

2010-2015年中国钟表行业 投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国钟表行业投资分析及深度研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201005/39777.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

→内容简介

钟表是中国人喜爱的商品之一，改革开放的30年间，中国政府为发展钟表工业，投入大量资金进行建设，使这一产业快速发展。中国的改革开放与产业全球化发展也给中国钟表业带来繁荣。但是，目前我国钟表业增速放缓，效益下降，出口多为低档产品，而瑞士年产钟表仅占全球产量的3%，但出口额却占了40%。我国虽然是钟表大国，但绝不是钟表强国，仅处在全球钟表业金字塔的基座。越来越多的国外品牌还将不遗余力地抢占中国市场，并且随着国内零售行业对外资企业的开放，一方面是国外厂商自主建立销售网络，另一方面是国内的销售渠道被动地受困品牌开店条件的制约，还排斥国内品牌的销售。国内品牌无休无止的价格战，也还将越来越快地销蚀本已缩小的国内市场。企业的竞争环境发生了很大的变化，面临着直接与世界各强势品牌的竞争，国内企业该如何发展？不论是主观还是客观上，都要求中国企业要靠自身的优势走品牌营销道路。

国产表的整体面貌在瑞士表进入中国市场后逐渐消失，面对经济大势的不景气，中产阶级们捂紧了腰包，收藏家们异常谨慎地对待高级手表。钟表大国瑞士2009年上半年出口同比降幅高达26.4%，跌至61亿瑞士法郎，约合57亿美元。与瑞士表业的寒冬有所不同，2009年国人似乎把兴趣都移回到国产表身上，2009年1-11月份，一些进入中国市场较早的进口手表品牌的销量不同程度的出现了15%-27%的降幅，但同期国产知名品牌手表却出现了较大幅度的增长。国家统计局数据显示2009年1-11月，我国钟表与计时仪器制造业累计工业销售产值同比增长4.55%，增幅比1-10月提高了3.41个百分点；累计产销率95.47%。有关统计显示，中国制造的中低档钟表占欧盟钟表市场70%的份额。其中以深圳为龙头的珠三角钟表行业，汇聚国内钟表行业九成的产能。居全球钟表产能之冠的广东深圳，年均产量和出口量近4年分别占全球总量的50%和45%，年出口总量达8亿只以上，钟表及其配件的年出口量占国际市场45%以上，国内销售占国内市场60%以上。虽然我国钟表业在具有一定优势的同时，依然存在着很多的问题。中国要想从生产大国转变为生产强国，就要坚定地走科学发展之路。

中国内地钟表市场需求大，以及未来多项大型活动如：广州亚运动会及2010年的上海世界博览会等效应，很多国际钟表商家都预期会销售更多的货品到中国内地，钟表市场潜在能力更加显见。由于欧、美、日的购买力回升，中高价货需求旺盛，预料未来我国的钟表出口可保持稳定增长。“十一五”规划中明确规定了钟表行业的目标，并制定了相应政策措施。展望未来，到2015年，中国钟表业要成为世界钟表生产强国之一，在市场占有率、出口贸易金额、品种结构、技术水平、营销方式等方面初步达到钟表业发达国家的水平，在世界钟表业中具有重要影响力。

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、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，对中国钟表业的进出口现状、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及投资等进行了阐述，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。

CONTENTS

第一部分 行业经济环境分析

第一章 钟表行业概述 1

第一节 钟表概述 1

一、钟表的定义 1

二、钟表的分类及其特点 1

三、钟表等级及分类标准 3

四、钟表的历史 6

五、钟表的发展 6

六、钟表的工作原理 9

第二节 钟表行业标准 12

一、中国钟表行业标准 12

二、国际钟表行业标准 15

三、2009年钟表行业标准复审会议召开 19

第二章 我国钟表行业的现状及经济环境分析 21

第一节 中国钟表行业现状及发展分析 21

一、中国钟表行业的现状分析 21

二、中国钟表行业存在的问题分析 23

三、中国钟表行业发展对策分析 24

第二节 我国钟表行业的经济环境分析 28

一、我国钟表行业的发展环境分析 28

二、我国钟表行业的发展趋势分析 30

第二部分 行业市场发展分析

第三章 世界钟表行业市场分析	33
第一节 世界钟表市场发展分析	33
一、世界手表市场发展现状	33
二、2010年全球钟表市场走势	33
三、世界钟表的新兴市场在线需求分析	37
四、新兴市场国家关税对全球钟表进出口的影响	39
第二节 瑞士钟表市场发展分析	39
一、瑞士钟表制造业发展历程	39
二、钟表业内主要企业及其产品	41
三、金融危机冲击下的瑞士钟表业	43
四、2009年瑞士钟表出口情况	44
五、瑞士钟表制造业对我国钟表业发展的影响	45
第三节 日本和美国钟表市场发展分析	47
一、日本手表品牌分析	47
二、2009年日本钟表出口数据分析	49
三、美国钟表市场现状及发展趋势	51
四、2009年美国钟表进出口分析	53
第四章 我国钟表产业经济运行分析	57
第一节 我国钟表产业发展分析	57
一、中国钟表产业发展历程	57
二、2009年我国钟表产量情况	66
三、我国钟表企业发展分析	75
四、2010我国钟表产量分析	77
第二节 2009年我国钟表经济运行分析	82
一、2009年我国钟表与计时仪器制造业工业销售产值分析	82
二、2009年我国钟表与计时仪器制造业新产品产值分析	87
三、2009年我国钟表与计时仪器制造业缓慢回暖	89
四、2010年我国钟表与计时仪器制造经济指标分析	89
第五章 我国钟表行业市场分析	109
第一节 我国钟表市场分析	109
一、中国钟表市场规模及特色	109
二、中国钟表的流行趋势	110

三、中国钟表的竞争形势	111
第二节 钟表消费者群体分析	112
一、蓝领阶层	112
二、公职类阶层	114
三、白领阶层	115
四、新富阶层	115
五、富豪阶层	116
第三节 我国钟表市场品牌发展分析	118
一、2009年我国百家商场手表零售量、零售额前10名品牌	118
二、中国钟表业发展的新希望	119
三、中国钟表业品牌发展策略	123
第三部分 区域市场与细分市场分析	
第六章 我国钟表行业区域市场分析	127
第一节 金融危机下粤港钟表业发展分析	127
一、粤港两地钟表业发展现状	127
二、金融危机粤港两地钟表业冲击分析	128
三、粤港两地钟表业发展出路	128
第二节 深圳钟表业发展分析	129
一、深圳钟表业发展现状	129
二、金融危机对深圳钟表的挑战	131
三、深圳钟表业的发展趋势分析	134
第三节 台湾钟表业发展分析	135
一、台湾钟表市场表现	135
二、2009年台湾钟表市场回顾	136
三、2010年台湾钟表市场分析	137
四、台湾钟表业在大陆的投资与竞争走势	137
第四节 香港钟表业发展分析	138
一、香港钟表业发展史	138
二、2009年香港钟表进出口分析	141
三、2010年香港钟表展望分析	141
第五节 其他地区钟表业发展分析	142
一、福建省	142

二、义乌市	145
三、漳州市	146
四、烟台市	147
五、江门市	150
第七章 钟表业主要细分市场分析	153
第一节 机械表	153
一、机械表概述	153
二、中国机械手表发展概况	154
三、中国机械表发展趋势分析	155
第二节 电波钟表	158
一、电波钟表定义	158
二、我国电波钟表发展概况	158
三、电波钟表市场发展趋势分析	159
第三节 其他钟表	161
一、石英表概述	161
二、电子表概述	162
三、电子表的发展历程	162
四、2009年仪器仪表行业运行情况及发展分析	166
五、全球电子表产业复兴	168
第四部分 行业竞争分析	
第八章 钟表行业竞争力分析	171
第一节 钟表行业竞争结构分析	171
一、行业内现有企业的竞争	171
二、新进入者的威胁	172
三、替代品的威胁	172
四、供应商的讨价还价能力	173
五、购买者的讨价还价能力	173
第二节 我国钟表行业国际竞争力分析	174
一、中国钟表国际竞争力现状	174
二、我国钟表产业参与国际竞争力存在的问题与差距	175
三、我国钟表国际竞争仍有潜力	178
第三节 我国钟表品牌建设及竞争策略分析	179

- 一、中国钟表业品牌竞争战略分析 179
- 二、中国钟表业创意竞争策略 182
- 三、中国钟表行业品牌之路 183
- 四、品牌建设分析 184
- 第九章 世界主要钟表企业分析 189
- 第一节 Swatch集团 189
 - 一、企业简介 189
 - 二、2009年斯沃琪集团经营情况 194
 - 三、2010年斯沃琪集团手表销量展望 195
- 第二节 劳力士集团 196
 - 一、企业简介 196
 - 二、企业发展历程 197
 - 三、劳力士品牌发展 199
- 第三节 LVMH集团 201
 - 一、集团简介 201
 - 二、2009年 L V M H集团营业额分析 202
 - 三、2010年 L V M H集团营业收入趋势分析 202
- 第四节 历峰集团 204
 - 一、企业简介 204
 - 二、企业发展历程 205
 - 三、2009年集团销售额分析 208
 - 四、集团新动态 209
- 第五节 卡西欧计算机股份有限公司 209
 - 一、企业简介 209
 - 二、卡西欧手表的发展前景分析 210
 - 三、卡西欧手表在中国的发展分析 212
- 第六节 西铁城钟表公司 214
 - 一、企业简介 214
 - 二、企业发展状况 216
 - 三、企业新动态 221
- 第七节 日本精工公司 221
 - 一、企业简介 221

二、日本精工经营策略	222
三、企业新动态	224
第十章 国内知名钟表企业分析	227
第一节 深圳市飞亚达(集团)股份有限公司	227
一、企业简介	227
二、2009年公司财务分析	228
三、2009年公司经营状况分析	232
四、2009年年度公司投资分析	234
第二节 天王电子(深圳)有限公司	235
一、企业简介	235
二、企业的品牌战略	236
三、天王表的发展历程	240
第三节 珠海格力罗西尼表业有限公司	241
一、企业简介	241
二、2009年销售情况分析	243
三、企业的发展分析	243
第四节 依波精品(深圳)有限公司	244
一、企业简介	244
二、企业的管理风格分析	245
三、企业的品牌战略分析	246
第五节 天津海鸥手表集团公司	248
一、企业简介	248
二、海鸥手表发展历史分析	249
三、企业的发展新动态	251
四、企业发展前景分析	254
第六节 上海表业有限公司	255
一、企业简介	255
二、上海牌手表发展历程	256
三、上海牌手表的现状	260
第七节 烟台北极星国有控股有限公司	262
一、企业简介	262
二、主要产品	267

三、发展现状	268
四、公司新动态	270
第八节 深圳霸王实业集团有限公司	271
一、企业简介	271
二、主要产品	272
三、发展现状	273
第九节 山东康巴丝钟表有限公司	274
一、企业简介	274
二、主要产品	275
三、发展趋势	276
第十节 广州市富达钟表工业有限公司	276
一、企业简介	276
二、主要产品	279
三、品牌建设	279
第十一节 新宇亨得利控股有限公司	283
一、企业简介	283
二、2009年公司的业绩分析	285
三、2009年企业财务分析	288
第十二节 香港英皇钟表珠宝有限公司	290
一、企业简介	290
二、2009年企业经营情况	291
三、2009年企业盈利分析	293
第五部分 行业趋势、风险及投资分析	
第十一章 钟表行业趋势及策略分析	295
第一节 钟表行业发展趋势分析	295
一、中国经济发展趋势	295
二、2009年我国经济发展及影响因素分析	296
三、我国钟表行业高中端发展趋势	300
四、高端手表制造趋势分析	302
五、国产表转型国际化趋势分析	304
第二节 我国钟表进出口分析	305
一、2009年中国钟表进出口状况	305

- 二、2009年我国钟表及其零部件出口分析 307
- 三、2010年进口钟表的价格分析 307
- 第三节 我国钟表发展机遇与出路分析 308
 - 一、中国钟表业发展机遇 308
 - 二、中国钟表业的发展加速 309
 - 三、中国高级钟表市场需求正开始爆发 311
 - 四、我国钟表市场的展望 311
- 第四节 钟表营销渠道分析 315
 - 一、销售渠道分析 315
 - 二、主要钟表连锁店 317
 - 三、名表连锁分析 319
 - 四、高端品牌与低端渠道的策略分析 324
- 第五节 我国钟表市场发展趋势分析 326
 - 一、2010年钟表消费新趋势 326
 - 二、2010-2015年我国钟表市场发展分析 329
- 第十二章 我国钟表企业应对金融危机策略及措施分析 331
 - 第一节、金融危机对我国钟表业的影响分析 331
 - 一、金融危机对我国经济的影响 331
 - 二、金融危机对我国钟表业的影响分析 332
 - 三、金融危机后钟表价格分析 333
 - 第二节、我国钟表企业应对金融危机策略 333
 - 一、制定出口成本计划策略 334
 - 二、转移生产基地策略 334
 - 三、开拓新出口市场策略 335
 - 四、明确品牌形象策略 335
 - 五、增加优势产品的产能策略 335
 - 六、兼并收购策略 335
 - 七、行业结盟策略 336
 - 第三节 我国钟表企业应对金融危机具体措施 336
 - 一、坚守核心主业 336
 - 二、构建优质渠道 336
 - 三、整合优质资源 337

四、提升经营能力	338
五、调整市场策略	339
第十三章 2010-2015年中国钟表行业投资机会与风险分析	341
第一节 中国手表行业投资分析	341
一、2010-2015年中国手表行业投资环境分析	341
二、2010-2015年中国手表行业投资机会分析	343
三、钟表的投资热点分析	349
第二节 2010-2015年中国手表行业投资风险分析	351
一、客观事件的不确定性风险	351
二、市场的不确定性风险	352
三、行业发展的不确定性风险	352
四、技术发展的不确定性风险	353
五、战略规划者的主观不确定性风险	353
第三节 钟表投资分析	354
一、钟表投资现状分析	354
二、钟表投资的资金分析	355
三、钟表投资分析	356
四、钟表投资面对金融风暴风险分析	358
图表目录	
图表：计时仪器专业体系表结构图	11
图表：钟表强制性标准编号	12
图表：钟表推荐标准编号	12
图表：钟表标准示例	12
图表：计时仪器专业体系表内容及标准	13
图表：钟表国际标准的制定程序	17
图表：2009年2-12月钟产品产量全国合计	66
图表：2009年2-12月钟产品产量福建省合计	66
图表：2009年2-12月钟产品产量广东省合计	67
图表：2009年2-12月钟产品产量河北省合计	67
图表：2009年2-12月钟产品产量江苏省合计	67
图表：2009年2-12月钟产品产量江西省合计	68
图表：2009年2-12月钟产品产量山东省合计	68

图表：2009年2-12月钟产品产量上海市合计 69
图表：2009年2-12月钟产品产量浙江省合计 69
图表：2009年2-12月表产品产量全国合计 69
图表：2009年2-12月表产品产量北京市合计 70
图表：2009年2-12月表产品产量福建省合计 70
图表：2009年2-12月表产品产量广东省合计 71
图表：2009年2-12月表产品产量广西合计 71
图表：2009年2-12月表产品产量河南省合计 71
图表：2009年2-12月表产品产量江苏省合计 72
图表：2009年2-12月表产品产量江西省合计 72
图表：2009年2-12月表产品产量辽宁省合计 73
图表：2009年2-12月表产品产量山东省合计 73
图表：2009年2-12月表产品产量上海市合计 73
图表：2009年2-12月表产品产量天津市合计 74
图表：2009年2-12月表产品产量浙江省合计 74
图表：2010年1-2月表产品产量全国合计 77
图表：2010年1-2月表产品产量福建省合计 77
图表：2010年1-2月表产品产量广东省合计 77
图表：2010年1-2月表产品产量广西合计 77
图表：2010年1-2月表产品产量湖北省合计 77
图表：2010年1-2月表产品产量江苏省合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量江西省合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量辽宁省合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量山东省合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量上海市合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量天津市合计 78
图表：2010年1-2月表产品产量浙江省合计 78
图表：2010年1-3月表产品产量全国合计 78
图表：2010年1-3月表产品产量福建省合计 79
图表：2010年1-3月表产品产量广东省合计 79
图表：2010年1-3月表产品产量广西合计 79
图表：2010年1-3月表产品产量湖北省合计 79

图表：2010年1-3月表产品产量江苏省合计 79

图表：2010年1-3月表产品产量江西省合计 79

图表：2010年1-3月表产品产量辽宁省合计 79

图表：2010年1-3月表产品产量山东省合计 79

图表：2010年1-3月表产品产量上海市合计 80

图表：2010年1-3月表产品产量天津市合计 80

图表：2010年1-3月表产品产量浙江省合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量全国合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量福建省合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量广东省合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量江苏省合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量江西省合计 80

图表：2010年1-2月钟产品产量山东省合计 81

图表：2010年1-2月钟产品产量上海市合计 81

图表：2010年1-2月钟产品产量浙江省合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量全国合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量福建省合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量广东省合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量广西合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量湖北省合计 81

图钟：2010年1-3月钟产品产量江苏省合计 82

图钟：2010年1-3月钟产品产量江西省合计 82

图钟：2010年1-3月钟产品产量山东省合计 82

图钟：2010年1-3月钟产品产量上海市合计 82

图钟：2010年1-3月钟产品产量浙江省合计 82

图表：2009年1-12月全国钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 82

图表：2009年1-12月北京市钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 83

图表：2009年1-12月福建省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 83

图表：2009年1-12月广东省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 83

图表：2009年1-12月广西钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 83

图表：2009年1-12月贵州省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 83

图表：2009年1-12月河北省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 84

图表：2009年1-12月海南省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 84

图表：2009年1-12月河南省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 84

图表：2009年1-12月湖北省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 84

图表：2009年1-12月湖南省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 85

图表：2009年1-12月江苏省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 85

图表：2009年1-12月江西省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 85

图表：2009年1-12月辽宁省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 85

图表：2009年1-12月山东省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 85

图表：2009年1-12月上海市钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 86

图表：2009年1-12月四川省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 86

图表：2009年1-12月天津市钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 86

图表：2009年1-12月浙江省钟表与计时仪器制造业工业销售产值统计 86

图表：2009年1-12月全国钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 87

图表：2009年1-12月北京市钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 87

图表：2009年1-12月福建省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 87

图表：2009年1-12月广东省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 87

图表：2009年1-12月辽宁省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 87

图表：2009年1-12月山东省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 88

图表：2009年1-12月上海市钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 88

图表：2009年1-12月四川省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 88

图表：2009年1-12月天津市钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 88

图表：2009年1-12月浙江省钟表与计时仪器制造业新产品产值统计 88

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标全国合计 89

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标北京市合计 90

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标天津市合计 91

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标河北省合计 92

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标辽宁省合计 93

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标上海市合计 94

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标江苏省合计 95

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标安徽省合计 96

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标福建省合计 97

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标江西省合计 98

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标山东省合计 99

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标河南省合计 100

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标湖北省合计 101

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标湖南省合计 102

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标广东省合计 103

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标广西合计 104

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标重庆市合计 105

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标四川省合计 106

图表：2010年1-2月钟表与计时仪器制造主要经济指标贵州省合计 107

图表：蓝领群体实际拥有的手表品牌 112

图表：蓝领细分群体的特征描述 113

图表：蓝领细分群体消费手表的功能需求 113

图表：蓝领群体的手表消费链 113

图表：蓝领群体实际消费中的品牌搭配 114

图表：蓝领细分群体的价值认同 114

图表：2009年5月我国百家商场手表零售量、零售额前10名品牌 118

图表：2009年5月我国百家商场手表零售量、零售额前10名国产手表品牌 118

图表：2009年5月我国百家商场手表零售量、零售额前10进口手表名品牌 119

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营构成 228

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司每股指标 228

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司获利能力 229

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司经营能力 229

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司偿债能力 229

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司资本结构 229

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司发展能力 230

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司现金流量 230

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营业务收入 230

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司主营业务利润 230

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司营业利润 231

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司利润总额 231

图表：2009年深圳市飞亚达(集团)股份有限公司净利润 232

图表：烟台北极星国有控股有限公司组织架构 266

图表：烟台北极星国有控股有限公司主要产品 267
图表：烟台北极星国有控股有限公司销售网络 267
图表：北极星产品地区总经销 268
图表：深圳霸王实业集团有限公司组织架构 271
图表：深圳霸王实业集团有限公司主要产品 272
图表：山东康巴丝钟表有限公司主要产品 275
图表：广州市富达钟表工业有限公司主要产品 279
图表：2009年6月新宇亨得利控股有限公司业务构成 289
图表：2009年6月新宇亨得利控股有限公司股权结构 289
图表：2009年6月新宇亨得利控股有限公司资产负债表 289
图表：2009年6月新宇亨得利控股有限公司资产现金流量表 289
图表：2009年6月新宇亨得利控股有限公司损益表 290
图表：2008-2009年英皇钟表珠宝有限公司中期业绩 293
图表：国内著名钟表连锁店分析 317

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201005/39777.html>