



外賣平台「戶戶送 Deliveroo」進駐香港9年，一度榮登一哥寶座，惟隨著勁敵接連加入市場，業務走向下坡，昨日宣布以清盤方式撤出香港市場，並於下月7日結束全部業務，遣散約200名員工，部分資產轉售另一外賣平台 foodpanda，客戶要在限期前使用禮品卡及賬戶餘額。香港外賣市場由三大主流平台平分天下，將變為 foodpanda 與 Keeta 兩強爭霸。有消費者及食肆擔心平台選擇減少，優惠相對縮皮，服務費更高，但有專家指出，香港速遞外賣的運輸成本高，加上香港食肆密度高，平台加價只會迫使客人去堂食或自取外賣，更不利於平台經營。

逾1.2萬送遞員「自僱」失長服金

外賣業於疫情期間蓬勃發展，惟外賣員與平台之間的僱傭關係一直模糊不清，直至 Deliveroo 決定撤出香港，資方依然堅稱旗下逾1.2萬名送遞員以自僱方式聘用，不涉及遣散問題。關注外賣員勞工權益的服務業總工會自由工作者分會主席王師樂昨日表示，工會至今雖然沒有接獲相關的欠薪、工傷糾紛等求助，但就收到數宗有關長期服務金的查詢。有 Deliveroo 送遞員表示，對公司清盤毫不驚訝，因為近月訂單量遠較 foodpanda 和 Keeta 少，每張單的酬勞亦較低，擔心市場剩餘兩大平台後，送遞員議價力更低，送遞員備受平台壓榨。

勞聯主席、立法會議員林振昇建議，政府應做效外國做法，將外賣員定義為自僱人士及僱員之間的獨立工作者，可以享有工傷及退休金供款的最基本保障。



■有網民放售一件全新 Deliveroo「絕版」外套，索價500元。
網上截圖

戶戶送4·7停運

foodpanda 惡鬥 Keeta

三分天下剩兩強 半年免費會籍迎戰優惠券

Deliveroo

昨日表示，香港市場佔集團全球總交易額5%，去年盈利率經調整後仍是負數，考慮過多個策略方案認為未能繼續提供最理想服務，亦不符合股東最大利益，決定撤出香港，已提名清盤人處理剩餘資產。

Deliveroo 位於中半山的「戶戶超市」昨日貼出清盤告示，集團旗下6間送貨超市及兩間戶戶小廚亦即日起停業，主要的餐廳外賣服務就會運作到下月7日。

Deliveroo 表示，已與 foodpanda 簽訂協議出售部分資產，據了解，Deliveroo 現時的客戶和送遞員將會被導向 foodpanda 平台，而部分餐廳及生活百貨商戶亦將進駐 foodpanda，更與 foodpanda 合作推出獨家優惠，最高可享四折優惠、特選客戶獲得半年 pandapro 免費會籍，而車手轉平台亦會有獎金。至於逾1.2萬名送遞員則以自僱方式聘用，不涉及遣散。Keeta 隨即推出50元優惠券反擊，現有客戶邀請新人加入更可獲120元優惠券。

有食客得悉事件後坦言：「相信係因為 Keeta 加入市場後，不夠競爭。Keeta 一入香港市場派現金券又有很多優惠，吸引很多客人使用。」有食客擔心日後外賣平台變少，優惠減少，服務費更高。

一間與 Deliveroo 合作三四年的咖啡店表示，「他們開始進入香港市場時，好大手筆免送遞費，後來每張單都要向餐廳抽分成，現在我們每月要付約一千元月費給平台。」

前年5月，內地美團旗下 Keeta 進軍香港，令競爭激烈。去年有機構調查顯示，Keeta 截至去年3月，訂單數量已佔香港外賣市場約44%，foodpanda 的市場份額則由此前的60%降至41.6%，Deliveroo 最少，份額約兩成。

市民可出街食 加價機會低

香港中文大學劉佐德全球經濟及金融研究所常務所長莊太量昨日表示，香港外賣市場成本高，加上香港食肆密集，食客多走幾步已有食肆在附近，速遞費過高，反而令客人卻步，利潤受限。他估計，剩下來的外賣平台也要艱苦經營，大幅加價可能性低，「市民隨時可以出街食，也可買菜回家煮。」



■不少市民經常光顧外賣。資料圖片

