

2020-2026年中国无人零售 市场深度评估与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国无人零售市场深度评估与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/161634.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

无人零售的出现刷新着消费者的认知，使未来商业场景又多了一种可能，甚至被认为是未来与实体零售、电商比肩的“新零售”业态。对于无人零售来说，技术尚不是最大的问题，必须满足“低成本”和“高稳定”两个要素才能真正促使无人零售从概念落地为“用户购物场景”，而打通与消费者直接接触的场景是无人零售长久生存下去的关键。

无人零售目前有两种形式，一是自动贩卖机，目前自动贩卖机上除了可以买饮料零食外，还增加了流食等商品，不断扩展品类；二是无人门店，比如无人便利店、无人咖啡馆等。

进入2017年以来无人零售频频获得资本青睐，除了阿里、欧尚，目前国内无人超市/便利店的参与者还有F5未来超市、24爱购、TakeGo、甘来智能微超、神奇屋、EAT BOX。预计到2022年交易额将达1.8万亿。

报告目录

第一章 2019年无人零售行业发展态势分析

第一节 2019年无人零售市场发展状况分析

一、无人零售业的定义

二、无人零售行业特点分析

三、无人零售市场需求分析

第二节 无人零售业的业态概述

一、零售业态的划分标准

二、无人零售业的基本业态

三、无人零售业态发展规律分析

四、无人零售销售归入零售业态

第三节 无人零售与传统零售对比

一、无人零售与线上零售的对比

二、无人零售与便利店的对比

第四节 无人零售行业发展动态

一、无人零售技术获海外认可，缤果盒子布局日本

二、中亚股份与阿里在无人零售设备支付系统展开合作

三、央视点赞苏宁无人机械臂店 无人零售成就不一样的双十一

第二章 中国无人零售业态发展技术分析

第一节 无人零售技术支持分析

一、现有无人零售技术支持对比

二、无人零售主要技术分析

（一）无人结算1.0：条码识别

（二）无人零售2.0：RFID标签识别

（三）无人零售3.0：即拿即走，无感结算

（四）无人零售终极目标：购物环节极简化

三、无人零售业态主要技术壁垒分析

第二节 生物识别技术发展分析

一、基于生物识别的用户管理

二、通过行为识别检测购物操作

三、物体识别方案对商品判别

（一）现有结算方式：扫码识别

（二）增长空间巨大：RFID

（三）基于计算机视觉的物体识别

第三节 RFID技术在无人零售应用

一、RFID技术在无人零售应用现状

二、RFID技术在零售业优劣势分析

三、RFID技术在无人零售应用前景

第四节 无人零售业务其他技术分析

一、计算机视觉技术

二、重力传感器技术

三、人工智能技术

第三章 互联网对无人零售商店的影响分析

第一节 互联网对无人零售商店行业的影响

一、智能无人零售商店设备发展情况分析

1、智能无人零售商店设备发展概况

2、主要无人零售商店APP应用情况

二、无人零售商店智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、无人零售商店APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

三、智能设备对无人零售商店行业的影响分析

1、智能设备对无人零售商店行业的影响

2、无人零售商店智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+无人零售商店发展模式分析

一、互联网+无人零售商店商业模式解析

1、无人零售商店O2O模式分析

(1) 运行方式

(2) 盈利模式

2、智能联网模式

(1) 运行方式

(2) 盈利模式

二、互联网背景下无人零售商店行业发展趋势分析

第四章 中国无人零售市场发展状况分析

第一节 无人零售市场发展概况

一、无人零售基本概述

二、无人零售带来的革新

三、无人零售主要业态

(一) 自动售货机

(二) 无人零售店

四、无人零售店发展优势分析

(一) 大幅降低人工成本

(二) 有望替代传统便利店

五、无人零售业态驱动因素分析

第二节 中国无人零售业态--自动售货机

一、自动售货机发展现状

二、自动售货机发展规模分析

三、自动售货机成长空间分析

四、饮料巨头积极布局自动售货机

第三节 中国无人零售业态--无人零售店

- 一、无人零售店行业发展历程
- 二、中国无人零售业态布局现状
- 三、部分无人零售便利店业态对比
- 四、互联网企业积极布局无人零售店
- 五、中国无人零售企业融资现状分析

第四节 中国无人零售行业存在问题分析

第五章 中国无人零售商店需求与消费者偏好调查

第一节 无人零售商店产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 无人零售商店产品的品牌市场调查

- 一、消费者对无人零售商店品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对无人零售商店产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对无人零售商店品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、无人零售商店品牌忠诚度调查
- 六、无人零售商店品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

第六章 重点无人零售企业竞争分析

第一节 淘咖啡（阿里巴巴）

- 一、淘咖啡基本情况
- 二、淘咖啡购物流程
- 三、淘咖啡发展规模

四、淘咖啡未来布局分析

第二节 缤果盒子

一、缤果盒子基本情况

二、缤果盒子购物流程

三、缤果盒子发展规模

四、缤果盒子未来布局分析

第三节 Amazon go

一、Amazon go基本情况

二、Amazon go购物流程

三、Amazon go发展规模

四、Amazon go未来布局分析

第四节 便利蜂

一、便利蜂基本情况

二、便利蜂购物流程

三、便利蜂发展规模

四、便利蜂未来布局分析

第五节 X-Store

一、X-Store基本情况

二、X-Store购物流程

三、X-Store发展规模

四、X-Store未来布局分析

第七章 中国重点城市无人零售商店市场分析

第一节 北京市无人零售商店市场分析

一、北京市无人零售商店行业需求分析

二、北京市无人零售商店发展情况

三、北京市无人零售商店存在的问题与建议

第二节 上海市无人零售商店市场分析

一、上海市无人零售商店行业需求分析

二、上海市无人零售商店发展情况

三、上海市无人零售商店存在的问题与建议

第三节 天津市无人零售商店市场分析

- 一、天津市无人零售商店行业需求分析
- 二、天津市无人零售商店发展情况
- 三、天津市无人零售商店存在的问题与建议

第四节 深圳市无人零售商店市场分析

- 一、深圳市无人零售商店行业需求分析
- 二、深圳市无人零售商店发展情况
- 三、深圳市无人零售商店存在的问题与建议

第五节 重庆市无人零售商店市场分析

- 一、重庆市无人零售商店行业需求分析
- 二、重庆市无人零售商店发展情况
- 三、重庆市无人零售商店存在的问题与建议

第八章 中国无人零售业态相关受益行业分析

第一节 移动支付

- 一、移动支付产业链概况
- 二、电子支付技术发展分析
- 三、移动支付行业用户规模
- 四、移动支付行业市场规模
 - (一) 中国移动支付市场规模
 - (二) 主要移动支付机构交易情况
- 五、第三方移动支付市场份额

第二节 冷链产业链

- 一、冷链产业链发展现状
- 二、冷链产业链无人零售市场规模
- 三、冷链产业链无人零售市场前景

第三节 电子发票

- 一、电子发票政策演进
- 二、电子发票市场发展状况
- 三、电子发票有望借助无人零售普及

第四节 其他受益行业

- 一、智能客服
- 二、商品检索

- 三、室内导航
- 四、视频监控
- 五、人体识别
- 六、二维码领域

第九章 中国无人零售行业前景及投资可行性分析

第一节 中国无人零售店行业发展前景

- 一、无人零售店行业发展前景
- 二、无人零售店行业投资机会分析

第二节 中国无人零售业态市场规模预测

- 一、自动售货机市场规模预测
- 二、无人零售店市场规模预测
 - (一) 无人零售店用户规模预测
 - (二) 无人零售店市场规模预测

第三节 中国无人零售业进入企业可行性分析

- 一、互联网企业进入可行性分析
- 二、饮料企业进入可行性分析
- 三、零售企业进入可行性分析
- 四、其他行业企业进入可行性分析

第四节 中国无人零售行业投资可行性分析

- 一、投资无人零售店成本收益分析
- 二、无人便利店IT投入预算
- 三、无人便利店投资规模预测

第五节 中国无人零售行业投资风险分析

- 一、无人零售进展不及预期
- 二、无人零售技术成本较高
- 三、无人零售新技术路线不确定

第十章 无人零售行业发展趋势与投资战略研究

第一节 无人零售市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 无人零售行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 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

第四节 对我国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、我国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

第十一章 中国无人零售商店行业投资与前景预测

第一节 中国无人零售商店行业投资风险分析

一、行业宏观经济风险

二、行业政策变动风险

三、行业市场竞争风险

四、行业其他相关风险

第二节 中国无人零售商店行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业营销模式分析

第三节 中国无人零售商店行业投资潜力分析

一、行业投资机会分析

二、行业投资建议

第四节 中国无人零售商店行业前景预测

一、无人零售商店市场规模预测

二、无人零售商店市场发展预测

图表目录

图表：无人零售商店市场产品构成图

图表：无人零售商店市场生命周期示意图

图表：无人零售商店市场产销规模对比

图表：无人零售商店市场企业竞争格局

图表：2016-2019年中国无人零售商店市场规模

图表：2016-2019年我国无人零售商店供应情况

图表：2016-2019年我国无人零售商店需求情况

图表：2020-2026年中国无人零售商店市场规模预测

图表：2020-2026年我国无人零售商店供应情况预测

图表：2020-2026年我国无人零售商店需求情况预测

图表：无人零售商店市场上游供给情况

图表：无人零售商店市场下游消费市场构成图

图表：无人零售商店市场企业市场占有率对比

图表：2016-2019年无人零售商店市场投资规模

图表：2020-2026年无人零售商店市场投资规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161634.html>