

Baselworld: 钟表珠宝展的崛起

Dr Alexander Ressos, TEP
Attorney-at-Law (Switzerland), Solicitor (Hong Kong),
Solicitor (England & Wales)

钟表自始便出现在样品博览会（Mustermesse）上。1917 年，展会的一个展区专门展示瑞士钟表业的产品，当时该行业集中于从日内瓦到沙夫豪森的汝拉山弧地带，并因战争而遭受重创。在随后的几十年里，钟表展区成为展会最重要的部分之一。钟表制造商于 1931 年获得自己的展馆之后，钟表展区发展成为一个与 Muba 同期举办的独立展会。对钟表业而言，巴塞尔展会长期以来是纯粹的瑞士事务，与行业协会合作组织，仅限瑞士制造商参展。¹

1973 年，展会向其他欧洲国家的参展商开放，成为欧洲钟表与珠宝展。1986 年，欧洲以外的参展商获准参展，这使该活动成为钟表和珠宝行业的全球性行业展会。展会名称几经更改。自 2003 年起，展会称为 BaselWorld，后写作 Baselworld，这一品牌彰显了其国际雄心。在其鼎盛时期，即 2010 年代初前后，展会吸引了远超一千家参展商和十多万名来自世界各地的观众，其中包括零售商、经销商、记者，以及越来越多的私人客户。²

该展会是行业发布年度新品、零售商下订单的场所。各大品牌，如 Rolex、Patek Philippe、Omega、TAG Heuer、Chopard 以及许多其他品牌，搭建的展台宛如小型宫殿，内设会议室、酒吧和安保人员。对记者而言，巴塞尔的这一周是行业年度周期显现的时刻。对来自亚洲、中东和美洲的零售商而言，它提供了观看新系列、

洽谈稀缺型号配额的机会。对这座城市而言，巴塞尔钟表展与巴塞尔艺术展（Art Basel）并列为一年中最有利可图的几周。按观众人数和酒店住宿夜数计算，它曾在数年间是两者中规模更大的活动。³

巴塞尔钟表展的成功与瑞士钟表业的增长密切相关。通过斯沃琪集团（Swatch Group）的创立以及将机械表重新定位为奢侈品，瑞士钟表业从 1970 和 1980 年代的石英危机中复苏。在中国、香港及其他亚洲市场需求的推动下，瑞士钟表出口从 1990 年代至 2010 年代中期强劲增长。展会随之壮大。然而，其优势也正是其软肋。巴塞尔钟表展依赖于少数几家规模极大的参展商，它们的参与赋予了活动声望，并吸引了其他参展商和观众。倘若这些品牌认定不再需要该展会，其整个模式便将岌岌可危。⁴

1 注释

1. 关于 1917 年起样品博览会的钟表展区、1930 年代独立的钟表展馆以及瑞士钟表行业协会的作用，见 MCH Group、瑞士钟表工业联合会（Fédération de l'industrie horlogère suisse, FH）的周年纪念出版物，以及《瑞士历史词典》（HLS）“Uhrenindustrie”条目。日期有待核实。
2. 关于巴塞尔钟表展于 1973 年向欧洲参展商开放、1986 年向欧洲以外参展商开放、2003 年更名为 BaselWorld，以及 2008–2013 年前后的参展商和观众数量，见 MCH Group 年度报告和 Baselworld 官方新闻稿。数字和日期有待核实。
3. 关于巴塞尔钟表展作为钟表业新品发布和接单主要平台的功能及其对巴塞尔的经济重要性，见行业媒体（例如 Europa Star、NZZ、Financial Times）和 MCH Group 年度报告。有待核实。

4. 关于 1990 年代以来瑞士钟表出口的发展以及该行业向少数大型集团（Swatch Group、Richemont、Rolex、LVMH、Patek Philippe）集中，见瑞士钟表工业联合会 FH 以及联邦海关与边境安全局的统计数据。有待核实。

仅供一般参考。本文不构成法律或税务意见，不能替代针对个案的专业意见，亦不建立律师与客户关系。本文反映截至 2026 年 9 月的法律状况。

在线版本: cn.helveticaregister.com/basel-baselworld-the-rise-of-the-watch-and-jewellery-fair