



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国电子手表市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国电子手表市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/269407.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

1955年瑞士研制成功第一块摆游丝式电子手表。从此，手表工业进入了电子时代，打破了机械手表约有200年之久的稳定格局。使钟表从纯碎的"精密机械"范畴中解脱出来，从而引起了手表产业迅速而深刻的变化。在短短的二十多年中，已发展到第四代，产量一直猛增。含有电子线路的手表是根据所用震动系统或振荡器的不同，可分为摆轮电子手表、音叉手表和石英手表等。也叫电子表。

电子手表：含有电子线路的手表。根据所用震动系统或振荡器的不同，可分为摆轮电子手表、音叉手表和石英手表等。也叫电子表。电子手表在温度25~28℃时，一昼夜计时误差在一秒以内，当温度至0℃以下或50℃以上时，每昼夜会慢两秒钟。同时当温度高达60℃时，液晶板会变黑，温度降到0℃以下时，液晶板就会失去显示作用，因此到冬季，电子手表只能戴在手腕上，靠人体的恒温来保持它的正常计时。另外，高温和过低温还会造成电池漏液，腐蚀机芯。

电子手表电池一般可用一年以上，不过照明灯耗电量大，开亮一秒钟所耗电量相当于计时用一小时以上。电池的电快完时，灯光会变暗淡，或在开启时数字显示变暗甚至消失。更换电池时，如果自己不懂修表技术，应送修表店安装。而且电池规格没有标准化，各种牌号电池很多，不能随意采用。电子手表要注意：按按钮不能用力过猛，以免失灵；液晶板使用五至七年需另换新的；电池无电要及时取出，以免流液腐蚀机芯。发现灯不亮、按钮失灵、计时突然有较大误差时要及时修理，可能是元件焊点接触不良或脱掉了。

电子手表，特别是数字式电子手表，防水性能一般较差。尽管有的在说明书或后盖上印有"防水"字样，也要尽量避免与水接触。

电子手表的结构与机械手表不同，都是电子线路和电子元件，万一进了水，就会是"灾难性"的，使整只手表报废。特别是液晶板和集成线，不仅怕水，就是受了潮，时间一长也会出现故障。因此，洗脸、洗衣时最好把表摘下来。下雨时要防止溅上雨水。如果发现电子手表进了水，或表蒙子内壁聚有水气，应立即送修表店进行除水、排潮处理。

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。

报告目录：

第一章 中国电子手表市场发展现状分析

第一节 中国电子手表市场构成要素分析

1. 电子手表产品购买主体构成分析

2. 电子手表产品市场购买力分析

3. 电子手表产品市场购买欲望分析

## 第二节 中国电子手表市场主要品牌及企业分析

1. 国外品牌分析

1.1 品牌数量及所占份额

1.2 主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析

2. 国内品牌分析

2.1 国内品牌数量及所占份额

2.2 国内品牌发展历程及成功失败经验教训分析

## 第三节 2014年中国电子手表市场运行数据分析

1. 2014年中国电子手表市场产品销售情况分析

1.1 销售总量分析

1.2 主要销售区域分析

1.3 市场需求特点分析

2. 2014年中国电子手表市场产品供给情况分析

2.1 国内市场主要供给量分析

2.2 供给来源构成

2.3 供需格局分析

## 第二章 中国电子手表市场消费能力及未来需求规模分析（2015-2020年）

### 第一节 2014年中国电子手表市场消费能力现状分析

1. 中国电子手表产品购买要素构成分析

2. 电子手表产品替代产品威胁分析

3. 主要消费领域消费能力对比分析

4. 中国电子手表市场区域消费能力对比分析

### 第二节 影响中国电子手表市场消费能力主要因素分析

1. 购买者的购买目的及主要用途

2. 购买者的购买次数及地点选择

3. 购买者所处的消费环境

### 第三节 中国电子手表消费市场独有特征分析

### 第四节 中国电子手表市场发展基本类型分析

1. 按购买者的购买目的和身份来划分
2. 按照企业的角色分类
3. 按产品或服务供给方的状况（市场竞争状况）分类
4. 按交易对象的最终用途来分类
5. 按交易对象的具体内容不同来分类
6. 按地理标准分类

#### 第五节 中国电子手表市场增长潜力及驱动因素分析（2015-2020年）

### 第三章 2014年中国电子手表市场需求特点及需求潜力分析

#### 第一节 中国电子手表市场主要消费统计数据定量分析

1. 总体销量数据分析
2. 分区域市场数据分析
3. 消费领域分布数据分析

#### 第二节 2014年中国电子手表产品区域消费市场分析

1. 华北地区市场分析（北京、天津、河北、山西）
2. 华中地区市场分析（河南、湖南、湖北）
3. 华东地区市场分析（上海、山东、江苏、浙江、安徽、江西）
4. 华南地区市场分析（广东、福建、海南）
5. 西南地区市场分析（四川、广西、重庆、云南、西藏、贵州）
6. 西北地区市场分析（甘肃、陕西、新疆、宁夏、青海、内蒙古）
7. 东北地区市场分析（辽宁、黑龙江、吉林）

#### 第三节 2014年中国电子手表产品城市、农村消费市场分析

1. 城市、农村市场表现特征
2. 城市、农村市场主要需求差异分析
  - 2.1 产品功能上
  - 2.2 产品价格上
  - 2.3 产品购买力上
  - 2.4 产品替代性上
3. 城市、农村电子手表市场规模分析
  - 3.1 2014年城市、农村电子手表市场消费规模分析
  - 3.2 2014年城市、农村电子手表市场供需结构分析

#### 第四节 中国电子手表市场潜在需求领域开拓及需求潜力

## 1. 电子手表市场潜在需求领域发展情况

### 1.1 主要潜在需求领域介绍

### 1.2 当前该领域需求情况

## 2. 潜在需求市场需求潜力预测

## 第四章 中国电子手表市场销售渠道现状分析

### 第一节 主要营销模式分析及比较

#### 1. 直效营销模式

#### 2. 分公司营销模式

#### 3. 代理营销模式

#### 4. 关联营销模式

### 第二节 中国电子手表市场销售品牌研究

#### 1. 区域热卖品牌

#### 2. 龙头企业动态

#### 3. 新产品最新动态

### 第三节 中国电子手表市场标杆企业销售模式分析

#### 1. 国外品牌企业

#### 2. 国内龙头企业

## 第五章 开拓中国电子手表产品销售市场主要策略

### 第一节 中国电子手表产品目标市场选择策略及模式

#### 1. 市场集中化

#### 2. 产品专门化

#### 3. 市场专门化

#### 4. 有选择的专门化

#### 5. 完全市场覆盖

### 第二节 影响中国电子手表目标市场策略因素分析

#### 1. 企业的资源特点

#### 2. 产品及市场特点

#### 3. 竞争者策略选择

### 第三节 中国电子手表目标市场营销策略

#### 1. 无差别性市场营销策略

2. 差别性市场营销策略

3. 集中性市场营销策略

第四节 开拓中国电子手表产品潜在需求市场策略

## 第六章 本报告主要结论观点及策略建议

### 第一节 关于中国电子手表市场消费潜力相关研究观点及结论

1. 关于2014年中国电子手表市场规模判断结论

2. 关于2015-2020年中国电子手表市场规模变化趋势及主要数据定量判断

3. 关于2015-2020年中国电子手表市场消费潜力整体变化趋势的判断

### 第二节 关于中国电子手表市场需求特点判断的主要观点

1. 电子手表市场需求构成的判断

2. 2015-2020年中国电子手表市场下游消费领域构成变化趋势的判断

3. 2015-2020年电子手表市场替代品替代性趋势判断

### 第三节 策略建议

1. 对拟进入中国电子手表市场企业的策略建议

2. 对已进入中国电子手表市场企业的策略建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国电子手表产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年电子手表开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：电子手表行业产业电子手表

图表：2011-2014年我国电子手表行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业工业电子手表产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业电子手表成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国电子手表行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国电子手表行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年我国电子手表行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图



图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2014年电子手表行业市场供给

图表：2011-2014年电子手表行业市场需求

图表：2011-2014年电子手表行业市场规模

图表：电子手表所属行业生命周期判断

图表：电子手表所属行业区域市场分布情况

图表：2014-2020年中国电子手表行业市场规模预测

图表：2014-2020年中国电子手表行业供给预测

图表：2014-2020年中国电子手表行业需求预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/269407.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。