

受訪者：戶戶送台灣區總經理羅家聰先生

1. 戶戶送台灣目前招募的司機數量有多少？若以平均單日上線八小時為單位，工時超過八小時、低於八小時的司機比例分別是多少？

戶戶送現時外送員約有1,000個。我們沒有限制外送員上線時間或長短。「戶戶送」Deliveroo充分理解大眾對於「彈性工作」重視程度日漸成長，而擁有安排工作時間的自由度，並保有個人生活品質亦是外送員加入「戶戶送」Deliveroo的主因。

2. 目前在台灣合作的餐廳有幾家？擴張最快的是在哪一個時期？為什麼？

戶戶送現時與台灣3,000家餐廳合作。最近幾個月合作餐廳的擴張特別快，很大原因是因為我們自一年前來台後，有了各界對我們的口碑，特別是餐廳跟我們合作後獲得額外收入，令更多餐廳向我們查詢合作機會。戶戶送期待繼續與不同餐廳緊密合作。

3. 在受訪的司機口中，他們認為相較於其他平台，貴公司在台灣的擴展速度相對保守，但也確保了司機的收入。想請教貴公司在決定發展方針時，會如何平衡消費者、司機員、合作三廳三個市場發展的速度？

自2018年10月重磅登台，秉持三大優勢「業界最快」、「高準確度」和「全台唯一在地客服」每月營業額皆以雙位數增長，目前雙北覆蓋率有80~85%，市占率已達30%，預估今年底市場規模相較去年12月將達5倍成長，服務範圍也將完整覆蓋雙北地區，有望與超過5,000家餐廳合作。除了傳統美食外送服務，「戶戶送」Deliveroo在台灣推出全新商業模式「虛擬品牌」，利用大數據消費者分析，判定地區缺少的料理樣式，提供合作餐廳夥伴不同的建議與需求缺口協助開拓新市場。同時，「戶戶送」Deliveroo注重品牌關係經營，除了獨家與在地餐飲品牌合作，也已與多家異業品牌合作（蝦皮、匯豐銀行、花旗銀行、台灣大車隊...等），以互助方式為彼此在線上線下宣傳。

4. 戶戶送在台灣目前營運成本最高的是哪個部分？

在台投資的成本最高落在外送員服務費。「戶戶送」Deliveroo外送員平均工時達新台幣200-300元，不僅優於最低工資，更能兼顧自身學業、照料職責或其他工作。同時，「戶戶送」Deliveroo非常重視外送夥伴的權益，所有「戶戶送」Deliveroo的外送夥伴將自動享有全球首屈一指的保險服務商Marsh提供的個人意外保險保障，外送人員只要在工作期間上線並登入「戶戶送」Deliveroo應用程式，將可自動獲得保險保障，即使外送夥伴在登出程式後的一小時內仍然可獲得保障。

5. 戶戶送在台灣目前使用者（訂餐的消費者）的年齡層最多分佈在哪個區塊？

「戶戶送」Deliveroo的顧客很大部分為20-35歲，其他顧客分布在不同年齡層。

6. 同上，合作的司機員的年齡層分布在哪個區塊？

「戶戶送」Deliveroo的外送員分布在18-60歲，當中12-25歲及46-60歲的外送員各佔約一成。其餘八成外送員為26 - 45歲。

7. 天氣對訂單量的影響（太熱、太冷、下雨）有多大？

下雨時訂單有時候會高出三成。

8. 根據我們自己做的問卷調查，有八成的消費者在選擇平台時考慮的是「有沒有優惠」。請問戶戶送台灣會很常使用促銷手段嗎？在有促銷的時候和一般時期，訂單量會差到幾倍？

戶戶送一直都有聆聽餐廳的需求，明白餐廳希望可以自由調整業務上的決定，因此早前推出Marketer，幫助餐廳針對不同顧客提供不同的優惠活動。根據我們統計，餐廳使用Marketer能增加五成銷售額及近四成收入，還能吸引額外五成新顧客。

9. 戶戶送在台灣市場跟其他地區的市場比較起來，優劣在哪裡？目前在台灣發展最大的挑戰？

根據統計近一年的時間，「戶戶送」Deliveroo在台灣的外送訂單成長速度相較香港高出5-6倍，主要因為台灣的外送市場成熟度高、機車和使用線上外送平台普及，且對新進品牌接受度高，評估台灣市場具備外送服務潛力。近期也發現，除了高中和大學生會自行訂外送，其他年級的家長也開始下單外送午餐到孩子的學校，除了能掌握孩子飲食，更可提供更多元的美食選擇。

10. 就現有的情況，想請教貴公司認為台灣在美食外送業的勞動法規夠理想嗎？是否有其他更理想的例子（ex. 其他國家）供讀者參考？

「戶戶送」Deliveroo與外送員屬承攬關係，會全力配合政策，同時品牌重視外送員權益也另外提供免費意外險服務。