

中国无人零售行业发展分析及发展前景与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

无人零售是指在没有营业员、收银员以及其他商店工作人员的情况下，由消费者自助进行进店、挑选、购买，支付等全部购物活动的零售形态。无人零售分为开放货架、自动贩卖机、无人便利店和无人超市为主的实体零售中无人值守的部分，其中无人超市主要处于内测阶段尚未大规模铺开。所以目前无人零售主体集中在开放货架、自动贩卖机、无人便利店三类。

目前，中国无人零售商店处于萌生阶段，商店铺设正起步，用户覆盖率较低，无论数量还是成熟度都有所欠缺，用户进入市场条件不完备，故用户规模还没有实现放量。我国无人零售整体发展迅速，2014年市场规模约为17亿元。自2017年行业“起飞”后，市场规模便高速增长。2021年市场规模超过500亿元，2014-

2021年的年均复合增长率超50%。从落地形式来看，无人零售发展至今覆盖的品类越来越多，但目前自助售货机仍是主流渠道，占据85%的市场份额。

无人零售商店适应目前新零售形式，其节约成本优势凸显，目前制约其喷发的主要原因还是技术问题，而近几年人工智能成为众领域焦点，各条件倾斜下发展迅猛，目前存在识别不准确，用户流量大时处理困难的问题有望短期内解决。从互联网及电商巨头纷纷布局未来电商的趋势来看，无人零售商店理念的渗透会随店面覆盖率上升而逐渐深入用户群体，平台流量导流的情况下用户规模会呈现明显喷发趋势。从长期来看，无人店与传统店均需平衡成本与利润。从实际运营的角度来看，无人便利店前期建设需要考虑硬件设施、配套软件、许可证获取等，并且需要针对企业定位和用户场景化需求设置相应品类，完成初步的选址和选品。随着无人店技术的成熟，市场竞争者会逐渐增多。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国无人

零售市场进行了分析研究。报告在总结中国无人零售行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国无人零售行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为无人零售企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 无人零售行业发展综述

第一节 无人零售行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

三、行业特性

第二节 无人零售行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

第三节 无人零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二章 全球无人零售行业发展分析及趋势预测

第一节 全球无人零售行业的发展分析

一、全球无人零售行业发展情况

二、全球无人零售行业趋势预测

三、全球无人零售行业重点企业

(一)、瑞典公司wheelys

(二)、日本罗森(lawson)

(三)、亚马逊

第二节 全球重点区域无人零售行业发展分析

一、美洲地区及国家无人零售行业发展分析

二、欧洲地区及国家无人零售行业发展分析

三、亚洲地区及国家无人零售行业发展分析

第三章 无人零售行业市场发展分析

第一节 我国无人零售市场要素分析

一、无人零售核心要素

二、中国开展无人零售市场的条件分析

三、中国开展无人零售的机会

四、中国开展无人零售的瓶颈

第二节 我国无人零售行业市场分析

一、我国无人零售行业市场现状分析

二、我国无人零售行业市场发展能力分析

三、我国无人零售行业市场规模分析

四、我国无人零售行业市场前景展望

第三节 我国无人零售行业发展状况分析

一、我国无人零售行业发展阶段

二、我国无人零售行业发展总体概况

三、我国无人零售行业发展特点分析

四、我国无人零售行业商业模式分析

第四章 我国无人零售行业整体运行分析

第一节 中国无人零售行业运行驱动因素

一、无人零售市场运行内驱力

- 1、零售市场竞争激烈，降本增效意识增强
- 2、传统线下零售亟待转型，不断尝试创新升级
- 3、线上流量红利渐失，线下拓展成新增长点

二、无人零售市场运行外驱力

- 1、移动支付普及，加速线下零售业的数字化转型
- 2、资本青睐，助推无人零售市场发展进程
- 3、智能技术发展与结合，消费体验升级
- 4、宏观政策向好，推动零售业态创新转型

第二节 中国无人零售运行关键因素分析

- 一、无人零售优化消费模式，“黑科技”只是手段
- 二、无人供应链向网状结构转变，信息传达更高效
- 三、供应链整合能力是企业发展的核心要素之一

第三节 无人零售商店运行模式分析

- 一、amazon go的模式
- 二、f5未来商店模式
- 三、便利蜂的模式
- 四、缤果盒子的模式
- 五、快猫quixmart的模式

第五章 2026-2031年我国无人零售市场供需形势分析

第一节 我国无人零售市场供需分析

一、2021-2026年我国无人零售行业供给情况

1、我国无人零售行业供给分析

2、重点企业市场占有率

二、2021-2026年我国无人零售行业需求情况

1、无人零售行业需求市场

2、无人零售行业客户结构

3、无人零售行业需求的地区差异

三、2021-2026年我国无人零售行业供需平衡分析

第二节 无人零售市场应用状况及需求规模预测

一、疫情影响下无人零售市场总体需求分析

1、无人零售应用市场需求特征

2、无人零售应用市场需求变化

二、2026-2031年无人零售行业领域需求预测

三、后疫情时代无人零售行业需求规模预测

第六章 我国无人零售细分市场分析及预测

第一节 自动售货机市场分析预测

一、自动售货机技术发展进程

二、自动售货机市场规模分析

三、自动售货机市场竞争格局

四、自动售货机市场趋势预测

第二节 无人货架市场分析预测

一、无人货架技术发展进程

二、无人货架市场规模分析

三、无人货架市场竞争格局

四、无人货架市场趋势预测

第三节 无人便利店市场分析预测

一、无人便利店技术发展进程

二、无人便利店市场规模分析

三、无人便利店市场竞争格局

四、无人便利店市场趋势预测

第四节 无人超市市场分析预测

一、无人超市技术发展进程

二、无人超市市场规模分析

三、无人超市市场竞争格局

四、无人超市市场趋势预测

第七章 我国无人零售行业营销趋势及策略分析

第一节 无人零售行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、无人零售营销环境分析与评价

1、国际环境下的无人零售

2、企事业需求下的无人零售

3、我国无人零售市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 无人零售行业营销策略分析

一、中国无人零售营销概况

二、无人零售营销策略探讨

第八章 2026-2031年无人零售行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、无人零售行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、无人零售行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、无人零售行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、集中度变化趋势

四、无人零售行业swot分析

1、无人零售行业优势分析

2、无人零售行业劣势分析

3、无人零售行业机会分析

4、无人零售行业威胁分析

第二节 中国无人零售行业竞争格局综述

一、无人零售行业竞争概况

二、无人零售行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第九章 2026-2031年无人零售行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年无人零售行业发展前景

一、2026-2031年无人零售行业发展潜力

二、2026-2031年无人零售发展前景展望

三、2026-2031年无人零售细分行业发展前景

第二节 2026-2031年无人零售市场发展趋势预测

一、2026-2031年无人零售行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、2026-2031年无人零售市场规模预测

1、无人零售行业市场容量预测

2、无人零售行业销售收入预测

三、2026-2031年无人零售行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国无人零售行业供需预测

一、2026-2031年中国无人零售行业供给预测

二、2026-2031年中国无人零售行业需求预测

三、2026-2031年中国无人零售行业供需平衡预测

第四节 影响企业经营的关键趋势

第十章 2026-2031年无人零售行业投融资发展机会与风险分析

第一节 无人零售行业投资特性分析

一、无人零售行业进入壁垒分析

二、无人零售行业盈利因素分析

三、无人零售行业盈利模式分析

第二节 无人零售行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、2021-2026年无人零售行业投资状况回顾

三、2021-2026年我国无人零售行业的投资态势

第三节 2026-2031年无人零售行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 2026-2031年无人零售行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、同业竞争风险

三、新产品开发风险

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、其他风险及防范

第十一章 无人零售行业投资战略研究

第一节 无人零售行业发展战略研究

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

第二节 无人零售经营策略分析

一、无人零售市场细分策略

二、无人零售市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

第三节 无人零售行业投资战略研究

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 无人零售行业研究结论及建议

第二节 无人零售子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和无人零售行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：无人零售产业链图谱

图表：无人便利店投入建设时期需要考虑的核心因素

图表：便利店持续经营需要考虑的指标

图表：无人零售行业市场规模(单位：亿元)

图表：amazon go 无人零售商店的运营模式

图表：中国传统零售行业转型探索

图表：中国移动支付普及率(单位：%)

图表：无人零售消费者关注的焦点

图表：amazon go的模式

图表：f5未来商店模式

图表：便利蜂的模式

图表：缤果盒子的模式

图表：快猫quixmart的模式

图表：无人零售行业客户年龄结构分布(单位：%)

图表：无人货架市场概览

图表：无人便利店业态比较

图表：企业总资产对比(亿元)

图表：企业人员对比

图表：企业营业收入对比(亿元)

图表：企业利润总额对比(亿元)

图表：2026-2031年中国无人零售行业销售收入预测(单位：亿元)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：246241

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20220212/246241.shtml>

在线订购：[点击这里](#)