

2021-2027年中国无人配送 市场发展趋势与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国无人配送市场发展趋势与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/canyin/668477R0Z7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

无人配送是指物品流通环节中没有或是少量人工参与，用机器替代人工或者人机协作的配送方式，达到提高效率、减少成本的目的；其需求场景众多，包括快递、外卖、B2C零售、商超便利、生鲜宅配、餐馆/KTV配送、C2C配送需求等。

根据目前无人配送可实现场景的距离范围，可分为三类：（1）10-100米：酒店、写字楼、商场等场景。该范围多为室内环境，人员流动大、环境相对多变，对机器人的性能要求较高。（2）100-1000米：社区、园区等场景。该范围多为室外环境，相比于室内环境，光线强度变化较大，环境复杂度更高、路况更复杂。

（3）1000米以上：符合自动驾驶场景等室外环境。

无人配送的大规模应用需要很多配套的法律、法规和标准等支持。近年来，我国在无人配送领域的政策不断完善，一系列政策都为我国无人配送提供前所未有的发展机遇。无人配送领域相关政策数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国无人配送市场发展趋势与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了无人配送行业市场发展环境、无人配送整体运行态势等，接着分析了无人配送行业市场运行的现状，然后介绍了无人配送市场竞争格局。随后，报告对无人配送做了重点企业经营状况分析，最后分析了无人配送行业发展趋势与投资预测。您若想对无人配送产业有个系统的了解或者想投资无人配送行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 无人配送行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 无人配送行业产品定义

一、无人配送行业产品定义及分类

二、无人配送行业产品应用范围分析

三、无人配送行业发展历程

四、无人配送行业发展地位及影响分析

第二节 无人配送行业产业链发展环境简析

一、无人配送行业产业链模型理论

二、无人配送行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP（季度更新）
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（月度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、2020年我国宏观经济发展预测

第四节无人配送行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

- 一、人口数量及老龄化分析
- 二、网民规模情况
- 三、90后消费群体特点分析

第六节无人配送技术发展现状

- 一、无人配送行业技术发展
- 二、无人配送生产工艺
- 一、无人配送技术发展趋势

第二章 2015-2019年无人配送行业国内外市场发展概述

第一节2015-2019年全球无人配送行业发展分析

- 一、全球无人配送经济发展现状及预测
- 二、全球无人配送行业技术发展现状
- 三、全球无人配送行业发展概述

第二节 2015-2019年全球无人配送行业供需及规模分析

- 一、全球无人配送行业市场供需情况
- 二、全球无人配送行业市场规模及区域分布情况
- 三、全球无人配送行业重点国家市场分析
- 四、全球无人配送行业发展热点分析
- 五、2021-2027年全球无人配送行业市场规模预测

第三节2015-2019年中国及全球无人配送行业对比分析

- 一、中国无人配送行业生命周期分析

二、中国无人配送行业市场成熟度情况

三、中国和国外无人配送行业对比SWTO

随着人工智能、5G、物联网、大数据的不断发展，越来越多的企业盯上无人配送这一领域。无人配送领域走得最早的是亚马逊。2013年它便提出无人机送货计划，三年后其开发出的快递无人机Prime Air送出了第一单。同样研发送货无人机的公司还有美国初创公司Workhorse，其研发的送货无人机产品叫做的HorseFly。成立于2014年的英国无人配送车创业公司Starship Technologies，其机器人Starship配备9个摄像头，具备完整的避障系统，可完全自动执行任务，能够以每小时4英里的速度行驶，每次可以运送20磅（约9公斤）的物品。美国硅谷的初创公司Nuro也推出了全自动无人配送车R-1，该无人配送车不是为低速园区内或者人行道而设计，而是可以在绝大多数城市内的地面道路上行驶。和Yelp合作的美国的机器人创业公司Marble，用机器人配送外卖，用户使用YelpEat24的软件下单后，可以选择让机器人送餐上门。类似的无人配送车还包括美国Robby Technologies公司的Robby机器人、日本机器人开发创业公司ZMP发布的CarriRo Delivery等。无人配送国外发展现状

在国内，京东、菜鸟、苏宁、顺丰、美团等本身自带物流配送业务的巨头公司纷纷入局无人配送领域，大公司通常通过自研+合作的方式。一方面，其开发的产品已经成型，并在各应用场景进行测试运营。另一方面，建立合作，构建平台，将其本身业务优势结合无人配送技术，和初创公司共同打造高效、便捷、优质的无人配送物流体系。初创公司方面，按照应用场景和配送设备的差异，国内无人配送领域的创业公司可分为两个场景、三种类别：室外配送：专注于配送无人机的公司，例如迅蚁科技、亿航、智航等；专注于无人配送车的公司，例如：行深智能、白犀牛、新石器、智行者等；室内配送：专注于配送机器人的公司，例如：擎朗智能、云迹科技、优地科技等。

国内的无人配送起步比国外稍晚，但是国内的企业有着明显的场景优势。（1）配送业务量级来说，国内的物流业务需求规模巨大，远超其它任何一个国家。（2）国内人口密度较大，每单配送的距离相对较短，对无人配送设备的可持续工作能力要求相对较低，根据目前无人配送技术的发展程度来看更容易满足需求，易于落地。（3）在移动互联网技术的带动下，人们对新兴事物的可接受程度变高，由此带来的是无人配送产品的可实施落地的场景愈加丰富。无人配送国内市场格局数据来源：公开资料整理

第四节2015-2019年全球无人配送行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国无人配送行业发展现状

第一节 中国无人配送行业发展概述

一、中国无人配送行业发展现状

二、中国无人配送发展面临的问题

三、2015-2019年中国无人配送行业市场规模

四、中国无人配送行业需求客户结构

第二节 我国无人配送行业发展状况

一、2015-2019年中国无人配送行业产值情况

二、2019年我国无人配送产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国无人配送行业产量分析

第四节 2019年无人配送行业需求分析

一、2015-2019年我国无人配送行业需求分析

二、2015-2019年我国无人配送市场价格走势分析

第四章 无人配送行业竞争态势分析

第一节 无人配送行业集中度分析

一、无人配送市场集中度分析

二、无人配送企业分布区域集中度分析

三、无人配送区域消费集中度分析

第二节 无人配送行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 无人配送行业竞争格局分析

一、2019年无人配送行业竞争分析

二、2019年中外无人配送产品竞争分析

三、2019年我国无人配送市场竞争分析

四、近年国内无人配送行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国无人配送所属行业运行及进出口分析

第一节 2015-2019年中国无人配送所属行业总体运行情况

一、无人配送企业数量及分布

二、无人配送行业从业人员统计

第二节 2015-2019年中国无人配送所属行业运行数据

一、行业资产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业利润情况分析

第三节 2015-2019年中国无人配送所属行业成本费用结构分析

第四节 2015-2019年中国无人配送所属行业经营成本情况

第五节 2015-2019年中国无人配送所属行业管理费用情况

第六节 中国无人配送行业或相关行业进出口分析

1、2015-2019年行业进出口数量及金额

2、行业进口分国家

3、行业出口分国家

第六章 2015-2019年中国无人配送行业区域发展分析

第一节 中国无人配送行业区域发展现状分析

第二节 2015-2019年华北地区

一、华北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 2015-2019年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2015-2019年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2015-2019年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2015-2019年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2015-2019年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七章 无人配送重点企业发展分析

第一节 A公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 B公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 C公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四节 D公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第五节E公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第六节F公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第八章 2015-2019年中国无人配送行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

二、B行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

⋯⋯

第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析

一、D行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

⋯⋯

第九章 2021-2027年中国无人配送行业发展预测分析

第一节 2021-2027年中国无人配送行业产量预测

第二节 2021-2027年中国无人配送行业需求量预测

第三节 2021-2027年中国无人配送行业规模预测

第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势

一、中国无人配送市场发展前景乐观

二、2020年中国无人配送市场消费趋势分析

第五节 2021-2027年中国无人配送行业发展趋势

一、中国无人配送行业的发展前景

二、2021-2027年中国无人配送产业规划分析

三、我国无人配送行业的标准化发展趋势

第六节 2021-2027年中国无人配送行业“走出去”发展分析

第十章 无人配送行业投资前景研究及销售战略分析（ ）

第一节 影响无人配送行业发展的主要因素

一、影响无人配送行业运行的有利因素

二、影响无人配送行业运行的稳定因素

三、影响无人配送行业运行的不利因素

四、我国无人配送行业发展面临的挑战

五、我国无人配送行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2015-2019年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2021-2027年无人配送行业投资效益分析

第四节 2021-2027年无人配送行业投资前景研究研究

第五节 无人配送行业投资前景预警

一、2021-2027年无人配送行业市场风险预测

二、2021-2027年无人配送行业政策风险预测

三、2021-2027年无人配送行业经营风险预测

四、2021-2027年无人配送行业技术风险预测

五、2021-2027年无人配送行业竞争风险预测

六、2021-2027年无人配送行业其他风险预测

第六节 市场策略分析

一、无人配送价格策略分析

二、无人配送渠道策略分析

第七节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第八节 提高无人配送企业竞争力的策略

一、提高中国无人配送企业核心竞争力的对策

二、无人配送企业提升竞争力的主要方向

三、影响无人配送企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高无人配送企业竞争力的策略

第九节 对我国无人配送品牌的战略思考

一、无人配送实施品牌战略的意义

二、无人配送企业品牌的现状分析

三、我国无人配送企业的品牌战略

四、无人配送品牌战略管理的策略

第十节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能（ ）

部分图表目录：

图表：无人配送行业历程

图表：无人配送行业生命周期

图表：无人配送行业产业链分析

图表：2015-2019年无人配送行业产能分析

图表：2015-2019年无人配送行业市场规模分析

图表：2015-2019年无人配送行业产量分析

图表：2015-2019年无人配送行业需求量分析

图表：2019年无人配送行业需求领域分布格局

图表：2021-2027年无人配送行业市场规模预测

图表：中国无人配送行业盈利能力分析

图表：中国无人配送行业运营能力分析

图表：中国无人配送行业偿债能力分析

图表：中国无人配送行业发展能力分析

图表：中国无人配送行业经营效益分析

图表：2021-2027年无人配送行业市场规模预测

图表：2021-2027年无人配送行业产量预测

图表：2021-2027年无人配送行业需求量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/668477R0Z7.html>