

中国无人零售行业市场发展分析及发展趋势与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

无人零售行业发展许多年，随着互联网技术的不断提升，无人智能零售模式开始得到更大规模的发展，现在无人智能零售行业在经过不断的试错以后，一些激进的企业已经退出市场，也有一部分企业找到好的发展机遇，创造了新的行业机遇。无人零售在国外发展非常成熟，但是智能零售，就需要结合到计算机视觉、生物识别以及大数据智能算法等内容，需要覆盖到更多现金的产业内容，涉及到更多的计算机、机器人、无人化支付等，用更加信息化、智能化的方式降低成本，提升运营和管理效率。

无人智能零售并不是伪需求，市场整体的需求量是非常大的，市场的整体反馈也是良性和正向的，但是无人智能零售仍然存在许多发展空间，如何降低整体的运营成本，做好产品品控和物流供应，都是非常关键的。在无人零售行业，规模竞争的背后，更是运营能力、供应链等方面的竞争，比拼哪个竞争者更懂消费者，能把最匹配的货品送到最需要的人手边，比拼供应链管理能力和成本控制力和服务能力。因此，无人零售产业的发展，也将会像共享单车、共享充电宝等行业的发展一样，当规模发展到一定阶段，一些运营能力弱，商业模式不明晰，或者市场占有率小的项目，将很难获得资本市场的青睐，将被其他竞争者整合，或者淘汰出局。

这种行业整合是多方面的，可能发生在同一业态内，比如无人便利货架/货柜领域，果小美和番茄便利之间的合并，猩便利对51零售的全资收购等;也可以是跨业态的，自助售货机、无人便利货架/货柜、无人便利店之间针对不同的场景相互依存、走向融合。

随着我国国民经济的不断发展，居民收入水平的不断提升，我国社会消费品零售总额不断增长。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。根据相关数据，2021年我国无人零售行业市场规模能达到约282.7亿元的水平。今后随着物联网技术、AI、5G等技术的发展，90后逐渐成为消费主力，他们对品牌内容、体验互动比以往有更高的要求。消费者体验、供应链效率、消费场景都将重塑。无人零售的发展符合时代风口，

而成本和需求也促使开启了自动售货机的售货渠道。

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、工信部、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 2021-2026年中国零售业运行态势分析

第一节 2021-2026年中国零售业的发展分析

- 一、零售业发展潜力巨大
- 二、零售业成本上升促使企业关注内生增长
- 三、零售行业消费品市场进入新的发展时期
- 四、国内零售企业开展分等定级
- 五、社会消费品零售总额分析
- 六、零售百货行业分析

第二节 2021-2026年中国零售业转型进入关键期

- 一、品牌创造价值
- 二、服务创造价值
- 三、现代信用创造价值
- 四、企业社会责任创造价值

五、安全创造价值

六、商业模式创造价值

七、商业文化创造价值

八、人力资本创造价值

第三节 2021-2026年中国零售企业五大问题分析

一、连锁企业漠视品牌经营

二、统一采购仅停留于理论

三、末端优势难以体现

四、定价和促销流于形式

五、存货管理漏洞大

第二章 2021-2026年中国无人零售行业发展环境分析

第一节 2021-2026年中国零售百货业经济环境分析

第二节 中国零售百货业政策环境分析

一、《零售商供应商公平交易管理办法》

二、《全国商品市场体系建设纲要》

三、新《商品条码管理办法》

四、新《零售商品称重计量监督管理办法》

五、无人零售行业发展规划

六、中国白酒税收政策分析

第三节 2021-2026年中国零售百货业社会环境分析

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2021-2026年中国无人零售所属行业总体发展状况

第一节 中国无人零售所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

五、行业敏感性分析

第二节 中国无人零售所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国无人零售所属行业财务能力分析

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

第四章 2021-2026年中国无人零售行业发展概况

第一节 2021-2026年中国无人零售行业发展态势分析

第二节 2021-2026年中国无人零售行业发展特点分析

第三节 2021-2026年中国无人零售行业市场供需分析

第五章 无人零售行业竞争分析

第一节 中国无人零售行业竞争格局分析

一、中国无人零售行业集中度分析

二、中国无人零售市场整体竞争格局

第二节 中国无人零售行业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 2021-2026年中国无人零售行业竞争分析及预测

一、2021-2026年无人零售市场竞争情况分析

二、2021-2026年无人零售市场竞争形势分析

三、2026-2031年集中度分析及预测

四、2026-2031年swot分析及预测

五、2026-2031年进入退出状况分析及预测

六、2026-2031年生命周期分析及预测

第六章 无人零售企业竞争策略分析

第一节 无人零售市场竞争策略分析

一、无人零售行业增长潜力分析

二、无人零售主要潜力项目分析

三、现有无人零售竞争策略分析

四、无人零售潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 无人零售企业竞争策略分析

第七章 无人零售典型案例企业分析

第一节 amazongo

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第二节 淘咖啡

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第三节 takego

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第四节 缤果盒子

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第五节 便利蜂

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第八章 无人零售行业发展趋势预测

第一节 无人零售行业前景分析

一、未来无人零售的发展趋势展望

二、中国无人零售未来发展前景广阔

三、2021-2026年我国无人零售行业发展趋势

四、中国无人零售市场发展预测

五、2026-2031年无人零售发展方向探讨

六、2026-2031年无人零售市场规模预测

第二节 2026-2031年无人零售市场趋势分析

一、2021-2026年无人零售市场趋势总结

二、2026-2031年无人零售发展趋势分析

三、2026-2031年无人零售市场发展空间

四、2026-2031年无人零售行业政策趋向

五、2026-2031年无人零售价格走势分析

第三节 2026-2031年无人零售市场预测

一、2026-2031年无人零售市场结构预测

二、2026-2031年无人零售市场需求前景

三、2026-2031年无人零售市场价格预测

四、2026-2031年无人零售行业集中度预测

第九章 无人零售行业投资现状分析

第一节 无人零售行业投资情况分析

一、总体投资及结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

六、外商投资情况

第二节 2021-2026年无人零售行业投资情况分析

一、2021-2026年投资规模情况

二、2021-2026年投资增速情况

三、2021-2026年分行业投资分析

四、2021-2026年分地区投资分析

五、2021-2026年外商投资情况

第十章 无人零售行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2021-2026年我国宏观经济运行情况

二、2026-2031年我国宏观经济形势分析

三、2026-2031年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2021-2026年无人零售行业政策环境

二、2021-2026年国内宏观政策对其影响

三、2021-2026年行业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2021-2026年社会环境发展分析

三、2026-2031年社会环境对行业的影响分析

第十一章 无人零售行业投资机会与风险

第一节 无人零售行业投资效益分析

一、2021-2026年无人零售行业投资状况分析

二、2026-2031年无人零售行业投资效益分析

三、2026-2031年无人零售行业投资趋势预测

四、2026-2031年无人零售行业的投资方向

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响无人零售行业发展的主要因素

一、2026-2031年影响无人零售行业运行的有利因素分析

二、2026-2031年影响无人零售行业运行的稳定因素分析

三、2026-2031年影响无人零售行业运行的不利因素分析

四、2026-2031年我国无人零售行业发展面临的挑战分析

五、2026-2031年我国无人零售行业发展面临的机遇分析

第三节 无人零售行业投资风险及控制策略分析

一、2026-2031年无人零售行业市场风险及控制策略

二、2026-2031年无人零售行业政策风险及控制策略

三、2026-2031年无人零售行业经营风险及控制策略

四、2026-2031年无人零售同业竞争风险及控制策略

五、2026-2031年无人零售行业其他风险及控制策略

第十二章 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、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对无人零售品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、无人零售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

第三节 无人零售行业投资战略研究

图表目录

图表：新《零售商品称重计量监督管理办法》附表1

图表：2021-2026年中国无人零售行业从业人员规模(单位：万人)

图表：2021-2026年中国无人零售行业资产规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国无人零售行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国无人零售行业盈利能力

图表：2021-2026年中国无人零售行业偿债能力

图表：2021-2026年中国无人零售行业营运能力

图表：2021-2026年中国无人零售企业注册量(家)

图表：2021-2026年中国零售市场份额

图表：amazon go的模式

图表：缤果盒子的模式

图表：便利蜂的模式

图表：2026-2031年中国无人零售行业市场规模预测(单位：亿元)

图表：四种基本的品牌战略

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：311788

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20230106/311788.shtml>

在线订购：[点击这里](#)