

近日，同城速递平台闪送宣布完成新一轮融资，由华山资本领投，这是继6月份完成C+轮融资后，已经在半年内完成三次共1亿美元以上的融资。几乎同时，行业宣布又一跑腿平台“帮啦跑腿获得近千万pre-A融资。

老牌“玩家”不断加持资本，新玩家频频入局，同城速递C端即时物流行业经历了几年的发展，到目前仍然是前赴后继热火朝天局面。事实上，在这个格局的玩家中不仅仅是专业的跑腿平台，三大外卖平台在此前早已上线了跑腿代购等入口，除了配送餐品外，还增加了帮取帮送帮买等多元化场景服务；京东旗下达达也在今年从B端切入C端，并上线新的APP，截至目前，这个市场已经被诸多人虎视眈眈。

据国家邮政局数据显示，同城速递是物流业增速最快的子行业，未来五年将保持30%的增速，预计2020年市场规模将超2000亿元。随着消费的升级，需求不断增长，除了闪送UU跑腿等专人直送平台，还有外卖、众包物流平台等的入局，几家混战，未来格局如何？

专人直送拼服务 闪送未来不只送？

对于C端专人直送同城速递平台，如闪送、UU跑腿、人人快送等，一方面不停地进行跑马圈地，另一方面在业务品类方面进行拓展，目前，各自在行业内已有一定的影响力，下半场回归理性开始了拼专业、拼服务的竞争阶段。

据了解，闪送在上一轮融资后，大力提升闪送员的装备，加大对技术和大数据的研发。作为长期深耕C端的即时物流平台，依靠多轮融资，在行业内发展迅速并赢得了不错的口碑。近日，宣布与百度地图进行战略合作，合作后，闪送将利用百度地图开放平台提供精准定位、电动车骑行导航、百度鹰眼等专业的地图服务；且在百度地图客户端还增加了闪送的入口，增加其业务单量。

值得注意的是，据闪送透露，“未来在百度地图客户端，闪送还会增加更多的服务，如周边消费，购买鲜花蛋糕等服务”。这段文字可以看出，其未来的发展方向不仅限于专人专送，或也会涉及帮买、代购等个性化同城生活服务。



但目前，外卖平台的跑腿代购业务似乎比较“冷清”，平台大部分依靠打“补贴战”获取订单。如：美团外卖每天都会发放5元无门槛跑腿代购抵用券等。另一个问题，对于外卖平台来说，以送餐为主要业务，且平台可一人接多个单子，配送员在送餐同时也能配送诸如文件、鲜花等，对于长期使用保温盒，高频次短距离的外卖配送，与专人直送同城速递平台相比，在专业性以及用户服务体验方面还需进一步标准化。

所以外卖平台发展toC业务，意在对其业务进行延伸，要想在跑腿代购方面有所突围还需在配送设备及后台技术方面有所改进。

### 巨头入局 京东阿里C端又“争食”？

在这个领域，新型互联网创业公司总是逃不过一个魔咒，面对京东阿里等电商巨头，“不是被收购，就是在收购的路上”。而在即时物流行业，如闪送、UU跑腿等似乎还没有进入电商巨头阿里和京东的“怀抱”，但京东物流旗下的达达已经开始了进军C端。不仅上线了新的针对C端的APP，还与京东物流深度协同，发力C端声势浩大。

目前，达达正加快发力同城1小时速递服务，在北京上海等一线城市人流集中地大力铺设平面广告进行宣传推广。达达作为京东在众包物流的重要布局，除了承接来自京东商城以及京东到家的订单外，也看好C端市场。