

与一些人的观点相反，中国大陆传统手表的销量保持相对稳定——2015 年至 2016 年间增长率近 2%。考虑到通胀率上升 3%~4%，市场表现确实堪称稳定。即使不考虑通胀因素，传统手表市场也不过略显颓势。中国大陆传统手表的市场价值接近 85 亿欧元。不过问题是，各方关于中国的数据并不统一。

奢侈手表市场走向

手表市场的年增长率在 4%到 5%之间，预计到 2020 年市场规模将达 100 亿欧元。传统手表的购买地点和消费动机十分值得关注：2014 到 2016 年间，中国消费者购买奢侈品的总支出中，手表就独占了半壁江山！其中男性消费者比例上升至 71%。在中国，手表依然是大权在握的象征，但在女性消费者中也具有十足的增长潜力。中国消费者的购买力持续增强，推动了各种奢侈品的销量增长。同时，中国消费者所购手表的平均价格也水涨船高。

根据当前估测，奢侈手表仅占手表总销量的 1%，而中档手表和低档手表分别占 14%和 85%。到 2020 年，奢侈手表的市场份额将增长至 3%，中档手表的份额将增至 22%。

购买地，不只是香港

还有一点值得关注，中国消费者赴港澳台买表的热潮逐渐消退，这一趋势自 2015 年起一直持续至今。过去，中国消费者 1/3 的手表购自港澳台三地，如今这一比例仅为 23%。现在，越来越多的中国消费者在大陆购买手表，大陆的手表消费比例稳定在 1/3 左右。而中国手表消费者在外国的购买比例呈现上升趋势，目前已高达中国公民手表总购买量的 45%。中国公民出境游的频次确实越来越高。每年，对中国免签的国家越来越多。因此，中国公民到世界各国旅游，也变得越来越容易。所以，关键原因不在于中国消费者有意在外国购买手表，只不过是因为他们出境旅游的频率高了。

手持相机的“代购商人”

此外，有一种新的消费现象也迅速流行，那便是代购。通过代购，你可以在中国以较低的价格下单，委托一位“代购商人”购买奢侈品。这些代购周游各国，光顾精品专卖店，将产品图片发至客户，经客户首肯后，他们再代为购买，最后收取佣金。在这一交易模式中，代购需承担海关检查的风险，终端客户却可安然无虑。几周前，我曾在巴黎一家百货商店，看见不下十位代购在用手机拍下女裙、手提包、珠宝和手表的诸多细节，以便之后通过微信将图片发给客户，由其确认是否购买。百货商店的销售员也无意阻止，因为这些代购可是优质顾客。

不过，中国海关已开始加强管控力度，自 2015 年 4 月起，任何价值超过 10,000 人民币（约合 1,300 欧元）的境外购得商品需缴 60% 的税。但在此机制中，终端客户无需办理通关手续。屡犯不改者将被处以赔偿罚款。起初，在 2015 年，这些管控措施得到全盘执行，却导致机场大排长龙。因此，海关官员现在转而实行抽查或随机布控。

境外购表的原因

消费者出境购表有三大动力。首先，价格更低：根据某项调查，超过 86% 的中国消费者由于价格因素而选择境外购表。其次，正品保障，消费者想购买正品奢侈表时会考虑境外消费。在中国，就在几年前，赝品丑闻还层出不穷，屡见报端——甚至官方专卖店也不能幸免。现在，赝品问题已得到整治，但这些丑闻还是影响了公众对在中国购表的观感。再次，在国外可供选择的产品门类更多，服务质量也更高。

现在，电商平台也是一种选择。不过，比起网购，84% 的中国消费者仍更青睐专卖店消费，原因有二：一是因为专卖店能提供更让人放心的质量保证，还能让顾客试戴手表；二是因为中国消费者担心网购得不到售后服务。售后服务是一项重要因素。不过，与此同时，还有一点值得注意——在这 84% 的专卖店拥趸中，大多数人认为自己将来可能会网购手表。不过，不会购买价格过高的产品：大部分人愿意支付的价格在 7,000 人民币（约合 1,000 欧元）内。

中国的主要问题还在于消费者对高档手表的正品保障缺乏信心。这也是各品牌必须跨越的障碍。如果它们成功克服了这一困难——若产品跟踪和质量保障切实有效——那么中国消费者对网购手表就不会再抱有顾虑。

二手手表行情

总的来看，香港和欧洲的二手手表市场更为开放，目前香港的二手店数量比大陆更多，而在欧洲则有大量二手交易网站。中国大陆的问题在于没有中介机构可以为二手市场的产品提供担保：目前所有的二手手表交易都是在淘宝等网站上的个人对个人直接交易。

此外，在中国，手表是身份的象征，而且消费者不愿意购买二手产品来应付特殊场合，因为二手产品有损形象。消费者想要的是最新的、最时尚的款式！目前，千禧一代贡献了 80% 的名牌手表销量。他们年纪大多不过二三十岁，还有三分之一在三四十岁之间。这些人群对时尚十分敏感。

中国制表市场展望

中国的制表市场正在蓬勃发展，因为手表在中国备受追捧，被消费者视为生活方式和身份地位的象征。任何与象征有关的东西都是根深蒂固的，不会在五年内轻易消散。而传统的机械表依然潜力十足。高档的收藏用手表更是安然无虞。

如今随着智能手表的发展，唯一面临威胁的细分市场在于中高档传统手表。智能手表的目标客户不仅是年轻人和运动人士，还有老年人，因为智能手表可提供有利于健康保护的信息（2030年年满60岁的人口将占中国人口的30%，到时这一人群仍具有强大的购买力）。

因此，在我看来，笑傲未来市场的将是不仅具备报时功能的手表：一种是被消费者视为身份象征的手表——也就是说，传统手表；另一种则是可以提供数据的手表，即智能手表。为了生存，手表市场必须做出选择，要么提供象征意义，要么转向智能科技。