刺激内需拉动经济增长 36

前 言

在上一年度的报告中，我们从即时配送行业的需求侧、供给侧和生态圈的维度出发，分析了当时市场的发展情况，并对政策影响做了初步的梳理和影响评估。

后疫情时代，即时配送行业所处的发展阶段和前几年相比已有较大差别。一方面行业自身已进入成熟发展阶段，商业模式日趋稳定，从单一“送外卖”到“送万物”的发展方向已日渐清晰。另外一方面，除商业价值外，即时配送行业的社会效益正逐步成为人们热议的话题，特别是在我国促进“共同富裕”，构建以消费为基础的“内循环为主、外循环为辅”经济发展模式，以及大力发展数字经济和技术的背景下，即时配送行业如何在这些国家发展战略中贡献自己的力量，是一个值得讨论的问题。因此，本次报告在对即时配送行业发展态势进行讨论的基础之上，也将对即时配送行业所创造的商业与社会价值进行研究探讨，并且结合未来可预见的核心挑战，提出即时配送行业未来的主要发展方向趋势。

在此研究思路的指导下，本次报告章节分为行业概况、商业及社会价值、核心挑战及未来发展方向三大部分，继续由中国物流与采购联合会和美团配送联合发起，由第三方研究机构罗兰贝格管理咨询公司执笔。报告中的即时配送行业规模增速、消费者规模增速等数据及相关预测主要基于业界专家访谈、公开数据查询等方法获得。

第一章、行业概况

1.1 经营成果

1.1.1 消费者数量、订单量稳步增长，但整体趋势放缓

即时配送行业近年消费者规模增速稳定，已经从早期的快速增长模式逐步进入成熟发展阶段。即时配送行业的融资热潮主要集中在 2014-2016 年，其中 2015 年为即时配送行业爆发元年，即时配送订单量同比增速达到了 134%¹（如图 1.1），即时配送行业交易额也随之突破百亿元。2014-2019 年是即时配送行业的快速成长期，餐饮外卖市场持续发力，本地配送需求场景不断丰富，同时，电商巨头也纷纷注入资金使得即时配送行业得以迅速壮大。而近年来，即时配送行业消费者规模和订单量增速均明显放缓，行业整体态势由早期的快速增长模式逐步进入成熟发展阶段。截至 2020 年，即时配送行业消费者规模达到 5.06 亿人次（如图 1.2），同比增速则稳定在 20% 左右；年订单量超过 200 亿单（如图 1.1），增速保持在 25% 左右。

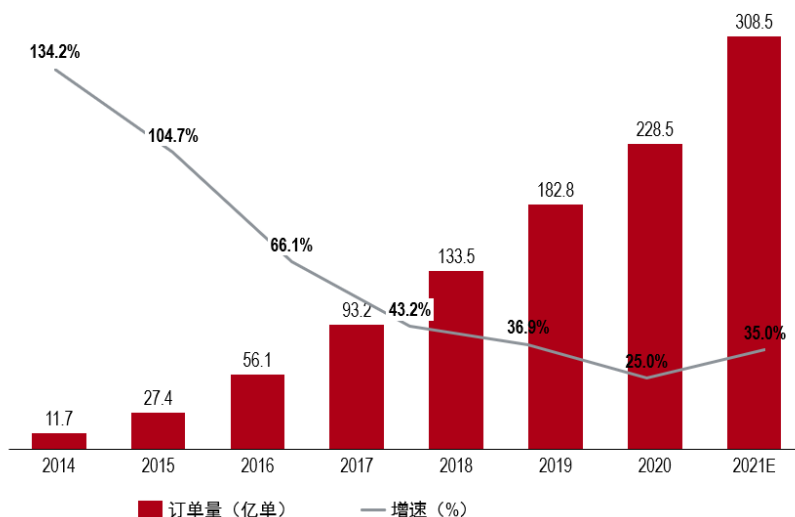


图 1.1：2014-2021 年我国即时配送订单量及增长预测

¹ 《2019 年中国即时配送行业报告》

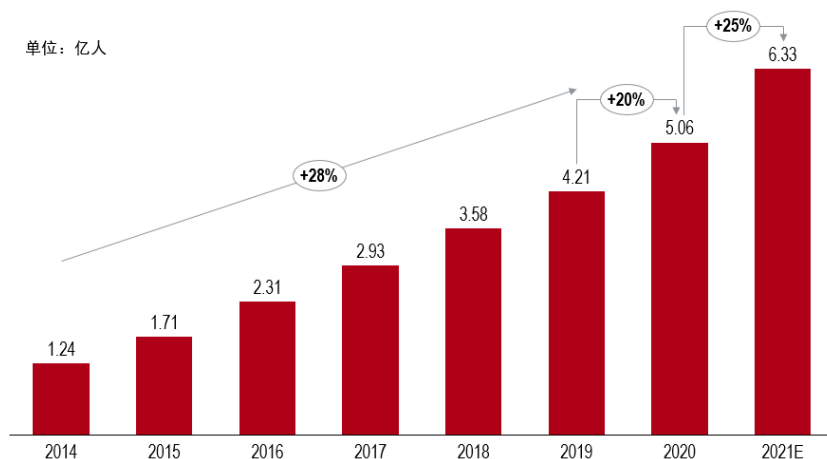


图 1.2：2014-2021 年我国即时配送消费者规模及增长预测

1.1.2 非餐品类与低线地区逐步成为第二增长点

近年来即时配送品类里餐饮外卖虽从 18 年的 81%²降至 19 年的 70%²，但仍占主体，而非餐即时配送业务需求继续上升，尤其是生鲜和零售两大业务。2019-2020 年，受疫情影响，即时配送非餐消费者需求明显上升，该品类后续仍有较大增长潜力。同时，基于即时配送的品类多样性，未来可能会有更多非标准化需求的市场被不断挖掘，如代买代送等，而即时配送行业本身也将渗透到百姓生活的方方面面。

同时，即时配送行业订单量分布逐渐由一二线城市向低线地区迁移。由于我国物流行业的发展，以及农村等低线地区互联网普及率的上升，使得即时配送业务在农村等低线地区的发展土壤日渐成熟。根据中国互联网络信息中心的统计，截至 2020 年 12 月，我国城镇地区移动支付在手机网民中的使用率为 89.9%³，较

² 《2019 年中国即时配送行业报告》

³ 中国互联网络信息中心第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》

2020 年 3 月提升 0.5 个百分点³；而农村地区移动支付在手机网民中的使用率为 79.0%³，较 2020 年 3 月提升 4.2 个百分点³。城乡地区移动支付使用率差距缩小 3.7 个百分点（如图 1.3），农村地区互联网普及率当下涨幅及未来潜在增长空间更大，预计可带来的后续订单体量也较为可观。

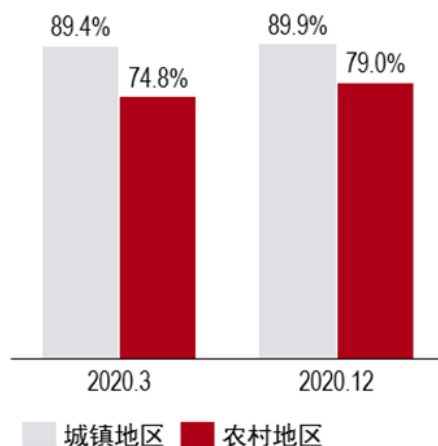


图 1.3：城乡地区移动支付使用率变化

以顺丰同城即时配送服务为例，2020 年 6 月推出了针对下沉市场的“百城计划”，逐渐向一线城市周边区域如京津冀、江浙等地区以及其他三四线城市拓展业务，以“一体化即时物流解决方案”加速顺丰同城急送在非一线城市运输网络的布局。目前顺丰同城急送已经覆盖全国 500⁴多个城市，北至齐齐哈尔，南至三亚。

1.2 行业态势

1.2.1 即时配送行业平台企业的构成类型

从成长路径来看，即时配送行业目前主要存在四类平台企业，分别是外卖起家的老牌即时配送业务平台、电商巨头流量加持的平台企业、传统快递企业衍生的业务平台以及个人业务起家的即时配送平台。

⁴ 顺丰同城官网

- 第一类平台企业起源于外卖模式，主要包括饿了么的蜂鸟即配和美团的美团配送，其中餐饮外卖是该类平台企业即时配送服务的早期主要应用场景（如图 1.4）。

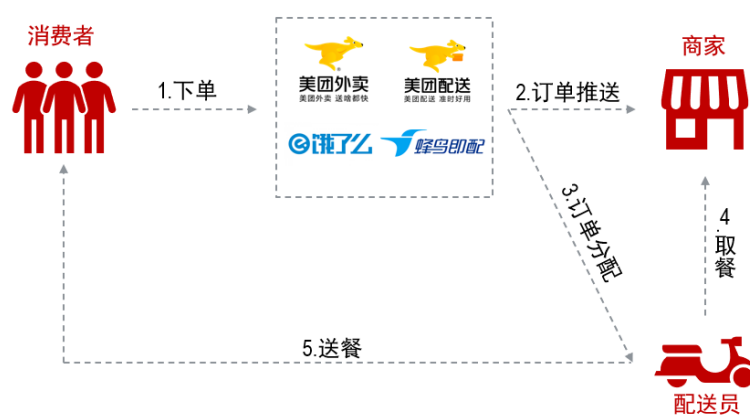


图 1.4：餐饮外卖主要配送模式

而随着“新零售”概念的兴起和发展，当前这类平台企业的即时配送服务的主要场景已经从餐饮外卖，拓展到了鲜花绿植、商超便利、生鲜果蔬、医疗健康等更广的配送需求场景中（如图 1.5）。同时，**由于这类平台企业入场较早，在无论渠道，还是物流网络，抑或是流量资源，都占据着先发优势。**在下一阶段，预计这类平台企业将**利用其先发优势继续发展，同时进一步推进各生态资源的整合**，加强与第三方运力的信息共享合作模式，拓展更多品类的商家，不断完善配送生态。



图 1.5：从餐饮外卖到“万物到家”

- 第二类则是借由电商巨头固有流量实现获客的即时配送平台，通过战略合作，深度绑定大客户。例如，达达与京东到家并购后承包了京东到家平台上的配送环节（如图 1.6），并基于京东原有商流，和沃尔玛、永辉超市、华润万家等大型商超达成战略合作关系。目前达达已针对商超客户推出定制化众包拣货管理数字解决方案，并承诺为此类大型商超客户在未来提供更多数字化定制服务，进一步推动即时配送向绿色化、智能化发展，全面提高商家运营效率、降低成本，助力行业节能减排的目标。

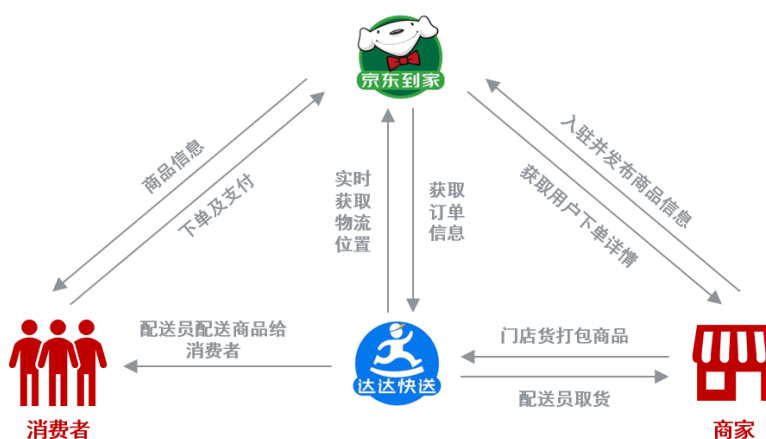


图 1.6: 达达和京东到家的即时配送业务运作模式

- 第三类是传统快递企业衍生的即时配送子业务，如顺丰同城急送等。此类平台企业开展即时配送业务有先天优势，该业务侧重于专心做好服务，作为自身产品服务体系的补充，同时正不断将业务沿着主营快递业务脉络向三四线城市拓展。如顺丰同城急送在顺丰整体发展和转型过程中更多的是作为顺丰现有业务矩阵的补充，是顺丰在城市的毛细经络，来满足客户全场景的需求（如图 1.7）。目前这类平台企业的即时配送模式主要有两种，一种是 O2O 模式，消费者通过线上 APP 或小程序等渠道下单，商家接收到订单后，在 3-5 公里范围内，同城急送的网约配送员直接到店取货，完成一小时内快送。另一种则是前置仓配送，在消费者下完单后，商家依托快递网点快速进行分拣接驳，完成同城配送。



图 1.7：顺丰产品服务体系场景图

- 第四类平台企业则是个人业务起家的即时配送平台，如以同城“一对一急送”模式发展起来的闪送。这类平台企业多为需求导向型，努力挖掘市场增量需求，满足同城即时配送市场上“效率优先”的消费者需求，专注于提升效率。服务模式主要为定制化服务，力图形成服务模式差异化优势。值得注

意的是，目前这类平台企业，无论是闪送，或者其他平台企业，都不约而同地侧重于 C 端消费者。例如，闪送的“一对一急送”模式践行“专门送您这一单”差异化路线，瞄准对高端品质服务较为敏感的个人消费者及高端商务客户，致力于提升消费者个性化细致体验（如图 1.8）。



图 1.8：闪送服务运作模式

关于这类平台企业，下一阶段主要需要思考的方向是**如何实现客户价值的再造**，尤其是在新零售发展下消费者的需求已从单纯的送东西转向更为多元化的本地生活服务场景，如代买代送等高阶需求。

目前，各大即时配送平台多采用“众包为主，代理为辅”的运力组织形式。其中，一部分外卖、生鲜零售商家为保证时效、服务质量、物流网络的自主可控性，多设有自建团队；而众包模式的便利性和包容性，能够有效应对订单波峰压力，作为各平台运力组织形式的有益补充。

第二章、即时配送行业的商业及社会价值

即时配送行业发展至今，坚持以“助力商业和社会发展”为发展理念。一方面帮助商家商品顺畅流转，为消费者扩大服务品类和配送半径，充分促进国家消费内需释放；另外一方面也通过保障并完善网约配送员权益，深入研究智能化配送技术等方式，为即时配送全链条发展夯实基础，助力社会数字化和智能化转型，最终实现即时配送行业为实体经济高质量发展贡献力量的发展目标。

2.1 商业价值

2.1.1 为线上商家完成 O2O 商流闭环；为线下商家打破业务时空掣肘

● 即时配送行业推动线上、线下商家经营



图 2.1：即时配送行业助力线上、线下商家

对于线上商家，即时配送平台的存在是连接商家和消费者的桥梁，通过即时配送平台，商家将商品流转至消费者，而消费者也能够通过配送感知到商家的服务，因此即时配送是商家完成 O2O 商流闭环的重要环节（如图 2.1）。以国货美妆界新宠的花西子为例，迄今专注于线上服务，尚未开设任何线下实体店铺，已联合美团配送正式上线美团外卖平台，在 4 座城市开设 33 个线上门店。通过美团配送的半小时达服务，花西子为品牌的忠实消费者带来了更为高时效的服务，从而

更好地连接了年轻消费群体。同时，与美团配送的合作也帮助花西子这一品牌更为快速地布局即时零售这一全新赛道，并有助于花西子线上官方旗舰店完成 O2O 商品流通的闭环。

对于线下商家，即时配送行业助力商家增加单店覆盖客流量，并且实现业务的全地域覆盖。尤其是在疫情的影响下，线下店铺的经营受到严重打击，但线下商家依靠即时配送服务扩大经营半径、增加客流，能够最大程度地缓解经营难题（如图 2.1）。例如，吉野家在 2015 年接入即时配送业务，同时上线自营外送平台“吉食送”，通过自营运力以及平台合作运力的双重保障，提高了吉野家单店覆盖服务半径。在即时配送平台的助力下，吉野家单店在一、二线城市的覆盖半径可以覆盖周边 3-5 公里，在三、四线城市的单店服务半径更广。同时与吉野家合作的各大即时配送平台为吉野家各门店提供灵活化的配送服务，如美团配送和蜂鸟即配为吉野家在用餐高峰期进行运力补充，并为吉野家消费者提供 24 小时客服服务，以解决消费者用餐和配送问题。

2.1.2 为消费者扩张服务享用半径，充分释放消费者需求

在“万物到家”的时代下，即时配送行业提供的以“生活圈”为中心，5 公里内的同城点对点高质量、高时效配送服务，极大便利了人们的生活，并且将配送服务品类以“吃”为核心，不断向鲜花绿植、生鲜果蔬等品类扩大，满足了人们消费多样化的需求（如图 2.2）。在配送环节，即时配送平台助力骑手⁶配置安全、高性能的配送装备并不断升级送货模式，保证商品能够完好无损的送至消费者手中。即时配送行业日益成为社会生活服务的重要支撑，而这一价值在疫情期间被突显出来，且正被越来越多的消费者所认同。

一方面，即时配送行业能够及时解决消费者的功能性诉求。例如 2021 年 9 月 24 日，iPhone 13 系列正式发售，为了满足消费者即时购买的需求，即时配送平台与全国 100 多座城市中上千家 Apple 授权经销商达成合作，为消费者购买 iPhone13

⁵ 2021 美团闪购数字零售大会发言《从“万货商店”到“万物到家”，美团闪购助力实体零售》

⁶ 即国家职业分类大典中的网约配送员，后续称谓会根据语境使用不同描述

系列产品提供即时配送服务。同时，多家即时配送平台对同城下单的消费者承诺提供“1小时达”服务，不仅帮助消费者省去了线下排队购买iPhone13系列产品的时间，还为消费者增加了购买渠道，方便消费者购物。通过即时配送服务，消费者可以享受在家就可以购买到心仪科技产品的便捷。

另一方面，即时配送行业也能有效满足消费者的情感诉求，如帮助异乡游子隔空为父母送礼物。当今社会，年轻人除了轰轰烈烈过情人节、七夕节之外，在一些和父母相关的节日里，也变得感情细腻，仪式感满满。但大部分年轻人远赴他乡求学工作，与父母分隔两地，在节日期间不能陪在父母身边，而美团配送、蜂鸟即配、京东快递等互联网即时配送平台帮助年轻子女们打破了时空的界限，帮助身在异乡的“游子”通过网购鲜花，表达对父母亲的感恩和祝福。借助即时配送服务，让鲜花和祝福及时送到父母身边。2021年母亲节期间，多家即时配送平台相继推出“致爱母亲”等相关主题活动，不仅提供了包含鲜花在内的众多适合作为母亲节礼物的爆品运输供给，同时为了保障鲜花的新鲜度，将鲜花及时送到消费者手中，不断优化配送路线和扩大配送物理半径，为消费者提供2小时极速达服务，升级了相应配送服务。

● 即时配送行业为消费者升级配送服务，充分促进内需消费释放



图 2.2：即时配送行业促进释放消费内需

2.2 社会价值

2.2.1 努力加强网约配送员劳动权益保障和福利待遇

第一，即时配送行业已成为就业蓄水池，并正在继续发挥其稳就业的作用。

即时配送行业是一个劳动密集型行业，同时进入行业门槛较低，因此能够作为农村剩余劳动力寻求就业的新方向，从而助力农村人口加快脱贫，推动农村城镇化的发展。同时，即时配送行业的发展能够帮助国家积极应对由于去产能、传统产业升级带来的就业压力，承接第二产业、第三产业从业人员再就业。

对于农村剩余劳动力来说，尤其是贫困人口，即时配送行业的网约配送员岗位就业灵活，准入门槛较低且允许兼职，可以成为进入城市的第一份工作。根据2020年美团财报分析显示，通过美团配送而获得收入的骑手达到470万，相较于2019年的399万骑手⁷，同比增长17.8%。其中吸纳了大量的农村剩余劳动力，约有75%-80%⁸的骑手来自农村，其中河南、安徽、四川等农村剩余劳动力输出大省的骑手数量最多（如图2.3）。美团配送为农村剩余劳动力提供了就业机会，并通过提供稳定的收入助力实现“一人就业，全家脱贫”。《美团助力脱贫攻坚总结报告》中显示，在全国832个脱贫县中，已有超过98%的县接入了美团，其中已有60万建档立卡的贫困骑手在美团实现就业增收，从而使得农民的钱包更鼓了，助力“就业脱贫”。

而在“去产能、调结构”的过程中，难免会遇到职工下岗、转岗等情况，所以如何保障职工就业成为了社会发展的一大难题。即时配送行业的不断发展成为了第二产业、第三产业从业人员的就业蓄水池，承接去产能后带来的就业压力，保障了就业弹性，从而使得传统行业工人转型到新服务行业成为一种新趋势。2020年初，饿了么口碑（蜂鸟即配）制定了扩招15%一线员工的新年目标，其中包括骑手、商家服务员等岗位，该举措吸纳了大量的城镇青年和去产能产业工人

⁷ 《2019年中国即时配送行业发展报告》

⁸ 2020年美团财报

等人群就业。以煤城鹤岗市为例（如图 2.3），为响应国家“产能升级”的发展规划，鹤岗市的煤场有大量工人面临着下岗和转岗再就业的问题，但即时配送行业的发展为当地面临转岗的工人提供了就业选择。根据公开数据显示，目前在鹤岗市，10%的饿了么蓝骑士曾经是煤矿工人。

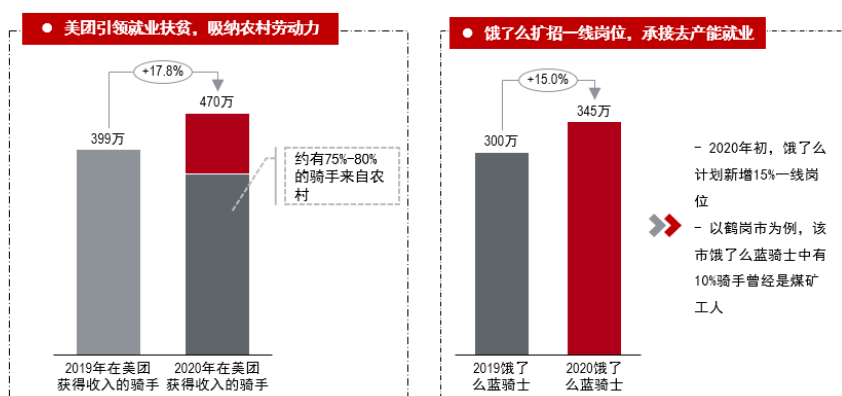


图 2.3：美团配送、饿了么（蜂鸟即配）助力社会吸纳就业

另一方面，即时配送行业的发展可以帮助供需双方就需求进行高效对接，确保网约配送员在工作时间灵活的同时，亦能够保证相对稳定的收入来源，对于维护社会稳定和民生保障起到积极作用。根据闪送平台发布的《2020 年全国闪送员数据报告》显示，由于疫情原因，全国日均跑单在 10 单以上的闪送员月均收入相较于 2019 年略有降低，但闪送员月均收入超过 9000 元，收入水平保持稳定，可以保障闪送员及其家庭的日常开销和生活的正常运转（如图 2.4）。同时根据业内相关研究报告表明（如图 2.4），即时配送骑手月均收入处于蓝领职工前列，略低于同城货运司机，但是远高于普通蓝领的平均收入水平（年薪 7 万，月薪 5833 元⁹）。由此可以看出，骑手这一岗位的月均收入在一线城市已经远超出当地最低收

⁹ 《2021 蓝领员工年终奖调查》

入水平，并且在蓝领群体中，骑手这一职业的平均收入处于前列，因此骑手这一职业能够提供支撑生活的收入来源，保障骑手家庭的日常开销。

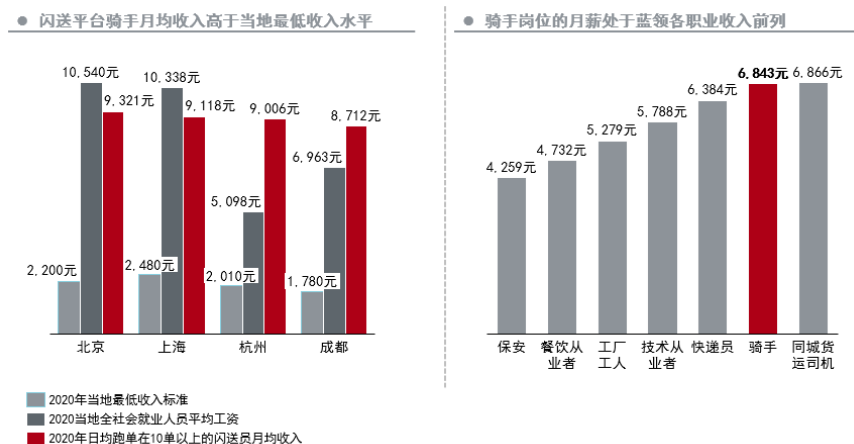


图 2.4：骑手收入状况

第二，即时配送行业平台企业按照国家网约配送员培训标准提供相应的培训服务，提高网约配送员专业技能，为其职业发展提供更多可能。根据国家人力资源和社会保障部出台的《网约配送员国家职业技能标准》（如图 2.5），即时配送行业内各平台企业应为网约配送员提供系统化的课程培训，学习专业技能，帮助“网约配送员”这一新兴职业打通职业发展与技能提升的路径。目前即时配送平台为网约配送员提供的系统且专业的培训基本围绕着配送业务展开，涉及到即时配送工作全链条的专业基础知识，其中包括网约配送服务知识、安全和应急处理知识、网约配送信息知识、网约设施设备知识，以及基础道路交通知识，使得网约配送员通过专业培训，能够具备安全工作安全运营的概念，能够安全且高质量的完成配送任务，提升即时配送行业服务质量。

- 即时配送行业为网约配送员提供培训，从基础的配送技能到管理技能全覆盖

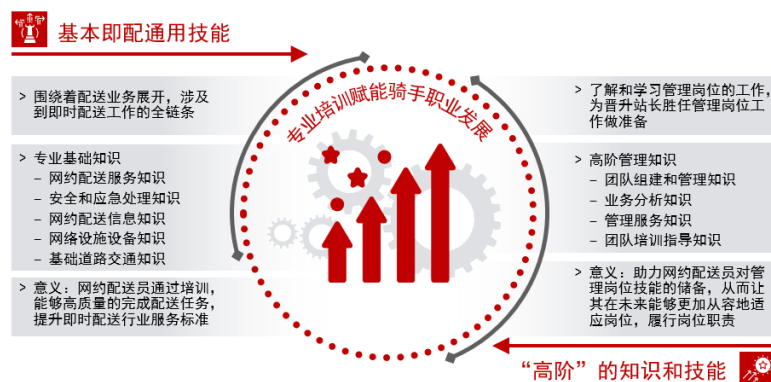


图 2.5：即时配送行业为网约配送员开展培训课程

网约配送员通过即时配送行业的培训不仅可以学习“基本的即时配送通用技能”帮助其呈现更加专业的服务，也能够接触到除即时配送专业技能外的课程，一定程度上满足了网约配送员学习“高阶”的知识和技能的诉求，通过即时配送平台提供的培训进而了解和学习管理岗位的工作，为之后竞聘站长等管理岗位做准备，有助于网约配送员长期的职业发展。

在实际案例方面，美团在其推出的“同舟计划”骑手职业发展部分，着力为骑手开设美团大学、“站长培养计划”、“骑手转岗计划”等专业的培训体系，为骑手构建了更加科学的职业培训和成长体系，助力骑手高质量就业。通过学习，骑手提高即时配送专业技能的同时，深入了解即时配送行业的配送全链条，为消费者提供的服务更加标准规范。另外，美团配送为职业发展规划有调整的骑手提供更加多元化的培训课程，其中包括职业素养、企业管理、经营管理、运营技巧、危机管理、骑手安全等课程¹⁰，助力骑手职业成长。2021 年 5 月，美团正式推出“站长培养计划”，未来预计每年有超过千名骑手将通过此计划晋升成为站长。截至 2021 年 10 月，美团已有超过 2800 名¹¹骑手报名相关培训计划晋升为站长等管

¹⁰ 美团培训官网

¹¹ 美团《我们关心骑手的现在，也在乎骑手的未来》

理岗。同时，美团配送启动与国家开放大学的合作，为骑手提供全额奖学金完成大专学历，提升骑手学历的同时提高就业质量。未来美团配送会持续扩大骑手学历提升的覆盖范围，帮助骑手获得高等学历，为国家高等教育、灵活就业群体的高质量就业贡献力量。

第三，即时配送行业着力关注网约配送员福利，为网约配送员补足保障覆盖。网约配送员是即时配送行业不断发展壮大的基础，所以即时配送行业一直致力于完善网约配送员就业福利，目前各企业已践行的主要举措包括：升级网约配送员装备和配送设施、推动网约配送员保险机制落地、创建网约配送员沟通交流机制、以及注重网约配送员家属关怀。

● 即时配送行业为网约配送员个人相关就业福利制度进行灵活完善和补足

	升级网约配送员装备和配送设施 > 为网约配送员配备智能安全头盔、电动车等设施保障网约配送员工作安全 > 关注网约配送员个人健康，为网约配送员提供“健康守护包” > 疫情期间，推广智能取餐柜，优化网约配送员工作体验	案例：美团配送上线骑手安全中心，为骑手配备智能安全头盔，并投放智能取餐柜
	推动网约配送员保险机制落地 > 积极参与政府为网约配送员提供的职业伤害保障等机制的试点工作中 > 灵活为网约配送员提供保险方案	案例：顺丰同城为全体签约骑手提供意外险；疫情期间，与水滴保险合作，为平台全体签约骑手免费提供“新冠肺炎无忧保”
	创建网约配送员沟通交流机制 > 为网约配送员完善网约配送员诉求表达机制，当订单出现问题时，同时关注消费者方面的诉求和网约配送员对问题订单的解释 > 设立沟通机制，搭建网约配送员恳谈会、产品体验官等沟通渠道，优化网约配送员工作体验	案例：美团配送为了更好地倾听骑手们的声音，成立“骑手服务部”，切实了解骑手们的问题和需求，进而更好的服务骑手群体
	注重网约配送员家属关怀 > 向困难网约配送员家庭提供教育帮扶、医疗帮扶、健康帮扶等公益帮扶计划，帮助其家庭渡过难关 > 响应国家“关注留守儿童”相关政策，各即时配送平台推出“留守儿童之家”等关怀计划	案例：美团配送推出“袋鼠宝贝公益计划”，为即时配送行业网约配送员子女遇到的大病、意外伤害等困难提供公益帮扶

图 2.6：即时配送行业为网约配送员提供多维度就业保障

对于升级网约配送员装备和配送设施方面，2020 年 11 月美团推出“同舟计划”，从工作保障、体验提升、职业发展、生活关怀四个维度提升骑手体验与生态建设。通过加强智能头盔产能，增加骑手评价商户功能，设立“717 骑士节”，推出骑手“健康守护包”等方式，让骑手感受到尊重和温暖，增强骑手的职业认同感。同时在疫情期间，为保障骑手配送安全，避免新冠病毒交叉感染，保障骑

手良好的工作体验，美团配送在全国各地相继推出 1000 多台¹² 智能取餐柜，截止到 2020 年 12 月，智能取餐柜已经覆盖全国 20 多座城市的写字楼和高校，实现无接触配送。

关于推动网约配送员保险机制落地方面，在人力资源社会保障部牵头为网约配送员提供职业伤害保险的试点工作中，即时配送行业内的各平台企业积极响应，持续完善网约配送员社会保障体系。同时，各平台企业主动与保险公司合作，为各配送阶段的网约配送员提供商业保险，保障网约配送员的个人劳动和商业权益。在疫情期间，网约配送员们保障了城市即时配送的正常运作，为了让网约配送员安心跑单，各即时配送平台企业积极与保险公司联合推出疫情相关险种，并免费为网约配送员提供相应保险。例如，闪送为全国闪送员免费提供“闪送疫情保障专项险”，并连续两次为闪送员免费续签，为全体闪送员提供配送保障；顺丰同城联合水滴保险商城上线“新冠肺炎无忧保”，全体顺丰同城骑手可以在水滴保险商城上免费领取该险种，让顺丰同城骑手跑单更加安心¹³。

在创建网约配送员沟通交流机制方面，美团配送为了更好地倾听骑手们的声音，成立“骑手服务部”，切实了解骑手们的问题和需求，进而更好的服务骑手群体。比如在骑手诉求表达方面，美团配送增加骑手评价商户功能，升级骑手申诉处理流程，使得美团配送骑手的诉求渠道更加畅通。同时，在 2021 年，美团相继召开了 110 场¹⁴ 骑手恳谈会，聚焦取餐送餐机制、申诉机制等 43 个问题，并设立了产品体验官等双向沟通机制和形式，帮助骑手更好的融入工作，优化骑手工作体验¹⁵。

为了让网约配送员安心工作，即时配送行业各平台企业推出相应的网约配送员家属关怀计划，为即时配送行业的网约配送员家庭建立公益帮扶计划，帮助网约配送员更好地平衡精力。行业内的各企业利用平台优势汇集社会各方资源，通

¹² 美团配送官网《美团智能取餐柜助力“无接触配送”健康用餐》

¹³ 顺丰同城骑手公众号《20 万元守护金，顺丰同城急送为骑手免费购买疫情专项保险》

¹⁴ 美团《我们关心骑手的现在，也在乎骑手的未来》

¹⁵ 美团配送官网《美团外卖 717 骑士节成立骑手服务部 四大举措提升骑手体验》

过号召公益募捐、与保险公司、医疗机构合作等方式，向有困难的网约配送员家庭提供教育帮扶、医疗帮扶、健康帮扶等公益帮扶计划，帮助其家庭渡过难关。另外，行业内的各平台企业响应国家“关注留守儿童”相关政策，推出“留守儿童之家”等关怀计划，呵护疲于奔波的网约配送员的子女，让留守儿童的成长不再因为缺少父母的陪伴而感到孤独。

在实际落地方面，美团配送联合北京美团公益基金会在 2019 年 7 月 17 日针对即时配送行业的骑手子女推出国内首个外卖骑手子女公益帮扶计划，即“袋鼠宝贝公益计划”（如图 2.6），为即时配送行业的骑手子女遇到的大病、意外伤害等困难提供公益帮扶，并在今年对于美团平台骑手新增“宝贝陪伴日”和“申诉审核绿色通道”两项帮扶计划。其中，美团骑手张满堂是首批获得“袋鼠宝贝公益计划”帮扶的骑手之一。在 2018 年，张满堂三岁的儿子浩浩被诊断为重度听力障碍，医生建议尽快移植人工耳蜗。但高昂的手术费成为了骑手张满堂无法迈过的一道坎。在 2019 年“袋鼠宝贝公益计划”启动后，美团配送利用平台优势，积极帮助张满堂一家联系社会各界爱心人士，集合医疗资源，给予浩浩各界关怀与帮助，最终帮助浩浩成功植入人工耳蜗，让浩浩得以健康成长。截至 2021 年 6 月 30 日，“袋鼠宝贝公益计划”已经累计帮扶包括美团、闪送、达达、KFC 等平台在内的即时配送行业骑手子女 155 名¹⁶。

2.2.2 以科技迭代演进推动智能配送技术的发展

首先，即时配送行业通过攻坚 AI 迭代技术难题，推动了运力系统合理化、智能化工作。为优化即时配送环节，提升行业的服务效率和质量，即时配送行业将人工智能和大数据技术结合，根据历史配送数据，建立合理的智能化调度系统。智能系统分别从订单需求预测，订单匹配，优化配送路线和保障配送质量四个环节发力。通过智能技术的引入，能够实现商圈订单需求预先部署、网约配

¹⁶ 业界专家输入

送员动态最优匹配、多维度联动交通、天气等客观情况制定配送计划，有助于推动社会整体向智能技术密集型方向发展（如图 2.7）。

- 即配产业研发智能系统，从四个环节点进行发力，推动行业技术智能化发展



图 2.7：即时配送行业运力系统的智能化工作

以闪送为例，基于多年积累的闪送员配送数据，闪送通过强大的数字化能力支撑搭建起一套完备的“底层操作系统”。通过系统分析，保障每一笔订单都能给到合适的闪送员来递送，为消费者提供一对一急送的定制化服务。同时，闪送将人、地区、物品以及距离等订单标签录入到数据库中，系统会快速地对用户的发单喜好、品类特性、个性化需求、地理位置等通过大数据分析，结合闪送员的配送效率、地理位置、递送装备、接单喜好、使用何种交通工具等特征进行匹配，选择合适的员接单¹⁷。

而美团配送则推出了“AI+IoT”人机结合的综合型智能即时配送系统，在配送环节承担了商圈订单预测、订单匹配、路径规划和时间预估等核心任务。系统基于配送轨迹历史数据，通过AI机器学习、数据优化、地理计算等技术方式，为订单、运力以及供给提供实时数据更新，努力保障骑手能够将每一笔订单按时交付。“AI+IoT”综合型智能配送系统不仅仅强调“人工智能”的概念，为骑手日常配送提供良好的保障，同时会关注“人机协同”的效果，利用AI系统，以“人机耦合”的方式全面赋能骑手配送工作。为保障骑手能够更好的适应智能化系统，美团配送为骑手升级了个人配送装备，主要包括：为骑手的智能化安全头盔

增加安全尾灯、语音控制头灯、头盔佩戴监测等功能；为骑手配备智能电动车，在骑行时为骑手提供实时导航；以及智能化语音助手，使得骑手可以在脱离手机时完成接受派单、取餐上报、拨打电话、送达上报、订单改派等一系列功能操作，为骑手的安全配送实现全方位护航¹⁷。

其次，即时配送行业推动无人配送技术发展，得以进一步分担劳动者压力。社会劳动结构的动态变化和订单配送复杂性的持续增加给即时配送行业，乃至社会各界的物流周转都带来了更大压力，因此，各即时配送平台企业需要从 5 个技术功能方面发力，推动其进步优化，包括：

- **自主行走：**赋予配送机器人强大的独立思考能力和计算能力，并使用多个摄像头或雷达等组成的传感器，以及高分辨率 3D 城市地图来高效地穿过繁华的城市街道。可以自行找到目的地，能够辨别并“记住”路线，通过机器学习实现自主导航，准确识别红绿灯信号，自主停靠配送点，不仅自己会上电梯、感知电梯的拥挤程度，甚至还能够识别路上的行人、车辆，智能规划路线。同时，通过优化交付路线，减少事故和减少劳动力投入，以达到节省成本的目的。
- **安全避障：**采用激光与视觉并行的方案，使得配送机器人能够观察周边的复杂环境，并在系统中建立自己的多维世界，对动态实体进行准确的轨迹预测，避让行人、车辆等物体。其中，配送机器人内置安全导航系统，能够对最高速度进行限制，例如每小时 15 公里，若是检测到附近有人或汽车，会把速度降低到每小时 10 公里，留出足够的刹车距离。同时，配送机器人配备有位置追踪、障碍物传感器，送货时可以避开碰撞。车身结构和材料要为了最大程度上保护周围的行人而进行设计。对于夜间行走的场景，机器人还应配备红外热像仪，可以在夜间进行导航；对于恶劣天气，机器人的设计需要加入防水功能。

¹⁷ 2018 年度外卖骑手颁奖礼美团产品展示

- **承载储藏：**作为配送的工具，无人配送机器人每次配送能够搭载上百件包裹，负载近百公斤。有些大的配送机器人，设计载重 100 公斤，最多可以搭载 200 件小包裹，相当于一个小件快递员一天的配送量。另外，为了满足不同物品配送的需求，例如生冷海鲜或熟食，配送机器人也应有定制化的配备冷藏或加热装置。
- **人机交互：**配送机器人配备面部识别系统，在即将到达目的地时，系统将取货信息发送给消费者，到达目的地后，消费者可选择人脸识别、输入验证码等几种方式取货。在疫情的影响下，为保障园区员工用餐安全，无人配送机器人逐渐落地企业园区，为企业园区的工作人员提供“无接触配送”外卖服务，园区员工在即时配送平台终端下单后，智能配送调度系统会把订单指派给无人配送机器人。机器人在餐厅取货后，自动行驶到园区办公区楼下，与取货人交接打开餐箱，取出餐品，全程避免人与人的接触。
- **落地场景：**为缓解网约配送员配送压力，无人配送机器人可以支持多场景使用。目前落地的场景，除了快递包裹外，有在美食广场的室内和室外配送食物，乃至实现从餐馆到住宅的配送任务。在推广中的配送机器人服务涉及餐厅、药房、生鲜超市、服装百货、干洗等领域，而未来还会拓展到更多场景中。

相较于传统运力，无人配送的规模化运用会使得即时配送行业的配送单位成本降低；且无人配送的载重量高、稳定性强，在恶劣天气、订单高峰期以及夜间配送等多个运力不稳定的场景下，无人配送系统可以作为运力补充，保障配送的时效性。同时，面对订单高峰期的配送压力以及疫情带来的配送安全问题，无人配送可以作为即时配送行业解决“最后一公里”配送问题的新方向，落地居民区、校园、企业园区等场景，进一步助力网约配送员配送。

在实际落地的应用方面，2021 年达达对于无人配送场景推出达达智配 SaaS 服务系统和无人车（如图 2.8），为更多无人配送生态伙伴提供数字化运营管理工具，技术赋能其增长与运营优化。

达达发展无人配送为行业提效



- > **达达智配系统**：在商家接入系统后即可实现全渠道订单接入、订单派送管理、运力管理，全面覆盖配送各环节；“30分钟送达”履约率最高达100%，服务满意度整体提升5%，人力成本节约近15%
- > **无人车**：服务于北京的七鲜超市、永辉超市，配送范围覆盖10余个小区，已完成无人配送订单量约5000单，自动驾驶里程超1万公里

图 2.8：达达智配系统和无人配送车

对于达达智配 SaaS 服务系统，该系统向配送服务商、拥有自配送运力的商家开放。在商家接入系统后即可实现全渠道订单接入、订单派送管理、运力管理，全面覆盖配送各环节，只需组建好配送人员，即可“一键”开启配送服务，无需投入系统研发成本。达达智配所提供的终端产品，调度操作后台、调度 App 可使配送管理者轻松为门店设置配送策略，并管理配送过程；骑士 App 则能够使配送员高效完成接单、配送。达达智配能够有效为配送服务商、品牌商家自配送团队提升配送履约效率与配送人员管理能力，并大幅降低其配送成本，提升即时配送行业的整体服务水平与效能。商家在接入达达智配后，“30 分钟送达”履约率最高达 100%，服务满意度整体提升 5%，人力成本节约近 15%¹⁸。

对于无人配送车，达达与京东物流、白犀牛携手打造无人车，并将无人车接入达达无人配送开放平台。目前，无人车服务于北京的七鲜超市、永辉超市，配送范围覆盖 10 余个小区，并已完成无人配送订单量约 5000 单¹⁹，自动驾驶里程超 1 万公里。达达无人配送开放平台提供的运营保障与京东物流、白犀牛提供的无人车和自动驾驶能力有机结合，携手共建即时配送场景下，在开放道路上的智能化配送，并在技术上实现无安全员配送。

¹⁸ 达达集团黑板报《达达快送发布达达智配 SaaS 系统，提升即时配送行业效能》

¹⁹ 达达集团黑板报《达达快送发布无人配送开放平台，携手合作伙伴打造即时配场景下无人配送生态》

同时，美团配送也正在加速布局无人配送市场（如图 2.9）。面对美团配送业务场景需求，美团配送面向室内室外配送全场景推出低速模式下最新的即时配送解决方案（包括“无人车”、“无人机”、以及“机器人”），与骑手形成协同，减少骑手风吹日晒的工作状态，并解决骑手受到各种不可控因素影响的问题，让配送服务运行的更加高效，为消费者创造更好的购物体验。

美团配送破局无人配送市场

- > 无人车：单程配送单量可以达到10单，装载量达150kg，时速控制在最高20km/h，支持多场景应用
- > 无人机：适应社区、商场、写字楼等场景，打造出3公里、15分钟送达的低空物流网络
- > 机器人：Segway配送机器人可载重50公斤，最高速度可达1.2m/s，能轻松通过地毯、地砖等多种地形，可持续工作10小时

图 2.9：美团配送布局无人配送市场

- **“无人车”解决方案：**疫情期间，美团新一代无人配送车魔袋已在北京顺义等落地运营，尝试通过无人配送车“魔袋”的助力下，进行“无接触配送”，为骑手和消费者的健康在疫情期间提供多一份保障。无人车魔袋²⁰装载量达 150kg，容积近 540L，单程配送单量达到 10 单，为了保障安全，时速控制在最高 20km/h，实际可达 45km/h，能适应全天 24 小时运营需求（如图 2.9）。美团配送已与毫末智行进行合作并大规模生产“魔袋”这款车型，预计未来 3 年，美团将在北京、上海以及深圳等多地，实现外卖、买菜、闪购等业务场景的无人配送服务。
- **“无人机”解决方案：**在路况复杂的室外，美团配送推出无人机配送解决方案，通过飞行器、导航控制、AI 智能技术、航线管理、通讯系统五大技术，适应社区、商场、写字楼等场景，打造出 3 公里、15 分钟送达的低空物流网络（如图 2.9）。

- **“机器人”解决方案：**对于室内场景，美团配送推出 Segway 配送机器人，该机器人可载重 50 公斤，最高速度可达 1.2m/s，能轻松通过地毯、地砖、光滑石地面等多种地形，每天可持续工作 10 小时²⁰，并且随时注意并规避周围的行人和障碍物，从而规划出最优绕行路径，满足“货物”到“人”的智能化移动，成为骑手配送的得力助手（如图 2.9）。

²⁰ 美团无人配送官网《美团发布无人配送开放平台 多款无人配送车亮相现场》

第三章、核心挑战及未来发展方向

即时配送行业在日趋成熟的同时也面临着各类新挑战，而如何应对当下各大挑战并继续为商家、消费者及社会创造更多价值，是目前全行业需要深思且不断改善的课题。

3.1 核心挑战

3.1.1 政策对合规要求的进一步加强

近年来，为推动有序化的市场竞争，政府对各行各业的合规要求不断提高。例如，在医药行业，加强对网售处方药的管控；对于教培市场，进一步规范在线教育的运作模式；在房地产领域，则是重点整治其开发、买卖、租赁与物业服务，稳定市场秩序。而即时配送行业，作为新业态发展的重要领域，相应也受到了较高的监管关注度。16-19 年，政府政策主要对即时配送行业的交通安全、食品安全等方面陆续提出了相应的规范要求，而近年来加入了对外卖送餐员²¹权益的保障，如 2021 年 7 月人力资源社会保障部等八部门发布了《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》以及市场监管总局、国家发改委等七部门联合印发了《关于落实网络餐饮平台责任 切实维护外卖送餐员权益的指导意见》。其中，指导意见明确指出需要将更多关注点放在骑手权益方面，**进一步落实对骑手劳动收入和安全的保障，不断优化其从业环境，加强如工会等组织建设，完善对骑手的社会保障。**

- 在**劳动收入保障**方面，要求即时配送平台建立与工作任务、劳动强度相匹配的收入分配机制，确保外卖送餐员正常劳动所得不低于当地最低工资标准。

²¹ 即国家职业分类大典中的网约配送员，后续称谓会根据语境使用不同描述

- 对于**劳动安全的保障**，一方面要求即时配送平台进一步完善订单分派机制，优化配送路线，合理确定订单饱和度，降低劳动强度；另一方面敦促平台加强交通安全教育培训，引导督促外卖送餐员严格遵守交通法规。
- 同时，鼓励各即时配送平台不断**优化从业环境**，支持新业态的发展。例如，倡议设置外卖送餐员临时驻留点，推广铺设智能取餐柜，鼓励研发智能头盔等穿戴设备等，通过技术赋能和增设基础运维点来营造良好的从业环境，进一步发挥即时配送行业稳定和扩大就业的作用。
- 除此之外，要求各即时配送平台进一步**加强组织建设**，如**推动建立适应新就业形态的工会组织**，积极吸纳外卖送餐员入会，参与涉及劳动者权益的重要事项协商协调，完善支持保障体系，深入细致开展帮扶工作。
- 而针对**涉及用工模式的社会保障方面**，督促平台及第三方合作单位为建立劳动关系的外卖送餐员参加社会保险，支持其他外卖送餐员参加社会保险，按照国家规定参加平台灵活就业人员职业伤害保障试点。并且鼓励各即时配送平台探索提供多样化商业保险保障方案，提高多层次保障水平。

上述各项政策细则的出台，加强了对即时配送平台的合规约束，**要求平台切实维护广大骑手的基本权益**。而平台如何在日趋严格的政策约束指导下不断规范自身行为，**落实对骑手权益的保护，促进即时配送行业的有序化竞争**，将是其现阶段面临的一大挑战。

3.1.2 人口结构变迁衍生用工矛盾

即时配送行业面临的第二大挑战则源于我国社会人口结构变迁后即时配送行业所需劳动力年龄结构和数量与现状的不匹配。近年来我国人口结构老龄化程度进一步加深，劳动年龄人口已从 2010 年的 74.5%²²降至 2020 年的 68.6%²¹，未来随着第二波婴儿潮出生的人口逐步步入老年时期，我国劳动年龄人口的占比将进一步下降。其中，据联合国人口普查机构预测，我国 25-34 岁的主力劳动力人口比例将在 2030 年下降约 26%²³，主力劳动力将迎来更大的缺口（如图 3.1）。

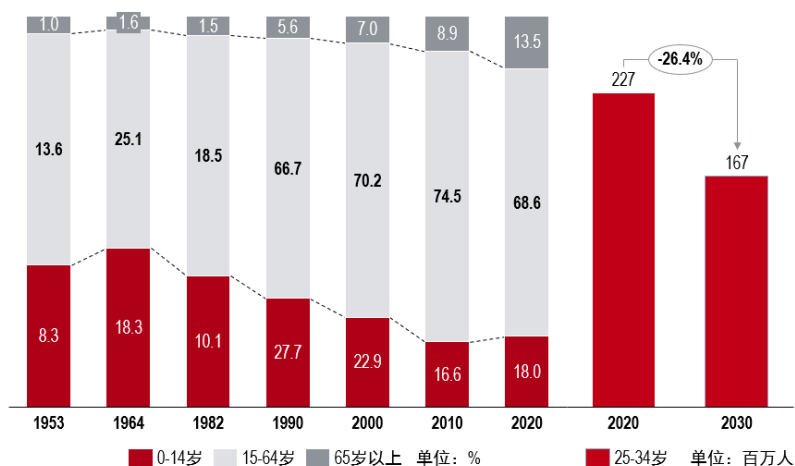


图 3.1：历次人口普查中各年龄段人口数量占比及人口规模预测

²² 国家统计局人口普查公报

²³ 2019 年联合国人口普查报告

而即时配送行业配送员主力人群则主要集中在 20-40 岁²⁴（如图 3.2），如美团配送、蜂鸟即配等大部分平台对配送员都设有相应的年龄限制，一般不超过 55 岁。年龄段的不匹配无疑会进一步凸显供需不平衡。

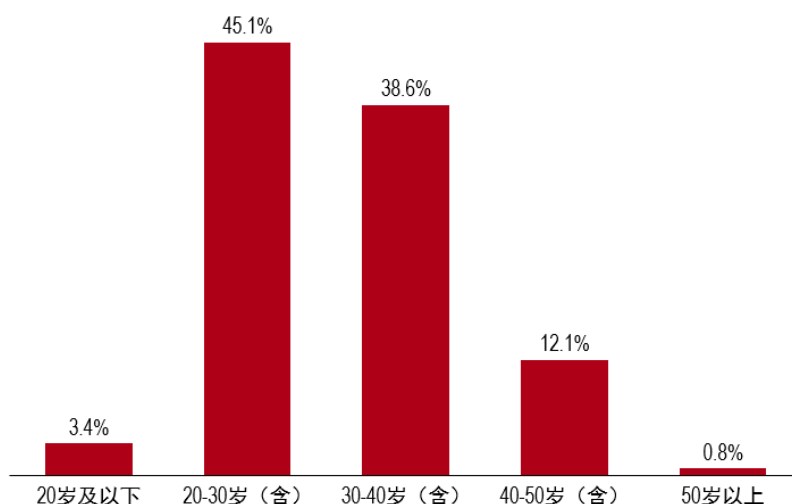


图 3.2：网约配送员年龄结构分布

配送员劳动力的供需不平衡则侧面加重了即时配送行业用工成本压力，因此即时配送平台需要加强维护骑手基本权益，稳定现有劳动力，同时善用智能配送技术，来解决当下运力紧张的难题。

3.1.3 国家促内需背景下更大的商品流通责任

此外，即时配送平台当下的第三大挑战来自于国家推动内循环经济模式的商品流通诉求。现阶段世界经济正迎来近百年最严峻的考验，国际贸易保护抬

²⁴ 国家人力资源和社会保障部《网约配送员就业景气现状分析报告》

头，逆全球化盛行，我国经济战略也随之从积极融入国际市场转变为“内外双循环”，且政府特别强调以国内大循环为主。消费，作为我国经济内循环的关键，已连续六年成为我国经济增长第一拉动力，对经济增长贡献率达 57.8%²⁵。如习总书记所言“内需是中国经济发展的基本动力，也是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求”，而如何进一步**扩大内需，拉动消费**，也成了我国经济发展需要深思的一大课题。其中，**上下游产销对接堵点**是直接阻碍产业消费双升级的核心痛点，而即时配送，能够帮助商家完成货品在时间和空间上的匹配，疏通链路堵点，支撑消费升级与产业升级，从而推进经济内循环的发展。因此，如何更好地发挥即时配送作为数字经济的重要支撑，加速内循环经济，熨平供需两侧的不匹配，是现阶段各即时配送平台面临的又一大挑战。

²⁵ 《2019 年国民经济和社会发展统计公报》

3.2 未来发展方向

面对上述三大挑战，鉴于日趋加大的监管关注力度及为了维护长期的行业有序化竞争生态，即时配送行业自身需要在**切实保障骑手权益，推进智能配送技术发展，加速疏通商品流通链路**等方面更为重视，并及时采取相关应对措施（如图3.3）。



图 3.3：即时配送行业针对三大挑战的未来发展方向

3.2.1 在国家的指导下，更好的保障网约配送员权益

随着即时配送行业的发展和网约配送员群体的不断壮大，网约配送员们，作为新业态劳动者，其个人权益也成为政府监管部门的重点关注。基于这样的背景下，即时配送平台需要在现有基础上加大对网约配送员权益的保护力度，从劳动收入、劳动安全、社会保障、就业环境以及矛盾处理机制等多个方面入手，自查平台所出现的问题并给予纠正，完善网约配送员劳动权益保障的相关制度。其中，**保险保障的完善以及从业环境的优化**是下一阶段即时配送行业需要重点着力解决的问题。

网约配送员保险方面，目前多数即时配送平台已为网约配送员配备相应商业保险，但仍存在较多细节落实问题如保费承担保额过低，保障范围有限以及部分平台实缴保费与网约配送员方信息存在出入等，有待平台深入完善商业保险保障方案。政府最新颁发的《关于落实网络餐饮平台责任 切实维护外卖送餐员权益的指导意见》中指出，在社会保障方面，督促平台及第三方合作单位为建立劳动关系的外卖送餐员参加社会保险，支持其他外卖送餐员参加社会保险，按照国家规定参加平台灵活就业人员职业伤害保障试点，而现阶段骑手保障还有待进一步加强，特别是优先做好参加职业伤害保障试点工作，保障好骑手基本权益，将是即时配送平台未来需要深思并采取积极行动的重要模块。

此外，平台应推进对网约配送员从业环境的优化，一方面应不断完善反馈体系，推进高效沟通，避免极端案例的发生。另一方面应进一步加强组织建设，如推动建立适应新就业形态的工会组织，积极吸纳网约配送员入会，帮助协商协调涉及网约配送员权益的重要事项，健全支持保障体系，更为深入细致地展开帮扶工作。

3.2.2 推广智能配送技术应用，进一步提升整体配送质量

➤ 利用 AI 技术布局高精地图，优化配送路线

即时配送行业，作为一个基于底层的地图数据开展业务，高度依赖位置的行业，无疑应长期布局高精地图，运用平台自身强大的 AI 技术和机器学习模型，帮助网约配送员优化配送路线。一方面可以避免网约配送员绕路造成不必要的时间损耗，提升消费者的购物体验。另一方面，网约配送员在知道能够有充足时间完成配送的前提下，会注意交通安全，遵守交通规则，从而降低出现交通事故的频率。同时，模型的优化也需要注意保护消费者数据隐私安全，避免给消费者带去个人信息外泄的困扰。

➤ 推广智能配送技术应用，缓解运力压力

即时配送平台需要进一步**提升智能配送技术应用的覆盖率，如无人配送**。目前仅有部分平台试用无人配送技术，且应用场景也较为局限，多集中在商户端货物收集、消费者端分发、开放道路运输和园区配送此类场景，尚未将智能配送技术的效用最大化。单辆无人车日均配送量约 30 单²⁶，而一位网约配送员每日能跑 30-40 单²⁷，即时配送平台如果能在下一阶段大力推广此类智能配送技术的应用普及，将大幅降低行业的用人成本，并且有效缓解运力紧张的行业压力。

➤ **全方位部署充换电站点，助力网约配送员安全高效配送**

面对高频次的配送，网约配送员电动车的电池续航一直是痛点问题，由此引发的各类居民楼电池充电事故也是城市火灾的重要隐患之一。而增设智能换电柜能有效缓解这一痛点，因此即时配送平台需要在下一阶段根据网约配送员行为热力图全方位部署充换电站点，实现充电换电设施网格式覆盖，让网约配送员配送更为安全高效，同时也能推进绿色智慧城市的构建。

²⁶ 基于京东物流招股书、美团年报等业界公开资料整理

²⁷ 《“数字控制”下的劳动秩序——外卖骑手的劳动控制研究》

3.2.3 加速疏通商品流通链路，刺激内需拉动经济增长

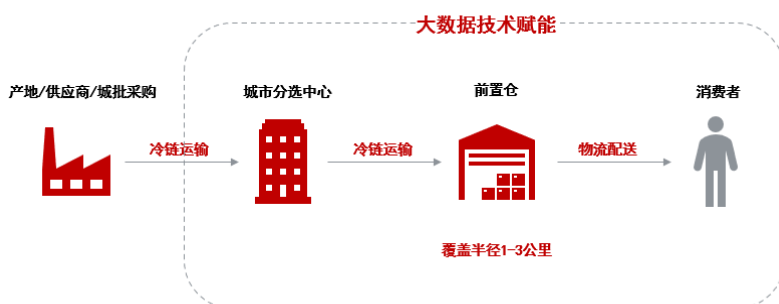


图 3.4：前置仓配送模式

即时配送平台需要**深入洞察消费者潜在需求及衍生的服务场景，助力商家识别消费者需求，推进全场景服务模式的覆盖**。其中，即时配送平台需要**进一步升级现有运输网络模式**，如在社区周边增设更多前置仓和无人微仓，为商户与消费者实现货物到仓、到店、到家的服务。

前置仓的增设有**助于提高配送时效性**（如图 3.4），同时提升了商户贩售品类的自由度，拓宽消费者服务享用半径，不断优化提升消费者体验，进一步刺激内需推动经济“内循环”模式。而无人微仓，利用人工智能技术实现仓储调度和排面自动化，有助于实现在拣货履单上的降本增效，提升仓储空间利用率。

综合来看，即时配送行业需要以**网约配送员权益、智能配送技术发展、以及高效商品流通**为三大抓手，不断通过理念创新、制度创新、技术创新等方式加快且深入地探索行业发展新路径，切实落实发展举措，积极助力全行业和社会发

指导委员会：

姓名	职位
崔忠付	中国物流与采购联合会副会长兼秘书长
魏巍	美团副总裁、美团配送总经理
李冰	罗兰贝格管理咨询公司中国区 TMT 行业负责人

编写团队：

姓名	职位
万莹	中国物流与采购联合会同城即时物流分会秘书长
肖潇	中国物流与采购联合会同城即时物流分会行业发展部主管
洪锴	美团配送首席战略官
邢娜	美团配送经营规划部经理
朱雅鸿	美团配送经营规划部
刘笑	罗兰贝格管理咨询公司项目经理
孙天羽	罗兰贝格管理咨询公司咨询顾问
郭艺博	罗兰贝格管理咨询公司咨询顾问

此外，感谢在报告撰写过程中为编写团队提供信息输入，积极参与讨论的各位业界专家。尤其是美团配送、顺丰同城急送、闪送、益丰大药房、海王星辰、吉野家、屈臣氏等企业的大力支持，为报告的撰写提供了宝贵的意见。