

## 中国无人超市行业市场深度调研及前景趋势与投资发展研究报告(2024-2029版)

### 报告简介

无人超市是一种新型购物超市，其特点在于无人员管理，顾客选购商品后，按照标价自行完成支付过程，通常是通过保险箱或投币盒、自助收银机等方式进行。无人超市具有小空间、低库存、方便快捷等优点，可以节省商家的人工成本，同时也为消费者提供更加便利的购物体验。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个无人超市行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据无人超市行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国无人超市行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国无人超市行业将面临的机遇与挑战，对无人超市行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是无人超市企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

### 报告目录

#### 第一章 无人超市行业相关概述

##### 第一节 无人超市相关概述

一、无人超市的概念

二、无人超市的分类

三、与超市的区别

##### 第二节 无人超市业态特征

一、距离的便利性

二、即时的便利性

三、时间的便利性

四、服务的便利性

#### 第二章 2021-2023年零售及新零售行业发展综述

##### 第一节 零售和新零售行业概述

一、零售业基本介绍

二、新零售概念界定

三、新零售时代来临

四、零售与新零售对比

第二节 2021-2023年零售行业发展分析

一、零售行业发展变革

二、零售市场发展特征

三、社会消费品零售额

四、百强企业零售规模

五、主要业态运行状况

六、行业发展存在问题

七、行业发展策略建议

第三节 2021-2023年新零售行业发展状况

一、新零售驱动因素

二、新零售行业特点

三、新零售产业图谱

四、新零售效益成本

五、新零售发展热点

第四节 新零售行业发展措施建议

一、发挥大数据的作用

二、构建商业治理体系

三、建设农产品供应链

四、推动企业“走出去”

第三章 2021-2023年国际无人超市行业发展综述

## 第一节 日本无人超市行业发展状况

### 一、行业发展阶段

### 二、市场发展规模

### 三、行业带动作用

### 四、主要品牌分析

### 五、行业传统困境

### 六、行业变革方向

## 第二节 美国无人超市行业发展状况

### 一、行业基本定义

### 二、零售市场规模

### 三、行业发展概况

### 四、行业营销技术

## 第三节 中国台湾无人超市行业发展

### 一、行业发展特点

### 二、行业运行状况

### 三、o2o运营模式

## 第四章 2021-2023年中国无人超市行业发展环境

### 第一节 经济环境

#### 一、宏观经济发展概况

#### 二、对外经济发展现状

#### 三、服务行业运行状况

#### 四、国内宏观经济展望

### 第二节 社会环境

#### 一、人口结构分析

二、居民收入水平

三、居民消费水平

四、消费市场特征

五、移动支付普及

第三节 政策环境

一、居民生活服务规划

二、加快流通促进消费

三、供应链创新与应用

四、促进消费升级意见

五、无人超市品牌化建设

六、区域配套扶持政策

第五章 2021-2023年中国无人超市行业发展分析

第一节 2021-2023年无人超市市场发展状况

一、营商环境分析

二、市场销售规模

三、行业门店数量

四、行业利润水平

五、区域规模效应

第二节 中国无人超市行业景气指数分析

一、无人超市总体景气指数

二、无人超市门店分项指数

三、无人超市门店销售情况

四、无人超市门店客户分析

第三节 中国无人超市市场竞争状况分析

- 一、市场竞争概况
- 二、品牌竞争状况
- 三、市场份额占比
- 四、区域发展格局
- 五、电商企业布局
- 六、日系无人超市竞争

#### 第四节 中国无人超市内部管理状况调研

- 一、无人超市业务开展
- 二、无人超市运营难点
- 三、无人超市人才储备
- 四、无人超市商品结构

#### 第五节 外资无人超市品牌在我国布局分布状况

- 一、京津地区
- 二、华东地区
- 三、川渝地区
- 四、珠三角地区

#### 第六节 中国无人超市发展存在的主要问题

- 一、盲目扩张问题
- 二、商品缺乏特色
- 三、物流配送不足
- 四、信息管理不善
- 五、行业发展困局

#### 第七节 中国无人超市提升竞争力的策略分析

- 一、实行连锁经营

二、注重特色发展

三、建立高效物流

四、提升服务质量

## 第六章 中国无人超市行业投资潜力分析

### 第一节 新零售推动无人超市转型发展

一、无人超市时代变革

二、无人超市转型升级

三、门店数字化转型

### 第二节 中国无人超市市场引领新零售发展

一、新零售产业链

二、消费流程介绍

三、发展模式演变

四、市场发展规模

五、市场发展机遇

### 第三节 国内外企业布局无人超市发展动态

一、亚马逊无人超市

二、7-11进军无人超市

三、阿里布局无人超市

四、京东智能无人超市

五、缤果盒子无人超市

六、苏宁无人店正式开业

### 第四节 中国无人超市行业投资分析

一、行业投资背景

二、行业影响因素

三、行业投资规模

四、行业发展危机

五、行业投资建议

第七章 中国无人超市o2o模式应用发展分析

第一节 无人超市o2o模式基本概述

一、无人超市o2o内涵界定

二、无人超市o2o发展概况

三、无人超市o2o运行模式

第二节 无人超市o2o主要模式发展分析

一、商圈o2o无人超市

二、社区o2o无人超市

三、校园o2o无人超市

四、未来模式发展趋势

第三节 无人超市o2o运行模式相关建议

一、实体超市主导模式

二、电商企业主导模式

三、物流公司主导模式

第四节 无人超市o2o营销模式构建分析

一、构建形式简介

二、信息系统建设

三、全渠道销售协同

四、经营服务项目设置

五、企业营销策略研究

第八章 中国无人超市行业消费者行为调查研究

## 第一节 中国零售业消费特征剖析

### 一、消费群体特征

### 二、消费偏好特征

### 三、消费内容特征

### 四、消费方式特征

## 第二节 中国无人超市消费者的特性研究

### 一、研究目的和意义

### 二、研究方法分析

### 三、研究内容及结果

### 四、研究成果应用

## 第三节 中国无人超市消费者行为分析

### 一、消费者需求增加

### 二、消费者偏好原因

## 第九章 中国无人超市市场营销研究分析

### 第一节 中国无人超市市场营销策略

#### 一、商品策略

#### 二、渠道策略

#### 三、价格策略

### 第二节 加油站无人超市营销策略分析

#### 一、品牌策略

#### 二、商品策略

#### 三、价格策略

#### 四、促销策略

### 第三节 中国无人超市营销核心竞争力探究



一、财务角度分析

二、能力提升方式

三、抢占市场要素

## 第十章 无人超市行业商业案例——7-11经营模式解析

### 第一节 7-11无人超市基本概况

一、企业起源介绍

二、控股集团业务

三、企业门店数量

四、企业经营状况

### 第二节 7-11无人超市零售文化剖析

一、卖方社会阶段

二、买方社会阶段

三、价值共创经营

### 第三节 7-11无人超市核心竞争力分析

一、供应端竞争优势

二、运营端创新模式

三、用户端服务升级

## 第十一章 中国无人超市重点企业经营状况

### 第一节 无人超市行业上市公司财务状况分析

一、上市公司规模

二、上市公司分布

三、经营状况分析

四、盈利能力分析

### 第二节 阿里巴巴网络技术有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、品牌发展优势

四、品牌经营理念

### 第三节 中山市宾哥网络科技有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业业务拓展

四、企业发展战略

### 第四节 佛山市欧谱电子商务有限公司

一、企业发展概况

二、企业发展理念

三、企业布局战略

四、企业发展战略

### 第五节 北京亿百维信息科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业发展理念

三、企业布局历程

四、企业发展战略

### 第六节 北京京东世纪贸易有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

## 第七节 腾势信息科技有限公司

### 一、企业发展概况

### 二、经营效益分析

### 三、业务经营分析

### 四、财务状况分析

## 第十二章 2024-2029年中国无人超市行业发展前景及趋势预测

### 第一节 中国零售行业未来发展趋势

#### 一、商业结构调整优化

#### 二、发展方式创新协同

#### 三、跨界融合持续促进

#### 四、市场环境不断完善

### 第二节 中国无人超市行业未来发展趋势

#### 一、全渠道整合

#### 二、媒体营销趋势

#### 三、品牌扩张态势

#### 四、增值服务增多

#### 五、分群促销方式

### 第三节 中国无人超市行业发展前景分析

#### 一、行业数字化赋能

#### 二、无人超市格局变化

#### 三、行业技术与渠道

#### 四、无人超市业态融合

### 第四节 2024-2029年中国无人超市行业预测分析

#### 一、2024-2029年中国无人超市行业影响因素分析

## 二、2024-2029年中国无人超市行业销售额预测

### 图表目录

图表：线上线下融合趋势显著

图表：传统零售与新零售的区别

图表：2023年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表：2023年社会消费品零售总额主要数据

图表：新零售发展驱动因素：消费升级

图表：新零售发展驱动因素：新兴技术

图表：新零售发展驱动因素：政策推动

图表：新零售发展驱动因素：物流网络

图表：新零售的特点

图表：新零售产业图谱

图表：新零售坪效远高于传统门店

图表：无人零售的投入成本和运营成本

**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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20240424/565473.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)