

Deloitte Insights

April 2025



Deloitte Weekend Brunch 02

2025 글로벌 시계 트렌드: 빠르게 성장하는 시계 리셀 시장

Deloitte Global

Deloitte.

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play



'딜로이트 인사이트' 앱에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

목차

01. 핵심 내용	03
02. 리셀과 CPO가 이끄는 시계 산업의 변화	05
03. 네오 빈티지 시계의 부상	14
04. 리셀 시장에 눈을 돌리는 소비자	18
05. 다층화되는 판매자	26
06. 변화하는 시계 리셀시장	30

01. 핵심 내용

✔ 중고 시계 시장, 10년 내 기존 신제품 시장 규모 근접할 것으로 예상

시계 리셀 시장은 코로나 기간 급성장한 이후 최근 다소 안정세를 보이고 있지만, 여전히 기존 신제품 시장보다 높은 수준의 성장세를 유지하고 있다. 딜로이트는 향후 10년 내 시계 리셀 시장이 기존 시장과 비슷한 규모로 성장할 것으로 전망한다.

✔ 중고 시계, 소비 트렌드로 자리잡다

2020년 이후 중고 시계 구매에 대한 전 세계 소비자들의 관심은 두 배로 증가한 반면, 관심이 없다고 응답한 소비자는 절반으로 줄었다. 시계 리셀 시장은 지리적·인구통계학적 측면에서 더욱 폭넓게 자리 잡고 있다.

✔ 빈티지·네오 빈티지 시계의 유행

희귀한 빈티지 시계에 대한 선호도가 높아지고 있다. 소비자들은 빈티지 감성과 현대 기술이 결합된 네오 빈티지 시계를 선호하며, 젠더리스 빈티지 시계는 Z세대와 여성 소비자들 사이에서 트렌드로 자리잡고 있다. 장인정신과 희소성을 앞세운 독립 브랜드의 인기 또한 점점 높아지고 있다.

✔ 신뢰를 더한 시계 리셀 시장의 진화

최근 투명성과 인증 절차가 강화되면서 시계 리셀 시장에 대한 신뢰가 높아지고, 소비자들도 보다 안심하고 구매하는 추세다. 중고 인증(Certified Pre-Owned, 이하 CPO) 시계는 제조업체 또는 공인 소매업체의 엄격한 검사, 서비스 및 인증을 거친 제품으로, 소비자는 신뢰를 바탕으로 한 '안심 구매'를 위해 프리미엄을 지불한다.

✔ 소비자 5명 중 1명은 시계를 투자 수단으로 인식

시계를 투자 목적으로 구매하는 소비자가 전체의 약 20%를 차지한다. 기술적 우수성과 역사적 가치를 중시하는 수집가들이 늘어나면서, 시계는 시간이 지나도 가치가 유지되는 투자 자산으로 주목받고 있다.

✔ 시계 시장의 새로운 축, CPO 시장

점점 더 많은 브랜드가 기존 시장을 전략적으로 보완하기 위해 CPO 시장에 진출하고 있다. ▲빈티지 시계 사업 진입 ▲ 브랜드 헤리티지 강조 ▲트레이드인 솔루션 제안 ▲리셀러와의 협업 ▲시계 인증 과정을 통해 더 신뢰할 수 있는 시장 조성 등 다양한 방식이 활용되고 있다. 이제 CPO 시장은 기존 신제품 시장과 분리해 생각할 수 없는 영역이다.

✔ CPO 시장 진출 방식의 다양성과 전략적 선택지

브랜드와 기업이 CPO 시장에 진입하는 방식은 다양하다. ① CPO 시계를 직접 매입해 운영(1P, 재고 기반 모델)하거나, ② 제3자의 재고를 위탁 받아 판매(2P, 위탁 모델)하거나, ③ 마켓플레이스 운영(3P, 연결 모델)의 선택지가 있다. 각 방식은 리스크와 수익 구조가 다르며, 이에 따른 전략적 판단이 필요하다.

2025 글로벌 시계 트렌드 조사 개요

- ✓ **조사 기간:** 2020년 8월 ~ 2024년 9월
- ✓ **조사 방식:** 매년 온라인 설문조사 및 업계 전문가 인터뷰
- ✓ **조사 대상:** 스위스 및 주요 수출 시장(중국, 프랑스, 독일, 홍콩, 인도, 이탈리아, 일본, 싱가포르, 아랍에미리트, 영국, 미국)의 6,000명 이상 소비자



02. 리셀과 CPO가 이끄는 시계 산업의 변화

최근 몇 년간 시계 산업은 소비자 선호도의 변화와 디지털 마켓플레이스의 급속한 발전에 힘입어 뚜렷한 변화를 겪고 있다. 딜로이트는 지난 10년간 이러한 흐름을 분석해왔으며, 이번 리포트는 시계 애호가와 수집가의 소비 방식을 바꾸고 있는 시계 리셀 시장을 조명한다. 시계 리셀 시장을 처음 다룬 2020년 당시 업계 경영진은 이 시장을 "차세대 핵심 분야"로 평가했다. 당시 소비자 5명 중 1명이 향후 중고 명품 시계를 구매를 고려하고 있다고 응답하였으며, 디지털 채널·온라인 경매·명품 중고 시계 전용 매장을 통한 거래 확대에 이 비중은 점차 증가할 것으로 예상했다.

본 리포트는 이와 같은 트렌드가 실제로 어떻게 전개됐는지 살펴보고, 제조사가 중고 시계를 점검 및 보증하는 CPO 시장에 대해 중점적으로 다룬다. 구매자·판매자·중개인 등 다양한 시각에서 시장을 분석하였으며, 빈티지 및 한정판 시계에 대한 선호 확산 등 주요 트렌드를 살펴본다.

나아가 이러한 트렌드를 통해 소비자 행동과 시장 역학을 면밀히 들여다보고, 빠르게 변화하는 스위스 시계 산업 속 이해관계자들이 직면한 기회와 과제를 알아본다. 아울러, 시계 리셀 시장의 경제적 의미는 물론 시계가 소유자에게 불러일으키는 정서적 유대감에도 주목했다.



Tim Strake

크로노24(Chrono24, 이하 크로노24) 창립자 겸 회장

"시계 리셀 시장에는 가격에 민감한 소비자, 투자자, 플리퍼(Flipper, 이하 플리퍼)*, 수집가, 지위 과시형 소비자 등 다양한 유형이 있습니다. 그러나 지난 12~18개월 사이 시계 가격이 급락하며, 투자자와 플리퍼의 비중은 CPO 시장에서 눈에 띄게 줄어들고 있습니다."

*플리퍼(Flipper): 급등하는 시장에서 단기 수익을 노리는 젊고 디지털에 능한 투자자들을 의미



이미지 출처: Chrono24 Collectors event @the Rickey, NY. Photo courtesy of Chrono24.

시계 리셀 시장 개요

팬데믹으로 인한 호황에서 침체, 안정화까지

최근 몇 년간 시계 리셀 시장은 다소 불안정한 흐름을 보여왔다. 이는 시장 내부 요인뿐만 아니라 팬데믹 같은 외부 요인에도 영향을 받은 결과다.

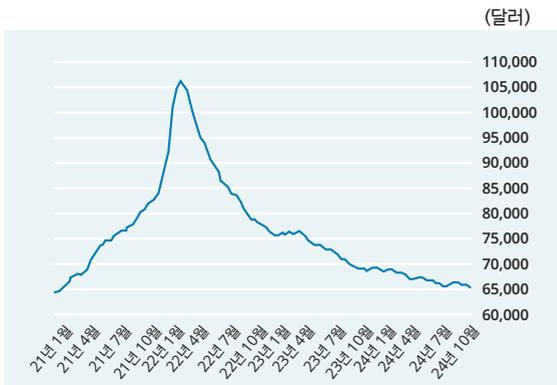
다른 산업과 마찬가지로 각국 정부의 팬데믹 대응 조치는 시계 리셀 시장의 호황으로 이어졌다. 팬데믹으로 인해 신규 시계 공급이 줄고 대기 수요는 늘었으며, 오프라인 매장은 문을 닫았다. 반면 명품 시계 리셀 시장은 온라인 판매를 중심으로 성장이 뚜렷했고, 이에 따라 2021년부터 가격이 급등하기 시작했다(그림 1 참조).

호황 이후에는 예상된 조정이 따라왔다. 그러나 초기 가파르던 하락세는 2024년 안정세를 되찾았으며, 여전히 시장은 팬데믹 이전 수준을 약간 상회하는 수준에서 유지되고 있다.

리셀 시장에서 10대 브랜드의 60개 시계 가격을 추적하는 워치차트(WatchCharts) 종합 시장 지수는 지난 2년간 16.4% 하락했지만 2024년부터 6월부터 9월까지 0.6% 하락에 그쳤다. 그러나 2021년 1월 1일 지수 산출 이후로는 1.5% 상승한 상태다.¹ 2년 반에 걸친 하락세 이후의 안정화 추세는 시계 리셀 시장에서 거래액 기준으로 가장 많이 거래된 50개 모델을 추적하는 블룸버그 서브다이얼 인덱스(Bloomberg Subdial Index)와², 가장 많이 거래된 상위 100개 시계 모델을 기반으로 한 워스트체크 100 지수(Wristcheck 100 Index)에서도 유사하게 나타났다.³

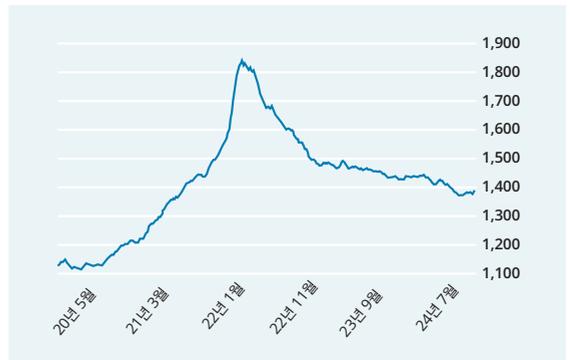
이러한 시장 흐름은 그림 2에 제시된 지난 5년간의 크로노펄스(ChronoPulse) 시장 지수를 통해서도 확인할 수 있다. 지표에 따르면 시장은 안정세에 접어든 반면, 가격은 여전히 2020년 수준을 상회하고 있다.

그림 1. 중고 시계 가격 추이(종합 시장 지수)



출처: 워치차트(WatchCharts) 분석

그림 2. 2020~2024년 크로노펄스(ChronoPulse) 시장 지수



출처: 크로노펄스(ChronoPulse Watch Index)



Brian Duffy
스위스 시계 그룹(The Watches of Switzerland Group) CEO

"중고 시계를 성공적으로 보상 판매하려면 신뢰, 가격, 속도라는 세 가지 중요한 요소가 뒷받침되어야 합니다."



이미지 출처: Pont Collection showroom in Geneva, Switzerland. Photo courtesy of Pont Collection.

오메가·롤렉스 등 리셀 시장서 5년간 견조한 성장세 보여

일부 브랜드의 지난 5년간 중고 시계 가격 추이를 보면, 팬데믹 이전부터 시장 전반에 꾸준한 성장 흐름이 이어져 왔음을 알 수 있다. 워치차트 지수에 따르면, 오메가(Omega)와 롤렉스(Rolux)는 각각 17.5%, 20.6%의 큰 가격 상승률을 보였다. 오데마 피게(Audemars Piguet)와 파텍 필립(Patek Philippe)은 이보다 더 높은 가격 상승세를 보이며, 각각 61.8%, 62.2% 상승했다.⁴

경매 매출 또한 시계 리셀 시장의 성장세를 보여준다.⁵ 2024년 10월과 11월에 진행된 제네바 경매에서 총 매출은 전년 대비 26.7% 증가한 총 1억 1,419만 달러(한화 1,518억 원)를 기록했다. 2024년 6월 뉴욕 경매 역시 전년 대비 9.8% 증가한 총 5,227만 달러(한화 695억 원)의 매출을 달성해 견고한 성장세를 보였다.⁶



Laurent Pont

폰티 컬렉션(Ponti Collection) 창립자

우리는 2001년 부티크를 연 이후로 품질·서비스·투명성에 대한 철학을 변함없이 지켜오고 있습니다. CPO의 핵심은 신뢰이며, 신뢰를 바탕으로 장거리 거래와 같은 예외적인 상황에서도 안정적인 거래가 가능했습니다.”



이미지 출처: Tim Stracke and Charles Leclerc. Photo courtesy of Chrono24.

시계 리셀 시장에 뛰어든 플리퍼와 연예인

팬데믹 기간 중고 시계 가격이 급등하면서, 시장에는 플리퍼를 비롯한 새로운 플레이어들이 대거 유입됐다. 이들은 당시 시장 분위기를 대변하는 존재였지만, 가격 거품이 꺼진 지금은 과거만큼 활발하지 않다.

스포츠 선수나 연예인 등 유명인사의 경우, 시계를 구매하고 착용하거나 브랜드 앰배서더로 활동하는 등 장기적인 관점 아래 시장에 진입하고 있다. 포르투갈 축구선수 크리스티아누 호날두(Cristiano Ronaldo)는 2023년 독일 소재 대표적인 중고 명품 시계 온라인 거래 플랫폼 크로노24에 투자했다.⁷ 이듬해인 2024년에는 모나코 출신 포뮬러 원(F1) 드라이버이자 시계 애호가로도 잘 알려진 샤를 르클레르(Charles Leclerc)도 투자자로 합류했다.⁸

미국에서는 농구 전설 마이클 조던(Michael Jordan)과 NBA 스타 야니스 아데토쿰보(Giannis Antetokounmpo)가 2021년, 고급 시계 거래 플랫폼 '더 1916 컴퍼니(The 1916 Company, 구 WatchBox)'에 투자했다.⁹ 이외에도 가수 존 레전드(John Legend)와 제이 발빈(J Balvin), 농구 선수 카일 쿠프마(Kyle Kuzma), 배우 겸 코미디언 케빈 하트(Kevin Hart), DJ이자 프로듀서인 스티브 아오키(Steve Aoki) 등 미주 지역 기반 유명 인사들이 인증된 고급 시계 거래 플랫폼 '베젤(Bezel)'에 투자하며 시장의 주목을 받았다.¹⁰ 2020년에는 미식축구 스타 톰 브래디(Tom Brady)와 싱어송라이터 존 메이어(John Mayer)가 시계 애호가들을 위한 콘텐츠와 커머스를 결합한 플랫폼 호딩키(Hodinkee)에 투자하기도 했다.¹¹ 이처럼 유명 인사들과 디지털 플랫폼의 결합은 명품 시계에 대한 인식과 소비 방식을 새롭게 바꾸고 있다.

시장 급등락 속, 문을 닫은 일부 플랫폼들

시계 리셀 시장이 급격한 호황을 지나 침체에 접어들면서, 일부 플랫폼은 시장에서 살아남을 수 없었다. 독일 온라인 시계 플랫폼 워치마스터(Watchmaster)¹²는 2023년 파산을 발표했고, 팬데믹 이전부터 스위스 증시 상장을 준비해온 또 다른 독일 기반 플랫폼 크로넥스트(Chronext)¹³는 2024년 파산을 피하기 위해 대대적인 구조조정을 발표했다.¹⁴ 이에 따라 2024년 11월 28일, 더 플랫폼 그룹(The Platform Group)은 크로넥스트의 자산, 재고, 브랜드 권리, 온라인 스토어 및 오프라인 매장을 모두 포함하는 자산 양수 계약을 체결했다.¹⁵

미국에서는 중고 시계 리셀러인 크라운 앤 칼리버(Crown & Caliber)가 2020년 호딩키에 인수됐다. 그러나 2024년, 시장 상황이 악화되면서 호딩키는 크라운 앤 칼리버의 재고품을 제외한 디지털 자산을 미국 가족 경영 기업 유러피안 워치 컴퍼니(European Watch Company)에 매각했고, 이후 호딩키는 스위스 시계 그룹에 인수되었다.



Brian Duffy
스위스 시계 그룹 CEO

“CPO 시장이 성장하면서 시계는 필요 시 손쉽게 현금화할 수 있는 유동 자산으로 변화하였습니다.”



이미지 출처: Pre-owned watch store closure in London, UK. Photo courtesy of Karine Szegedi.

CPO 시계의 등장

앞서 언급했듯 일부 플랫폼이 시장에서 문을 닫았지만, 이는 빠르게 성장하는 시장에서 흔히 나타나는 현상에 불과하다. 시계 리셀 시장에 진입한 전체 기업 수는 크게 증가했으며, 그 중 상당수는 오프라인 매장 없이 온라인과 디지털 기반으로 운영되고 있다. 이러한 환경에서 신뢰는 핵심 요소로 부상하여 ▲인증(Certification) ▲보증(Warranty) ▲블록체인 기반 이력 추적 등이 시장 신뢰를 형성하고 제도화하는 장치로 자리잡고 있다.

CPO 시계는 제조사나 공인 리테일러를 통해 정밀 검수, 정비, 인증 과정을 거친 제품을 말한다. 이 과정에서 시계의 진품 여부와 성능을 면밀히 검사하고, 마모되거나 손상된 부분은 모두 교체하여 정상 작동 상태로 복원한다. CPO 시계는 일정 수준 이상의 품질과 성능 기준을 충족하며, 일반적으로 보증서가 함께 제공된다. 따라서 CPO 시계는 일반 중고 시계보다 더 높은 가격에 거래되는 경우가 많다. 플랫폼은 시계를 받기 전 진품 여부와 시계 상태를 꼼꼼히 검수한다. 미국 플랫폼 베젤은 시계 인증 심사 과정에서 시계 4개 중 1개를 검수 단계에서 탈락시킨다(그림 3 참조).

그림 3. 베젤 플랫폼 CPO 시계 인증 심사 결과

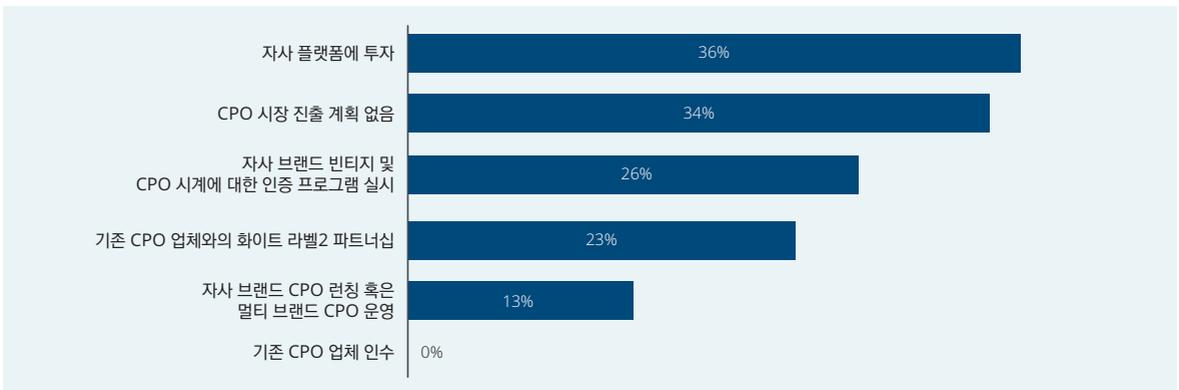


출처: 베젤 2024년 상반기 리포트

CPO 시장에 대한 다양한 접근 방식

또 하나 주목할 점은, 일부 브랜드들이 CPO 시장을 단순히 외부 업체에 맡기지 않고, 각자 다른 방식으로 자체적인 전략을 모색하고 있다는 점이다. 2023년 시계 업계 임원진에 향후 계획 조사 결과 36%가 자사 CPO 플랫폼에 투자할 계획이라고 답했다(그림 4 참조). 26%는 자사 브랜드의 빈티지 시계 및 현대 시계에 대해 인증 프로그램을 실시할 계획이라 응답했다. 그러나 34%는 현재로서는 CPO 시장 진출 계획이 없다고 답했다.

그림 4. CPO 시장을 위해 어떠한 전략을 세우고 있습니까? (%) (복수 선택 가능)



출처: 2023년 딜로이트 스위스 시계 산업 리포트

빠르게 성장 중인 롤렉스 CPO 프로그램

롤렉스는 2022년 유럽과 북미에서 CPO 프로그램을 도입했다. 이 프로그램을 통해 롤렉스는 직접 검수한 시계에 인증 실을 부착하고, 이를 선정한 공식 매장에서 판매할 수 있도록 했다. 도입 이후 해당 프로그램은 빠르게 확장되었으며, 같은 지역 내 비(非)공식 중고 시계에 대비해 CPO 제품은 더 높은 가격에 거래되고 있다.¹⁶

2024년 9월 기준, 모건스탠리는 전 세계적으로 약 6,400개의 롤렉스 CPO 시계가 78곳 이상의 공식 판매점을 통해 등록되어 있다고 추정했다. 이는 5개월 전인 2024년 4월 4,800개의 등록 수, 41개 판매점에서 크게 증가한 수치다(그림 5 참조).¹⁷ 현재 롤렉스 CPO 재고는 여전히 일부 주요 소매점에 집중되어 있으며, 대표적으로는 부커러(Bucherer), 터너(Tourneau), 스위스 시계 그룹, 그리고 더 1916 컴퍼니(구 워치박스)가 있다. 부커러의 터너 인수와 롤렉스의 부커러 인수로 인해 시장에도 일부 변화가 생겼다.

모건스탠리와 워치차트에 따르면, 롤렉스 CPO 공식 판매점들은 인증 중고 시계에 대해 평균 15%에서 최대 46%까지 프리미엄을 붙여 판매하고 있다.^{18, 19}

그림 5. 2022년 이후 롤렉스 CPO 판매점 및 등록 수



출처: 모건 스탠리 「Swiss Watches」(2024년 10월), WatchCharts



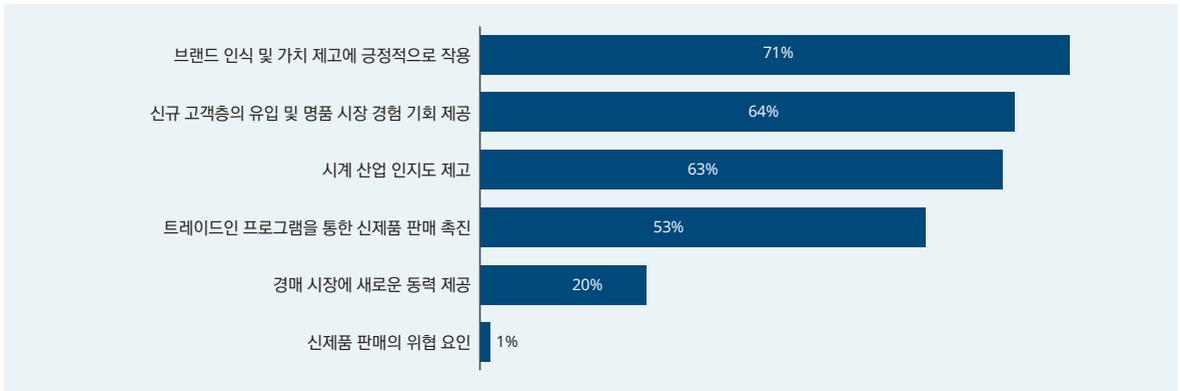
Paul Florent Mulocher
브라이틀링 헤리티지 스페셜리스트

"수집가들은 브라이틀링(Breitling)에게 중요한 존재입니다. 수집가들의 수요에 맞춰 빈티지 시계 전용 프로젝트인 'Breitling Rewind'를 시작했고, 브라이틀링의 보증과 블록체인 기반 디지털 패스포트가 포함된 특별한 시계를 제공하고 있습니다."²⁰

시계 리셀 시장을 긍정적으로 인식하는 업계 경영진들

업계 경영진의 71%는 시계 리셀 시장이 브랜드 인식과 가치 제고에 긍정적인 영향을 미친다고 응답했다(그림 6 참조). 응답자의 3분의 2는 리셀 시장이 신규 고객층의 유입과 명품 시장 경험 기회를 제공하고, 시계 산업의 인지도를 높이고 있다고 평가했다. 2023년 서베이에서 리셀 시장이 신제품 판매에 위협이 된다고 응답한 비율은 단 1%에 불과했다. 이처럼 대다수의 경영진은 리셀 시장을 시계 시장의 핵심 요소로 인식하고 있다.

그림 6. 시계 리셀 시장을 어떻게 보십니까?(%) (복수 응답 가능)



출처: 2023년 딜로이트 스위스 시계 산업 리포트



Alexandre Mille
리차드 밀(Richard Mille) 이사

“2015년 일본 파트너의 요청으로 시작된 리차드 밀의 CPO 프로그램은 현재 자사의 글로벌 비즈니스의 핵심 전략 중 하나로 자리 잡았습니다. 이를 통해 소비자는 단종 모델을 보다 안전한 환경에서 구매할 수 있게 되었습니다.”

시계 리셀 시장, 10년 내 신제품 규모 근접할 것으로 예상

시계 리셀 시장은 변동성이 크며, 1차 시장과 달리 데이터가 부족해 시장 규모를 정확히 추산하기 어렵다. 딜로이트의 추정과 업계 전문가들과의 논의에 기반하면, 현재 시장 규모는 신제품 시장의 절반 이하 수준으로 파악된다.

리셀 시장의 중요한 성장 동력인 CPO의 경우 여전히 초기 단계에 머물러 있다. 최근 리차드 밀, MB&F, 풀쥘른(FP Journe), 우르베르크(Urwerk), 바쉐론 콘스탄틴(Vacheron Constantin) 등의 브랜드가 CPO 프로그램을 도입했지만, 시장 전반에 자리잡기에는 시간이 더 필요해 보인다.²¹

시계 리셀 시장은 현재 기존 시장보다 더 빠른 속도로 성장하고 있는 것으로 보인다. 특히 CPO 프로그램이 소비자의 신뢰를 높이는 데 긍정적인 영향을 하고 있고, 리셀 시장 전반이 디지털화·온라인화되며 글로벌하게 확장되고 있다는 점, 그리고 젊은 소비자층의 수요와도 잘 맞물리고 있다는 점에서 이러한 성장세는 당분간 이어질 것으로 예상된다.

향후 10년 이내 중고 시계 리셀 시장은 기존 시장과 비슷한 규모로 성장할 것으로 전망된다. 아직은 초기 단계에 머물러 있지만, 시계 업계에는 긍정적인 기회로 작용할 수 있으며 브랜드들 또한 시계 리셀 시장의 성장에 적극적으로 관여할 것으로 보인다.



Giovanni Prigallo

에브리워치(EveryWatch) 공동 창립자 겸 사업 개발 책임자

“시계 가격이 이전보다 합리적인 수준으로 조정되면서, 전체 판매량도 점차 증가하고 있습니다. 최근 소비는 과거보다 복잡한 기능을 갖춘 시계를 더 합리적으로 구매하려는 경향을 보입니다. 이는 2년 전과 비교해서도 뚜렷한 트렌드 변화이며, 시장 전반적인 흐름에도 영향을 미치고 있습니다.”



이미지 출처: Vacheron Constantin Certified Pre-Owned Programme seal and international warranty. Photo courtesy of Vacheron Constantin.

03. 네오 빈티지 시계의 부상

시계 리셀 시장은 각기 다른 취향을 지닌 수집가와 애호가들에게 여러 스타일과 시대의 시계를 선보이는 보물창고와 같다. 이 시장은 빈티지 시계, 네오 빈티지 시계, 그리고 현대 시계라는 세 가지 주요 카테고리로 구분된다.

- ✔ **빈티지 시계:** 일반적으로 1990년대 이전에 생산된 시계를 의미하며, 이들 시계는 역사와 향수를 간직하고 있다. 독특한 디자인과 기계식 무브먼트, 당시의 장인정신이 반영되어 있어 구매자들에게 높은 수요를 자랑한다.
- ✔ **네오 빈티지 시계:** 빈티지와 현대 시계의 중간 지점에 해당하는 네오 빈티지 시계는 1990년대부터 2004년까지 생산된 시계를 일컫는다. 클래식한 시계학의 특징과 현대적인 기능성을 결합하여, 역사적인 미학과 일상적인 사용에 적합한 내구성이 특징이다.
- ✔ **현대 시계:** 2005년부터 현재까지 생산된 현대 시계는 최첨단 기술, 현대적인 디자인, 혁신적인 소재를 자랑한다. 빈티지 디자인의 시각적 요소를 채택하되, 소재와 무브먼트 기술, 일상적인 착용성에서 현대적인 혁신이 더해져 있다.

각 카테고리는 독특한 매력을 지니며, 구매자가 시계의 역사적 가치, 혁신적인 디자인, 또는 최신 제작 기술을 추구할 때 각각 다른 특성을 제공한다. 최근 시계 리셀 시장에서 가장 두드러진 트렌드는 '네오 빈티지' 시계의 인기 급증이다. 본 보고서에서는 중고 시계의 독특한 매력을 살펴보겠다.



이미지 출처: Chrono24 Collectors event @the Rickey, NY. Photo courtesy of Chrono24.

중고 시계의 독특한 매력

시계 리셀 시장의 성장은 고급 시계 브랜드의 가격에 큰 영향을 미쳤다. 특히, 리셀 시장에서 소매가보다 저렴하게 판매되는 모델들은 많은 수집가와 구매자들로 하여금 새 시계를 정가로 구매할지, '새것과 같은' 중고 시계를 선택할지 고민하게 한다.

예를 들어, 롤렉스, 리차드 밀, 바세론 콘스탄틴, 오메가와 같은 명품 브랜드의 특정 모델은 과거 높은 가격으로 인해 대부분의 소비자 들이 쉽게 접근하기 어려웠으나, 현재 리셀 시장에서는 더 저렴한 가격에 찾아볼 수 있다. 이로 인해 많은 수집가와 소비자 들이 구매 결정을 재고하게 되었고, 새 모델과 중고 모델 간 가격 차이가 크게 벌어질 경우 중고 제품을 선호하는 경향이 커졌다. 특히 일부 신모델 구매의 대기 기간 때문에 중고 시계는 더욱 매력적으로 여겨지고 있다.

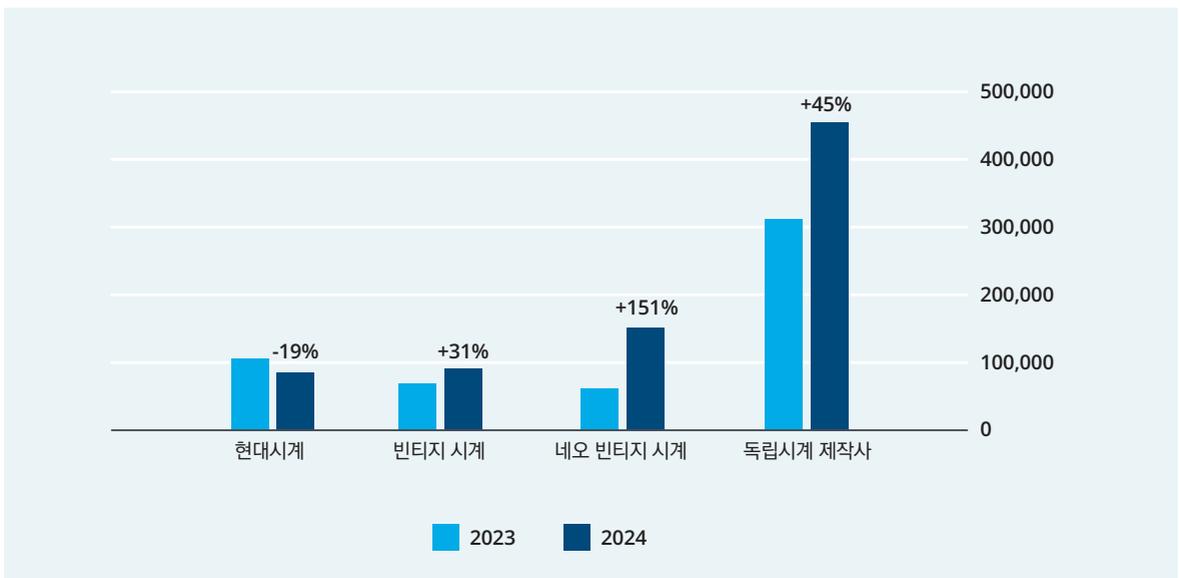
또한, 리셀 시장은 단종 시계의 구매 기회를 제공하며, 한정판이나 특정 모델을 원하는 수집가들에게 매력적인 접근 경로가 된다. 과거에는 고급 시계 브랜드가 소수에게만 독점적으로 소비되었지만, 이제는 더 많은 시계 애호가들이 독창성과 미적 가치가 돋보이는 시계를 찾고 있다. 이에 따라 독립 시계 제작자와 틈새 브랜드에 대한 수요가 크게 증가하고 있으며, 구매자들은 브랜드의 명성보다도 디자인의 독창성, 한정판 여부, 장기적인 투자 가치를 더욱 중시하는 경향을 보이고 있다.

독립 시계 제작자와 네오 빈티지 시계의 부상

개인적이고 예술적인 가치를 중시하는 소비자가 늘어나면서, 독립 시계 제작자 들이 주목받고 있다. 풀쥘른, 아크리비아(Akrivia), 드 베틀(De Bethune) 등의 브랜드는 소량 생산과 맞춤형 디자인으로 대형 브랜드에서는 찾기 힘든 독창성과 희소성을 제공하며 수요가 증가하고 있다. 구매자들은 이제 롤렉스나 파텍 필립과 같은 인기 브랜드뿐만 아니라 고품질 네오 빈티지 시계도 가치 있는 투자 대상으로 인식하고 있다.

2024년 제네바 경매에서는 빈티지, 네오 빈티지, 독립 브랜드 시계에 대한 인기가 급증한 반면, 현대 시계의 수요는 둔화됐다. 특히 네오 빈티지 시계는 2023년 대비 판매 금액이 123% 증가했으며, 판매된 시계의 수는 거의 변함이 없었다. 이는 개별 시계의 가치와 수요가 크게 높아졌음을 보여준다.

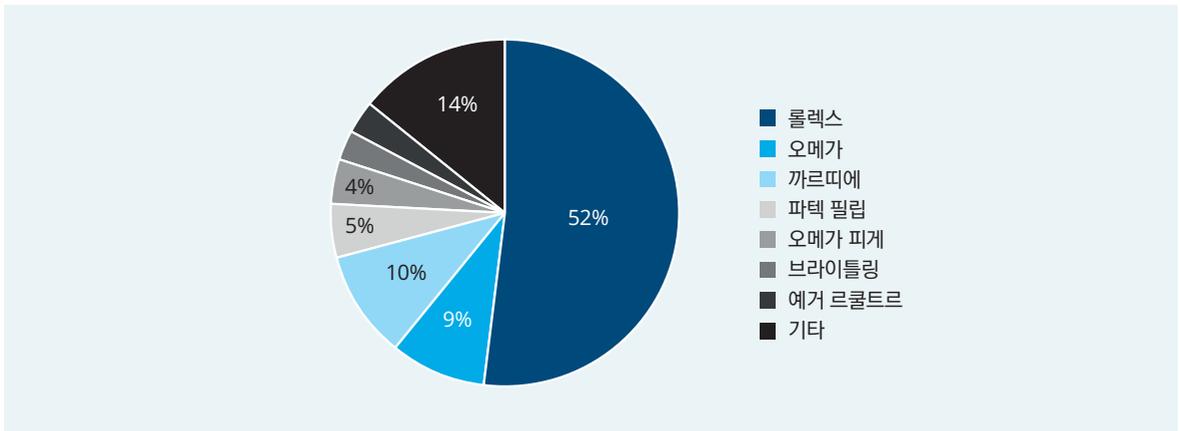
그림 7. 시계 카테고리별 평균 가격 변화



출처: 에브리워치(EveryWatch) 경매 보고서 2024년 11월 - 제네바 판

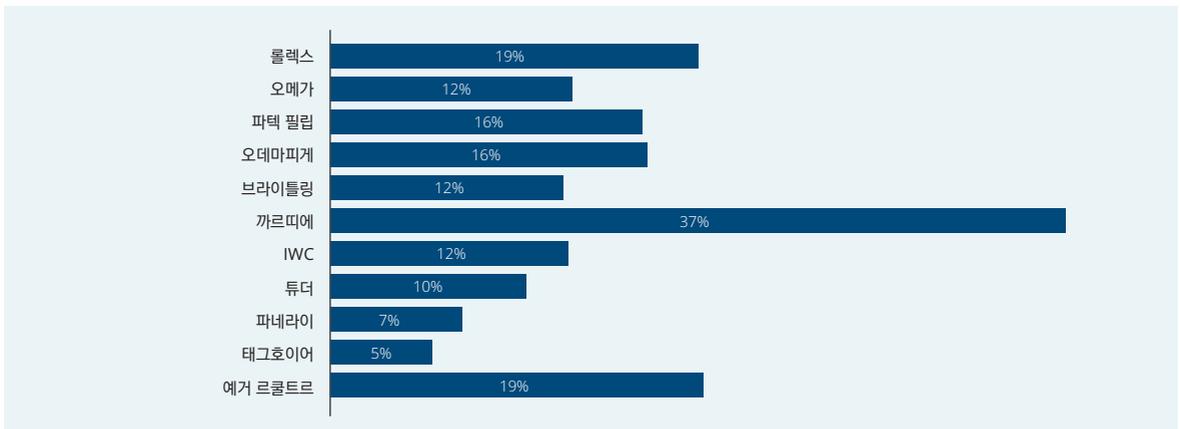
코로나24의 2024년 말 분석(그림 8)에 따르면, 1980년부터 2004년까지 생산된 네오 빈티지 시계 시장에서 롤렉스의 지배력이 두드러진다. 롤렉스는 구매자들 사이에서 압도적인 선호도를 보이며 시장의 중심을 차지하고 있다. 오메가와 까르띠에 같은 브랜드도 견고한 입지를 유지하고 있으며, 파텍 필립, 오데마 피게, 브라이틀링 등은 시장의 다양성을 더하며 다양한 소비자 취향을 반영하고 있다. 또한, 전문 브랜드와 신생 브랜드의 부상은 시장에 새로움을 더하고, 소비자에게는 역사적 가치와 현대적인 디자인을 모두 경험할 수 있는 기회를 제공한다. 까르띠에는 2018년 이후 네오 빈티지 시장 점유율이 세 배 이상 증가했다. 현재는 중고 시장 수익의 37%를 차지하고 있다(그림 9). 이는 소비자 선호의 뚜렷한 변화를 보여주는 지표이며, 네오 빈티지 시장의 역동성과 진화를 보여준다. 네오 빈티지 시계는 현재 까르띠에의 리셀 시장 매출 중 37%를 차지하고 있다.

그림 8. 2024년 네오 빈티지 판매에 따른 글로벌 브랜드 점유율



출처: 크로노24

그림 9. 브랜드별 네오 빈티지 매출 비율



출처: 크로노24

고전주의와 장인정신: 네오 빈티지 매력의 핵심

네오 빈티지 시계 시장으로의 변화에서 또 다른 중요한 요소는 고전적인 시계에 대한 선호도가 증가하고 있다는 점이다. 특히 영구 달력(Perpetual Calendar)*, 미닛 리피터(Minute Repeater)**, 투르비옹(Tourbillon)**과 같은 전통적인 컴플리케이션을 갖춘 모델들이 인기를 끌고 있으며, 플래티넘·로즈 골드·화이트 골드 케이스와 가죽 스트랩 등 클래식한 요소들도 다시 주목받고 있다. 또한 작은 크기의 시계가 다시 인기를 얻고 있으며, 현재 가장 많이 판매되는 모델은 지름 35~40mm 범위에 집중되어 있다. 이러한 흐름은 브랜드 명성이나 최신 트렌드보다는 장인정신, 기술적 완성도, 시대를 초월한 우아함에 대한 관심이 높아지고 있음을 보여준다.

고전 디자인에 대한 수요 증가는, 과시적 소비보다는 시계 본연의 품질과 가치를 중시하는 성숙하고 안목 있는 구매자들의 등장을 반영한다. 이들은 시계의 기술적 정교함, 역사적 출처, 디자인의 미적 균형을 중요하게 여기며, 시계를 단순한 사치품이 아닌 시간이 지나도 가치가 유지되는 예술적 자산으로 인식한다. 이러한 흐름은 브루넬로 쿠치넬리(Brunello Cucinelli)나 더 로우(The Row)와 같은 브랜드가 '조용한 사치(Quiet Luxury)'를 통해 성공하고 있는 패션 시장과도 맥락을 공유한다.

빈티지 시계, 특히 롤렉스·파텍 필립·오데마 피게·바쉐론 콘스탄틴과 같은 하이엔드 브랜드의 제품은 경매와 개인 거래 시장에서 여전히 높은 수요를 유지하고 있다. 이들 시계는 한정판 또는 독특한 특징을 지닌 경우가 많으며, 사치품 이상의 안정적인 투자 자산으로서의 가치를 인정받고 있다. 빈티지 시계 수요의 증가는 시계를 단순한 취향을 넘어 가치가 축적되는 실물 자산으로 인식하는 소비자 인식 변화와도 맞닿아 있다.

*영구 달력: 시계가 자동으로 윤년을 인식하고, 날짜를 정확하게 조정하여 2월 28일 또는 29일을 포함하여 매월 마지막 날짜를 자동으로 맞추는 기능

**미닛 리피터: 버튼이나 레버를 누르면 현재 시각을 소리로 알려주는 기능

***투르비옹: 시계의 밸런스 휠과 이스케이프먼트를 회전시키는 구조로, 중력의 영향을 최소화하려고 하는 목적



이미지 출처: Breitling Rewind Vintage Program. Photo courtesy of Breitling.

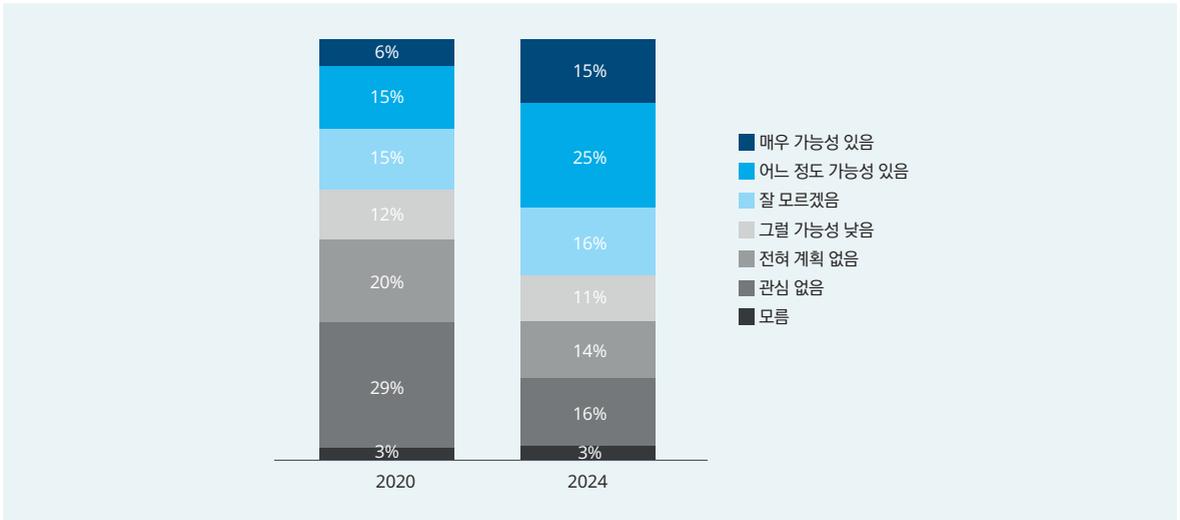
04. 리셀 시장에 눈을 돌리는 소비자

개요

2020년부터 2024년까지 딜로이트가 매년 진행하는 시계 소비자 특정 수집가나 애호가만이 아닌 다양한 일반 소비자의 응답을 포함하였다. 설문범위는 고급 시계뿐 아니라 스마트 워치와 입문용 시계까지 포함한 전체 시계 시장 전반을 아우른다. 이를 통해 중고 시계와 관련된 소비자 행동 변화를 분석하며, 세대 간 차이에 대해서도 살펴본다.

앞서 언급한 바와 같이, 시계 리셀 시장은 최근 몇 년간 크게 성장했다. 다음 해에 중고 시계를 구매할 소비자 의향 (즉, "매우 가능성 있음" 또는 "어느 정도 가능성 있음"으로 응답한 비율)은 2020년에서 2024년 사이 두 배로 증가했으며, "관심 없음"이라고 응답한 비율은 같은 기간 동안 거의 절반으로 감소했다.

그림 10. 향후 12개월 내 중고 명품시계 구매 의향



출처: 딜로이트



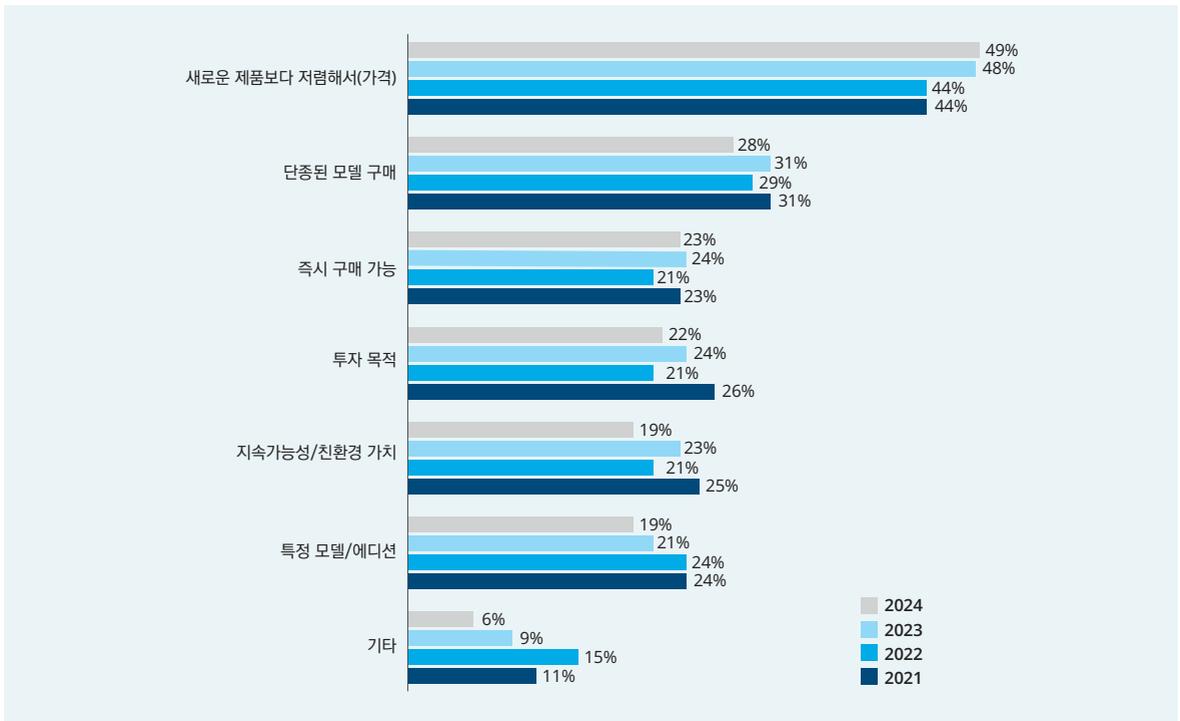
이미지 출처: Watchfinder & Co. Pre-Owned Store in Bicester Village, UK. Photo courtesy of Watchfinder & Co.

왜 중고 시계를 구매하는가?

중고 시계를 구매하는 주요 이유는 최근 몇 년간 큰 변화를 보이지 않았지만, 일부 항목의 중요도에는 뚜렷한 변화가 나타나고 있다. 그림 11에 따르면, 가격 요인의 중요성은 꾸준히 증가하고 있다. 2021년에는 응답자의 44%가 "중고 시계는 신제품보다 저렴하다"고 답했으며, 2024년에는 이 비율이 49%로 상승했다. 이는 고급 시계 가격 상승과 입문 소비자들의 가격 민감도가 높아진 데 따른 변화다. 가격 경쟁력은 여전히 중고 시계 구매의 가장 큰 동기이며, 단종 모델을 찾는 응답자도 2024년 기준 28%에 달한다. 또한 '즉시 구매 가능성'은 23%의 소비자에게 중요한 요인으로 작용하고 있다. 대기기간이 길어질 경우, 소비자들은 다른 브랜드를 알아보거나 리셀 시장에서 바로 구매할 수 있는 모델을 선택하는 경향이 강해지고 있다.

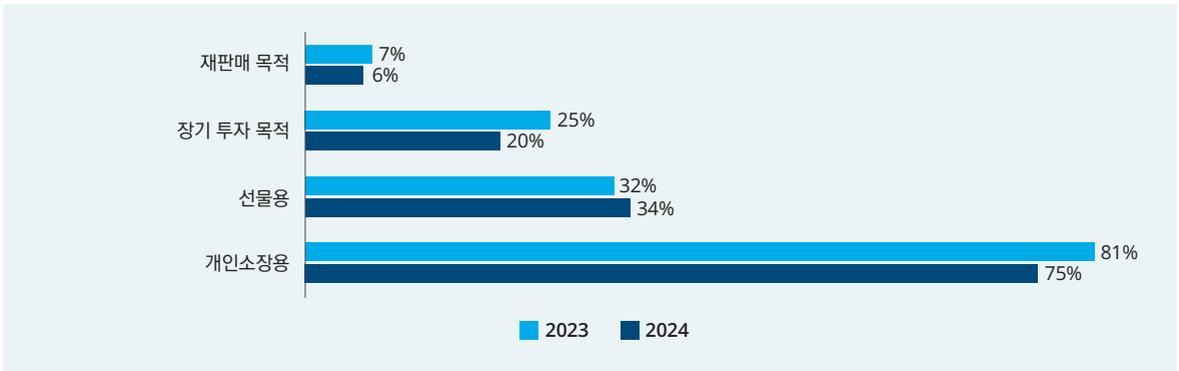
반면, 투자 목적, 지속 가능성, 특정 모델/에디션에 대한 선호는 감소세를 보이고 있다. 투자를 목적으로 시계를 구매한다는 응답은 2021년 25%에서 2024년 22%로, 지속 가능성은 같은 기간 25%에서 19%로 줄었다. 특정 모델이나 기념 에디션을 구매 동기로 꼽은 비율 역시 24%에서 19%로 하락했다. 결론적으로, 지속 가능성은 여전히 고려되는 요소이지만, 가격(49%)이나 즉시 구매 가능성(23%)에 비해 그 영향력은 낮아진 상황이다.

그림 11. 중고 시계 구매를 고려하게 만드는 요인 (※ 복수 선택 가능)



출처: 딜로이트

그림 12. 향후 12개월 내 시계 구매 시 목적(※ 복수 선택 가능 / 명품 시계 구매 고려자 대상)



출처: 딜로이트

시계를 착용하기 위해 구매하는 소비자들

시계를 구매하는 목적을 살펴보면(새 시계와 중고 시계 모두 포함) 응답자의 75%가 개인적인 용도를 주요 이유로 꼽았으며, 이는 시계가 기능적인 액세서리이자 자기 표현의 수단으로서 여전히 매력적임을 보여준다. 선물용으로 시계를 구매할 계획인 응답자는 34%로, 이 역시 여전히 중요한 구매 목적으로 남아 있다.

투자 요소는 지난 10년간 점점 더 두드러졌으나, 새 시계나 중고 시계를 장기적인 투자 목적으로 구매하는 비율은 2024년 20%로, 지난 1년 동안 5퍼센트 포인트 감소했다. 이는 최근 몇 년간 수요가 많은 모델의 시장이 침체되면서 시계 투자 잠재력에 대한 불확실성이 커진 결과이다(그림 12 참조).

시계를 재판매 목적으로 구매하려는 소비자는 6%에 불과하다. 이는 시계를 되팔아 차익을 노리는 이른바 '플리핑'(flipping) 수요가 제한적임을 보여주며, 팬데믹 당시처럼 가격 급등에 대한 기대감이 줄어들었음을 시사한다.

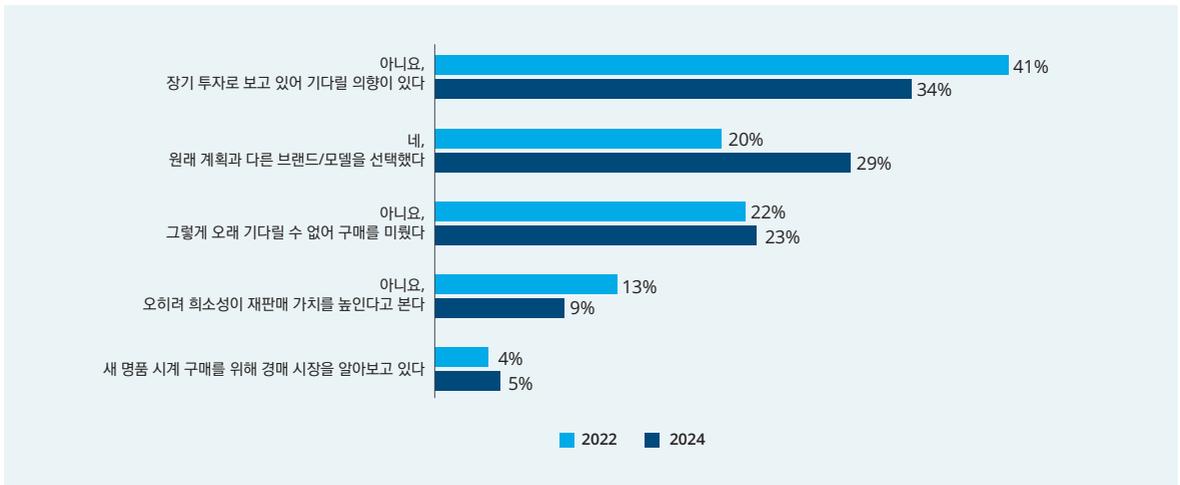
기다림보다 즉시성, 소비자 태도의 변화

일부 시계 모델의 희소성과 인증된 중고 시계(CPO)의 확산은 소비자 행동에 뚜렷한 변화를 가져오고 있다. 소비자들은 새 시계를 위해 오랜 기간 기다리는 데 점점 더 소극적인 태도를 보이고 있으며(그림 13 참조), 2024년에는 새 시계 구매 의향이 있는 응답자 중 57%가 "기다려야 한다면 다른 선택을 하겠다"고 답했다.

이는 2022년과 비교해 주목할 만한 변화다. 당시에는 응답자의 41%가 시계를 장기 투자 대상으로 인식하며 기다릴 의향이 있다고 답했고, 13%는 희소성과 대기 기간이 시계의 투자 가치를 높인다고 보았다. 2024년에는 이러한 태도가 크게 바뀌었다. 원하는 모델을 위해 기다릴 의향이 있다는 응답자는 34%로 줄었고, 대기 기간을 긍정적으로 평가한 비율은 9%에 불과했다. 반면, 기다림을 감수하지 않고 다른 브랜드나 모델을 선택하겠다는 응답자는 29%에 달했으며, 이는 2022년보다 9%포인트 증가한 수치다.

이러한 변화는 일부 소비자에게 즉각적인 만족과 소유 경험이 점점 더 중요해지고 있음을 보여준다. 그들은 '기다리는 명품 시계'보다 '지금 가질 수 있는 시계'의 가치를 더 높게 평가하고 있다.

그림 13. 현재 명품 시계의 공급 부족 및 구매 대기가 새 시계 구매 의도에 영향을 주었습니까?
(※ 명품 시계 구매 고려자 대상)

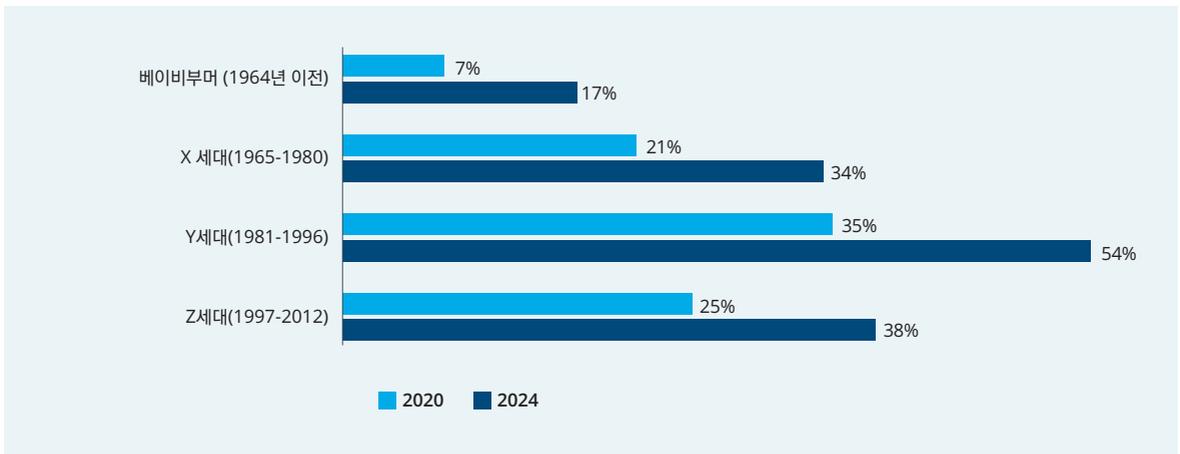


출처: 딜로이트

중고 시계를 많이 구매하는 젊은 세대

시계 리셀 시장에 대한 관심이 높아지는 가운데, 데이터는 이 트렌드를 주도하는 세대로 젊은층이 부상하고 있음을 보여준다. 2020년부터 2024년 사이, 향후 12개월 내 중고 시계를 구매할 가능성이 “약간 있다” 또는 “매우 있다”고 응답한 비율은 모든 세대에서 상승했다. 베이비붐 세대는 7%에서 17%로 증가했으며, X세대는 21%에서 34%, 밀레니얼 세대는 35%에서 54%, Z세대는 25%에서 38%로 높아졌다(그림 14 참조). 이 가운데 밀레니얼 세대는 중고 시계 구매 의향이 가장 높은 세대로, 경제적 여유 측면에서도 Z세대보다 안정된 상태다. 반면, Z세대는 시계를 짧게 착용한 뒤 재판매하려는 경향이 두드러지며, 보다 유연하고 순환적인 소비 패턴을 보인다.

그림 14. 향후 12개월 내 중고 명품 시계 구매 의향



출처: 딜로이트

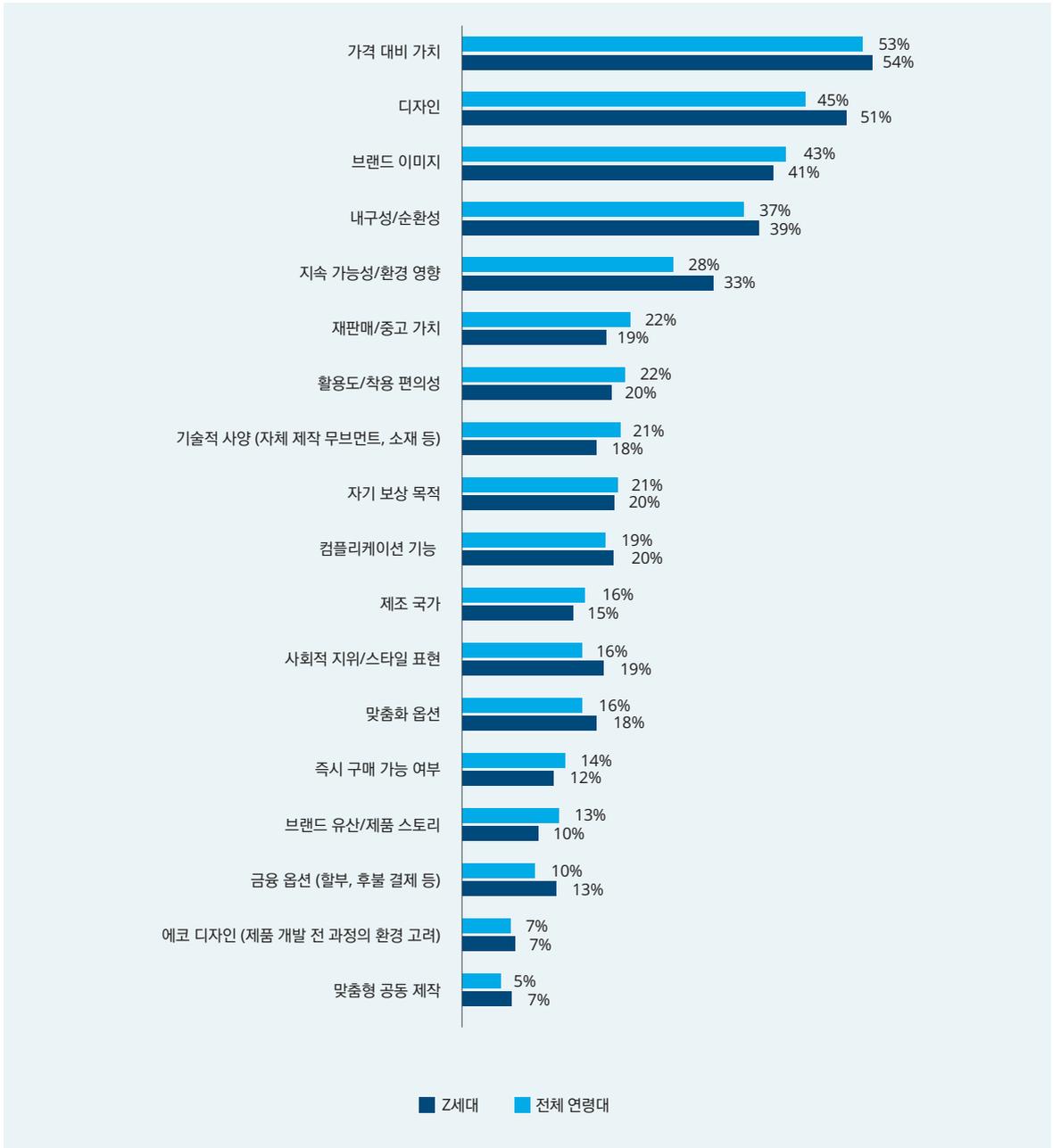


이미지 출처: Bezel pre-owned luxury watch selection. Photo courtesy of Bezel Inc.

Z세대 구매자에게 가장 큰 영향을 미치는 요소

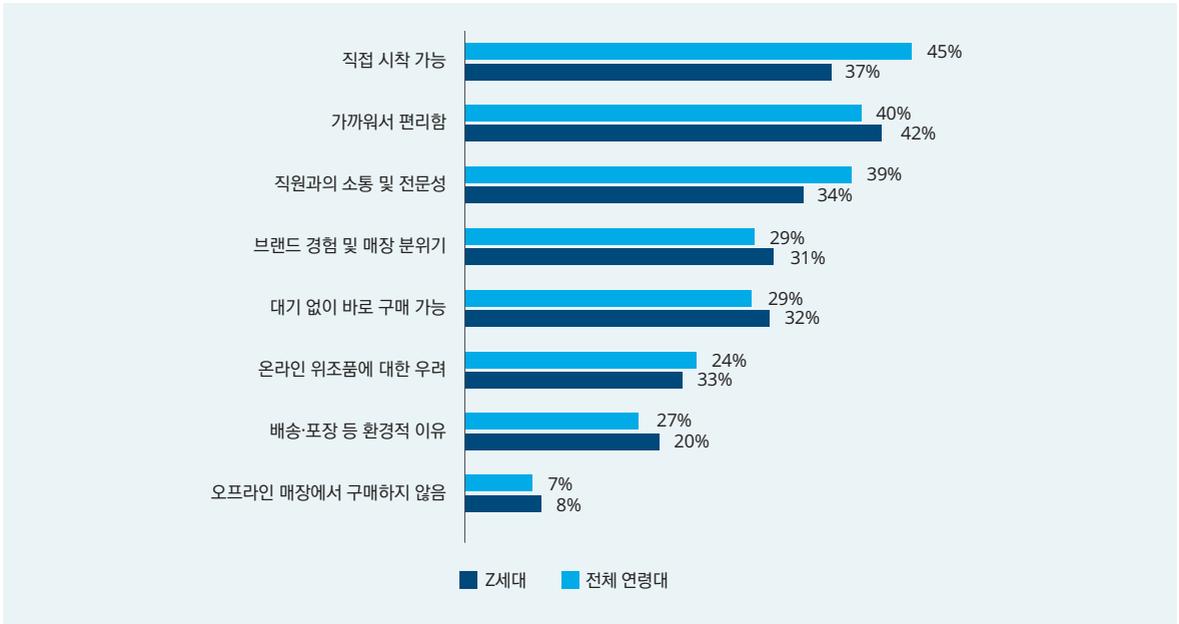
- ✔ **가격:** 조사 결과, Z세대는 중고 시계의 합리적인 가격을 가장 중요한 구매 요인으로 꼽았다(그림 15 참조). Z세대 응답자의 54%는 새 제품이든 중고 제품이든 가격 대비 가치를 가장 중요한 구매 결정 요인으로 꼽았다.
- ✔ **지속 가능성 중시:** Z세대는 지속 가능성에 높은 가치를 부여하고 있다. 응답자의 33%가 지속 가능성을 중요한 요소로 평가했으며, 이는 전체 평균(28%)보다 높다. 또한 내구성과 순환성을 중요하게 여긴 비율도 Z세대가 39%로 전체보다 높게 나타났다. 주요 지속 가능성 관련 요소로는 윤리적 자재 조달(27%), 장인정신(23%) 등이 꼽힌다. 브랜드 이미지에 대한 중요도는 Z세대가 41%로 전체 응답자(43%)보다 다소 낮았으며, 브랜드보다 지속 가능성에 더 가치를 두는 경향도 확인됐다. 지속 가능성을 중시한 비율은 35%로, 브랜드 이미지를 더 중요하게 본 응답자(25%)보다 높게 나타났다.
- ✔ **디자인:** 디자인은 Z세대의 두 번째 주요 구매 요인이다. 응답자의 51%가 디자인을 중요하게 평가했으며, 이는 전체 응답자 평균인 45%보다 높은 수치다. 이는 Z세대가 제품의 외형적 매력과 미적 기준에 민감하게 반응함을 보여준다.
- ✔ **편리한 구매 방식 선호:** 구매 채널 선택에서 Z세대는 온라인이든 오프라인이든 관계없이 편리함을 최우선 기준으로 삼는다. 오프라인 매장의 경우, 제품을 시착하는 것보다 매장 접근성(42%)을 더 중요하게 여기며, 이는 시착을 꼽은 비율(37%)보다 높다. 전체 응답자 중 시착을 중시한 비율은 45%였다. 직원과의 소통이나 전문성에 대한 관심은 Z세대가 34%로, 전체 평균(39%)보다 낮았으나, 친환경적 매장 요소에 대한 관심은 더 높게 나타났다(20% vs. 전체 17%). 온라인 쇼핑에서는 24시간 구매 가능성이 Z세대에게 큰 장점으로 인식됐다. 이에 50%가 이를 선호 이유로 꼽았으며, 전체 응답자(45%)보다 높은 수치다.

그림 15. 명품 시계 구매시 가장 중요하게 고려하는 요소 (※ 복수 선택 가능)



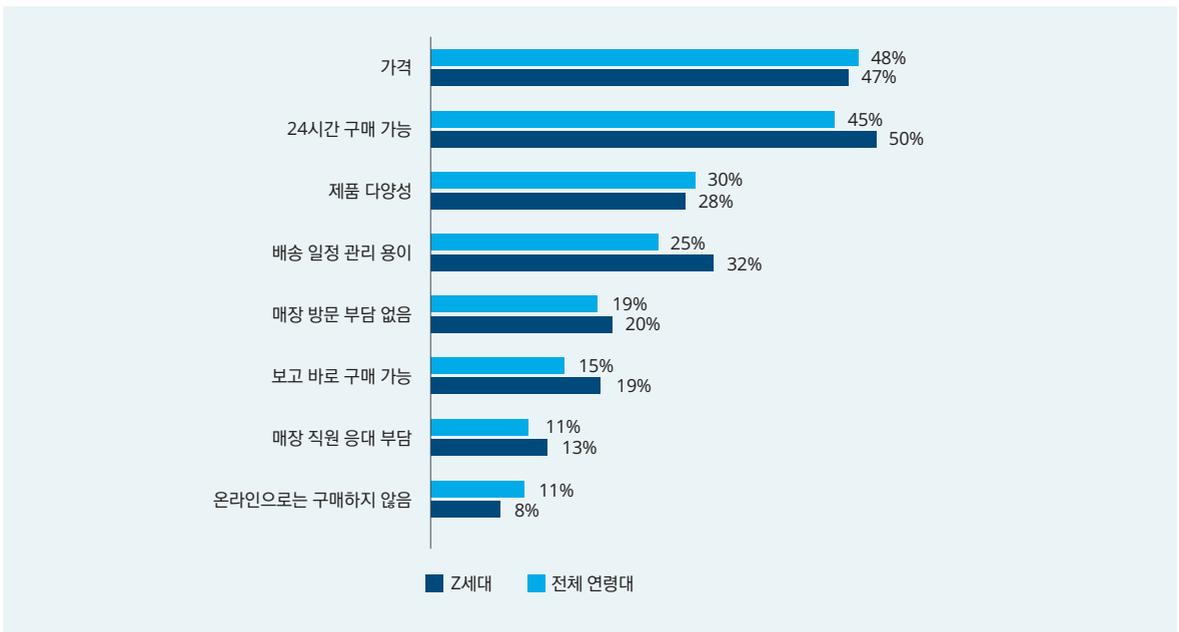
출처: 딜로이트

그림 16. 오프라인 매장에서 계속 구매하는 이유(※ 복수 선택 가능)



출처: 딜로이트

그림 17. 디지털 플랫폼에서 계속 구매하는 이유 (※ 복수 선택 가능)



출처: 딜로이트

05. 다층화되는 판매자

리셀 시장은 전통적인 시계 유통 구조와 달리, 판매자와 유통 채널의 스펙트럼이 훨씬 넓다. 기존 시장이 브랜드, 도매업체, 소매업체로 이어지는 일방향적 구조였다면, 리셀 시장은 개인 소비자, 경매 하우스, 온라인 플랫폼, 그리고 브랜드 자체까지 다양한 주체가 판매자로 참여할 수 있다. 브랜드가 리셀 시장에 진출할 때 선택하는 플랫폼 모델은 재정적 리스크와 운영 부담에 큰 영향을 미친다.

이러한 플랫폼은 일반적으로 다음의 세 가지 모델로 분류된다:

✔ (1P) 재고 기반 모델:

판매자가 제품을 직접 구매해 보유하고 자사 채널에서 판매하는 방식이다. 부커러, 워치파인더(Watchfinder & Co), 더 1916 컴퍼니, 스위스 시계 그룹과 같은 대다수의 오프라인 매장들이 이 방식을 사용한다. 이 모델은 판매자가 전 재고 비용을 부담해야 하며, 자본 투자와 재무 리스크가 가장 크다.

✔ (2P) 위탁 모델:

판매자가 제품을 직접 소유하지 않고, 위탁받아 판매만 관리한다. 크리스티(Christie's), 소더비(Sotheby's), 필립스(Phillips)와 같은 경매 하우스와 퀴스트체크와 같은 플랫폼이 이 모델을 운영한다.

✔ (3P) 연결 모델:

크로노24, 이베이(eBay)처럼 구매자와 판매자를 연결하는 방식으로, 재고를 보유하지 않으며, 거래당 수수료를 통해 수익을 창출한다. 재무적 리스크는 낮지만, 신뢰 구축, 기술 인프라, 물류 관리 등 운영 안정성을 위한 투자가 필요하다.

이처럼 각 모델은 재고 관리, 자본 투자, 리스크 분산 방식에서 서로 다른 특성을 갖고 있으며, 판매자는 자사의 전략과 리스크 수용 능력에 따라 모델을 선택하거나 복합적으로 운영하기도 한다. 예를 들어, 제네바에 위치한 빈티지 시계 전문으로 하는 폰티 컬렉션은 재고를 보유하면서 일부는 위탁 판매와 온라인 거래 플랫폼을 통해 판매하여 1P, 2P, 3P 모델을 혼합하여 운영하고 있다. 이를 통해 리스크를 분산하고 보다 넓은 고객층에 접근할 수 있다.

브랜드가 리셀 시장 접근 방식을 설정하다

리셀 시장은 브랜드와 분리된 별개 영역이 아니며, 브랜드의 포지셔닝, 가격 전략, 이미지, 유통 신뢰도에 직결되는 요소다. 업계 임원들은 리셀 시장이 새로운 소비자를 유치하고 다양한 기회를 창출할 수 있는 가능성에 대해 긍정적으로 보고 있다. 2023년 조사에서는 단 1%만이 리셀 시장을 위협으로 인식하고 있었다(그림 6 참조).

2023년 브랜드 및 소매업체 임원들에게 리셀 시장에 대한 접근 방식을 질문했을 때, 다양한 전략이 나타났다(그림 4 참조). 응답자의 약 36%는 자사 플랫폼에 투자할 계획이 있다고 밝혔으며, 일부 브랜드는 아직 구체적인 계획을 세우지 않았다.

브라이틀링, 리차드 밀, 우르베르크, 론진, 리치몬드 그룹은 이미 리셀 시장에 참여하거나 진입하기 시작했으며, 오데마피게, 울리스 나르덴(Ulysse Nardin), 지라드 페르고(Girard Perregaux), 에르메스, 파텍 필립과 같은 브랜드는 시장의 발전 상황을 주시하고 있다. 롤렉스와 바쉐론 콘스탄틴은 CPO로 리셀 시장에서 신뢰를 구축하고 있다. 2023년 조사에서 브랜드와 소매업체의 26%가 CPO 모델을 선호했으며, 이와 같은 추세는 점차 확대되고 있다.

대부분의 브랜드는 리셀 시장 가격에 주의를 기울인다

브랜드들은 리셀 시장에서 자사 제품의 가격 형성에 대해 다양한 전략을 취하고 있다. 대다수 브랜드는 자사 시계가 리셀 시장에서 어떤 가격에 거래되고 있는지 면밀히 모니터링하고 있으며, 이에 대한 대응 방식도 각기 다르다. 2023년 설문조사에 따르면, 39%의 브랜드는 리셀 시장에서 가격을 관리하지 않는다고 응답한 반면, 36%는 적극적으로 개입하고 있다고 밝혔다. 이들 브랜드는 재구매 프로그램 등 다양한 수단을 통해 특정 시장에서 독점성을 유지하고, 리셀 가격이 본 시장의 가치에 악영향을 주지 않도록 조정하고 있다.



이미지 출처: Bezel pre-owned luxury watch selection. Photo courtesy of Bezel Inc.



이미지 출처: Ivan Giannone, Head of Certified Pre-Owned at the Bucherer boutique in Lausanne, Switzerland. Photo courtesy of Silvio Jobin.

인증된 시장에서 브랜드와 중개인의 역할

리셀 시장에서 중개업체들은 자사 포트폴리오를 지속적으로 확장하며 시장 영향력을 키워가고 있다. 리치몬트 그룹이 2018년에 인수한 중고 고급 시계 소매업체 워치파인더는 이미 2007년 업계 최초로 CPO 프로그램을 도입한 선도 기업 중 하나다. 미국에 본사를 둔 더 1916 컴퍼니는 2014년 설립 직후 CPO 프로그램을 운영하기 시작했고, 스위스 유통업체 부커러 역시 2019년부터 CPO 모델을 도입해 리셀 시장에 본격 진입했다. 홍콩에 본사를 둔 온라인 거래 플랫폼 워스트체크는 2020년에 설립 이후 빠르게 시장 입지를 넓히고 있으며, 미국의 베젤은 2021년에 설립된 중고 고급 시계 전문 플랫폼으로 정품 인증과 경쟁력 있는 가격 전략을 앞세워 최근 주목받고 있다.

온라인 거래 플랫폼과 럭셔리 브랜드의 리셀 시장 접근

크로노24와 이베이는 전통적으로 딜러 중심의 프로그램을 운영해왔다. 세계 최대의 온라인 시계 플랫폼 중 하나인 크로노24는 2013년에 '신뢰할 수 있는 딜러 프로그램(Trusted Dealers Programme)'을 도입하여 인증된 딜러들과 협력해 정품 시계를 제공하고 있다. 해당 프로그램은 진위성·품질 기준을 충족한 시계에만 '신뢰할 수 있는 딜러' 인증을 부여하며, 구매자에게 제품의 출처와 상태에 대한 신뢰를 보장한다.

이베이는 최근 '이베이 정품 검증 서비스(eBay Authenticity Guarantee)'를 도입해 2,000달러 이상 시계에 대해 정품 인증을 보장하고 있으며, Stoll & Co.와 협력하여 미국, 영국, 독일의 이베이 구매자에게 서비스를 운영하고 있다. 또한 보안 기반 디지털 인증 기술인 서티로고(Certilogo)를 도입할 계획이다.

명품 브랜드의 CPO 및 빈티지 프로그램 참여

명품 시계 브랜드들은 자사 제품의 리셀 시장 관리를 강화하며, 브랜드 가치 보호와 추가 수익 창출을 전략적으로 모색하고 있다. 이에 따라 브랜드가 직접 운영하는 CPO 프로그램이 확산되고 있다.

롤렉스는 부커러와 협력해 일부 국가에서 CPO 시계를 제공하고 있으며, 모든 제품은 인증된 소매업체를 통해 철저한 검수를 거쳐 판매되며 2년 보증이 제공된다. 리차드 밀은 2015년, 폴 주른은 2016년에 각각 CPO 프로그램을 도입했으며, 폴 주른은 3년 보증을 제공한다. MB&F와 우르베르크는 각각 2018년과 2019년부터 자사 웹사이트를 통해 중고 시계를 직접 판매하고 있다.

일부 브랜드에서는 빈티지 프로그램을 운영하고 있다. 브라이틀링은 2024년 11월 파리에서 빈티지 프로그램(Breitling Rewind)을 시작하여, 1989년 이전에 제작된 시계를 보증·판매하며 브랜드의 유산을 강조하고 있다. 바세론 콘스탄틴은 같은 해 독자적인 CPO 프로그램을 선보였으며, 브랜드 전문가가 진품 여부와 기계 상태를 직접 인증하고 2년 보증을 제공한다.

스위스의 제니스(Zenith)는 2020년에 제니스 아이콘(Zenith Icons)을 통해 인증된 희귀 모델을 소비자에게 제공하고 있으며, 론진도 2021년에 '수집가 코너(Collectors Corner)'를 론칭해 중고 론진 시계를 사고팔 수 있는 전용 플랫폼을 운영 중이다.



이미지 출처: Ponty Collection showroom in Geneva, Switzerland. Photo courtesy of Ponty Collection.

온라인 거래 플랫폼에서의 신뢰와 판매자의 역할

크로노24, 더 1916 컴퍼니, 루스트체크와 같은 디지털 플랫폼의 성장은 판매자의 역할을 온라인으로 확장시키고 있다. 그러나 대면 접촉 없이 신뢰를 형성해야 한다는 점에서, 온라인 판매자들은 검증된 리뷰, 평점, 고객 추천 등에 크게 의존한다.

이들 플랫폼의 판매자는 일반적으로 철저한 심사 과정을 거쳐 ‘인증 판매자’ 지위를 획득하며, 이는 구매자에게 품질 보증의 신호로 작용한다. 또한, 고품질 이미지, 상세한 설명, 반품 및 보증 정책의 투명성은 소비자와의 신뢰 형성에 중요한 요소로 평가된다.

디지털 시대의 판매자는 기술과 혁신을 수용해 투명성을 유지해야 하며, 이를 통해 소비자들도 온라인에서도 안심하고 구매할 수 있도록 해야 한다.

실제로 소비자의 구매 채널은 빠르게 온라인 중심으로 이동하고 있다. 2020년부터 2024년까지 오프라인 매장을 통한 구매 의향은 61%에서 47%로 감소한 반면, 온라인 채널을 통한 구매 계획은 35%에서 48%로 증가했다. 중고 시계를 고려하는 소비자 사이에서도 동일한 흐름이 나타났다.

이에 따라 가장 효과적인 전략은 온라인과 오프라인의 강점을 결합한 옴니채널 모델이다. 예를 들어, 2001년에 제네바에서 시작된 폰티는 현재 예약제로 운영되는 디지털·오프라인 소름 모델로 전환했다. 반대로, 루스트체크와 더 1916 컴퍼니는 아시아와 미국에서 온라인 거래 플랫폼으로 시작했으나, 현재는 홍콩과 북미, 유럽, 중동으로 오프라인 소름을 확장했다.

이러한 대형 판매자들은 신뢰, 전문성, 철저한 소싱, 정품 보증, 고객 서비스 등을 바탕으로 소비자들의 신뢰를 얻고 있다.

경매 하우스의 역할

경매 하우스는 리셀 시장에서 고가 시계 거래를 촉진하는 핵심 채널로 기능한다. 희귀성과 전문성을 갖춘 시계를 엄선하고, 철저한 큐레이션과 진품 인증, 출처 검증을 통해 신뢰도 높은 거래 환경을 조성한다. 경매는 일반 시장에서는 접하기 어려운 한정판, 빈티지, 상징적인 모델을 수집가와 애호가에게 제공하며, 특유의 입찰 긴장감과 글로벌 네트워크 연결성으로 구매 경험을 더욱 차별화한다. 실제로, 폴 뉴먼의 롤렉스 데이토나나 파텍 필립 그랜드마스터 차임과 같은 아이코닉 모델들의 기록적인 경매 판매는 리셀 시장의 성장뿐만 아니라 명품 시계 산업 전반의 수요 확대에도 기여하고 있다.

06. 변화하는 시계 리셀시장

시계 리셀 시장의 변화 속도는 놀라운 수준이다. 2020년 이전, 딜로이트의 시계 산업 보고서에서는 리셀 시장에 거의 주목하지 않았다. 당시 업계의 관심은 스마트워치의 위협과 디지털 전환의 영향에 집중되어 있었다. 그러나 최근 몇 년간의 리셀 시장의 성장세와 규모, 그리고 점점 커지는 시장 내 존재감을 고려할 때, 리셀 시장은 더 이상 간과할 수 없는 요소로, 전통적인 시계 시장과 뿔 수 없는 일부가 되었다.

소비자에게 투명성과 신뢰를 제공하는 CPO프로그램은 시장에 중요한 가치를 더한다. 구매자는 진품 시계를 우수한 상태로 합리적인 가격으로 구입할 수 있다는 확신을 가질 수 있으며, 이는 시계를 착용할 때의 만족감뿐 아니라 미래의 투자로도 연결된다. 이는 과거 신뢰와 보증이 부족했던, 주관적 판단에 의존했던 시장에서의 중요한 진전이다.

결과적으로, 중고 시계의 공급은 증가하고, 이를 구매할 수 있는 유통 채널도 다양해졌다. 가격 거품이 꺼지면서 시장은 정상화되고 있으며, 이제 구매자는 디지털화된 글로벌 시장에서 더욱 쉽게 접근할 수 있게 되었다. 리셀 시장은 빠르게 성장 중이며, 향후 10년 내에 중고 시장은 기존 시장과 맞먹는 규모로 확대될 것으로 전망된다.



이미지 출처: Photo courtesy of eBay.

주석

1. WatchCharts (December 2024), Overall Market Index. https://watchcharts.com/watches/price_index
2. Bloomberg (October 2024), Used Luxury Watch Prices Stabilize, Boosted by Patek Philippe. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-10-09/used-luxury-watch-prices-stabilize-boosted-by-patek-philippe>
3. Wristcheck (December 2024), Wristcheck 100 Index. <https://wristcheck.com/wristcheck-index/WC100>
4. WatchCharts (December 2024), Brand Indexes. https://watchcharts.com/watches/price_index
5. EveryWatch (November 2024), Auction Season Report - Geneva Edition. <https://everywatch.com/analytics/reports?url=geneva-auctions-re-port>
6. EveryWatch (June 2024), Auction Season Report - Geneva Edition. <https://everywatch.com/analytics/reports?url=geneva-auctions-re-port>
7. Chrono24 (July 2023), Cristiano Ronaldo invests in Chrono24. <https://www.chrono24.com/info/chronaldo247.htm>
8. Chrono24 (June 2024), Famed Formula One Racer, Charles Leclerc, invests in Chrono24. <https://about.chrono24.com/en/press-release/famed-formula-one-racer-charles-leclerc-invests-in-chrono24-the-worlds-leading-online-marketplace-for-luxury-watches/>
9. CNBC (November 2021), Michael Jordan, Giannis Antetokounmpo Lift Luxury Watch Start-Up WatchBox To Valuation Nearing \$1 Billion. <https://www.cnbc.com/2021/11/23/mj-giannis-back-luxury-watch-start-up-watchbox-1-billion-valuation.html>
10. Bezel (January 2023), Bezel Announces Our \$8M Seed Round. <https://www.getbezel.com/post/bezel-seed-round#:~:text=Bezel%20is%20excited%20to%20welcome,NFL%20linebacker%20Emma-nuel%20Acho%2C%20and>
11. Swissinfo (October 2024), Hodinkee Sells Used Watch Site Crown & Caliber to Boston Dealer. <https://www.swissinfo.ch/eng/hodinkee-sells-used-watch-site-crown-&-caliber-to-boston-dealer/87706333>
12. Manufakturwerk, Watch thieves pull off a million-dollar coup - Watchmaster goes bankrupt. <https://www.manufakturwerk.com/en/blogs/manufakturwerk-ap-ple-watch-armbänder-unduhrenarmbänder/uhrendieben-ge-lingt-millionencoup-watchmaster-insolvent>
13. WatchPro (August 2024), Chronext In Administration As It Fights To Restructure And Survive. <https://www.watchpro.com/chronext-in-administration-as-it-fights-to-restructure-and-survive/>
14. Chronext, aktuelles. <https://www.chronext.ch/aktuelles>
15. JCK Online (December 2024), Pre-Owned Watch E-tailer Chronext Acquired. <https://www.jckonline.com/editorial-article/watch-e-tailer-chronext-acquired/>
16. WatchCharts (January 2024), State of the Rolex Certified Pre-Owned (CPO) Market. <https://watchcharts.com/articles/p/7515/january-2024-watch-market-update>
17. Morgan Stanley, Swiss Watches: Secondary prices continue to decline, 11.10.2024.
18. Morgan Stanley, Swiss Watches: Secondary prices continue to decline, 11.10.2024.
19. WatchCharts (January 2024), State of the Rolex Certified Pre-Owned (CPO) Market. <https://watchcharts.com/articles/p/7515/january-2024-watch-market-update>
20. Deloitte (May 2024), Embracing Digital Product Passport as a regulatory requirement. <https://www.deloitte.com/ch/en/Industries/consumer/analysis/em-bracing-digital-product-passport-regulatory-requirement.html>
21. The Hour Markers (December 2024), A Study On Secondary Watch Market Performance and Rise of Certified Pre-Owned. <https://thehourmarkers.com/articles/a-study-on-secondary-watch-market-performance-and-rise-of-certified-pre-owned>

참고문헌

1. WatchCharts (January 2024), State of the Rolex Certified Pre-Owned (CPO) Market. <https://watchcharts.com/articles/p/7515/january-2024-watch-market-update>
2. The Hour Markers (December 2024), A Study On Secondary Watch Market Performance and Rise of Certified Pre-Owned. <https://thehourmarkers.com/articles/a-study-on-secondary-watchmarket-performance-and-rise-of-certified-pre-owned>.
3. Business of Fashion (October 2024), Used Luxury Watch Prices Stabilize, Boosted by Patek Philippe. <https://www.businessoffashion.com/news/luxury/used-luxurywatch-prices-stabilise-boosted-by-patek-philippe/>
4. Everywatch (November 2024), Auction Season Report, Geneva edition. <https://everywatch.com/analytics/reports?url=geneva-auctions-report>
5. Deloitte (2024), Deloitte Global 2024 Gen Z and Millennial Survey. <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/content/genz-millennialsurvey.html> 8. End notes Deloitte Swiss Watch Industry Insights 2024 | Spotlight on the pre-owned market 39
6. Deloitte (2023), Deloitte Swiss Watch Industry Study 2023. <https://www.deloitte.com/ch/en/Industries/consumer/research/swiss-watch-industry.html>
7. Deloitte (2024), Deloitte Swiss Watch Industry Insights 2024: Spotlight on the female market. <https://www.deloitte.com/ch/en/Industries/consumer/perspectives/watch-study-female-market.html>
8. Watches of Switzerland, Watches of Switzerland Group Launches Luxury Watches Virtual Boutique. <https://www.watches-of-switzerland.co.uk/calibre/first-look/watches-of-switzerland-group-launches-luxury-watches-virtual-boutique>
9. Rolex (December 2024), Rolex Certified Pre-Owned: Because A Rolex Watch Often Lives Several Lives. <https://newsroom.rolex.com/about-rolex/rolex-certified-pre-owned-programme#:~:text=Rolex%20Certified%20Pre%20Owned%20watches,do%20so%20from%20spring%202023.>
10. WatchPro (November 2024), Seddiqi joins Rolex Certified PreOwned Program. <https://usa.watchpro.com/first-boutique-opens-exclusively-sellingrolex-certified-pre-owned-watches/>
11. Breitling (November 2024), Introducing Breitling Rewind, An Exclusive Vintage Watch Sale, Which Kicked Off At The Pre-Loved Reluxury Show in Paris. <https://press.breitling.com/breitlinnextg-rewind-en/?lang=eng>
12. Vacheron Constantin, Certified Pre-Owned. <https://www.vacheron-constantin.com/ch/en/services/certified-pre-owned.html>
13. Zenith (2021), Zenith Icons. https://pressroom.zenith-watches.com/app/uploads/2021/04/ZENITH-ICONS_ENG.pdf
14. Longines, Longines Collector's Corner <https://www.longines.com/de-ch/watches/collectors-corner>

한국 딜로이트 그룹 전문가

딜로이트 유통·소비재 전문팀

빠르게 발달하고 있는 리테일 환경 속에서 딜로이트 유통·소비재 산업 전문가들은 트렌드의 변화, 비즈니스 모델 및 기회를 적시에 파악하고 대응할 수 있도록 지원합니다. 또한, 딜로이트의 차별화된 유통·소비재 산업 네트워크를 통해 복잡한 문제 해결을 위한 혁신적인 솔루션을 제공합니다.



김태환 파트너
 소비자 부문 리더 | Deloitte Digital
 ☎ 02 6676 3756
 @ taehwankim@deloitte.com



한경수 파트너
 Deloitte Digital | 컨설팅 부문
 ☎ 02 6676 3753
 @ kyuhan@deloitte.com



김경원 파트너
 유통·소비재 부문 리더
 ☎ 02 6676 2322
 @ kyungwkim@deloitte.com



오행섭 파트너
 유통산업 전문가 | 회계감사 부문
 ☎ 02 6676 2135
 @ haoh@deloitte.com



이재훈 파트너
 유통산업 전문가 | 성장전략 부문
 ☎ 02 6676 1134
 @ jaehoolee@deloitte.com



안중식 수석위원
 유통산업 전문가 | 컨설팅 부문
 ☎ 02 6676 2988
 @ jonahn@deloitte.com

Deloitte Offerings

Customer Strategy & Design	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 기반 고객 전략 및 비즈니스 모델 수립 • 제품 및 서비스 오픈링 디자인
Marketing & Commerce	<ul style="list-style-type: none"> • 고객경험 최적화를 위한 Owned Channel, 광고, 이커머스 전략 설계/구현/운영
Customer as a Service	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 고객경험을 실현하는 마케팅, 세일즈, 서비스 플랫폼 구현 및 운영
Digital Strategy & Transformation	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털/IT 전략 수립부터 설계, 구축 및 최적화 • 인수합병, 신사업 개발, 신시장 진출 등 전략적 비즈니스 어젠다 관련 시스템 주제의 타당성 분석, 영향 검증, 벤치마킹, 전략 및 계획 수립



앱



카카오톡 채널



'딜로이트 인사이트' 앱과 카카오톡 채널에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표

손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더

정동섭 Partner
dongjeong@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장

박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

Contact us

krinsightsend@deloitte.com

연구원

김혜련 Senior Manager
hyerykim@deloitte.com

연구원

이소윤 Consultant
soyunlee@deloitte.com

디자이너

박근령 Senior Consultant
keunrpark@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.