

进口手表 年鉴 2012

名表论坛
WATCH CRITICS 策划
鍾泳麟 主编



中国市场
中流砥柱
各大品牌
纷纷涌入
良莠不齐
优劣难辨

投资或收藏
鉴别与欣赏
正牌经销店
本书可作鉴

辽宁科学技术出版社



PIAGET

伯爵专卖店：北京王府半岛酒店 北京新光天地 北京东方广场 上海恒隆广场 上海淮海形象店 上海半岛酒店 上海国金中心 杭州万象城

广州友谊商店 广州太古汇 西安中大国际名品广场 南京德基广场 苏州泰华商城 长沙美美百货 青岛海信广场奥运店

伯爵特约经销城市：鞍山 鄂尔多斯 北京 长春 成都 长沙 重庆 大连 福州 贵阳 合肥 哈尔滨 呼和浩特 济南 昆明 宁波 南宁 上海 沈阳 石家庄 深圳 天津 唐山 乌鲁木齐 无锡 温州 厦门 郑州

伯爵客户服务中心 400 690 1000

進口手錶年鑒

葉選平題



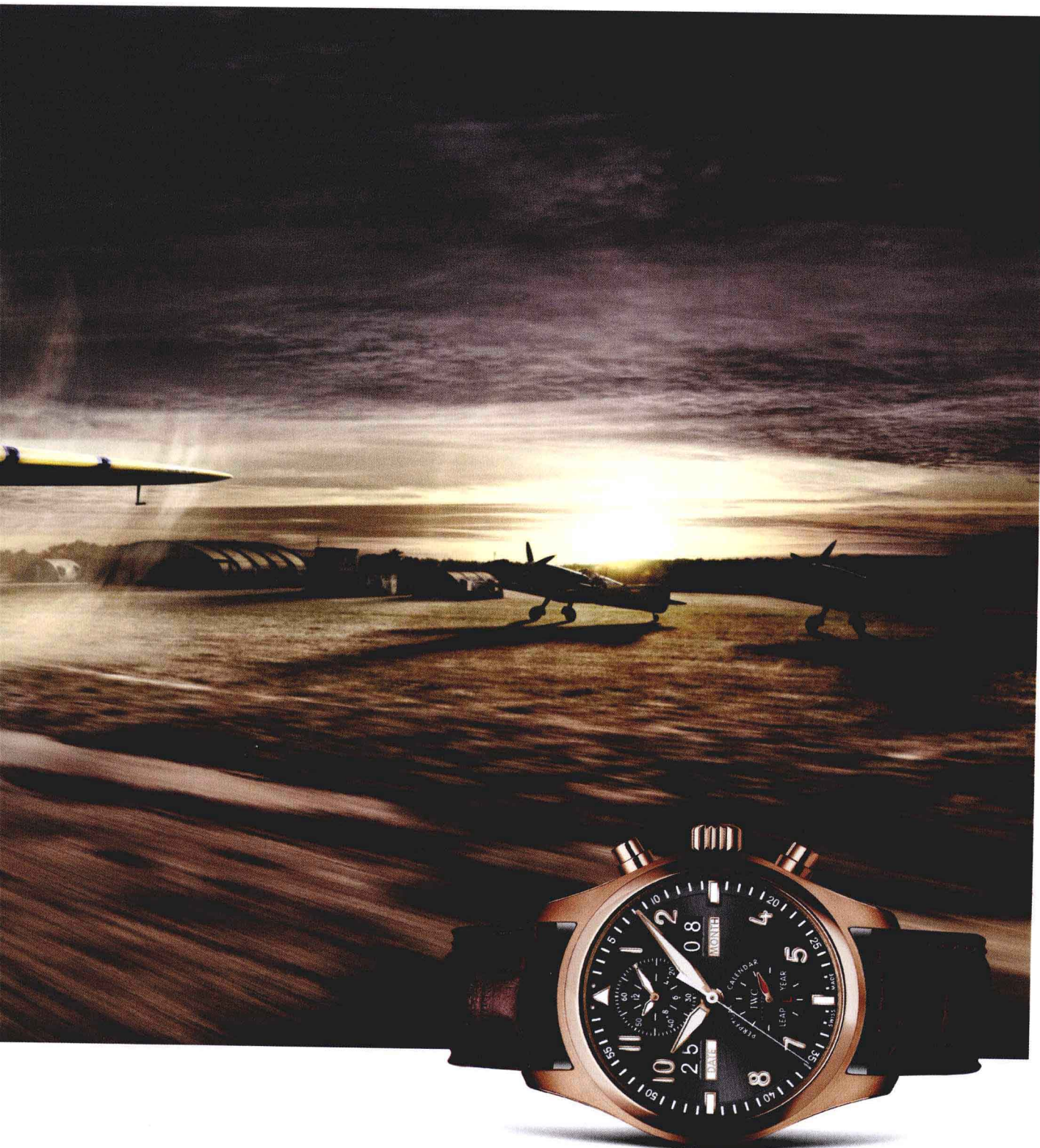


IWC. 专为男士而设.

喷火战机万年历数字日期月份腕表，型号 3791：1936 年，英国皇家空军委托 Reginald J. Mitchell 设计制造了逾 300 架战机。这正是因为 Mitchell 摒弃了教科书上几乎所有关于飞机设计的传统构想，创造了经典的喷火战机。举世闻名的喷火战机拥有巨型双翼，并采用了原本只出现在商用民航机上的椭圆形机翼。这个前所未见的设计带来了令人惊叹的效果：喷火战机拥有无可匹敌的灵敏的操控性，能够挑战更为险峻的飞行曲线，也因此称霸天际三十年。身为一架大师级的机械之作，喷火战机自诞生之日起便确立了在战斗机历史上的崇高地位和经典风范。位于沙夫豪森的 IWC 万国表制表工程师们，从这架传奇的战机中汲取灵感，打造出同样经典的喷火战机腕表。喷火战机万年历数字日期月份腕表配备了独特的机械万年历机芯，使其在 2100 年 3 月前都无需调校。拥有喷火战机腕表的男士，享有如这架传奇战机的崇高地位和经典风范，于无空间限制的生活中优雅翱翔。

如需更多表款详情或索取限量精致目录，敬请联系 400 1326 968 infochina@iwc.com www.iwc.com

沙夫豪森 IWC 万国表专卖店：北京新光天地 | 北京金融街购物中心 | 上海淮海中路 | 上海 IFC | 上海八佰伴 | 上海东方商厦 | 比佛利山庄 | 迪拜 | 日内瓦 | 苏黎世



IWC
SCHAFFHAUSEN
SINCE 1868

策划: 名表论坛
主编: 鍾泳麟
编委: 吴奕能 梁春明

图书在版编目 (CIP) 数据

进口手表年鉴. 2012 / 鍾泳麟主编. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社,
2012.10

ISBN 978-7-5381-7783-1

I. ①进… II. ①鍾… III. ①进口商品—手表—中国—2012 一年鉴
IV. ① F752.654.4-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 282409 号

进口手表 年鉴 2012

JINKOU SHOUBIAO NIANJIAN 2012

出版发行: 辽宁科学技术出版社
(地址: 沈阳市和平区十一纬路 29 号 邮编: 110003)
印刷者: 上海南毅印刷有限公司
经销者: 各地新华书店
幅面尺寸: 210mm x 274mm
印张: 19.5
插页: 4
出版时间: 2012 年 10 月第 1 版
印刷时间: 2012 年 10 月第 1 次印刷
责任编辑: 郭健
装帧设计: 颖川堂有限公司
制作: 陈峰
责任校对: 魏春爱

书号: ISBN 978-7-5381-7783-1

定价: 198.00 元

联系电话: 024-23284536, 13898842023

邮购电话: 024-23284502

E-mail: rainbow_editor@163.com

http://www.lnkj.com.cn

鸣谢: 颖川堂有限公司

香港地址: 香港北角渣华道 8 号威邦商业中心 1702 室

电话: (852) 25081318

传真: (852) 25086238

网址: www.cdv.com.hk

电子邮箱: cdv@netvigator.com

大陆地址: 上海市静安区延安西路 129 号华侨大厦 1910 室

电话: (021) 62492700

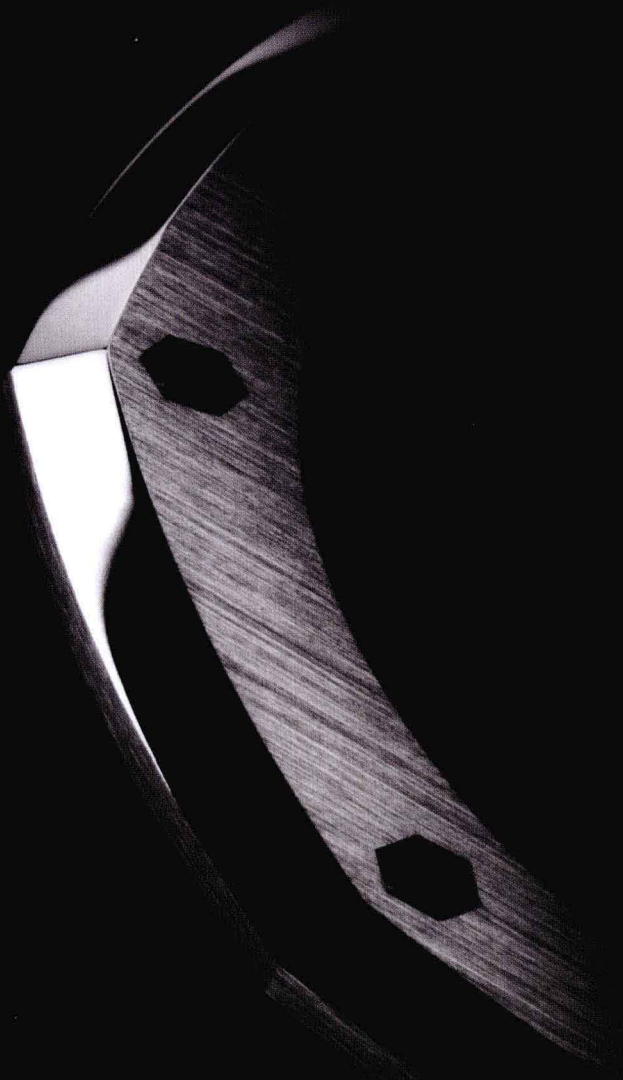
版权所有 翻印必究. 印装有误 负责调换

进口手表年鉴

2012

名表论坛 策划
锤 泳 麟 主编

辽宁科学技术出版社



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

驾驭常规 铸就创新

打破所有战规的经典腕表，于2012年再生。1997年首次推出的皇家橡树系列，是顶级钟表中将精钢作为贵金属应用于运动型腕表上的第一次大胆尝试。这在当时震惊了整个制表业。如今，全新的皇家橡树系列更秉承这项多年前在布拉苏丝表厂创造出来的原则，以如同打造黄金般的用心，制作出精钢的外表。

这款尊贵的限量版腕表搭载一枚出神入化的镂空机械机芯，并完全以人手进行精工装饰，安置在一枚成形的白金表壳中。标志性的八角形表圈以八颗经抛光处理的白金螺丝固定，再次呈现专属皇家橡树的独一无二的优雅运动风格。



ROYAL OAK
SKELETON
皇家橡树镂空系列腕表
白金材质
40周年限量版发行版

Royal Oak
40 Years

爱彼时计(上海)贸易有限公司 +8621 6334 5050
爱彼中国售后服务中心 +8621 6334 5958
上海市南京西路388号仙乐斯广场2101室

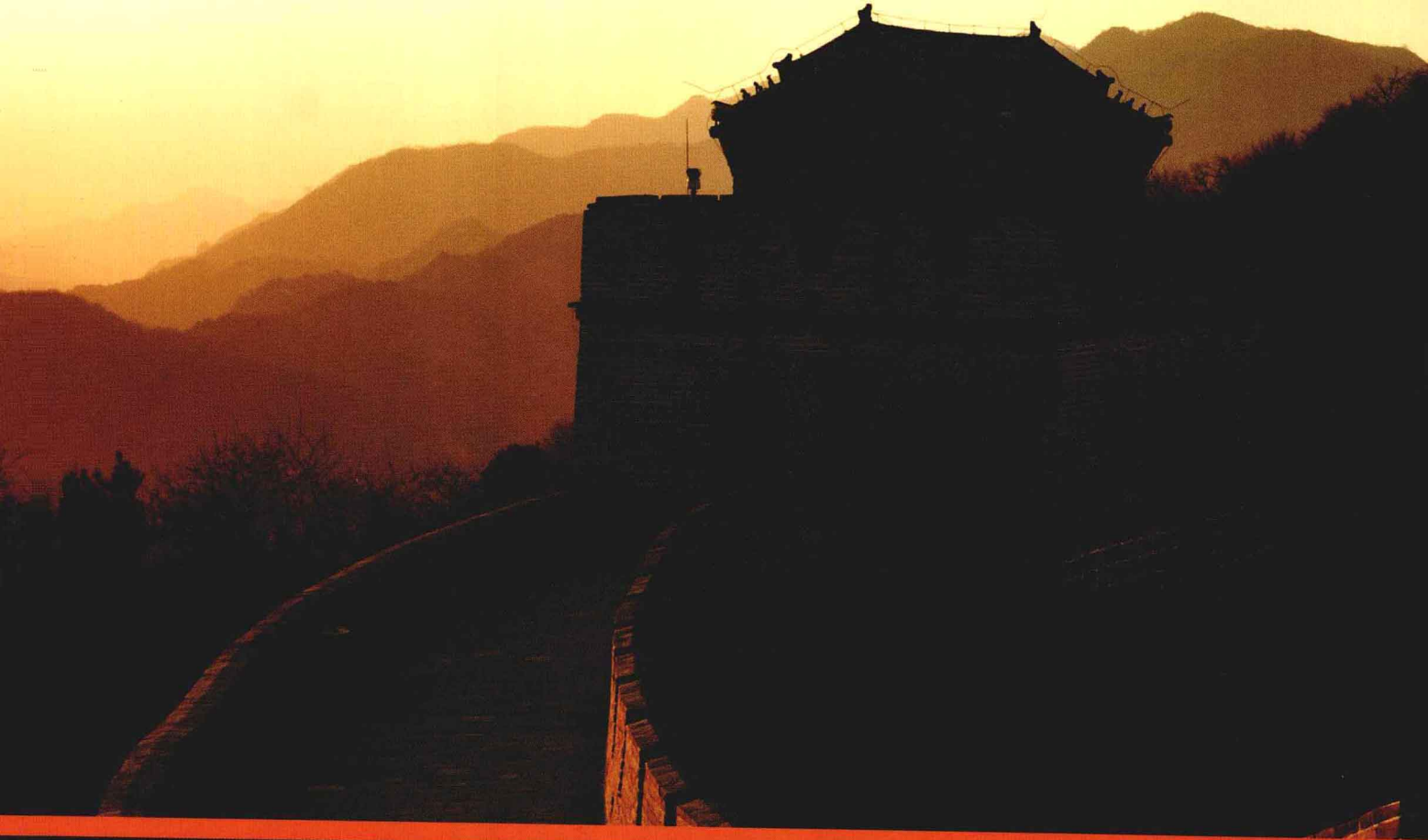


MONT BLANC

岁月如金

无论戏里或是戏外，尼古拉斯·凯奇始终追求完美，与万宝龙的品质不谋而合。万宝龙明星系列经典自动腕表。39毫米玫瑰金表壳与精致表扣，贴合人体手腕的弧形表背，42小时动力存储，银色表盘，镀玫瑰金叶形指针与刻度，蓝宝石水晶表盖。18K玫瑰金珍珠母贝表冠，呈现万宝龙星形标识，棕色鳄鱼皮表带。万宝龙·总有非凡故事





长城·北京·中国

A mark of true design | 灵感印证永恒
瑞士天文台认证首选品牌之一

长城天文台认证系列

天文台认证机械机芯(经COSC官方认证), 316L不锈钢表壳、
防眩目涂层蓝宝石镜面、螺旋式表冠及底盖、防水深度100米

M015.631.11.037.00

建议零售价 RMB 10,400

MIDO®

SWISS WATCHES SINCE 1918

瑞士美度表





王叔

根据《华尔街日报》报道，今年9月份瑞士手表对亚洲主要市场的出口大幅下滑，而全球出货量30个月来首度出现同比下降。中国香港地区的瑞士手表进口同比下滑约20%，内地则下滑了约28%，咱的邻居新加坡则是下降了21%。但与亚洲市场进口大幅下滑相比，瑞士钟表全球出口的下降幅度仅为2.7%。大家都知道，中国内地加香港地区无疑是瑞士钟表全球最大出口地，两地如此严重的下滑怎么全球出口降幅还不到3%？其实，早在之前已有国外媒体以数据证实说，欧洲钟表市场在逆经济大势而涨。当然不是欧洲人忽然一股脑认识到钟表的文化了，而是因为中国内地的消费习惯逐渐发生了转变。

今年国庆节我就感觉特别明显，香港其实没什么人的。我本以为成群结队的内地同胞各处扫货，起码我在中环没有见到。表店是冷清的。而且确实是冷清的。我听说很多香港表店某些顶级品牌的销售，国庆节期间同比去年下降了30%之多。内地朋友们没有再战香港，都去国外了。但没去日本，当然。

……今年9月份爆发的“运动”过后没几天，我最想找精工（中国）的话事人明石先生吃饭（鍾泳麟先生在香港北角殡仪馆的追悼会，内地钟表界以品牌身份出席的，唯他一人而已）。不光因为他是我唯一一个日本好友，还因为我想了解一下日本当地的反应和现状。SEIKO（精工）是从钟表制造到终端销售一条龙服务的品牌，东京银座和光钟表店（当然不光卖精工，各大品牌都有），就是SEIKO（精工）财团产业。明石先生跟我说那家店的生意下滑很严重，因为中国旅行团取消了数万个飞日本的舱位，而

SEIKO（精工）内地生意也毫无例外地遭到重创，甚至某些地区SEIKO（精工）的展柜也遭到了打砸抢。我很想对他说一声“对不起”，但是最终还是没有说出口。政治是一种飞沙起石的集中漩涡，我等庶民，唯有站在一边等着被抢一身沙子的份。

有些小众品牌问我意见：在内地设立销售点还有意义么？我们产量这么少，内地铺租这么贵，进来又有什么意义呢？这么高昂的关税和复杂的政策，使得我们定价不得不贵，到最后又卖不了几只，好像非常得不偿失。其实我觉得也是。我觉得这类类似于独立制表人的品牌，在中国内地做足宣传，能做到扩大知名度，之后等着我们的旅行团踏平地球，四处国外消费也就是了。今日在内地大肆宣传的品牌，又有哪几家不是在其他市场做销售嫁衣呢？

在这种朝着“中国内地消费者，消费全世界”的格局转变过程中，某些品牌也积极从全球大视角着眼，对内地市场进行精妙布局。不久之前PATEK PHILIPPE（百达翡丽）上海源邸开幕，这是全球最大的品牌宫殿，富丽堂皇，无与伦比。在采访过程中，Stern父子首先言明，不想将品牌交给零售商代理销售，不会四处开花，甚至连在其余城市继续开设大型专卖店的计划也暂时没有。难不成你以为他们爷俩儿真的不知道PATEK PHILIPPE（百达翡丽）那五万只的年产量有多少是被中国内地人买走的？

内地市场很难做。现如今某些代理商想代理点品牌进入内地赚点钱，在问我的意见时，都被我踢到国门外。最高端的



爱马仕，时光律动



DRESSAGE 腕表

爱马仕钟表精准地把握时间的脚步以驾驭光阴流转。

在 DRESSAGE 腕表的“心脏”内，爱马仕自制 H1837 机芯稳定地奏出嘀嗒的节律，与时间共鸣。

从设计伊始到最终调整，从每个零件制作到最后手工装饰完工，
爱马仕钟表始终以严谨的态度与精细的工艺，为您呈献精准与卓越。

序

价格贵产量低的兴许还有点机会，比如MB&F又在银泰开新店，就我所知他们每个月只要卖出一只表就可小有盈余；但居然有人想代理类似LONGINES（浪琴）这个价位的表，那不是找死是什么？LONGINES（浪琴）在内地大笔投入了这么多年才有今天的业绩，走量的货呀，要做大市场呀，你个新兴品牌，到底能有多少钱可以砸？

在内地做市场的人，也很难。这个市场真能把好人逼疯的。有坊间传言，有人一手遮天将品牌的现有库存全部做成销售业绩，拿给总部看，拿着“精彩的”销售业绩单套取总部的大笔市场预算继续入场“对冲”……当然，敢于这么做又做得到的人真的很疯狂……

中国手表市场，是一个世界性的问题。总之，诸多因素造成了中国内地钟表进口暂时有所下跌，但与此同时，我们仍旧源源不断地，向全球各地出口着有实力的消费者。其实，整个奢侈品行业面临的问题是一样的。曾几何时，很多品牌都在做的事情是“上山下乡”，努力突击和渗透至二三线城市，这不能不说是个好策略，二三线城市居然毕竟不像北京上海这些国际化城市居民一样频繁往来港澳台地区及欧洲诸国；但现状是很多二三线城市的经济已成问题，很多地方政府频繁曝出财政吃紧的情况。相对片面地总结：有钱的都出去买了；剩下的，多数都没钱去消费。

前几天看到某集团顶梁柱品牌一哥，问他对整个市场环

境的看法。他说其实已经开始好转，并且预计在明年第二季度有所改善。我很惊异于他经历半年多以来的超强高压后人居然还没瘦下来，也乐观地听到他做出了这样有曙色的判断。2012年的确是非凡一年。我相信我们都能看到雨过天晴的那天。

我跟他讲过要写这个序言的。但在写就之前，他就不在了。但我相信，他将永远活在我们心里。

《进口手表年鉴》和《名表论坛》问世不久，我与鍾泳麟先生在广州结识。那时根本没像今天这样到处都是手表杂志，最热门的时尚时装杂志也必须开辟钟表专栏，那时什么都没有的。我之前也只是看日文杂志的。我相信，几乎所有华语爱表人的第一罐奶粉，都来自《进口手表年鉴》和《名表论坛》。那时节的香港表店，也远远没像今天多，零零星星地几处而已。而今天呢？在商业密集圈，走几步路就是一间，即便铺租已高到令人咋舌根本就是怎么做怎么都蚀本的程度，还是在继续繁衍着。所以，钟表企业加大力度投入华语区市场这十年间，这个行业能有今日巅峰般的繁荣场面，绝对与鍾先生对钟表文化的推广密不可分。想当年，很多本来并没进入香港进入内地的品牌，跑到香港的第一站，必先拜见一下鍾先生，请他把脉，谈谈市场。他的一士诤诤，无与伦比。想当年，因为他在《名表论坛》上指出ROLEX（劳力士）的一点不足就造成杂志上市的当月ROLEX（劳力士）在港销售下滑10%……