**READr Interview**

* 訪綱：

1. **Uber Eats 台灣目前招募的司機數量有多少？**A：Uber Eats 在台灣並不會招募外送員，我們與汽車貨運業者合作，讓汽車貨運業者旗下的合作外送員依照可運用的時間隨時上線和下線接單。具體合作外送夥伴的數字無法提供，平台提供一個彈性的接案方式，因此合作外送夥伴可以隨時上、下線。
2. **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？**  
   A：Uber Eats 為美食外送平台，以 App 媒合餐廳、消費者、與合作貨運業者，由貨運業者提供送餐服務。根據平台了解，有超過50%以上的合作外送夥伴一週上線不到10小時，這也顯示許多合作外送夥伴透過 Uber Eats 彈性的接案機會，依照自己的時間自由上下線。
3. **目前全台灣有多少餐廳跟 Uber Eats 合作？**A：Uber Eats 目前與將近 9,000 家嚴選餐廳合作，且在台灣的營運範圍包含基隆、台北、新北、桃園、新竹、台中、彰化、雲林、苗栗、嘉義、台南、高雄、屏東、宜蘭、花蓮15大城市。
4. **這幾年來分別增加了多少？擴張最快的是在哪一個時期？為什麼？**   
   A：Uber Eats 進入台灣即將邁入第三年，自今年初從6個城市到今年底已經拓展至15座城市，目前在各個城市與將近 9,000 家嚴選餐廳合作。我們根據消費者的需求拓展營運時段與服務範圍，滿足消費者在日常生活各個時段對於美食的需求。特別是今年， Uber Eats 也觀察到台灣民眾的生活型態和飲食需求轉變，從外食轉變為外送、從一個人享受到小家庭一同享用美食、從正餐變成早餐到宵夜都想要被滿足，也因此在餐廳選擇上，我們也努力提供消費者多元且個人化的 Uber Eats 用餐經驗。
5. **Uber Eats 台灣目前營運成本最高的是哪個部分？**A：此為商業機密，不方便提供。
6. **Uber Eats 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？**A：使用Uber Eats 服務的消費者必須年滿或高於18歲，但平台不會搜集年齡的個人資料，因此無法提供年齡分佈。
7. **同上，司機員的年齡層分布在哪個區塊？**  
   A：合作外送夥伴申請條件只要年滿19歲、無犯罪紀錄、持有機車駕照即可，我們並沒有統計年齡層，具體細節無法提供。
8. **聽說 Uber Eats 提供給駕駛的頁面中，有可以分享「成為代僱駕駛的原因」的區塊，請問司機員大都是為了什麼而加入？**A：許多合作外送夥伴皆是因為平台彈性的工時、可以自由調配時間而加入。根據平台了解，有超過50%以上的合作外送夥伴一週上線不到10小時，這也顯示許多合作外送夥伴透過 Uber Eats 彈性的接案機會，利用瑣碎的時間自由上下線來賺取額外的收入。
9. **天氣對訂單量的影響（太熱、太冷、下雨）有多大？**A：依照公司規範，我們無法提供市場單量和營收數字。
10. **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 Uber Eats 台灣在「免運費」促銷和一般時期，訂單量會差到幾倍？**A：依照公司規範，我們無法提供市場單量和營收數字。
11. **Ubereats 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？**A：我們並不會去跟不同市場比較，但以Uber Eats 在台灣的策略與優勢在於：  
    - 透過科技帶給消費者好的產品與服務體驗：Uber Eats 建構在 Uber 平台的科技基礎上，我們不斷去了解在地市場、餐飲業的發展現況、以及消費者與夥伴不同面向的需求，來持續優化 Uber Eats app 的服務。舉例來說，「訂餐精靈」的功能讓消費者可以清楚掌握訂餐的流程，更聰明且彈性的運用等候時間。此外也推出「外帶自取」、「現金支付」等功能，提供消費者更多選擇，也根據消費者的需求延長營運時段和營運範圍。針對合作外送夥伴，我們也推出「安全工具組」及「機會熱點指南」，在提高合作外送夥伴的經濟效益的同時也為他們多增加安全上的保障。在餐廳合作夥伴上，我們也透過「Restaurant Manager」、「自主行銷優惠工具」，以及推出「虛擬廚房」的概念，運用平台大數據和資料分析幫助餐廳夥伴找新的機會、拓展客源。  
    - 餐廳合作夥伴：在不斷提升服務品質與體驗的同時，我們也非常重視如何協助餐廳合作夥伴進行數位轉型、共同推動餐飲產業的創新發展。在餐廳合作夥伴上，除了持續加入更多選擇外，我們也與大型知名餐飲品牌像是麥當勞、漢堡王、鼎泰豐、瓦城，以及眾多在地美食名店包含金峰滷肉飯、台南百年老店義豐冬瓜茶、嘉義林聰明沙鍋魚頭等攜手合作。

-拓展外送服務： Uber Eats 除了提供美食外送服務，也積極發展超商與生鮮外送。台灣人飲食消費習慣也越來越傾向「小錢代勞」，除了飲食需求外，就連日常生活也期望可以被滿足。Uber Eats 在台灣是首個跨足日用品、生鮮配送的外送平台，與全家便利商店推出店到宅合作，亦攜手頂級貴婦超市city'super 200多項生鮮、乾貨外送。我們也與寧夏夜市觀光協會展開合作，首波在11月中將會有近20間餐廳於 Uber Eats上線。我們也希望讓寧夏夜市的百家餐廳都能藉由加入美食外送平台帶動更多商機，期望藉由國際平台增加寧夏夜市的國際能見度。我們也將持續開發新的服務來滿足消費者日常的各種需求，打造更便利的生活體驗。  
  
目前外送市場在台灣的發展仍才剛起步，根據經濟部統計處資料顯示，2018年全台餐飲業營業額達4745億元，台灣餐飲業有14萬家餐廳，外送就占比約5％，相當於237億元商機[[1]](#footnote-1)。如何掌握消費者的需求、提供差異化的服務會是關鍵，這也是Uber Eats 持續一直透過平台科技希望帶給消費者的用餐體驗。

1. **目前勞動部認定 Ubereats 平台跟司機的關係是僱傭關係，也提到只要司機用有 logo 的保溫袋就是有從屬性的僱傭關係。未來 Ubereats 台灣是否有可能針對這部份做任何的調整？**A：我們尚未收到主管機關的勞動檢查調查結果文件說明，需進一步了解之後才能回應。
2. **理想情境下，會希望法規如何配合？是否能有在其他國家合法營運的例子供讀者參考？**A： Uber Eats 除了以科技打造一個可以隨時上、下線接單的平台，增加彈性化的經濟機會之外，更在參與與國家發展委員會、交通警察大隊、衛生局等相關政府單位溝通和諮詢後，與台灣協作暨共享經濟協會(SEAT)協會及多家美食外送平台業者共同擬定「美食外送平台業者自律公約」。公約內容以確保外送員安全和權益、食品安全、交通安全、兼顧消費者權益為前提，發揮自律和他律精神，進行自主性管理。

Uber Eats期望未來與政府持續溝通，保有行業彈性，也就能保有上萬工作者需要零工經濟的工作機會。Uber Eats 也會持續與產業各界意見領袖，包含相關領域專家、學者、主管機關積極建立對話、遵守政府法令規範，以樹立良好業者典範。

1. [2019-10-16自由時報：200多億商機！ 全台外送平台近10家 日用品生鮮也能送](https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2947523) [↑](#footnote-ref-1)