



# 2018上半年无人货架领域发展研究报告

2018年8月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。  
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

# 研究综述

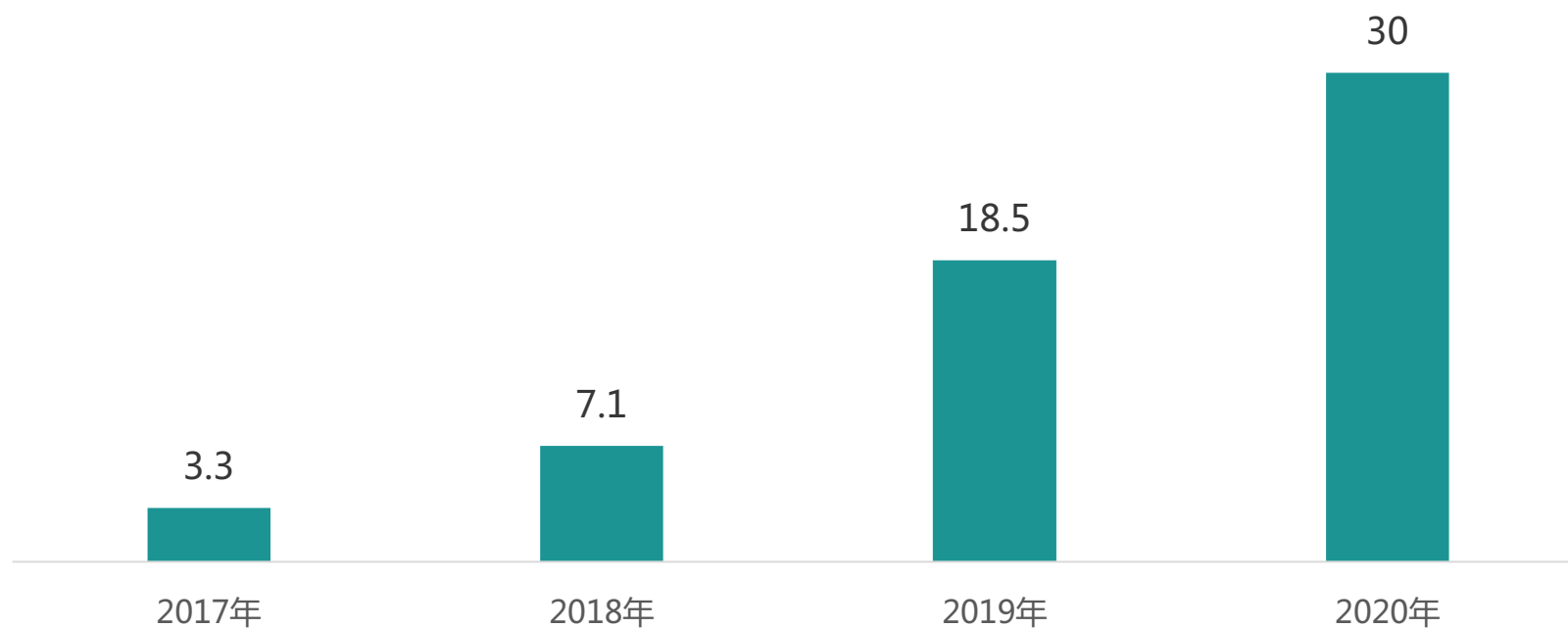
- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：基于Trustdata自建的日活跃用户超过7000万（月活跃用户超过2亿）的安卓用户样本集，并根据中国移动网民人口结构、地域分布、各移动应用iOS与Android比例关系等多方面因素搭建模型计算所得
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2015年1月至2018年7月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数

# 无人货架自2016年出现后，快速成长为互联网行业新热点 预计2020年，将占据快消食品类6%的销售份额

无人货架整体市场规模走势（亿元）



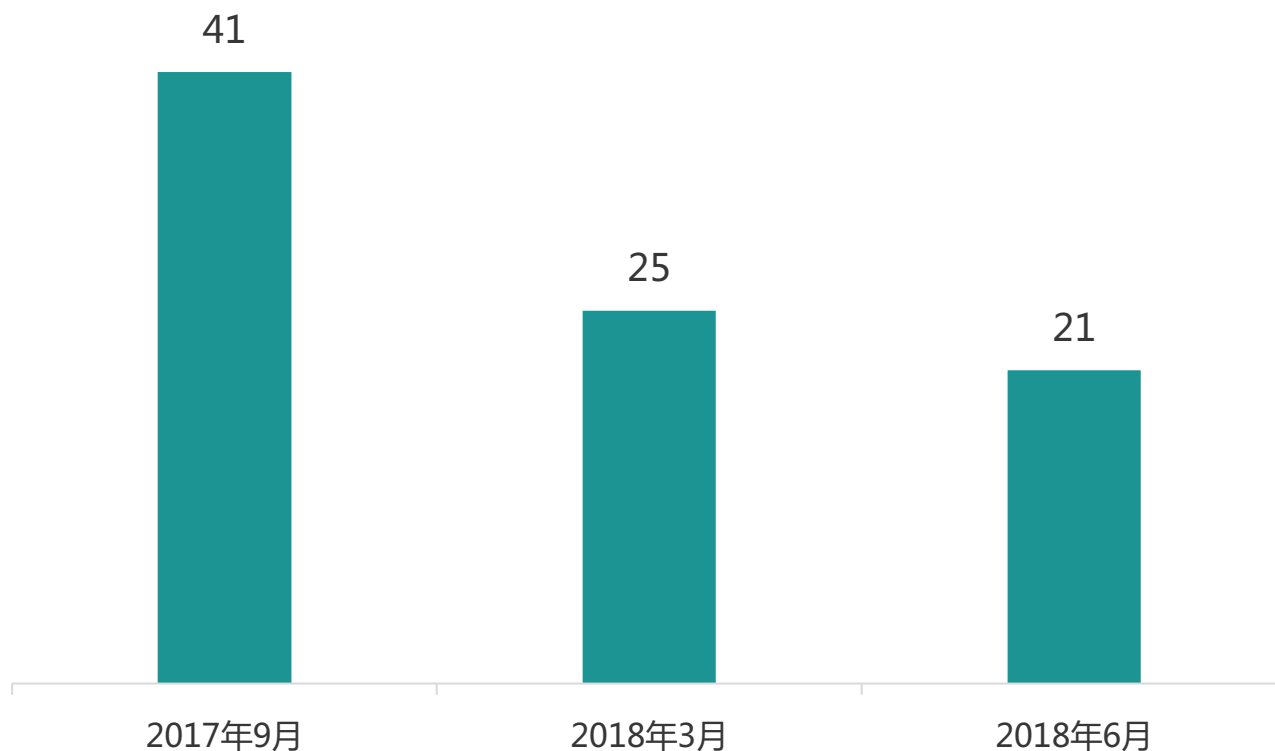
无人货架已成为无人零售领域的主力，点位快速增长，整体数量已超过传统的自动贩卖机

# 截止2018年6月 无人货架领域累计投资金额已经超过50亿元人民币

无人货架领域创业窗口期已过，  
资本从疯狂追捧逐渐趋于理性。  
随着市场和客观条件成熟，不排除  
巨头企业进入的可能性。

同时，供应链成熟、运营精细化的  
企业将收获更多的市场份额。

无人货架企业数量（个）



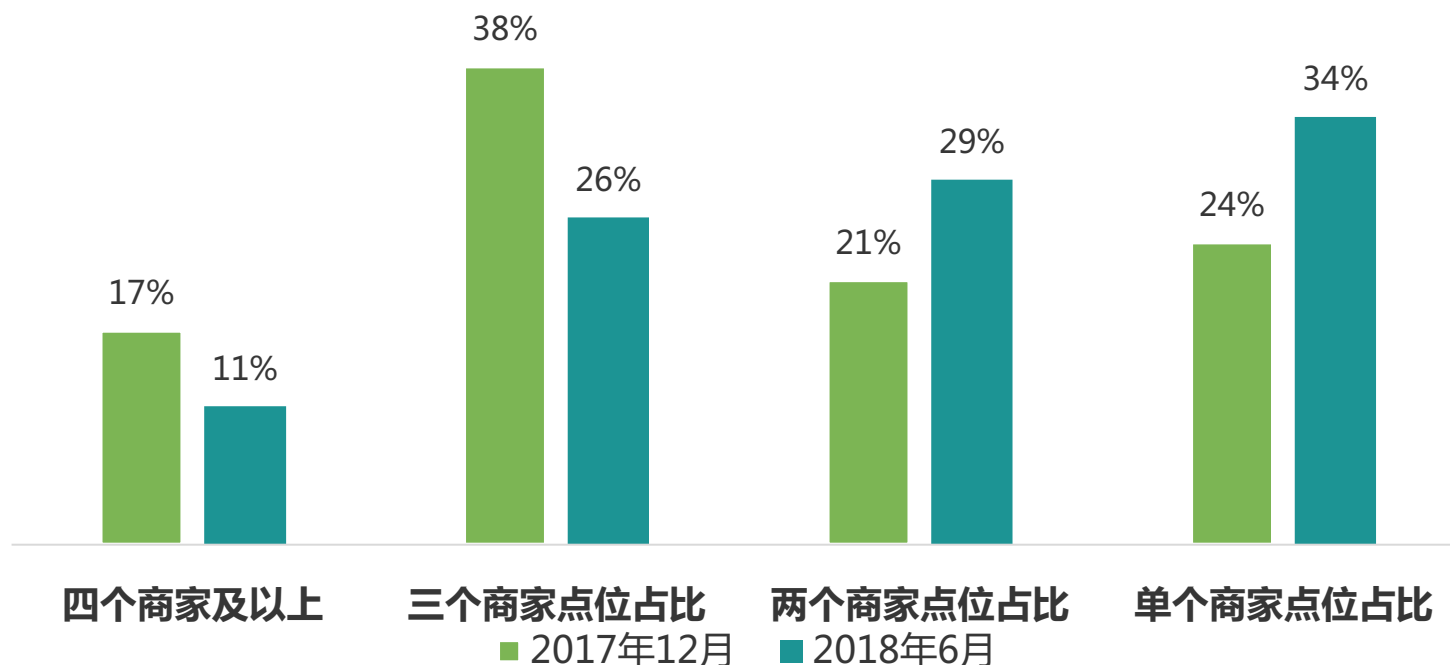
# 无人货架非公共场所布点趋向饱和，公共场所将成为未来布点方向 一线城市中，无人货架的点位布局呈现寡头化趋势

行业目前主场景：  
办公室



行业未来主场景：  
园区、营业厅、地铁站等

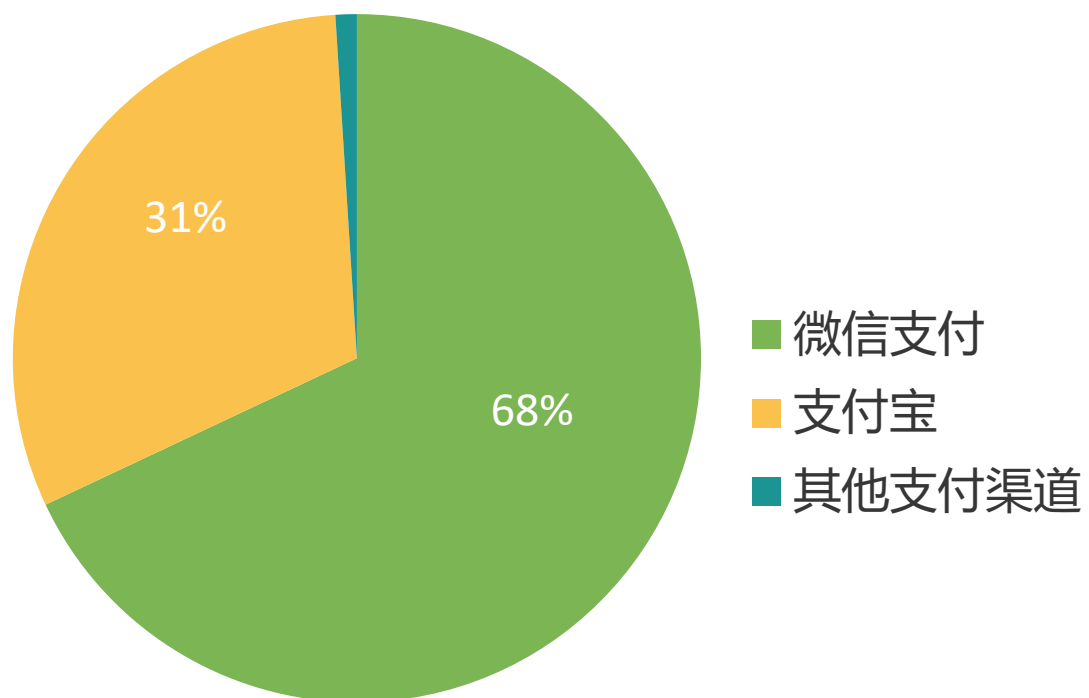
一线城市的点位商家重复度情况



全国目前无人货架总点位数量在30万个左右，未来点位竞争将逐渐从非公共场所向公共场所拓展，如每日优鲜便利购已与中国联通战略合作，货柜逐步进驻联通营业厅。预计，无人货架点位将在2020年超过100万个。

# 支付渠道改变、智能手机普及、冷链物流完善及用户整体素质提高 推动无人零售兴起

无人货架支付渠道占比

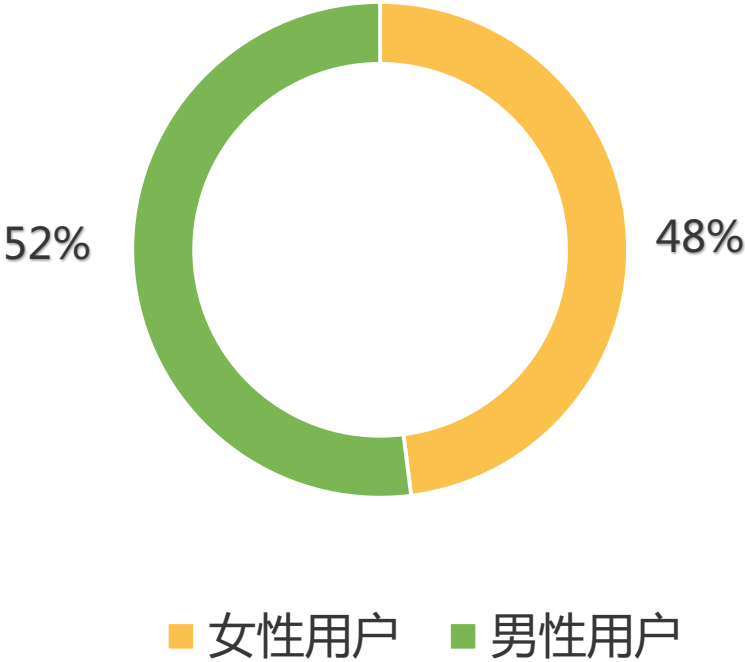


移动支付从2014年出现，  
到2017年已有5.2亿移动  
支付用户。预计2018年将  
超过6亿。

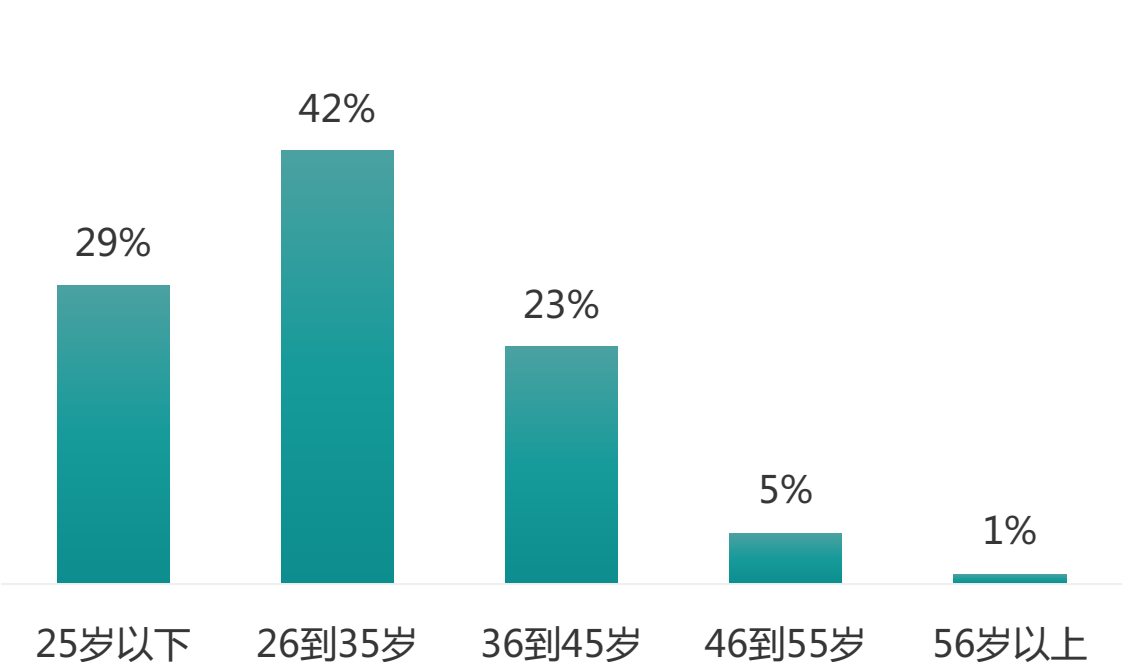
# 无人货架用户性别均衡，男性微高于女性

## 35岁及以下占比超七成

无人货架用户性别占比

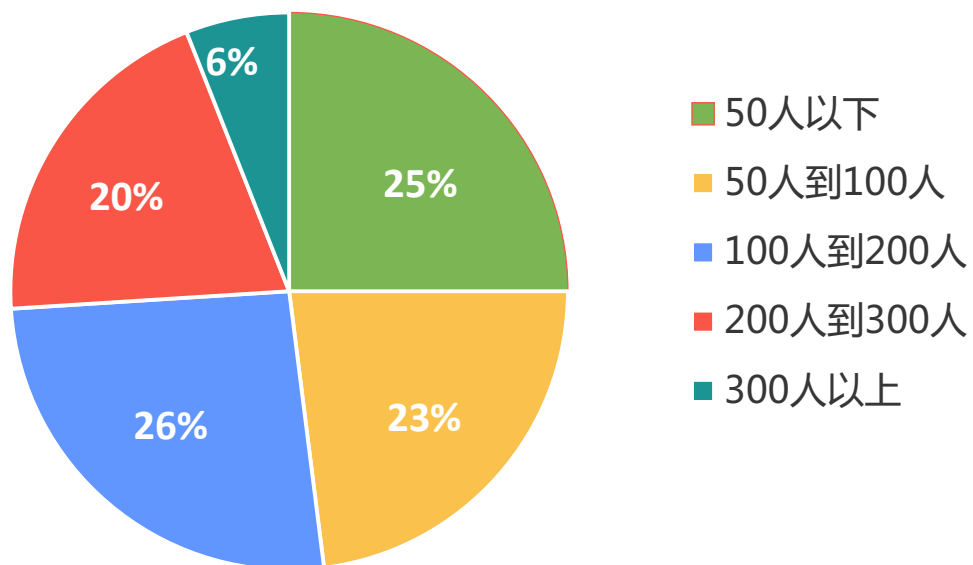


无人货架用户年龄分布

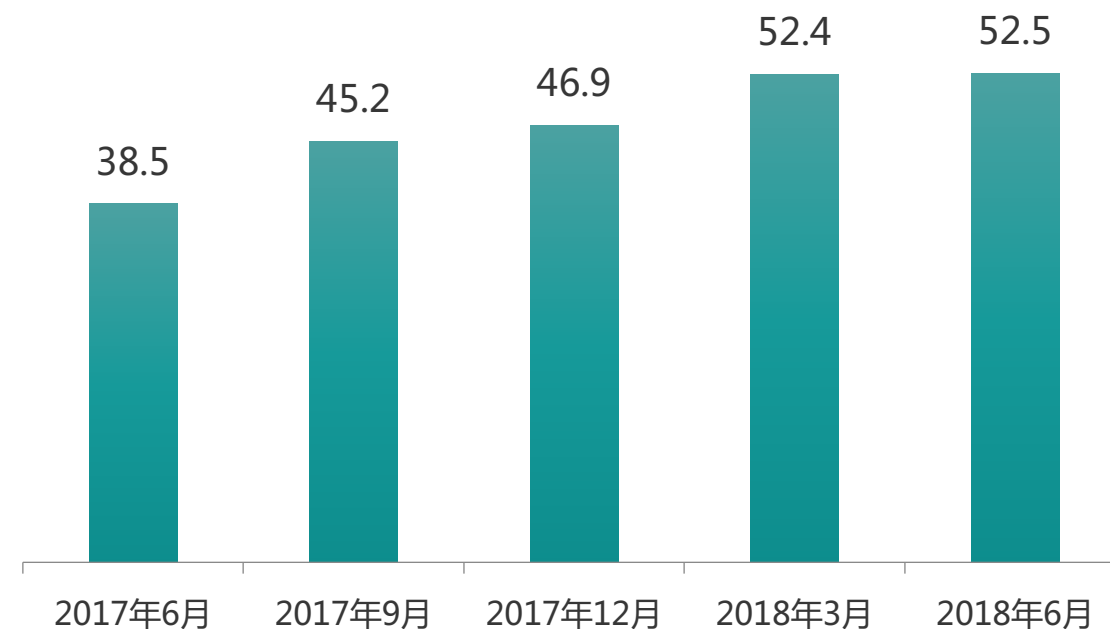


## 单个无人货架SKU数量持续提升 覆盖50人以上的点位占比约75%

货架点位覆盖人数占比



单个无人货架SKU数量（个）



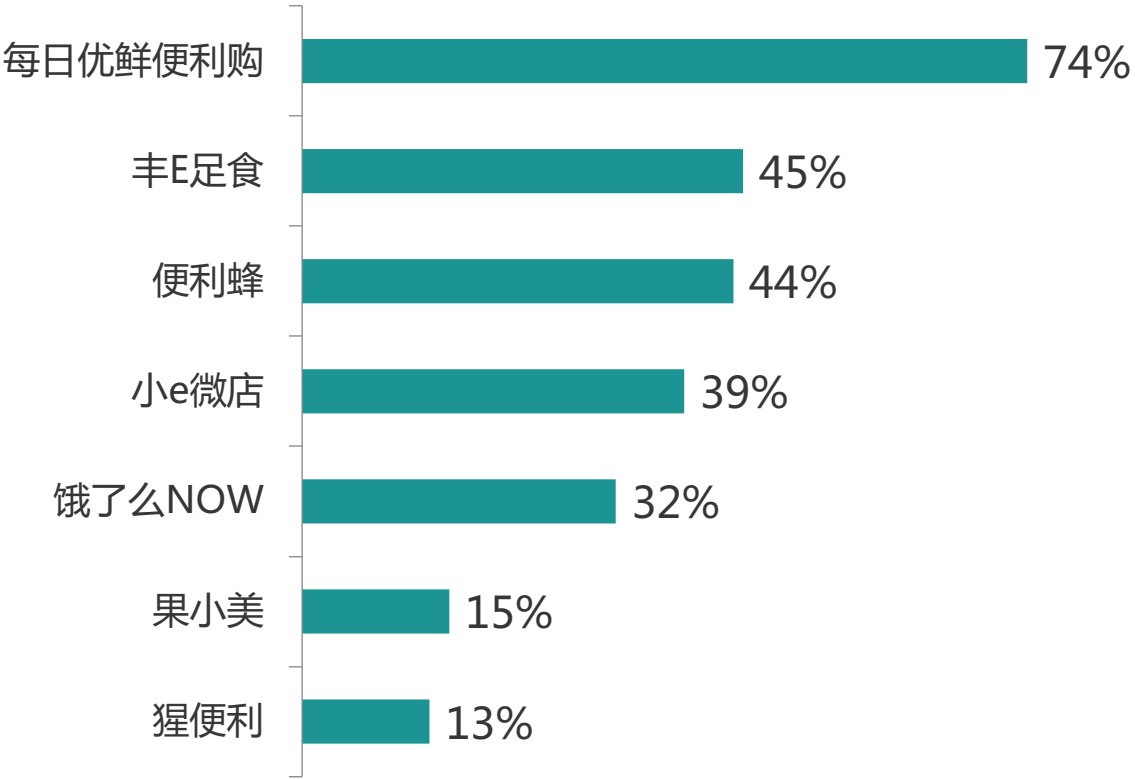
单个无人货架的SKU数量明显增多，以冷鲜类为主且利润率较高。

大型企业优质点位增多，覆盖50人以下的货架点位和去年（接近70%）相比明显变少。

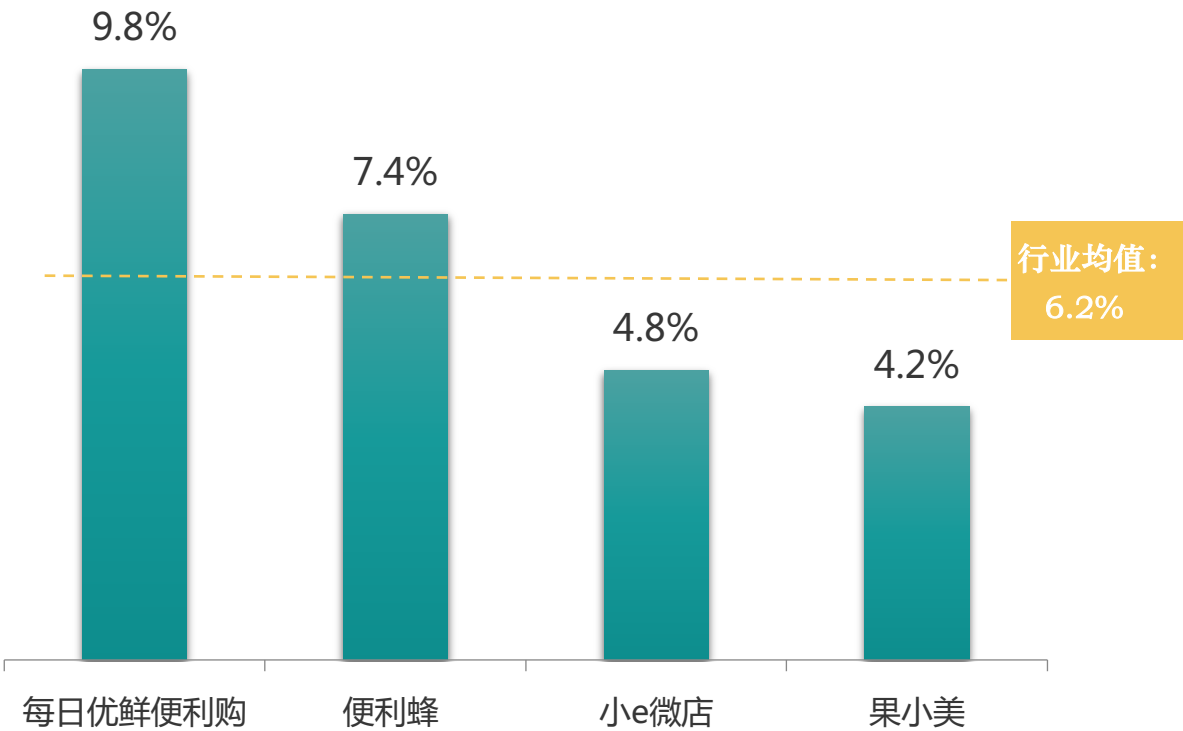


所有货架点位中，每日优鲜便利购点位占比74%  
日转化率9.8%，高于行业均值

主流无人货架企业点位占比

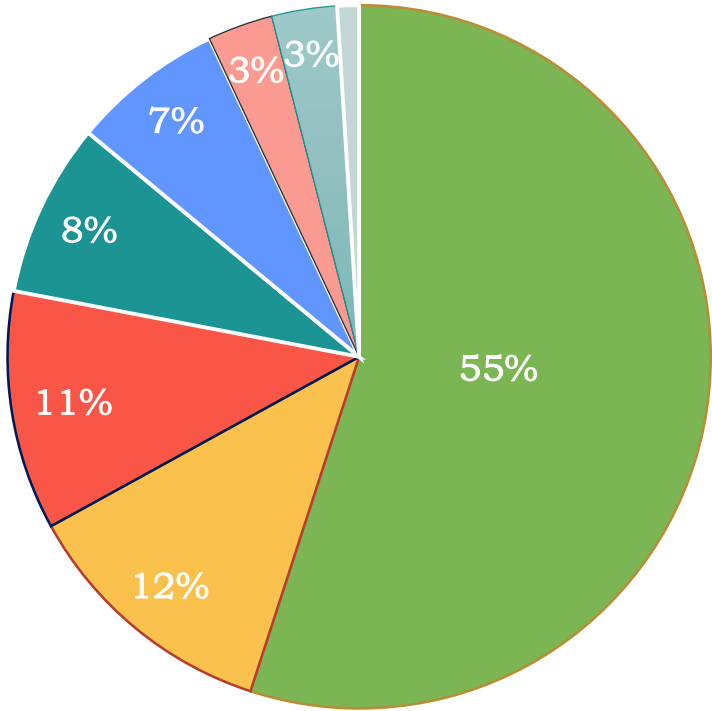


无人货架日转化率



# 每日优鲜便利购以明显优势领跑市场占有率及融资金额综合评估

市场综合占有率



■ 每日优鲜便利购 ■ 丰E足食 ■ 便利蜂 ■ 小e微店 ■ 饿了么NOW ■ 果小美 ■ 猩便利 ■ 其他

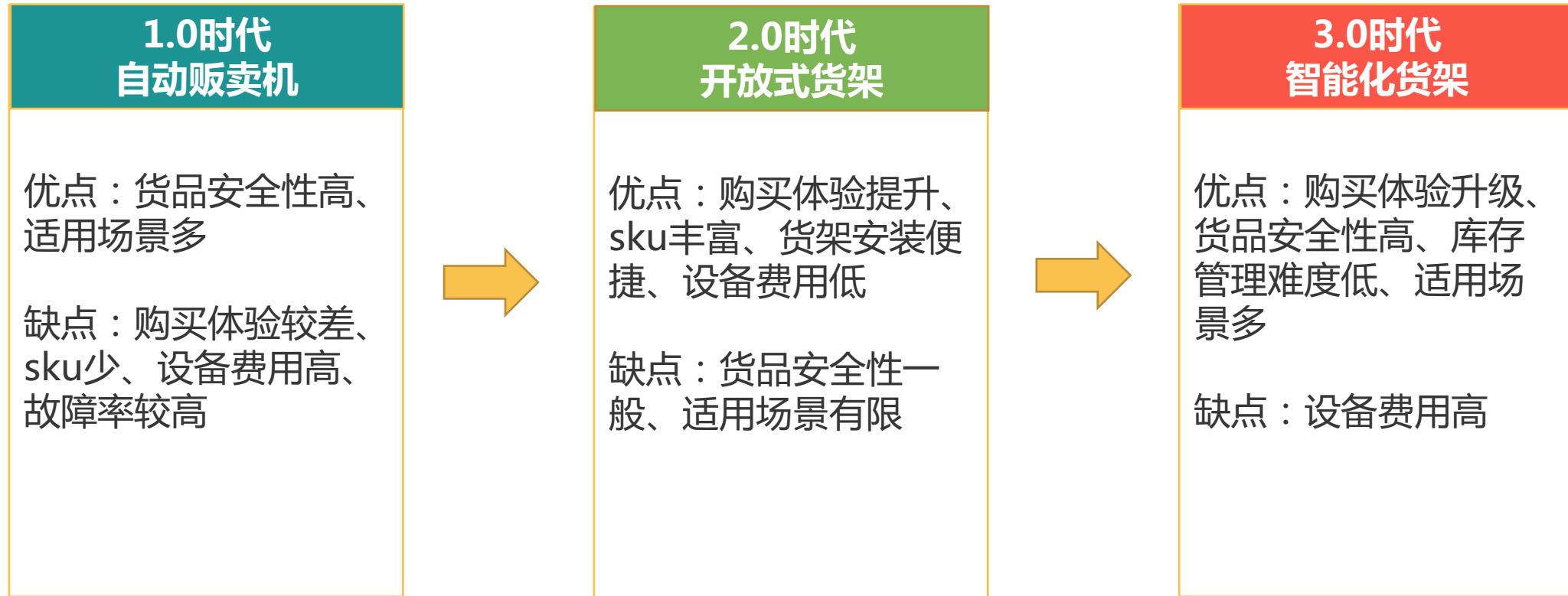
无人零售行业大浪淘沙过后，拥有供应链优势、冷链物流优势及精细化运营经验的每日优鲜便利购实力强劲，在市场份额中处于领先，并持续扩大优势。

注：市场综合占有率考量的主要指标是融资金额、点位数量、SKU数、点位覆盖人数和转化率。

## 无人货架行业格局逐渐清晰，各梯队分布明显

第一梯队	第二梯队	第三梯队	第四梯队
	 	 	 

## 2018年，无人货架从2.0迈向3.0时代



## 在智能化货柜技术方向上，每日优鲜便利购已初步建成壁垒

- **依据视觉识别技术的智能化货柜更能代表未来方向：**相比于重力识别，视觉识别可以判断更为复杂的情况，能从根本上杜绝商品的不良损耗。但是视觉识别需要的更高的AI技术，实现难度更大。
- **重力识别：**在商品托架或托盘中加入重力传感器，根据重力变化值来辨识消费者选购的商品。  
代表企业：京东、饿了么
- **视觉识别：**在商品托架或托盘中加入视觉传感器，根据图像变化值来辨识消费者选购的商品。  
代表企业：每日优鲜便利购

## 尽管年增长率达100%，行业前景广阔 但玩家过多，市场已进入洗牌期



### 从粗放运营到精细运营

运营节点的颗粒化将更细微。从供应链到物流，以及每一个点位的精细化将决定企业的前景



### 从开放货架到智能货架

销售终端将会在技术上出现升级，具备识别和自动付款的智能货架未来将成为主流



### 从群战到寡头

从群战中脱颖而出的胜者将会出现赢家通吃的局面，尽享红利



**Trust.Us,.Trust.Data**