

中國內地手錶消費熱情升溫





中國內地手錶消費熱情升溫

登入 www.hktdc.com/Research 瀏覽香港貿發局經貿研究提供的最新資訊

香港灣仔港灣道1號會展廣場辦公大樓38樓
電話：(852) 1830 668 傳真：(852) 2824 0249 電郵：hktdc@hktdc.org

概 要

中國內地居民購買力不斷增加，特別是中產以上消費者，更願意花費，購買中、高檔手錶等個人物品。雖然內地手錶零售市場不乏本地及外國知名品牌產品，競爭激烈，但消費者對香港手錶品牌的印象為款式設計時尚，特別符合年輕一群追求時尚和襯托個人品味的需求。

香港貿易發展局曾於2002年及2007年在內地城市進行的調查，發現消費者購買手錶的檔次已逐漸提高。為瞭解內地市場最新發展，本局於2012年7至9月期間，再次於北京、上海、廣州、杭州、哈爾濱、大連、武漢和成都等8個一線及二線城市，進行手錶消費調查，成功訪問2,468個在過去三年曾購買手錶的中產消費者。主要調查結果概述如下：

- **中產購錶熱情升溫**

消費者最近一次購買手錶的整體平均價格為4,159元，與四、五年前主要購買千元手錶的情況大幅提升，顯示消費者對中至高檔手錶需求有所上升。在有購錶計劃的消費者當中，未來1年整體平均計劃花費更高達6,019元，特別是東北城市哈爾濱及大連，消費者打算在未來1年平均花費超過7,000元，重點購買商務型、休閒時尚及機械手錶。

- **追逐時尚品味**

消費者對手錶需求的首要考慮，已由過往的耐用性與價格，轉為時尚設計和款式。調查中，表示佩戴手錶是為了看時間（69%）和習慣性（60%）外，更有53%表示是因為喜愛手錶，較上一次調查只

有20%大幅上升。他們在逛手錶店看到喜歡的手錶時，很多都會萌生即興購買手錶的念頭。雖然現時不少電子隨身潮流產品，已具備各式各樣時計功能，但這情況對消費者購買手錶的影響不大。

- **港商的市場機會**

中產消費者大多認為香港手錶屬於時尚品牌產品，相對內地品牌而言約有43%溢價，整體感覺與日本品牌產品差別不大。除瑞士品牌外，消費者偏向選購香港品牌，特別是香港的上班/商務型、休閒時尚和典雅珠寶手錶。而且有意前往香港購買手錶的消費者，佔有購錶計劃消費者整體的21%，相對最近一次購錶時選擇在香港購買的12%，比例有所上升。

- **網購零售商機湧現**

雖然目前只有5%消費者曾有網購手錶經驗，但他們漸漸意識到網購的好處：例如價格比一般店舖便宜、產品選擇較多等，所以有18%消費者表示會考慮網購手錶。消費者過去3年網購手錶的平均價格為1,032元，但他們未來能接受的網購價格可上升至1,902元的平均水平，主要購買休閒時尚手錶，可為擅長從事有關業務的港商提供商機。

根據上述調查結果，可以歸納以下建議供港商參考：

- 內地消費者視香港品牌為中檔時尚品牌，加上款式、設計是消費者現時買錶的首要考慮因素，在這情況下，港商可主力以時尚設計手錶產品開拓市場。不過港商需慎選有商譽及定位合適的零售店舖或分銷渠道出售其產品，及提供多種不同款式及價位吸引消費者選購。

- 與歐美成熟市場不同，內地消費者購錶時除考慮款式及價格，主要看重手錶的耐用性，以購買基本功能的時款手錶為主。港商開拓內地市場須以款式及質量為主調，過多花巧的功能未必可為產品增值。此外，消費者除喜愛購買上班/商務型手錶及休閒時尚手錶外，亦對機械手錶情有獨鍾，港商可以多加留意有關市場需求。
- 內地消費者比較容易受到手錶店舖/專櫃的促銷活動吸引而即興購買手錶，所以港商可重點在假期和節日等在內地進行促銷活動，以便吸引消費者的注意和即興購買。同時，相比昂貴的電視廣告，店內銷售員更能影響消費者的購買意欲，因此，港商應更關注及投入在零售店舖內的銷售人員培訓及促銷活動，才可成功吸引消費者購買。
- 消費者越來越多購買較高檔次手錶，與多年前主要購買千元手錶情況大幅提升。港商可主力以時尚設計、工藝卓越的品牌姿態，利用中檔訂價切入內地市場，特別在一些二線城市如大連及杭州，香港品牌享有較高溢價，港商可考慮採取較進取的訂價策略在當地銷售。
- 消費者主要在當地的百貨公司內的手錶專櫃，或購物商場的獨立手錶專賣店購錶。所以港商可考慮在具消費潛力的城市，與合適的百貨公司和購物商場商討合作，自設銷售點或與當中零售夥伴合作。同時，消費者外出時購錶的比例持續上升，並首選香港為外出購錶地點。所以港商亦可利用香港購物天堂的優勢，吸引內地消費者來港購錶開拓商機，同時建立品牌形象。

- 隨著網購安全性日漸提高，消費者網購手錶的意願正逐步增強，考慮網購手錶的消費者比例以倍數上升，並主要網購休閒時尚手錶。港商可以通過網絡商店提供比實體手錶商店更時尚、款式更多而價格相宜的手錶，以便發掘網購商機。

目 錄

概要	i
1. 中產購錶熱情升溫	1
1.1 鍾情上班、休閒和機械手錶	1
1.2 中、高檔手錶需求增加	3
1.3 品牌意識提高	4
1.4 購買力上升	5
2. 追逐時尚品味	8
2.1 擁有時款手錶為主	8
2.2 突顯個人品味	10
2.3 主要考慮款式及設計	11
2.4 即興購錶消費	12
2.5 數碼產品難以影響需求	13
3. 港商發掘內地市場機會	14
3.1 品牌印象	14
3.2 香港手錶定位：中、高檔時尚品牌	16
3.3 購買品牌手錶計劃	18
3.4 更多前往香港購買手錶	20
4. 開發網購零售商機	23
4.1 現時網購手錶情況	23
4.2 網購意願逐漸增強	24
4.3 網購手錶價格日漸提高	26

5. 其他進入內地市場注意事項	27
5.1 逛手錶店的習慣	27
5.2 獲取購買手錶資訊途徑	28
5.3 購買手錶的店鋪類型	29
5.4 最喜歡的手錶材料及功能	31
5.5 嘗試購買新品牌手錶	32
6. 對港商的建議	34
附錄 1：調查背景及方法	37
附錄 2：訪問地點	38
附錄 3：受訪者背景	40
附錄 4：分年齡組別的手錶消費習慣	43

1. 中產購錶熱情升溫

內地中產以上的消費者，現時更願意花費，購買中、高檔個人物品，為瞭解他們對手錶的需求，香港貿易發展局在2012年7至9月期間，於內地8個城市，包括北京、上海、廣州、杭州、哈爾濱、大連、武漢和成都，以問卷形式訪問中等收入水平或以上消費者，發現他們對手錶需求近年不斷升溫。在有購錶計劃的消費者當中，未來1年整體平均計劃花費高達6,019元人民幣¹，相對最近一次購買手錶的平均價格（4,159元）差不多上升一半，特別是東北城市哈爾濱及大連，消費者打算在未來1年平均花費超過7,000元，重點購買商務型、休閒時尚及機械手錶。

1.1 鍾情上班、休閒和機械手錶

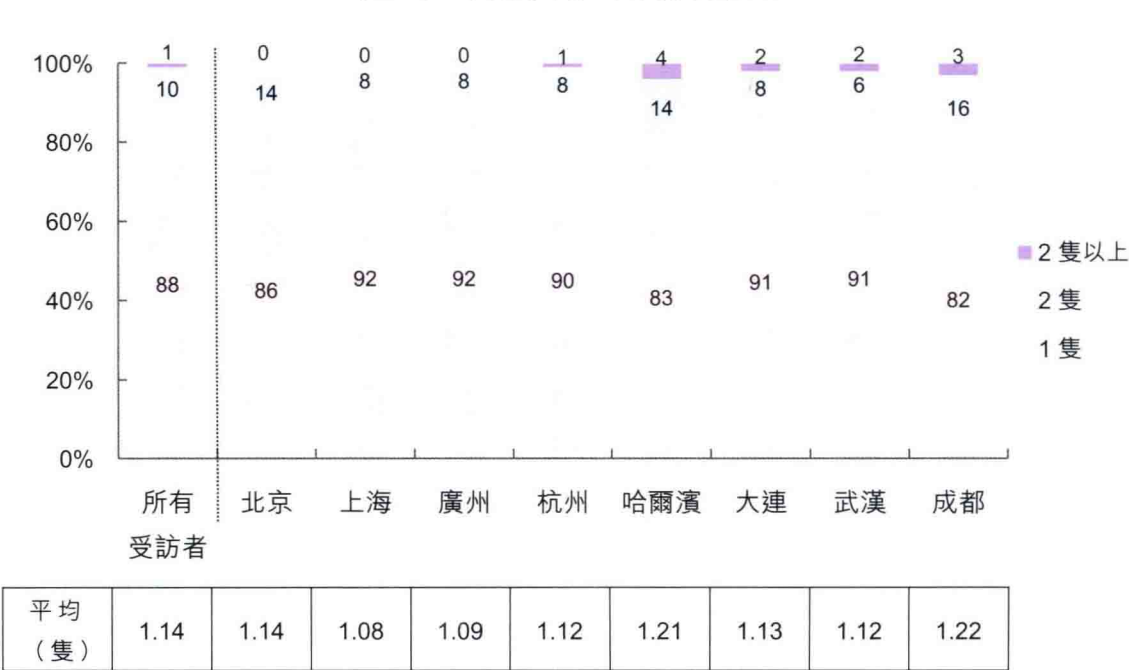
調查結果顯示，大部分受訪消費者（88%）在過去3年曾購買一隻手錶自用，不過很少購買二隻或以上手錶。上班/商務型手錶²、休閒時尚手錶和機械手錶³，是最主要購買的三款手錶類型，但較少購買運動型及典雅珠寶手錶。

¹ 除非另有說明，本報告中貨幣單位均為人民幣。

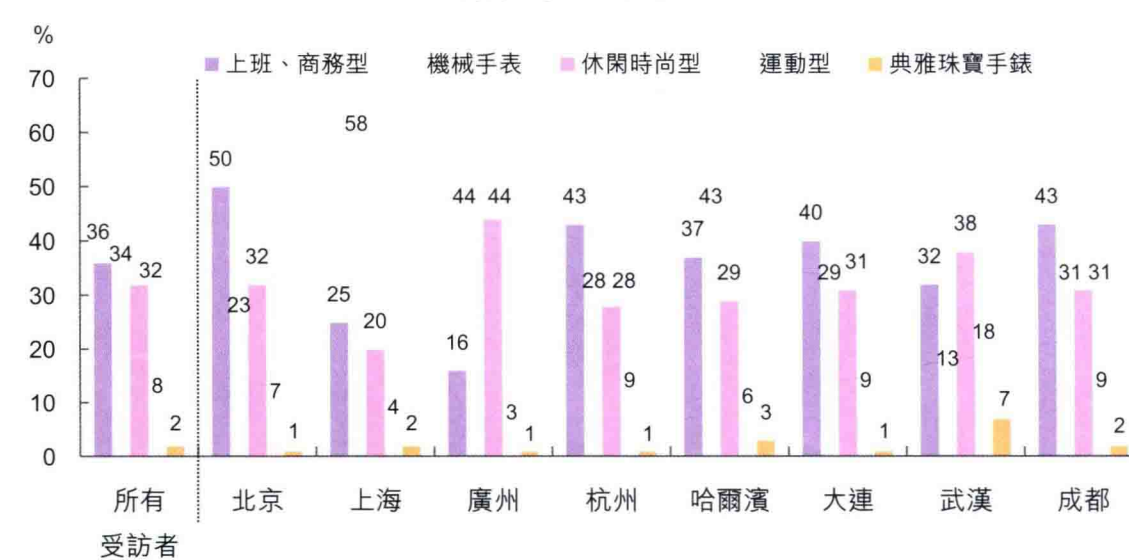
² 包括鋼帶手錶和皮帶手錶。

³ 凡配備機械錶芯的手錶，無論任何款式，在本調查中皆被分類為機械手錶。

過去3年購買手錶自用數量



購買手錶類型

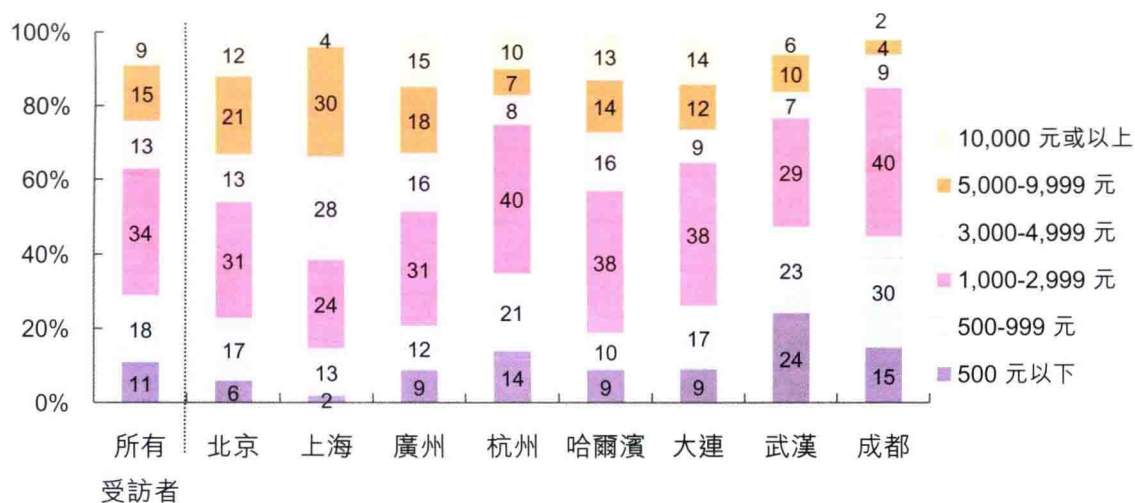


1.2 中、高檔手錶需求增加

消費者最近一次購買手錶的整體平均價格為4,159元，與四、五年前主要購買千元手錶的情況大幅提升，顯示消費者對中至高檔手錶需求有所上升。購買1,000-2,999元檔次手錶的消費者比例約佔三分之一（34%），另外37%購買3,000元或以上手錶，餘下約3成購買1,000元以下手錶。相對來說，廣州消費者購買手錶的平均價格最高，達6,137元，其次是哈爾濱、北京和大連，但武漢和成都的平均價格明顯較低，不到3,000元。

在三大手錶類型中，消費者購買最多的是上班/商務型手錶，平均價格為3,611元，休閒時尚手錶平均價為較低的2,706元，而機械手錶價格較高，達6,249元。雖然消費者較少購買典雅珠寶手錶，但其平均價格是最高的7,790元；而運動型手錶的平均價格則是較低的2,378元。

最近一次購買手錶的價格



平均 (元)	4,159	4,775	4,257	6,137	3,589	5,008	4,547	2,796	2,136
-----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

最近一次購買不同類型手錶的平均價

	所有	北京	上海	廣州	杭州	哈爾濱	大連	武漢	成都
	元	元	元	元	元	元	元	元	元
上班/商務型手錶	3,611	5,362	4,584	2,871	2,944	3,244	3,953	3,433	2,100
機械手錶	6,249	6,055	4,477	10,152	5,407	8,514	6,620	3,779	2,261
休閒時尚手錶	2,706	3,000	2,983	3,180	2,587	2,877	3,170	2,306	1,462
運動型手錶	2,378	2,260	1,489	1,690	3,910	2,238	3,259	1,478	2,109
典雅珠寶手錶	7,790	17,933	13,005	15,750	4,150	7,325	17,667	3,664	9,336

1.3 品牌意識提高

幾乎所有受訪者都清楚知道自己購買的手錶品牌，只有不到5%表示不清楚。最近購買手錶品牌排在前五位包括卡西歐、天梭、飛亞達、浪琴和歐米茄，而且同時在個別城市的「暢銷榜」上也出現了一些非傳統鐘錶的品牌，例如「阿迪達斯」(Adidas)、「米奇」(Mickey)和「C.K.」等。

最近購買手錶的品牌

	所有	北京	上海	廣州	杭州	哈爾濱	大連	武漢	成都
1	卡西歐	卡西歐	英納格	卡西歐	飛亞達	浪琴	卡西歐	天梭	上海
2	天梭	歐米茄	卡西歐	天王	卡西歐	卡西歐	飛亞達	卡西歐	飛亞達
3	飛亞達	飛亞達	上海	天梭	天王	天梭	天梭	飛亞達	羅西尼
4	浪琴	浪琴	歐米茄	浪琴	天梭	歐米茄	歐米茄	天王	海鷗
5	歐米茄	天梭	梅花	梅花	歐米茄	雷達	天王	浪琴	卡西歐
6	天王	天王	浪琴	精工	上海	飛亞達	浪琴	歐米茄	天王
7	上海	雷達	飛亞達	勞力士	浪琴	羅西尼	羅西尼	羅西尼	依波
8	羅西尼	勞力士	精工	歐米茄	羅西尼	天王	依波	經典	格雅
9	梅花	阿迪達斯	卡地亞	飛亞達	依波	依波	卡地亞	依波	雷達
10	英納格	羅西尼	海鷗	西鐵城	古依斯	勞力士	上海	上海	古依斯
11	精工	梅花	西鐵城	鑽石	精工	西鐵城	C.K.	愛馬仕	天梭

	所有	北京	上海	廣州	杭州	哈爾濱	大連	武漢	成都
12	雷達	西鐵城	天梭	帝舵	勞力士	精工	愛馬仕	西鐵城	西鐵城
13	依波	上海	羅西尼	羅西尼	鑽石	海鷗	雷達	海鷗	米奇
14	西鐵城	精工	斯沃奇	依波	雷達	卡地亞	勞力士	米奇	東方/ 雙獅
15	勞力士	依波	天王	寶路華	東方/ 雙獅	古琦	西鐵城	斯沃奇	梅花

1.4 購買力上升

所有受訪者中，高達40%表示有明確計劃在未來1至2年購買手錶，休閒時尚手錶、機械手錶和上班/商務型手錶仍然是首選的三大購買類型。相對而言，較多廣州和武漢消費者有明確購買計劃，佔當地受訪者一半以上，但在上海，只有15%消費者表示有計劃在未來1至2年購買手錶。而且，各城市消費者在計劃購錶類型上也有一定分別。例如廣州和武漢的消費者更多計劃購買休閒時尚手錶，哈爾濱消費者則大多打算購買機械手錶。

消費者未來1至2年內購買手錶計劃

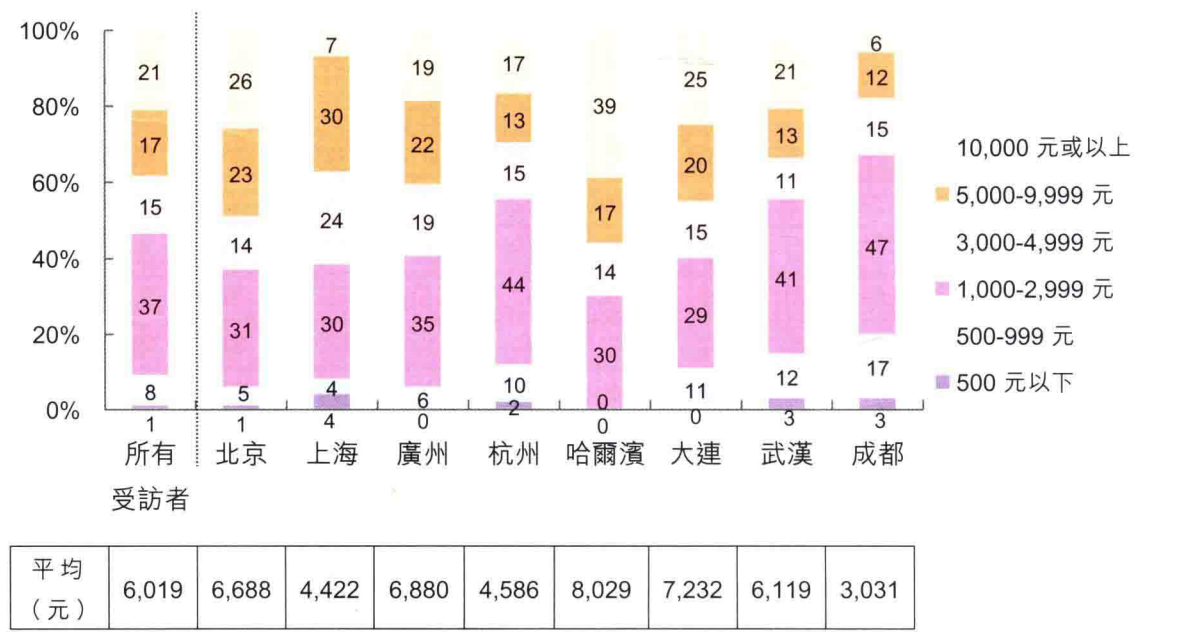
	所有	北京	上海	廣州	杭州	哈爾濱	大連	武漢	成都
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
有計劃購買手錶：	40	32	15	57	37	42	30	62	41
休閒時尚手錶	15	15	6	22	13	4	11	26	24
機械手錶	11	5	1	19	9	30	6	7	13
上班/商務型手錶	10	6	7	9	13	6	9	17	14
運動型手錶	5	5	4	6	5	3	3	8	7
典雅珠寶手錶	4	2	1	1	6	2	2	10	6
沒有明確購買計劃	60	68	85	43	63	58	70	38	59

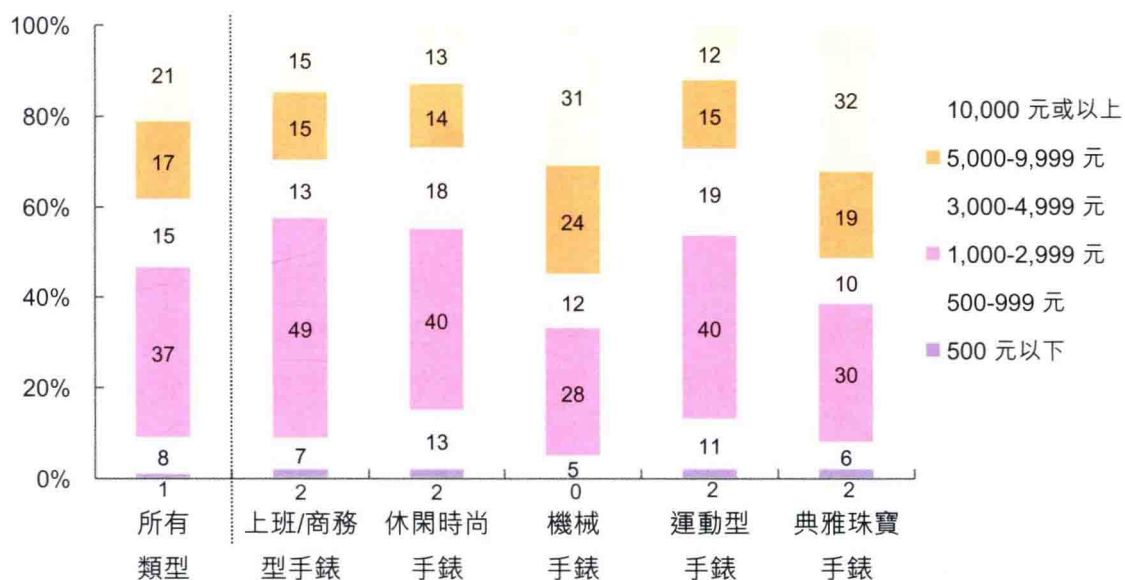
有明確計劃在未來購買手錶的消費者當中，接近4成（38%）在未來1年，計劃花費5,000元或以上購買手錶，整體平均計劃花費高達6,019元，相對最近一次購買手錶平均價格4,159元，消費者願意花費在購買手錶的支出有上升的趨勢。

不同城市消費者的花費有所不同，特別是東北城市哈爾濱的消費者，平均計劃花費最高，達8,029元，其次是大連的7,232元，而上海消費者的計劃花費（4,422元）則明顯低於其他兩個一線城市北京（6,688元）及廣州（6,880元），成都消費者計劃的花費最低，只有3,031元。

對不同類型手錶，消費者平均計劃的花費亦不盡相同。當中平均計劃花費最高的類型是機械手錶（8,618元），其次是典雅珠寶錶（7,309元），但計劃在購買上班/商務型及休閒時尚型手錶的平均花費，則低於整體的平均價，而計劃花費在運動型手錶平均少於4,000元。

未來1年計劃購買手錶費用





平均 (元)	6,019	4,917	4,210	8,618	3,928	7,309
-----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

2. 追逐時尚品味

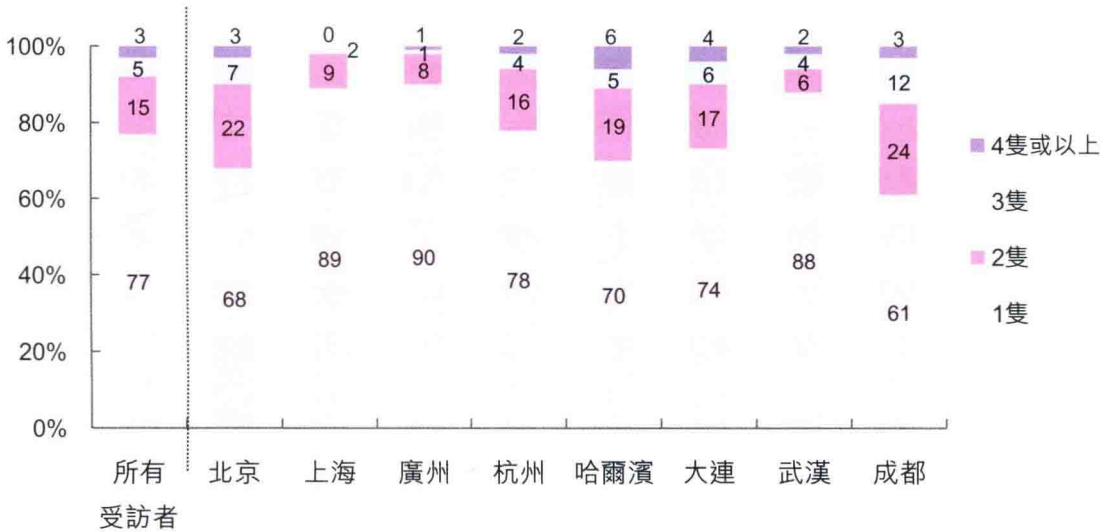
雖然現時不少電子隨身潮流產品，已具備各式各樣時計功能，但消費者依然喜歡佩戴手錶，原因除了是出於習慣外，部分消費者純粹因為對手錶的喜愛，也有小部分是為了襯托個人的衣著品味，及突顯個人風格等原因。消費者對手錶需求的首要考慮，已由過往的耐用性與價格，轉為時尚設計和款式。他們在逛手錶店看到喜歡的手錶時，很多均會萌生即興購買的念頭。

2.1 擁有時款手錶為主

消費者目前整體平均擁有的手錶數量是1.36隻，接近八成（77%）只擁有一隻手錶，而擁有兩隻或更多手錶的消費者比例只佔整體23%。個別城市當中，北京、哈爾濱和成都相對有較多消費者擁有兩隻或更多手錶，而在上海、廣州和武漢，只擁有一隻手錶的消費者比例約佔九成，明顯高於其他城市。

消費者擁有最多的是上班/商務型手錶（37%）、機械手錶（36%）和休閒時尚手錶（33%）三種類型，佔所有受訪者九成左右，大多是時款設計的產品。不過，較少消費者擁有運動型（例如：潛水錶，爬山錶）、或典雅珠寶手錶（鑲鑽/寶石手錶、金錶等），分別只佔全部消費者9%及3%。不同城市消費者擁有的手錶類型存在較明顯的差異，北京、杭州、哈爾濱、大連和成都消費者更多擁有上班/商務型手錶，而上海和廣州消費者則較多擁有機械手錶，亦有較多的廣州和北京消費者擁有休閒時尚款式手錶。

消費者擁有手錶數量



平均 (隻)	1.36	1.49	1.12	1.13	1.33	1.50	1.44	1.24	1.59
-----------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

消費者擁有手錶類型

