

2021年中国无人零售市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国无人零售市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/539307539307.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

无人零售指在没有营业员、收银员及其他商店工作人员的情况下，由消费者自助进行产品挑选、购买，支付等全部购物活动的零售形态，具有多场景、大数据、降成本、提效率和重体验五大特点，其中消费流程数据化是无人零售产业链升级的核心。无人零售可划分为自动售货机、无人货架和无人便利店/超市,其中无人超市仍处于试验阶段,尚未大规模推出。

无人零售分类

分类

占地面积

业态特征

应用场景

代表品牌

自动售货机

小于10平方米

采用封闭的自动售货机陈列商品,用户投币或扫描二维码支付后获得商品

火车站等交通枢纽、学校、医院、商场、办公区等

友宝、天使之橙

无人货架

小于10平方米

采用开放式货架陈列商品,用户选购完商品后,通过扫描二维码支付

以办公楼等相对封闭的场所为主

每日优先便利购、猩便利

无人便利店/超市

10-30平方米

用户通过身份识别后进入无人便利店,不同类型无人便利店支付方式各不相同

以社区、商场、办公区为主

缤果盒子、便利橙数据来源：公开资料整理

按所采用技术的不同，现阶段无人零售方案可划分为人工智能方案、互联网方案和物联网方案三种。

人工智能方案：采用人工智能方案的无人零售业态购物体验较好，消费者可实现即拿即走，同时还可记录客流密集度、停留时间等数据，更有利于了解消费者需求，代表企业有Amazon Go、阿里淘咖啡、TakeGo和简24等。

互联网方案:互联网方案主要通过用户扫描维码来实现对货物的识别和自助支付,技术成熟,无需对产品进行改动,成本较低,但购物流程复杂，代表企业有便利蜂、小麦铺、天使之橙、一七闪店等。

物联网方案:以RFID技术为核心,生物识别为辅助,商家给商品贴上标签,顾客购物时在感应区可实现自动结算,代表企业有缤果盒子、EasyGo、Fx函数空间等。

无人零售方案分类及代表企业

方案

特点

应用情况

代表企业

人工智能方案

以识别进店消费者为核心,主要技术包括机器视觉、深度学习算法、传感器融合技术、卷积神经网络、生物识别等,成本高

稳定性难以保证,大多在小规模测试

Amazon Go、阿里淘咖啡、TakeGo和简24

互联网方案

通过用户扫描二维码来实现对货物的识别和自助支付,技术成熟,无需对产品进行改动,成本较低,但购物流程复杂

在自动售货机和无人货架领域应用广泛

便利蜂、小麦铺、天使之橙、一七闪店

物联网方案

以RFID技术为核心生物识别为辅助,给商品贴上标签,在感应区自动结算,技术成熟,成本低应用最广泛,但商品人工贴标签过程复杂

缤果盒子、EasyGo、Fx函数空间数据来源:公开资料整理

近年来,无人零售受到资本市场的高度关注,其中便利蜂和每日优鲜便利购等相继获得腾讯数千万元融资,便利猩和友宝在线等相继获得蚂蚁金服上亿元融资,推动行业快速发展。

我国无人零售行业投融资事件一览

业态

企业名称

融资轮次

融资时间

融资金额

投资机构

自动售货机

友宝在线

战略投资

2019.08

16亿元

蚂蚁金服领投，春华资本跟投

战略投资

2018.11

12亿元

蚂蚁金服

新三板定增

2018.10

2亿元

海逸投资

天使之橙

战略投资

2018.09

未披露

云启资本、IDG资本、安超投资

B轮

2017.08

4亿元

君联资本、愉悦资本领投，云启资本跟投

A+轮

2015.11

未披露

挚信资本

A轮

2014.09

数千万元

未披露

甘来

B轮

2017.11

1亿元

华登国际、百度风投、德同资本

A轮

2016.01

5000万元

励石资本、前海汇能、鼎祥投资

猩便利

战略投资

2018.06

未披露

蚂蚁金服领投,光速中国、红杉资本、华兴资本、元璟资本跟投

A轮

2017.11

3.8亿元

红杉资本中国基金领投,华兴资本等跟投

天使轮

2017.09

1亿元

光速中国创业投资基金领投,张涛、王兴、叶树薪、王慧文跟投

每日优鲜便利购

B轮

2017.12

1.44亿美元

鼎晖领投,北极光创投、启明创投等跟投

A轮

2017.10

5300万美元

腾讯领投,元生资本、时代资本、KTB跟投

无人便利店/超市

缤果盒子

B轮

2018.01

5.1亿元

复星资本领投,普思资本等跟投

A轮

2017.05

1亿元

纪源资本领投,启明创投、源码资本等跟投

便利蜂

B轮

2018.10

未披露

腾讯、高瓴资本

A轮

2017.02

3亿美元

斑马投资

F5未来商店

B+轮

2018.12

1亿元

盛景嘉成领投,TCL创投、

B轮

2018.06

1200万元

创大资本跟投创大资本、TCL资本

A轮

2017.03

1200万元

创大资本,TCL创投

数据来源：公开资料整理

资金的进入吸引各行业企业竞相入局，我国无人零售行业市场规模呈现良好的增长态势。根据数据显示，我国无人零售行业市场规模由2015年的41亿元增长至2018年的198亿元,预计2020年将达339亿元。

2015-2020年我国无人零售行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国无人零售市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国无人零售行业发展概述

第一节 无人零售行业发展情况概述

- 一、无人零售行业相关定义
- 二、无人零售行业基本情况介绍
- 三、无人零售行业发展特点分析
- 四、无人零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、无人零售行业需求主体分析

第二节 中国无人零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、无人零售行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国无人零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国无人零售行业生命周期分析

- 一、无人零售行业生命周期理论概述
- 二、无人零售行业所属的生命周期分析

第四节 无人零售行业经济指标分析

- 一、无人零售行业的赢利性分析
- 二、无人零售行业的经济周期分析
- 三、无人零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国无人零售行业进入壁垒分析

- 一、无人零售行业资金壁垒分析
- 二、无人零售行业技术壁垒分析
- 三、无人零售行业人才壁垒分析
- 四、无人零售行业品牌壁垒分析
- 五、无人零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球无人零售行业市场发展现状分析

第一节 全球无人零售行业发展历程回顾

第二节 全球无人零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲无人零售行业地区市场分析

- 一、亚洲无人零售行业市场现状分析
- 二、亚洲无人零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲无人零售行业市场前景分析

第四节 北美无人零售行业地区市场分析

- 一、北美无人零售行业市场现状分析
- 二、北美无人零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美无人零售行业市场前景分析

第五节 欧洲无人零售行业地区市场分析

- 一、欧洲无人零售行业市场现状分析
- 二、欧洲无人零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲无人零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界无人零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球无人零售行业市场规模预测

第三章 中国无人零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品无人零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国无人零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国无人零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国无人零售行业运行情况

第一节 中国无人零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国无人零售行业市场规模分析

第三节 中国无人零售行业供应情况分析

第四节 中国无人零售行业需求情况分析

第五节 我国无人零售行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国无人零售行业供需平衡分析

第七节 中国无人零售行业发展趋势分析

第五章 中国无人零售所属行业运行数据监测

第一节 中国无人零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国无人零售所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国无人零售所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国无人零售市场格局分析

第一节 中国无人零售行业竞争现状分析

- 一、中国无人零售行业竞争情况分析
- 二、中国无人零售行业主要品牌分析

第二节 中国无人零售行业集中度分析

- 一、中国无人零售行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国无人零售行业市场集中度分析

第三节 中国无人零售行业存在的问题

第四节 中国无人零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国无人零售行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国无人零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国无人零售行业消费市场动态情况

第二节 中国无人零售行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 无人零售行业成本结构分析

第四节 无人零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国无人零售行业价格现状分析

第六节 中国无人零售行业平均价格走势预测

一、中国无人零售行业价格影响因素

二、中国无人零售行业平均价格走势预测

三、中国无人零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国无人零售行业区域市场现状分析

第一节 中国无人零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区无人零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区无人零售市场规模分析

四、华东地区无人零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区无人零售市场规模分析

四、华中地区无人零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区无人零售市场规模分析

四、华南地区无人零售市场规模预测

第九章 2017-2020年中国无人零售行业竞争情况

第一节 中国无人零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国无人零售行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国无人零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 无人零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国无人零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国无人零售行业未来发展前景分析

一、无人零售行业国内投资环境分析

二、中国无人零售行业市场机会分析

三、中国无人零售行业投资增速预测

第二节 中国无人零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国无人零售行业市场发展预测

一、中国无人零售行业市场规模预测

二、中国无人零售行业市场规模增速预测

三、中国无人零售行业产值规模预测

四、中国无人零售行业产值增速预测

五、中国无人零售行业供需情况预测

第四节 中国无人零售行业盈利走势预测

一、中国无人零售行业毛利润同比增速预测

二、中国无人零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国无人零售行业投资风险与营销分析

第一节 无人零售行业投资风险分析

一、无人零售行业政策风险分析

二、无人零售行业技术风险分析

三、无人零售行业竞争风险分析

四、无人零售行业其他风险分析

第二节 无人零售行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国无人零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国无人零售行业品牌战略分析

- 一、无人零售企业品牌的重要性
- 二、无人零售企业实施品牌战略的意义
- 三、无人零售企业品牌的现状分析
- 四、无人零售企业的品牌战略
- 五、无人零售品牌战略管理的策略

第二节 中国无人零售行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国无人零售行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 无人零售行业竞争力提升策略

- 一、无人零售行业产品差异性策略
- 二、无人零售行业个性化服务策略
- 三、无人零售行业的促销宣传策略
- 四、无人零售行业信息智能化策略
- 五、无人零售行业品牌化建设策略
- 六、无人零售行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国无人零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国无人零售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国无人零售行业营销渠道策略

一、无人零售行业渠道选择策略

二、无人零售行业营销策略

第三节 中国无人零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国无人零售行业重点投资区域分析

二、中国无人零售行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/539307539307.html>