中国无人零售行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031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《中国无人零售行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031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/202404/703918.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

1、无人零售概述

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。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。

在产业链方面，无人零售行业上游与商品、设备供应商有关，并且涉及移动支付、人工智能、人脸识别等技术；下游则是无人零售的主要应用场所，包括但不限于校园、工厂、办公场所、交通枢纽。

无人零售行业产业链图解

资料来源：观研天下整理

2、多个有利因素驱动无人零售行业规模稳定增长

近年来，我国无人零售行业受到技术创新、基础设施逐渐完善、非接触零售需求增加，带动市场规模稳定扩大。根据数据显示，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

具体来看，在技术创新方面，无现金支付选项和存储条件是提升消费者与无人零售之间互动购物体验的两项关键硬件创新，并且大数据分析、视觉识别、物联网及人工智能技术等新技术也进一步提升营运效率，让营运商能直接取得消费数据。同时，随着冷链物流迅速发展，预期范围更广泛的商品（包括新鲜食品）可通过自动售货机出售，从而带动中国大陆自动售货机市场。根据数据显示，2016-2023年我国冷库总容量由3035万吨增长至6095万吨。

数据来源：观研天下整理

我国就业人员平均月薪在2022年达到9300元，接近万元，人工成本不断上升，这让非接触式零售（尤其是自动售货机）越来越受欢迎。与传统零售商相比，无人零售不受营业时间限制，所以营运效率大幅提升。

3、自动售货机是无人零售市场的主流，市场规模达到百亿

在细分市场规模，自动售货机是我国无人零售市场的主流。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

数据来源：观研天下整理

4、无人零售行业仍然存在弊端，智能购物车或成市场救星

但是，目前无人零售并不能完全做到无人，在消费者购物的背后，仍然需要人工来进行监督，以此保障商品出售的准确率。现阶段，有部分企业已经发现问题所在，开始尝试通过其他方法来规避此类弊端。例如，亚马逊试图用智能购物车“Dash Carts”系统逐步取代「Just Walk Out」。简而言之，每辆Dash Cart智能购物车都配备一个交互式可触摸屏，一圈摄像头，一个秤，以及计算机视觉和重量传感器。亚马逊发言人表示，公司方面在重新设计Fresh商店时听取了顾客的意见。顾客们喜欢免排队结账，也希望在购物时查看收据和节省的费用，而智能购物车能让顾客在购物时扫描商品并自动付款，同时还能帮他们省去排队结账的麻烦。

使用智能购物车购物流程

资料来源：观研天下整理

5、无人零售行业已经迈入2.0时代，发展空间广阔

在中国市场，我国无人零售行业经历过1.0时代，已经逐渐进入2.0时代。回顾市场发展历程可以发现，我国无人零售行业经历了大起大落，在2017年市场投资融资火热，阿里、美团、京东等互联网巨头相继入局。2018年，无人零售行业由于市场未成熟、尚未形成规模化等而出现剧变，果小美等多家企业面临裁员、倒闭，2022年行业逐渐淡出市场，2023年上半年，行业又出现火爆，单单在自助贩卖机领域，全国市场的自动售货机数量就有望突破155万台。

综上所述，无人零售行业发展本质上属于新一轮技术变革、产业升级的产物，背后离不开所有企业的共同努力。近期，作为龙头企业亚马逊，推出的“Dash Carts”系统，给无人零售行业提供一个方向标，助力产业从“技术至上”到“场景为王”、“体验为王”的关键性转变。因此，长远来看，我国无人零售行业仍然有着广阔的发展空间。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国无人零售行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031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 2024-2031年世界无人零售行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/703918.html>