

2024-2030年中国无人超市行业市场竞争格局及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国无人超市行业市场竞争格局及投资前景展望报告》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：<https://www.huaon.com/channel/chain/986328.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

《2024-2030年中国无人超市行业市场竞争格局及投资前景展望报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对无人超市行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合无人超市行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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。

报告目录：

第一章 无人超市行业相关概述

1.1 无人超市相关概述

1.1.1 无人超市的概念

1.1.2 无人超市的分类

1.1.3 与超市的区别

1.2 无人超市业态特征

1.2.1 距离的便利性

1.2.2 即时的便利性

1.2.3 时间的便利性

1.2.4 服务的便利性

第二章 2019-2023年零售及新零售行业发展综述

2.1 零售和新零售行业概述

2.1.1 零售业基本介绍

2.1.2 新零售概念界定

2.1.3 新零售时代来临

2.1.4 零售与新零售对比

2.2 2019-2023年零售行业发展分析

2.2.1 零售行业发展变革

2.2.2 零售市场发展特征

2.2.3 社会消费品零售额

- 2.2.4 百强企业零售规模
- 2.2.5 主要业态运行状况
- 2.2.6 行业发展存在问题
- 2.2.7 行业发展策略建议
- 2.3 2019-2023年新零售行业发展状况
 - 2.3.1 新零售驱动因素
 - 2.3.2 新零售行业特点
 - 2.3.3 新零售产业图谱
 - 2.3.4 新零售效益成本
 - 2.3.5 新零售发展热点
- 2.4 新零售行业发展措施建议
 - 2.4.1 发挥大数据的作用
 - 2.4.2 构建商业治理体系
 - 2.4.3 建设农产品供应链
 - 2.4.4 推动企业“走出去”
- 2.5 国际形势展现未来新零售发展方向

第三章 2019-2023年国际无人超市行业发展综况

- 3.1 日本无人超市行业发展状况
 - 3.1.1 行业发展阶段
 - 3.1.2 市场发展规模
 - 3.1.3 行业带动作用
 - 3.1.4 主要品牌分析
 - 3.1.5 行业传统困境
 - 3.1.6 行业变革方向
- 3.2 美国无人超市行业发展状况
 - 3.2.1 行业基本定义
 - 3.2.2 零售市场规模
 - 3.2.3 行业发展概况
 - 3.2.4 行业营销技术
- 3.3 中国台湾无人超市行业发展
 - 3.3.1 行业发展特点
 - 3.3.2 行业运行状况
 - 3.3.3 O2O运营模式

第四章 2019-2023年中国无人超市行业发展环境

4.1 经济环境

4.1.1 宏观经济发展概况

4.1.2 对外经济发展现状

4.1.3 服务行业运行状况

4.1.4 国内宏观经济展望

4.2 社会环境

4.2.1 人口结构分析

4.2.2 居民收入水平

4.2.3 居民消费水平

4.2.4 消费市场特征

4.2.5 移动支付普及

4.3 政策环境

4.3.1 居民生活服务规划

4.3.2 加快流通促进消费

4.3.3 供应链创新与应用

4.3.4 促进消费升级意见

4.3.5 无人超市品牌化建设

4.3.6 区域配套扶持政策

第五章 2019-2023年中国无人超市行业发展分析

5.1 2019-2023年无人超市市场发展状况

5.1.1 营商环境分析

5.1.2 市场销售规模

5.1.3 行业门店数量

5.1.4 行业利润水平

5.1.5 区域规模效应

5.2 中国无人超市行业景气指数分析

5.2.1 无人超市总体景气指数

5.2.2 无人超市门店分项指数

5.2.3 无人超市门店销售情况

5.2.4 无人超市门店客户分析

5.3 中国无人超市市场竞争状况分析

5.3.1 市场竞争概况

5.3.2 品牌竞争状况

- 5.3.3 市场份额占比
- 5.3.4 区域发展格局
- 5.3.5 电商企业布局
- 5.3.6 日系无人超市竞争
- 5.4 中国无人超市内部管理状况分析
 - 5.4.1 无人超市业务开展
 - 5.4.2 无人超市运营难点
 - 5.4.3 无人超市人才储备
 - 5.4.4 无人超市商品结构
- 5.5 外资无人超市品牌在我国布局分布状况
 - 5.5.1 京津地区
 - 5.5.2 华东地区
 - 5.5.3 川渝地区
 - 5.5.4 珠三角地区
- 5.6 中国无人超市发展存在的主要问题
 - 5.6.1 盲目扩张问题
 - 5.6.2 商品缺乏特色
 - 5.6.3 物流配送不足
 - 5.6.4 信息管理不善
 - 5.6.5 行业发展困局
- 5.7 中国无人超市提升竞争力的策略分析
 - 5.7.1 实行连锁经营
 - 5.7.2 注重特色发展
 - 5.7.3 建立高效物流
 - 5.7.4 提升服务质量

第六章 中国无人超市行业投资潜力分析

- 6.1 新零售推动无人超市转型发展
 - 6.1.1 无人超市时代变革
 - 6.1.2 无人超市转型升级
 - 6.1.3 门店数字化转型
- 6.2 中国无人超市市场引领新零售发展
 - 6.2.1 新零售产业链
 - 6.2.2 消费流程介绍
 - 6.2.3 发展模式演变

6.2.4 市场发展规模

6.2.5 市场发展机遇

6.3 国内外企业布局无人超市发展动态

6.3.1 亚马逊无人超市

6.3.2 7-11进军无人超市

6.3.3 阿里布局无人超市

6.3.4 京东智能无人超市

6.3.5 缤果盒子无人超市

6.4 中国无人超市行业投资分析

6.4.1 行业投资背景

6.4.2 行业影响因素

6.4.3 行业投资规模

6.4.4 行业发展危机

6.4.5 行业投资建议

第七章 中国无人超市O2O模式应用发展分析

7.1 无人超市O2O模式基本概述

7.1.1 无人超市O2O内涵界定

7.1.2 无人超市O2O发展概况

7.1.3 无人超市O2O运行模式

7.2 无人超市O2O主要模式发展分析

7.2.1 商圈O2O无人超市

7.2.2 社区O2O无人超市

7.2.3 校园O2O无人超市

7.2.4 未来模式发展趋势

7.3 无人超市O2O运行模式相关建议

7.3.1 实体超市主导模式

7.3.2 电商企业主导模式

7.3.3 物流公司主导模式

7.4 无人超市O2O营销模式构建分析

7.4.1 构建形式简介

7.4.2 信息系统建设

7.4.3 全渠道销售协同

7.4.4 经营服务项目设置

7.4.5 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

8.1 中国零售业消费特征剖析

8.1.1 消费群体特征

8.1.2 消费偏好特征

8.1.3 消费内容特征

8.1.4 消费方式特征

8.2 中国无人超市消费者的特性研究

8.2.1 研究目的和意义

8.2.2 研究方法分析

8.2.3 研究内容及结果

8.2.4 研究成果应用

8.3 中国无人超市消费者行为分析

8.3.1 消费者需求增加

8.3.2 消费者偏好原因

第九章 中国无人超市市场营销研究分析

9.1 中国无人超市市场营销策略

9.1.1 商品策略

9.1.2 渠道策略

9.1.3 价格策略

9.2 加油站无人超市营销策略分析

9.2.1 品牌策略

9.2.2 商品策略

9.2.3 价格策略

9.2.4 促销策略

9.3 中国无人超市营销核心竞争力探究

9.3.1 财务角度分析

9.3.2 能力提升方式

9.3.3 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

10.1 7-11无人超市基本概况

10.1.1 企业起源介绍

10.1.2 控股集团业务

10.1.3 企业门店数量

10.1.4 企业经营状况

10.2 7-11无人超市零售文化剖析

10.2.1 卖方社会阶段

10.2.2 买方社会阶段

10.2.3 价值共创经营

10.3 7-11无人超市核心竞争力分析

10.3.1 供应端竞争优势

10.3.2 运营端创新模式

10.3.3 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

11.1 北京京东世纪贸易有限公司

11.1.1 企业发展简况分析

11.1.2 企业经营情况分析

11.1.3 企业经营优劣势分析

11.2 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

11.2.1 企业发展简况分析

11.2.2 企业经营情况分析

11.2.3 企业经营优劣势分析

11.3 中山市宾哥网络科技有限公司

11.3.1 企业发展简况分析

11.3.2 企业经营情况分析

11.3.3 企业经营优劣势分析

11.4 佛山市欧谱电子商务有限公司

11.4.1 企业发展简况分析

11.4.2 企业经营情况分析

11.4.3 企业经营优劣势分析

11.5 北京亿百维信息科技有限公司

11.5.1 企业发展简况分析

11.5.2 企业经营情况分析

11.5.3 企业经营优劣势分析

第十二章 2024-2030年中国无人超市行业发展前景及趋势预测

12.1 中国零售行业未来发展趋势

- 12.1.1 商业结构调整优化
- 12.1.2 发展方式创新协同
- 12.1.3 跨界融合持续促进
- 12.1.4 市场环境不断完善
- 12.2 中国无人超市行业未来发展趋势
 - 12.2.1 全渠道整合
 - 12.2.2 媒体营销趋势
 - 12.2.3 品牌扩张态势
 - 12.2.4 增值服务增多
 - 12.2.5 分群促销方式
- 12.3 中国无人超市行业发展前景分析
 - 12.3.1 行业数字化赋能
 - 12.3.2 无人超市格局变化
 - 12.3.3 行业技术与渠道
 - 12.3.4 无人超市业态融合
- 12.4 对2024-2030年中国无人超市行业预测分析
 - 12.4.1 2024-2030年中国无人超市行业影响因素分析
 - 12.4.2 2024-2030年中国无人超市行业销售额预测

图表目录：

- 图表1 线上线下融合趋势显著
 - 图表2 传统零售与新零售的区别
 - 图表3 2023年全国社会消费品零售总额月度同比增长
 - 图表4 2023年社会消费品零售总额主要数据
 - 图表5 新零售发展驱动因素：消费升级
 - 图表6 新零售发展驱动因素：新兴技术
 - 图表7 新零售发展驱动因素：政策推动
 - 图表8 新零售发展驱动因素：物流网络
 - 图表9 新零售的特点
 - 图表10 新零售产业图谱
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/chain/986328.html>