

中国无人零售行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

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《中国无人零售行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/658874.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

一、行业基本概述

无人零售主要指在没有营业员、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。相比于其他业态的新零售，无人零售通过技术的革新，其赋能主要体现在两方面。第一，为消费者提供了新的渠道以及丰富了消费者的消费场景。第二，为运营者节约了前端成本并拓展了商店布局。

资料来源：观研天下整理

无人零售可划分为开放货架、无人货柜、无人便利店、无人超市四种形式。其中开放货架项目在2018年因货损率高、运营成本高等多因素迅速退出市场。而相比于开放货架，无人便利店与无人货柜对商家来说可控性更强，同时有利于进行大数据分析从而更好判断市场变化。而无人超市则对企业物流、仓储、供应链等环节有着更高的技术要求，初期企业难以进入。目前无人便利店和无人货柜虽然起步较晚，但已经成为零售企业必争之地。阿里系新零售和腾讯系新零售阵营纷纷布局。阿里系布局了友宝、欧尚一分钟等五种店铺，腾讯系则参与投资了京东的X无人超市等三种店铺。

二、行业发展现状

随着信息技术的发展，无人经济市场的概念已经进入了大众视野，吸引了众多的关注。无人经济是以互联网络为基础，借助大数据、人工智能识别、射频识别、物联网等传感技术，减少劳务输出，降低成本，提高效率的新型消费关系重构，是信息技术高度发展的产物。目前在我国经济进入高质量发展阶段的当下，无人经济已经成为产业发展的关键创新点，对于推动行业的创造力发展十分有利。

无人零售是无人经济下的产物，是新经济业态，它的出现改变了行业生态，实现了全产业链的数字化，从根本上重塑人货场关系，成为新零售体系的重要分支，目前也是无人经济项目下，发展最为火爆的。随着人工智能的发展、大数据的全方位应用，以及国内移动支付发展的成熟无人零售逐渐成为全球零售业的未来发展方向。

无人零售行业在近年发展中“渗透”至更多城市、更多场景，“无接触经济”逐渐被消费者接受认可。尤其是经历了疫情的影响，各个年龄层的消费者的防控意识全面提升，促使消费者重新关注无接触式购物，让自动售货机和无人超市成为线下消费的主流选择。有相关数据显示，2023年上半年，无人零售相关业态持续火爆，仅仅是自助贩卖机领域，今年全国市场的自动售货机数量就有望突破155万台。

无疑，无人零售作为我国零售业与人工智能、物联网等技术相结合的新业态模式，在我国消费规模不断壮大的背景下，也将迎来广阔发展空间。数据显示，2022年我国无人零售市场规模增至299亿元。

数据来源：观研天下整理

其中自动售货机是目前我国无人零售市场的主流。有数据显示，2022年我国自动售货机市场规模为289亿元，在无人零售行业市场规模中的占比高达96.69%。

数据来源：观研天下整理

虽然目前我国无人零售还处于发展初级阶段，但已经经历了1.0发展阶段，市场已经迈入2.0时代。在1.0发展阶段，虽然创投圈在无人零售赛道的投资额超460亿元，但很多项目并未形成规模化趋势，多个品牌昙花一现，主要是因为市场不够成熟，相关经营模式存在一系列短板。而经历了初期的探索，自2020年开始，初创企业在资本市场的助力以及疫情因素的作用下，通过技术研发和模式创新，让不同模式的无人零售产品不断涌现。不同领域的企业进入赛道，形成合作联动，也让整个产业的发展更为稳定。在市场竞争格局方面，缤果盒子、F5未来商店、猩便利、领蛙等初创企业势头正劲，阿里巴巴、京东、苏宁、娃哈哈等电商和传统零售企业也在加码发力。资本与市场的联动，加上利好政策的推动，让无人零售行业未来发展令人期待。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国无人零售行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、无人零售特点分析
- 三、无人零售行业基本情况介绍
- 四、无人零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2023-2030年世界无人零售行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球无人零售行业市场规模预测

第三章 中国无人零售行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对无人零售行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对无人零售行业的影响分析

第五节中国无人零售行业产业社会环境分析

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

一、影响中国无人零售行业市场规模的因素

二、中国无人零售行业市场规模

三、中国无人零售行业市场规模解析

第三节中国无人零售行业供应情况分析

一、中国无人零售行业供应规模

二、中国无人零售行业供应特点

第四节中国无人零售行业需求情况分析

一、中国无人零售行业需求规模

二、中国无人零售行业需求特点

第五节中国无人零售行业供需平衡分析

第五章 中国无人零售行业产业链和细分市场分析

第一节中国无人零售行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、无人零售行业产业链图解

第二节中国无人零售行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对无人零售行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对无人零售行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国无人零售行业市场竞争分析

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格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国无人零售行业模型分析

第一节中国无人零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国无人零售行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国无人零售行业SWOT分析结论

第三节中国无人零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国无人零售行业平均价格趋势分析
- 二、中国无人零售行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国无人零售行业所属行业运行数据监测

第一节中国无人零售行业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行业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行业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

第十章 2019-2023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析

- 一、影响无人零售行业区域市场分布的因素
- 二、中国无人零售行业区域市场分布

第二节中国华东地区无人零售行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区无人零售行业市场分析
 - (1) 华东地区无人零售行业市场规模
 - (2) 华南地区无人零售行业市场现状
 - (3) 华东地区无人零售行业市场规模预测

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、华中地区无人零售行业市场分析
 - (1) 华中地区无人零售行业市场规模
 - (2) 华中地区无人零售行业市场现状
 - (3) 华中地区无人零售行业市场规模预测

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、华南地区无人零售行业市场分析
 - (1) 华南地区无人零售行业市场规模
 - (2) 华南地区无人零售行业市场现状
 - (3) 华南地区无人零售行业市场规模预测

第五节华北地区无人零售行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区无人零售行业市场分析

- (1) 华北地区无人零售行业市场规模
- (2) 华北地区无人零售行业市场现状
- (3) 华北地区无人零售行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区无人零售行业市场分析
 - (1) 东北地区无人零售行业市场规模
 - (2) 东北地区无人零售行业市场现状
 - (3) 东北地区无人零售行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区无人零售行业市场分析
 - (1) 西南地区无人零售行业市场规模
 - (2) 西南地区无人零售行业市场现状
 - (3) 西南地区无人零售行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区无人零售行业市场分析
 - (1) 西北地区无人零售行业市场规模
 - (2) 西北地区无人零售行业市场现状
 - (3) 西北地区无人零售行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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规模发展预测

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

第十三章 2023-2030年中国无人零售行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节无人零售行业风险分析

一、无人零售行业宏观环境风险

二、无人零售行业技术风险

三、无人零售行业竞争风险

四、无人零售行业其他风险

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

第十四章 2023-2030年中国无人零售行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国无人零售行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国无人零售行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 无人零售行业营销策略分析

一、无人零售行业产品策略

二、无人零售行业定价策略

三、无人零售行业渠道策略

四、无人零售行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/658874.html>