

2012-2016年中国钟表行业市场监测与前景预测报告

研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国钟表行业市场监测与前景预测研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/101999.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

钟和表的统称。钟和表都是计量和指示时间的精密仪器。钟和表通常是以内机的大小来区别的。按国际惯例，机心直径超过50毫米、厚度超过12毫米的为钟；直径37~50毫米、厚度4~6毫米者，称为怀表；直径37毫米以下为手表；直径不大于20毫米或机心面积不大于314平方毫米的，称为女表。手表是人类所发明的最小、最坚固、最精密的机械之一。

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。

目录

第一部分 行业运行现状 1

第一章 中国钟表行业发展概述 1

第一节 钟表行业发展情况 1

一、钟表定义 1

二、钟表行业发展历程 1

第二节 钟表产业链分析 4

一、产业链模型介绍 4

二、钟表产业链模型分析 4

第三节 2008-2010年中国钟表行业经济指标分析 5

一、赢利性 5

二、成长速度 5

三、附加值的提升空间 5

四、进入壁垒 / 退出机制 6

五、风险性 7

六、行业周期 7

七、竞争激烈程度指标 7

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 8

第二章 全球钟表市场发展分析 10

第一节 全球钟表市场发展情况分析 10

一、2009年全球钟表市场发展分析 10

二、2009年全球钟表市场统计分析 10

三、2010年上半年全球钟表市场分析 12

四、2010年上半年全球钟表销售排名 14

第二节 2010年世界主要国家钟表市场分析 15

- 一、2010年美国钟表市场现状分析 15
- 二、2010年欧洲钟表市场现状分析 16
- 三、2010年日本钟表市场现状分析 17
- 四、2010年韩国钟表市场现状分析 18
- 五、2010年中东与非洲钟表市场分析 18
- 第三章 中国钟表市场运行分析 19
 - 第一节 钟表行业市场发展基本情况 19
 - 一、市场发展现状分析 19
 - 二、市场特点分析 20
 - 三、市场技术发展状况 21
 - 第二节 行业市场工业总产值分析 22
 - 一、2009年市场工业总产值分析 22
 - 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析 22
 - 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较 22
 - 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布 23
 - 第三节 行业市场产品价格分析 23
 - 一、2008年市场产品价格走势 23
 - 二、2009年市场产品价格走势 24
 - 三、2010年上半年市场产品价格走势 25
 - 四、2011-2015年市场产品价格趋势预测 25
- 第四章 中国钟表行业的国际比较分析 27
 - 第一节 中国钟表市场发展情况分析 27
 - 一、2009年中国钟表市场发展分析 27
 - 二、2009年中国钟表市场统计分析 27
 - 三、2010年上半年中国钟表市场分析 30
 - 四、2010年上半年中国钟表细分市场 31
 - 第二节 中国钟表行业的国际比较分析 31
 - 一、中国钟表行业竞争力指标分析 31
 - 二、国际钟表行业竞争力指标分析 31
 - 三、中国钟表行业经济指标国际比较分析 32
 - 第三节 全球钟表行业市场需求分析 32
 - 000000一、市场规模现状 32
 - 二、需求结构分析 33
 - 三、重点需求客户 33
 - 四、市场前景展望 33

第五章 中国钟表行业经济运行指标分析	35
第一节 2011年中国钟表行业总体规模分析	35
一、企业数量结构分析	35
二、行业生产规模分析	35
第二节 2011年中国钟表行业产销分析	35
一、行业产成品情况总体分析	35
二、行业产品销售收入总体分析	36
第三节 2011年中国钟表行业财务指标总体分析	36
一、行业盈利能力分析	36
二、行业偿债能力分析	36
三、行业营运能力分析	36
四、行业发展能力分析	37
第二部分 市场供需分析	38
第六章 中国钟表生产现状分析	38
第一节 钟表行业总体规模	38
第二节 钟表产能概况	38
一、2009-2010年产能分析	38
二、2010-2015年产能预测	39
第三节 钟表产量概况	39
一、2009-2010年产量分析	39
二、2010年产能配置与产能利用率调查	39
三、2010-2015年产量预测	40
第四节 钟表行业市场供给分析	40
一、2010年生产规模现状	40
二、2010年产能规模分布	41
三、2010年市场价格走势	41
四、2010年重点厂商分布	41
第七章 中国钟表市场供需分析	43
第一节 2010年钟表市场需求分析	43
一、钟表行业需求市场	43
二、钟表行业客户结构	43
三、钟表行业需求的地区差异	43
第二节 2010年钟表市场供给分析	44
第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势	44
一、2010-2015年钟表行业的需求预测	44

- 二、2010-2015年钟表行业的供应预测 45
- 三、2009-2010年钟表供求平衡分析 45
- 四、2010-2015年钟表供求平衡预测 46
- 第八章 区域市场情况深度研究 47
 - 第一节 长三角区域市场情况分析 47
 - 第二节 珠三角区域市场情况分析 47
 - 第三节 环渤海区域市场情况分析 48
 - 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析 49
 - 第五节 钟表行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 50
 - 一、华北大区市场分析 50
 - 二、华南大区市场分析 51
 - 三、华东大区市场分析 51
 - 第六节 钟表重点地区销售分析 51
 - 一、钟表各地区对比销售分析 51
 - 二、钟表“重点地区——上海”销售分析销售分析 52
 - 三、钟表“重点地区二”销售分析销售分析 52
 - 四、钟表“重点地区三”销售分析销售分析 53
 - 五、钟表“重点地区——浙江”销售分析销售分析 53
 - 六、钟表“重点地区——山东”销售分析销售分析 53
 - 七、钟表“重点地区——江苏”销售分析销售分析 54
 - 第七节 中国钟表品牌市场分析 54
- 第九章 钟表产业链的分析 57
 - 第一节 上游原材料供应状况分析 57
 - 一、主要原材料 57
 - 二、2008-2010年主要原材料价格及供应情况 57
 - 三、2010-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测 63
 - 第二节 钟表产业链的分析 66
 - 一、行业集中度 66
 - 二、主要环节的增值空间 67
 - 三、行业进入壁垒和驱动因素 67
 - 四、上下游行业影响及趋势分析 67
- 第三部分 行业竞争分析 69
- 第十章 钟表市场竞争格局分析 69
 - 第一节 行业竞争结构分析 69
 - 一、现有企业间竞争 69

- 二、潜在进入者分析 69
- 三、替代品威胁分析 70
- 四、供应商议价能力 70
- 五、客户议价能力 70
- 第二节 行业集中度分析 70
 - 一、市场集中度分析 70
 - 二、企业集中度分析 71
 - 三、区域集中度分析 71
- 第三节 行业国际竞争力比较 71
 - 一、生产要素 71
 - 二、需求条件 72
 - 三、支援与相关产业 73
 - 四、企业战略、结构与竞争状态 73
 - 五、政府的作用 74
- 第四节 钟表产品竞争力优势分析 74
 - 一、整体产品竞争力评价 74
 - 二、产品竞争力评价结果分析 75
 - 三、竞争优势评价及构建建议 76
- 第五节 钟表行业竞争格局分析 80
 - 一、2010年钟表行业竞争分析 80
 - 二、2010年国内外钟表竞争分析 80
 - 三、2010年中国钟表市场竞争分析 80
 - 四、2010年中国钟表市场集中度分析 81
- 第十一章 钟表行业产业结构分析 82
 - 第一节 产业结构分析 82
 - 一、市场细分充分程度的分析 82
 - 二、各细分市场领先企业排名 82
 - 三、各细分市场占总市场的结构比例 83
 - 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 83
 - 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 84
 - 一、产业价值链的构成 84
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 84
 - 第三节 产业结构发展预测 85
 - 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 85
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 85

三、中国钟表行业参与国际竞争的战略市场定位 85

第十二章 前十大领先企业发展分析 87

第一节 飞亚达(集团)股份有限公司 87

一、企业概况 87

二、市场定位情况 87

三、企业优劣势分析 88

四、2009-2010年经营状况分析 88

五、2009-2010年主要经营数据指标 89

六、2010-2015年公司发展战略分析 91

第二节 珠海格力罗西尼表业有限公司 91

一、企业概况 91

二、市场定位情况 92

三、企业优劣势分析 92

四、2009-2010年经营状况分析 93

五、2009-2010年主要经营数据指标 94

六、2010-2015年公司发展战略分析 95

第三节 依波精品(深圳)有限公司 95

一、企业概况 95

二、市场定位情况 96

三、企业优劣势分析 96

四、2009-2010年经营状况分析 97

五、2009-2010年主要经营数据指标 98

六、2010-2015年公司发展战略分析 99

第四节 天津海鸥手表集团销售有限公司 99

一、企业概况 99

二、市场定位情况 100

三、企业优劣势分析 101

四、2009-2010年经营状况分析 101

五、2009-2010年主要经营数据指标 103

六、2010-2015年公司发展战略分析 103

第五节 深圳市雷诺表业有限公司 104

一、企业概况 104

二、市场定位情况 104

三、企业优劣势分析 104

四、2009-2010年经营状况分析 105

- 五、2009-2010年主要经营数据指标 106
- 六、2010-2015年公司发展战略分析 107
- 第六节 烟台北极星国有控股有限公司 107
 - 一、企业概况 107
 - 二、市场定位情况 109
 - 三、企业优劣势分析 109
 - 四、2009-2010年经营状况分析 109
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 111
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 112
- 第七节 欧美时（惠州）表业有限公司 112
 - 一、企业概况 112
 - 二、市场定位情况 112
 - 三、企业优劣势分析 112
 - 四、2009-2010年经营状况分析 113
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 114
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 115
- 第八节 青岛枫叶钟表有限公司 115
 - 一、企业概况 115
 - 二、市场定位情况 115
 - 三、企业优劣势分析 116
 - 四、2009-2010年经营状况分析 116
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 117
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 118
- 第九节 东莞力维时钟有限公司 118
 - 一、企业概况 118
 - 二、市场定位情况 119
 - 三、企业优劣势分析 119
 - 四、2009-2010年经营状况分析 119
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 120
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 121
- 第十节 佛山市南海龙君钟表有限公司 122
 - 一、企业概况 122
 - 二、市场定位情况 122
 - 三、企业优劣势分析 122
 - 四、2009-2010年经营状况分析 122

五、2009-2010年主要经营数据指标	124
六、2010-2015年公司发展战略分析	124
第四部分 投资趋势预测	126
第十三章 2010-2015年钟表行业发展趋势及影响因素	126
第一节 钟表未来发展预测分析	126
一、中国钟表发展方向分析	126
二、2010-2015年中国钟表行业发展规模	128
三、2010-2015年中国钟表行业发展趋势预测	130
第二节 2010-2015年钟表行业供给预测	133
一、2010-2015年钟表行业供给预测	133
二、2010-2015年钟表行业需求预测	133
三、2010-2015年钟表行业进出口预测	133
第三节 影响企业生产与经营的关键趋势	134
一、市场整合成长趋势	134
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	134
三、企业区域市场拓展的趋势	135
四、科研开发趋势及替代技术进展	135
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	136
六、中国钟表行业SWOT分析	136
第十四章 2010-2015年钟表行业投资方向与风险分析	139
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	139
第二节 产业发展的空白点分析	140
第三节 投资回报率比较高的投资方向	141
第四节 新进入者应注意的障碍因素	141
第五节 营销分析与营销模式推荐	141
一、渠道构成	141
二、销售贡献比率	142
三、覆盖率	142
四、销售渠道效果	142
五、价值流程结构	143
第六节 2010-2015年中国钟表行业投资风险分析	143
一、市场竞争风险	143
二、原材料压力风险分析	143
三、技术风险分析	144
四、政策和体制风险	144

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 145

通过《2012-2016年中国钟表行业市场监测与前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/101999.html>