

2019年中国无人零售市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2019年中国无人零售市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/374941374941.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

射频识别，RFID（RadioFrequencyIdentification）技术，又称无线射频识别，是一种通信技术，可通过无线电讯号识别特定目标并读写相关数据，而无需在识别系统与特定目标之间建立机械或光学接触，是一种非接触式的自动识别技术。

RFID按应用频率的不同分为低频、高频、超高频、微波；相对应频率分别为：低频135 KHZ以下、高频13.56MHZ、超高频860~960MHZ、微波2.4G，5.8G；RFID按照能源的供给方式分为无源RFID（被动）、有源RFID（主动）以及半有源RFID。

近几年全球RFID市场规模不断扩大。截至2017年底，达到160亿美元，年复合增长率保持在10%左右，处于稳定持续增长阶段。近几年全球RFID标签总出货量的年复合增长率稳定在20%左右，2017年总出货量达到130亿个，同比增长16.85%。其中，超高频RFID市场表现亮眼。预测2018年全球RFID市场规模将达到180亿美元，在2024年上升到296亿美元左右。

我国是全球最大的RFID生产、加工基地。2016年以来，我国相继颁布了《中国射频识别技术政策白皮书》、《800/900MHz频段射频识别（RFID）技术应用规定（试行）》等政策，着手RFID技术研发与标准制定，助推产业进入发展快车道。

2017年我国RFID的市场规模达到了662.09亿元，相比2016年，扩大了22%，实现了快速增长。预计到2018年底将达到840.86亿元。

2013-2018年我国RFID的市场规模 数据来源：观研天下数据中心整理

中国的物联网RFID产业链已经基本搭建起来，并呈现了以北京为代表的环渤海湾、以上海为代表的长三角、以广东和香港为代表的粤港地区遥相呼应且快速发展的态势。上海地区以前端(芯片)为龙头，深圳企业以中后端(绑定与封装)和应用为先导，而北京则以系统集成成为代表。

从RFID市场应用的销售数据分布来看，华南、华北、华东地区是目前我国RFID市场相对成熟的区域，此外，西南地区的RFID企业发展与市场应用在近年来也出现了高速发展的势头。

2017年我国RFID区域市场规模分布 数据来源：观研天下数据中心整理

2011年以来，我国射频IC卡销售量稳步增长，2012年超过94000万张；2013年，我国射频IC卡销量达105000万张以上；2014年约为137000万张，2015年约为147500万张，2016年约为159400万张，到2017年达到194500万张。

2013-2017年我国射频IC卡销售量 数据来源：观研天下数据中心整理

应用领域之新零售终端

“新零售”概念出现仅一年多，但这个万亿战场上的各路大军早已初显锋芒。目前无人超市终端识别商品的技术中，就经常能发现RFID射频标签技术的身影，缤果盒子一开始采用的就是这种方式。

无人超市是指每件商品都添加了RFID电子标签，结合在线支付，互联网，RFID射频识别技术，大数据，人工智能等技术手段，实现无人干扰的购物方式，也就是拿了就走的购物模式。由于RFID电子标签拥有全球唯一的编码，穿透力强、能多标签同时识别、灵敏度高、等特点，使得我们的每一个商品在手提袋和背包内(无需拿出)就可进行扫码。两道人脸识别确认通道同时安装了人脸识别系统、装有RFID模块YXU2881M的射频识别系统，进行多方面的确认进行扣款动作(每人只需用时3-5秒即可搞定)。因此智能超市相比较我们的传统超市上节约成本的用时，提高客户消费体验水平，保证潜在上升的销售业绩，降低了人员干扰等一系列的环境因素导致的客源流失。

趋势1：零售商正在利用射频识别增强“智能”顾客购物体验 如今，配备了RFID超高频读写器YXUK5的智能试衣镜/智能试衣间可以增强购物体验。智能试衣镜下的超高频读写器YXUK5读取服装上的RFID射频识别标签后，便会把服装信息显示在试衣镜玻璃后的触摸屏上，同时推荐引擎会显示与该服装搭配的配饰，比如鞋子或钱包。智能试衣间使客户能够与商店营业员互动或通过社交媒体获得好友对商品的反馈，因此可以满足新一代客户的需求，将智能连接视为购物体验的进步。像一些高端零售商将销售额增加30%归功于互动式更衣室，可见智能设备对实体店确实很有吸引力。

趋势2：零售商正在利用RFID射频识别实现全渠道智能供应链管理 随着按需经济的兴起，多渠道流程和全渠道零售大幅增长，以满足对准确的货物库存和位置信息的需求。实体店正在利用预测分析软件，实现流程优化并帮助零售商识别销售潜力，旨在将新颖特别的“线上购物，线下提货”业务引入商店。为了支持这两种解决方案并将大数据转化为智能数据，零售商正在利用射频识别技术，将准确的实时数据提供给软件分析。一些零售商已经确认，智能供应链管理有助于最大限度提高在市场中的份额。例如，据体育零售商迪卡侬3报告，其销售额随着库存可见性的提高增长了2.5%，而根据梅西百货公司最近的报告，其库存成本因射频识别的实施而降低了10亿美元。

趋势3：零售商正在RFID射频识别解决方案来监控易腐货物 对于食品零售商来说，适时地将商品在过期前从仓库送到货架是一个挑战。这类行业对库存中易腐货物的保质期通常没有准确的洞察。这就产生了不必要的浪费，每年损失达1620亿美元，更不用说健康风险和环境影响了。根据一份行业研究报告6提供的数据，一家价值100亿美元的零售商通过有效管理库存的损耗和保质期，每年可减少高达6000万美元的损失。为了最大限度节省成本，食品零售商正在对射频识别解决方案进行大规模测试，包括用于温湿度监测的跟踪和传感技术。凭借这样的解决方案，分销商、物流公司和批发商能够实时在线定位自己的订单。结合电子货架标签，零售商将能够及时通过降价销售来处理即将过期的商品，甚至可以使顾客直接看到一般的促销活动。

趋势4：通过RFID智能手机增强顾客交互和非接触式支付将越来越受青睐

现有的RFID商品组合支持整个零售生态系统，包括智能手机读取RFID标签和建立物联网(IoT)连接所用的读卡器芯片，以及销售点(POS)中通过智能手机或支付卡实现安全非接触

式支付的读卡器芯片。非接触式支付正日益被客户和零售合作伙伴视为无缝购物体验中不可或缺的一部分。（GYZPP）

观研天下发布的《2019年中国无人零售市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018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

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、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 2016-2018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 欧盟无人零售行业地区市场分析

一、欧盟无人零售行业市场现状分析

二、欧盟无人零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟无人零售行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界无人零售行业分布走势预测

第七节 2019-2025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

第五节中国无人零售行业供需平衡分析

第六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 2016-2018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分析

二、中国无人零售行业企业集中度分析

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 中国无人零售行业竞争力分析

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 2016-2018年中国无人零售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国无人零售行业消费特点

第二节 中国无人零售行业消费偏好分析

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 2016-2018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

第九章 2016-2018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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2019-2025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 2019-2025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 无人零售行业企业经营发展分析及建议

- 一、无人零售行业经营模式
- 二、无人零售行业销售模式
- 三、无人零售行业创新方向

第三节 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 2019-2025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

第十四章 2019-2025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 中国无人零售行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国无人零售行业价格策略

第五节 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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/374941374941.html>