

2021年中国腕表批发及零售行业分析报告- 市场发展格局与发展前景研究

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《2021年中国腕表批发及零售行业分析报告-市场发展格局与发展前景研究》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/baihuo/561362561362.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

（一）行业定位

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），腕表批发及零售行业属于“F 批发和零售业”之“F52 零售业”下的“F5236 钟表、眼镜零售”。

（二）行业监管体制和行业政策

1、行业监管体制和行业主管部门

目前，我国对腕表批发及零售行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式，行业主管部门包括商务部、国家市场监督管理总局、海关等，行业自律组织为中国商业企业管理协会、中国钟表协会。

（1）行业主管部门

商务部是腕表流通业务环节及连锁经营领域的主管部门，其主要职责包括：研究现代流通方式的发展趋势和流通体制改革并提出建议；负责推进流通产业结构调整；推动流通标准化和连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展；拟订规范市场运行、流通秩序的政策，建立市场诚信公共服务平台；监测分析市场运行、商品供求状况，调查分析商品价格信息；负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录；牵头拟订服务贸易发展规划并开展相关工作等。

国家市场监督管理总局是腕表行业交易监督、规范市场秩序的主管部门，其主要职责包括：负责市场综合监督管理，规范和维持市场秩序；负责市场主体统一登记注册，建立市场主体信息公示和共享机制；负责组织和指导市场监管综合执法工作，规范市场监管行政执法行为；负责反垄断统一执法；负责监督管理市场秩序，依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务的行为，组织指导查处价格收费违法违规、不正当竞争、违法直销、传销、侵犯商标专利知识产权和制售假冒伪劣行为等。海关是腕表行业依法从事进出口贸易活动时的专门监管部门，负责监管进出境钟、表、零配件的合法通关，组织实施行邮物品的监管，征收关税和其他税费，拟定进出口腕表分类目录、原产地规则，查缉腕表走私，编制腕表进出口贸易统计等工作。

（2）行业自律组织

中国商业企业管理协会下设有钟表商业企业管理委员会，其主要职能包括：指导钟表商业企业遵纪守法，维护自身合法权益；规范钟表市场发展，建立和完善钟表流通行业行规；创立公平、公正、和谐、规范的经营环境；加强钟表商业企业与政府、国内外有关企业、组织间的联系、交流和合作；培养、造就钟表商业企业家，推动钟表商业企业管理现代化；推动和促进钟表商业企业间的经济联合与合作。中国钟表协会的主要职能包括：开展行业调查研究、反映行业意愿；进行基础资料的收集、统计，提供国内外技术和市场信息；协助编制行业发展规划和经济技术政策；提出行业新技术、新工艺、新产品、新材料开发规划建议；组织技术交流和培训、开展技术咨询服务；促进产品质量提高的活动，实施名牌战略

以及国家级名牌产品推荐、考察工作；举办国内专业展览，促进国内外企业间的交流和贸易等。

2、行业法律法规及政策

(1) 行业主要相关法律法规

法规条例名称

时间

主要内容

《中华人民共和国反不正当竞争法》

2019 年

规定了不正当竞争行为的范畴、对涉嫌不正当竞争行为的调查以及不正当竞争行为所应承担的法律责任；经营者不得实施引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为，包括擅自使用相同或者近似的标识、擅自使用他人有一定影响的企业名称、姓名等。

《中华人民共和国产品质量法》

2018 年

对产品质量的监督以及生产者、销售者的产品质量责任和义务进行了规范；禁止伪造或者冒用认证标志等质量标志；禁止伪造产品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址；禁止在生产、销售的产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好。

《中华人民共和国电子商务法》

2018 年

鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境；电子商务经营者应当依法办理市场主体登记；电商经营者应依法履行纳税义务，依法享受税收优惠。

《中华人民共和国消费者权益保护法》

2013 年

保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展；明确了消费者的权利、经营者的义务以及国家对消费者合法权益的保护。

《中华人民共和国反垄断法》

2008 年

经营者应当依法经营，诚实守信，严格自律，接受社会公众的监督，不得利用其控制地位或者专营专卖地位损害消费者利益。资料来源：观研天下整理

(2) 行业主要相关政策

政策名称

时间

主要内容

《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》

2020 年

免税购物额度从每年每人 3 万元提高至 10 万元；离岛免税商品品种由 38 种增至 45 种；取消单件商品 8,000 元免税限额规定；大幅减少单次购买数量限制的商品种类，仅限定化妆品、手机和酒类商品的单次购买数量；鼓励适度竞争，具有免税品经销资格的经营主体均可平等参与海南离岛免税经营；加强事中事后监管，明确参与倒卖、走私的个人、企业、离岛免税店将承担的法律风险。

《关于加快发展流通促进商业消费的意见》

2019 年

促进流通新业态模式发展；搭建品牌商品营销平台，引导自主品牌提升市场影响力和认知度，推动国内销售的国际品牌与发达国家市场在品质价格、上市时间、售后服务等方面同步接轨；降低流通企业成本费用；鼓励流通企业研发创新；发挥财政资金引导作用；加大金融支持力度；满足优质国外商品消费需求，允许在海关特殊监管区域内设立保税展示交易平台，统筹考虑自贸试验区、综合保税区发展特点和趋势，扩大跨境电商零售进口试点城市范围，顺应商品消费升级趋势。

《关于降低日用消费品进口关税的公告》

2018 年

降低部分进口日用消费品的最惠国税率，涉及 1,449 个税目；机械指示式的贵金属电子手表、自动上弦的贵金属机械手表最惠国税率由 11%调整至 8%，非自动上弦贵金属机械手表最惠国税率由 15%调整至 8%。

《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》

2015 年

提出推进品牌发展战略、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任务以及继续落实和完善相关政策、加大知识产权保护力度、加强标准化和检测工作等举措。

《中国瑞士自由贸易协定》

2014 年

中国将对瑞士 84.2%的出口最终实施零关税；瑞士手表将在 10 年内降低 60%关税，第一年先降低 18%。资料来源：观研天下整理(YYJ)

观研报告网发布的《2021年中国腕表批发及零售行业分析报告-市场发展格局与发展前景研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国腕表批发及零售行业发展概述

第一节 腕表批发及零售行业发展情况概述

- 一、腕表批发及零售行业相关定义
- 二、腕表批发及零售行业基本情况介绍
- 三、腕表批发及零售行业发展特点分析
- 四、腕表批发及零售行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、腕表批发及零售行业需求主体分析

第二节 中国腕表批发及零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、腕表批发及零售行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国腕表批发及零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国腕表批发及零售行业生命周期分析

一、腕表批发及零售行业生命周期理论概述

二、腕表批发及零售行业所属的生命周期分析

第四节 腕表批发及零售行业经济指标分析

一、腕表批发及零售行业的赢利性分析

二、腕表批发及零售行业的经济周期分析

三、腕表批发及零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国腕表批发及零售行业进入壁垒分析

一、腕表批发及零售行业资金壁垒分析

二、腕表批发及零售行业技术壁垒分析

三、腕表批发及零售行业人才壁垒分析

四、腕表批发及零售行业品牌壁垒分析

五、腕表批发及零售行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球腕表批发及零售行业市场发展现状分析

第一节 全球腕表批发及零售行业发展历程回顾

第二节 全球腕表批发及零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲腕表批发及零售行业地区市场分析

一、亚洲腕表批发及零售行业市场现状分析

二、亚洲腕表批发及零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲腕表批发及零售行业市场前景分析

第四节 北美腕表批发及零售行业地区市场分析

一、北美腕表批发及零售行业市场现状分析

二、北美腕表批发及零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美腕表批发及零售行业市场前景分析

第五节 欧洲腕表批发及零售行业地区市场分析

一、欧洲腕表批发及零售行业市场现状分析

二、欧洲腕表批发及零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲腕表批发及零售行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界腕表批发及零售行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球腕表批发及零售行业市场规模预测

第三章 中国腕表批发及零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国腕表批发及零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国腕表批发及零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国腕表批发及零售行业运行情况

第一节 中国腕表批发及零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国腕表批发及零售行业市场规模分析

第三节 中国腕表批发及零售行业供应情况分析

第四节 中国腕表批发及零售行业需求情况分析

第五节 我国腕表批发及零售行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国腕表批发及零售行业供需平衡分析

第七节 中国腕表批发及零售行业发展趋势分析

第五章 中国腕表批发及零售所属行业运行数据监测

第一节 中国腕表批发及零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国腕表批发及零售所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国腕表批发及零售所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国腕表批发及零售市场格局分析

第一节 中国腕表批发及零售行业竞争现状分析

一、中国腕表批发及零售行业竞争情况分析

二、中国腕表批发及零售行业主要品牌分析

第二节 中国腕表批发及零售行业集中度分析

一、中国腕表批发及零售行业市场集中度影响因素分析

二、中国腕表批发及零售行业市场集中度分析

第三节 中国腕表批发及零售行业存在的问题

第四节 中国腕表批发及零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国腕表批发及零售行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2021年中国腕表批发及零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国腕表批发及零售行业消费市场动态情况

第二节 中国腕表批发及零售行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 腕表批发及零售行业成本结构分析

第四节 腕表批发及零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国腕表批发及零售行业价格现状分析

第六节 中国腕表批发及零售行业平均价格走势预测

一、中国腕表批发及零售行业价格影响因素

二、中国腕表批发及零售行业平均价格走势预测

三、中国腕表批发及零售行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国腕表批发及零售行业区域市场现状分析

第一节 中国腕表批发及零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区腕表批发及零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区腕表批发及零售市场规模分析

四、华东地区腕表批发及零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区腕表批发及零售市场规模分析

四、华中地区腕表批发及零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区腕表批发及零售市场规模分析

四、华南地区腕表批发及零售市场规模预测

第九章 2017-2021年中国腕表批发及零售行业竞争情况

第一节 中国腕表批发及零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国腕表批发及零售行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国腕表批发及零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 腕表批发及零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国腕表批发及零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国腕表批发及零售行业未来发展前景分析

一、腕表批发及零售行业国内投资环境分析

二、中国腕表批发及零售行业市场机会分析

三、中国腕表批发及零售行业投资增速预测

第二节 中国腕表批发及零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国腕表批发及零售行业市场发展预测

一、中国腕表批发及零售行业市场规模预测

二、中国腕表批发及零售行业市场规模增速预测

三、中国腕表批发及零售行业产值规模预测

四、中国腕表批发及零售行业产值增速预测

五、中国腕表批发及零售行业供需情况预测

第四节 中国腕表批发及零售行业盈利走势预测

一、中国腕表批发及零售行业毛利润同比增速预测

二、中国腕表批发及零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国腕表批发及零售行业投资风险与营销分析

第一节 腕表批发及零售行业投资风险分析

一、腕表批发及零售行业政策风险分析

二、腕表批发及零售行业技术风险分析

三、腕表批发及零售行业竞争风险分析

四、腕表批发及零售行业其他风险分析

第二节 腕表批发及零售行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国腕表批发及零售行业发展战略及规划建议

第一节 中国腕表批发及零售行业品牌战略分析

- 一、腕表批发及零售企业品牌的重要性
- 二、腕表批发及零售企业实施品牌战略的意义
- 三、腕表批发及零售企业品牌的现状分析
- 四、腕表批发及零售企业的品牌战略
- 五、腕表批发及零售品牌战略管理的策略

第二节 中国腕表批发及零售行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国腕表批发及零售行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国腕表批发及零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国腕表批发及零售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国腕表批发及零售行业营销渠道策略

- 一、腕表批发及零售行业渠道选择策略
- 二、腕表批发及零售行业营销策略

第三节 中国腕表批发及零售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国腕表批发及零售行业重点投资区域分析

二、中国腕表批发及零售行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/561362561362.html>