



IDEX

www.idexonline.ru
www.njt.ru/index/

magazine

INCORPORATING MAZAL U'BRACHA

**НЕСМОТРЯ
НА СНИЖЕНИЕ ДОЛИ
НА РЫНКЕ,
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
АМЕРИКАНСКАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ РОЗНИЦА
СОХРАНЯЕТ
СВОИ ПОЗИЦИИ**

КЕН ГАССМАН



Хотя американские специализированные ювелиры теряют свою долю на рынке, означает ли это, что типичный американский ювелирный магазин идет по пути динозавров? Означает ли это, что через несколько лет специализированные ювелирные магазины вообще исчезнут?

Учитывая массовую консолидацию в розничной торговле – центры розничной продажи бытовой электроники, предприятия по торговле канцелярскими товарами, магазины с товарами для домашних животных... список можно продолжать и дальше – возникает вопрос: есть ли там место для независимых специализированных ювелирных магазинов?

Анализ каналов розничных продаж специализированных ювелиров – это розничные торговцы, включая сети и независимых продавцов,

которые торгуют ювелирными изделиями, – выявил некоторые интересные факты. С финансовой точки зрения они таковы:

- Продажа ювелирных изделий через специализированный розничный канал на рынке США сохранилась на уровне \$30 миллиардов в последнее десятилетие.
- Производство ювелирных украшений и часов в США выросло с \$64 до \$77 миллиардов за последние 10 лет и увеличилось на 20%.
- Количество специализированных ювелирных магазинов за 10 лет сократилось с 23 800 до 20 700 к 2016 году – примерно на 13%.
- Продажи в специализированных ювелирных магазинах в расчете на один магазин выросли на 40% за последнее десятилетие.



Производство ювелирных украшений и часов в США выросло с \$64 до \$77 миллиардов за последние 10 лет и увеличилось на 20%.

Что на самом деле означают эти статистические данные? Во-первых, хотя совокупные продажи специализированного ювелирного ретейла не изменились, эта группа ретейлеров теряет долю на рынке из-за быстрого роста продаж через нетрадиционные розничные каналы. Имеются в виду по большей части многоканальные ретейлеры, такие как Walmart, Costco, J.C. Penney и другие, а также онлайн-продавцы.

Во-вторых, несмотря на значительное снижение количества специализированных ювелирных магазинов, ювелирные продажи через этот канал остаются статичными – и это признак того, что на рынке есть спрос на ювелирные изделия, которые продают именно независимые магазины и ювелиры.

И, в-третьих, в результате роста продаж в расчете на один ювелирный магазин многие

специализированные ювелиры получают прибыль от экономии на масштабе.

Специализированные ювелиры потеряли критическую долю рынка

Нет сомнений, что категория специализированной ювелирной розницы теряет свою долю рынка. С 1970-х годов специализированные ювелиры – те торговцы, включая сети и независимых участников рынка, которые занимаются продажей ювелирных изделий, – отдали рыночную долю многоканальным продавцам, таким как Walmart, J.C. Penney, Costco и другим, как показано на графике ниже.

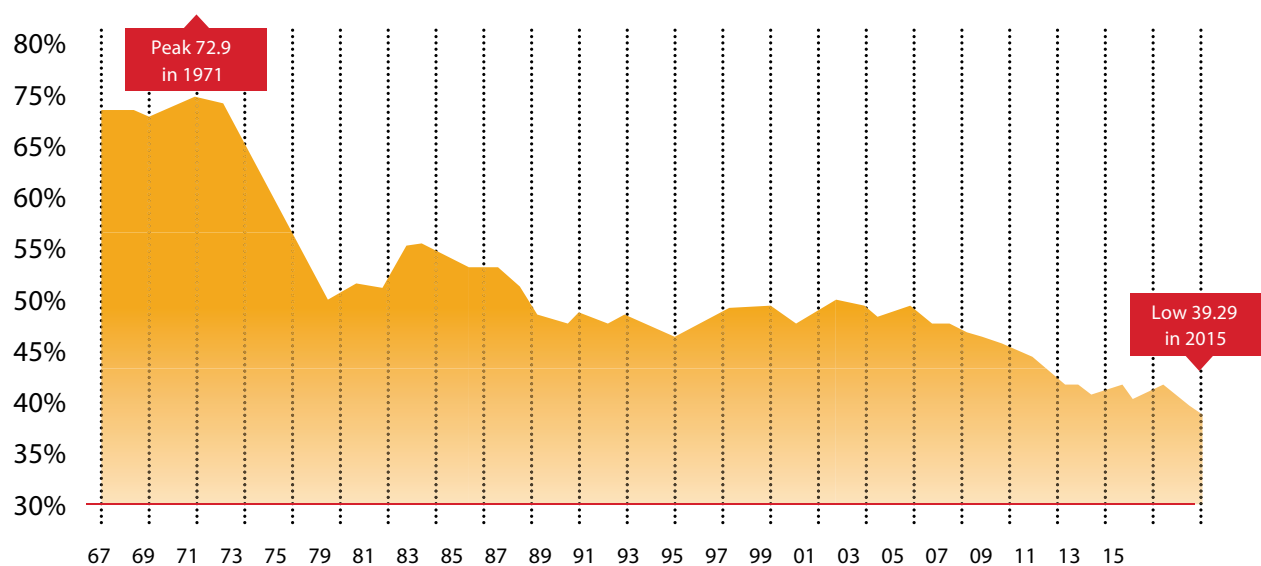
В 1971 году специализированные ювелиры продали 73% всех ювелирных изделий, купленных американскими потребителями. К 2015-му их рыночная доля упала до 40%.



Рыночная доля специализированных ювелиров

Продажи специализированных ювелиров относительно ровные

Объем продаж американских специализированных ювелиров, включая сети, находится примерно на одном уровне – около \$30 миллиардов, как это было и 10 лет назад – в 2006-м, что видно на графике ниже.



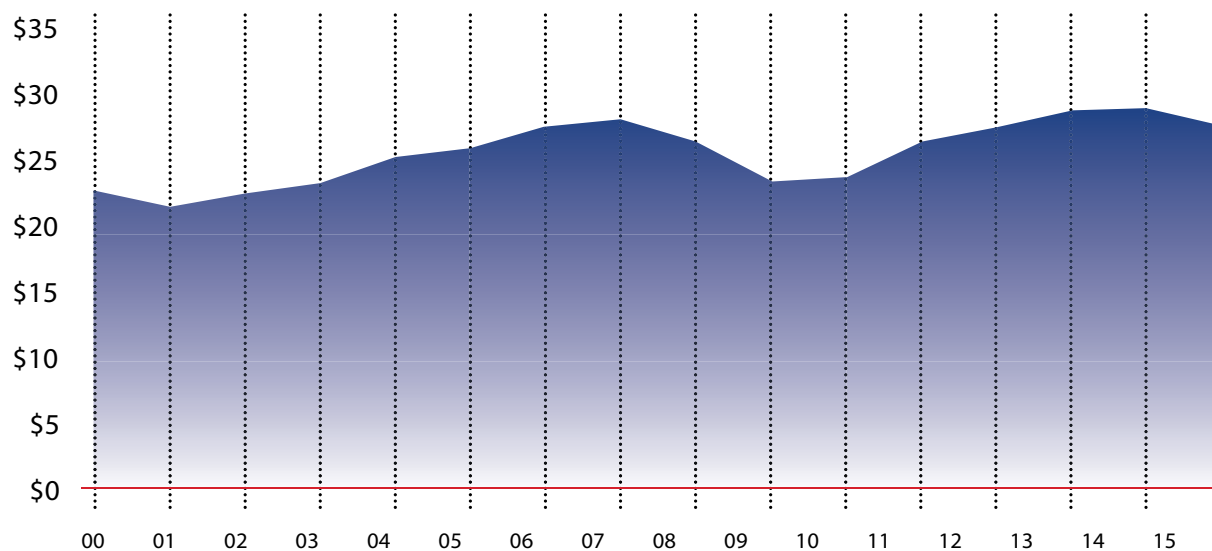


**Общий объем продаж
ювелирных изделий
американским
потребителям вырос
с \$64 до \$77 миллиардов
с 2006 по 2016 год.**

Ежегодные продажи специализированных ювелиров

Общий объем продаж ювелирных изделий в США вырос

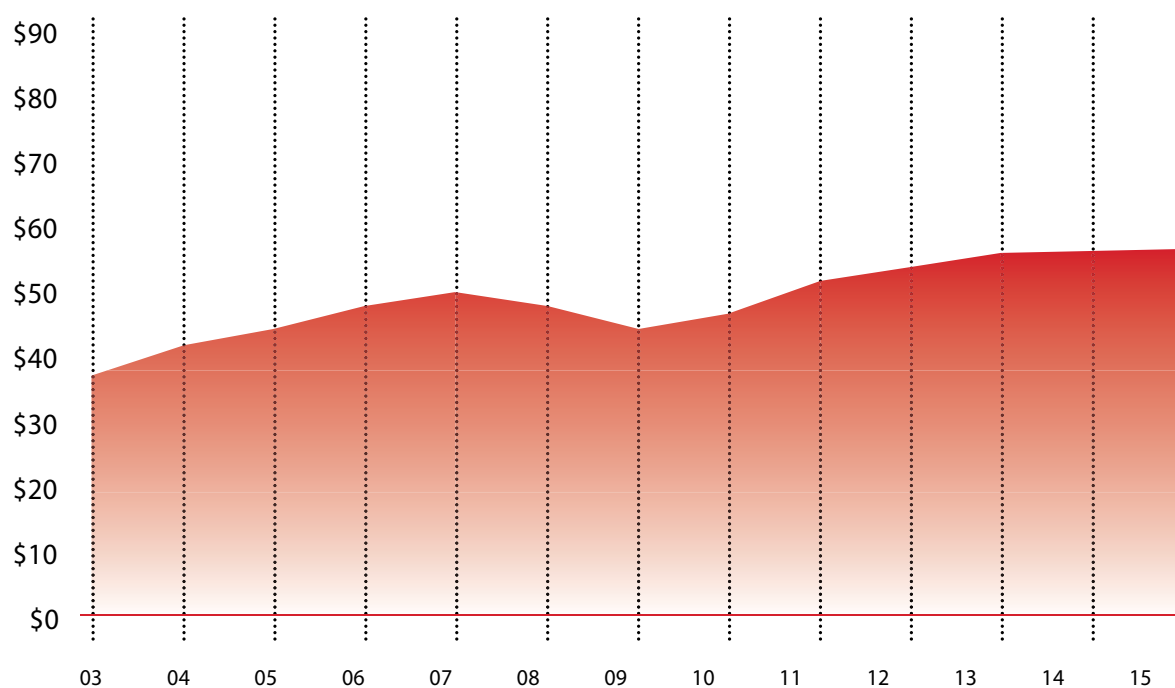
В то же время общий объем продаж ювелирных изделий американским потребителям вырос с \$64 до \$77 миллиардов за тот же десятилетний период, как показано на графике внизу.



На самом пике в конце 1980-х годов в Америке было более 31 000 специализированных ювелирных магазинов. Таким образом, за три десятилетия индустрия потеряла треть магазинов розничной торговли.



Ежегодные продажи ювелирных украшений и часов – Американский рынок





Прибыль специализированных ювелиров стабильная

Многие специализированные ювелиры из нашей выборки справедливо спрашивали, нельзя ли цифры сложить, учитывая, что их продажи растут и прибыль стабильная. Есть простой ответ на их скептицизм: так как большое количество специализированных ювелирных магазинов закрывается, остается мало магазинов, разделяющих оставшиеся ювелирные продажи через этот канал. Поэтому продажи в расчете на один ювелирный магазин выросли и прибыли являются стабильными – в основном благодаря экономии на масштабе.

Совет по ювелирной торговле (The Jewelers Board of Trad) сообщает, что количество действующих ювелирных магазинов на рынке США

сократилось с 23 778 в 2006 году до 20 666 к концу первой половины 2016 года, потери составляют более 300 магазинов в год. В конце 1980-х в Америке было более 31 000 специализированных ювелирных магазинов. Таким образом, за три десятилетия индустрия потеряла треть магазинов розничной торговли.

В течение многих лет экономическая модель большинства специализированных ювелирных магазинов предусматривала продажи на \$1 миллион в расчете на один магазин. Ювелиры Америки сообщили, что годовой объем продаж среднего ювелирного магазина в начале прошлого десятилетия составлял от \$ 900 000 до \$ 1 миллиона. Однако из-за целого ряда факторов – в основном из-за закрытия многих магазинов – типичный американский специализированный ювелирный магазин продает сегодня товары на \$1,4 миллиона, по сообщению Департамента торговли.



Это резкое увеличение продаж – на 40% в расчете на один ювелирный магазин.

К счастью, многие ювелирные магазины сохранили низкие расходы, и в то же время продажи выросли. В результате прибыль осталась твердой, а в некоторых случаях даже выросла.

Приведенный ниже график иллюстрирует последние тенденции продаж в расчете на один специализированный магазин США, он основан на данных Министерства торговли США и Ювелиров Америки.

Цифры Министерства торговли показывают, что средние продажи одного ювелирного магазина составляют более \$1,4 миллиона, другие органы озвучивают похожие цифры и тренды.

■ Исследование обзора «Стоимость ведения бизнеса» (Cost of Doing Business Survey) организации Ювелиры Америки (Jewelers of America, JA) показывает, что средние продажи одного магазина составляли около \$1,2 миллиона в 2015 году, они выросли на 20% в течение 5 лет. Выборка Ювелиров Америки смещена в сторону мелких независимых ретейлеров.

■ Обзор JA также сообщает, что в этой выборке продажи в ювелирных сетях были очень высокими и составили \$3,8 миллиона в расчете на один магазин в 2015-м. Но мы отдаем себе отчет в том, что выборка включает и несколько очень крупных сетевых магазинов.

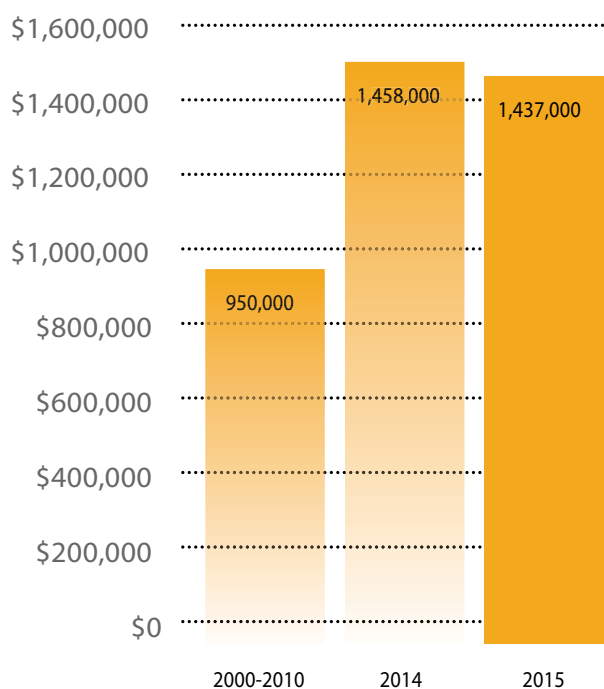
■ Компания Signet Jewelers, которая работает с различными брендами, включая Kay и Zale, раскрывает следующие данные

Вот несколько советов для всей цепочки ювелирной сети.

- Производителям и поставщикам: хотя совокупные продажи в специализированном ювелирном канале статичны, он все равно остается чрезвычайно важным. Не пренебрегайте им.
- Владелец специализированных ювелирных магазинов: держитесь как можно дольше. Если ваши конкуренты уйдут из бизнеса, вы получите их долю рынка. Если вы сможете сократить расходы, ваша прибыль значительно увеличится.

Хотя сфера этого исследования не выходит за рамки финансового анализа, важно отметить, что демографические сдвиги и изменения вкусов и потребностей клиентов также будут способствовать долгосрочному процветанию специализированных ювелирных магазинов.

Специализированные ювелиры – продажи в расчете на один магазин



о продажах в расчете на один ювелирный магазин в 2015 году:

Kay – \$2,2 миллиона;

Jared – \$4,7 миллиона;

Regionals – \$1,3 миллиона;

Zale's – \$1,5 миллиона;

Regionals (in Zale) – \$1,4 миллиона.

Резюме

Короче говоря, те специализированные ювелирные магазины, которые остаются в бизнесе, будут хорошо работать, пока следят за затратами, производя продажи.

Делать предсказания на долгое время – дело сложное и не всегда разумное, но мы верим, что специализированные ювелирные магазины имеют устойчивое ближайшее будущее – десятилетие или больше – на ювелирном рынке США с финансовой точки зрения.