



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国钟表行业市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2009年中国钟表行业市场分析及发展趋势研究报告》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/36964.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](mailto: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

奢侈品产业现已成为世界上发展最快的产业之一，手表在此领域扮演着极其重要的角色，在几乎所有的重点市场，手表的销售额都在持续增长。世界上的分销渠道正在经历着重大变化。纯粹意义上的包括经销手表在内的珠宝店越来越少，取而代之的是越来越多的通过品牌专卖店、网络、电视、以及商品名册进行销售。日益发展的钟表市场，诸如中国、俄罗斯和印度已是许多著名品牌的重要出口目的地。与此同时，欧洲传统钟表市场也在明显复兴。在1000—6000元价位的中端集中了国际钟表市场40%销售额。瑞士以外的欧美、日韩及我国香港地区的钟表厂商，大都定位于中端。尽管国产表的质量并不差，但与国际名牌钟表相比还有很大的距离。预计到2010年之前，还将有超过10个瑞士钟表品牌进入中国；到2020年，进入中国并跻身中高档钟表市场的瑞士品牌将超过50个。在这种情况下，国内钟表企业的境遇就变得更加艰难。

目前我国钟表市场中，钟表品牌大约有200多个，其中国际品牌有60多个，国产手表虽占有70%的市场份额，但销售收入仅占市场销售额的30%。随着人们消费水平的提高，中国正在成为世界钟表重要的销售市场。瑞士、德国等钟表业的成功，主要靠的是资金、技术和人才，在经营管理上都处于领先地位，形成了强大的品牌竞争力和经过长期发展所积淀的深厚的企业文化。人们在提到知名钟表时，首先想到的就是瑞士、德国等国家的产品，这正显示出一个企业品牌和企业文化的影响力。手表已经从计时工具转变为装饰，消费者在选购手表时，也变得越来越理性，不会一味地去追求高价，而是会去理解品牌价值，关注品牌文化，消费者对手表的需求变得越来越个性化。国内钟表企业要实现长远发展，提高竞争力，不能只将注意力放在外观设计和工艺上，同时，也应该注重打造品牌，增加钟表企业的文化内涵。中国钟表业已经到了产业升级的关键时刻。

近几年来，因为我国钟表业本来就在进行产品结构的调整，将不适合的产品淘汰，引进更好的品种，而且也一直会根据市场反应调整销售品种。新开发的产品都是高附加值的产品。所以中国政府已经完全放开了手表进口的配额，完全没有限制。税率的调低对我们在中国市场的影响并不大。2008年以来，受人民币升值、原材料价格上涨等因素影响，钟表行业成本急剧上升，加上美国次贷危机愈演愈烈演变成金融海啸，使得整个钟表行业面临着重重危机，深圳钟表业也不例外，寻求良方度过危机成为行业共识。由于订单减少，钟表出口企业在金融危机中风雨飘摇，但星皇、超维、桂峰等深圳钟表企业正积极发挥自身优势，通过细分市场

场、技术创新、大力开拓内销市场等途径，找到了应对金融危机的良方。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、《钟表出口指南》、钟表信息平台、中华全国商业信息中心、中国上市公司资讯、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及钟表专业研究单位等公布和提供的大量资料，总结了近年来国际主要钟表产地的发展概况，分析了中国钟表行业的市场重要变化，对中国钟表业的发展现状、主要产销市场及市场竞争状况等作了详尽的分析。在此基础上，还对钟表行业发展趋势、发展策略等进行了阐述，揭示了钟表行业发展的机会，以及当前所面临的问题等，是钟表生产经营企业、相关单位、投资公司等单位准确了解目前钟表行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业市场发展分析

#### 第一章 钟表概述及经济环境分析 1

##### 第一节 钟表概述 1

###### 一、钟表的定义 1

###### 二、钟表的工作原理 1

###### 三、钟表的发展 3

###### 四、钟表的种类 5

###### 五、钟表的文化 8

###### 六、影响机械钟表计时精度的八大因素 10

##### 第二节 中国钟表行业发展与现状 12

###### 一、中国钟表业概况 12

###### 二、中国钟表产业的发展现状 14

###### 三、中国中低档手表市场状况 16

###### 四、目前中国钟表行业存在的问题分析 18

###### 五、中国钟表行业发展对策分析 24

##### 第三节 钟表行业标准 28

###### 一、中国钟表行业标准 28

###### 二、国际钟表行业标准 32

三、2008年九项新钟表行业标准	38
第四节 我国经济环境分析	39
一、2008年我国工业生产情况	39
二、2008年我国产品进出口情况	47
三、金融危机对我国经济的影响分析	58
四、中国经济规模发展趋势	59
五、2009年我国经济发展预测及其影响因素分析	60
第二章 世界钟表行业市场分析	65
第一节 世界钟表市场发展分析	65
一、世界手表市场发展现状	65
二、全球钟表市场变化走势	67
三、新兴市场国家关税对全球钟表进出口的影响	68
四、全球钟表拍卖发展分析	69
第二节 瑞士钟表市场发展分析	71
一、瑞士钟表制造业发展历程	71
二、业内主要企业及其产品	76
三、瑞士钟表业新计划	78
四、2008年9月瑞士钟表出口情况	79
五、瑞士钟表在非洲的发展情况	79
第三节 日本和美国钟表市场发展分析	80
一、日本钟表市场发展分析	80
二、美国钟表市场发展分析	81
第三章 我国钟表产业经济运行分析	88
第一节 我国钟表产业发展分析	88
一、中国钟表产业发展历程	88
二、2008年我国钟表产量情况	97
三、我国钟表企业发展分析	104
第二节 2008年我国钟表经济运行分析	106
一、2008年我国钟表与计时仪器制造经济指标分析	106
二、2008年我国钟表与计时仪器制造销售收入前十家企业	132

第四章 我国钟表行业市场分析	135
第一节 我国钟表市场分析	135
一、中国钟表市场的需求和变化的特点	135
二、2008年我国钟表市场现状分析	135
三、我国国产钟表高端市场发展情况	137
第二节 钟表消费者群体分析	140
一、蓝领阶层	140
二、公职类阶层	142
三、白领阶层	142
四、新富阶层	143
五、富豪阶层	143
第三节 我国钟表市场品牌发展分析	145
一、2008年我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	145
二、中国钟表业品牌发展与文化的关系分析	161
三、中国钟表业品牌发展策略	163
第二部分 区域市场与细分市场分析	
第五章 我国钟表行业区域市场分析	167
第一节 金融危机下粤港钟表业发展分析	167
一、金融危机下粤港两地钟表业发展现状	167
二、金融危机对粤港两地钟表业冲击分析	168
三、金融危机下粤港两地钟表业发展出路	168
第二节 深圳钟表业发展分析	169
一、深圳钟表业发展现状	169
二、金融危机下深圳钟表企业发展分析	171
三、深圳钟表业高附加值发展策略	173
第三节 台湾钟表业发展分析	173
一、2008-2009台湾钟表市场分析	173
二、台湾钟表市场竞争分析	175
三、台湾钟表业近年发展特点	176
第四节 烟台钟表业发展分析	176

一、烟台钟表业发展史	176
二、烟台钟表市场分析	178
第五节 其他地区钟表业发展分析	179
一、福建省	179
二、义乌市	182
三、江门市	183
四、漳州市	184
第六章 钟表业主要细分市场分析	187
第一节 机械手表	187
一、机械手表概述	187
二、中国机械手表发展概况	190
三、陀飞轮手表概述	192
四、2008年机械表研发新动态	194
第二节 电波钟表	194
一、电波钟表知识	194
二、国外电波钟表发展概况	195
三、我国电波钟表发展概况	196
四、近年来电波钟表市场动态	196
第三节 其他钟表	197
一、石英表概述	197
二、2008年义乌市场石英表销量情况	198
三、电子表概述	199
四、全球电子表产业复兴探讨	199
第三部分 行业竞争分析	
第七章 钟表行业竞争及营销分析	201
第一节 钟表行业竞争结构分析	201
一、行业内现有企业的竞争	201
二、新进入者的威胁	202
三、替代品的威胁	203
四、供应商的讨价还价能力	203

五、购买者的讨价还价能力	204
第二节 钟表行业国际竞争力影响因素分析	204
一、生产要素	204
二、需求条件	205
三、相关和支持性产业	206
四、企业的战略、结构和竞争对手	207
第三节 我国钟表品牌建设及竞争策略分析	207
一、中国钟表业品牌竞争战略分析	207
二、中国钟表业创意竞争策略	210
三、中国钟表行业品牌之路	211
四、品牌建设分析	212
第四节 钟表营销渠道分析	217
一、销售渠道分析	217
二、主要钟表连锁店	219
三、名表连锁分析	221
四、高端品牌与低端渠道的策略分析	226
第八章 世界主要钟表企业分析	229
第一节 Swatch集团	229
一、企业简介	229
二、2008年企业经营情况	234
三、2009年企业新动态	234
第二节 劳力士集团	235
一、企业简介	235
二、企业发展历程	236
三、劳力士品牌发展]	238
第三节 LVMH集团	240
一、集团简介	240
二、全球并购策略	241
三、公司新动态	244
第四节 历峰集团	245
一、企业简介	245



二、企业发展历程	247
三、企业双重业务模式	249
四、企业新动态	251
第五节 卡西欧计算机股份有限公司	252
一、企业简介	252
二、差异化竞争策略	253
三、国际市场策略	253
第六节 西铁城钟表公司	254
一、企业简介	254
二、企业发展状况	255
三、企业新动态	260
第七节 日本精工公司	260
一、企业简介	260
二、日本精工经营策略	261
三、企业新动态	263
第九章 国内知名钟表企业分析	264
第一节 深圳市飞亚达(集团)股份有限公司	264
一、企业简介	264
二、2007-2008年公司财务分析	265
三、2008年公司品牌发展分析	268
第二节 天王电子(深圳)有限公司	269
一、企业简介	269
二、品牌战略	270
三、网络营销策略	274
第三节 珠海格力罗西尼表业有限公司	277
一、企业简介	277
二、营销策略	279
三、企业新动态	281
第四节 依波精品(深圳)有限公司	282
一、企业简介	282
二、品牌战略	283

第五节 天津海鸥手表集团公司	284
一、企业简介	284
二、企业发展状况	285
三、企业发展新动态	288
第六节 上海表业有限公司	289
一、企业简介	289
二、经营发展状况	290
三、企业品牌发展	291
第七节 烟台北极星国有控股有限公司	293
一、企业简介	293
二、主要产品	298
三、市场定位营销策略	299
四、公司新动态	300
第八节 深圳霸王实业集团有限公司	301
一、企业简介	301
二、主要产品	302
第九节 山东康巴丝钟表有限公司	303
一、企业简介	303
二、主要产品	304
第十节 广州市富达钟表工业有限公司	305
一、企业简介	305
二、主要产品	308
三、品牌建设	308
第十一节 新宇亨得利控股有限公司	312
一、企业简介	312
二、企业发展里程	313
三、2008年企业财务分析	314
第十二节 香港英皇钟表珠宝有限公司	324
一、企业简介	324
二、2008年上半年企业经营情况	324
三、2008年企业财务分析	325

第四部分 行业趋势、风险及策略分析	
第十章 钟表行业趋势、风险及策略分析	331
第一节 钟表行业发展趋势分析	331
一、钟表行业高中端发展趋势	331
二、高端手表制造趋势分析	332
三、国产表转型国际化趋势分析	337
四、钟表“大时代”趋势分析	338
五、台湾钟表业在大陆的投资与竞争走势	339
第二节 钟表市场发展趋势	340
一、钟表市场格局走向分析	340
二、我国手表市场消费趋势	341
三、手表市场流行趋势	342
四、秋冬季节腕表流行趋势	346
五、2010年我国钟表市场发展预测	347
六、石狮钟表市场态势分析	348
第三节 我国钟表发展机遇与出路分析	349
一、中国钟表业发展机遇	349
二、中国钟表业如何“突出重围”	350
三、浅谈中国钟表发展出路	352
四、钟表连锁扩张策略	352
第四节 钟表企业战略规划的不确定性风险分析	355
一、客观事件的不确定性风险	356
二、市场的不确定性风险	356
三、行业发展的不确定性风险	357
四、技术发展的不确定性风险	357
五、战略规划者的主观不确定性风险	358
六、执行过程的不确定性风险	358
七、工具方法的局限性风险	358
八、战略规划系统的不确定性风险	359
第五节 我国钟表企业应对金融危机策略分析	360
一、制定出口成本计划策略	360
二、转移生产基地策略	361

三、开拓新出口市场策略	361
四、明确品牌形象策略	361
五、增加优势产品的产能策略	362
六、兼并收购策略	362
七、行业结盟策略	362
第六节 我国钟表企业应对金融危机具体措施	363
一、坚守核心主业	363
二、构建优质渠道	363
三、整合优质资源	364
四、提升经营能力	364
五、调整市场策略	365

## 图表目录

图表：计时仪器专业体系表结构图	3
图表：钟表强制性标准编号	29
图表：钟表推荐标准编号	29
图表：钟表标准示例	29
图表：计时仪器专业体系表内容及标准	30
图表：钟表国际标准的制定程序	36
图表：2008年九项新钟表行业标准	39
图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况	40
图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况	40
图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况	41
图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况	41
图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况	42
图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况	42
图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况	43
图表：2008年2月工业增加值增长速度	43
图表：2008年3月工业增加值增长速度	43
图表：2008年4月工业增加值增长速度	44
图表：2008年5月工业增加值增长速度	44
图表：2008年6月工业增加值增长速度	44

图表：2008年7月工业增加值增长速度	45
图表：2008年8月工业增加值增长速度	45
图表：2008年9月工业增加值增长速度	45
图表：2008年10月工业增加值增长速度	46
图表：2008年11月工业增加值增长速度	46
图表：2008年1-10月我国按贸易方式进口总值	48
图表：2008年1-10月我国按贸易方式出口总值	49
图表：2008年1-10月我国进口总值	49
图表：2008年1-10月我国出口总值	50
图表：2008年7月我国进出口商品构成表	50
图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表	51
图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴	51
图表：2008年7月我国前十位出口市场	51
图表：2008年7月我国前十位进口来源地	52
图表：2008年8月我国进出口商品构成表	52
图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表	52
图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴	53
图表：2008年8月我国前十位出口市场	53
图表：2008年8月我国前十位进口来源地	53
图表：2008年9月我国进出口商品构成表	54
图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表	54
图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴	54
图表：2008年9月我国前十位出口市场	55
图表：2008年9月我国前十位进口来源地	55
图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表	56
图表：2008年10月我国进出口商品构成表	56
图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴	56
图表：2008年10月我国前十位出口市场	57
图表：2008年10月我国前十位进口来源地	57
图表：2008年11月我国进出口总值简要情况表	57
图表：美国各价位手表销售情况	82
图表：美国钟表单价及其市场份额	86

图表：2008年2-11月钟产品产量全国合计	97
图表：2008年2-11月钟产品产量河北省合计	97
图表：2008年2-11月钟产品产量江苏省合计	97
图表：2008年2-11月钟产品产量福建省合计	98
图表：2008年2-11月钟产品产量广东省合计	98
图表：2008年2-11月钟产品产量浙江省合计	99
图表：2008年2-11月钟产品产量江西省合计	99
图表：2008年2-11月钟产品产量上海市合计	99
图表：2008年2-11月钟产品产量山东省合计	100
图表：2008年2-11月表产品产量全国合计	100
图表：2008年2-11月表产品产量福建省合计	100
图表：2008年2-11月表产品产量广东省合计	101
图表：2008年2-11月表产品产量北京市合计	101
图表：2008年2-11月表产品产量浙江省合计	102
图表：2008年2-11月表产品产量广西区合计	102
图表：2008年2-11月表产品产量天津市合计	102
图表：2008年2-11月表产品产量辽宁省合计	103
图表：2008年2-11月表产品产量上海市合计	103
图表：2008年2-11月表产品产量山东省合计	103
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标全国合计	106
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标北京合计	107
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标天津合计	109
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标河北合计	110
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标辽宁合计	112
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标上海合计	113
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标江苏合计	114
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标浙江合计	116
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标福建合计	117
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标江西合计	118
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标山东合计	120
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标河南合计	121
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标湖北合计	123

图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标湖南合计	124
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标广东合计	125
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标广西合计	127
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标海南合计	128
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标四川合计	129
图表：2008年1-11月钟表与计时仪器制造主要经济指标贵州合计	131
图表：2008年2月我国钟表与计时仪器制造销售收入前十家企业	132
图表：2008年5月我国钟表与计时仪器制造销售收入前十家企业	133
图表：2008年8月我国钟表与计时仪器制造销售收入前十家企业	133
图表：2008年11月我国钟表与计时仪器制造销售收入前十家企业	134
图表：蓝领群体实际拥有的手表品牌	140
图表：蓝领细分群体的特征描述	140
图表：蓝领细分群体消费手表的功能需求	140
图表：蓝领群体的手表消费链	141
图表：蓝领群体实际消费中的品牌搭配	141
图表：蓝领细分群体的价值认同	141
图表：2008年1月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	145
图表：2008年1月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	146
图表：2008年1月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	146
图表：2008年2月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	147
图表：2008年2月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	148
图表：2008年2月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	148
图表：2008年3月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	149
图表：2008年3月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	150
图表：2008年3月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	150
图表：2008年4月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	151
图表：2008年4月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	152
图表：2008年4月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	152
图表：2008年5月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	153
图表：2008年5月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	154
图表：2008年5月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	154
图表：2008年6月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	155

图表：2008年6月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	156
图表：2008年6月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	156
图表：2008年7月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	157
图表：2008年7月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	158
图表：2008年7月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	158
图表：2008年8月我国百家商场手表零售量、零售额前20名品牌	159
图表：2008年8月我国百家商场手表零售量、零售额前20名国产品牌	160
图表：2008年8月我国百家商场手表零售量、零售额前20名进口品牌	160
图表：2005-2007年深圳市与国家钟表行业的质量竞争力指数	170
图表：机械手表工作原理	188
图表：国内著名钟表连锁店	219
图表：2008年上半年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营构成	265
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司每股指标	265
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司获利能力	266
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司经营能力	266
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司偿债能力	266
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司资本结构	266
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司发展能力	266
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司现金流量	267
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营业务收入	267
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营业务利润	267
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司营业利润	268
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司利润总额	268
图表：2007-2008年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司净利润	268
图表：烟台北极星国有控股有限公司组织架构	297
图表：烟台北极星国有控股有限公司主要产品	298
图表：烟台北极星国有控股有限公司销售网络	298
图表：深圳霸王实业集团有限公司组织架构	301
图表：深圳霸王实业集团有限公司主要产品	302
图表：山东康巴丝钟表有限公司主要产品	304
图表：广州市富达钟表工业有限公司主要产品	308
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司销售额分布	314



图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司综合损益表	314
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司综合资产负债表	315
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司综合权益变动表	316
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司简明综合现金流量表	317
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司其他收益及收入净额	317
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司税前益利	318
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司普通股加权平均数	318
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司每股盈利情况	319
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司股息情况	319
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司存贷情况	319
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司应收款项情况（一）	320
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司应收款项情况（二）	320
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司应付款项情况（一）	320
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司应收款项情况（二）	321
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司银行贷款情况（一）	321
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司银行贷款情况（二）	321
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司可换股债券情况（一）	322
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司可换股债券情况（二）	322
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司经营租赁承担情况	322
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司保证益利承担情况	323
图表：2008年上半年新宇亨得利控股有限公司经常性交易情况	323
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司简明综合损益表	325
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司简明综合资产负债表（一）	326
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司简明综合资产负债表（二）	327
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司简明综合鼓动权益变动表	328
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司简明综合现金流量表	328
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司税前益利情况	329
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司税项情况	329
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司借贷情况	330
图表：2008年上半年英皇钟表珠宝有限公司股本情况	330
图表：2006-2007年部分钟表公司的现金流量净额	354

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36964.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专业提供投资咨询报告、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。