

# 2022-2028年中国商用服务 机器人市场深度评估与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国商用服务机器人市场深度评估与行业前景预测报告》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/202202/270107.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

服务机器人是机器人家族中的一个年轻成员，到目前为止尚没有一个严格的定义。不同国家对服务机器人的认识不同。 AI的突破、核心零部件成本的下降、以及“先驱”产品的出现，带动了智能服务机器人在近两年的兴起。一时间，语音交互、对话问答、人脸识别、环境感知、自主定位导航，几乎成了智能机器人产品的标配。 家用领域，以音箱、台灯、宠物、IP形象为原型的智能机器人层出不穷，开始通过早教、陪伴、智能管家的身份走进家庭；扫地、拖地、擦窗等清洁机器人也实现了壁障导航和路线规划功能，性能不断提升，在家居领域深入普及。 商用领域，智能机器人开始出现在银行、酒店、商场、医院、学校等不同场所，扮演着客服、迎宾、导购、助理、助教的角色；包含在大机器人领域的无人机和自动驾驶汽车，智能化程度也持续提升，有望在未来重塑物流运输、交通出行等传统行业商业模式和竞争格局。 然而，由于技术和工程化还不成熟、消费者期望过高、习惯尚未养成，以及向传统行业渗透需要时间，当前，智能服务机器人市场只见资本及企业发力，不见需求端应用普及。

一、全球服务机器人的市场规模 目前在全球登记在册的服务机器人制造商中，欧洲地区服务机器人制造商数量最多，约占42.0%，其中欧盟34.8%，瑞士、以色列、挪威7.2%。北美洲以34.6%的比重排名第二，亚洲排名第三，约占19.1%。2018年全球服务机器人制造商地域分布情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国商用服务机器人市场深度评估与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国商用服务机器人行业市场发展环境、商用服务机器人整体运行态势等，接着分析了中国商用服务机器人行业市场运行的现状，然后介绍了商用服务机器人市场竞争格局。随后，报告对商用服务机器人做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商用服务机器人行业发展趋势与投资预测。您若想对商用服务机器人产业有个系统的了解或者想投资中国商用服务机器人行业，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 商用服务机器人行业发展概述第一节 商用服务机器人的概念一、商用服务机器人的定义二、商用服务机器人的特点第二节 商用服务机器人行业发展成熟度一、行业发展周期分析二、行业中外市场成熟度对比三、行业及其主要子行业成熟度分析第三节 商用服务机器人市场特征分析一、市场规模二、产业关联度三、影响需求的关键因素四、国内和国际市场五、主要竞争因素六、生命周期 第二章 全球商用服务机器人所属行业发展分析第一节 世界商用服务机器人所属行业发展分析一、2019年世界商用服务机器人行业发展分析二、2019年世界商用服务机器人行业发展分析第二节 全球商用服务机器人所属行业市场分析一、2019年全球商用服务

机器人需求分析二、2019年欧美商用服务机器人需求分析三、2019年中外商用服务机器人市场对比  
第三节 2015-2019年主要国家或地区商用服务机器人所属行业发展分析一、2015-2019年美国商用服务机器人行业分析二、2015-2019年日本商用服务机器人行业分析三、2015-2019年欧洲商用服务机器人行业分析  
第三章 我国商用服务机器人所属行业发展分析第一节 中国商用服务机器人行业发展状况一、2019年商用服务机器人行业发展状况分析

商用服务机器人在一定程度上可以实现对人的替代，从而有效节省成本。此外，商用场景下的机器人不必面面俱到，只需要针对某一痛点进行完善开发，即可起到取代部分人力的效果，商业变现的可行性更强。商用服务机器人各场景需求商用服务机器人各场景总需求情况二、2019年中国商用服务机器人行业发展动态三、2019年商用服务机器人行业经营业绩分析四、2019年我国商用服务机器人行业发展热点  
第二节 中国商用服务机器人市场供需状况一、2019年中国商用服务机器人行业供给能力二、2019年中国商用服务机器人市场供给分析三、2019年中国商用服务机器人市场需求分析四、2019年中国商用服务机器人产品价格分析  
第三节 我国商用服务机器人市场分析一、2019年商用服务机器人市场分析二、2019年商用服务机器人市场分析三、2019年商用服务机器人市场的走向分析  
第四章 商用服务机器人所属行业经济运行分析第一节 2015-2019年中国商用服务机器人所属行业工业总产值分析一、2015-2019年中国商用服务机器人所属行业工业总产值分析二、不同规模企业工业总产值分析三、不同所有制企业工业总产值比较  
第二节 2015-2019年中国商用服务机器人所属行业市场销售收入分析一、2015-2019年中国商用服务机器人所属行业市场总销售收入分析二、不同规模企业总销售收入分析三、不同所有制企业总销售收入比较  
第三节 2015-2019年中国商用服务机器人所属行业产品成本费用分析一、2015-2019年中国商用服务机器人所属行业成本费用总额分析二、不同规模企业销售成本比较分析三、不同所有制企业销售成本比较分析  
第四节 2015-2019年中国商用服务机器人所属行业利润总额分析一、2015-2019年中国商用服务机器人所属行业利润总额分析二、不同规模企业利润总额比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析  
第五章 我国商用服务机器人所属行业进出口分析第一节 我国商用服务机器人产品所属行业进口分析一、2019年进口总量分析二、2019年进口结构分析三、2019年进口区域分析  
第二节 我国商用服务机器人产品所属行业出口分析一、2019年出口总量分析二、2019年出口结构分析三、2019年出口区域分析  
第三节 我国商用服务机器人产品所属行业进出口预测一、2019年进口分析二、2019年出口分析三、2019年商用服务机器人进口预测四、2019年商用服务机器人出口预测  
第六章 商用服务机器人行业竞争格局分析第一节 行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力  
第二节 行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析  
第三节 行业国际竞争力比较一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、

政府的作用

第四节 商用服务机器人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、重点企业出口交货值对比分析五、重点企业利润总额对比分析六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2015-2019年商用服务机器人行业竞争格局分析一、2019年商用服务机器人行业竞争分析二、2019年中外商用服务机器人产品竞争分析三、2015-2019年国内外商用服务机器人竞争分析四、2015-2019年我国商用服务机器人市场竞争分析五、2015-2019年我国商用服务机器人市场集中度分析六、2022-2028年国内主要商用服务机器人企业动向

第七章 商用服务机器人企业竞争策略分析第一节 商用服务机器人市场竞争策略分析一、2019年商用服务机器人市场增长潜力分析二、2019年商用服务机器人主要潜力品种分析三、现有商用服务机器人产品竞争策略分析四、潜力商用服务机器人品种竞争策略选择五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 商用服务机器人企业竞争策略分析一、国际经济形势对商用服务机器人行业竞争格局的影响二、全球经济下商用服务机器人行业竞争格局的变化三、2022-2028年我国商用服务机器人市场竞争趋势四、2022-2028年商用服务机器人行业竞争格局展望五、2022-2028年商用服务机器人行业竞争策略分析六、2022-2028年商用服务机器人企业竞争策略分析

第八章 主要商用服务机器人企业竞争分析第一节 南开大学机器人与信息自动化研究所一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第二节 北京森汉科技有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第三节 北京智能佳科技有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第四节 浙江大学机器人科教实践基地一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第五节 沈阳新松机器人自动化股份有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第六节 沈阳尤尼克斯机器人有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营状况四、发展战略

第九章 商用服务机器人行业发展趋势分析第一节 2019年发展环境展望一、2019年宏观经济形势展望二、2019年政策走势及其影响三、2019年国际行业走势展望

第二节 2019年商用服务机器人行业发展趋势分析一、2019年技术发展趋势分析二、2019年产品发展趋势分析三、2019年行业竞争格局展望

第三节 2022-2028年中国商用服务机器人市场趋势分析一、2015-2019年商用服务机器人市场趋势总结二、2022-2028年商用服务机器人发展趋势分析三、2022-2028年商用服务机器人市场发展空间四、2022-2028年商用服务机器人产业政策趋向五、2022-2028年商用服务机器人技术革新趋势六、2022-2028年商用服务机器人价格走势分析

第十章 未来商用服务机器人行业发展预测第一节 未来商用服务机器人需求与消费预测一、2022-2028年商用服务机器人产品消费预测二、2022-2028年商用服务机器人市场规模预测三、2022-2028年商用服务机器人行业总产值预测四、2022-2028年商用服务机器人行业销售收入预测五、2022-2028年商用服务机器人行业总资产预测

第二节 2022-2028年中国商用服务机器人行业供需预测一、2022-2028年中国商用服务机器人供给预测

二、2022-2028年中国商用服务机器人产量预测三、2022-2028年中国商用服务机器人需求预测  
四、2022-2028年中国商用服务机器人供需平衡预测五、2022-2028年中国商用服务机器人产品价格预测六、2022-2028年主要商用服务机器人产品进出口预测 第十一章 商用服务机器人行业投资现状分析第一节 2019年商用服务机器人行业投资情况分析一、2019年总体投资及结构二、2019年投资规模情况三、2019年投资增速情况四、2019年分行业投资分析五、2019年分地区投资分析六、2019年外商投资情况第二节 2019年商用服务机器人行业投资情况分析一、2019年总体投资及结构二、2019年投资规模情况三、2019年投资增速情况四、2019年分行业投资分析五、2019年分地区投资分析六、2019年外商投资情况 第十二章 商用服务机器人行业投资环境分析第一节 经济发展环境分析一、2015-2019年我国宏观经济运行情况二、2022-2028年我国宏观经济形势分析三、2022-2028年投资趋势及其影响预测第二节 政策法规环境分析一、2019年商用服务机器人行业政策环境二、2019年国内宏观政策对其影响三、2019年行业产业政策对其影响第三节 社会发展环境分析一、国内社会环境发展现状二、2019年社会环境发展分析三、2022-2028年社会环境对行业的影响 第十三章 商用服务机器人行业投资机会与风险第一节 行业活力系数比较及分析一、2019年相关产业活力系数比较二、2015-2019年行业活力系数分析第二节 行业投资收益率比较及分析一、2019年相关产业投资收益率比较二、2015-2019年行业投资收益率分析第三节 商用服务机器人行业投资效益分析一、2015-2019年商用服务机器人行业投资状况分析二、2022-2028年商用服务机器人行业投资效益分析三、2022-2028年商用服务机器人行业投资趋势预测四、2022-2028年商用服务机器人行业的投资方向五、2022-2028年商用服务机器人行业投资的建议六、新进入者应注意的障碍因素分析第四节 影响商用服务机器人行业发展的主要因素一、2022-2028年影响商用服务机器人行业运行的有利因素分析二、2022-2028年影响商用服务机器人行业运行的稳定因素分析三、2022-2028年影响商用服务机器人行业运行的不利因素分析四、2022-2028年我国商用服务机器人行业发展面临的挑战分析五、2022-2028年我国商用服务机器人行业发展面临的机遇分析第五节 商用服务机器人行业投资风险及控制策略分析一、2022-2028年商用服务机器人行业市场风险及控制策略二、2022-2028年商用服务机器人行业政策风险及控制策略三、2022-2028年商用服务机器人行业经营风险及控制策略四、2022-2028年商用服务机器人行业技术风险及控制策略五、2022-2028年商用服务机器人同业竞争风险及控制策略六、2022-2028年商用服务机器人行业其他风险及控制策略 第十四章 商用服务机器人行业投资战略研究()第一节 商用服务机器人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、竞争战略规划第二节 对我国商用服务机器人品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、商用服务机器人实施品牌战略的意义()三、商用服务机器人企业品牌的现状分析四、我国商用服务机器人企业的品牌战略五、商用服务机器人品牌战略管理的策

略第三节 商用服务机器人行业投资战略研究一、2019年环保设备行业投资战略（ ）二、2019年商用服务机器人行业投资战略研究三、2022-2028年商用服务机器人行业投资形势四、2022-2028年商用服务机器人行业投资战略 图表目录：图表：商用服务机器人产业链分析图表：国际商用服务机器人市场规模图表：国际商用服务机器人生命周期图表：商用服务机器人产业链结构图图表：2015-2019年全球商用服务机器人需求趋势图图表：2015-2019年商用服务机器人行业销售规模/市场容量增长趋势图更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270107.html>