



一、取得了一定的成绩

中国解放前没有自己的手表工业，不能独立生产机械手表。解放以后，随着新中国机械工业的发展，我国从20世纪50年代开始，陆续建立起一批手表制造工厂，中国的手表工业逐步发展壮大起来。一些工业发达的城市先后建立了手表厂，如上海、北京、天津、广州、南京、西安、石家庄、丹东、青岛等地。这些城市手表厂生产的机械手表款式与品种多样，比如上海厂生产的上海牌、海鸥牌、宝石花牌，北京厂生产的首都牌、双菱牌，天津厂生产的“5·1”牌、东风牌，广州厂生产的羊城牌，南京厂生产的紫金山牌，西安厂生产的延安牌、红旗牌，石家庄

厂生产的红莲牌，青岛厂和丹东厂也分别生产有自己品牌的机械手表，等等。以上这些机械手表中既有19钻的，也有17钻的，还有10钻以下的；既有全钢的，也有半钢的；既有男表，也有坤表；既有防磁防震的，也有普通型的；有带日历的，也有不带日历的。另外，这些手表的形状设计、表盘颜色、表针形状也各有特色，不尽相同。一时间，各种国产机械手表百花齐放、琳琅满目，形成了一个多样化的大家族。

目前我国已经成为世界钟表工业最大生产基地，不仅是组装成品钟表的主要生产地，也是钟表外观件的生产地和供应地。统计表明，目前中国生产加工出口手表8.7亿只、生产制造时钟3.8亿只，分别占世界产量的76%和87%，中国已成为名符其实的钟表生产大国。珠江三角洲地区拥有钟表企业900多家，中国众多著名品牌都落户在这里，广东的中高档手表品牌占市场总销量的82%。

在手表外观件生产方面，中国是世界的平台，瑞士很多著名品牌手表外观件均在中国制造，中国的手表外观件加工水平已达到了国际著名品牌的水准。中国名牌手表在外观加工水平上并不比国外同类产品差，但价差十分悬殊。

深圳也是中国最大的钟表生产和出口基地。在深圳钟表行业协会成立十五周年之际，回看深圳市钟表业的发展历程，从进料组装到外观件制造，到产品开发，再到创品牌钟表，深圳钟表工业的崛起对中国钟表工业的迅速发展，起到了不可估量的作用。凭借毗邻香港的地利、特区的优惠政策、充裕的劳动力资源等有利条件，深圳为钟表业发展创造了前所未有的优良环境，而优良的环境又吸引了更多的中资、外资、民营企业前来投资落户。一些具有远见卓识的企业家，抓住机遇，集创新设计、生产制造、售后服务于一体，争创名牌，成功地开创了行业发展的新模式。对深圳市钟表工业的发展起到重要作用的另一因素是，深圳市政府将钟表工



业列为特区的支柱产业之一，制定优惠政策，采取有效措施，给予了极大的支持；按市场经济动作成立起来的深圳市钟表行业协会，15年来在为企业服务、促进行业发展方面做了大量有益的工作，起到了很好的作用。在一大批钟表从业人员的艰苦奋斗、辛勤耕耘下，深圳发展成为我国钟表生产和出口的重要基地，深圳钟表业的迅速崛起加速了中国钟表业的发展。

二、大而不强的现实

由于受有关条件的限制，产品销售一直是以国内市场为主，1996年中国钟表业才获准以国家名字组团参加瑞士巴塞尔的国际钟表展，由于起步晚，规模小，经营方式相对陈旧，因此我们与国际间的品牌经营相比行业规模、资金实力、企业竞争力方面都有不小差距。

1、份额少

从世界钟表贸易金额来看，据有关资料报道，世界钟表成品出口金额为160多亿美元，目前我国钟表出口额为19.4亿美元。而瑞士2001年手表产量2780万只，数量只占世界的3%，出口金额却达到66.5亿美元，香港出口金额为58亿美元，日本23亿美元，我们仅仅居第四。

2、档次低

世界手表产品分为豪华高档、高档、中高档、中档和低档五个层次，如果把它们按数量比例叠加起来，呈现出的是一个金字塔的形状，金字塔顶尖是高档、豪华高档，其数量只占3%，中高档和中档处在金字塔的中部，数量占25%，其余的72%都属于低档产品，分布在金字塔的下方。瑞士占顶尖，日本在其下方，我国处在基座部分。这种位置分布表明我们大而不强。

3、品牌弱

目前我国钟表业处于“品牌小国”的地位，瑞士有几十个品牌占据世界手表市场主导地位。在国际名牌方面我国刚刚起步，这

次中国名牌产品推选委员会评选出中国名牌手表有四个品牌：飞亚达、罗西尼、海鸥、依波，这是我国钟表行业走向钟表强国的关键之策。理由很简单，我国的手表是等效采用国际标准，在手表的实物质量水平方面，与瑞士、日本同类产品基本一致，在外观件方面，世界著名品牌也在我国加工制造，材质和加工精细程度也是不相上下，在款式新颖性方面，我们存在差距，但也不是很大，唯一拉开距离的就是品牌和知名度。从资源转换的角度来讲，品牌是资源放大、产品增值的最佳环节，它可以把企业现有的价值经营成未来的资产，是个可持续的理念。我们行业内只有很少一些企业重视品牌创意、品牌系统化建设和品牌的国际化运作。

三、由弱到强的途径

1、打造品牌形象

我们中国钟表业要创国际名牌，当务之急是我们合力提高中国名牌这个称号的含金量，要真正创立中国表业的国际品牌，我们的企业只有从‘中国制造’转向‘中国创造’才能使中国品牌在真正意义上走向世界，赢得市场，钟表企业的品牌形象只有通过创造性的设计和开发，才有可能树立独特的品牌风格和销售卖点。这种创造性的设计包括：功能设计、外观设计、形象设计、推广设计等等。我们要把这种设计与整个企业的管理和品牌战略有机的结合在一起。

中国名牌产品推选委员会已经评选出中国名牌手表有四个品牌：飞亚达、罗西尼、海鸥、依波，这是我国钟表行业走向钟表强国的关键之策。我国钟表行业的“十五”规划和2015年设想中已明确提出把三个以上在世界钟表市场具有一定影响力的钟表品牌作为主要目标之一。

深圳现有钟表品牌应在扩大国内市场份额的同时，逐步走向国际市场并能占有一席之地。作为钟表生产重要基地的深圳，还应为中国培育出更多品牌。实际上，我们相当



一部分钟表企业的产品已达到了国外同类产品水平。深圳的钟表企业许多都有自己的钟表产品设计大师,有完善的销售网络和售后服务。一些钟表配件生产企业,已多年为国外著名品牌的手表生产配件。面对激烈竞争的局面,从长远发展看,深圳钟表业的发展还应加大力度推进名牌战略,只搞加工生产,只做 OEM, 仅能做大规模,很难做强。

2、必须强调精品意识

树立精品意识,从创意设计、生产制造、质量控制、营销网络、售后服务等各个环节上都必须用精品意识贯穿其中,并且具体反映到消费者满意度上,要让人确实感到名副其实,物超所值。还必须指出的是中国的精品理念与世界的精品理念还有很大的差异,现在我们提出的是追求世界精品目标。瑞士有很多著名的品牌,它们在品牌的核心价值上各有各的定位,各有各的特质。品牌核心价值是品牌的主体部分,它让消费者明确、清晰地识别并记住品牌的利益与个性,是驱动消费者认同、喜欢一个品牌的主要力量,企业的一切价值活动都围绕着品牌核心价值而展开,并且始终不渝地坚持维护和宣扬核心价值。品牌建设我们仅仅是开始,要有创新意识,技术创新、理念创新,品牌的运用更要创新。

我们要充分依靠技术创新和高新技术产业化,加快新技术、新工艺和新材料的应用。推动微电子技术 with 精密机械加工相结合,向高科技含量、多功能、高附加值方向发展,提高行业的整体实力和新产品开发、生产能力,以适应国内外市场的变化。手表要提高质量,改善包装,要适应礼品化和需求多样化的要求。加大时装表、趣味表、潮流表的创新力度。中、高档表走少而精之路,突出材料、工艺、设计和品牌特色;时钟则低档钟向礼品化发展,中档钟向多功能化发展,高档钟向艺术化发展。重点发展高档机械钟;加快并形成中、高档外观件规模生产基地,如高科技陶瓷表壳、表带、钛合金表壳、贵金属和珠宝装饰外观;外观件努力在国际市

场确立中、高档地位,要创造有独立知识产权的外观件生产工艺;我国石英表机芯与国外差距较大,应以提高质量和劳动生产率为主,控制总量;机械表机芯应提高技术含量和产品档次。石英钟机芯具有较大优势,要注重协调,减少内耗,重点提高质量,开发多功能机芯和高档机芯。加快推进电波钟生产技术应用并迅速形成集约化生产基地;积极发展微电子技术与精密机械相结合的机电一体化产品。

许多钟表制造企业钟表贸易商表示,目前国产的钟表用钢及金属材料无法适应高档次的钟表制造要求。由于国产钢材质量与国外产品的差距,许多公司钟表的机芯都从国外进口。可见我国钟表用金属材料还不能满足市场要求,有待进一步开发。钟表机芯可以说是钟表的“心脏”,是钟表零部件中最贵重的部分,因而,对制造机芯等钟表用金属材料方面,国内企业还有事可做。

3、走强强联合之路

瑞士、日本钟表业之所以强大,主要是有几个“航母”式企业集团支撑,无论在资金、技术、人才,还是在经营网络上都“财大气粗”,竞争实力雄厚。我国钟表行业要从生产大国向强国发展,必须化分散为集中,着力改组行业,以资产为纽带形成“航母”,进行企业结构的调整,促进有效资产重组,摒弃大而全,小而全,提高专业化水平,增强国际市场竞争能力,才能聚小变大,由弱转强,参与国际竞争。我们行业中有很多可剥离出来的优质资产,需要名牌企业整合、融通和重组。手表机芯生产由 30 多家企业集中到几家企业进行规模生产。充分利用现有资源增强实力是条捷径。石英钟机芯生产集中度较高,要向提高产品质量、档次和增加多功能机芯系列品种为目标的柔性化生产方向调整。

参考文献

- [1] 吉勤之.中国钟表协会理事长 [N].中国机电日报, 2002.10.23