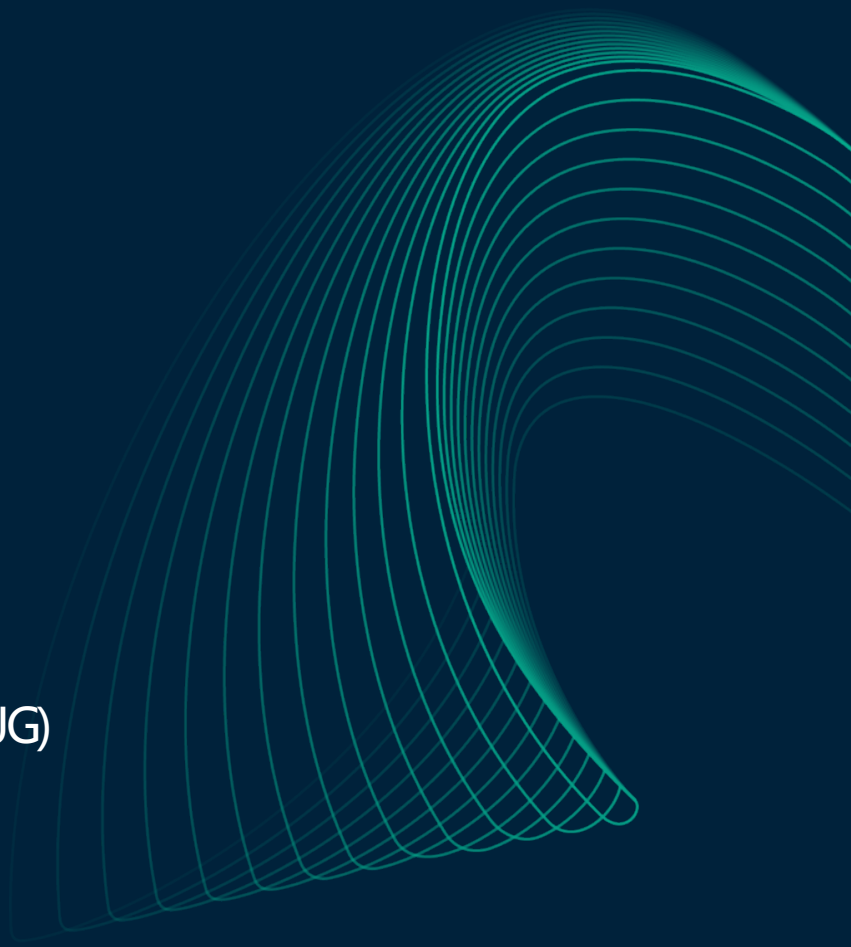
URORA 极光

后疫情时代，跑向新幸福

2020年后疫情时代跑腿行业研究报告



极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.09

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

极光观点

跑腿业务依然是同城服务行业增速最快的新兴赛道之一，后疫情时代跑腿行业客户需求在爆发中逐步分化，平台数字化水平升级，服务更趋多元化和专业化

疫情短期冲击后，跑腿行业逆势高速增长，渗透率反超疫情前水平，行业活跃度整体增长显著，更多用户使用跑腿app，且使用更为频繁

大部分头部跑腿平台目前用户活跃度已超过疫情前水平，特别是UU跑腿增长速度显著，其月均DAU从今年2月底的9.10万增长至目前的17.19万

目前UU跑腿平台在月均DAU和30天留存率上，均占据领先优势，领跑全行业，且维持上升趋势，预估未来仍维持领先地位

使用场景多元化和新零售趋势下的同城生鲜零售配送的崛起，将带动跑腿行业新一轮的增长

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

目录 CONTENTS

01 疫情后跑腿行业概况

02 疫情前后跑腿行业运营变化

03 头部跑腿平台用户画像

04 跑腿行业前景展望

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

URORA 极光

01

疫情后跑腿行业概况

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

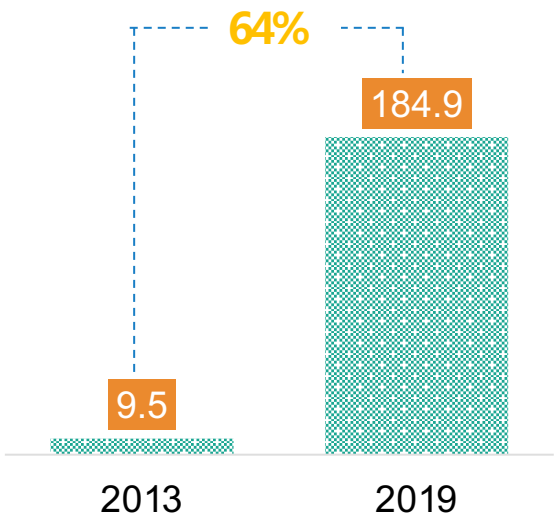
整体市场状况

跑腿业务依然是同城服务行业增速最快的新兴赛道之一，在应对多元化消费需求中迭代发展

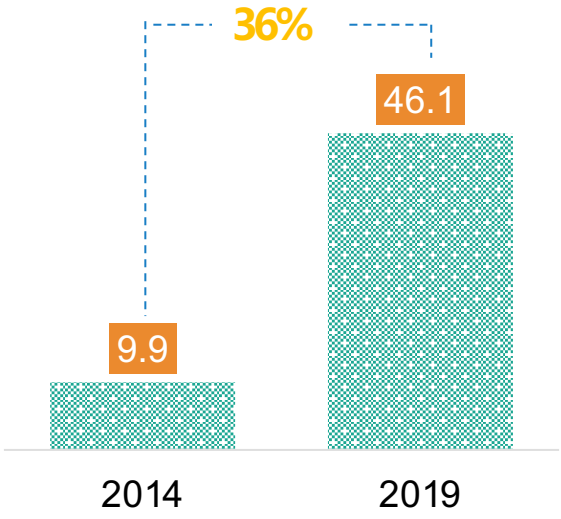
- 随着社会消费水平不断提升以及受疫情影响，跑腿行业需求趋向多元化，历经十年，跑腿行业从规模、模式与体验等方面不断迭代
- 2019年跑腿行业所在的即时物流市场订单规模达到184.9亿单，2013-2019年CAGR达64.0%，人均订单量2014-2019年CAGR达36.0%，预估跑腿行业需求持续旺盛，市场规模保持较高的增长速度

萌芽期	成长期	发展期
2008年-2014年	2015-2017年	2018年-至今
市场起步	本地生活线上化	代办需求多元化
消费习惯尚未养成，订单需求零散且数量较少，主要是作为补充运力，商业模式尚不成熟	消费逐步升级，大量资本涌入O2O赛道背景下，服务城市“懒人经济”，本地化物流需求推动即时送网络构建成型，参与者明显增多	稳定的消费习惯基本养成，对跑腿代办服务有了新的、更高的需求，受疫情影响加速了跑腿代办服务在服务品类端有横向延展

即时物流市场订单规模（亿单）



即时物流市场人均订单量（单/年）



资料来源：申万宏源《即时配送会替代全网快递吗?》；网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

行业需求变化

后疫情时代跑腿需求趋于刚性化，各类型客户代买代办需求爆发，服务更趋多元化和个性化

- 受疫情影响，企业客户跑腿需求爆发且趋向刚性化，个体消费者逐步养成跑腿业务消费习惯，代办类需求活跃度明显提升
- 后疫情时代客户需求爆发并走向分化，不同类型客户对跑腿针对性要求明显不同，数量众多的长尾客户追求高性价比、可获得性强的经济型产品，还有部分客户关注标准化服务，或是追求优质可定制化服务

企业客户需求爆发

- **整体影响：**线下企业对跑腿需求暴增，特别是尚未接入同城服务的中小企业，跑腿作为即时物流的基础设施属性愈发凸显，**需求刚性化**
- **需求特征：**商家对不同类型的产品跑腿要求不同，**对时效性和体验性有所区别**，同时“即时物流+其他物流”**综合性解决方案需求更多**

个体消费者需求分化

- **整体影响：**各类到店消费无法实现，更多消费群体培养跑腿业务消费习惯，且不仅即时配送需求旺盛，**各类代办多元化需求也持续增多**
- **需求特征：**消费者希望跑腿服务能满足更多同城场景的需求，疫情期间**“帮买”、“帮办”**需求活跃度明显提升，对**服务安全性要求提高**

后疫情时代客户分化



经济型客户：该类型客户数量众多，追求高性价比、可获得性强的实惠服务

通用型客户：该类型客户关注配送稳定性，倾向于时效稳定的标准化服务

品牌型客户：该类型客户对品牌诉求强，配送质量要求高，追求优质可定制化服务

资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

行业竞争格局变化

跑腿行业风口凸显，同城服务和快递物流厂家加入赛道，传统参与者仍占据市场领先地位

- 以UU跑腿为代表的，以跑腿代办为主营业务的传统参与者由于进入时间较早，在消费群体知名度较高，运营经验丰富且专业程度更高，此外UU跑腿提供的服务更为多元化，此类公司初步建立了行业壁垒
- 目前跑腿行业主要有三类参与者，除了以跑腿业务为主营业务的传统参与者外，同城服务厂家和快递物流厂家在疫情期间加速业务布局

以跑腿业务为主营业务的传统核心参与者

主要参与者	核心优势	行业地位
UU跑腿	**覆盖消费者用户最多**	**居于行业核心地位，市场占据最大份额**
达达	**消费群体中知名度最高**	
闪送	运营经验更为丰富且专业	进入行业时间最早，初步建立了行业壁垒
……	**UU跑腿服务更为多元化**	

同城服务参与者

- **行业地位：**行业新进入者，跑腿业务作为众多同城业务模块之一，目标是拓展业务空间以提升日活量，市场份额占比低
- **主要参与者：**参与者较少，以同城电商为主，包括饿了么、美团等
- **核心优势：**直营快递员较多，派送网络覆盖广，后台信息设施完善

快递物流厂家

- **行业地位：**跑腿业务作为附属的补充业务，目标是拓展市场空间以提升公司盈利，市场份额占比较低
- **主要参与者：**参与者较少，以快递公司和共享出行厂家为主，包括滴滴、哈罗出行、顺丰等
- **核心优势：**物流配送经验较为丰富，配送团队管理成熟，物流系统完善

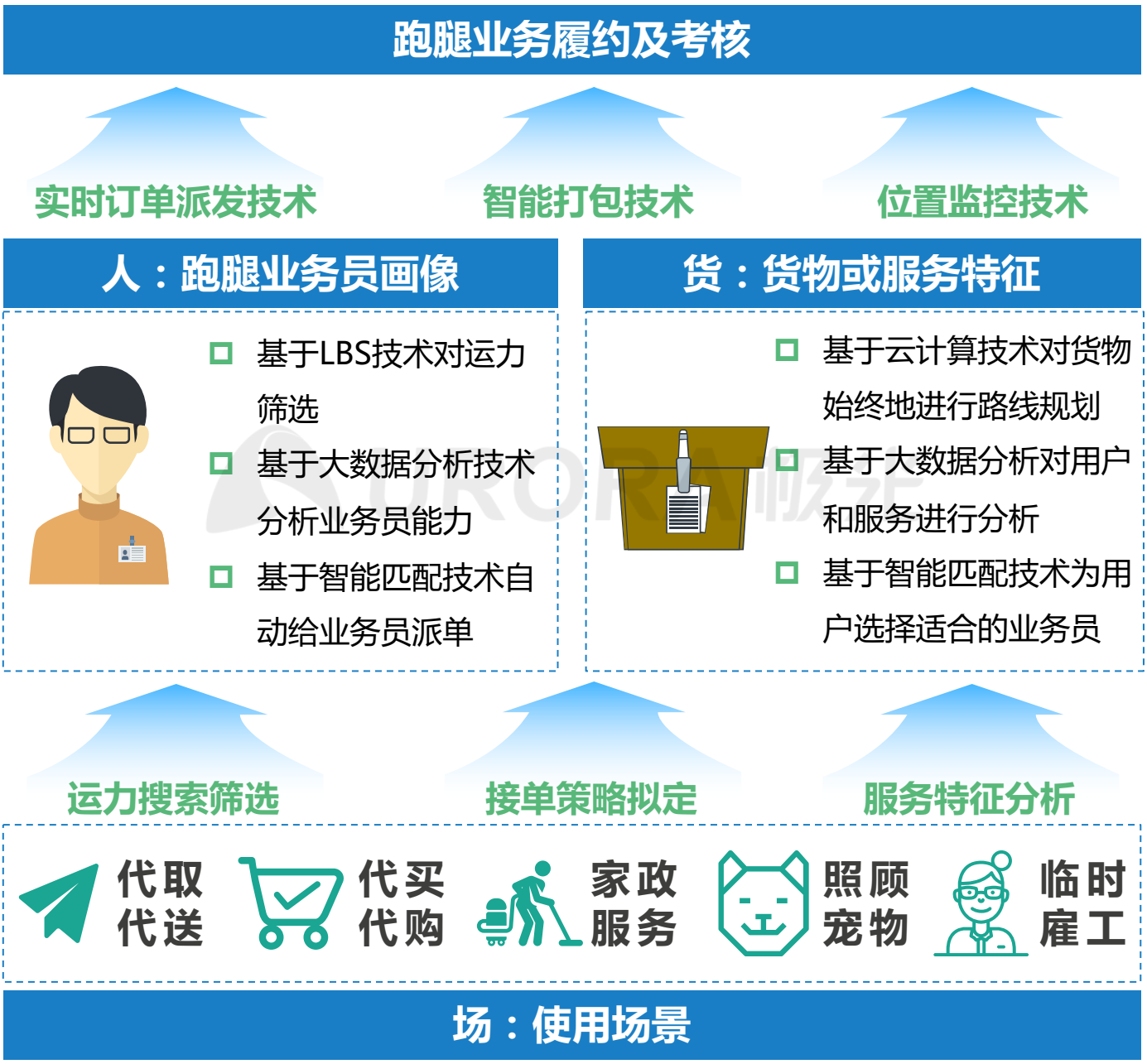
资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

行业技术发展

疫情后订单激增和业务场景的多元化促进跑腿平台数字化水平升级，推动平台智能技术成熟

- 疫情影响后，跑腿业务订单激增，且业务需求趋向多元化，跑腿平台使用场景更为复杂，对派单机制和业务员的匹配性要求将相应增多，亟需智能技术升级，推动跑腿平台数字化水平的提升
- 跑腿平台智能化技术的提高，提升了即时物流效率的同时也优化了跑腿业务履约体验，为用户提供匹配程度更高的个性化服务



资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

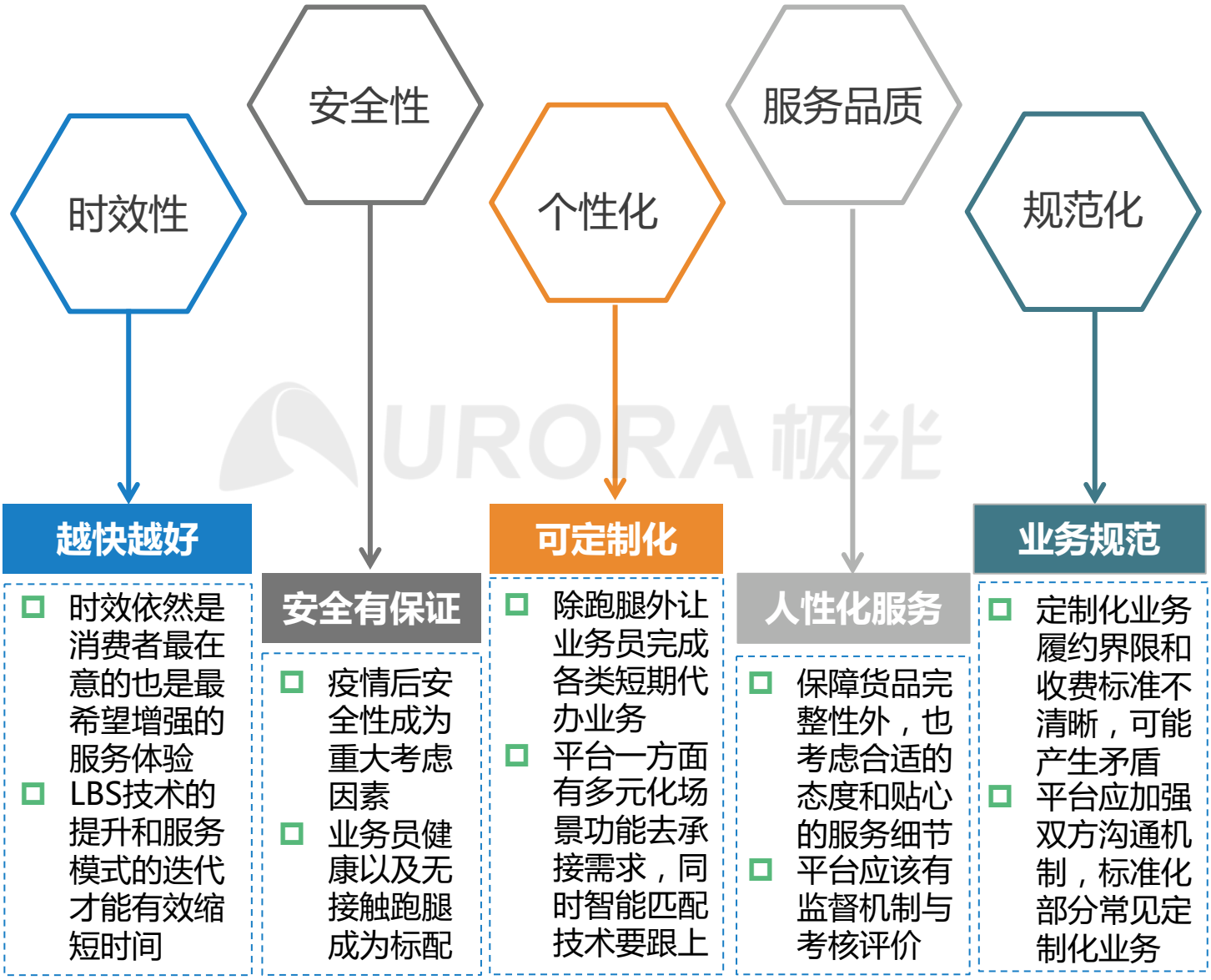
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

未来整体发展方向

随着消费升级和平台运营改进，跑腿产品未来将加速功能迭代，服务效率和质量迎来双提升

- 后疫情时代跑腿行业企业客户和个体消费者需求除了考虑时效性外，将更加注重配送安全性、服务个性化和品质化以及收费标准化等因素
- 跑腿平台未来将会通过提升智能技术和改善服务模式以缩短时间，加速功能迭代承接多元化消费场景以响应个性化需求，规范非标业务收费标准减少平台双方矛盾，完善监督和考核评价体制以保证服务品质

后疫情时代跑腿行业企业客户和个体消费者需求



资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

02

疫情前后跑腿行业运营变化

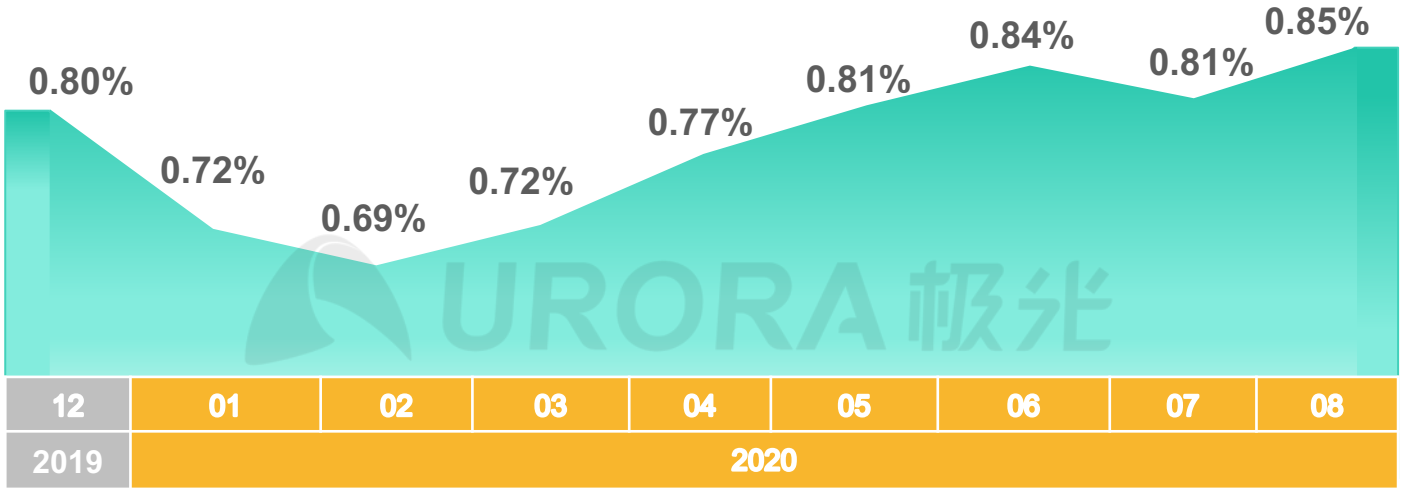
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

跑腿行业渗透率和活跃度

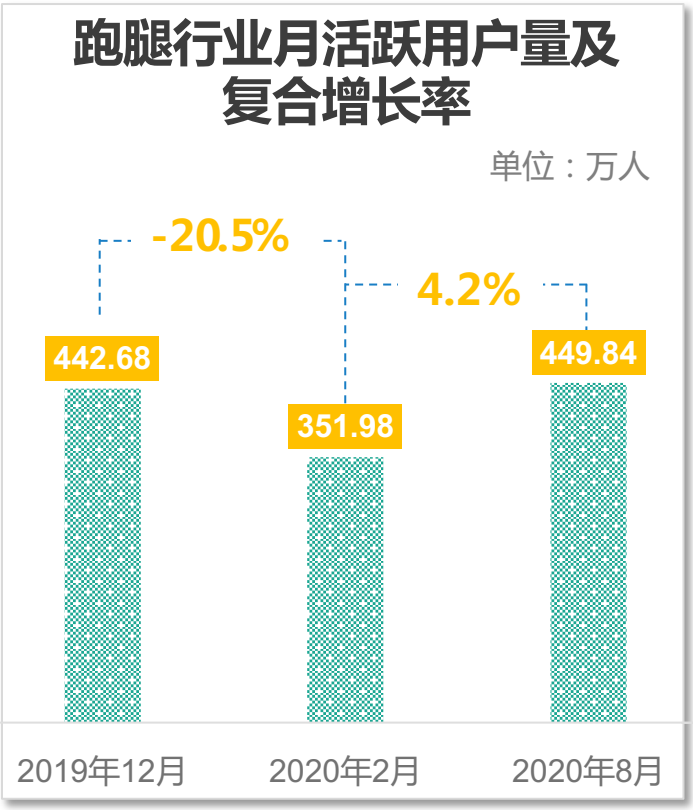
疫情短期冲击后，跑腿行业逆势高速增长，渗透率反超疫情前水平，行业活跃度整体增长显著

- 受疫情冲击，跑腿行业渗透率今年2月份降到0.69%，但此后快速复苏，今年8月份渗透率已升至0.85%，反超疫情发生前去年年底水平
- 另外跑腿行业月活跃用户量已达到450万人，每月人均使用时长达到47.91分钟，增长明显，反映更多用户使用跑腿app，且使用更为频繁

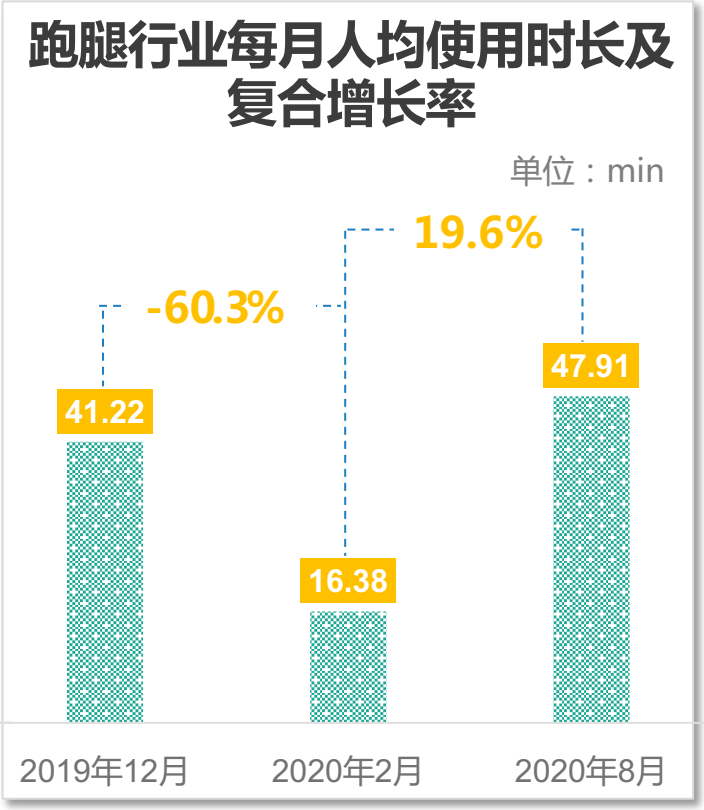
疫情前后跑腿行业整体渗透率



跑腿行业月活跃用户量及复合增长率



跑腿行业每月人均使用时长及复合增长率



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.12-2020.08

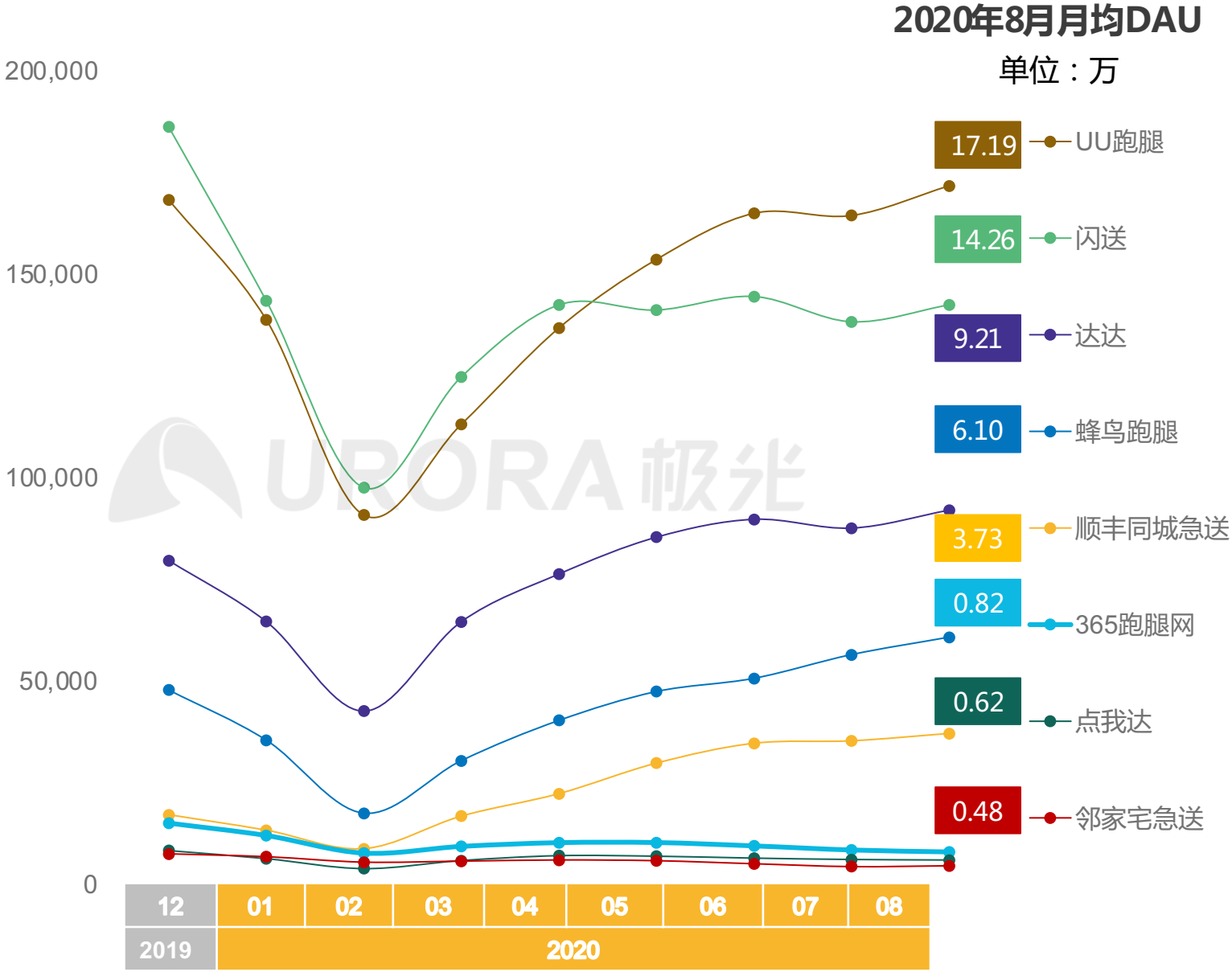
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户活跃度

相比疫情最低期，头部跑腿平台目前活跃度增长近一倍，目前UU跑腿领跑行业活跃度

- 大部分头部跑腿平台目前用户活跃度已超过疫情前水平，特别是UU跑腿增长速度最为显著，月均DAU从2月底的9.10万增长至目前的17.19万
- 从用户活跃度来看，目前UU跑腿平台月均DAU领跑全行业，且维持上升趋势，预估未来仍维持领先地位

疫情前后头部跑腿平台月均DAU



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.12-2020.08

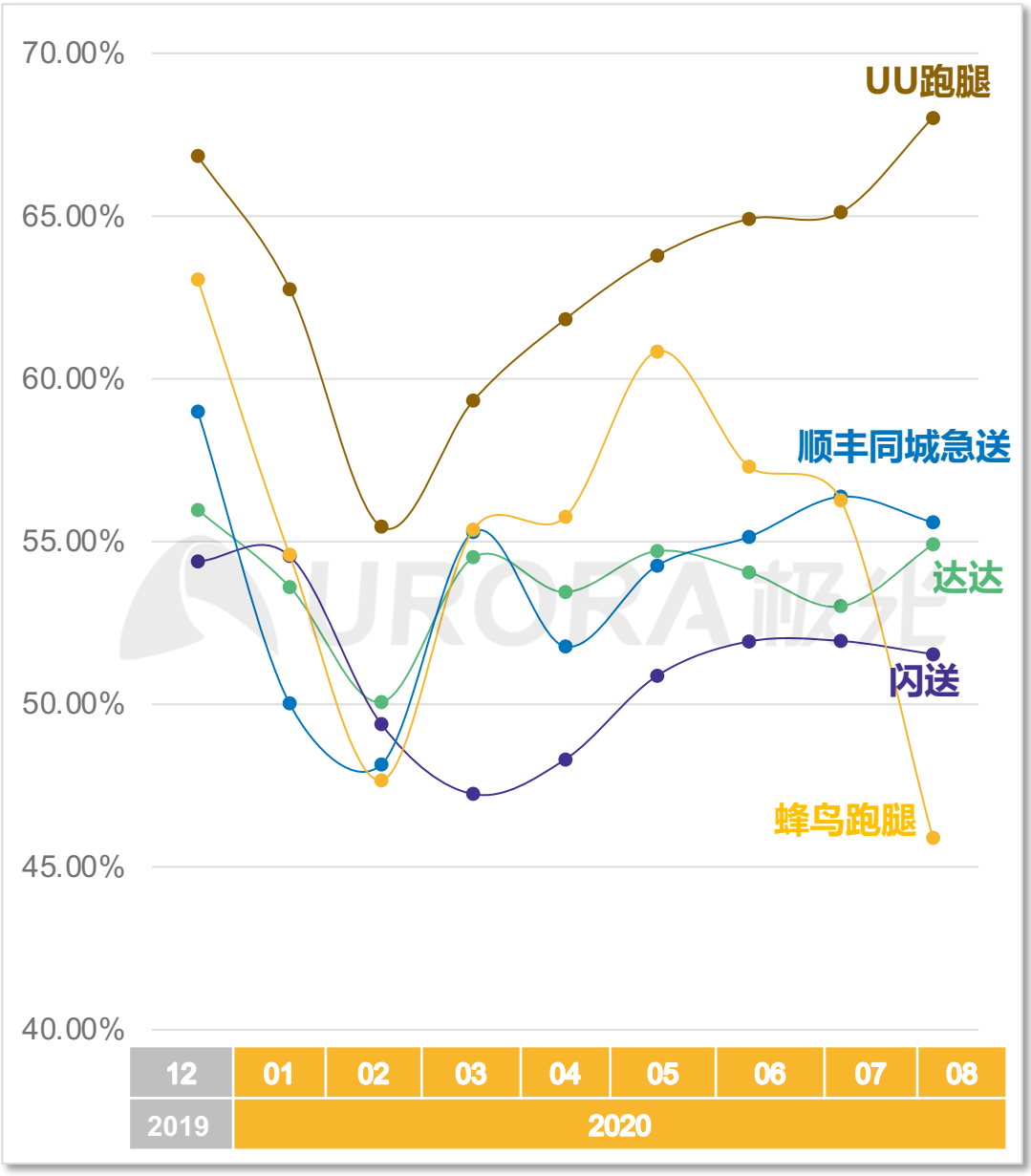
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户留存率

头部跑腿平台用户黏性高，疫情后留存率普遍过半，疫情加快了用户消费习惯的养成

- 疫情后头部跑腿平台30天留存率普遍多超过50%，自2020年2月份以来，留存率降至最低点，但后续迎来强烈反弹，疫情后安装跑腿app的用户基本成为跑腿平台忠实的消费者
- UU跑腿目前以68.02%的留存率处于领先地位，远超过其他跑腿平台

疫情前后头部跑腿平台30天留存率



跑腿app	2020/08 30天留存率
UU跑腿	68.02%
顺丰同城急送	55.59%
达达	54.91%
闪送	51.54%
蜂鸟跑腿	45.90%

数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

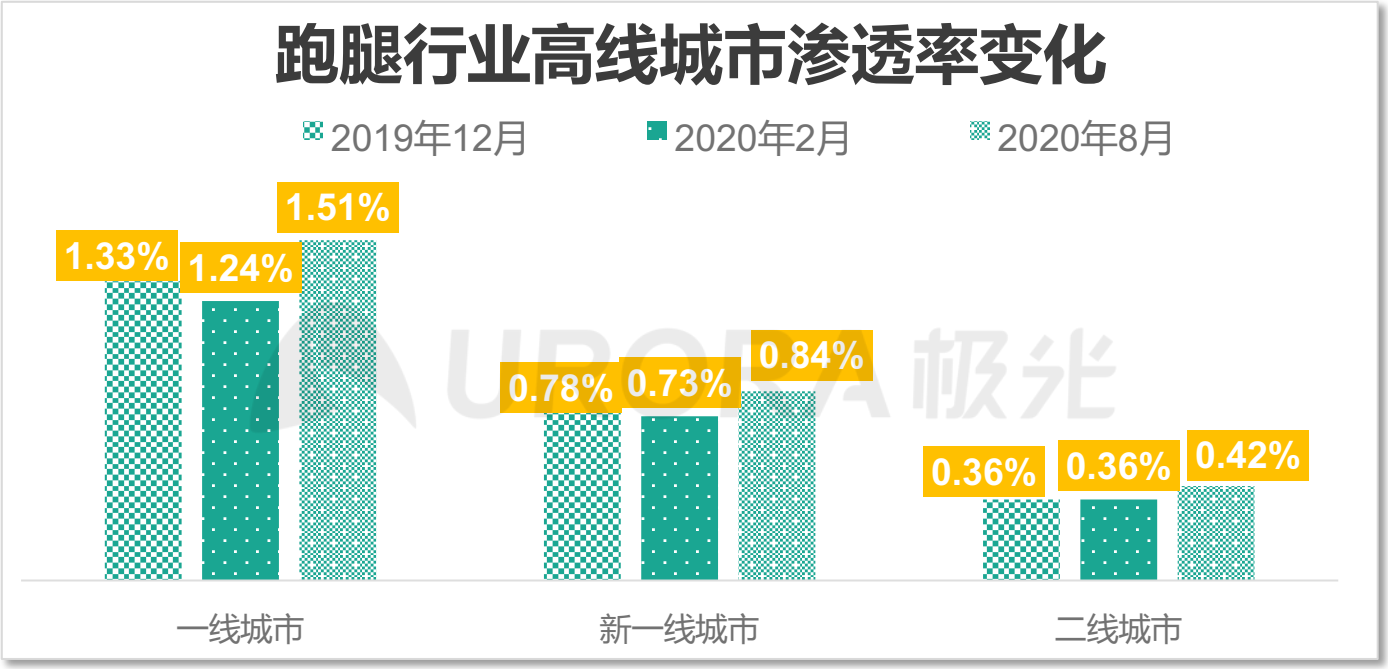
数据周期：2019.12-2020.08

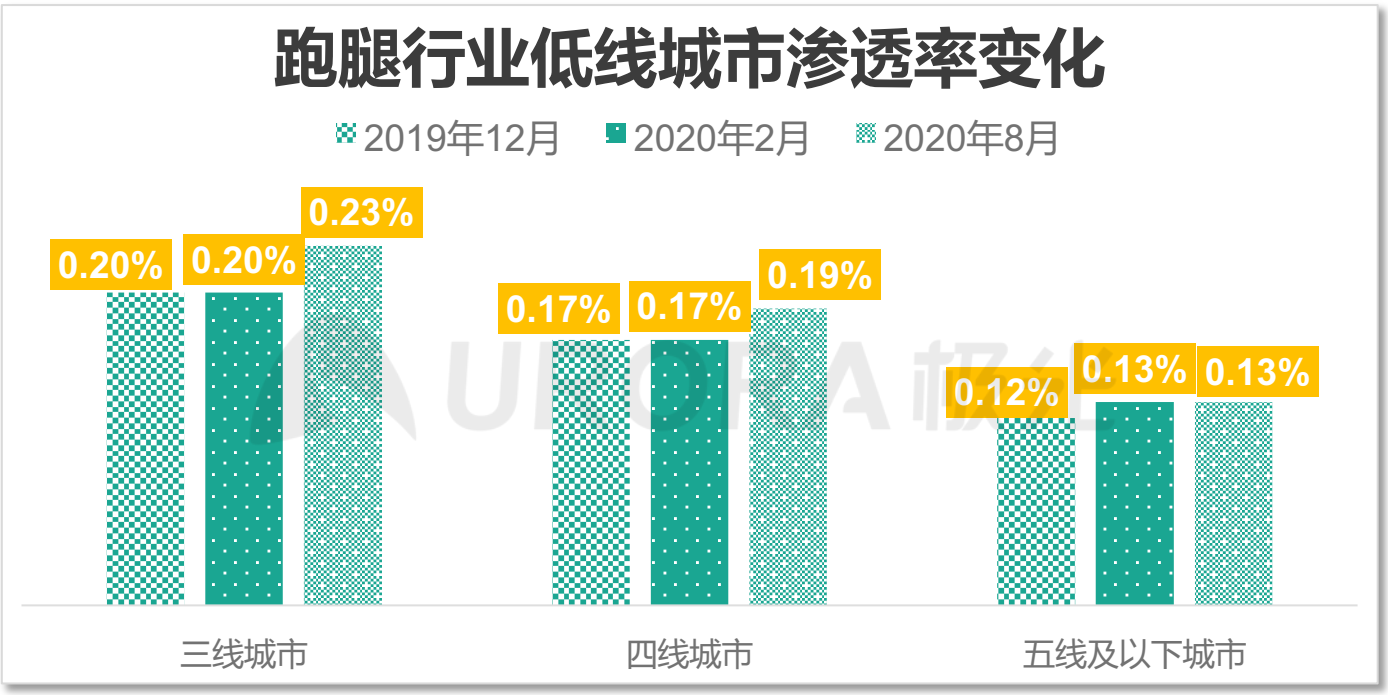
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

跑腿行业各线城市渗透率

高线城市受疫情冲击更明显，下沉市场消费习惯仍有待进一步培育，未来下沉市场发展潜力巨大

- 目前跑腿行业在一线城市、新一线城市、二线城市渗透率分别达到1.51%、0.84%、0.42%，远高于低线城市，低线城市潜力有待进一步开发，未来竞争优势将取决于对潜力城市的布局能力
- 城市层级越高，受疫情影响越明显，但疫情后增长也越显著





数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.12-2020.08

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

疫情期间跑腿平台运营

以UU跑腿为代表的专业跑腿平台调整运营模式，实施公益保障和业务拓展等多重举措争取双赢

- 疫情期间跑腿平台推出公益保障和业务拓展等多重举措，在平台自救的同时也助力社会企业的生存发展，争取平台层面和社会层面的双赢
- 以UU跑腿为例，跑腿平台及时响应和布局，内部迅速成立新冠病毒防御指挥部，从业务到运营进行快速调整，满足民生刚需、响应企业诉求、帮扶企业多个层面发力，也有效塑造跑腿平台良好的品牌形象

管理调整

疫情爆发初期及时调整组织，成立新冠**病毒防御指挥部**

口罩派送每单不再扣除佣金，**配送费全额归跑男所有**

运力组织

驻店专线配送，跑男收入不再按单结算，而是按天结算

帮助企业员工成为跑男，短期灵活用工缓解企业压力

公益贡献

口罩免费发放，部分直供市民线上投放，或发放给跑男

全天为医院医护提供物资帮办、配送食物等**综合性服务**

业务拓展

优小U小程序上线，免费**向商户开放入驻**，帮助商家派送

助力疫情中从to B转型to c的**企业转型**，帮助重塑品牌

资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

03

头部跑腿平台用户画像

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

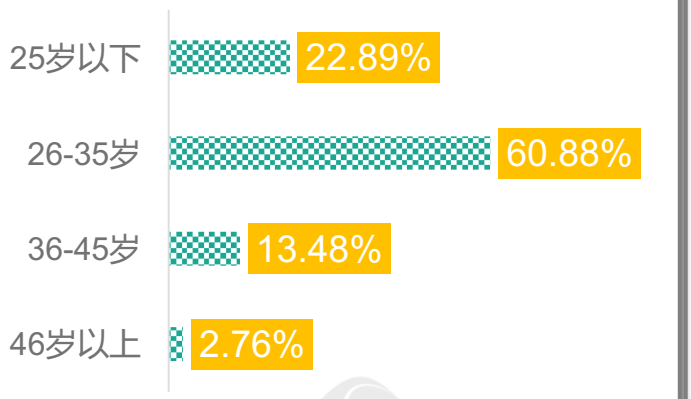
跑腿行业用户画像

疫情后跑腿行业年轻用户规模占比扩大，跑腿平台加速向更为年轻的用户群体渗透

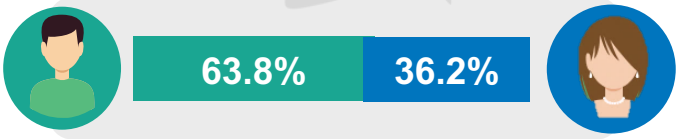
- 跑腿行业目前25岁以下用户占比为26.64%，相比于去年年底的22.89%，年轻用户比例提升明显，跑腿行业向低年龄层加速渗透
- 跑腿行业用户性别一直以男性居多，占比超过六成，疫情后女性比例有所提升；学历在专科及本科占比最大，疫情前后均占比约70%

2019年12月用户画像

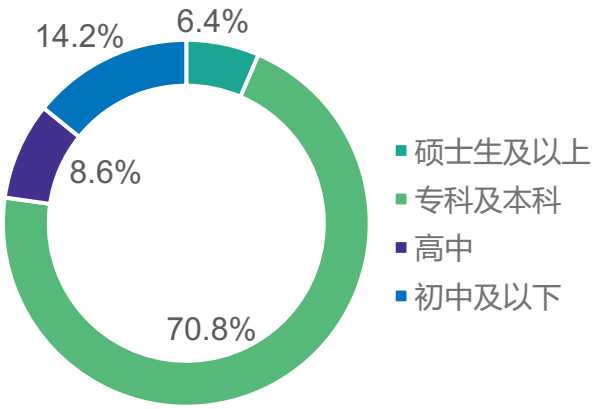
年龄占比



性别占比

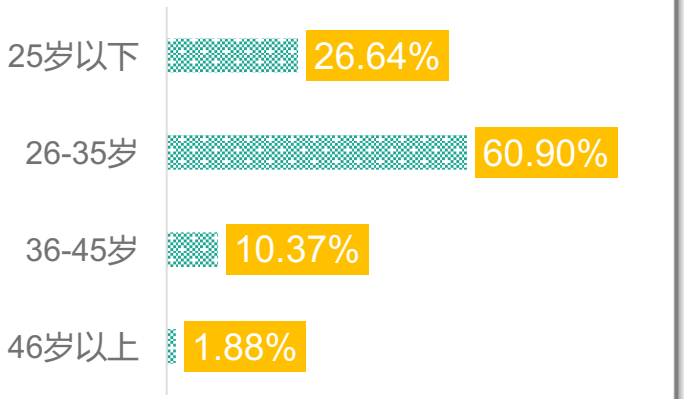


学历占比

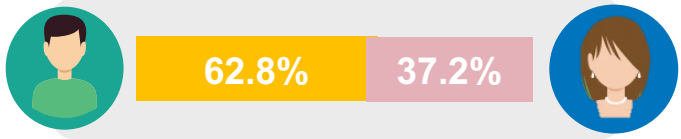


2020年8月用户画像

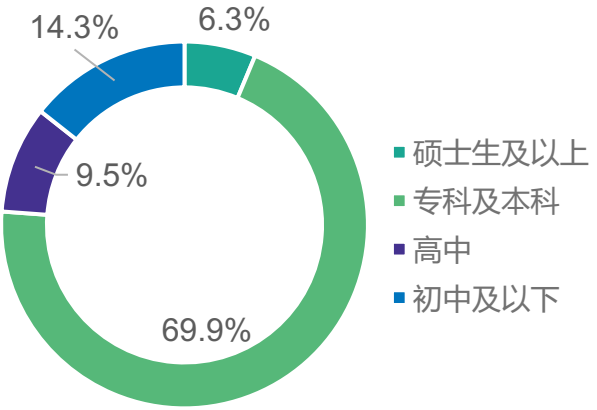
年龄占比



性别占比



学历占比



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.12-2020.08

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

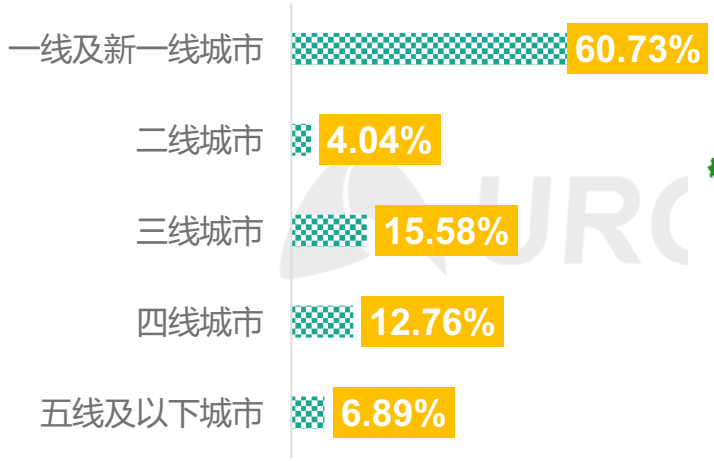
头部跑腿平台用户地域分布

头部跑腿平台的业务既在全国范围内布局，同时又有地域侧重，UU跑腿更为重视下沉市场

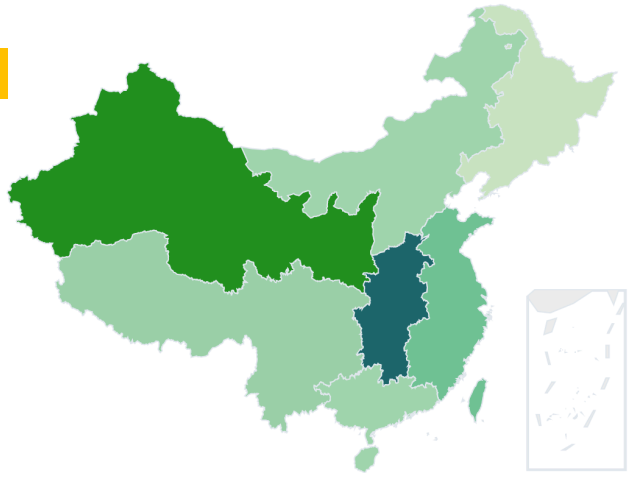
- 头部跑腿平台在全国范围广撒网布局业务的同时，也对某些地域有所侧重，因此各平台的用户集中区域有所区别
- 以UU跑腿平台为例，其在全国范围业务布局，同时注重华中、西北、华东区域的精细化运营，另外，三线及以下城市用户占比达到35.23%，高于行业竞争者，显示出对潜力下沉市场的重视与发力

UU跑腿用户地域分布

城市层级分布

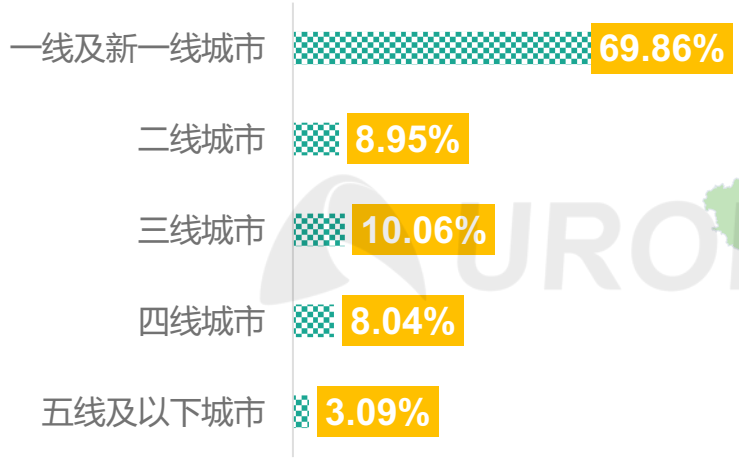


区域分布



闪送用户地域分布

城市层级分布



区域分布



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数时间为2020.08

**区域分布图颜色深浅代表该区域用户占比比例大小，越深代表该区域用户越多，占比越大*

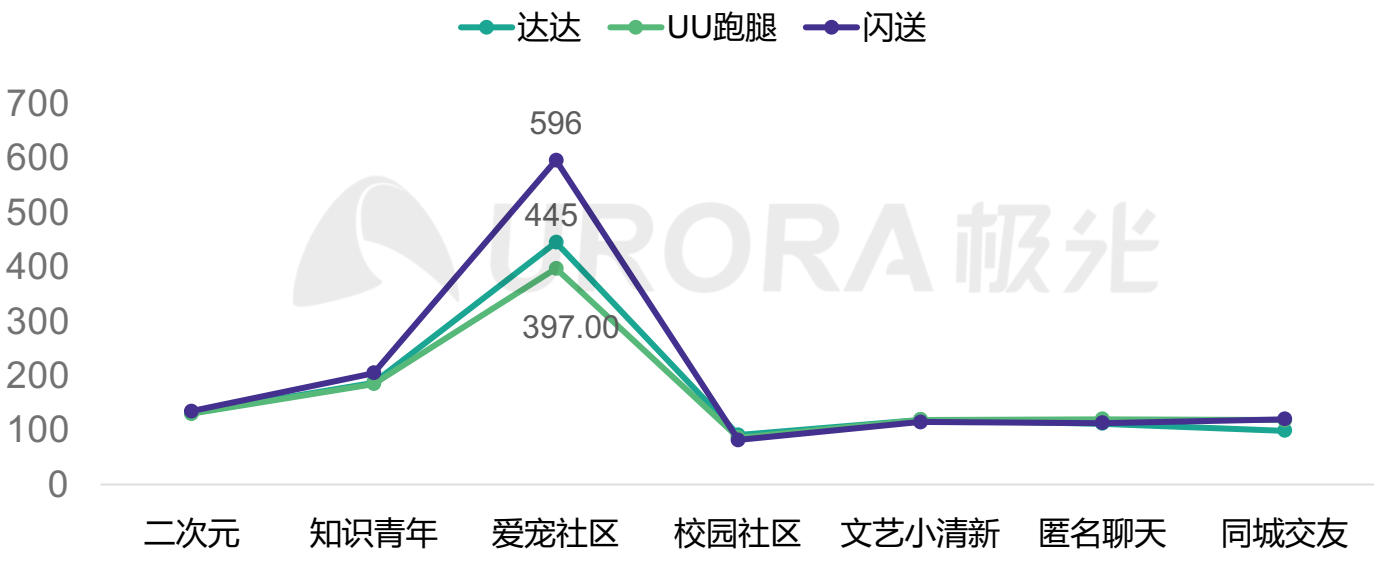
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户行为偏好

“宅”属性的跑腿平台用户养宠物比例相对较大，基本都具有线上高消费的习惯

- 以达达、UU跑腿、闪送跑腿平台为例，相比普通消费者，跑腿平台用户更热衷于爱宠社交，反映了跑腿平台用户养宠物比例相对较大
- 同样地，具有“宅”属性的跑腿平台用户习惯于网上消费，以UU跑腿为例，高消费比例用户占比超过70%，其常用的消费app为淘宝、京东和拼多多

头部跑腿平台社交风格分布（TGI）



UU跑腿线上高消费比例及常用消费app渗透率



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数时间为2020.08

**某标签 TGI = 应用人群在某标签占比值 / 全体用户在某标签占比值*100*

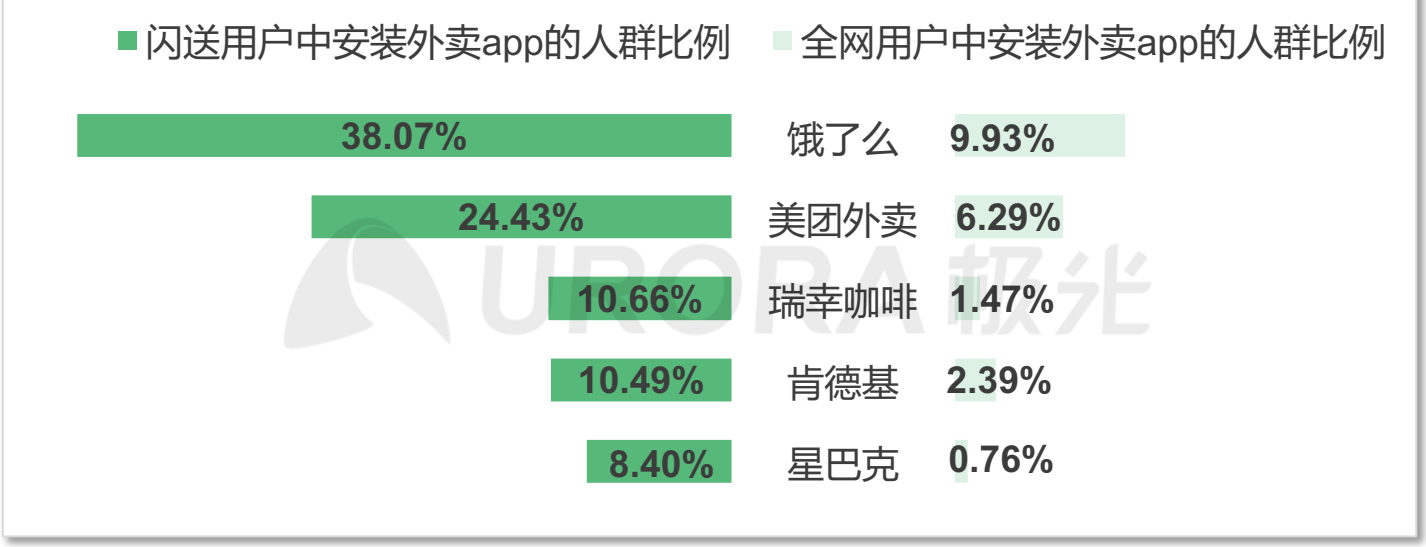
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户行为偏好

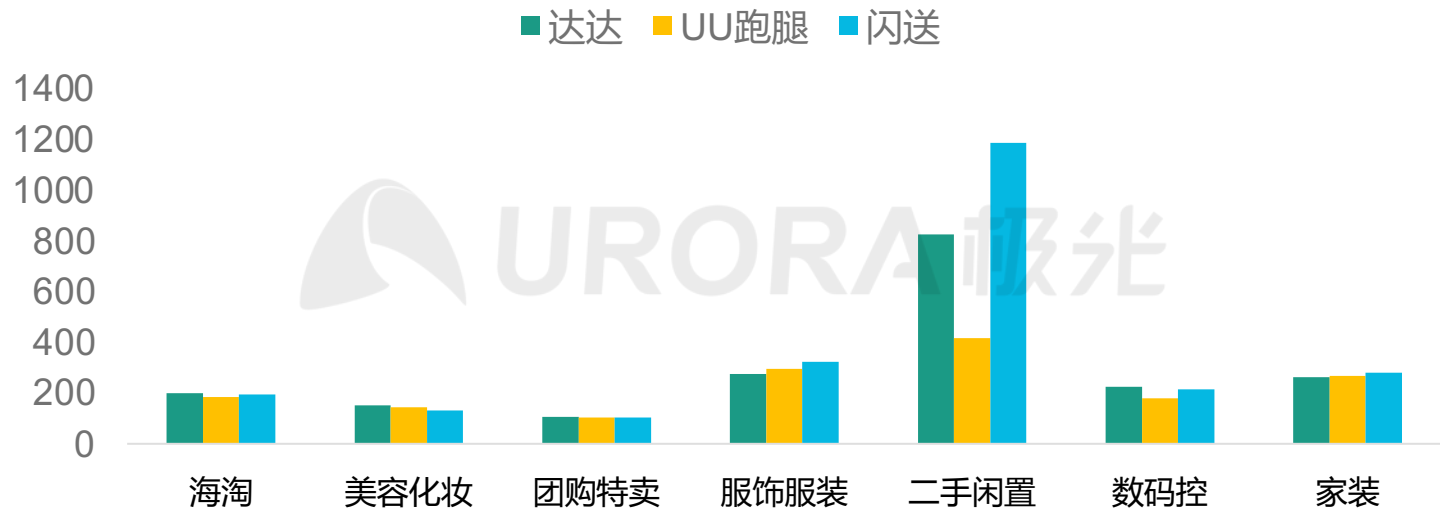
除此之外，“宅”属性的头部跑腿平台用户日常更热衷于点外卖以及二手闲置物品交易

- 相比于全网用户，头部跑腿平台用户更热衷于点外卖，以闪送为例，该平台用户安装饿了么的比例是全网用户的三倍有余，安装美团外卖的比例是全网用户的四倍左右
- 另一方面，头部跑腿平台用户对二手闲置物品交易相对更为青睐

闪送用户中安装外卖app的人群比例



头部跑腿平台购物偏好（TGI）



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数时间为2020.08

**某标签 TGI = 应用人群在某标签占比值 / 全体用户在某标签占比值*100*

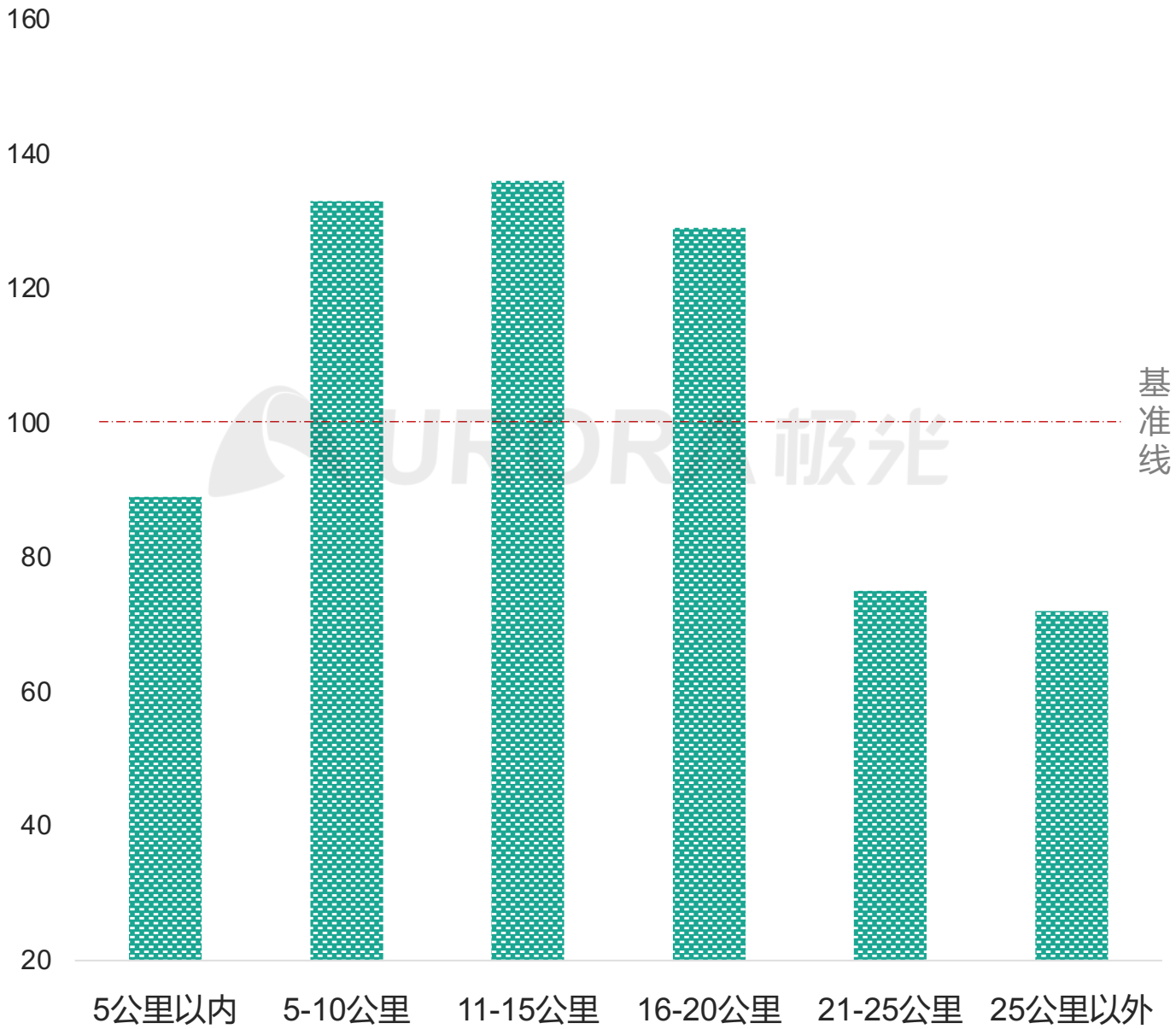
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户通勤距离

头部跑腿平台用户通勤距离普遍较长，生活环境不便性是跑腿需求产生的一大推动因素

- 头部跑腿平台（以UU跑腿为例）用户通勤距离相对较远，普遍集中在5-20公里之间，5公里以内较少，预估正因为居住地理位置关系以及居住环境的关系，对跑腿平台的需求程度更为强烈
- 但相比于全网用户，UU跑腿用户通勤距离超过25公里相对较少，也显示出用户的“懒惰性”，不愿意离他们的出勤地过于遥远

UU跑腿通勤距离（TGI）



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，取数时间为2020.08

**某标签 TGI = 应用人群在某标签占比值 / 全体用户在某标签占比值*100*

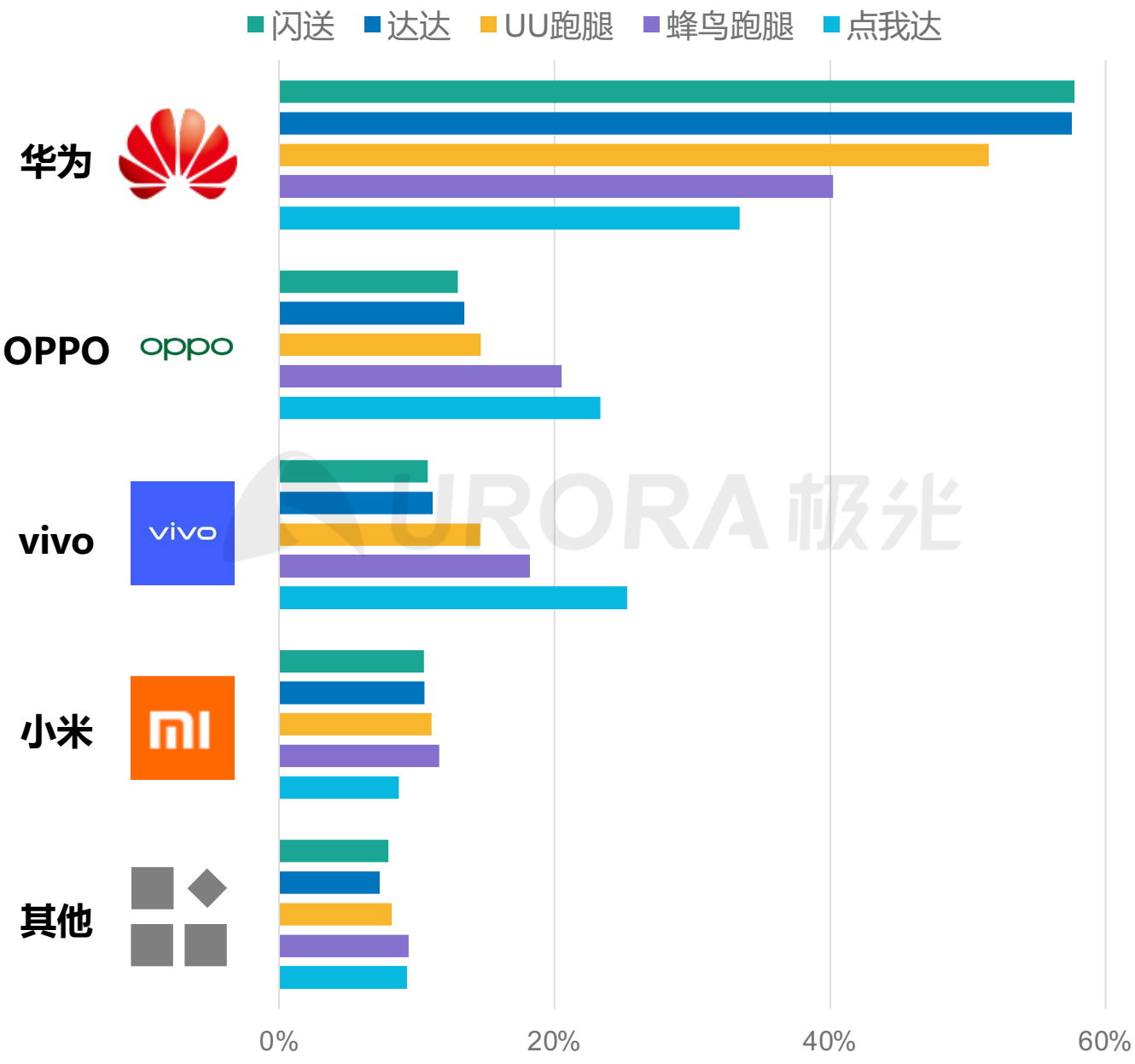
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

头部跑腿平台用户手机品牌分布

头部跑腿平台用户基本使用华为、OPPO、vivo、小米四大品牌商，其中华为手机品牌用户最多

- 主要跑腿平台用户使用占比最高的手机品牌是华为、OPPO、vivo和小米，这四大品牌已占据超过90%的市场份额
- 其中，相比于闪送、达达和UU跑腿，蜂鸟跑腿和点我达用户更青睐于OPPO和vivo手机品牌

主要跑腿平台用户手机品牌占比



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.08

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

04

跑腿行业前景展望

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

跑腿行业未来增长点

使用场景多元化和新零售趋势下的同城生鲜零售配送的崛起，将带动跑腿行业新一轮的增长

- 随着用户对跑腿平台的依赖性增强，未来用户将逐步丰富跑腿平台的使用场景，驱动跑腿平台提供更为多元化的服务类型
- 另外，伴随餐饮外卖市场订单增速的放缓，生鲜和零售订单正替代餐饮，成为跑腿行业新的增量来源，跑腿行业未来增长的机会点将在商超宅配以及生鲜购买配送业务中形成

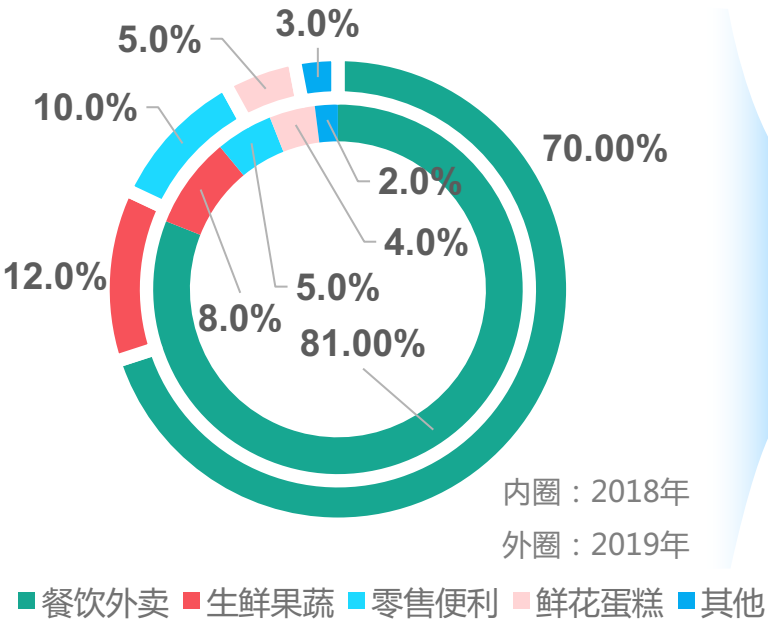
服务场景多元化

代取代送　代买代购　家政服务

照顾宠物　临时雇工　其他代办

针对懒人或者时间不充裕的人群，跑腿平台将实现生活全场景零散事务全托管服务，省心省力，一键代办，高效处理日常杂务

即时配送单量结构变化



未来拓展的跑腿品类

外卖　商超　鲜花　蛋糕

咖啡　生鲜　服装

资料来源：罗戈研究院《2019中国即时配送行业发展报告》，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

跑腿平台专业化

随着同城业务竞争白热化，跑腿平台运营能力将成为行业胜出的关键，走向专业化已是趋势

- 随着越来越多同城业务平台加入跑腿行业，跑腿行业内部竞争未来将趋向于白热化，竞争门槛将逐步提高，走向专业化已是跑腿平台必然的发展趋势
- 要提升客户满意度，跑腿平台需要提升专业化运营能力，后台系统专业化、服务体验标准化以及成熟的运营管理机制是行业未来决胜关键

平台系统专业化

针对使用群体针对性开发专业化的后台信息系统，引入各入口方便在各场景使用，完善各功能模块，界面设计和使用优化，使用体验提升

版本	入口	功能
客户版	手机app	下单
骑手版	小程序	跟踪
用户版	网页web	评价

服务体验标准化

服务标准建立　跑腿员培训　服务监管评价

专业平台逐步建立起服务标准，包括收费模式和收费标准，针对业余跑腿员进行管理培训以及监管，利用用户评价以确保服务体验，提高客户满意度

管理机制成熟化

建立了成熟的跑腿业务员利益分配机制，激励业务员履约，选择适当运力形式提升效率，同时拥有合理技术架构，轻松应对下单高峰期

利益分配机制成熟　运力形式适当　技术架构合理

资料来源：网上公开资料，极光研究院整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

报告说明

1．数据来源

1）极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG)，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2）极光调研数据，通过极光调研平台进行网络调研；3）其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2．数据周期

报告整体时间段：2019年9月-2020年8月。

3．数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4．免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5．报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

6．版权声明

本报告为极光JIGUANG所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商，专注于为开发者提供稳定高效的消息推送、一键认证以及流量变现等服务，助力开发者的运营、增长与变现。同时，极光的行业应用已经拓展至市场洞察、金融风控与商业地理服务，助力各行各业优化决策、提升效率。

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

极光

全国数据咨询

胡畅达：hucd@jiguang.cn

投资机构数据咨询

Alan：alan.wong@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用

marketing@jiguang.cn

For developers , by developers

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2020 粤ICP备12056275号-13

URORA 极光