

Компания Swatch семь раз отмеряет и пока не отрезает | Swatch is being cautious as ever

Автор: Юлия Климова, [Биль](#), 03.07.2014.



Часы будущего

В эпоху современных технологий к «умным» телефонам — смартфонам — совсем недавно присоединился и «умные часы». Такие уже выпустили компании Samsung Electronics Co., Sony Corp. и LG Electronics Inc. в 2013 году, а в этом году Google представил еще и «умные» очки — Google glass.

| In the era of modern technologies, smartwatch have recently joined the team of smartphones. Samsung Electronics Co., Sony Corp. и LG Electronics Inc. already produced such products in 2014, and this year Google has unveiled its Google glass. Meanwhile, Swatch is not intending to join them, waiting for the market response.

Swatch is being cautious as ever

Любители новых технологий во всем мире ожидают, что и другие компании, в том числе Apple Inc. и Swatch, присоединятся к гонке по созданию этих продвинутых технологических гаджетов для запястья. Однако стало известно, что швейцарская часовая группа компаний Swatch Group AG не собирается участвовать в соревновании. Об этом заявил ее глава Ник Хайек в интервью Bloomberg на прошлой неделе.

Что же такое «умные» часы? Smartwatch — это общепринятое название часов, обладающих высокотехнологичными функциями. Например, они способны передавать и получать информацию и принимать телефонные звонки. Таких моделей Swatch пока не выпускает, хотя в некоторых из часов фирмы разрабатываются встроенные функции Bluetooth.

Сам Ник Хайек назвал «умными» часы своих фирм Breguet и Blancpain, стоимость которых превышает \$100 000, аргументировав тем, что носящий их «производит впечатление умного человека».

Ник Хайек заверил, что в планы компании Swatch не входит борьба за лидерство в сфере «умных» часов, вместо этого он предпочитает дожидаться реакции покупателей. Господин Хайек несколько скептически смотрит на потенциальный успех недавно появившегося гаджета. Давая интервью в своем кабинете в Биле, с двумя часами на запястьях и старенькой моделью телефона Nokia в кармане, глава Swatch выразил сомнение в том, что подобный аксессуар сможет полностью заменить традиционные часы. По его словам, все больше фирм проявляют интерес к опыту сотрудников Swatch в сфере технологий для smartwatch, но сам он не может закрыть глаза на недостатки концепции, такие как маленький экран, необходимость подзарядки батареи и неудобства при использовании часов одной рукой. Кроме того, Хайек не считает, что покупатели смогут ограничиться единственным гаджетом, так как никто не носит одни и те же вещи «и на пляж, и в оперу».

При этом Ник Хайек уверен, что у его компании уже есть все необходимые технологии для создания «умных» часов. Однако, вместо того, чтобы самостоятельно их выпускать, он рассчитывает продавать отдельные компоненты другим фирмам, тихо и без огласки получая прибыль от индустрии, потенциал которой специалисты оценивают в 62 миллиарда долларов. Если верить оптимистичным прогнозам компании Kepler Cheuvreux, предоставление частей для smartwatch могут повысить продажи Swatch до 200 миллионов швейцарских франков.

В технических возможностях компании трудно усомниться, ведь за плечами Swatch многолетний опыт технологических разработок, достаточно назвать такие тонкие батарейки, что их можно согнуть, или часы с функцией touch-screen, которые компания выпускает под брендом Tissot с 1999 года.

Тем не менее, опасения г-на Хайека, даже при наличии опыта и возможностей, можно понять, ведь в прошлом его фирма уже поплатилась за попытки «бежать впереди паровоза»: на складах до сих пор хранятся не распроданные с 1991 года пейджеры. Кроме того, еще свежи воспоминания о неудавшейся, хоть и крайне амбициозной попытке совместной работы с Microsoft над созданием громоздких часов, которые могли получать сообщения и сохранять заметки, а также показывать новости, погоду и гороскоп в 2004 году.

Надо заметить, что многие аналитики с пониманием относятся к решению Хайека не спешить: Жан-Поль Джекедьманн, директор по инвестициям банка Bonhote & Cie. в Невшателе полагает, что как только рынок разовьется, Swatch войдет в него на полной скорости. При этом он отмечает, что пока компания «сидит на двух стульях», чтобы минимизировать риски. Аналитик из банка Vontobel AG в Цюрихе уверен, что Swatch дождется выхода продукции Apple, прежде чем решит к ней присоединиться, несмотря на то, что все ожидают от этих двух компаний совместный продукт.

Другие, наоборот, считают, что промедление со стороны Swatch в данном случае если и не подобно смерти, то грозит риском упустить счастливую возможность. Глава хедж-фонда Trimax Capital AG в Цюрихе напоминает о том, как многие швейцарские часовщики недооценили потенциал кварцевых часов на батарейках в 1970-х годах, вследствие чего многие не выдержали конкуренции и ушли с рынка. Он обеспокоен тем, что Swatch может загнать себя в подобную ситуацию. В случае, если его аналогия окажется верной, наибольшему риску подвергнутся менее дорогие марки группы компаний, такие, как и сам бренд Swatch.

В этом году поставки нательных гаджетов, к которым относятся «умные» очки и часы, составили 19 миллионов штук. При этом аналитики компании IDC ожидают, что это число вырастет до 112 миллионов уже в 2018 году.

Несмотря на предостережения, Ник Хайек сохраняет спокойствие и считает, что торопиться некуда: «Smartwatch могут открыть для нас новые возможности, но нет нужды спешить и создавать рынок там, где его нет».

[налоги](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/17851>