

Почему цены на часы растут? | Pourquoi les prix des montres augmentent-ils ?

Auteur: Заррина Салимова, [Женева](#) , 23.05.2025.



Фото: Christian Wiediger, Unsplash

И как часовые бренды пытаются сохранить маржу и стимулировать продажи?

|

Et comment les marques horlogères tentent-elles de maintenir leurs marges et de stimuler les ventes ?

Pourquoi les prix des montres augmentent-ils ?

Сектор роскоши переживает не самые лучшие времена: глобальные продажи предметов люкса, в том числе часов, замедляются. В частности, швейцарская часовая промышленность продолжает испытывать на себе последствия ослабления экономики Китая. В прошлом году швейцарские производители экспортировали часов на общую сумму 26 млрд франков, что на 2,8% меньше, чем в [рекордном](#) 2023-м. Количество экспортируемых наручных часов сократилось на 9% и составило 15,3 млн единиц – это исторический минимум.

При этом цены на часы, как и на другие люксовые предметы, продолжают расти. Как поясняет Le Temps со ссылкой на исследование McKinsey, в период с 2019 по 2023 годы более 80% роста в секторе роскоши (мода, сумки, ювелирные изделия и часы) произошло за счет повышения цен. В результате этот сегмент рос быстрее, чем экономика в целом.

У часовщиков есть объективные причины для повышения цен, например, резкое удорожание золота, цена на которое за последние шесть лет выросла почти вдвое. На конечную цену влияет не только стоимость сырья, но и его обработка, которая обходится недешево и происходит вручную. Стальные часы также подорожали – в среднем на 20% с 2019 года, хотя цена на нержавеющую сталь выросла всего на 13%. Свою роль играет и укрепившийся [франк](#), который в начале 2019 года стоил 0,88 евро, а сегодня – 1,05 евро. К росту цен на часы приводят также маркетинговые усилия брендов, приглашающих клиентов на церемонии вручения призов, вернисажи, регаты, балы-маскарады в компании знаменитых спортсменов, звезд музыки и кино... Все это стоит денег, и платит за эти развлечения конечный покупатель.

По данным McKinsey, за последние годы часовая индустрия настолько подняла цены, что даже самые преданные клиенты усомнились в реальной стоимости многих моделей. Тем не менее снижение цен вредит имиджу и остается табу.

Чтобы сохранить маржу, некоторые бренды выбирают прямые продажи. Есть и те, кто открыто экономит на качестве. В качестве примера Le Temps приводит слишком тугие металлические браслеты, за которые приходится доплачивать трехзначную сумму, а за золотые – еще больше. В этот же перечень входят бликующие «антибликовые» стекла, текстильные ремешки вместо кожи, отсутствие сертификации Официального швейцарского института контроля хронометров [COSC](#). Вопиющий случай произошел недавно с одним из производителей, который рекламировал часы с мануфактурным калибром, оснащенным системой «стоп-секунда». Клиенты заметили, что система не работает. Оказалось, что этой функции в механизме просто нет, так как марка заменила свой мануфактурный калибр на стандартный механизм от субподрядчика, забыв об этом сообщить, но не забыв оставить цены на прежнем уровне.

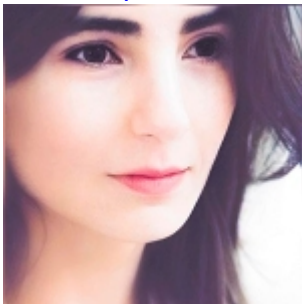
Существуют и другие стратегии. Так, одни ориентируются на более широкие группы покупателей, а другие делают ставку на часы с дорогими осложнениями, включая минутные репетиры, уникальные экземпляры с художественным оформлением и строго лимитированные серии. Фокусировка на эксклюзивности, престиже и высококлассном обслуживании может окупиться, так как ультрабогатые клиенты (5% от общего числа покупателей) генерируют почти 50% продаж. Эта клиентура способствует тому, что очень дорогие марки продаются лучше, чем умеренно

дорогие.

Если же вы хотите на собственном опыте убедиться в том, что часовое дело – непростое, то вы можете попытаться собрать часы самостоятельно. Сделать это можно с помощью проекта Openmovement, запущенного 15 лет назад часовщиком Романом Винигером. Идея основана на переносе в часовое дело используемой в программировании политики открытого кода. Напомним, что модель открытого исходного кода подразумевает его общедоступность: изменять технологию и обмениваться ею может любой человек. По аналогии с программированием швейцарский часовщик решил создать механизм, чертежи которого находятся в открытом доступе, а конструкция доступна любому, кто захочет попробовать свои силы. Компоненты, для производства которых требуются промышленные ресурсы, должны быть централизованы, а все остальное будет доступно в виде чертежей, доступных любому желающему. В частности, калибр OM10 должен принадлежать тем, кто его использует. Это идет вразрез с распространенной в часовом деле практикой: механизмы производятся либо промышленным способом (с общими калибрами, выпускаемыми в больших объемах и идентичными для разных марок), либо полностью эксклюзивно (особые калибры, разработанные самой маркой или только для нее). В настоящее время будущее проекта зависит от финансирования: для запуска в производство около сотни комплектов компонентов необходимо собрать на краудфандинговой платформе Wemakeit 70 000 франков.

[швейцарские часы](#)

[швейцарская часовая промышленность](#)



[Зарина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

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

[Сильный франк и швейцарские часы](#)

[Турецкий гамбит швейцарской часовой индустрии](#)

[Экспорт швейцарских часов на рекордном уровне. Снова](#)

[За часами – в бутик](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/node/35239>