

本節所載若干資料摘錄自政府官方刊物及行業來源以及我們所委託獨立第三方Ipsos編製的報告。我們相信有關資料來源乃該等資料之適當來源，且於摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料屬虛假或誤導，或遺漏了任何事實致使該等資料屬虛假或誤導。來自上述來源之資料並無經我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、獨家賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或彼等之任何聯屬人士或顧問或參與股份發售的任何其他人士獨立核實，且並無就其準確性作出任何聲明。詳情請參閱「風險因素—與股份發售有關的風險—本招股章程所載統計數據及事實並無經獨立核實」。我們相信，經合理審慎行事後，有關市場資料自行業專家報告日期以來並無不利改變，以致本節所載的資料可能遭限制、被否定或受到影響。

### 緒言

就股份發售而言，我們委託一間獨立專業市場研究公司Ipsos評估香港腕錶行業的行業發展趨勢、市場需求及競爭勢態。我們已就編製行業專家報告產生總費用及開支約406,000港元。本節所載資料及統計數據乃摘錄自行業專家報告。該等款項付款並非以本集團成功上市或行業專家報告的結果為條件。

Ipsos SA為國際研究公司，在全球85個國家僱有約16,000名僱員。Ipsos SA從事市場概況、市場規模、份額及細分分析、分佈及價值分析、競爭對手跟蹤及公司情報方面的研究。Ipsos為Ipsos SA的全資附屬公司，具備為不同行業的聯交所上市公司的首次公開發售進行市場研究的經驗。

Ipsos的方法為結合下列數據及情報收集方法：

- 案頭研究
- 客戶諮詢—本公司背景資料
- 初步研究—訪問香港協會及行業專家，包括香港腕錶分銷商及零售商等

此方法確保全方位／多層面的資料搜集程序，且所收集資料將可互相參照以確保準確。

---

## 行業概覽

---

所收集的情報已採用Ipsos的內部分析模型及技巧進行分析、評估及驗證，以供編製行業專家報告。此為我們考慮數據及統計數字是否可靠的基準。

### 行業專家報告所用參數及假設

#### 假設

- 假設全球腕錶行業於預測期間內的腕錶供需穩定，且並無短缺。
- 假設香港經濟於預測期間內維持穩定增長。
- 假設並無外在打擊(如全球市場的金融危機或自然災害)影響預測期間內香港的腕錶行業的產品及服務供需。

#### 參數

- 二零零九年至二零一八年香港本地生產總值增長率
- 二零零九年至二零一八年香港平均年度可支配收入及消費支出
- 二零零九年至二零一八年香港腕錶總銷售值

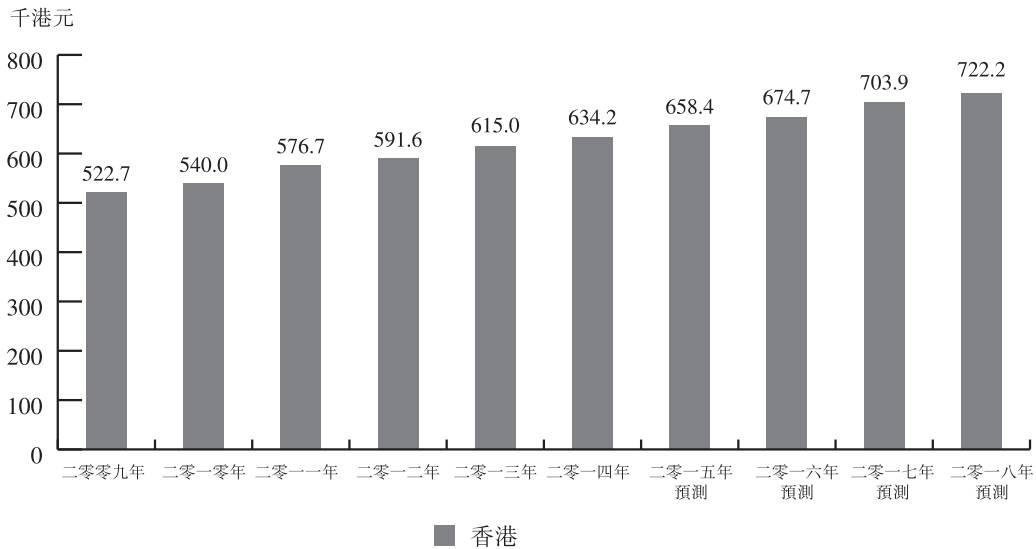
### 香港經濟概覽

#### 香港平均年度家庭可支配收入

香港平均年度家庭可支配收入由二零零九年約522,700港元按複合年增長率約3.9%增加至二零一四年約634,200港元。由於香港經濟於二零零九年開始步出全球金融危機，勞工市場蓬勃，失業率由二零零九年約5.5%下跌至二零一四年約3.3%。此有助增加同期平均年度家庭可支配收入。另外，法定最低工資於二零一一年設立，有利於平均年度家庭可支配收入。

受到香港經濟增長、與中國更緊密的經濟聯繫及全球經濟穩定增長帶動，預計香港平均年度家庭可支配收入將由二零一五年約658,400港元增加至二零一八年約722,200港元，複合年增長率為約3.1%。此正面增長有助推動香港腕錶行業的收益增長，乃由於更多香港家庭或有更高收入而可能消費在腕錶。

二零零九年至二零一八年香港平均年度家庭可支配收入



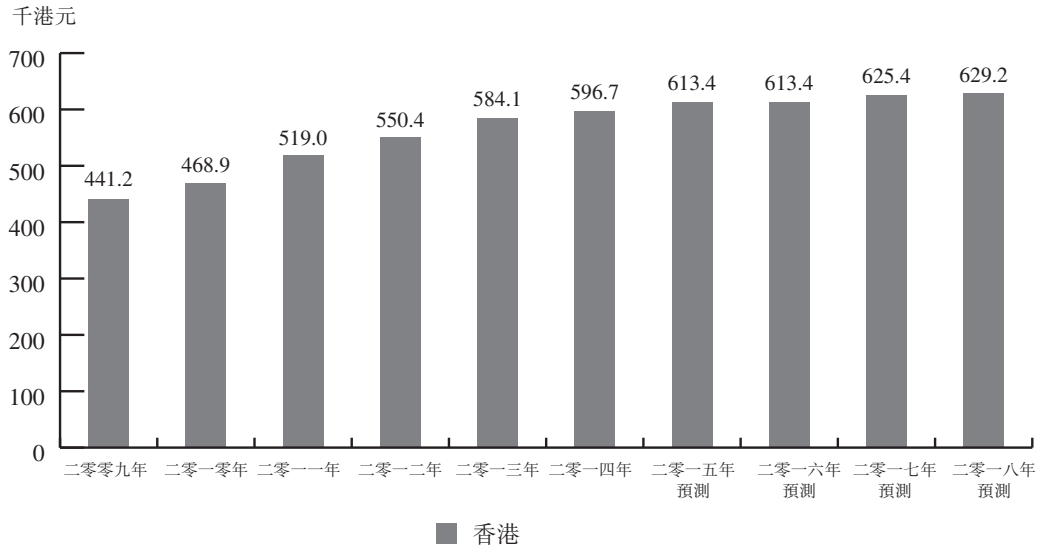
資料來源：Ipsos 報告

### 平均年度家庭消費支出

香港平均年度消費支出由二零零九年約441,200港元按複合年增長率約6.2%增加至二零一四年約596,700港元。平均年度消費支出增加乃由於平均年度家庭可支配收入增加及通脹上升(於期內由二零零九年約0.5%上升至二零一四年約4.4%)所致。

於二零一三年及二零一四年，由於中國政府一直處理估計為15,000億美元(或約117,000億港元)的負債，信貸市場緊縮而流動資金短缺。此將稍為拖累香港的個人消費。連同短至中期通脹靠穩，平均年度家庭消費支出的複合年增長率預期於二零一五年至二零一八年放緩至約0.9%。

### 二零零九年至二零一八年香港平均年度家庭消費支出



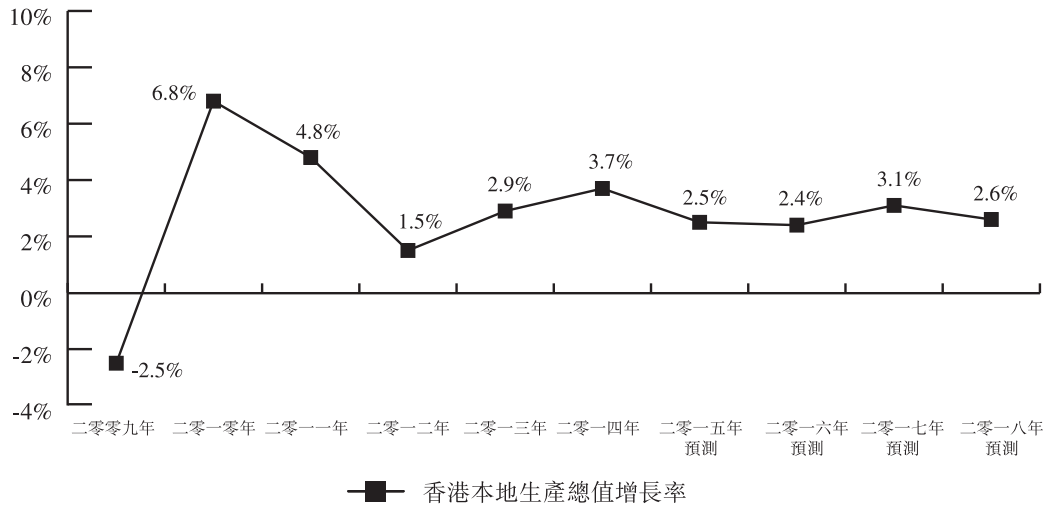
資料來源：Ipsos 報告

#### 本地生產總值增長率

本地生產總值增長率由二零零九年約-2.5%上升至二零一零年約6.8%。自二零一一年起，歐洲主權債務危機爆發之影響，連同中國經濟放緩，對二零一二年至二零一三年期間的香港經濟造成負面影響。本地生產總值增長率下跌至二零一二年約1.5%及二零一三年約2.9%。

由於歐洲主權債務危機的低谷開始褪減，香港經濟預期於二零一五年增長約2.5%。於二零一五年至二零一八年，全球貿易改善及歐洲主權債務危機褪減很可能對香港的本地生產總值增長率起穩定作用。此外，香港與中國內地的經濟夥伴關係連同金融體系的良好表現將一直支持香港經濟增長，由二零一五年約2.5%持續增長至二零一八年約2.6%。由於預期香港經濟於日後有所增長，可能使最新款式腕錶的需求增加，導致香港腕錶分銷行業的市場需求增加。

## 二零零九年至二零一八年香港本地生產總值增長率



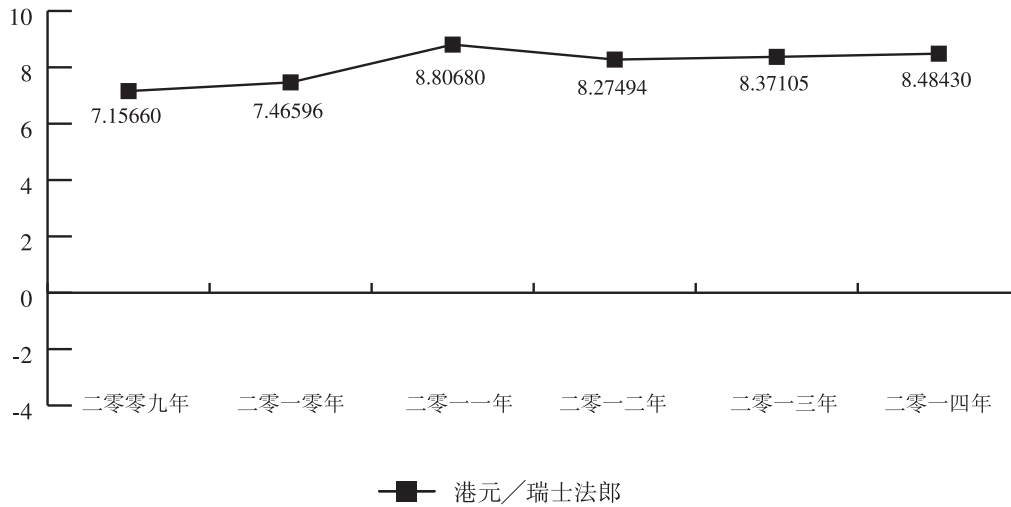
資料來源：Ipsos 報告

### 外匯

瑞士法郎兌港元之匯率由二零零九年約1.0瑞士法郎兌7.2港元上升至二零一四年約1.0瑞士法郎兌8.5港元，複合年增長率約為3.5%。尤其是，瑞士國家銀行於二零一五年一月宣佈瑞士法郎與歐元不再維持固定匯率，瑞士法郎兌港元之匯率自此一直波動。瑞士法郎與歐元突然脫鈎，導致瑞士法郎兌港元之匯率於二零一五年一月十六日及十七日達到高位，分別約為1.0瑞士法郎兌8.8港元及1.0瑞士法郎兌9.1港元。自二零一五年一月瑞士法郎與歐元突然脫鈎以來，未有為香港腕錶行業帶來有關採購成本或銷售價格對腕錶分銷商或零售商售價的實際直接影響。腕錶之最終定價策略不會單憑外幣匯率波動而釐定，亦取決於租賃成本、勞工成本、經濟表現及零售表現等多項因素。此外，行業內若干腕錶品牌價格已下調，如一奢侈瑞士腕錶品牌，自二零一五年一月瑞士法郎升值以來，其售價已下調最多達約22%，以維持穩定需求，此說明品牌擁有人可能因多個因素而調整定價策略，而並非一定僅考慮外幣波動。

近日美元升值可能阻礙香港腕錶零售業發展。由於腕錶的零售價格一般由品牌擁有人設定，美元長期升值可能影響品牌擁有人的定價策略，從而或會影響零售價。此外，由於美元升值令日圓、新加坡幣或韓圓相對較弱，旅客或會認為鄰近亞洲國家如日本、新加坡或南韓更為吸引，故可能令訪港旅客數目減少。值得注意的是，不僅是腕錶及珠寶業，香港整個零售業亦將受美元升值影響。

### 瑞士法郎兌港元



資料來源：Ipsos 報告

### 香港腕錶行業概覽

瑞士製、意大利製、德國製及日本製腕錶為香港市面腕錶的主要來源國。

- 大部分奢侈腕錶為瑞士製及德國製。該等腕錶以其手工藝及極少數限量生產聞名，增添其獨特性。尤其配戴瑞士製腕錶為高度時尚及地位象徵。
- 香港的中檔腕錶大部分為瑞士製及意大利製。中檔腕錶以其專門用途及手工藝著稱。機械腕錶及石英腕錶為中檔腕錶的常見種類。
- 香港大眾市場腕錶大部分為瑞士製及日本製，佔據香港主要大眾市場腕錶的零售市場。大眾市場腕錶主要指石英腕錶及電子腕錶，其品牌主要為日本製、中國製及香港製腕錶。

附註：香港零售市場腕錶根據其零售價分類為奢侈、中檔及大眾市場，每件價格分別為超過20,000港元、介乎5,000港元至20,000港元及5,000港元或以下。

## 行業概覽

香港腕錶行業主要分銷渠道包括兩種業務模式，為授權分銷及獨家分銷。授權分銷為香港主要腕錶分銷模式，而大部分擁有若干腕錶品牌的分銷權。獨家分銷指指定腕錶品牌的唯一分銷。

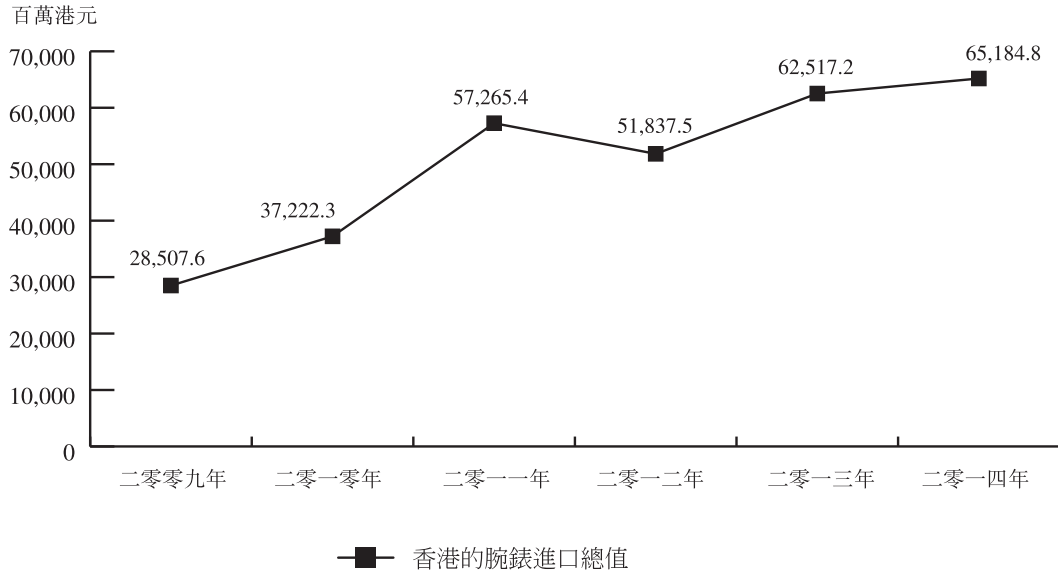
香港的腕錶分銷行業由五大分銷商主導，於二零一四年按收益計佔總市場份額約72.8%。

### 二零一四年香港五大腕錶分銷商

排名	公司名稱	公司簡介	二零一四年的 收益 (百萬港元)	佔行業 總收益的 百分比
1	分銷商1	總部設於法國，代理腕錶品牌如豪雅、恒寶及真力時等	1,605.9	26.2%
2	供應商A的 母公司	總部設於瑞士，代理腕錶品牌如漢爾頓、雷達、歐米茄等	969.2	15.8%
3	分銷商3	總部設於瑞士，代理腕錶品牌如卡地亞、江詩丹頓及伯爵等	885.9	14.4%
4	分銷商4	總部設於香港，代理腕錶品牌如精工、鐵達時及卡西歐等	516.5	8.4%
5	分銷商5	總部設於瑞士，代理一個奢侈腕錶品牌	491.1	8.0%
其他			<u>1,670.5</u>	<u>27.2%</u>
總計			<u><u>6,139.1</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>

### 香港的腕錶進口總值

自二零零九年起至二零一四年香港的腕錶進口總值



資料來源：Ipsos 報告

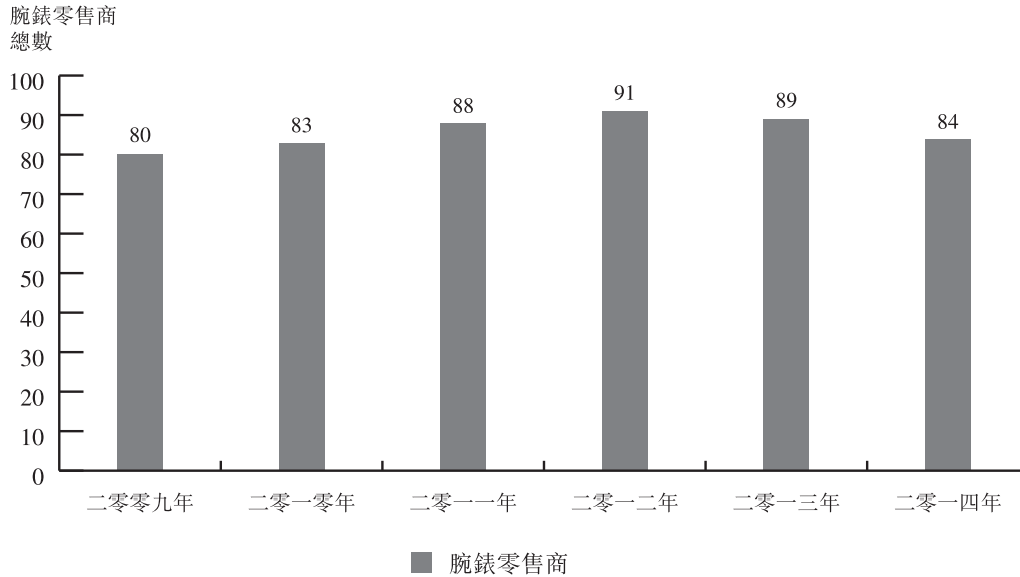
由二零零九年至二零一四年，香港的腕錶進口總值整體上升。香港的腕錶進口總值由二零零九年約28,507.6百萬港元增加至二零一四年約65,184.8百萬港元，複合年增長率約為18.0%。雖然二零一二年香港的腕錶進口總值主要因香港進口腕錶的平均價格下跌而有所下降，腕錶的進口值整體趨勢一直穩步上揚。

於二零一四年，香港進口腕錶的平均價格增加至約243.65港元，帶動香港的腕錶進口總值增加。主要原因包括腕錶設計精進及進口腕錶技術改良。



## 香港腕錶零售商總數

由二零零九年至二零一四年香港腕錶零售商總數

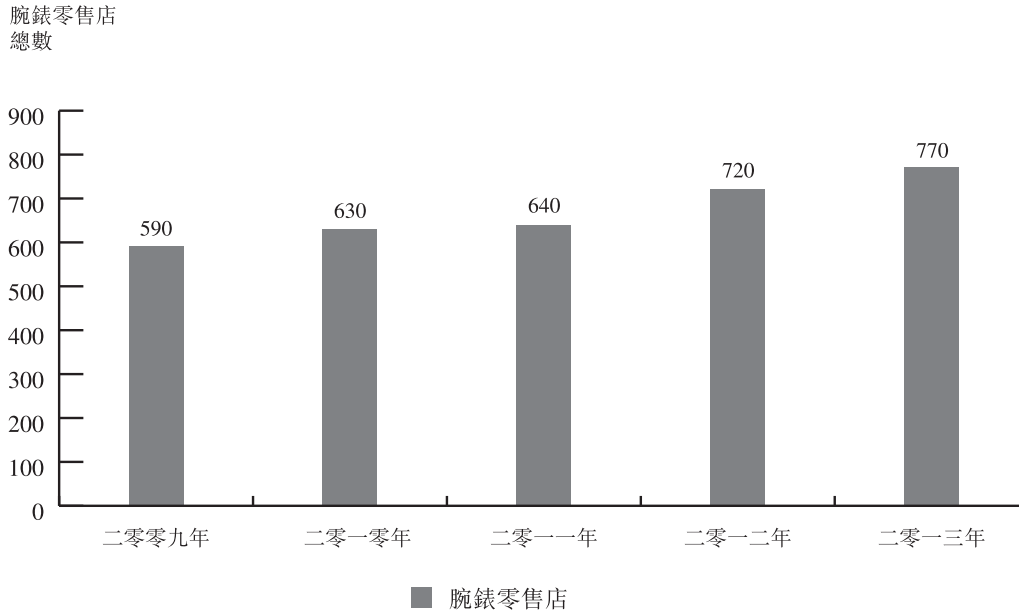


資料來源：Ipsos 報告

香港腕錶零售商總數由二零零九年約80名增加至二零一四年約84名，複合年增長率為約1.0%。其於二零一二年達至新高，錄得約91名香港腕錶零售商，惟由二零一二年的91名逐步減少至二零一四年約84名。二零零九年至二零一四年腕錶零售商數目整體上升，乃由於香港旅遊業發展及中國經濟增長而令腕錶需求增加。更多購買力強大的中國旅客訪港導致消費品（例如腕錶）需求上升，並因而增加香港腕錶零售商總數。然而，腕錶零售商總數於二零一二年至二零一四年逐步下跌，乃歸因於租賃成本上升及對非連鎖腕錶零售商的腕錶零售銷售下跌的影響。相信香港租賃成本上升對非連鎖腕錶零售商造成的影響較連鎖零售商為大，乃由於前者擁有的資源相對較為不足，未能彌補不斷上升的租賃成本。

### 香港的腕錶零售店總數

二零零九年至二零一三年香港的腕錶零售店總數

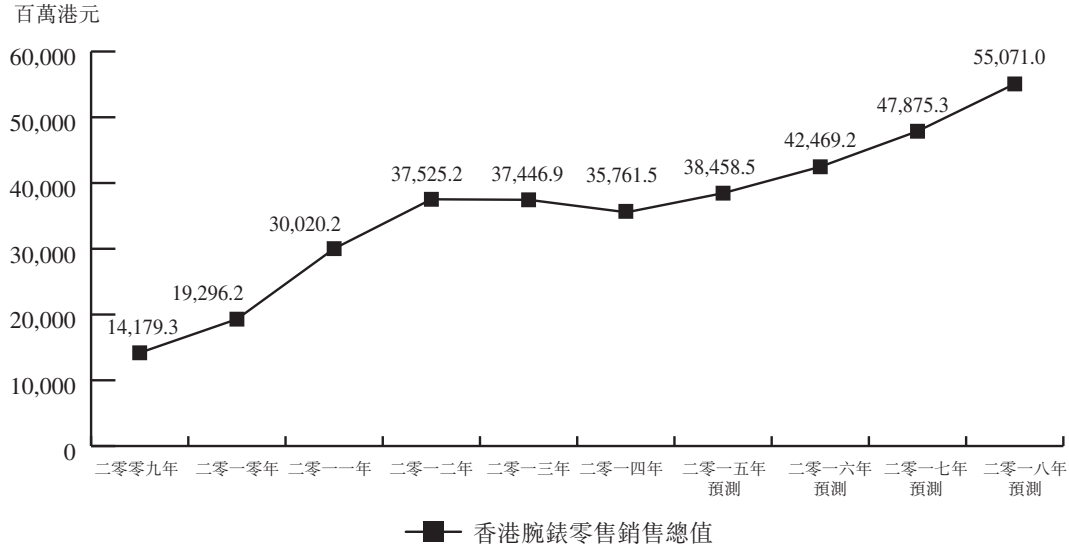


資料來源：Ipsos 報告

香港的腕錶零售店總數由二零零九年約590間增加至二零一三年約770間，複合年增長率約6.9%。腕錶零售店數目不斷增加乃由於香港旅遊業發展，尤其來自中國內地的訪客數目增加，導致腕錶需求上升，以及中檔腕錶市場的擴展趨勢所致。香港具吸引力的稅制亦推動腕錶消費。在中國購買腕錶時，中國訪客須繳付20.0%奢侈品消費稅及17.0%增值稅，然而於香港則一概毋須繳付上述稅項。具吸引力的稅制鼓勵中國訪客於香港購買腕錶，而因而導致腕錶零售店數目上升。

## 香港的腕錶零售銷售總值

二零零九年至二零一八年香港腕錶零售銷售總值



資料來源：Ipsos 報告

附註：就預測上述增長率時，Ipsos 經參考香港腕錶零售商之間市場共識並考慮(i)香港及中國的國內生產總值過往及預測增長；(ii)由二零零九年至二零一四年珠寶、鐘錶及名貴禮品過往零售銷售之比例；及(iii)自二零零九年至二零一四年來自香港腕錶零售商的收益的過往比例及增長動力。

香港的腕錶零售銷售總值按複合年增長率約 20.3% 增長，由二零零九年約 14,179.3 百萬港元增加至二零一四年約 35,761.5 百萬港元。腕錶零售銷售躍升乃由於二零零九年實施的一簽多行政策。因此，來自中國的訪客數目按複合年增長率約 22.6% 增長，由二零零九年約 18.0 百萬人次增加至二零一三年約 40.7 百萬人次，迅速擴大本市場的客戶基礎(尤其為高收入一群)。

預期二零一三年至二零一四年的零售銷售總值輕微下跌，此乃由於中國政府已於二零一三年致力打擊內部貪腐。某程度上，由於饋贈文化為中國企業主要收益來源，故此政策將遏抑自中國訪客的腕錶需求。因此，多次入境許可的消費模式逐漸由主要集中於購買珠寶、腕錶及時鐘以及名貴禮物轉為日常用品(其中包括奶粉及中藥)，此情況尤其於二零一三年中國開始推行反貪污計劃後更為明顯。多次入境許可持有人的消費模式的逐漸改變可見於香港此三個行業於二零一三年至二零一四年的零售銷售值增加，包括醫藥及化妝品、百貨公司及超市，平均按年增長率約為 13.9%；而珠寶、腕錶及時鐘以及名貴禮物的零售值則錄得約為 -13.7% 的按年增長

## 行業概覽

率。然而，於預測期間，香港腕錶總零售價值預測將按約15.5%的複合年增長率增長，由二零一五年的約35,761.5百萬港元增加至二零一八年的約55,071.0百萬港元。

### 香港的中檔腕錶行業概覽

#### 二零零九年至二零一八年香港奢侈、中檔及大眾腕錶市場 零售銷售總額值

年份	奢侈		中檔		大眾市場		總數	
	收益	佔總數 百分比	收益	佔總數 百分比	收益	佔總數 百分比	收益	佔總數 百分比
	(百萬港元)	(%)	(百萬港元)	(%)	(百萬港元)	(%)	(百萬港元)	(%)
二零零九年	8,918.8	62.9	2,935.1	20.7	2,325.4	16.4	14,179.3	100.0
二零一零年	12,504.0	64.8	4,225.9	21.9	2,566.4	13.3	19,296.2	100.0
二零一一年	20,053.5	66.8	6,724.5	22.4	3,242.2	10.8	30,020.2	100.0
二零一二年	26,793.0	71.4	7,167.3	19.1	3,564.9	9.5	37,525.2	100.0
二零一三年	24,981.4	66.7	8,048.1	21.5	4,417.5	11.8	37,446.9	100.0
二零一四年	22,136.4	61.9	9,047.7	25.3	4,577.5	12.8	35,761.5	100.0
二零零九年至二零一四年 複合年增長率(%)	19.9		25.3		14.5		20.3	
二零一五年預測	23,209.2	61.4	9,828.0	26.0	4,762.8	12.6	37,799.9	100.0
二零一六年預測	23,989.2	60.1	10,897.3	27.3	5,029.5	12.6	39,916.7	100.0
二零一七年預測	24,387.0	57.8	12,615.4	29.9	5,189.6	12.3	42,192.0	100.0
二零一八年預測	25,009.9	56.4	13,702.2	30.9	5,631.7	12.7	44,343.8	100.0
二零一五年預測至 二零一八年預測 複合年增長率(%)	2.5%		11.7%		5.7%		5.5%	
二零零九年至二零一八年 預測複合年增長率(%)	12.1%		18.7%		10.3%		13.5%	

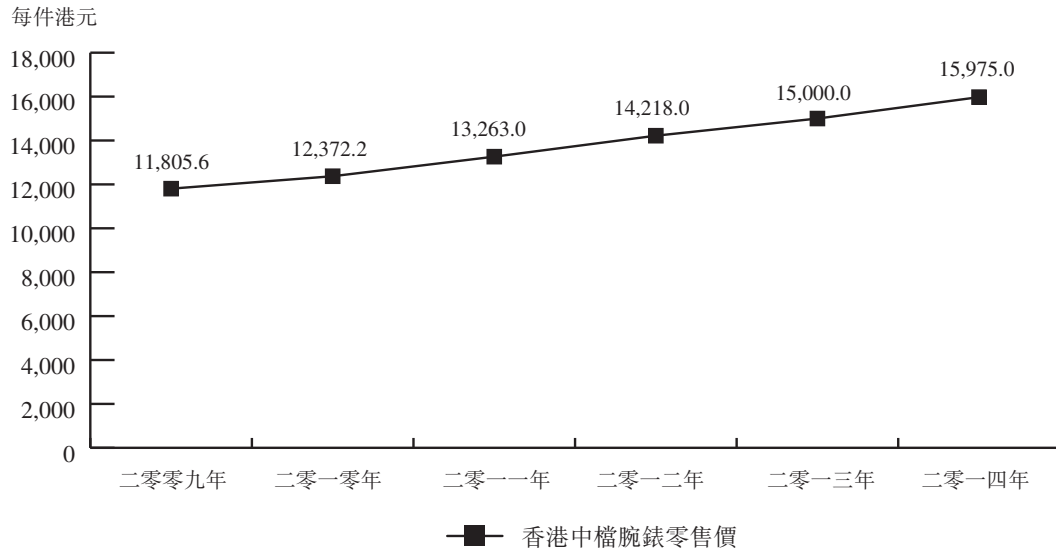
資料來源：Ipsos 報告

附註：於預測以上腕錶收益時，Ipsos已考慮(i)香港的本地生產總值及中國的國內生產總值過往及預測增長；(ii)二零零九年至二零一四年香港的旅客過往數字；(iii)二零零九年至二零一四年來自香港腕錶零售商的收益的過往比例及增長動力，此乃參考香港腕錶零售商之間的市場共識；(iv)二零零九年至二零一四年的消費者消費模式；及(v)中國內地政策。

奢侈腕錶的銷售額於二零零九年至二零一二年上升乃主要由於個人遊計劃及中國的旅客數目日漸增加所致。然而，於二零一三年推行「建立健全懲治和預防腐敗體系2013-2017年工作規劃」後，腕錶的消費模式由奢侈腕錶轉移至較廉價腕錶。奢侈腕錶的銷售額於二零一二年至二零一三年下跌，而中檔腕錶銷售額於二零一三年則繼續增長。中檔腕錶總零售總銷售額由二零零九年約2,935.1百萬港元增加至二零一四年的9,047.7百萬港元，複合年增長率約為25.3%。中檔腕錶零售銷售額上升乃

由於內地訪港旅客數目不斷增加及亞洲中產階級人口不斷增加，而其對中檔腕錶產品的需求強勁。腕錶的總銷售額預期由二零一五年約37,799.9百萬港元增加至二零一八年約44,343.8百萬港元，複合年增長率約為5.5%。

二零零九年至二零一四年香港中檔腕錶零售價趨勢



資料來源：Ipsos 報告

香港的中檔腕錶零售價不斷上升，由二零零九年約11,805.6港元增加至二零一四年約15,975.0港元，錄得複合年增長率約6.2%。香港旅遊業持續發展為中檔腕錶零售價於二零零九年至二零一四年期間增長的關鍵因素。購買力強大的中國訪客人次持續增加，提升香港中檔腕錶需求。根據此正面趨勢，品牌擁有人因此提高中檔腕錶的價格以獲取盈利。中檔腕錶價格出現上升趨勢亦可歸因於二零一二年推行的反貪腐活動（即中央委員會八項規定）。由中國政府頻密實施的反貪腐活動導致由購買奢侈腕錶轉至中檔腕錶的主要改變。消費行為及模式改變為香港的中檔腕錶持續增長的重要因素，並為香港中檔腕錶零售價上升之原因。

## 行業概覽

### 競爭態勢及競爭優勢

#### 香港腕錶零售行業競爭態勢

香港的腕錶零售行業成熟及由五大參與者主導。本公司於截至二零一四年四月三十日止年度錄得腕錶零售銷售收益約446.9百萬港元，佔二零一三年的行業總銷售收益約1.3%及中檔腕錶零售行業零售銷售收益約5.5%。五大腕錶零售商佔香港行業總銷售收益約38.0%，而於二零一四年的行業收益約為35,761.5百萬港元。該等主要業者已建立良好零售聲譽及上游腕錶分銷渠道的廣泛網絡。因此，該市場被視為成熟。

#### 二零一四年香港五大腕錶零售商

排名	公司名稱	公司簡介	總部位置	二零一四年 腕錶零售 銷售收益 (百萬港元)	佔香港腕錶 零售銷售 百分比
1	公司1	擁有逾20間零售店及 出售逾30個品牌的 腕錶零售商	香港	4,037.9	11.3%
2	公司2	擁有逾20間零售店及 出售逾50個品牌的 腕錶零售商	香港	3,265.1	9.1%
3	公司3	擁有逾10間零售店及 出售逾100個品牌的 腕錶零售商	香港	2,365.9	6.6%
4	公司4	擁有逾10間零售店及 出售逾40個品牌的 腕錶零售商	香港	2,209.6	6.2%
5	公司5	擁有逾10間零售店及 出售約50個品牌的 腕錶零售商	香港	1,707.5	4.8%
	其他			<u>22,175.5</u>	<u>62.0%</u>
	總計			<u><u>35,761.5</u></u>	<u><u>100.0%</u></u>

資料來源：Ipsos 報告

## 行業概覽

### 二零一四年香港五大中檔腕錶零售商

排名	公司名稱	公司簡介	總部位置	二零一四年 腕錶零售 銷售收益 (百萬港元)	佔香港腕錶 零售銷售 百分比
1	公司1	擁有逾20間零售店及 出售約11個中檔腕 錶品牌的腕錶零售 商	香港	1,233.8	13.6%
2	公司4	擁有逾10間零售店及 出售約16個中檔腕 錶品牌的腕錶零售 商	香港	785.6	8.7%
3	公司2	擁有逾20間零售店及 出售約9個中檔腕錶 品牌的腕錶零售商	香港	554.5	6.1%
4	公司5	擁有逾10間零售店及 出售約15個中檔腕 錶品牌的腕錶零售 商	香港	512.2	5.7%
5	公司6	擁有逾80間零售店及 出售約19個中檔腕 錶品牌的腕錶零售 商	香港	402.8	4.5%
	其他			<u>5,558.8</u>	<u>61.4%</u>
	總計			<u>9,047.7</u>	<u>100.0%</u>

資料來源：Ipsos報告

### 競爭優勢

#### 本公司提供各式各樣的腕錶品牌

本公司目前提供逾80個腕錶品牌。本公司能提供種類廣泛的腕錶。因此，本公司受惠於可在市場提供更多種類的腕錶品牌之競爭優勢。

#### 與品牌擁有人及腕錶分銷商關係穩固

本公司已與品牌擁有人建立穩固關係，確保腕錶供應穩定。此外，本公司亦受惠於完善的強大零售商網絡之競爭優勢。舉例而言，本公司在主要購物區(如尖沙咀及銅鑼灣)擁有零售店。本公司零售店的地理優勢讓其能夠吸納更多客戶。

### 競爭性質

#### 憑藉現有及過往業務夥伴的往績所建立的聲譽在競爭對手中脫穎而出

由於有若干腕錶零售商從品牌取得授權分銷權，腕錶分銷商於香港的現有及過往業務夥伴的卓越往績可令其壓倒競爭對手。許多腕錶分銷商依賴腕錶零售商的覆蓋及網絡以保持競爭力。因此，彼等銷售受歡迎品牌的往績為證明其能力和地位以吸引新客戶的有效市場推廣工具。

#### 顯赫的零售聲譽是力壓競爭對手的關鍵因素

對腕錶零售商來說，良好聲譽為在香港維持消費者及吸引潛在消費者的關鍵所在。中國內地消費者及本地消費者亦傾向透過擁有著名及聲譽卓著的品牌名稱的腕錶零售商購買腕錶。因此，著名及聲譽良好的腕錶零售商較易在分散的腕錶零售市場中脫穎而出。

#### 代理品牌及店舖數目影響腕錶零售商的表現

五大中檔腕錶零售商提供約33個至約139個品牌，而大部分乃向香港五大腕錶分銷商採購，當中約33.5%為中檔腕錶。另外，五大中檔腕錶零售商於如銅鑼灣及尖沙咀等的主要購物區擁有超過12間零售店。腕錶零售商代理的品牌數目及其店舖數目為在競爭對手中脫穎而出的主要因素。



### 進入門檻

#### 腕錶零售商聲譽良好

腕錶零售行業的良好聲譽為吸納消費者的有利因素，而此透過行業多年的經營歷史、一直以來的優質服務及與品牌擁有人的關係建立。此令消費者對產品品質產生信心，消費者因而傾向從聲譽昭著的腕錶零售商採購。然而，聲譽建立及品牌認可為一個逐步累積的過程，需要大量資本投資。樹立聲譽之重要性可能對新晉公司進軍香港腕錶零售行業構成進入門檻。

#### 高度貨幣承擔

進軍腕錶零售行業，尤其中檔及奢侈腕錶分部需要高度貨幣承擔。進入行業之難處主要在於採購腕錶所需資源量。例如，腕錶零售商需要承擔高昂租金成本及確保所有腕錶型號供應。有意進軍腕錶零售市場的新晉公司不一定有足夠資源作出需要高度資本的投資。

#### 零售商網絡位置及覆蓋範圍要求

廣泛的客戶基礎可維持腕錶需求穩定。完整及穩定的客戶基礎建基於腕錶零售商網絡位置及覆蓋範圍。此對欠缺腕錶零售商網絡位置及覆蓋範圍的市場新晉公司構成挑戰。

### 機遇及威脅

#### 機遇

中國遊客傾向於香港購買中檔至奢侈腕錶，乃由於彼等對在香港購買正貨腕錶之信心，以及與中國市面的相同產品比較，香港中檔至奢侈腕錶的零售價相對較低。儘管中國與瑞士訂立自由貿易協議，瑞士腕錶的中國進口關稅將於未來十年減少60.0%，瑞士腕錶仍須在中國繳付17.0%之增值稅及20.0%之消費稅。

人民幣持續升值導致其兌港元之匯率更為吸引。換言之，於香港購買之產品相對於中國的產品零售價較低。儘管人民幣兌港元的全年平均匯率輕微貶值，惟人民幣自二零零九年至二零一四年逐漸升值，刺激中國遊客於香港消費。故此，中國訪客對腕錶的需求上升為香港腕錶零售行業締造機遇。

### 威脅

- 香港(尤其於主要購物區,如銅鑼灣、中環、尖沙咀及旺角)租賃成本高昂,阻礙香港腕錶零售商擴充門店。高昂租金對香港腕錶零售行業構成威脅。
- 進口水貨腕錶可能對香港零售市場銷售表現構成潛在威脅。香港的進口水貨腕錶常見,而於香港出售的進口水貨之零售價一般較由授權分銷商出售的腕錶低約10.0%至15.0%。再者,由於其並非由腕錶品牌擁有人的授權分銷商出售,進口水貨腕錶並未享有售後保養服務。然而,對香港部分追求潮流的消費者而言,歸因於其零售價較低,可能傾向自進口水貨購買腕錶。市場份額往進口水貨流失可能對腕錶零售市場銷售表現構成威脅。
- 訪港的中國旅客數目減少可能會對香港的零售市場造成影響,連同近日美元升值的影響,因港元與美元掛鈎,而日圓、新加坡幣或韓圓幣值相對較弱,旅客或會認為毗鄰亞洲國家如日本、新加坡或韓國幣值較香港更為吸引。倘訪港旅客數目持續減少,香港零售市場的銷售表現可能會受到不利影響。