

2009-2012年全球手表行业市场发展分析投资前景 研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年全球手表行业市场发展分析投资前景研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/6325263252.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国钟表业经过快速发展的二十多年，形成了以广州、深圳为龙头的珠三角地区、福建、浙江、江苏、山东、天津六大钟表主产区，产品总量位居世界前列，已成为名副其实的世界钟表生产大国。但是，由于产业结构不合理，生产、销售、设计、开发在整个产业体系中所占的比重悬殊很大。产品结构也不合理，高、中、低档产品在整个商品体系中，低档产品所占比例很大，中档产品占一定比例，而高档产品所占比例却偏小。行业之间的信息缺乏沟通、协调，人才、技术资源得不到有效整合，企业与市场各自的优势得不到充分体现，同时，由于有些地区知识产权得不到很好的保护，行业内无序竞争，导致产销量很大，而利润很薄，在国际钟表行业分工体系中处于“只能喝汤吃不到肉”的位置，“薄利多销”惹着大多数企业忙于量的扩张而忽视质的提升，设计开发一直寄生于企业内部，没有剥离出来形成产业体系中的一个强势环节，导致整个行业的技术创新能力、研发能力、品牌意识和品牌运作能力一直相当薄弱。

从市场上的实际销售情况来看，价位在201-600元的手表为最多的消费者接受，尽管销量和市场份额都有所降低，依然占据了近30%的总销量比重。而价位在1,001-5,000元的手表也有不俗的市场表现，且这个价位手表的销售量和市场占有率都在上升，说明越来越多的消费者倾向于购买中高档价位的手表。中国手表消费的市场容量大约在300亿-400亿元，其中，高档手表的市场份额大约在70亿-100亿元。同时，消费者对于进口名表的需求日益增强。

图表 根据价格来定的消费群体

价格

代表品牌

消费群体

1,000元以下

日本品牌,少量瑞士品牌,国产表天王,飞亚达,罗西尼等

工薪阶层和具有稳定收入的消费者

1,000~2,000元

瑞士品牌,还有部分国产品牌

一般白领阶层和中高收入者

2,000~4,000元

瑞士生产的新,老手表,进口表俏销价位

高收入阶层

4,000~8,000元

国际知名品牌占绝对优势

拥有产业的企业经营者和外企高级管理人员

10,000元以上

进口名牌表,豪华表一统天下

拥有产业的企业经营者和外企高级管理人员

资料来源：金安明邦调研中心

正文目录

第一章 2009年全球表市场发展概述 8

第一节 市场现状 8

第二节 基本特点 8

第三节 主要国家和地区发展概要 8

一、马来西亚 8

二、美国 8

三、瑞士 11

四、德国 11

五、新加坡 12

第二章 中国手表市场状况 13

第一节 市场规模 13

第二节 竞争状况 15

第三节 进口及贸易法规 17

第三章 国内高档手表消费市场趋势分析 20

第一节 高档手表零售量市场份额 20

第二节 高档手表新品迭出 20

第三节 高档手表需求主体是进口品牌 20

第四节 高收入阶层对进入中国市场早、宣传力度大的国际知名品牌有很高的品牌认知度 20

第五节 高档手表的消费集中在1至2万元之间 21

第六节 高档手表在大城市具有较大的市场潜力 21

第七节 高档表中男表销售大于女表 21

第八节 高档手表中机械表销售呈上升趋势 22

第九节 高档手表销售管道以百货公司和手表专卖店为主 22

第十节 高中档手表竞争渐趋白热化 22

第四章 主要细分市场分析 23

第一节 机械手表 23

一、手表的发展方向 23

二、机械手表市场分析 24

三、国产机械手表等待浴火重生 24

第二节 电波钟表 25

- 一、国外电波钟发展概况 25
- 二、中国电波钟的发展 26
- 三、电波钟表市场前景 26
- 四、中国市场预测 27
- 第三节 石英表 27
 - 一、石英表行业市场现状 27
 - 二、石英表行业市场竞争分析 27
 - 三、市场前景 27
 - 四、技术趋势 28
- 第五章 重要区域市场分析 29
 - 第一节 广东钟表业总体概况 29
 - 第二节 广东主要钟表产区及批发市场 29
 - 一、深圳 29
 - 二、广州 29
- 第六章 钟表进出口分析 31
 - 第一节 钟表进口分析 31
 - 一、中国成为瑞士表进口最重要的新兴市场 31
 - 二、2008年瑞士钟表业出口情况 31
 - 第二节 2008年钟表出口分析 31
 - 一、钟表出口分析 31
 - 二、深圳钟表走向世界 31
 - 第三节 钟表主要出口市场分析 32
 - 第四节 中国钟表出口的主要贸易壁垒及应对措施 32
 - 第五节 2008-2009年钟表主要出口市场展望 34
- 第七章 销售管道分析 36
 - 第一节 手表当前的销售管道模式 36
 - 第二节 钟表销售管道发展趋势分析 36
 - 第三节 2009年百家商场（专卖）手表零售分析 38
 - 一、品牌分析 38
 - 二、价格构成分析 43
 - 三、产地构成分析 43
 - 四、国产手表主销品牌主销号 44
 - 五、进口手表主销品牌主销型号 44
- 第八章 终端消费分析 45
 - 第一节 手表消费群体分类 45

- 一、学生消费群体 45
- 二、工薪阶层消费群体 45
- 三、富裕阶层消费群体 45
- 第二节 影响消费群体分析的主要因素 45
- 第三节 全国九大城市手表消费调查 46
 - 一、消费者对手表的认知情况 46
 - 二、消费者的手表消费情况 47
 - 三、消费者特点 48
- 第九章 2008-2009年手表需求规模分析与预测 49
 - 第一节 香港钟表需求 49
 - 第二节 未来需求趋势观测 49
 - 一、未来内地手表的消费需求 49
 - 二、当前内地手表的流行趋势 49
- 第十章 竞争格局分析 51
 - 第一节 钟表业总体竞争格局 51
 - 一、从品牌来看，进口手表占优势 51
 - 二、从市场划分来看，中高档市场成为必争之地 51
 - 三、从销路来看，进口表与合资表平分市场份额 51
 - 第二节 世界十大名表排名榜 51
 - 一、百达翡丽（PatekPhilippe）：贵族的标志 51
 - 二、爱彼（AudemarsPiguet）：坚持百年传统 52
 - 三、伯爵（Piaget）：值得欣赏的至尊之宝 52
 - 四、积家（Jaeger-LeCoultre）：创造吉尼斯纪录 53
 - 五、江诗丹顿（VacheronConstantin）：贵族的艺术品 53
 - 六、卡地亚（Cartire）：上流社会的宠物 54
 - 七、劳力士（Rolex）：手表领域中的霸主 54
 - 八、IWC万国表 54
 - 九、芝柏表（IRARD-PERREGAUX） 55
 - 十、欧米茄（OMEGA）：成就与完美的代表 55
 - 第三节 入世为我国钟表业带来优势与机遇 55
 - 一、有优势更有距离 55
 - 二、有机遇更有市场 56
 - 三、入世对我国钟表业利弊分析 57
 - 第四节 竞争格局走势分析 57
 - 第五节 机械手表业的竞争 57

第十一章 世界四大精品集团 60

第一节 Swatch集团 60

一、欧米茄 60

二、雷达 60

三、浪琴 60

第二节 劳力士集团 62

一、集团简介 62

二、旗下品牌简介 62

第三节 LVMH 62

一、集团概况简介 63

二、LVMH高层对中国市场的看法 63

三、LVMH在中国钟表市场上的竞争优势 64

四、LVMH集团旗下已进入中国的品牌 64

第四节 Vendome集团 64

一、集团概况 65

二、卡地亚 65

第十二章 国外其它品牌 66

第一节 梅花 66

一、品牌介绍 66

二、梅花表的新宗旨 66

三、梅花表在中国的发展现状 67

第二节 西铁城 67

一、品牌简介 68

二、西铁城产品介绍 68

三、西铁城动态 68

第三节 精工 69

一、品牌简介 69

二、精工产品介绍 69

三、精工的公关策略 69

第十三章 国内品牌部分 73

第一节 天王 73

一、公司背景 73

二、天王表的营销策略 73

第二节 罗西尼 75

第三节 依波 76

一、公司背景 76

二、依波的策略 77

第四节 飞亚达 80

一、公司背景 80

二、飞亚达的销售网络与代理业务 80

三、财务分析 80

第十四章 2008-2009年手表行业投资机会与风险展望 83

第一节 2008-2009年手表行业投资机会 83

一、2008-2009年手表出口市场投资机会 83

二、2008-2009年手表企业的多元化投资机会 83

第二节 2008-2009年手表行业投资风险展望 85

一、宏观调控风险 86

二、行业竞争风险 87

三、供需波动风险 89

四、技术创新风险 90

五、经营管理风险 90

六、产品自身价格波动风险 91

图表目录

图表 1根据价格来定的消费群体 14

图表 2 2008年中国百家商场(专卖)手表零售价格构成 14

图表 3 中国的手表进口金额 14

图表 4 2008年中国主要手表产品进口金额 15

图表 5 2008年中国进口手表(部分)税率 16

图表 6 2008年下半年至2009年举行的部分钟表展览会情况 18

图表 7 我国主要钟表连锁店情况 33

图表 8 2009年手表零售量前20名品牌(国产品牌) 36

图表 9 2009年手表零售额前20名品牌(国产品牌) 36

图表 10 2009年手表零售量前20名品牌(进口品牌) 36

图表 11 2009年手表零售额前20名品牌(进口品牌) 37

图表 12 2009年手表零售量前20名品牌 37

图表 13 2009年手表零售额前20名品牌 37

图表 14 2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主要财务指标 76

图表 15 2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营业务分行业、产品情况表 76

图表 16 2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司营业收入地区比例情况 77

图表 17 2003-2009年我国GDP总量及增长趋势图 81

图表 18 2009年中国各产业增加值及增速对比图 82

图表 19公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 90

图表 20公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 92

图表 21公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 93

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/6325263252.html>