

Часовая промышленность Швейцарии: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

И.К. Дробница,

*Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт -
старший научный сотрудник*

УДК 658 + 332

ББК 65.29 + 65.9

Д-750

Аннотация

Внешние показатели успеха, которым пользуются швейцарские часы в мире, достаточно широко известны и не нуждаются в дополнительной рекламе. В настоящей статье предпринята попытка изучить внутренние составляющие этого успеха, то, что иногда называют “внутренней кухней”. В статье дана достаточно обстоятельная характеристика места и роли часовой промышленности в экономике и экспорте Швейцарии, представлены последняя статистическая информация об общем числе часовых предприятий и занятых в отрасли, а также структура национальной часовой индустрии по отдельным сферам бизнеса и формам организации производственной деятельности. Приведены также данные о важнейших центрах часового производства в конфедерации.

Во второй части статьи проведен анализ фирменной структуры часовой промышленности Швейцарии. Представлена информация о крупнейших часовых объединениях страны, их ключевых производственных подразделениях, а также данные об основных финансовых результатах деятельности.

Ключевые слова: часовая промышленность, число предприятий и занятых, структура производства, основные центры производства, фирменная структура отрасли, часовые объединения, производственные подразделения, финансовые результаты деятельности, часовые бренды.

Swiss watch industry: view from inside

I.K. Drobnița,

Russian Market Research Institute - Senior researcher

Abstract

External indicators of success enjoyed by Swiss watches in the world are highly recognized and do not need additional advertising. The article attempts to examine the internal components of the success, so called “ins and outs” of the sector. The article provides a fairly thorough description of the place and role of the watch industry in the economy and Switzerland’s exports. The latest statistical information on the total number of enterprises and employees in the sector, as well as the structure of the national watch industry on specific areas of business and forms of organization of production activities are presented. The recent data on the most important centers of watchmaking in the confederation is given.

Besides, the author analyzes the company structure of the Swiss watch industry. Herein the information about the main watch consortiums in the country, their key production units, as well as the data on the main financial performance is provided.

Keywords: watch industry, number of enterprises and employees, production structure, main centers of production, firm structure of the branch, watch consortiums, production units, financial performance, watch brands.



Роль Швейцарии как лидера мирового рынка наручных часов является обще-признанной и вряд ли будет кем-то оспариваться. Давно вошедшее в повседневный обиход выражение “с точностью швейцарских часов” является, вероятно, самой емкой характеристикой высочайшего уровня качества продукции часовых мастеров альпийской республики.

Несколько менее известно, какое же место занимает часовая промышленность в экономике Швейцарии, насколько устойчиво и динамично она развивается по сравнению с другими отраслями. И уж совсем “тайной за семью печатями” представляется организационное строение швейцарской часовой индустрии, ее основные структурные и производственные подразделения и другая внутренняя информация, которая в национальных специализированных источниках освещается значительно меньше, чем данные об успехах швейцарских производителей часов на международной арене. Настоящая статья призвана хотя бы отчасти восполнить этот пробел.

ЧАСОВАЯ ИНДУСТРИЯ КАК ОДИН ИЗ “ЛОКОМОТИВОВ” НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Часовая промышленность Швейцарии характеризуется достаточно высокими и устойчивыми темпами роста. Даже в периоды ухудшения общей экономической конъюнктуры и ослабления спроса ситуация в часовой индустрии обычно складывается более благоприятно, чем в большинстве других промышленных отраслей. В период с 2004 г. по 2015 г. прирост производства в часовой индустрии, классифицируемой в одной группе товаров вместе с электронными приборами и устройствами, составил почти 46%, т.е. в среднем на 3,5% в год, тогда как во всей обрабатывающей промышленности Швейцарии – менее 33% (на 2,6% ежегодно). Среди других отраслей только фармацевтика и производство электротехнического оборудования продемонстрировали в указанный период еще более внушительные темпы роста (см. таблицу 1).

Таблица 1

Динамика производства в основных отраслях обрабатывающей промышленности Швейцарии в 2004-2015 гг.

	2004 г.	2010 г.	2015 г.	Среднегодовые темпы прироста в 2004-2015 гг., %
Обрабатывающая промышленность, всего	100	124,5	132,6	2,6
Производство продовольствия, табака, одежды	100	107,6	111,3	1,0
Текстильная промышленность, производство одежды	100	95,5	96,3	- 0,3



	2004 г.	2010 г.	2015 г.	Среднегодовые темпы прироста в 2004-2015 гг., %
Производство лесо- и пиломатериалов, целлюлозы, бумаги и печатной продукции	100	98,6	89,9	- 1,0
Химическая промышленность (кроме фармацевтики), производство кокса (угольного и нефтяного)	100	86,0	85,4	- 1,4
Фармацевтика	100	188,0	229,7	7,9
Производство каучука, резиновых изделий и пластмасс	100	105,1	99,5	0,0
Черная и цветная металлургия, производство металлоизделий	100	104,1	98,2	- 0,2
Производство средств электроники и часов	100	126,6	145,6	3,5
Производство электротехнического оборудования	100	199,6	185,0	5,8
Машиностроение (кроме электронного, электротехнического, часов и транспортных средств)	100	103,5	97,5	- 0,2
Производство транспортных средств	100	129,9	140,9	3,2
Прочие отрасли обрабатывающей промышленности, ремонт и установка оборудования	100	109,1	124,9	2,0

Источник: Production, orders, and turnover statistics of the secondary sector (Annual indices in secondary sector) – Schweizerische Eidgenossenschaft, Federal Statistical Office FSO

Швейцарская индустрия часов является одной из наиболее экспортоориентированных отраслей национальной экономики. По оценкам банка Credit Suisse, сделанным на основе данных федеральной статистики об уплате налога с продаж различными хозяйствующими субъектами, на внутреннем рынке Швейцарии потребляется лишь около 5% всех производимых в стране часов, остальное направляется на экспорт¹. Экспорт часов всех видов и их компонентов является четвертой экспортной отраслью Швейцарии, а доля этой продукции в стоимости всего товарного экспорта страны в 2015 г. составила 7,7%. Такого нет больше ни в одной другой стране мира, даже в тех, которые играют важную роль на мировом рынке

¹ P. Feubli, E. Gachet, P. Henggi, D. Kunz - Swiss Watch Industry. Prospects and Challenges. – Credit Suisse, October 2013, p. 23 (<https://www.credit-suisse.com/media/.../uhrenstudie-en.pdf>).

часов. Так, в Германии доля часовой продукции в общем вывозе в 2015 г. составила 0,2% (55-е место среди всех отраслей), во Франции – 0,5% (35-е), в Италии – 0,4% (48-е), в КНР – 0,3% (45-е), в Гонконге – 1,8% (7-е)² (см. таблицу 2).

Таблица 2

Ведущие экспортные отрасли Швейцарии

	2000 г.		2010 г.		2015 г.	
	Млрд долл.	%	Млрд долл.	%	Млрд долл.	%
Экспорт, всего	80,5	100	195,6	100	292,0	100
Жемчуг, драгоценные металлы и камни, ювелирные изделия	6,08	7,6	14,5	7,4	89,1	30,5
Фармацевтика	8,25	10,2	45,2	23,1	60,6	20,8
Машины и оборудование (кроме электротехнических и электронных)	15,2	18,9	23,7	12,1	23,0	7,9
Часы и их части	6,09	7,6	15,5	7,9	22,5	7,7
Продукты органической химии	7,02	8,7	17,3	8,9	18,1	6,2
Приборы оптические и фотографические, контрольно-измерительные и медицинские	4,87	6,0	14,1	7,2	15,4	5,3
Оборудование электротехническое и электронное	7,79	9,7	13,2	6,7	12,1	4,1

Источник: рассчитано по International Trade Statistics 2001-2015

По информации швейцарской консалтинговой фирмы Interbrand, в 2015 г. в списке 50 самых дорогих швейцарских брэндов (т.е. компаний с наиболее высоким уровнем капитализации) оказались сразу 16 производителей часов, самые высокие места среди которых заняли *Rolex* (3), *Omega* (7) и *Patek Philippe* (15)³.

ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОЙ ЧАСОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ШВЕЙЦАРИИ

По данным Швейцарской ассоциации работодателей часовой индустрии (Convention patronale de l'industrie horlogère Suisse), в 2015 г. в стране насчитыва-

² В качестве отраслей использованы товарные группы, в соответствии с двузначным кодом Гармонизированной системы. Рассчитано по International Trade Statistics 2001-2015 (www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics).

³ Best Swiss Brands 2016. – Interbrand (www.bestswissbrands.com).



лось 709 часовых предприятий (компаний и их филиалов), занятых в самых разных сферах часового бизнеса. Поскольку многие часовые компании являются небольшими предприятиями индивидуальной или семейной форм собственности (в 2015 г. персонал 159 компаний не превышал четырех человек), их общее число из года в год то несколько увеличивается, то вновь сокращается. В то же время число занятых в часовой индустрии Швейцарии с начала XXI столетия имеет устойчивую тенденцию к росту, увеличившись с 37,3 тыс. чел в 2000 г. до 58,8 тыс. чел. в 2015 г., что составляет примерно 1,3% всего работающего населения альпийской республики. Особенно показателен рост занятых непосредственно в сфере производства – с 28,0 тыс. в 2000 г. до 42,5 тыс. чел. в 2015 г.⁴. Несмотря на постепенный рост среднего числа занятых на предприятиях часовой промышленности, последняя и сегодня характеризуется преобладанием мелких и очень мелких компаний: численность персонала более 2/3 часовых предприятий (487 из 709 зарегистрированных в 2015 г.) была меньше 50 чел. В то же время число средних и крупных компаний с количеством занятых от 100 чел. составляло менее 20% (135). Число же действительно крупных предприятий, на которых трудятся не менее 500 чел., можно было и вовсе пересчитать по пальцам (17). Однако именно здесь в настоящее время занято более 35% всех работающих в швейцарской часовой индустрии. Вообще, степень концентрации работающих на крупных предприятиях в часовой отрасли существенно выше, чем в швейцарской промышленности в целом.

Значительная часть занятых в часовом производстве Швейцарии являются приезжими из соседних стран, главным образом из Франции. В 2008 г., по данным Федерального бюро статистики Швейцарии, доля иностранцев составляла около 32% всего персонала часовых предприятий страны. В последующие годы ведомство перестало публиковать эти данные.

Часовой бизнес Швейцарии является весьма многогранным и включает не только производство и сборку часов, но и изготовление частей и компонентов, различные декоративно-отделочные операции, торгово-сбытовую деятельность, производство часового оборудования и приборов его контроля и другие.

В 2015 г. различными сферами часового бизнеса в Швейцарии занимались 887 предприятий⁵. Наибольшая их часть (210, или 23,7%) была занята производством отдельных внешних частей и компонентов для часов (корпусов, циферблатов, стрелок, ремешков, браслетов и других). Вторая по численности группа предприятий (169, или 19,1%) осуществляла торгово-сбытовую деятельность, т.е. комплекс

⁴ RECENSEMENT 2015 du Personnel et des Entreprises des Industries Horlogère et Microtechnique Suisse (au 30 Septembre 2015). - Convention patronale de l'industrie horlogère Suisse, Mai 2016, p. 9 (http://www.cpih.ch/fichiers/files/politique-patronale/Recensement%202015_FR_vmedia_def.pdf).

⁵ Это больше, чем общее число действующих часовых предприятий и связано с тем, что некоторые из них занимаются двумя и более видами деятельности.

мероприятий, связанных с продвижением часовой продукции на внутренний и внешний рынки, включая рекламу. Следующая группа – это собственно часовые предприятия, занимающиеся производством или сборкой готовых часов: таких насчитывалось 164, или 18,5%. Четвертая группа (93, или 10,5%) осуществляла отделку и декорирование часов, выполняя полировку, гравировку, нанесение гальванопокрытий и другие операции. Пятая по численности, но одна из важнейших по значимости, с точки зрения производства часов, группа предприятий занималась изготовлением часовых механизмов и так называемых эбошей (ebauches), или базовых механизмов без регулирующих деталей – анкерного механизма, циферблата и стрелок; таких предприятий насчитывалось 57, или 6,4%. Сравнительно небольшое число предприятий (18, или 2,0%) специализировалось на производстве часового оборудования и приборов его контроля. Помимо названных сфер часового бизнеса существуют и другие, смежные области, в которых в 2015 г. были заняты 176 предприятия, или 19,8% от их общей численности⁶.

Следует сказать, что всех производителей часов в Швейцарии можно достаточно четко разделить на четыре большие группы. Первую группу составляют так называемые мануфактуры, которые практически от начала и до конца производят часы самостоятельно. Основная отличительная черта мануфактур – разработка и изготовление собственного часового механизма, а также большей части внешних частей и компонентов. Лишь некоторые второстепенные (но обязательные для часов) части мануфактура может закупать на стороне. Вторая группа часовых компаний занимается только сборкой готовых часов из отдельных компонентов (включая механизмы), закупаемых у сторонних производителей. Собранные таким образом часы эти компании продают под собственными брендами. Именно указанная группа компаний-сборщиков (assembleurs) является преобладающей среди швейцарских производителей часов. Третья группа производителей часов выполняет заключительные этапы их сборки от имени и по поручению основных компаний-продюсеров и с использованием предоставленных теми компонентов. Соответственно, собственниками произведенной продукции такие компании не являются и прав на использование брендов не имеют. Наконец, четвертая группа часовых компаний разрабатывает дизайн и осуществляет производство часов по заказу других компаний, которые в последующем продают их под собственными брендами.

Швейцария характеризуется также ярко выраженной географической концентрацией часового производства. Подавляющее большинство предприятий отрасли сосредоточено в так называемом “часовом поясе”, расположенном на территории шести кантонов (Невшатель, Берн, Женева, Юра, Во и Золотурн). В 2015 г. здесь

⁶ RECENSEMENT 2015 du Personnel et des Entreprises des Industries Horlogere et Microtechnique Suisse (au 30 Septembre 2015). - Convention patronale de l'industrie horlogère Suisse, Mai 2016, p. 10 (http://www.cpih.ch/fichiers/files/politique-patronale/Recensement%202015_FR_vmedia_def.pdf).



действовали 625 из 709 швейцарских часовых компаний и их филиалов, т.е. более 88% их общей численности. Особенно высокая плотность производителей часов отмечается в кантонах Невшатель, Берн, и Женева. В Невшателе функционировали 199, или 28,1%, всех часовых заводов страны, сосредоточенных, главным образом, в традиционных центрах часового искусства – городах Ла Шо-де-Фон и Ле-Локль. В кантоне Берн, где работало 140 предприятий (19,7%), производство часов осуществляется в основном в г. Билль и регионе Бернская Юра. Часовая промышленность Женевы (98, или 13,8% компаний) специализируется на производстве дорогих, элитных часов люксовых марок. В других кантонах “часового пояса” производятся не только часы, но их компоненты: кантон Во с центром в Валле-де-Жу специализируется на изготовлении механических механизмов и сложных механических часов, а кантон Юра – на производстве внешних частей для часов⁷.

За пределами “часового пояса” следует выделить кантоны Тичино (отделка часов), Вале (отделка, производство кварцевых механизмов) и Шаффхаузен.

ОСНОВНЫЕ “КИТЫ” ЧАСОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Как уже отмечалось выше, часовая промышленность Швейцарии представлена несколькими сотнями предприятий различной специализации, которые по своему хозяйственному статусу и организационной структуре являются материнскими компаниями или их филиалами. В свою очередь, компании либо принадлежит тем или иным часовым объединениям, либо выступают в качестве независимых производителей.

Крупнейшими часовыми объединениями Швейцарии (их называют еще корпорациями или часовыми домами) являются Swatch Group и Richemont Group. По данным швейцарского банка Vontobel в 2014 г. на долю этих двух гигантов часовой индустрии приходилось 35,5% всех продаж часов на мировом рынке, в том числе на долю Swatch Group – 19,2%, Richemont Group – 16,3%⁸.

История создания, становления и последующего развития Swatch Group неразрывно связана с историей всей швейцарской часовой индустрии. Компания была создана Н. Хайеком в 1983 г., в самый разгар кризиса швейцарской часовой промышленности, которая в тот период откровенно не выдерживала конкуренции с дешевыми кварцевыми технологиями, успешно продвигаемыми, в первую очередь, японскими часовыми производителями. Формально, компания была организована посредством слияния терпящих бедствие часовых компаний ASUAG и SSIH и получила название SMH.

⁷ P. Feubli, E. Gachet, P. Henggi, D. Kunz - Swiss Watch Industry. Prospects and Challenges. – Credit Suisse, October 2013, p. 26-27 (<https://www.credit-suisse.com/media/production/pb/docs/unternehmen/kmugrossunternehmen/uhrenstudie-en.pdf>)

⁸ Isabelle S. Campo, P. Aerni - When corporatism leads to corporate governance failure: the case of the Swiss watch industry. – University of Zurich, June 2016, p. 111 (<http://www.ccrs.uzh.ch/dam/jcr:5b99146b-e64c-4ae3-b324-d9cc5c17f8e6/2016.06>).

В течение пяти лет Н. Хайеку сумел наладить массовый выпуск недорогих, высокотехнологичных кварцевых часов современного дизайна (речь идет, в первую очередь, о часах Swatch и Flik Flak), эмоционально привлекательных для потребителя и способных по всем параметрам конкурировать с японской часовой продукцией. Благодаря этому, удалось фактически спасти швейцарскую часовую промышленность, а в дальнейшем способствовать ее возрождению и процветанию.

В 1990-е годы SMH в своем развитии все больше акцентирует внимание на высшем ценовом сегменте: в 1992 г. она приобретает элитную часовую марку Blancpain, в 1999 г. – престижнейшую мануфактуру Breguet, в 2000 г. легендарную немецкую часовую компанию Glashütte Original. С 1998 г. компания официально стала называться “Swatch Group”.

В новом столетии объединение Swatch Group продолжило развивать свой часовой бизнес, охватив по сути все области часового производства и превратившись, таким образом, в вертикально интегрированную структуру. С учетом того, что уже длительное время Swatch Group также активно расширяет свою дистрибьюторскую сеть, за объединением постепенно закрепилось название “корпорация”.

В настоящее время в состав Swatch Group входят 17 часовых брендов, занимающих в совокупности все рыночные “ниши”. В элитном (люксовом) сегменте работают Breguet, Harry Winston, Blancpain, Glashütte Original, Jaquet Droz и Omega; в высшем сегменте – Longines, Rado и Union Glashütte; в среднем ценовом сегменте – Tissot, Calvin Klein, Balmain, Certina, Mido и Hamilton; в базовом сегменте Swatch и Flik Flak.

Помимо собственных производственных подразделений, которыми располагает каждая из перечисленных выше компаний, Swatch Group имеет две производственные площадки (в Сент-Имье и Генестрерио), которые принадлежат дочерней компании Swatch Group Assembly и занимаются сборкой часов для всех компаний корпорации. Предприятие в Сент-Имье выполняет роль технологического центра передовых разработок Swatch Group и обслуживает марки класса “люкс”, для которых осуществляет предварительную сборку сложных элементов. Предприятие в Генестрерио специализируется на сборке кварцевых часов, хронографов и механических часов с ручным и автоматическим заводом.

Кроме компаний, занимающихся непосредственно производством и сборкой часов, в рамках Swatch Group объединены вспомогательные компании, обеспечивающие часовое производство необходимыми частями и компонентами. Среди них можно выделить следующие:

□ компания ETA Manufacture Horlogère Suisse (ETA) является одним из крупнейших мировых производителей часовых механизмов, удовлетворяющим потребности не только компаний в составе Swatch Group и большинства других швейцарских производителей часов, но и массово поставляющим эту продукцию в другие страны. Основное производство исторически сосредоточено в г. Гренхен



(кантон Золотурн). Подразделение *Valjoux* занимается в составе ETA разработкой механизмов для часов высокой и “премиум” ценовой категорий⁹;

□ компания *Nivarox-FAR* до сих пор остается практически монопольным в Швейцарии производителем балансовых (волосковых) пружин для часовых механизмов, играющих важнейшую роль в регулировании хода часов. Выпускает также другие детали колебательной и спусковой систем часов. Имеет пять производственных площадок, четыре из которых расположены на территории кантона Юра, а самое современное предприятие (построено в 2009 г.) находится в г. Фон-тэн (кантон Невшатель)¹⁰.

□ компания *Francois Golay* специализируется на производстве колес для часовых механизмов, а также выполняет фасонную обработку сложных часов (в г. Ле-Брассю, кантон Юра);

□ компании *Rubattel & Weyermann* и *MOM Le Prélet* выпускают часовые циферблаты для брендов высшего ценового сегмента. Кроме этого, *Rubattel & Weyermann* выполняет сложные работы с эмалью, а также в области традиционной высококачественной гильошированной отделки, а *MOM Le Prélet* занимается декоративной обработкой циферблатов. Обе компании осуществляют свою деятельность в г. Ла Шо-де-Фон (кантон Невшатель);

□ компания *Universo* является ведущим в Европе поставщиком стрелок и меток для часов, осуществляющим все этапы сложного производственного процесса в этой достаточно узкой области часовой специализации (г. Ла Шо-де-Фон, кантон Невшатель);

□ компания *Manufacture Ruedin* занимается выпуском часовых корпусов из нержавеющей стали, титана и других эксклюзивных материалов, а также комплектующих и наружных элементов часов из твердых металлов, керамики и изготовленных с использованием новейших PVC-технологий (г. Баскур, кантон Юра);

□ компания *Simon Et Membrez* (одно из последних приобретений *Swatch Group* – в ее составе с 2012 г.) производит часовые корпуса для элитных и престижных часов. В качестве материалов используются золото, титан, платина и палладий. Производственная деятельность осуществляется на предприятии в г. Делемон (столице кантона Юра), расширенном в 2011 г.

По данным сайта *Swatch Group*, на конец 2015 г. общее число производственных площадок корпорации, занятых основным или вспомогательным производством и расположенных на территории Швейцарии или за ее пределами, составляло 156¹¹.

⁹ Некоторые марки *Swatch Group*, принадлежащие к элитной и “люксовым” категориям, имеют собственные подразделения, которые занимаются производством часовых механизмов.

¹⁰ *Nivarox* – название сплава, из которого компания изготавливает свою продукцию. Хотя основным назначением *Nivarox* является выпуск волосковых пружин, он используется также при производстве медицинской техники и хирургических инструментов.

¹¹ Сайт *Swatch Group*, раздел “Production” (http://www.swatchgroup.com/brands_and_companies/production).

По данным финансовых отчетов, ежегодно публикуемых Swatch Group, в период с 2000 г. по 2015 г. объем чистых продаж корпорации вырос с 4131 млн до 8451 млн шв. фр., т.е. более чем вдвое. Лишь дважды в указанный период – в кризисном 2009 г. и в 2015 г. – было зафиксировано абсолютное сокращение объема продаж по сравнению с предыдущим годом. В частности, в 2015 г. продажи сократились по сравнению с 2014 г. примерно на 3% (с 8709 млн шв. фр.), что было обусловлено, главным образом, резким ростом курса швейцарского франка по отношению к евро в начале 2015 г. из-за изменения политики ШНБ. Естественно, это ухудшило конкурентные позиции швейцарских производителей часов на европейском рынке ввиду вынужденной необходимости повышать цены на свою продукцию, и Swatch Group не могла остаться в стороне от этого процесса. Чтобы смягчить влияние ревальвации, было принято естественное решение максимально расширить продажи на других рынках, находящихся вне зоны евро. В результате, в ряде стран Азии (Сингапуре, Малайзии, Таиланде, на Тайване) рост продаж часовой продукции Swatch Group в 2015 г. составил 20% и более. В целом, в азиатском регионе в указанном году было открыто более 100 новых розничных магазинов корпорации, главным образом, на центральных улицах и в местах оживленной торговли (т.н. High street stores). В настоящее время продукция Swatch Group представлена более чем в 140 странах мира¹².

По данным уже упомянутого ранее банка Vontobel, сразу шесть компаний Swatch Group вошли в 2014 г. в число 20 ведущих швейцарских часовых брендов по объему продаж своей продукции в мире. Самое высокое место среди них заняла *Omega*, оказавшаяся в указанном списке на 2-месте с объемом продаж в 2150 млн шв. фр. Далее следовали *Longines* (5-е место, 1240 млн шв. фр.), *Tissot* (6-е место, 1100 млн шв. фр.), *Swatch* (9-е место, 760 млн шв. фр.), *Breguet* (11-е место, 700 млн шв. фр.) и *Rado* (17-е место, 480 млн шв. фр.)¹³.

Вторым гигантом швейцарской часовой индустрии является Richemont Group (по форме собственности – холдинговая компания), созданная в 1988 г. южноафриканским предпринимателем Й. Рупертом. В отличие от Swatch Group, являющейся по сути моночасовым объединением (на часовую продукцию^{14,15} приходится почти 97% всего производства корпорации), Richemont Group представляет собой многопрофильную группу компаний, ориентирующуюся на производство предметов роскоши, к числу которых, безусловно, относятся и дорогие часы. Если группа Swatch производит часы различного ценового уровня, то Richemont – только дорогие и очень дорогие часы. Еще одно важное отличие двух корпораций заключа-

¹² SWATCH GROUP: KEY FIGURES 2015, Swatch Group Press Release, Biel/Bienne, 3 February 2016, p. 2 (http://www.swatchgroup.com/brands_and_companies/production).

¹³ Marques horlogeres suisses: Top 20 par vente de montres en 2014. – Etude Vontobel: pas de croissance en 2015, NH Journal, 04.06.2015 (<https://journal.hautehorlogerie.org>).

¹⁴ Она включает часы и другую аппаратуру для регистрации времени всех видов, а также их части и компоненты.



ется в том, что Swatch Group является полностью вертикально интегрированной структурой, своего рода большой мануфактурой, т.е. абсолютно самодостаточным и независимым от внешних источников часовым объединением, целиком удовлетворяющим свои производственные потребности за счет собственных источников. Группа Richemont, напротив, зависит от сторонних производителей (в том числе той же Swatch Group) в части поставок некоторых важных часовых компонентов. Исключение составляют только некоторые компании в составе группы, сами являющиеся мануфактурами, обеспечивающими себя всеми необходимыми частями и узлами часов (*Vacheron Constantin, A. Lange und Sohne, Jaeger LeCoultre, Roger Dubuis*).

Официально, в деятельности Richemont Group выделяются три направления: “производство ювелирных изделий”, “часовое производство” и “прочие сферы деятельности” (к ним относятся производство письменных принадлежностей, кожаных аксессуаров и одежды), по каждому из которых ежегодно представляются подробные финансовые отчеты.

Основные финансовые показатели, приводимые в официальных отчетах Richemont Group в разделе “часовое производство”, не дают, однако, полной картины того, какую роль играет часовой бизнес в деятельности группы. Дело в том, что из 20 компаний, входящих в ее состав, производством часов в той или иной степени занимаются 13. Для некоторых компаний часовой бизнес является единственным или приоритетным (кроме вышеназванных мануфактур к таковым относятся *Officine Panerai, IWC* и *Baume & Mercier*), для прочих – лишь одной из нескольких сфер деятельности (*Cartier, Montblanc, Van Cleef & Arpels*). В ежегодных отчетах Richemont Group в разделе “часовое производство” финансовые показатели учитываются на основании подсчета итогов работы только девяти часовых компаний, а деятельность остальных, в том числе занимающихся выпуском часов, отражена в других разделах. Это приводит к тому, что за рамками учета оказываются, например, продажи крупнейшей по обороту часовой компании группы – Cartier, которые учитываются в подразделении “производство ювелирных изделий” (несмотря на французское происхождение, часовое производство компании с 1972 г. сосредоточено в швейцарском Ла Шо-де-Фоне). В частности, по данным последнего годового отчета Richemont Group, все продажи корпорации в 2015/2016 финансовом году¹⁵ составили 11076 млн евро, из которых на часовое подразделение пришлось 3225 млн евро, т.е. 29,1%.

Лишь в заключительном разделе годового отчета корпорации (в 2016 г. он назван “Five Year Record”) приводится структура продаж не только по основным направлениям бизнеса, но и по выпускаемым продуктам. Из этого раздела следует, что в 2015/2016 ф. г. совокупные продажи часовой продукции компаниями Richemont Group составили 5098 млн евро, что составляет 46,0% всего объема.

¹⁵ Финансовый год в “Richemont Group” длится с 1 апреля по 31 марта следующего года.

В целом, ставка Richemont Group на производство и реализацию предметов роскоши, с точки зрения основных финансовых показателей, представляется в новом столетии более эффективной, чем стремление Swatch Group охватить все сегменты потребительского спроса. Об этом свидетельствует значительно более быстрый рост объема продаж, продемонстрированный в указанный период группой Richemont: за период с 2000/2001 ф. г. по 2015/2016 ф. г. они увеличились почти в 3,8 раза (с 2,92 млн до 11,08 млн евро) по сравнению с двукратным ростом продаж у Swatch Group. Еще более быстрыми темпами росли у Richemont продажи дорогих и эксклюзивных часов: с 2000/2001 ф. г. по 2014/2015 ф. г. они увеличились почти в 4 раза (с 1,29 млн до 5,17 млн евро), что позволило часовой продукции повысить долю в общих продажах холдинга с 44,2% до 49,6%. В 2015/2016 ф. г. во многом по тем же причинам, что и у Swatch Group, продажи часов (в стоимостном выражении) сократились на 1,5%, что на фоне общей позитивной финансовой динамики Richemont Group, привело к некоторому снижению их доли в общей реализации¹⁶.

О нацеленности Richemont Group на достижение конечного финансового результата в определенной степени свидетельствует и более быстрый рост розничных продаж на протяжении почти всего периода с 2000 г. по 2016 г.: они увеличились более чем в 4,8 раза (с 1,27 млрд до 6,14 млрд евро), тогда как оптовые – менее чем в 3 раза. В результате, если в 2000/2001 ф. г. преобладал сбыт продукции оптовым покупателям (56% всех продаж), то в 2016 г. первенство принадлежало уже рознице (55%).

Richemont Group не уступила своим конкурентам из группы Swatch и по числу представителей в престижном списке 20 крупнейших швейцарских часовых брендов по объему продаж своей продукции в мире, публикуемом банком Vontobel: в указанный список в 2014 г. также вошли шесть компаний-представительниц Richemont Group. Самое высокое место среди них заняла *Cartier*, оказавшаяся на 3-месте с объемом продаж в 2140 млн шв. фр. Далее следовали *IWC* (7-е место, 780 млн шв. фр.), *Jaeger-LeCoultre* (12-е место, 700 млн шв. фр.), *Piaget* (13-е место, 690 млн шв. фр.), *Vacheron Constantin* (14-е место, 580 млн шв. фр.), *Officine Panerai* (18-е место, 450 млн шв. фр.)¹⁷.

Среди других известных часовых объединений Швейцарии следует выделить Franck Muller Group. В состав группы, созданной в середине 2000-х годов на базе головной компании Frank Muller, в настоящее время входит 10 швейцарских производителей часов, однако массовую известность, помимо самой *Frank Muller*,

¹⁶ Richemont Annual Report and Accounts 2016, 03.06.2016, p. 128; Richemont Annual Report and Accounts 2004, p. 92 (<https://www.richemont.com>).

¹⁷ Marques horlogeres suisses: Top 20 par vente de montres en 2014. – Etude Vontobel: pas de croissance en 2015, HH Journal, 04.06.2015 (<https://journal.hautehorlogerie.org>).



имеют, вероятно, только *Pierre Kunz*, *European Company Watch* и *Martin Braun*. *Franck Muller Group* является непубличной компанией и не публикует никаких финансовых результатов своей деятельности. Тем не менее, достаточно очевидно, что объемы ее продаж несопоставимы со **Swatch Group** и **Richemont Group**: среди всех компаний, входящих в объединение, только *Franck Muller* вошел в 2014 г., по версии банка Vontobel, в число 20-ти ведущих швейцарских брендов по объему продаж своей продукции.

Многие ведущие швейцарские часовые компании стали частью зарубежных торгово-промышленных групп, крупнейшей из которых является французская транснациональная корпорация LVMH (полное наименование LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton). Широко известна также деятельность таких часовых объединений как Festina Group (Испания), Kering Group (Франция), Movado Group (США) Citychamp Watch & Jewellery Group (КНР-Гонконг).

Среди независимых часовых производителей Швейцарии, никогда не входивших (в основном – по принципиальным соображениям) ни в какие корпорации и объединения, следует выделить такие знаменитые и почтенные мануфактуры как Rolex, Patek Philippe и Audemars Piguet, на которые в 2014 г., по данным Vontobel приходилось соответственно 12,0%, 3,2% и 1,8% всех продаж на мировом рынке часов. Конечно, поражает высочайшая популярность хронометров Rolex, который в одиночку достиг финансовых результатов, сопоставимых лишь со Swatch Group и Richemont Group. Хотя компания не является публичной и хранит статистику своего производства и продаж “за семью печатями”, по некоторым неподтвержденным данным, ежегодный объем выпуска наручных часов Rolex составляет около 800 тыс. штук.

Таким образом, доля продукции трех “китов” национальной часовой индустрии – корпораций Swatch Group, Richemont Group и компании Rolex – в мировых продажах часов составила в 2014 г. примерно 47,5%. Если добавить к этому продажи корпорации LVMH (4,3%), компаний Patek Philippe и Audemars Piguet, а также швейцарских производителей, отдельно не поименованных, доля часовых компаний страны в совокупных продажах на мировом рынке составили в 2014 г., вероятно, не меньше 60%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К сожалению, за рамками данной статьи остались удивительная красота и непревзойденная эстетика швейцарских часов, многие из которых заслуженно считаются настоящими произведениями искусства. Такой категории, как “эмоциональность”, нет места в экономической публикации, но даже обычный анализ данных бесстрастной статистики показывает, что Швейцария отнюдь не случайно стала лидером мирового рынка наручных часов: часовая индустрия страны развивает-

ся устойчиво высокими темпами, мало зависящими от состояния текущей хозяйственной конъюнктуры, часовая продукция является одной из ведущих экспортных отраслей экономики, часовой бизнес является очень хорошо организованным и включает все этапы основного и вспомогательного производства, в стране действуют сотни часовых компаний, причем ежегодно создаются (и прекращают свое существование) все новые и новые в надежде найти свое “место под солнцем”.

В 80-е годы прошлого века швейцарская часовая индустрия уже прошла тяжелое испытание так называемой “кварцевой революцией” и вышла из него еще более окрепшей, доказав, что никакие современные технологии не могут заменить истинные ценности.

Сегодня история повторяется. В 2014 г. в мире появились и стали быстро набирать популярность новые инновационные устройства – смарт-часы, соединенные со смартфоном пользователя и представляющие собой по сути мини-компьютер. На этом фоне продажи швейцарских часов в мире в 2015 г. несколько снизились. Пока сложно говорить о том, насколько мода на новые часовые устройства окажется серьезной. Вероятно, на какое то время страны, делающие акцент на массовый выпуск и продвижение такой продукции, могут усилить свои позиции на мировом рынке часов.

Но любая мода – это только мода. А она, как известно, быстро проходит.

Могут ли российские производители и экспортеры наручных часов, а также другие операторы отечественной часовой индустрии использовать богатый опыт своих швейцарских коллег?

С распадом СССР часовая промышленность страны пришла в полный упадок. Если в начале 80-х годов в стране ежегодно выпускалось около 70 млн наручных часов, из которых 15-20 млн экспортировались, то с конца 80-х годов началось обвальное сокращение производства, которое продолжалось по меньшей мере до 2010 г., когда статистическое ведомство РФ перестало публиковать эти данные¹⁸. Крупнейшие часовые заводы СССР либо прекратили свое существование (как, например, Первый и Второй часовой заводы), либо были перепрофилированы, либо, в лучшем случае, приобретены по частям небольшими компаниями.

В результате, к настоящему времени не осталось ни одного компонента часового производства, по которому Россия была бы более-менее удовлетворительно представлена на мировом рынке. Экспорт готовых наручных часов из РФ в 2015 г. был меньше импорта более чем в 20 раз, а по отдельным частям и комплектующим зависимость от импорта была еще выше.

¹⁸ По данным Российского статистического ежегодника, в 2009 г. производство наручных часов в РФ составило 0,3 млн. шт. С 2010 г. вместо позиции “наручные часы” издание приводит данные по позиции “часы всех видов, кроме механизмов”.



Таблица 3

Внешняя торговля РФ наручными часами и их основными компонентами в 2015 г.

	<i>Экспорт</i>	<i>Импорт</i>	<i>Коэффициент покрытия экспорта импортом</i>
Наручные часы (млн долл.)	11,1	245,1	0,05
Часовые механизмы (тыс. долл.)	77,3	2683	0,03
Корпуса для часов и их части (тыс. долл.)	4,1	2251	0,002
Ремни и браслеты для часов; их части (тыс. долл.)	137,3	5847	0,02
Циферблаты (тыс. долл.)	4,9	561,7	0,009
Пружины для часов, в том числе балансовые (тыс. долл.)	3,5	39,5	0,09
Платины и мосты (тыс. долл.)	-	161,5	0

Источник: рассчитано по Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE).

В начале 2016 г. Министерство промышленности и торговли РФ выступило с инициативой повысить импортные пошлины на наручные часы иностранного производства, чтобы тем самым поддержать отечественного производителя. По мнению автора, реализация данной инициативы на практике вряд ли приведет к желаемому результату, ввиду острой зависимости российских производителей часов от импорта практически всех компонентов. Если выпуск ремней, браслетов и, возможно, корпусов для часов еще можно наладить в достаточно сжатые сроки, то заменить импортные часовые механизмы отечественными аналогами в обозримой перспективе не представляется возможным¹⁹. В этих условиях повышение импортных пошлин могло бы в какой-то степени поддержать российских часовые предприятия только в том случае, если бы оно затронуло только готовые часы. В противном случае, удорожание импортных компонентов неизбежно приведет к повышению цен и на продукцию отечественного часпрома, что еще больше снизит ее конкурентоспособность на внутреннем рынке.

Вероятно, наиболее перспективным решением для российских производителей часов в сложившейся ситуации видится использование профессиональных знаний швейцарских часовщиков для их внедрения в отечественное часовое производство. Речь идет, в первую очередь, об освоении и начале серийного выпуска российских часовых механизмов, соответствующих требованиям мирового рынка, или хотя бы их отдельных узлов. Хорошим примером подобного решения может

¹⁹ Многие отечественные производители, работающие в среднем ценовом сегменте, используют швейцарские часовые механизмы ETA и Ronda, японские Miyota и Seiko, а также некоторые другие.

служить опыт Петродворцового часового завода “Ракета” в С.-Петербурге, которым с 2009 г. управляют иностранные собственники, хорошо знающие стандарты швейцарского производства часов.

За короткий период на “Ракете” был освоен выпуск механизма с автоподзаводом “Ракета – Автомат”, которому, по общему мнению экспертов, нет аналогов в российском часпроеме: механизм обладает очень высокой скоростью завода, а возможность ручного завода автономна от автоподзаводной системы. Кроме того, “Ракете” удалось освоить выпуск некоторых частей регулятора баланса, включая изготовление его самого сложного элемента – балансовой спирали, от качества которой зависит точность хода часов. Поскольку даже в Швейцарии спираль баланса является наиболее дефицитным компонентом производства часов, “Ракета” подала заявку на сертификацию своего изделия по швейцарским стандартам, чтобы иметь возможность продавать его в альпийской республике.

С 2010 г. на заводе открылась Петродворцовая школа часовщика – Ракета, где обучают профессии часовщика. Это единственное на сегодняшний день подобное специализированное заведение в стране.

Еще одним возможным путем становления в России конкурентоспособного часового производства видится создание совместных российско-швейцарских часовых предприятий, на которых бы использовались современные технологии выпуска часов, а также, возможно, приглашение квалифицированных швейцарских часовщиков для работы на этих предприятиях. При этом не имеет принципиального значения, будут ли предприятия выпускать швейцарские часы или выведут на качественно новый уровень производство исконно российских часовых марок. Важно лишь то, чтобы новые часовые заводы имели бы, по возможности, полный цикл производства, а не превратились в площадки для осуществления второстепенных или доводочных операций.

Пока швейцарские часовщики явно не спешат в Россию. На просторах СНГ можно привести лишь два примера их непосредственного участия в часовом бизнесе, и оба связаны с деятельностью группы Franck Muller. В 2010 г. группа приобрела минский часовой завод “Луч”, а в 2002 г. при ее участии был основан завод по выпуску часов *AWI* в Армении. Об успешности последнего предприятия уже можно говорить с уверенностью: продукция *AWI* успешно экспортируется, в том числе в Швейцарию и другие европейские страны, имеющие собственное часовое производство.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) - United Nations Statistics Division – Режим доступа: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>.
2. International Trade Statistics 2001-2015 – International Trade Center – Режим доступа: www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics.



3. Watch Industry Statistics - Federation of the Swiss Watch Industry (FH) – Режим доступа: <http://www.fhs.ch/eng/statistics.html>.
4. Российский статистический ежегодник, 2009 – 2015 гг. – Федеральная служба государственной статистики – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (Rossijskij statisticheskiy ezhegodnik, 2009 – 2015 gg. – Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki – Rezhim dostupa)
5. RECENSEMENT 2015 du Personnel et des Entreprises des Industries Horlogere et Microtechnique Suisse (au 30 Septembre 2015). - Convention patronale de l'industrie horlogère Suisse, Mai 2016 - 11 p. – Режим доступа: http://www.cpih.ch/fichiers/files/politique-patronale/Recensement%202015_FR_vmedia_def.pdf.
6. Production, orders, and turnover statistics of the secondary sector 2004-2015. – Schweizerische Eidgenossenschaft, Federal Statistical Office FSO – Режим доступа: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/themen/06/03/blank/data.html>.
7. P. Feubli, E. Gachet, P. Henggi, D. Kunz - Swiss Watch Industry. Prospects and Challenges. – Credit Suisse, October 2013 - 40 p. - Режим доступа: <https://www.credit-suisse.com/media/.../uhrenstudie-en.pdf>.
8. SWATCH GROUP: KEY FIGURES 2015, Swatch Group Press Release, Biel/Bienne, 3 February 2016 - 9 p. – Режим доступа: http://www.swatchgroup.com/brands_and_companies/production.
9. Richemont Annual Report and Accounts 2016, 03.06.2016 - 136 p. – Режим доступа: www.richemont.com/images/investor_relations/reports/annual_report/2016/ar_fy2016_d92nb1vdf73tb.pdf.
10. Журнал «Europa Star» за 2014-2016 гг. – Режим доступа: <https://www.credit-suisse.com/media/.../uhrenstudie-en.pdf>.
11. Best Swiss Brands 2016. – Interbrand – Режим доступа: www.bestswissbrands.com.
12. Isabelle S. Campo, P. Aerni - When corporatism leads to corporate governance failure: the case of the Swiss watch industry. – University of Zurich, June 2016 - 118 p. – Режим доступа: <http://www.ccrs.uzh.ch/dam/jcr:5b99146b-e64c-4ae3-b324-d9cc5c17f8e6/2016.06>.
13. Marques horlogeres suisses: Top 20 par vente de montres en 2014. – Etude Vontobel: pas de croissance en 2015, NH Journal, 04.06.2015 – Режим доступа: <https://journal.hautehorlogerie.org>.
14. The Deloitte Swiss Watch Industry Study 2015: Uncertain Times - 28 p. – Режим доступа: <http://www2.deloitte.com/ch/en/pages/consumer-business/articles/swiss-watch-industry-study.html>.

