



SPECIAL REPORT

Červen 2018



Analýza trhu s hodinkami

Tomáš Kozelský, Radek Novák

1. Vývoj trhu s hodinami, hodinkami a klenoty v ČR

Trh s hodinkami je velice různorodý. Je to dáno různorodostí hodin a hodinek. Typů hodin (např. nástěnných, stolních, stojacích aj.) a hodinek (náramkové, kapesní) je mnoho a i v době, kdy čas si lze zobrazit digitálně, mají své zákazníky a velký trh.

Pro účely této analýzy se zaměříme hlavně na náramkové hodinky, bez dalšího rozlišování, jakým způsobem zobrazují čas (zda jsou analogové, digitální, binární či kombinované).

Hodinky nabízejí jak specializované prodejny, zlatnictví, hodinářství, tak i obchody se sportovním zbožím (vzhledem ke vzrůstající oblibě sporttestrů a chytrých hodinek, které však už do svého portfolia zařadili i tradiční výrobci klasických náramkových hodinek).

Nelze opomenout i online prodej, kde je obrovská nabídka, a to nejen nových hodinek, ale i z druhé ruky. Je to pochopitelné, neboť například kvalitně zpracované mechanické hodinky při správné údržbě vydrží i desítky let (až se dá souhlasit s tvrzením, že nejste majitelem luxusních hodinek, ale jen nositelem). Právě [prodej už nošených luxusních hodinek](#), který se uskutečňuje převážně přes internetové platformy nebo specializované obchodníky, roste i z důvodu, že přichází nová generace zákazníků, která dává před trvalým vlastnictvím přednost rozmanitosti.

Roste i oblíbenost chytrých hodinek, ale i tady zjednodušeně platí, že jde o spotřební zboží s rychlým zastaráváním, jako tomu je třeba smartphonů. Tradiční klasické hodinky jsou už prověřené časem i „jen“ jako měřič času, tak i jako umělecká díla s velkou investiční hodnotou.

Maloobchod s hodinami, hodinkami a klenoty v ČR

V roce 2016 působilo v Maloobchodu s hodinami, hodinkami a klenoty ve specializovaných prodejnách podle údajů z Databáze Albertina na tři sta firem a šest desítek firem ve Velkoobchodě s hodinami, hodinkami a klenoty s ročním obratem vyšším než jeden milión korun.

Trh s hodinkami se z hlediska klasifikace CZ-NACE v rámci odvětví

Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel (CZ-NACE G)

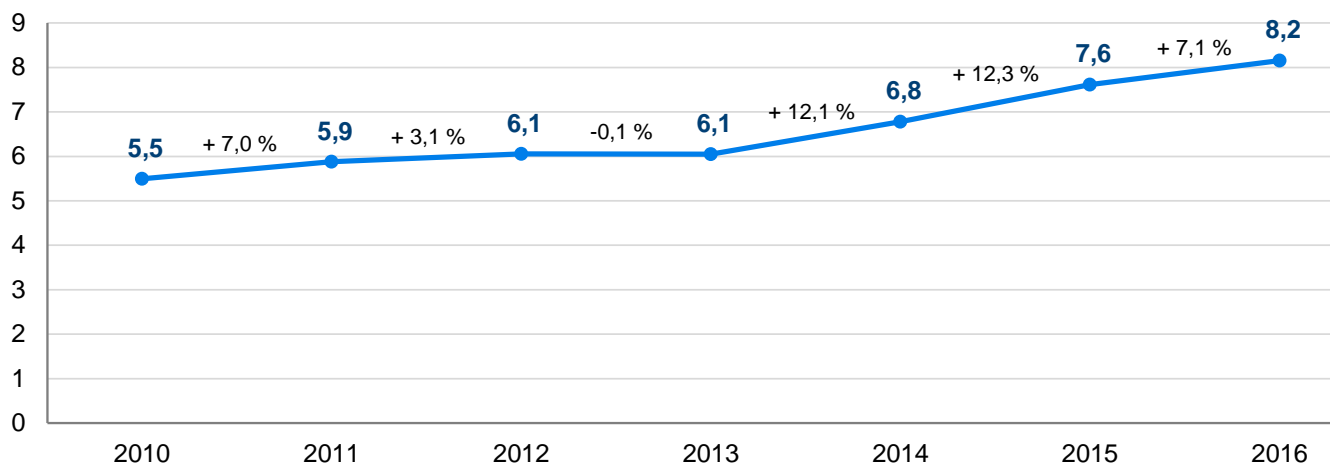
řadí do oddílu Maloobchod, kromě motorových vozidel (CZ-NACE 47)

dále do skupiny Maloobchod s ostatním zbožím ve specializovaných prodejnách (CZ-NACE 47.7)

až do třídy Maloobchod s hodinami, hodinkami a klenoty (CZ-NACE 47.77)

Podle údajů českého statistického úřadu bylo v Maloobchodě s hodinami, hodinkami a klenoty v roce 2016 zaměstnáno téměř 3 300 osob, což představuje zhruba procento zaměstnaných osob z celého Maloobchodu (CZ-NACE 47). Tržby firem dosáhly 8,16 miliard korun s podílem obchodní marže na tržbách za zboží ve výši 36,2 %. Samotný vývoj tržeb má rostoucí charakter a nepodepsala se na tom příliš (snad až na určitou stagnaci) ekonomická krize. Dá se očekávat, vzhledem k pozitivnímu vývoji ekonomiky a reálnému růstu mezd v posledních čtvrtletích, že prodeje hodinek, a tedy i tržby v Maloobchodu s hodinami, hodinkami a klenoty porostou i nadále.

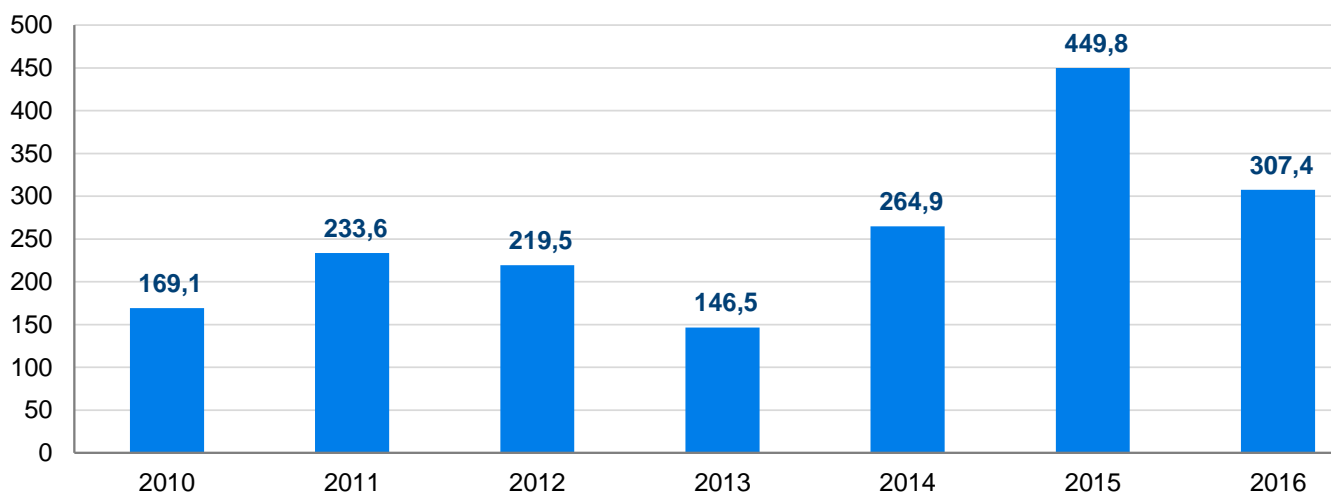
Vývoj tržeb Maloobchodu s hodinami, hodinkami a klenoty CZ-NACE 47.77 (mld. Kč, v běžných cenách)



Zdroj: ČSÚ

Kladný výsledek hospodaření si třída Maloobchod s hodinami, hodinkami a klenoty drží dlouhodobě. Nejvyššího zisku v posledních letech ve výši 449,8 miliónů Kč dosáhl v roce 2015, kdy došlo i k největšímu meziročnímu růstu tržeb. V roce 2016 došlo k poklesu zisku na 307,4 miliónů Kč, ale i tak je to druhý nejvyšší kladný hospodářský výsledek za sledované období.

Výsledek hospodaření po zdanění v Maloobchodě s hodinami, hodinkami a klenoty CZ-NACE 47.77 (mil. Kč, v běžných cenách)

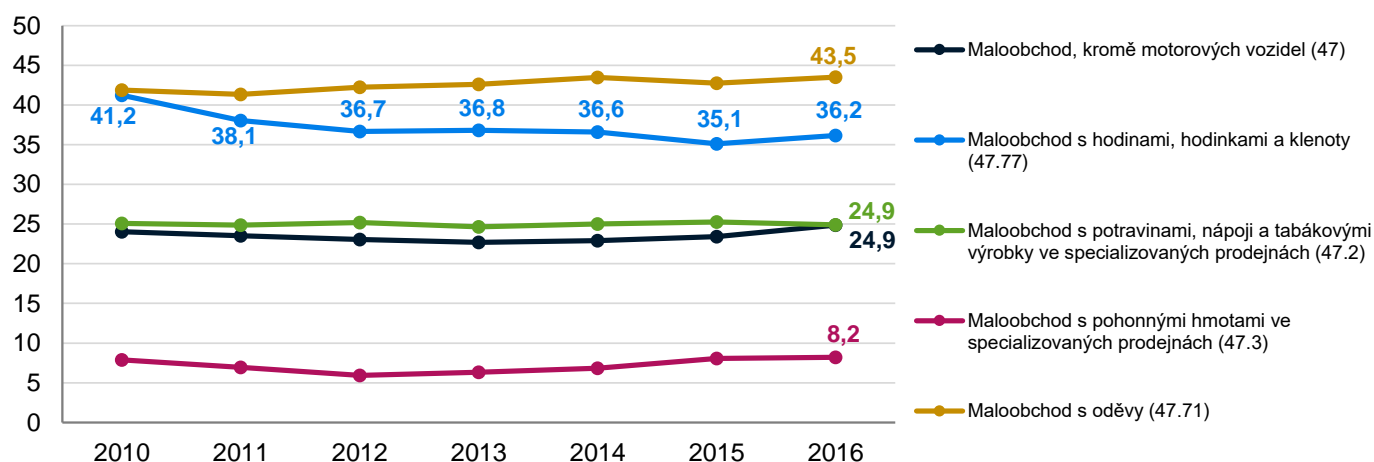


Zdroj: ČSÚ

Podíl obchodní marže na tržbách v Maloobchodě s hodinami, hodinkami a klenoty se (ač s mírným trendem poklesu) drží na poměrně vysokých hodnotách (36,2 % v roce 2016) a vysoko nad průměrem oddílu Maloobchod, kromě motorových vozidel (24,9 % v roce 2016). U luxusních hodinek je tato marže ještě vyšší.

Procento marže se obecně liší zejména podle sortimentu prodaného zboží. Zjednodušeně se dá říci, že u rychloobrátkového zboží (čerstvé potraviny, zboží denní potřeby) tvoří zpravidla menší podíl z celkové ceny zboží, než je tomu u zboží dlouhodobé spotřeby či luxusních předmětů, jako je tomu u hodinek a klenotů či oděvů, kde marže patří k nejvyšším. Souvisí to, mimo jiné, i s vyššími náklady na prostory, skladování zboží a s delší dobou obratu. Na opačné straně a tedy nejnižší marže jsou u pohonných hmot.

Podíl obchodní marže na tržbách za zboží v Maloobchodě s hodinami, hodinkami a klenoty (v %)



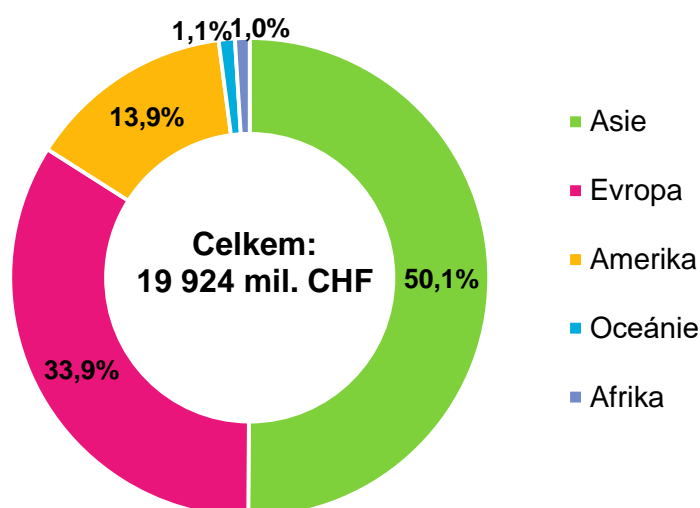
Zdroj: ČSÚ

2. Vývoj prodeje luxusních (švýcarských) hodinek ve světě

Synonymem luxusních značkových hodinek jsou hodinky „Swiss made“ nebo aspoň se švýcarskými komponenty v podobě precizních švýcarských strojků, které hodináři v jiných zemích vkládají do hodinek. Vedle tradičních a historicky ověřených švýcarských hodinek se umí významně prosadit i na globální úrovni další výrobci z jiných zemí. Jsou to například země spojené rovněž s vysokou precizností, kterou dokáží vtisknout i svým výrobkům. Jdenapříklad o německé výrobce s mnohaletou tradicí jako je Union Glashütte (který už však patří od roku 2000 do koncernu švýcarský Swatch Group) nebo Junghans. Z dalších je třeba zmínit japonský koncern Seiko, jež umí vyrobit hodinky od levných (osazených quartz strojky) až po vysoce ceněné mechanické hodinky.

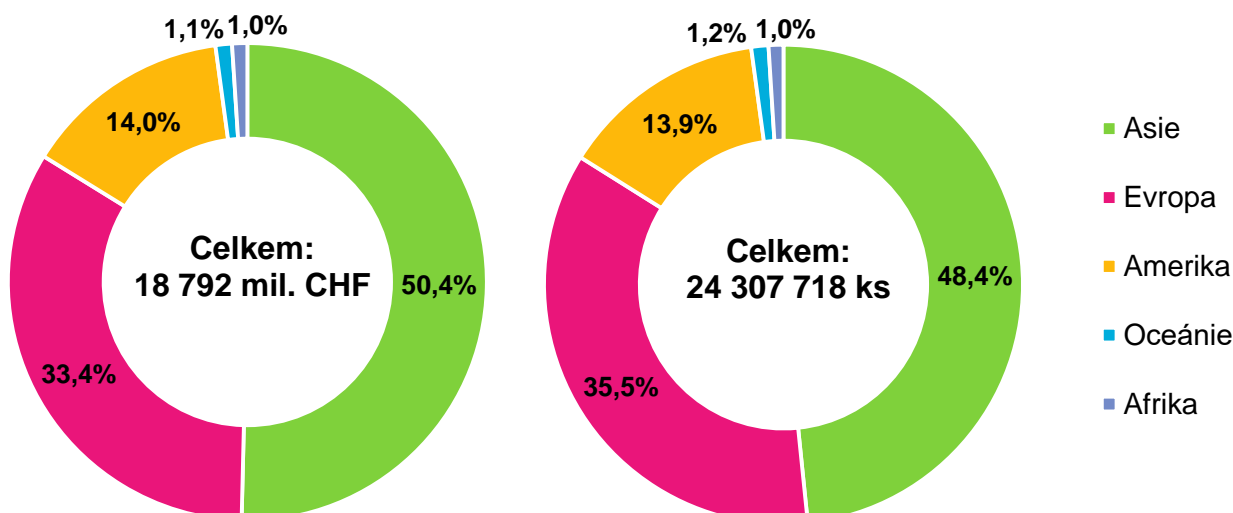
Export švýcarského hodinářství (kam se počítají jak hodinky, tak i samotné strojky, které představují objem ve stovkách milionů švýcarských franků) dosáhl v roce 2017 necelých 20 miliard CHF (oproti roku 2016 to představovalo 2,7% nárůst), z čehož polovina směřovala do Asie a třetina do Evropy (z toho EU zhruba 90 %).

Celkový export švýcarského hodinářství v roce 2017

Zdroj: [Federation of Swiss Watch Industry FH](http://www.federationofswisswatchindustry.com)

V případě samotných náramkových hodinek se jedná o trh čítající 24,3 milionů kusů v hodnotě 18,8 miliard švýcarských franků. Do Asie směřuje téměř polovina všech švýcarských hodinek (48,4 %), ale s vyšší hodnotou (50,4 % z celku) než je tomu u Evropy, kam směřuje 35,5 % všech kusů, ale jen v hodnotě 33,4 %.

Podíl exportu švýcarských náramkových hodinek v roce 2017 (dle hodnoty a počtu)

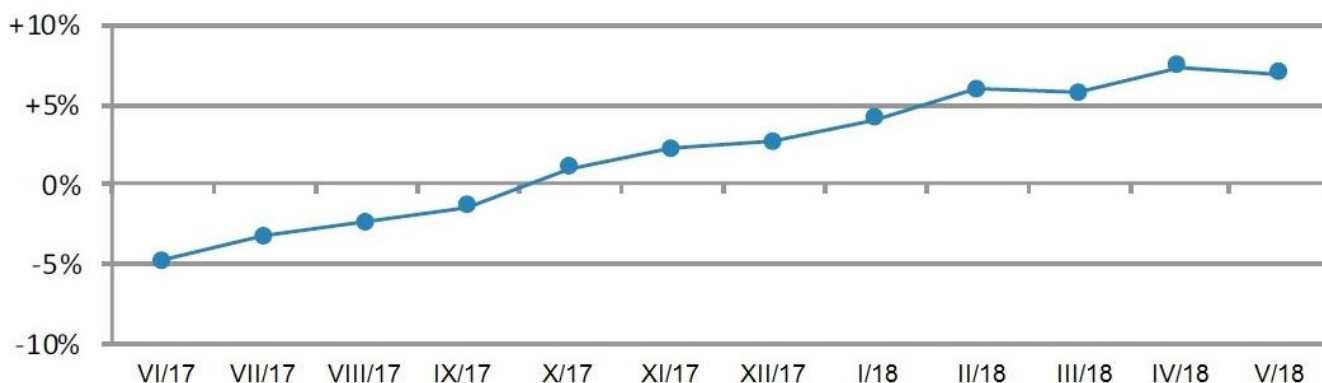


Zdroj: Federation of Swiss Watch Industry FH

Trh se švýcarskými hodinkami zažíval krušné chvíle, zvláště mezi roky 2015 a 2016, kdy hodnota objemu náramkových hodinek poklesla o 10 %. Svůj podíl na tom měly snížené prodeje významných trhů švýcarských hodinek hlavně u čínských obyvatel a v Hong Kongu (společně s USA tři nejvýznamnější trhy dosahující třetiny celkových prodejů) a některých velkých evropských trzích jako třeba Itálie, Německo a Francie. A v neposlední řadě to ovlivnilo i ukončení intervencí švýcarskou národní bankou (viz níže).

Zažehnání světové hospodářské krize a nastartovaný ekonomický růst pomohl i trhu se švýcarskými hodinkami, který v peněžním vyjádření zaznamenal 3% nárůst (i při 4% poklesu počtu prodaných hodinek, který byl hlavně u levnějších kusů – ty dražší naopak zaznamenaly nárůst). Nejnovější čísla z prodejů roku 2018 napovídají, že nárůst prodejů bude ve zvýšené míře pokračovat i v letošním roce.

Vývoj exportu švýcarských hodinek za poslední rok

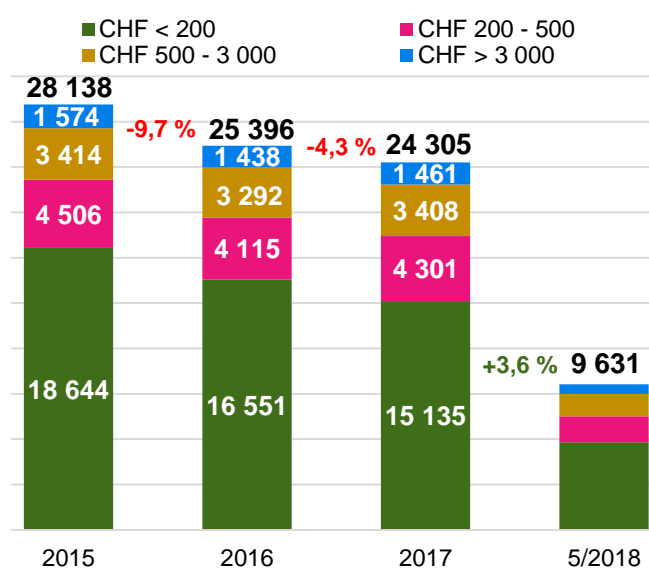
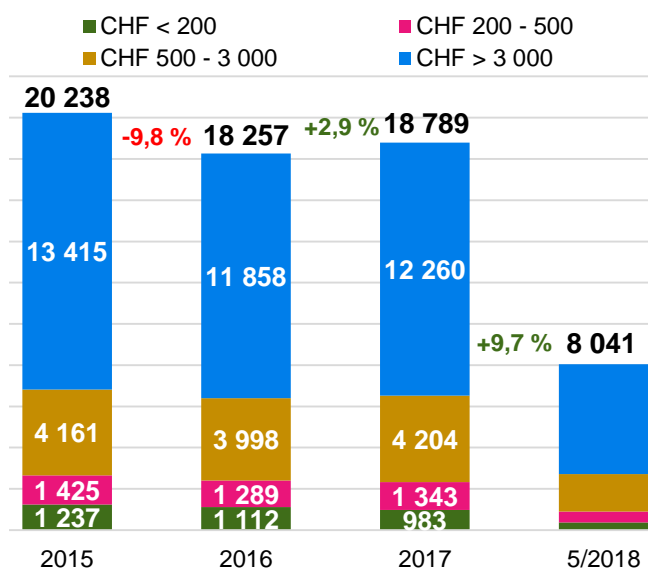


Zdroj: [Federation of Swiss Watch Industry FH](#); meziměsíční změny

Páteří prodeje (co do počtu) tvoří hodinky „nejlevnější“ do 200 CHF, jejich prodeje však v posledních letech klesaly, dokonce i v roce 2017, kdy už ostatní kategorie zaznamenaly růst. Hlavní objem hodnoty prodejů však tvoří hodinky s cenou nad 3 000 švýcarských franků (v roce 2017 ve výši 12,3 miliard CHF, což představovalo zhruba 3,5% nárůst oproti předchozímu roku).

Export švýcarských hodinek v cenových kategoriích (dle hodnoty; mil. CHF)

(dle počtu; mil. ks)

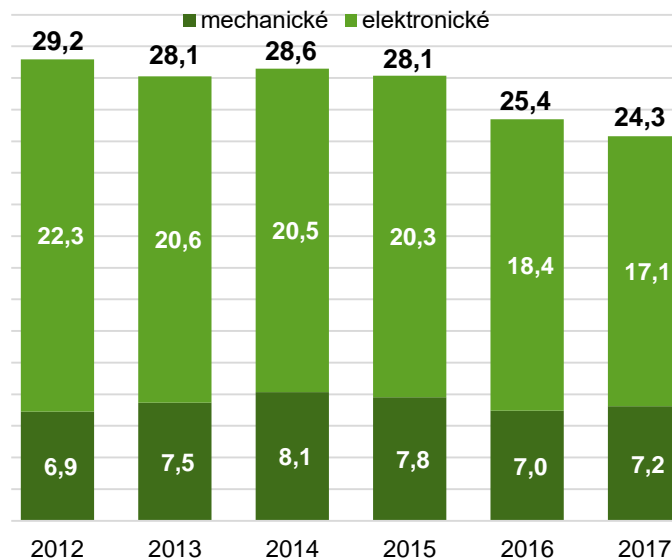
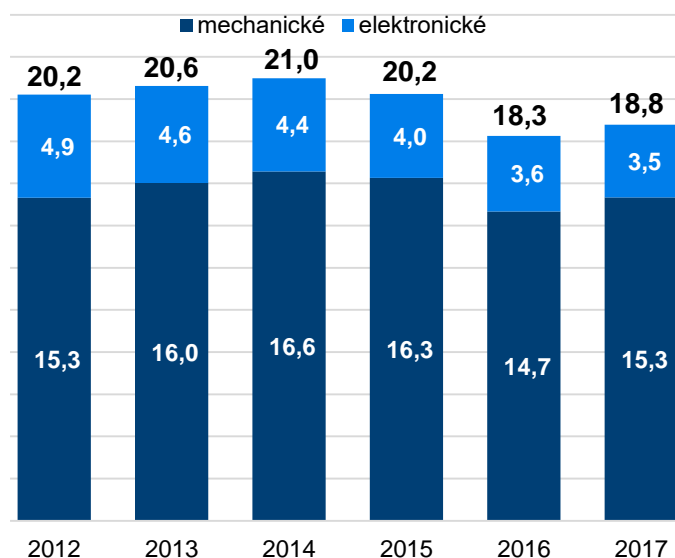


Zdroj: Federation of Swiss Watch Industry FH; meziroční změny (v případě roku 2018 za prvních 5 měsíců oproti stejnému období roku 2017)

Nejlevnější hodinky bývají osazeny elektronickými (quartz) strojky, proto i jejich počet dominuje v počtu prodaných hodinek. Dlouhodobě dochází k poklesu jejich počtu (s největším propadem v roce 2016). U hodinek osazených mechanickými strojky zaznamenal prodej ve světě v roce 2017 nárůst jak v počtu, tak i v hodnotě samotného prodeje.

Export švýcarských náramkových hodinek (dle hodnoty; mld. CHF)

(dle počtu; mil. ks)



Zdroj: Federation of Swiss Watch Industry FH

Švýcarské hodinky a strojky jsou prakticky celosvětový pojem a vyvážejí se do mnoha zemí. Vývoj exportu produktů švýcarského hodinkářství je tak závislý nejen na vývoji jednotlivých ekonomik a kupní síly jejich obyvatel (kde asijské státy zaznamenaly v roce 2017 významné nárůsty prodejů – Čína o 18,8 % na hodnotu 1,54 mld. CHF nebo i některé evropské státy – Nizozemsko + 17,7 %), ale i na vývoji švýcarského franku. Exportu hodně pomáhaly intervence švýcarské centrální banky (od roku 2011) a tedy cílené oslabování švýcarského franku. Dobře je to patrné na vývoji kurzu eura a švýcarského franku, kdy euro se několik let až do začátku roku 2015 pohybovalo nad úrovní 1,2 eura za CHF.

Švýcarská národní banka však na začátku roku 2015 ukončila třileté období intervencí. Po uvolnění kurzu začal švýcarský frank prudce posilovat (v případě eura o více jak 20 %) a dostal se dokonce pod úroveň jednoho eura za frank. Poté začalo docházet k postupnému oslabování měny. V půli června se kurz eura pohybuje nad úrovní 1,15 za švýcarský frank. Toto posílení mělo samozřejmě velký vliv na švýcarské exportéry a jejich zboží, které pro zahraniční zájemce prudce podražilo.

Vývoj kurzu eura za švýcarský frank



Zdroj: ECB

3. Specifikace trhu s luxusními hodinkami

Určitou známkou kvality a zkušeností v daném byznysu je i přehled a zastoupení jednotlivých značek pro jejich distribuci na českém trhu. Získat možnost zastupovat luxusní značky je totiž běh na dlouhou trať a získá ho jen pár vyvolených. Business s hodinkami je totiž hlavně o vztazích, které se dlouho budují. Často jde o podniky, které patří/ly rodinné firmě nebo koncernu, který si zakládá na dobrém jméně značky. Zde se nabízí určitá paralela s prodejem luxusních aut, které se také neprodávají na každém rohu a na některé velmi žádané modely v limitované edici (auta i hodinky) se dělají pořadníky a čekací doba může být dlouhá.

4. Český trh s hodinkami

Na českém trhu s hodinkami působí několik druhů subjektů. Jednak to jsou velkoobchodníci, jež dovážejí hodinky do ČR a zde je dodávají maloobchodníkům. U luxusních hodinek se zpravidla jedná o výhradní distributory / dovozce, kteří mohou dodávat hodinky na český trh jako jediní. Velkoobchodníci zpravidla své hodinky rovněž prodávají konečným zákazníkům skrze svoji maloobchodní distribuci (online obchod, maloobchodní prodejna, dceřiná společnost).

Druhým segmentem jsou pak maloobchodní prodejci. Ty lze rozdělit podle toho, zda se zabývají prodejem luxusních (často autorizovaní prodejci dané značky), módních či levnějších hodinek. Dále podle toho, zda se specializují na prodej pouze hodinek, nebo jestli prodávají i další doplňky (šperky a klenoty) – těch je většina. Někteří prodejci své hodinky i vyrábějí (česká značka Prim).

Tomáš Kozelský, Radek Novák

+420 956 718 013

EU Office / Knowledge Centre

Ekonomické a strategické analýzy

EU OFFICE / KNOWLEDGE CENTRE, Ekonomické a strategické analýzy

Česká spořitelna, a.s.

Budějovická 1518/13b, 140 00 Praha 4

e-mail: eu_office@csas.cz

Tomáš Kozelský

e-mail: tkozelsky@csas.cz

tel: +420 956 718 013

Tereza Hrtúsová

e-mail: thrtusova@csas.cz

tel: +420 956 718 012

Radek Novák

e-mail: radeknovak@csas.cz

tel: +420 956 718 015