

90后00后名表消费群体崛起 他们“买它”的理由是： 悦己佩戴 收藏投资 资产配置

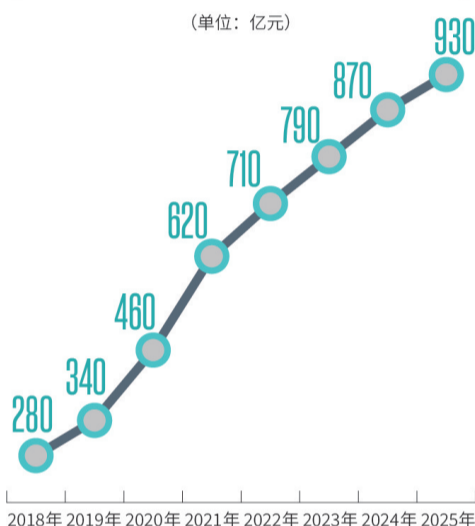
今年3月，全球钟表行业年度盛事巴塞尔国际钟表展落幕。本届表展依然释放出强烈的上行信号，百达翡丽、劳力士、爱彼、朗格等国际头部品牌纷纷推出新款贵金属复杂功能腕表，多款限量款式定价突破千万元人民币，二手流通市场的溢价水平同步走高。

同时，国际知名投行摩根士丹利发布2026全球高端腕表行业报告，明确指出高端腕表市场实现逆势增长。其中，中国稳居全球最重要的消费市场之一，而粤港澳大湾区凭借高净值人群高度集聚、深港跨境流通体系成熟、二手交易网络完善的多重优势，已然成为中国名表市场的消费核心、定价中心与流通枢纽。

■策划：新快报记者 罗韵 ■采写：新快报记者 罗韵 ■制图：廖木兴

2025年中国高端腕表市场规模达930亿元

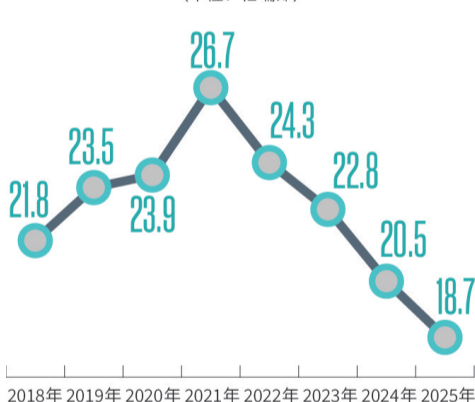
(单位：亿元)



2018年 2019年 2020年 2021年 2022年 2023年 2024年 2025年

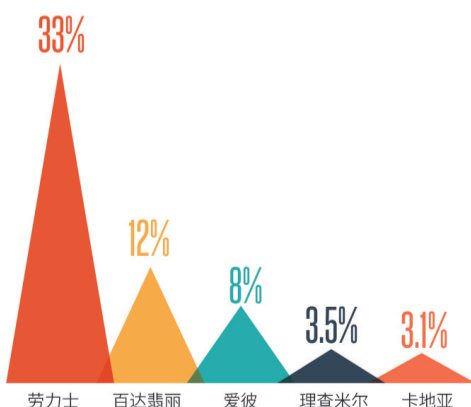
2025年瑞士钟表对华出口额达18.7亿瑞郎

(单位：亿瑞郎)



2018年 2019年 2020年 2021年 2022年 2023年 2024年 2025年

2026年3月全球高端腕表市场份额TOP5



劳力士 百达翡丽 爱彼 理查米尔 卡地亚

热门保值腕表品类TOP5



1 市场规模八年增长超两倍 高价瑞士钟表对华出口保持增长

理性消费思潮与名表价格持续走高，看似形成矛盾，实则折射出当下财富配置逻辑的深刻转变。

从2018年到2025年，中国高端腕表市场规模从280亿元稳步攀升至930亿元，八年间整体规模增长超过两倍，即便在外部环境复杂多变的阶段，行业依然保持稳健增长，展现出极强的抗周期能力。

在粤港澳大湾区，这一趋势表现得更为突出。数据显示，区域内高端腕表保有量达到351万枚，占全国总量的26%，深圳二手名表年交易额突破80亿元，同比增速达到25%，广州高端腕表及关联二手奢侈品消费规模超过320亿元，粤港澳大湾区不仅是名表消费的高地，更是驱动全国市场走

向成熟的核心引擎。

多项数据显示，过去八年，中国高端腕表行业经历了从快速扩张到结构优化、从礼品驱动到悦己消费、从线下专柜独大到多元渠道并行的深刻变革。其中，2018年，市场以传统高端消费群体为主，购买动机高度集中于商务社交与礼品馈赠，渠道结构单一，二手市场尚未形成规模。2019年，国际品牌进一步加大对中国市场的资源倾斜，一二线城市专柜数量持续扩张。2021年，增长势头延续，二手交易、直播电商等新兴渠道快速崛起，年轻消费群体大规模入场。2024年，头部品牌集中度持续提升，二手市场鉴定、维修等配套体系逐步完善。2025年，行业进入稳健成熟的新阶段，消费理性

度、市场规范度、资产属性认知均达新高。

与国内市场规模稳步增长相对应，瑞士钟表对华出口数据同样呈现出鲜明的结构性特征。2018年，瑞士钟表对华出口额为21.8亿瑞郎，在瑞士钟表总出口中的占比超过11%，中国已是全球举足轻重的消费市场。2020年，瑞士钟表对华出口额逆势增至23.9亿瑞郎，中国首次成为瑞士钟表全球最大单一出口市场。2022年至2025年，瑞士钟表对华出口总额出现小幅回落，中低端腕表出口明显收缩，高单价、高附加值、稀缺性强的高端腕表与复杂功能腕表占比持续提升，行业从量增转向质增。

2 头部品牌越涨价越稀缺 广州成华南地区名表消费中心

在市场规模稳步扩容的同时，头部腕表品牌的价格在过去八年持续上行，成为行业最受关注的现象。

劳力士作为全球高端腕表市场份额最高的品牌，其价格走势具有极强的风向标意义。2018至2025年，劳力士钢款腕表官方零售价累计涨幅达到58%，全金款腕表累计涨幅更高达82%，热门运动款在二手市场的保值率长期维持在85%至110%之间。百达翡丽热门款式八年累计涨幅达到95%，爱彼皇家橡树系列累计涨幅达到76%，朗格等顶级德系制表品牌的贵金属限量款同样保持稳定上涨。

品牌方的年度调价、贵金属成本上行、全球通胀压力、汇率波动以及人工与配件价格上涨，共同构成了价格上行的基础动力，而供给端的主动调控，则进一步强化了稀缺性价值。

以劳力士为例，其年产量从2021

年的124万枚逐步缩减至2025年的115万枚，百达翡丽年产量始终维持在6.8万枚左右的极低水平，热门款式在专柜普遍执行配货制度，配货比例从1:3至1:10不等，部分经典款式因停产或断供，在二级市场引发持续追捧，形成越稀缺越上涨、越上涨越稀缺的正向循环。

从全球竞争格局来看，高端腕表行业呈现高度集中的头部效应。摩根士丹利2026年3月发布的最新数据显示，劳力士以33%的市场份额稳居全球第一，百达翡丽以12%的份额位居第二，爱彼占比8%，理查米尔占比3.5%，卡地亚占比3.1%，五大品牌合计占据超过一半的市场份额，资金、资源、消费信心持续向头部品牌集中，形成极强的品牌壁垒。

这种高度集中的格局，使得头部品牌拥有极强的定价权，能够在经济弱周期中通过控产、调价、优化产品

结构等方式维持品牌价值与市场稳定，这也是名表能够逆势走强的重要原因。

2025年，全国高端腕表相关企业总量达12100家，平均注册资金达2860万元，过半数企业注册资金在千万元以内，超四成在华南地区，其中深圳占比最多，其次是上海、北京、广州和天津。其中近七成是民营企业，经营的业务以国际品牌代理(27%)、维修售后(25%)、二手交易(22%)和高端制造(18%)为主。

在二手交易领域，深圳表现尤为突出，年交易额突破80亿元，同比增速25%，已经形成集回收、鉴定、维修、销售、直播于一体的完整产业链。广州凭借成熟的高端商业体系与庞大的消费基础，高端腕表及关联二手奢侈品消费规模超过320亿元，成为华南地区最重要的名表消费中心。

