

# 新商业 新消费

## 即时配送行业迅猛发展 全场景需求 或将引发新一轮混战

过去70年,全国邮政业务总量增长了7700多倍,达到12345亿元。然而在这个数字里面,于近年来崛起的即时配送业务,几乎还不拥有姓名。

不过,据行业预估,未来5年,即时配送行业仍将保持30%以上的增速,到2020年市场规模将超过2000亿元。即时配送已经成为物流行业中增长速度最快却市场巨大的细分领域,这也吸引到巨头和创业者的共同聚焦。



调查显示,闪送以9.74分的用户口碑成为最受欢迎的同城速递平台。

随着行业的发展,即时配送几乎已经覆盖了全场景的不同需求,而从平台来看,大致可以分为快递系、外卖系和同城急送系。

10月24日,顺丰快递将试水了三年的同城急送拆分成独立运营,将其推向竞争日益激烈的即时配送市场。作为顺丰的新业务,同城急送对顺丰财报的贡献表现抢眼,在2019上半年,顺丰同城分板块营收增幅达129.13%。现阶段推出同城急送业务,无疑是对即时配送同行的步步紧逼。特别是据顺丰高层透露,顺丰还将于近期推出“跑腿帮买”业务,探索“本地生活+同城快递新模式”。

等到顺丰的同城帮买业务正式上线,无疑是直接进攻了美团外卖和饿了么的跑腿业务。众所周知,为响应用户需求,美团外卖、饿了么均已开放骑手配送能力,为用户提供跑腿跑腿的服务。并且在

今年夏天,美团还宣布开放平台配送能力,推出全新的品牌美团配送;紧接着,饿了么也宣布旗下即时物流平台蜂鸟品牌独立,并升级品牌名为蜂鸟即配,外卖系也发起对即时配送市场的强势争夺。

此外,自动送达并入京东系与京东到家一起,为消费者提供最后一公里配送的O2O服务,达达对同城即时配送的竞争力也在不断增强。据了解,达达京东到家席卷全国450多个城市,估值是高达300亿,不仅是美团外部分商家的配送选择,还与美团形成对垒之势。

而除了背靠巨头、类似“带资进组”的即时配送平台抢夺市场,还不得不将目光锁定在一个于2014年成立、如今已经拥有70万在线配送员的平台——闪送。闪送聚焦于C端消费者,提供解决用户专属需求、即时需求的“一对一急送”。

据闪送的官方数据表示,截至2019年10月,闪送累计服务用户数量超过1亿人,在线闪送员80万,日均订单量超过60万单,覆盖城市达222座,规模排名行业首位。有调查显示,闪送以9.74分的用户口碑成为最受欢迎的同城速递平台。

闪送的崛起,在于深深击中消费者的痛点,但是随着巨头的加入,平台业务界限越来越模糊,新一轮混战或将一触即发,在此背景下,闪送何以继续与巨头抗争呢?

业内分析人士认为,基于已经形成“专属服务”的用户印象,闪送仍在不断强化规模、技术和品牌壁垒,这也是巨头入局,也无法撼动闪送市场占比的原因。而在长期的积淀中,也可以用流量优势来描述闪送的优势,就像点外卖会去美团,着急的即时配送用户也会率先想到用闪送。

## 同城即时配送迎来爆发 闪送定位“一对一急送” 打造坚实护城河

近些年,懒人经济和生活快节奏让即时配送愈发深入到大众生活中。“同城即时配送”这一细分领域的市场潜力正在逐渐爆发。相关数据显示,同城配送行业市场规模近几年增长均超10%,巨大的市场空间吸引巨头入局。闪送因为深耕即时配送领域多年,优势正在竞争中逐渐显现。



闪送率先打开了即时配送市场。

### 即时配送行业快速发展 闪送瞄准C端异军突起

有关数据显示,2018年中国即时物流行业订单量达到134.4亿单,同比增长45.2%,行业规模达到981.2亿元,同比增长39.4%。预测到2020年,中国即时物流行业订单量将达到243.7亿单,同比增长31.8%;行业市场规模将达1700.8亿元。

而闪送入局在2014年,在同城即时配送领域成为资本热门追逐对象的情况下,闪送抢先物流于快速巨头们,率先打开了即时配送市场。在北上广深以及新一线城市,消费者对商品配送的时限提出了更高的要求,这也给予了闪送更大的生存空间。

行业的高速增长吸引了大量资本与巨头进入行业,如美团配送、饿了么蜂鸟配送,均是服务于B端的拼单配送模式,激烈的竞争带来了一轮又一轮的补贴战。面对混战,闪送依旧坚定做“一对一”。相对于拼单,闪送“一对一”模式,能够在保证配送员安全的同时

提高配送效率。经过多年的深耕,闪送不仅存活了下来,还在C端拥有了绝对的话语权。

**定位一对一 保证服务效率与质量**

成立5年,闪送持续聚焦C端,聚焦“一对一”模式,就是一个闪送员配送一单,通过消费个体的口碑效应滚雪球。作为一家兼顾收益与人性的公司,一对一急送模式还降低了闪送员抢时间的危险性。

其实,“一对一”的底气来源于闪送创立后2年即实现盈利,5年年平均高达300%的业务增长率上,更源于全国80万闪送员随时随地、随叫随到,为高效服务铸就坚实基础。这不仅在行业,在所有创业企业中都是少之又少的。无论是盈利还是来自于资本的宠爱,闪送副总裁杜尚儒把这些都归功于模式的唯一性,而唯一性就代表竞争力。

如今打开闪送,可以点对点送物,也可以下单请闪送小哥排队,甚至代办简单的事,十分贴心。闪

送相关负责人表示,从成立以来,闪送给客户的时效承诺一直是5公里平均23分钟送达,10公里平均33分钟送达,超时退款,希望能把最优质的服务带给消费者。

### 创造社会价值,提供就业岗位 闪送员月收入9662.45元

“一对一”的模式意味着闪送需要更多的配送员来解决运力,正因如此,闪送的快速发展也提供了非常多的就业岗位,据统计,去年闪送员的月平均收入高达9662.45元。优质服务换来社会效益,社会效益带来经济效益,经济效益带来新生力量,新生力量经过转化形成优质服务,形成了一个正向循环。

在闪送这个有着80万活跃闪送员的递送团队,日均订单突破60万单,服务覆盖全国逾222座城市的即时配送服务平台。闪送一方面为广大家庭提供快速、准确、安全、经济、优质的专业快递服务,一方面为大众创业增收创造更多可以实现的岗位,以促进自身的发展壮大,推动着社会经济的发展。

## 揭秘唯品会11·11“无套路”玩法: 利用大数据赋能品牌 回归“让利消费者”本质

面对即将来临的双11,大家的消费热情空前高涨,纷纷在各大电商平台搜罗自己喜欢且便宜的商品。打开手机,各种满减、凑单、购物券……吸引着数亿级的剁手人群。各大电商平台也纷纷摩拳擦掌,发起年度业绩的最后冲刺。

然而,双11越来越花哨的满减玩法、越来越复杂的优惠计算、越来越取巧的价格,不禁让消费者感到:“现在报个奥数班还来得及吗?”

多大才能接受,其实这无所谓。“我对折扣、优惠不敏感,加上本来数学就不好,再让我去算那些复杂的优惠方式,可能只有‘回炉重造’了。”

不经意间,肖肖看到了唯品会的“无套路”玩法:不用凑满减,也不用计算优惠券,简直就是她这类“数学小白”的福音。11月6日,她在唯品会下单预付了3瓶保湿喷雾、4盒面膜,算下来比平时差不多省下一半的钱。谈及唯品会直接折扣的优惠,肖肖的评价也是简单直接:“我就喜欢这种简单粗暴的方式,最主要是不用算,直接省钱。”

同为“数学小白”的80后李女士,最近也在唯品会上花了近1800元,给父母和孩子买了衣服和鞋子。已经是唯品会老客户的李女士,为这种不用计算、直接折扣省钱的方式连连点赞。

李女士一家三口和父母住在一起,一家老小的生活用品都由她准备。身为职场妈妈,她认为简单快捷的购物方式最实用,“我这次在唯品会上选商品10分钟搞定,结算下来省了将近600元。”

### 唯品会玩法秘籍 利用大数据赋能品牌

在中国电商的发展历程中,唯品会一直以特卖这一独特的商业模式走到现在。面对如何实现好货低价,以最简单最便捷的方式让利消费者,成为众多消费者心中的疑问。

“唯品会要坚定不移地,面向广普人群、普罗大众,做真正意义上的无套路特卖,凭借上万个品牌合作资源,给唯品会会员提供优质的、完整的服务和体验。”去年10月,在唯品会“消费升级,特卖升级”发布会上,唯品会曾强调,与特卖战略相应,唯品会商品推行裸价到底,不做任何套路,用最简单直观的办法让消费者感知诚意。

在供给端,唯品会不断为品牌提供用户画像,帮助品牌了解其在电商上的客群特征,针对线上消费者的喜好,从价格段、折扣段、尺码、颜色、款式等方面,给予品牌全方位的建议,双方合作开发新款式,能更有效地实现了好商品低价格。

### 直接省钱无套路 职场妈妈连连点赞

这些问题,同样困扰着网购重度爱好者肖肖和职场妈妈李女士。90后肖肖是一位销售经理,即将到来的双11,她准备囤点面膜、面霜、保湿水之类的护肤品。然而,从手机里打开电商平台,直接被各种复杂的优惠计算绕晕。肖肖表示,她就是想趁着这个节日买点便宜货,要说便宜幅度要

临近双11,各种抢购、优惠信息无孔不入地钻进人们的视野,反而却让让摩拳擦掌等待着“剁手”的消费者找不到重点。面对到底怎么买最划算?怎么买才能买到心仪的好货?怎么买才能避免被“套路”?特卖电商唯品会11.11特卖狂欢节主打“无套路,真便宜”——不用凑满减、不用计算优惠券,直接呈现折扣低价。不再算到头疼!只要打开唯品会,就可以买到“好品牌、好价格、好质量、好款式”。

唯品会11.11  
无套路  
真便宜

精选大牌 3折封顶

不用算,闭眼买!

## 唯品会11.11即将来袭 10日晚8点抢先开售!

### 闭眼下单! 唯品会给你无套路的11.11

11月6日,唯品会11.11特卖狂欢节开启预售,大牌服饰爆价来袭。爱慕调整型内衣市场价469元,预付活动价只要139元;耐克COURT ROYALE经典小白鞋,仅需268元。11月9日晚8点进入预热收藏阶段,深度折扣商品提前惊喜预告,保证消费者不错过任何一件好商品。

11月10日晚8点,唯品会11.11特卖狂欢节抢先正式开售!11大部类,携数千品牌,诚意满满贡献C位好货,品牌爆款接连出击——联手鄂尔多斯推出男士纯羊毛毛衣,市场价2180元,唯品会11.11只卖299元;经典羽绒服品牌雪中飞女士轻羽绒服,原价699元,唯品会11.11送上惊喜价99元;FILA斐乐女款街头篮球鞋市场价1080,11.11大促销399元……千万款好货蓄势待发,页面直接呈现折扣低价,不用凑满减不用领优惠券,“无套路”玩法让人闭眼下单没烦恼。

在此次11.11活动中,服饰穿戴作为唯品会的核心品类,绝不容错过。鄂尔多斯、雅莹、SKECHERS斯凯奇、百丽……唯品会与国内外知名品牌深度合作,

主打“极致的特卖性价比”。思加图爆款女靴,线下奥莱售价1590元,唯品会11.11售价仅199元,低至1折;三叶草经典绿尾运动鞋,作为近年来的大热百搭款,此次也仅需399元,折扣价秒杀专柜。

### 刘涛携手SNH48 揭秘“真便宜”会买秘籍

以“无套路,真便宜”为主题,今年11.11唯品会特别邀请到“不爱动脑”又贤惠持家的“客栈老板”刘涛传授会买秘籍。刘涛表示,自己的11.11抢购攻略就是简单,不用动脑算红包满减;品牌新款大衣专柜要三四千,唯品会只卖六百多;即将准备入手的几件大牌冬装,唯品会都是直接一口价,看得见的真便宜。以真实的购物经历对今年11.11唯品会“无套路,真便宜”的优惠方式深表喜爱和赞赏。

不仅如此,被粉丝称为行走的穿搭教科书的SNH48成员莫寒、许佳琪、戴萌、吴哲晗、孔肖吟首次惊喜曝光她们高性价比的购物方式,与粉丝分享“暖冬焕新”必备的新品好货。更有唯品会内幕大公开环节,手把手教你穿出当季最IN搭配的同时揭秘轻松简单“真便宜”的下单新方式。据了解,林心如和谢娜也将一同分享自己的好价买好货小秘诀。

### 备战11.11 黑科技保障顺畅“剁手”

在2019唯品会11.11特卖狂欢节前夕,唯品会运用算法、图像识别等一系列AI“黑科技”,帮助消费者识别好货、智能比价;加强技术支持力度,保障平台稳定运行,帮助用户在抢购时顺畅浏览、快速下单,买到心仪的高性价比好货。

此外,唯品会还启用了智慧供应链,应用人工智能技术,预测商品销量、会员购买情况,自动采购、分仓备货,实现“好货爆款,都已在库”、“订单未下,货已在途”,大力提高货物调拨、运输的效率,确保消费者在唯品会下单后,在较短的时间内就可以拿到商品。

同时,唯品会客服中心为迎接11.11特卖狂欢节,也做了大量部署。大促期间,客服将加强后台支援,升级智能服务系统,为保障消费者的购物体验,开售当天将延长服务时间至凌晨2点。即使是在业务高峰时段,也希望在消费者有购物疑问时,为其及时解答。

11.11即将到来,唯品会已做好全方位的准备,致力于以好的服务,用“好货、好价、好品牌”回馈广大消费者。

华西都市报·封面新闻记者 王婷