

Вызовы швейцарской часовой индустрии | Les défis de l'industrie horlogère suisse

Author: Заррина Салимова, , 11.12.2025.



Штаб-квартира Swatch Group в Биле

Как швейцарские производители часов реагируют на спад объемов продаж? И как они адаптируются к изменениям рынка?

|

Comment les fabricants de montres suisses réagissent-ils à la baisse des volumes ? Et comment s'adaptent-ils aux changements du marché ?

Les défis de l'industrie horlogère suisse

Таможенная политика Дональда Трампа стала вызовом не только для [швейцарской фармацевтической промышленности](#), но и для еще одного столпа национального экспорта – часовой индустрии. Проблема сокращения объемов, с которой часовые марки сталкиваются уже несколько лет, в последнее время только усилилась.

Согласно последней имеющейся статистике, в октябре экспорт швейцарских часов составил 2,24 млрд франков, что на 4,4% меньше, чем в предыдущем году. В сентябре он сократился на 3,1%, а в августе он упал на целых 16,5%. В целом, за десять месяцев объем экспорта составил 21,2 млрд франков, что на 1,6% ниже, чем годом ранее.

Экспорт в США, важнейший для отрасли рынок сбыта, сократился на 47%. Напомним, что в начале августа Вашингтон ввел пошлины в размере 39% на импортные товары из Швейцарии. В ноябре страны заключили торговое [соглашение](#), благодаря которому пошлины были снижены до 15%. В месяцы, предшествовавшие введению пошлин, производители успели пополнить свои склады в США. Сократился также экспорт часов в Японию (-5,6%) и Великобританию (-7,4%). В то же время китайский рынок демонстрирует признаки восстановления: экспорт в Поднебесную вырос на 13%, в Гонконг – на 2,4%, а в Сингапур – на 6,6%. Сильный рост зафиксирован в ОАЭ (+40%) и Франции (+11%).

Как пишет Le Temps, из-за снижения объемов продаж в отрасли наметился тренд на усиление элитарности швейцарских часов – их количество сокращается, а цена растет. За тридцать лет, например, количество экспортируемых часов сократилось в два раза, с более чем 30 млн единиц до примерно 15 млн. В то же время их стоимость увеличилась почти в четыре раза, превысив 25 млрд франков в 2024 году. Если рассматривать только самые дорогие модели, то часы стоимостью от 25 000 до более 100 000 франков (экспортную цену нужно умножить на два, три или четыре, чтобы получить розничную) составляют почти треть от общей стоимости, хотя их доля в объеме продаж составляет только около 1%. При этом все большее значение приобретают несколько отдельных крупных брендов. Для сравнения: оборот от продаж часов Cartier (около 1,8 млрд франков) превышает совокупный оборот Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre и Lange & Söhne (1,2 млрд франков).

Ориентация на премиум-сегмент поднимает вопрос о сохранении промышленной базы в секторе, так как снижение объемов в основном затрагивает начальный и средний ценовые сегменты, которые живут за счет крупномасштабного производства. Эта проблема касается почти исключительно Swatch Group – последней швейцарской компании, которая продолжает выпускать доступные часы массового производства с такими брендами, как Tissot или Longines.

Исторически Swatch Group способствовала сохранению ноу-хау механики: именно на механические часы, а не на кварцевые, приходится весь рост, зафиксированный с начала нулевых годов. Однако снижение объемов приводит к избытку производственных мощностей. Маленькие компании, занимающиеся изготовлением часов по заказу для сторонних клиентов, больше не могут зарабатывать на объемах и уже пересматривают свою бизнес-модель. Swatch Group, в свою очередь, делает ставку на инновации и повышение гибкости производственных мощностей. Примером может служить демонстрационная мастерская «Smartfactory», открытая в одном из цехов ETA в Гранже (промышленном центре Swatch Group). Побывавшие там

журналисты Le Temps обнаружили роботов, инновационные станки и маленькую команду, состоящую из выпускников Политеха – исследователей, механиков, инженеров, робототехников. В следующем году будут внедрены новые станки, способные изготовить основные пластины механизмов за несколько минут и обрабатывать миллион одинаковых деталей или одну единственную деталь, что значительно ускорит производственный цикл. Swatch Group подчеркивает, что речь идет не об устранении рабочих мест, а об адаптации к рынку. Как отметил в беседе с журналистами глава Swatch Group Ник Хайек, «мы стали чемпионами по производству небольших серий, и в конечном итоге гибкость приносит победу». По его словам, сегодня компания может «быть рентабельной при производстве тысячи штук, тогда как раньше нужно было производить несколько десятков тысяч».

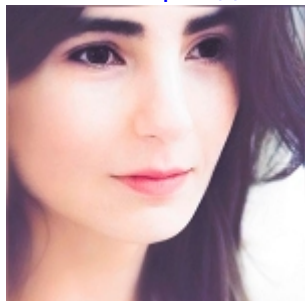
Добавим, что в октябре в ценовых сегментах наблюдалась противоречивая динамика. Дорогие часы с экспортной стоимостью более 3000 франков впервые (!) зафиксировали значительное снижение на 7,1%. Напротив, экспорт в ценовом сегменте от 500 до 3000 франков за штуку (+9,4%) и в самом дешевом сегменте до 200 франков (+8,3%) значительно вырос, что частично компенсировало падение в самой высокой ценовой категории. Возможно, речь идет о коррекции. Так, в США из-за пошлин и падения доллара швейцарские часы класса люкс подорожали на треть (и вряд ли урегулирование таможенного спора приведет к тому, что уже принятые решения о повышении цен будут отменены). Логично, что потребители обратили свой взгляд на часы других сегментов – Swatch Group явно заинтересована в том, чтобы это стало долгосрочной тенденцией.

[швейцарская часовая промышленность](#)

[швейцарские часы](#)

[часовое производство Швейцарии](#)

[часовые бренды Швейцарии](#)



[Заррина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[Провокационные часы Swatch](#)

[Что не так с рекламой Swatch?](#)

[Почему цены на часы растут?](#)

[Как швейцарские часы проверяются на точность?](#)

[«Дуга часовщиков»: от Женевы до Шаффхаузена](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/node/35744>