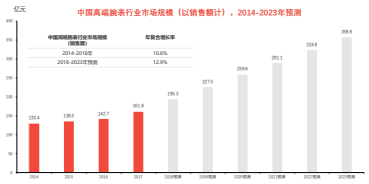
头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 轻工制造系列概览

# 2019 年
# 中国高端腕表行业概览

## 行业走势图




## 消费研究团队

孟树远 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

## 相关热点报告

- 机械设备系列分析概览——中国白色家电行业市场研究
- 机械设备系列深度报告——2019 年中国建筑机器人行业精品报告
- 机械设备系列深度报告——2020 年中国手机射频滤波器精品报告
-

## 报告摘要

高端腕表是做工更加复杂细致、用料更为高级的腕表类型，价格通常在万元以上。随着中国经济的发展、居民人均可支配收入的提升和居民消费观念的改变，高端腕表逐渐成为个人身份的象征，中国高端腕表市场规模由 2014 年的 130.4 亿元增长至 2018 年的 195.3 亿元。未来随着高端腕表产品朝多功能化发展，高端腕表行业市场规模将进一步扩大，预计到 2023 年将达到 358.6 亿元。

### 热点一：高端腕表做工精良，具有较强的增值性

高端腕表具有制作精美、艺术观赏性强等特点，适用于收藏和观赏，高端腕表根据用料、做工、历史等不同因素，具有不同的收藏价值和增值空间，限量版高端腕表每年的增值幅度约为 20%至 30%，受到高净值人群的喜爱。

### 热点二：中产阶级增长促进高端腕表行业快速发展

中国居民收入及消费支出的提高为高端腕表产品的销量提升奠定了基础，中国的中产阶级人数已经达到近 2 亿人。迅速壮大的中产阶级成为主体消费力量，此类群体偏向于为产品品质支付溢价，因此非生活必需品例如高端腕表的消费占比开始呈现明显的上升现象。

### 热点三：高端腕表功能化发展

在信息技术发展、制表工艺持续精进的支持下，高端腕表逐渐呈现多功能化发展趋势。如高端腕表通过装入智能芯片，可全天候准确测量佩戴者心率，并在心率出问题时预警。智能腕表可控制手机音乐播放，能接收 App、电子邮件、电话、短信等通知。受益于信息技术和制表工艺的发展，在腕表上集成复杂功能的制表技术已相对成熟，具备多样化功能的高端腕表同时具备了收藏性和实用性，已成为行业的发展趋势。

# 目录


1 方法论 ..... 5

1.1 研究方法 ..... 5

1.2 名词解释 ..... 6

2 中国高端腕表行业市场综述 ..... 7

2.1 中国高端腕表行业定义及分类 ..... 7

2.2 中国高端腕表行业发展历程 ..... 8

2.3 中国高端腕表行业产业链 ..... 10

2.3.1 上游分析 ..... 10

2.3.2 中游分析 ..... 11

2.3.3 下游分析 ..... 12

2.4 中国高端腕表行业市场规模 ..... 13

3 中国高端腕表行业驱动与制约因素 ..... 15

3.1 驱动因素 ..... 15

3.1.1 高端腕表做工精良，具有较强的增值性 ..... 15

3.1.2 中产阶级增长促进高端腕表行业快速发展 ..... 16

3.2 制约因素 ..... 17

3.2.1 仿制表泛滥，消费者难以辨别 ..... 17

3.2.2 中低端腕表行业精细化发展侵占高端腕表市场份额 ..... 18

4 中国高端腕表行业政策及监管分析 ..... 19

5 中国高端腕表行业市场趋势 ..... 20

5.1 高端腕表多功能化发展 ..... 20

5.2 高端腕表年轻化趋势 ..... 22
6 中国高端腕表行业竞争格局分析 ..... 23
6.1 中国高端腕表行业竞争格局概述 ..... 23
6.2 中国高端腕表行业投资企业推荐 ..... 24
6.2.1 深圳市格雅表业有限公司 ..... 24
6.2.2 北京手表厂有限公司 ..... 26
6.2.3 深圳市雷诺表业有限公司 ..... 29

# 图表目录

图 2-1 高端腕表分类 ..... 8
图 2-2 中国高端腕表行业发展历程 ..... 8
图 2-3 高端腕表行业产业链 ..... 10
图 2-4 中国高端腕表行业市场规模（以销售额计），2014-2023 年预测 ..... 13
图 3-1 限量版高端腕表 ..... 16
图 3-2 中国居民人均可支配收入及消费支出，2014-2018 年 ..... 17
图 3-3 仿制表分类 ..... 18
图 3-4 中低档手表制约高端腕表行业发展 ..... 19
图 4-1 中国高端腕表行业相关政策 ..... 20
图 5-1 Garmin 高端时尚腕表系列 ..... 21
图 5-2 色彩鲜明的高端腕表 ..... 22
图 6-1 中国高端腕表市场份额，2018 年 ..... 24
图 6-2 格雅表业产品 ..... 25
图 6-3 北京手表厂产品 ..... 28
图 6-4 雷诺表业产品 ..... 30

# 1 方法论

## 1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从消费、进出口贸易、制造业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 9 月完成。

## 1.2 名词解释

- **SIHH**：Salon International De La Haute Horlogerie，日内瓦国际高级钟表展，全球规模最大的高级钟表展会之一，诞生于 1991 年，是一年一度全球顶级手表生产商展示其新款腕表产品的展会。
- **Super-LumiNova**：新型冷光化合涂料，主要成分是铝酸锶盐。Super-LumiNova 材料在光线下照射数分钟就可持续发光数小时，且化学稳定性好，长期使用也不会变色，寿命可达 25 年。
- **ETA 机芯**：ETA 公司为全球最大的手表和机芯生产商之一，全名为 ETA SA Manufacture Horlogere Suisse，ETA 机芯为其生产的机芯。



# 2 中国高端腕表行业市场综述

## 2.1 中国高端腕表行业定义及分类

腕表指戴在手腕上，用以计时或显示时间的仪器，通常是利用皮革、橡胶、尼龙布、不锈钢等材料制成表带，将显示时间的“表头”束在手腕上。高端腕表是制造工艺更加复杂细致、使用材料更为高级的腕表类型，价格通常在万元以上。

高端腕表在中国尚无明确的行业分类标准，市场中根据常见高端腕表的品质及制造工艺将其分为特级表、一类一等表、一类二等表、二类一等表、二类二等表等类型：

（1）特级表多采用纯手工制造，具有复杂的功能，制作难度大，各个零件的打磨工艺极为精细、考究，技术含量高、产量少，代表品牌有百达翡丽、爱彼、江诗丹顿和宝玑等；

（2）一类一等表多使用高端自产机芯，功能复杂程度略低于特级表，但制表工艺精细程度等同于特级表，代表品牌有劳力士、万国和积家等；

（3）一类二等表亦多使用高端自产机芯，加工精细度与价格均略低于一类一等表，功能复杂程度等同于一类一等表，代表品牌有真利时、沛纳海和欧米茄等；

（4）二类一等表多使用 ETA 高级机芯并采用精细打磨工艺，是市场中常见的中高档腕表，代表品牌有百年灵、帝舵和豪雅等；

（5）二类二等表多使用 ETA 中档机芯但打磨工艺低于二类一等表，代表品牌有浪琴、雷达和依波路等（见图 2-1）。

**图 2-1 高端腕表分类**

| 分类 | 特点 | 代表品牌 |
| --- | --- | --- |
| 特级表 | • 纯手工制造<br>• 功能复杂、制作难度大<br>• 技术含量高、产量少 | PATEK PHILIPPE GENEVE<br>AUDEMARS PIGUET<br>VACHERON CONSTANTIN GENEVE |
| 一类一等表 | • 多使用高端自产机芯<br>• 功能复杂程度略低于特级表<br>• 制表工艺精细程度等同于特级表 | ROLEX<br>IWC<br>JAEGER-LECOULTRE |
| 一类二等表 | • 多使用高端自产机芯<br>• 加工精细度与价格均略低于一类一等表<br>• 能复杂程度等同于一类一等表 | ZENITH<br>OFFICINE PANERAI<br>OMEGA |
| 二类一等表 | • 多使用ETA高级机芯<br>• 采用精细打磨工艺， | BREITLING 1884<br>TUDOR<br>TAGHeuer |
| 二类二等表 | • 多使用ETA中档机芯<br>• 打磨工艺低于二类一等表 | LONGINES<br>RADO Switzerland<br>ERNEST BOREL |

*来源：头豹研究院编辑整理*

## 2.2 中国高端腕表行业发展历程

中国高端腕表行业自 1982 年开始发展，经历了萌芽阶段、高速发展阶段、缓慢发展阶段和市场恢复阶段（见图 2-2）。

**图 2-2 中国高端腕表行业发展历程**




*来源：头豹研究院编辑整理*

### （1）萌芽阶段（1982-1999 年）

1982 年半岛酒店集团在北京王府井开设了中国第一家由外商投资的豪华宾馆——王

府半岛酒店，并将王府半岛酒店地下一、二层改造为销售欧美高端服饰及腕表等饰品的精品商店。这一阶段，以皮尔·卡丹时装为代表的高档时装品牌进入对中国，消费者对高档服饰及装饰品认知和接受程度提高，为高端腕表行业在中国的发展做出了铺垫。此后，劳力士等众多高端腕表品牌相继进驻中国大陆市场，为中国高端腕表行业的发展奠定了基础。

**（2）高速发展阶段（2000-2012 年）**

2000 年以后，高档消费场所在中国各地陆续出现，上海恒隆广场、中信泰富和北京的国贸商场相继开业，促进了高端腕表产品在中国的普及。2004 年 6 月，中国商务部颁布《外商投资商业领域管理办法》，取消外国品牌在中国开设连锁专卖店的限制，劳力士、历峰、LVMH 等各大高端腕表品牌脱离贸易公司在中国一线城市进行全面自主扩张和布局，各大高端腕表直营店开业，包含形象店、精品店和旗舰店等。截至 2012 年 12 月，外国高端腕表品牌在中国的直营店已超过 600 家。

**（3）缓慢发展阶段（2013-2015 年）**

中国政府的反腐行动对高端腕表行业造成了一定冲击。2012 年中国召开“十八大”后，中国中共中央陆续颁布《八项规定》、《党政机关厉行节约反对浪费条例》等反腐倡廉政策，切实全面从严治党、惩治腐败，高端腕表作为高价值礼品之一，市场规模发展受到制约，行业进入缓慢发展阶段。

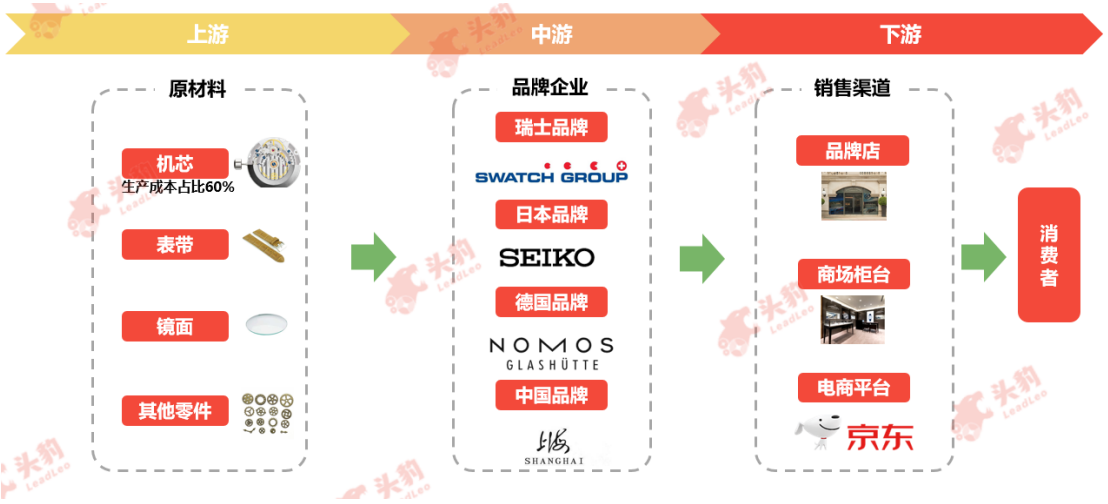
**（4）市场恢复阶段（2016 年至今）**

2016 年 3 月，中国财政部、海关总署和国家税务总局颁布《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》，将超过 10,000 元的高端腕表进口税率由 30%提升至 60%，降低了海外渠道销售高端腕表的价格优势，中国大陆高端腕表市场受到保护。同时，随着中国人均可支配收入的提升，更多消费者具备消费高端腕表的经济能力，同时消费者对高端腕表产品的兴趣转向对品牌价值与手表本身做工的精细程度的欣赏，高端腕表销量得以提升。

## 2.3 中国高端腕表行业产业链

中国高端腕表行业产业链上游参与主体为高端腕表原材料供应商，中游为高端腕表生产商，下游为高端腕表销售渠道和高端腕表消费者（见图 2-3）。

**图 2-3 高端腕表行业产业链**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

### 2.3.1 上游分析

中国高端腕表产业链上游主要为高端腕表原材料供应商，所提供的原材料包括机芯、表带、镜面和其他零部件：

**（1）机芯**

机芯为高端腕表主要成本所在，约占高端腕表生产成本的 60%。腕表的设计（包括其功能与表面的布局）多以机芯为基础，机芯制造工艺的高低直接影响腕表的质量及价格。高端腕表机芯主要来自瑞士斯沃琪集团、历峰集团、路易·威登集团和高端腕表品牌劳力士集团等瑞士集团，此类集团拥有多数主流高端腕表品牌，影响力覆盖整个高端腕表行业；

**（2）表带**

高端腕表主要使用金属表带、皮质表带和橡胶表带：①金属表带具有耐用、使用周期长、透气性佳等优点，然而同时也具有易腐蚀、易变形与易藏污纳垢等缺点，需经常进行清理；

②皮质表带具有亲近皮肤等优点，然而皮质表带极易磨损、老化，夏天皮质表带易浸汗产生异味；③橡胶表带具有柔韧性好、颜色鲜艳、动感性强等特点，然而橡胶表带具有易发硬、显廉价等缺点。高端腕表表带为手表整体的一部分，成本较低，通常由高端腕表生产商家自行生产；

**（3）镜面**

高端腕表镜面主要为蓝宝石镜面，蓝宝石镜面强度、封闭性和抗震性较高，蓝宝石镜面强度等同于钢的 7 倍，硬度强，加工生产蓝宝石镜面成本较高，通常由高端腕表生产商家从玻璃厂商购入原材料后进行自主加工生产；

**（4）其他零部件**

高端腕表由大量小零部件组成，如表壳、底盖、跨轮等，高端腕表中小零件宽度通常以毫米计，数量由一百至上千个不等。不同的零部件具有不同的功能，如表壳可保护腕表机芯与外界尘土隔绝、免受液体或震荡带来的损害等；底盖可用于固定机芯，具备防尘、防水功能；跨轮可让每 1 小时转动一周的分轮通过传动比转换每 12 小时转动一周的时轮。高端腕表生产所需零部件繁多，通常由高端腕表生产厂家自主加工生产，耗时较长，生产难度大。

### 2.3.2 中游分析

中国高端腕表行业参与者主要为来自瑞士、日本、德国和中国本土企业：（1）瑞士、日本和德国品牌企业属于外资企业，这类企业多在其本国完成高端腕表产品的加工和生产，然后出口到中国各地品牌直营店与分销商进行销售。其中瑞士代表品牌包含斯沃琪集团、历峰集团、路易·威登集团和劳力士集团等，日本代表品牌包含西铁城、卡西欧和精工等，德国代表品牌包含朗格、格拉苏蒂、诺莫斯等；（2）中国高端腕表品牌具有本地化优势，通常在国内建厂进行产品的组装、加工及生产，产品多流入国内市场，代表品牌商包括上海手

表厂、北京手表厂和海鸥等。

### 2.3.3 下游分析

高端腕表产业链下游为销售渠道与消费者。高端腕表销售渠道主要为品牌店、商场柜台和电商平台等：

（1）品牌店渠道为专门销售单一高端腕表品牌的商店，如劳力士专卖店等。高端腕表专卖店通常位于一线城市中心商业区，汇聚了该品牌旗下全部产品。高端腕表专卖店具有服务更加专业、商铺周边客流量大、顾客消费水平高等优点，但由于位置处于中心商业区，具有商铺租金与运营成本高等劣势；

（2）商场柜台渠道为商场中集中销售高端腕表的区域，常位于一、二线城市高端商场中心区域，具有人流量较大的优势，然而高端腕表商场柜台渠道由于不是高端腕表核心渠道，通常仅出售其品牌下主营或销量大的产品；

（3）电商平台渠道分为高端腕表线上专卖店、第三方电商平台品牌店和微信公众号平台：①高端腕表线上专卖店通常为高端腕表品牌信息公布平台与腕表销售平台，是高端腕表产品主要的信息披露平台；②高端腕表品牌通过进驻电商平台拓宽销售渠道，进行手表销售，电商平台具有方便消费者进行腕表选择等优势；③高端腕表微信公众号渠道为高端腕表品牌限量产品预定渠道，消费者通过微信公众号渠道购买高端腕表产品的数量较少。电商平台具有可快速帮助消费者比较高端腕表产品的优势，然而由于高端腕表价值较高，消费者更加倾向于前往实体店进行试戴，并由导购对产品进行详细介绍后做出选择。

高端腕表主要消费群体为年龄在 25 至 60 岁之间的中产阶级人群，购买高端腕表主要为展现其生活品质和个人品味，其中男性与女性的比例约为 3:1，高端腕表消费者主要来自于制造业和互联网行业。高端腕表消费者在选择高端腕表产品时主要考虑高端腕表的品牌、

外观和高端腕表的科技含量，外观类似的腕表，消费者愿意为品牌额外支付 20%的价格。

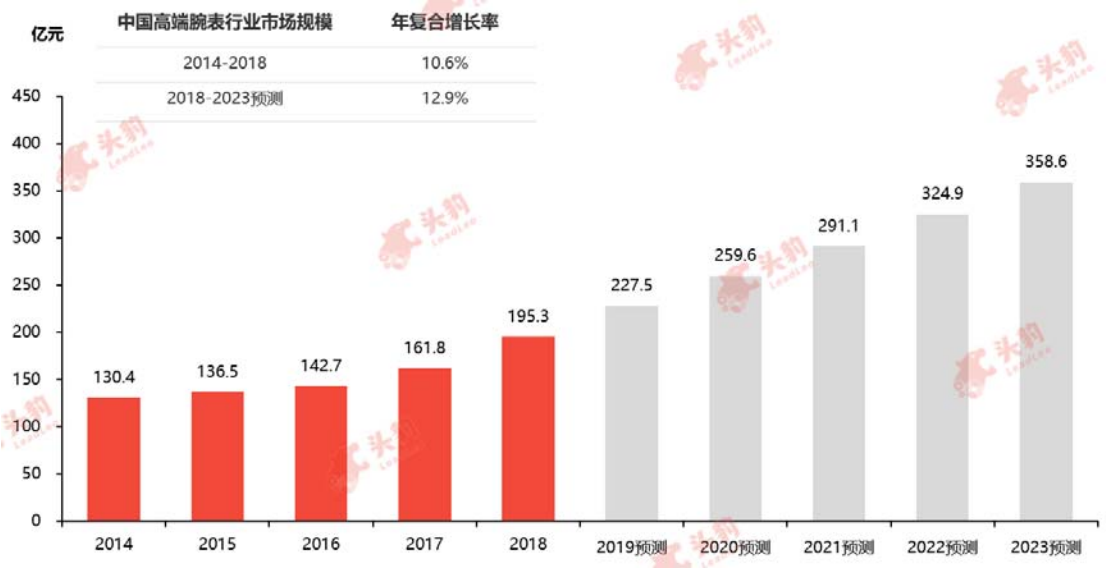
## 2.4 中国高端腕表行业市场规模

随着中国经济的发展、居民人均可支配收入的提升和居民消费观念的改变，消费者对消费高端腕表的经济实力增强，并且愈加注重高端腕表的品牌价值，高端腕表逐渐成为个人身份的象征。2016 年《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》的颁布确立了高端腕表进口行邮税，商品入境查验手续更加严格，促使高端腕表海外渠道丧失价格优势，提升了中国高端腕表市场规模，中国高端腕表市场规模由 2014 年的 130.4 亿元增长至 2018 年的 195.3 亿元，年复合增长率为 10.6%（见图 2-4）。

2018 年以后高端腕表行业市场规模将持续保持增长趋势，到 2023 年预计将达到 358.6 亿元，其增长依据包括但不限于以下因素：

（1）随着中国居民人均收入水平的进一步提升，中国居民消费能力将进一步增长，在高端腕表行业将会进行更多消费；（2）中国相关监管机构加强了对仿制表等灰色市场的监管力度，高端腕表行业的规范程度提高。

**图 2-4 中国高端腕表行业市场规模（以销售额计），2014-2023 年预测**




*来源：头豹研究院编辑整理*


innovation 创新地图 map
推广
前哨2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

# 3 中国高端腕表行业驱动与制约因素

## 3.1 驱动因素

### 3.1.1 高端腕表做工精良，具有较强的增值性

高端腕表具有较高的增值性与收藏价值，限量版高端腕表每年的增值幅度约为 20%至30%，此类高端腕表制作精美、收藏价值高、价格在几十万元至上千万元不等。高端腕表由于体型较小，方便储藏、携带，便于收藏和传承，其中部分制造工艺精湛、艺术观赏性佳的腕表产品具有极高的收藏价值，如：

（1）高伯富斯艺术作品一号腕表：由英国艺术家威拉德·维冈与高伯富斯联合创作，是将微雕艺术融入高端腕表中的代表收藏品之一。艺术作品一号腕表的标志性特征在为 9 点钟方向雕塑了一个微型三桅杆帆船，需搭配 23 倍微型显微镜系统观赏，具有极高的艺术价值。现阶段，这款腕表的金帆船版本的售价已近 200 万美元；

（2）朗格 Grand Complication：采用金色表壳，厚度为 20 毫米，直径为 50 毫米，具有 876 个复杂的活动部件。Grand Complication 具有可作大自鸣和小自鸣的鸣响装置、三问报时装置、附积分盘和 1/5 跳秒的双追针计时码表以及附月相显示的万年历，是朗格在精密制表领域的代表产品，售价约为 260 万美元；

（3）路易莫奈特 Meteoris：采用小行星、月球、火星陨石为腕表原材料，是世界上唯一使用火星陨石为原料制作腕表表的品牌，目前该款腕表售价约为 460 万美元。

高端腕表具有制作精美、艺术观赏性强等特点，适用于收藏和观赏，高端腕表根据用料、做工、历史等不同因素，具有不同的收藏价值和增值空间，受到高净值人群的喜爱。此类高净值人群对收藏性高端腕表产品的追捧提高了消费者对高端腕表产品的认知及接受程度，促进了高端腕表行业的发展。

**图 3-1 限量版高端腕表**

| 产品种类 | 特点 | 售价 | 产品示例 |
| --- | --- | --- | --- |
| 高伯富斯艺术作品一号 | 微雕艺术 | 近200万美元 |  |
| 朗格Grand Complication | • 具有876个复杂的活动部件<br>• 可作大自鸣和小自鸣的鸣响装置、<br>• 三问报时装置、<br>• 附积分盘<br>• 1/5跳秒的双追针计时码表<br>• 附月相显示的万年历 | 约260万美元 |  |
| 路易莫奈特Meteoris | 采用陨石碎片制成 | 约460万美元 |  |

*来源：头豹研究院编辑整理*

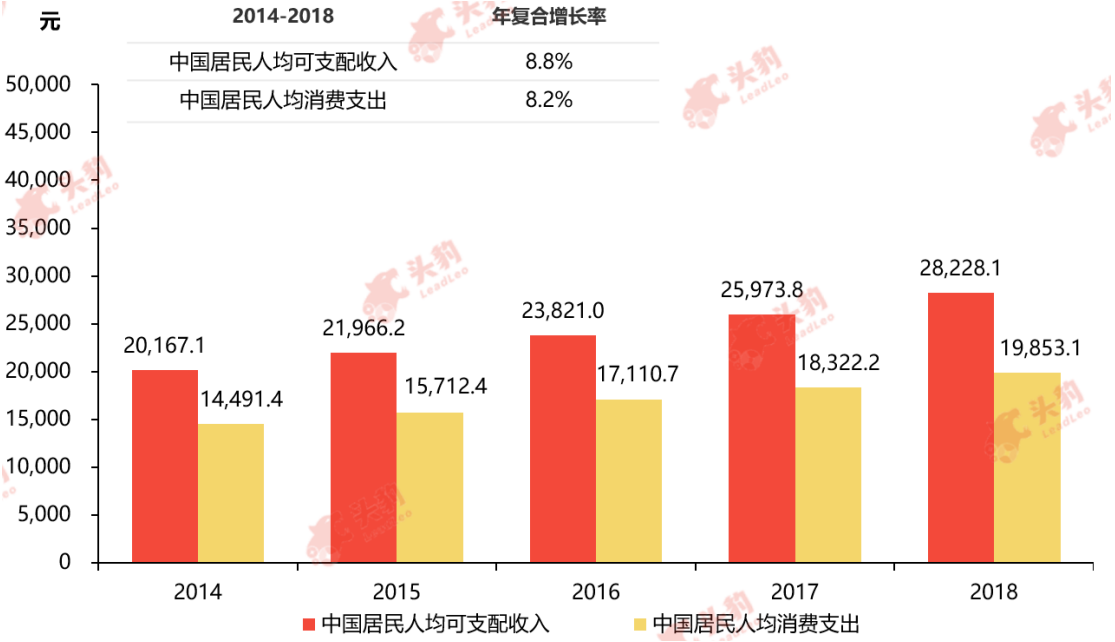
### 3.1.2 中产阶级增长促进高端腕表行业快速发展

自 2014 年以来，中国居民人均可支配收入与居民人均消费支出增长快速。截至 2018 年底中国居民人均可支配收入达到 28,228.1 元，人均消费支出达到 19,853.1 元(见图 3-2)。中国居民收入及消费支出的提高为高端腕表产品的销量提升奠定了基础。此外，中国新型中产阶级，即私人可投资资产金额位于 5 万美元至 50 万美元之间的人群快速崛起，目前中国的中产阶级人数已达到近 2 亿人。迅速壮大的中产阶级成为主体消费力量，此类群体偏向于为产品品质支付溢价，因此非生活必需品例如高端腕表的消费占比开始呈现明显的上升现象。

据一位在高端腕表行业具有多年市场营销经验的专家表示，相对于发达国家的同龄人，中国出生于 1982 至 2000 年之间的“千禧一代”普遍具有较强的消费意愿和消费能力。头豹研究院数据显示，2018 年中国“80 后”消费人群在奢侈品上的人均支出超过 4 万元，“90 后”消费人群在奢侈品上的人均支出超过 2.5 万元，“80 后”及“90 后”奢侈品消费人数超过中国奢侈品购买总人数的 65%。“千禧一代”属于年轻型的消费群体，追求品质生活，正成为高端腕表、珠宝首饰等奢侈品消费的主力。

高端腕表作为奢侈品品类之一受到中国迅速崛起的“中产阶级”和“千禧一代”喜爱，“中产阶级”和“千禧一代”以强大的消费能力推动中国高端腕表行业发展。

**图 3-2 中国居民人均可支配收入及消费支出，2014-2018 年**




*来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理*

## 3.2 制约因素

### 3.2.1 仿制表泛滥，消费者难以辨别

正品高端腕表价格较高，通常在万元以上，高端手表爱好者难以支撑相应的财力消耗，随即催生出了高端腕表仿制表市场。仿制表可分为高仿表、精仿表和复刻表三类（见图 3-3）：（1）高仿表指制造粗糙、改装随意、制造成本为几百元的仿制高端腕表；（2）精仿表指打磨抛光和金属拉丝等细节处理较好，使用国产海鸥、日本西铁城机芯制成的仿制高端腕表；（3）复刻表指大型腕表生产商仿制生产的腕表，做工精细、相较于正品腕表还原度高。以复刻表为例，复刻表与正品相似程度高达 95%，从腕表外观难以区分正品与仿制品的区别，然而复刻表的价格仅为正品高端腕表价格的十分之一至百分之一，利润高昂，其中的暴利吸引了大量腕表生产商对高端腕表进行仿制。

由于高级复刻表与正品高端腕表的相似度极高，市场中部分商家将复刻表代替正品高端腕表以获取暴利，导致高端腕表市场混乱，消费者难以确认购买的高端腕表的真实性，制约了高端腕表行业发展。

**图 3-3 仿制表分类**




*来源：头豹研究院编辑整理*

### 3.2.2 中低端腕表行业精细化发展侵占高端腕表市场份额

2015 年 8 月，中国颁布《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》，提出要培育中国自主钟表品牌，提升中国钟表行业竞争力，主要体现为增强自主创新能力、优化钟表产品结构、提高产品质量水平、促进重点区域发展、积极开拓国内外市场等，中国钟表市场获得长足发展。

然而，由于手表行业同质化现象严重，仅从腕表外观难以辨别高档腕表与中低档腕表的差异。随着廉价机芯的出现，中低档腕表生产企业能够以较低的价格获得石英机芯进而制作腕表。未来随着制表工艺的不断进步，中低档腕表生产商加工制作水平提升，腕表制作成本逐渐降低，中低档腕表质量与美感逐渐与高端腕表接近，高端腕表优势减少，中低档腕表的发展将侵占高端腕表行业的市场份额（见图 3-4）。

图 3-4 中低档手表制约高端腕表行业发展




*来源：头豹研究院编辑整理*

# 4 中国高端腕表行业政策及监管分析

中国政府在促进中国本土高端腕表企业发展、高端腕表贸易保护等层面颁布了一系列政策，促进中国高端腕表行业发展。

2015 年 8 月，中国工业和信息化部、财政部、工商总局、知识产权局共同颁布《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》，提出支持钟表企业实施技术改造、申报省级、国家级高新技术企业、企业技术创新中心、加大知识产权保护力度、加强手表标准化和检测工作等。该政策为中国钟表行业扶持政策，高端腕表作为钟表行业之一受到保护，促进了中国钟表制造企业在高端腕表领域的发展。

2016 年 3 月，中国财政部、海关总署和国家税务总局颁布《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》（财关税〔2016〕18 号），指出自 2016 年 4 月起，中国将实施针对非贸易属性进境物品行邮税，价格超过 10,000 元的高档手表被征收 60%的税费，此政策大幅度提升了海外代购与出境旅游购买高档手表的成本，消费者由海外代购或出境旅游购买高端腕表转为在中国境内消费高端腕表，有利于中国高端腕表行业发展。

2019 年 4 月，中国国务院关税税则委员会颁布《关于调整进境物品进口税有关问题的通知》（税委会〔2019〕17 号），提出对烟、酒、贵金属及珠宝玉石、高尔夫球、高尔夫球

具、高档手表和高档化妆品征收 50%的进口税，其中高档手表进口税率由 60%下降至 50%，进口税的下调有利于降低高端腕表的价格，增加高端腕表的销量。

**图 4-1 中国高端腕表行业相关政策**

| 政策名称 | 颁布日期 | 颁布主体 | 主要内容及影响 |
| --- | --- | --- | --- |
| 《国务院关税税则委员会关于调整进境物品进口税有关问题的通知》（税委会〔2019〕17号） | 2019-04 | 国务院关税税则委员会 | 提出对烟、酒、贵金属及珠宝玉石、高尔夫球、高尔夫球具、高档手表和高档化妆品征收50%的进口税，其中高档手表进口税率由60%下降至50% |
| 《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》（财关税〔2016〕18号） | 2016-03 | 财政部、海关总署和国家税务总局 | 指出自2016年4月起，中国将实施镇兑 针对非贸易属性进境物品行邮税，价格超过10,000元的高档手表被征收60%的税费 |
| 《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》 | 2015-08 | 工业和信息化部、财政部、工商总局、知识产权局 | 提出支持钟表企业实施技术改造、申报省级、国家级高新技术企业、企业技术创新中心、加大知识产权保护力度、加强手表标准化和检测工作等 |
| 《中国制造2025》 | 2015-09 | 国务院 | 提出激发企业活力和创造力，针对制约制造业发展的瓶颈和薄弱环节，加快转型升级和提质增效，切实提高制造业的核心竞争力和可持续发展能力 |

*来源：头豹研究院编辑整理*

# 5 中国高端腕表行业市场趋势

## 5.1 高端腕表多功能化发展

在信息技术发展、制表工艺持续精进的支持下，高端腕表逐渐呈现出多功能化发展趋势，具备健康管理、专业运动辅助等多功能化的高端腕表产品不断出现。高端腕表通过装入智能芯片，可全天候准确测量佩戴者心率，并在心率出问题时预警。智能腕表可控制手机音乐播放，能接收 App、电子邮件、电话、短信等通知。智能腕表可辅助专业化训练，如 Garmin 的高端时尚腕表系列可辅助飞行、竞速、运动、探险和航海等专业运动（见图 5-1）：

（1）MARQ Aviator 系列腕表具备航空地图、NEXRAD 气象雷达和 Garmin 航空电子整合设备，内置全球航空数据库及直接应急导航，24 小时格林威治标准时间直接显示于 MARQ Aviator 表圈上，佩戴者可通过 GPS 自动调整世界时间，为安全飞行提供协助；

（2）MARQ Driver 系列腕表为专业赛车手设计，表内储存全球超过 250 多条赛道地图，佩戴者可将赛道显示为表面图案。MARQ Driver 腕表支持佩戴者在驾驶时自动记圈并

显示实时增量时间，比较当前圈数用时和最快圈数用时相差的时间；

（3）MARQ Athlete 系列腕表可为专业运动员提供辅助，佩戴者可查看运动时最大摄氧量、恢复时间，制定运动计划，通过内置地图导航确定佩戴者位置，通过跑步动态记录查看运动员步幅和垂直振幅等信息进行运动分析；

（4）MARQ Expedition 系列腕表内置电子罗盘、气压计、高度计和地图，帮助佩戴者实时了解周边情况，Climb Pro 功能可为佩戴者提供当前及后续爬升过程中的实时信息，如海拔、距离和坡度等信息，在高海拔地区佩戴者可同时使用 Pulse Ox 传感器监测血氧浓度；

（5）MARQ Captain 系列腕表内置帆船赛计时器、海图、帆船助手和港口状况等功能，可显示速度、距离、航向、风速、温度、潮汐和定位辅助等信息，帮助佩戴者在航海时加速前往目标港口。

除 Garmin 外，其他知名高端腕表品牌也相继在腕表的多功能化方向上持续发力，如百达翡丽于 2018 年发布的“鹦鹉螺”加载了万年历（Nautilus 系列 5740/1G-001 腕表）功能，宝柏于 2018 年发布的五十噚 Bathyscaphe 潜水表搭配了复杂日历和月相功能。受益于信息技术和制表工艺的发展，在腕表上集成复杂功能的制表技术已相对成熟，具备多样化功能的高端腕表同时具备了收藏性和实用性，已成为行业的发展趋势。

**图 5-1 Garmin 高端时尚腕表系列**

| 产品种类 | 功能 | 产品示例 |
| --- | --- | --- |
| MARQ Aviator | 具备航空地图、内置全球航空数据库及直接应急导航等 |  |
| MARQ Driver | 储存全球超过250多条赛道、支持佩戴者在驾驶时自动记圈并显示实时增量时间等 |  |
| MARQ Athlete | 可查看运动时最大摄氧量、恢复时间，制定运动计划等 |  |
| MARQ Expedition | 内置电子罗盘、气压计、高度计和地图，帮助佩戴者者实时了解周边情况等 |  |
| MARQ Captain | 内置帆船赛计时器、海图、帆船助手和港口状况等功能，可显示速度、距离、航向、风速、温度、潮汐和定位辅助等信息 |  |

*来源：Garmin 官网，头豹研究院编辑整理*

## 5.2 高端腕表年轻化趋势

从高端腕表的关注人群来看，一方面消费者的年轻化已成为行业发展趋势之一，以“千禧一代”为代表的年轻消费群体对奢侈品的关注程度明显上升，对高端腕表的工艺需求进一步提高，更加关注健康管理、专业运动等新兴功能。

另一方面，为吸引年轻消费者，各大高端腕表品牌尝试推出符合当下年轻人审美的高端腕表产品，行业呈现年轻化发展趋势。高端腕表年轻化发展趋势的直接表现为色彩的设计，各大高端腕表品牌开始为经典腕表增添新配色，如粉色、蓝色、黄色、绿色、橙色等，使高端腕表更加个性鲜明，彰显时尚、年轻。在 2019 SIHH 上，各种颜色与主题的腕表出现在展台上（见图 5-2）：（1）RICHARD MILLE 推出美食主题、色彩鲜亮、限量三十枚的 BONBON 系列腕表，采用鲜艳颜色为主题，邀请腕表爱好者追忆单纯甜蜜的童年回忆；（2）芝柏表推出以探索宇宙及时间本质为灵感的天行者（Earth to Sky）系列腕表，天行者系列腕表巧妙运用和融合深邃黑色与静谧蓝色来代表宇宙空间色彩，为腕表消费者带来全新视觉体验；（3）万宝龙推出 1858 系列青铜自动计时码表，由山峰探险精神而得来创意，采用卡其绿色以呼应大自然，配有装饰富有历史气息的大教堂式时分指针、白色计时秒针和白色小表盘指针，覆盖 Super-LumiNova 夜光涂层，表达出热爱冒险、追求本真、忠于个性等特点。高端腕表品牌商通过色彩吸引青年消费者，高端腕表呈现年轻化发展趋势。

**图 5-2 色彩鲜明的高端腕表**

| 产品种类 | 详情 | 产品示例 |
| --- | --- | --- |
| RICHARD MILLE BONBON系列 | 采用鲜艳颜色为主题，邀请腕表爱好者追忆单纯甜蜜的童年回忆 |  |
| 芝柏 Earth to Sky 系列 | 运用和融合深邃黑色与静谧蓝色来代表宇宙空间色彩，为腕表消费者带来全新视觉体验 |  |
| 万宝龙1858系列 | 由山峰探险精神而得来创意，采用卡其绿色以呼应大自然，配有装饰富有历史气息的大教堂式时分指针、白色计时秒针和白色小表盘指针，表达出热爱冒险等特点 |  |

*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

# 6 中国高端腕表行业竞争格局分析

## 6.1 中国高端腕表行业竞争格局概述

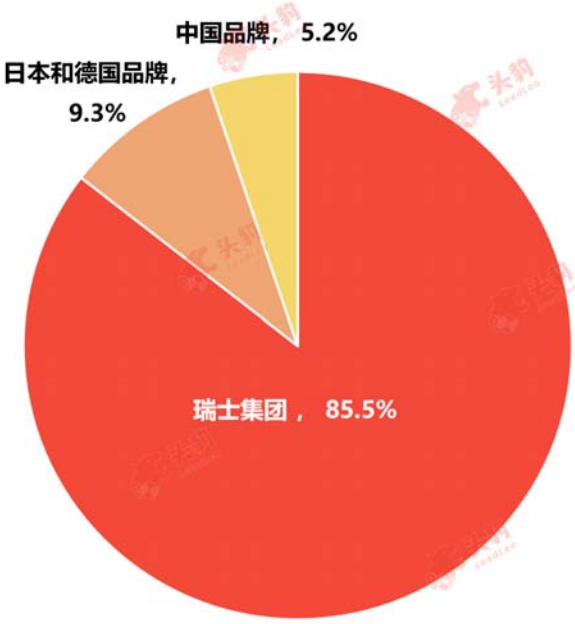
中国高端腕表行业市场主要参与者为瑞士、日本、德国和中国钟表商（见图 6-1）。

瑞士高端腕表产品参与者为斯沃琪集团、历峰集团、路易·威登集团和高端腕表品牌劳力士集团：（1）斯沃琪集团旗下高端腕表品牌包含 Endura、飞菲、汉米尔顿、宝玑、浪琴、天梭、雷达、欧米茄、格拉苏蒂和斯沃琪等；（2）历峰集团旗下高端腕表品牌包含万宝龙、兰赛、阿尔弗雷德·登喜路、伯爵、江诗丹顿和卡地亚等；（3）路易·威登集团旗下高端腕表品牌包含路易·威登、宇舶、宝格丽、真力时、泰格豪雅、迪奥、绰美等；（4）劳力士集团为瑞士著名手表制作商，旗下高端腕表品牌为劳力士。瑞士集团具备顶级手表机芯生产优势，凭借多年的技术积累，其生产的机芯稳定、走时精准、动力储存时间长，受到高端腕表生产商的喜爱。同时瑞士高端腕表集团具有品牌历史优势，瑞士高端腕表品牌普遍具有 50 年以上的历史。瑞士集团旗下的高端腕表约占中国高端腕表市场份额的 85.5%。

日本高端腕表品牌包含西铁城、卡西欧、精工、东方双狮和雅柏等。德国高端腕表品牌包含朗格、格拉苏蒂、诺莫斯、瑞宝、荣汉斯等。日本高端腕表企业凭借细腻的腕表制造工艺在东亚市场树立了品牌口碑。德国高端腕表企业具有严谨和简洁的生产加工理念，对腕表生产工艺的要求极为严格。日本和德国的高端腕表品牌约占中国高端腕表市场份额的 9.3%。

中国高端腕表品牌商包括上海手表厂、北京手表厂、海鸥和雷诺等。中国高端腕表品牌具有熟悉东方文化的优势，能够将东方文化与高端腕表融合，然而中国高端腕表品牌缺乏高级机芯生产加工技术，中国高端腕表中多用日本西铁城和精工机芯，以 9015、8215、8205、NH35 机芯为主。中国高端腕表品牌约占中国高端腕表市场的 5.2%。

图 6-1 中国高端腕表市场份额，2018 年




*来源：头豹研究院编辑整理*

## 6.2 中国高端腕表行业投资企业推荐

### 6.2.1 深圳市格雅表业有限公司

#### 6.2.1.1 企业概况

深圳市格雅表业有限公司（简称“格雅表业”）成立于 1993 年，总部位于广东省深圳市。格雅表业主营业务为手表设计、研发、制造、销售等。截至 2019 年，格雅表业具有销售门店近 2,000 家，产品远销丹麦、荷兰、法国、美国、瑞士、日本等三十多个国家和地区。

#### 6.2.1.2 主营产品

格雅表业旗下格雅手表品牌以“享受生活每一刻”为品牌理念、“以中华之魂，铸世界品牌”为品牌发展观，融合西方时尚创意和东方美学，推出了 8 个手表系列超过 160 款手

表产品，分别为荣耀系列、匠心系列、恒爱系列、缪斯花语系列、星空系列、I DO 系列、DREAM 系列和探路者系列（见图 6-2）。

**图 6-2 格雅表业产品**

| 产品系列 | 产品示例详情 |
| --- | --- |
| 荣耀 |  |
| 匠心 |  |
| 恒爱 |  |
| 缪斯花语 |  |
| 星空 |  |
| I DO |  |
| DREAM |  |
| 探路者 |  |

*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

### 6.2.1.3 竞争优势

**（1） 品牌优势**

格雅表业成立以来陆续获得“国家高新技术企业”、“中国轻工业钟表行业十强”、“中国轻工业百强企业”、“深圳市创新卓越品牌奖”、“中国电子商务行业十大品牌企业”、“2018

深圳时间文化周九大创新卓越品牌奖”等荣誉与“深圳知名品牌”、“广东省著名商标”、“广东省著名钟表企业”、“中国知名手表品牌”等称号，此类荣誉与称号代表了行业对格雅表业品牌和产品质量的认可，有助于提升格雅表业品牌知名度，促进格雅表业发展。

**（2） 资源优势**

格雅表业 2006 年与央视合作并与日本精工手表公司开展技术合作，2007 年格雅品牌成为 F1 摩托艇世界锦标赛中国赛区唯一指定计时器，2008 年格雅表业受邀参加“巴塞尔国际钟表展”，2016 年，格雅表业作为中国国家自行车队征战里约奥运会的唯一指定计时品牌。格雅表业自 2010 年起使用代言人战略并陆续与汪涵、刘恺威和佘诗曼签约成为其品牌形象大使，利用明星的偶像效应提升格雅表业的知名度。




### 6.2.2 北京手表厂有限公司

#### 6.2.2.1 企业概况

北京手表厂有限公司（简称“北京手表厂”）成立于 1958 年，总部位于北京。北京手

表厂主营业务为腕表设计、研发、制造、销售等。成立至今，北京手表厂累计生产超过 15 个系列的基础机芯，累计生产、销售手表和手表机芯超过 2,200 万只。北京手表厂具有陀飞轮、双陀飞轮、陀飞轮三问、双轴立体陀飞轮等高复杂手表的设计制造技术，掌握微雕、镂空、珐琅、贵金属加工及宝石镶嵌等高级手表的生产制作工艺，是具备自主知识产权和高级手表核心技术的手表制造商。

#### 6.2.2.2 主营产品

北京手表厂产品系列包括高端定制、丝语系列、潜锋系列、北海系列、东方文化系列、复刻系列、名筑系列、灵感系列、猎户系列和经典系列：（1）高端定制系列为使用北京手表厂融合东方文化与陀飞轮技术制作而成的定制腕表；（2）丝语系列为表盘采用苏绣技艺制成的女性腕表；（3）潜锋系列为使用陀飞轮机芯，具有城池、榫卯、极简三种主题的腕表；（4）北海系列以湖面涟漪为设计灵感，以现代艺术诠释“上善若水”。北海系列使用北京古典四分之三夹板机芯 B18；（5）东方文化系列为萃取了东方古典艺术与美学神韵，融合现代设计的腕表；（6）复刻系列为从具有历史价值、收藏价值的腕表中撷取灵感而制作的手表；（7）名筑系列为从中国长城与烽火台获取灵感而制成的腕表；（8）灵感系列为以日月星辰为灵感主题而制成的女士腕表；（9）猎户系列为以“猎户”的锐利精准为创意来源制作而成的腕表；（10）经典系列为以简洁线条、经典之作技术而制成的腕表。

**图 6-3 北京手表厂产品**

| 产品系列 | 产品示例详情 |
| --- | --- |
| 高端定制 |  |
| 丝语 |  |
| 潜锋 |  |
| 北海 |  |
| 东方文化 |  |
| 复刻 |  |
| 名筑 |  |
| 灵感 |  |
| 猎户 |  |
| 经典 |  |

*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

### 6.2.2.3 竞争优势

**（1） 腕表机芯制作优势**

北京手表厂以设计、研发与制造腕表机芯为产业基础，可独立制作七个系列复杂机芯，包括古典 3/4 夹板机芯 B18、古典 3/4 夹板机芯 B18-6L、双条盒双擒纵长动力手上链机芯 B24、陀飞轮三问机芯 MRB-1、飞行陀飞轮机芯 TB01、双飞行陀飞轮机芯 TB02、双轴立体陀飞轮机芯 TB04、双轴立体双陀飞轮机芯 TB09 和超薄陀飞轮机芯 TB10 等。以上机芯制作开发于“中华陀飞轮之父”许耀南、石文礼、苏文彬、赵振岭等著名制表大师。北京手表厂具备的机芯制造水平将促进北京手表厂高端腕表产品多元化发展。

**（2） 制表工艺优势**

北京手表厂具有珐琅、苏绣、微雕和镂空等高级制表工艺：（1）北京手表厂将珐琅工艺应用于其高端腕表产品，使腕表产品的色彩更具有特色；（2）北京手表厂将苏绣工艺应用于摆盘设计中，使腕表产品具有色彩清雅和绣工细致的风格，展现了东方美学；（3）微雕工艺指以各类手工工具在表盘上雕琢出图案与纹饰，从而为作品赋予更具个性化与表现力的艺术风情。北京手表厂利用微雕工艺制作的作品包括“雅典娜”深浮雕陀飞轮金表和“游龙戏凤”金雕陀飞轮腕表；（4）北京手表厂利用镂空工艺让腕表得以呈现出疏密长短、粗细、方圆和虚实的相互交织与变化，让机械零件的叠合变得更为灵动。多样化的高级制表工艺使北京手表厂的腕表产品更具特色，产品知名度得以提高。

### 6.2.3 深圳市雷诺表业有限公司

#### 6.2.3.1 企业概况

深圳市雷诺表业有限公司（简称“雷诺表业”）成立于 1997 年，总部位于中国深圳市。雷诺表业主营业务为钟表研发、生产制造及销售。雷诺表业公司拥有厂房 9 万平米，员工 1,000 多人，生产装备 480 多台套，流水线 60 套，雷诺表业按照 ISO9001 的国际质量检测标准生产手表产品，年生产总量超过 100 万只。

### 6.2.3.2 主营产品

雷诺表业旗下产品包含 21 个系列（见图 6-4），包含见证系列、卓越系列、永恒系列、辉煌系列、在路上系列、YES！系列、简雅系列、毅系列、逸系列、博系列、博鳌·鼎智系列、骑士·商务系列、演艺系列、春秋系列、自在系列、军舰系列、悦己系列、前任系列、唯爱系列、星月系列和花漾系列。

**图 6-4 雷诺表业产品**

| 产品系列 | 产品示例 | 产品系列 | 产品示例 | 产品系列 | 产品示例 |
|---|---|---|---|---|---|
| 见证 |  | 自在 |  | 毅 |  |
| 永恒 |  | 悦己 |  | 博 |  |
| 在路上 |  | 唯爱 |  | 骑士·商务 |  |
| 简雅 |  | 花漾 |  | 春秋 |  |
| 逸 | - | 卓越 |  | 军舰 |  |
| 博鳌·鼎智 |  | 辉煌 |  | 前任 |  |
| 演艺 |  | YES！ |  | 星月 |  |

*来源：头豹研究院编辑整理*

### 6.2.3.3 竞争优势

**（1） 品牌优势**

雷诺表业 2018 年获得“深圳老字号”、广东省“重信用”企业、“广东省名牌产品”、中国轻工业钟表行业十强企业、2018-2020 深圳知名品牌、知识产权体系认证证书，2017 年获得“国家高新技术企业证书”、《深圳标准认证》、深圳工匠培育示范单位，2016 年获得中国轻工业钟表行业十强企业。雷诺表业获得的企业荣誉代表市场对雷诺表业产品与技术的专业程度的认可，提升了雷诺表业名誉，加深消费者印象，促进雷诺表业产品品牌认知度。

**（2） 资源优势**

雷诺表业 2018 年成为中国深圳足球俱乐部官方唯一指定用表，雷诺表业于 2016 年雷诺表业创办广东轻院雷诺钟表学院，2017 年雷诺表业成为世界粤菜厨皇大赛指定计时器与 2017 北京国际长跑节-北京半马官方指定用表，2018 年雷诺表业参会“一带一路”亚洲人物高峰论坛、第十四届文博会时间谷文化创意港分会场和第二十九届中国（深圳）国际钟表展览会，并成为成都双遗马拉松官方记时用表。雷诺表业积极参加与代言有影响力的活动，通过一系列的市场营销手段，提升了其品牌知名度。

# 头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展




## 四大核心服务：

### 企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

### 园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

# 报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

## 详情请咨询


客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451