

2021年中国服务机器人市场分析报告- 行业深度分析与投资商机研究

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年中国服务机器人市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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/dianzishebei/536983536983.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

服务机器人是指除工业机器人之外的、用于非制造业并服务于人类的各种先进机器人，主要包括个人/家庭用服务机器人和公共服务机器人。随着信息技术快速发展和互联网快速普及，人工智能迎来第三次高速发展。2018年全球服务类机器人市场规模达82.9亿美元，到2020年，全球服务机器人市场规模快速增长至110.3亿美元。

虽然我国在服务机器人领域的研发水平与推广应用整体与欧美日有一定的差距，但是得益于市场需求快速增长，我国服务机器人的具有很大的市场潜力和发展机遇。2016-2018年我国服务机器人市场规模增速均维持在30%以上，即使在2018年后全国机器人市场发展增速减缓大环境下，服务机器人下游需求亦未出现较大波动。2019年我国服务机器人市场规模已达到154亿元，较2016年大幅增长88.2亿元，年复合增长率为32.77%。

2016-2020年我国服务机器人市场规模及同比增长率 数据来源：公开资料整理

得益于我国服务机器人良好发展态势，2016-2019年我国服务机器人市场规模在全国机器人市场总规模中的占比呈现上升态势。2016年我国服务机器人在全国机器人市场中所占份额不足20%，但2019年其结构占比已突破25%。

2016-2020年我国服务机器人结构占比情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

服务机器人的上游领域是关键零部件生产厂商，技术壁垒高，是典型的技术驱动型企业，在整个机器人产业链中占主要地位。目前，核心零部件的缺失始终是横在机器人国产化道路上的一块大石，国产零部件厂家也一直在夹缝中求生存，发展缓慢，相比与国外厂商技术方面还比较薄弱，因此在议价能力上，我国的关键零部件生产厂商的议价能力一般，国外厂商相对较强。但近年来随着政府政策支持，资本的进入，国产核心零部件也取得了一些突破，厂商的议价能力也将会增强。

二、购买者的议价能力

服务机器人的消费终端主要是个人、家庭、以及广泛应用于各种消费场景中，涉及金融、安防、教育、交通、社交娱乐、社保等各大行业。并且随着人口老龄化趋势逐渐加快、劳动人口缩减、人力成本上涨等问题不断出现，日常生活照料、精神抚慰、医疗健康等也成为老年人面临的主要困难，“机器换人”变得迫切。所以下游用户数量多，需求急切，服务机器人行业对下游议价能力较强，购买者的议价能力弱。

2015年-2019年我国劳动年龄人口数量情况

数据来源：国家统计局

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新生产能力、新资源的同时，将希望在已被现有企业瓜分完毕的市场中赢得一席之地，这就有可能会与现有企业发生原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低。国内服务机器人市场还在培育过程中，国内真正可以生产大

型机器人的公司数量较少。成本高是大多数企业的难题，国外企业或其他领域企业选择对我国服务机器人企业进行投资，势必会对现有的企业造成冲击。

2020年服务机器人市场投资事件（金额超过1亿元人民币）

公司名称

金额

投资方

灵动科技FORWARDX

1亿元人民币

招商局资本

ADA SUPPORT

4400万美元

ACCEL PARTNERS等

擎朗智能

2亿元人民币

源码资本等

TEMI 机器人

2000万美元

愉悦资本等

梅卡曼德

1亿元人民币

红杉资本中国

来也科技

4200万美元

光速中国、LICHTSPEED VENTUREPARTNERS美国光速等

VECNA ROBOTICS

5000万人民币

HIGHLAND CAPITAL PARTNERS 等数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为。机器人行业现属于新兴行业，在我国处于初级发展阶段，暂时没有被替代的威胁。

五、同业竞争者的竞争程度

目前，服务机器人行业中的企业基本专注于不同的细分领域。在家用服务机器人中，扫地机器人是主流；在公共服务机器人中，物流机器人是企业分布较多的领域。

扫地机器人是我国服务机器人中发展较为成熟的一个细分产品。我国扫地机器人品牌

集中度较高，前三品牌合计占比超过70%。其中，科沃斯则是中国扫地机器人领域的龙头企业，市场份额接近50%；其次是小米和石头，占比分别为12.0%和11.1%。

2019年我国扫地机器人品牌竞争格局（%）

数据来源：中国消费者协会

在制造业、服务业快速发展的推动下，物流行业迎来了高速增长的时期。目前，进入该领域的玩家众多，但品牌竞争格局已基本形成。具体来看，Geek+和快仓以超30%的市场份额排名前两位。Geek+专注仓储物流领域，快仓是国内首批从事智能仓储机器人研发制造应用的企业，也是单仓部署智能仓储机器人规模全球第二大的企业。此外，海康威视、马路创新、牧星智能、艾瑞思机器人等也在物流机器人领域占有一席之地。

2019年我国物流机器人品牌竞争格局（%）

数据来源：公开资料整理（TF）

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年中国服务机器人市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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年中国服务机器人行业发展概述

第一节 服务机器人行业发展情况概述

一、服务机器人行业相关定义

二、服务机器人行业基本情况介绍

三、服务机器人行业发展特点分析

四、服务机器人行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、服务机器人行业需求主体分析

第二节 中国服务机器人行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、服务机器人行业产业链条分析

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、中国服务机器人行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国服务机器人行业生命周期分析

一、服务机器人行业生命周期理论概述

二、服务机器人行业所属的生命周期分析

第四节 服务机器人行业经济指标分析

一、服务机器人行业的赢利性分析

二、服务机器人行业的经济周期分析

三、服务机器人行业附加值的提升空间分析

第五节 中国服务机器人行业进入壁垒分析

一、服务机器人行业资金壁垒分析

二、服务机器人行业技术壁垒分析

三、服务机器人行业人才壁垒分析

四、服务机器人行业品牌壁垒分析

五、服务机器人行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球服务机器人行业市场发展现状分析

第一节 全球服务机器人行业发展历程回顾

第二节 全球服务机器人行业市场区域分布情况

第三节 亚洲服务机器人行业地区市场分析

一、亚洲服务机器人行业市场现状分析

二、亚洲服务机器人行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲服务机器人行业市场前景分析

第四节 北美服务机器人行业地区市场分析

一、北美服务机器人行业市场现状分析

二、北美服务机器人行业市场规模与市场需求分析

三、北美服务机器人行业市场前景分析

第五节 欧洲服务机器人行业地区市场分析

一、欧洲服务机器人行业市场现状分析

二、欧洲服务机器人行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲服务机器人行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界服务机器人行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球服务机器人行业市场规模预测

第三章 中国服务机器人产业发展环境分析

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、全社会消费品服务机器人总额

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 中国服务机器人行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国服务机器人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 中国服务机器人行业运行情况

第一节 中国服务机器人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 中国服务机器人行业市场规模分析

第三节 中国服务机器人行业供应情况分析

第四节 中国服务机器人行业需求情况分析

第五节 我国服务机器人行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国服务机器人行业供需平衡分析

第七节 中国服务机器人行业发展趋势分析

第五章 中国服务机器人所属行业运行数据监测

第一节 中国服务机器人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 中国服务机器人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 中国服务机器人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年中国服务机器人市场格局分析

第一节 中国服务机器人行业竞争现状分析

- 一、中国服务机器人行业竞争情况分析
- 二、中国服务机器人行业主要品牌分析
- 第二节 中国服务机器人行业集中度分析
 - 一、中国服务机器人行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国服务机器人行业市场集中度分析
- 第三节 中国服务机器人行业存在的问题
- 第四节 中国服务机器人行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国服务机器人行业钻石模型分析
 - 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年中国服务机器人行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国服务机器人行业消费市场动态情况
- 第二节 中国服务机器人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 服务机器人行业成本结构分析
- 第四节 服务机器人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 中国服务机器人行业价格现状分析
- 第六节 中国服务机器人行业平均价格走势预测
 - 一、中国服务机器人行业价格影响因素
 - 二、中国服务机器人行业平均价格走势预测
 - 三、中国服务机器人行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国服务机器人行业区域市场现状分析

- 第一节 中国服务机器人行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区服务机器人市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区服务机器人市场规模分析
- 四、华东地区服务机器人市场规模预测

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、华中地区服务机器人市场规模分析
- 四、华中地区服务机器人市场规模预测

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、华南地区服务机器人市场规模分析
- 四、华南地区服务机器人市场规模预测

第九章 2017-2020年中国服务机器人行业竞争情况

第一节 中国服务机器人行业竞争结构分析（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 中国服务机器人行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国服务机器人行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 服务机器人行业企业分析（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年中国服务机器人行业发展前景分析与预测

第一节 中国服务机器人行业未来发展前景分析

一、服务机器人行业国内投资环境分析

二、中国服务机器人行业市场机会分析

三、中国服务机器人行业投资增速预测

第二节 中国服务机器人行业未来发展趋势预测

第三节 中国服务机器人行业市场发展预测

- 一、中国服务机器人行业市场规模预测
- 二、中国服务机器人行业市场规模增速预测
- 三、中国服务机器人行业产值规模预测
- 四、中国服务机器人行业产值增速预测
- 五、中国服务机器人行业供需情况预测

第四节 中国服务机器人行业盈利走势预测

- 一、中国服务机器人行业毛利润同比增速预测
- 二、中国服务机器人行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国服务机器人行业投资风险与营销分析

第一节 服务机器人行业投资风险分析

- 一、服务机器人行业政策风险分析
- 二、服务机器人行业技术风险分析
- 三、服务机器人行业竞争风险分析
- 四、服务机器人行业其他风险分析

第二节 服务机器人行业应对策略

- 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年中国服务机器人行业发展战略及规划建议

第一节 中国服务机器人行业品牌战略分析

- 一、服务机器人企业品牌的重要性
- 二、服务机器人企业实施品牌战略的意义
- 三、服务机器人企业品牌的现状分析
- 四、服务机器人企业的品牌战略
- 五、服务机器人品牌战略管理的策略

第二节 中国服务机器人行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 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、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国服务机器人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 服务机器人行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国服务机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国服务机器人行业产品策略分析

- 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 中国服务机器人行业营销渠道策略

- 一、服务机器人行业渠道选择策略
- 二、服务机器人行业营销策略

第三节 中国服务机器人行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国服务机器人行业重点投资区域分析
- 二、中国服务机器人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/dianzishabei/536983536983.html>