

תקציר

- ✓ הצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה זינקה בחדות ברביע השני של 2021 בהשוואה לרביע הקודם, ואף ביחס למגמה ארוכת הטווח. שני הגורמים שמשפיעים במידה רבה על הנעשה בענף הציגו בתקופה האחרונה מגמה מעורבת: היבוא האישי התחזק משמעותית, אך לעומתו הצריכה של ישראלים בחו"ל ירדה דרמטית.
- ✓ נתוני הרכישות בכרטיסי אשראי מצביעים על האטה בקצב הצמיחה הרבעוני ברביע השלישי של 2021, אך יחד עם זאת הם מצביעים גם על מכירות גבוהות מהמגמה גם ברביע זה.
- ✓ מלבד המכירות, אינדיקטורים נוספים מצביעים על ההתאוששות בענף, וביניהם, התמתנות בירידה של היקף השכירים בענף ביחס לתקופה שקדמה למגפה, ועלייה משמעותית בהיקף היבוא של מוצרי הלבשה והנעלה מחו"ל.
- ✓ קצב הירידה של מחירי הלבשה והנעלה התמתן לאחרונה הודות להתאוששות הביקושים ול"אפקט בסיס". מחירי היבוא הדולריים של מוצרי הלבשה והנעלה עלו בתום במחצית הראשונה של 2021 והם צפויים לתמוך בשחיקה נוספת של קצב הירידה בחודשים הקרובים, לצד גורמים נוספים. ההתייעלות שחלה בענף, המתבטאת בעלייה בפדיון הממוצע לעובד, תומכת ביכולת הספיגה של החברות בענף, בפני גידול בעלויות, ואף ברווחיותן.
- ✓ מהדוחות הכספיים של החברות הציבוריות בענף לרביע השני של 2021 עולה כי מרבית היחסים הפיננסיים המצרפיים שנבחנו השתפרו בהשוואה לרביע המקביל אשתקד, ובפרט חלה עלייה משמעותית בשיעורי הרווחיות, זאת בהתאם למגמות שנצפו בנתוני המקרו.

החטיבה לשוקי הון < אגף כלכלה
Gili.BenAvraham@bankleumi.co.il

גילי בן אברהם



מסחר בהלבשה והנעלה

אוקטובר 2021

רקע

סך ההוצאה הפרטית על מוצרי הלבשה והנעלה במונחים נומינליים הסתכמה בכ-18.3 מיליארד ₪ בשנת 2019. ההוצאה לצריכה פרטית הנומינלית על מוצרי הלבשה והנעלה הייתה שוות ערך לכ-2.4% מסך ההוצאה הכוללת לצריכה פרטית בשנה זו. מסקר הוצאות משקי הבית (2018) עולה כי משק בית ממוצע מוציא כ-492 ₪ בחודש על פריטי הלבשה והנעלה, המהווים כ-3% מסך ההוצאה לתצרוכת החודשית.

מרבית הסחורה המשווקת בחנויות אינה מיוצרת בארץ הודות להסרת החסמים ליבוא טקסטיל מחו"ל בתחילת שנות התשעים. כך שבשנת 2019 כ-9% בלבד מצריכת פריטי הלבשה והנעלה מקורם היה בייצור מקומי, לעומת כ-75% מצריכת פריטי הלבשה והנעלה בשנת 1995.

בשנים האחרונות, עד להתפרצות הקורונה, חלה שחיקה בנתח השוק של החנויות הפיזיות בישראל בסך הרכישות של מוצרי הלבשה והנעלה, ומנגד נתח השוק של הרכישות המקוונות (בארץ ובחו"ל) והרכישות הפיזיות בחו"ל עלה. על הגורמים שתרמו לכך נמנים בין היתר הפטור ממע"מ ומס קנייה על יבוא אישי בסכום של עד \$75, רפורמת השמיים הפתוחים, השיפור באמצעי השילוח הבינלאומי והתחזקות השקל.

הצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה זינקה בחדות ברביע השני של 2021

הירידה המדורגת בהיקף המגבלות על המשק מאז החל מבצע החיסונים בישראל (סוף שנת 2020) התבטאה בחזרתם של הצרכנים לחנויות והקניונים, ובפרט לחנויות הלבשה והנעלה. כפי שניתן לראות בתרשים מס' 1, לפי נתוני הניידות של גוגל, ההגעה של הצרכנים לאתרי הקמעונאות והפנאי שבה אט אט לממדים שנרשמו בחודש ינואר 2020, לפני פרוץ מגפת הקורונה. לפי נתונים אלו, בחודשים יוני-אוגוסט 2021, הניידות של אזרחי ישראל לאתרי הקמעונאות והפנאי הייתה נמוכה ביחס לטרום הקורונה לכל היותר בשיעור חד ספרתי נמוך. עם זאת, בספטמבר חלה ירידה בהיקף הצרכנים באתרים אלו, אולם ניתן להניח כי לחגי תשרי, במהלכם מרבית החנויות סגורות, יש חלק מרכזי בכך.

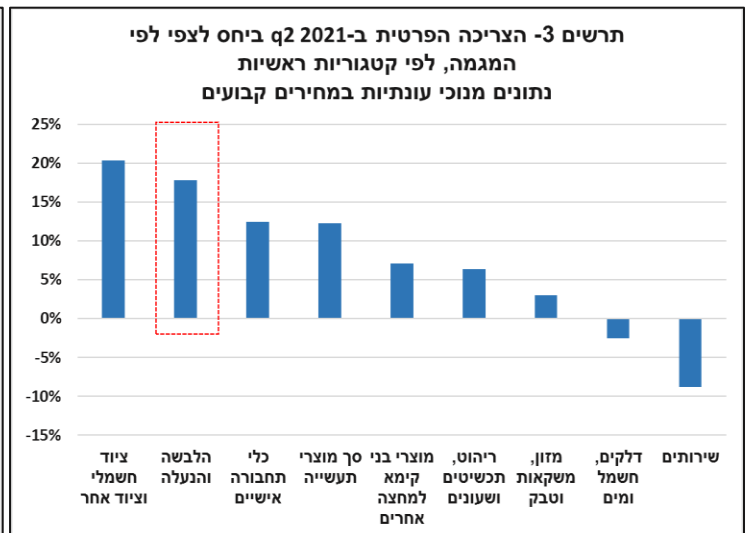
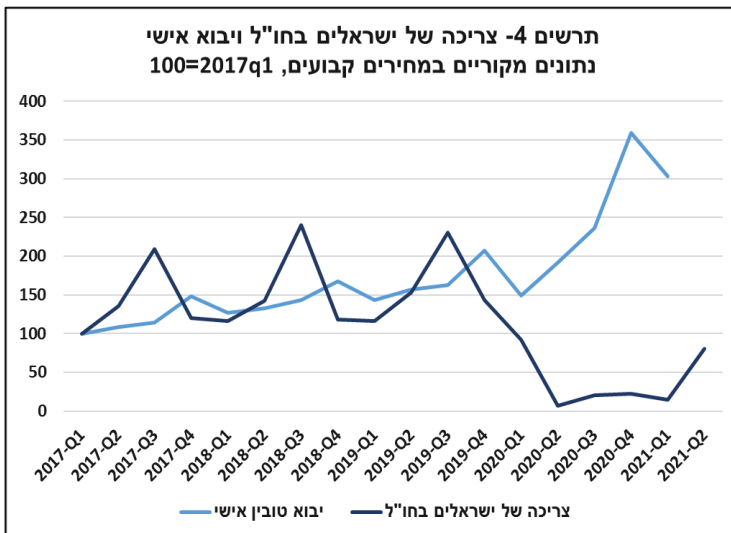
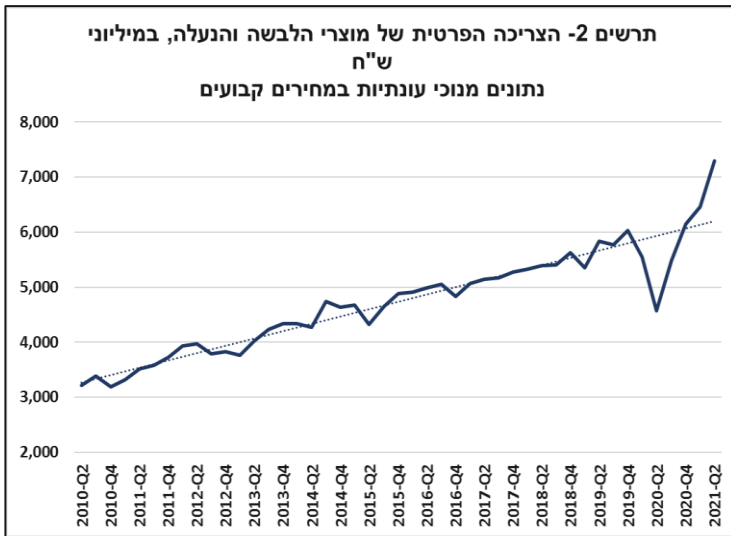
על רקע זה, והודות למגמות נוספות כגון, הצטברות של ביקוש כבוש במהלך הסגרים, היקף נמוך של ישראלים היוצאים לחו"ל, וירידה בהוצאה לצריכה של שירותים, חלה עלייה משמעותית בצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה ברביע השני של 2021 (ראה/י תרשים 2). הצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה (נתונים מנוכי עונתיות) עלתה ברביע זה בכ-13% ביחס לרביע הקודם (בתחילתו חל הסגר השלישי), והיא הייתה גבוהה בכ-18% ביחס להיקף הצריכה הצפוי לפי המגמה שאפיינה את הצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה בשנים שקדמו לקורונה (משנת 2010 ואילך).

בהשוואה ליתר הקטגוריות הראשיות בצריכה הפרטית, הגידול בצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה היה השני בגובהו לאחר הצריכה של ציוד חשמלי וציוד אחר (ראה/י תרשים 3). למעשה, הצריכה הפרטית לפי מרבית הקטגוריות הראשיות הייתה גבוהה מהצפי לפי המגמה ברביע השני של 2021, כפי הנראה בעיקר בעטיו של היציאה מהסגר הראשון וההצטברות של הביקוש הכבוש. לעומת זאת, הצריכה הפרטית של שירותים (שמשקלה גבוה, כ-35% מהצריכה הפרטית הכוללת ב-2019) באותה התקופה הייתה נמוכה בכ-9% מכפי שניתן היה לצפות מהמגמה שאפיינה את צריכת השירותים לפני פרוץ הקורונה. נוכח המגבלות שהעיבו בעיקר על היכולת לצרוך שירותים המערבים התקהלויות ומגע עם אחרים, וייתכן שאף החשש מהידבקות בנגיף בעת צריכת השירותים הללו.

שני רכיבים נוספים של הצריכה הפרטית, להם השפעה משמעותית על הצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה, הצריכה של ישראלים בחו"ל ויבוא טובין אישי, הציגו מגמות מעורבות מאז פרוץ הקורונה (ראה/י תרשים 4). הראשון, שמשקף את כלל הצריכה של ישראלים בחו"ל, דהיינו, שירותי לינה, מזון ומשקאות, פנאי, הלבשה והנעלה ועוד, ירד דרמטית עקב סגירת השמיים, ועל אף העלייה ברביע השני של 2021 הצריכה של ישראלים בחו"ל הייתה נמוכה בכ-50% ברביע זה ביחס לרביע המקביל ב-2019. כלומר, הצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה בחו"ל נמוכה משמעותית מכפי שהייתה בתקופת טרום המשבר, כך שגורם זה תומך בגידול של החלופות הנותרות לצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה, הלא הן רכישה מהקמעונאיות הישראליות ורכישה מקמעונאיות המבוססות בחו"ל באמצעים מקוונים.

מאידך, היבוא של טובין אישי, המשקף את כל ההזמנות של ישראלים מחו"ל (כלומר, לא רק בגדים), שלא בנוכחות פיזית בחו"ל, שערכן נמוך מ-\$500 ולכן פטורות ממכס וחלקן אף מתשלומי מע"מ, עלה משמעותית, בעיקר בתום שנת 2020 ותחילת שנת 2021. מגמה זו חלה על רקע הסגרים שכפו על החברות בענף המסחר ועל הצרכנים לעבור מרכישות בחנויות פיזיות לאמצעי מכירה מקוונים. בנוסף, הודות לכך, חלה הצטרפות של קהלים שעד לא מזמן לא נחשפו לרכישות באינטרנט (בעיקר קהל בוגר) וכך הרכישות באמצעים מקוונים זינקו באופן חד. כמו כן, עסקים רבים השקיעו בהקמת ערוצי מכירה מקוונים, ואלו שכבר החזיקו בכאלה שדרגו והשקיעו בשיפור ערוצי המכירה המקוונים הקיימים.

כך שההיצע של מוצרים הנמכרים באמצעים המקוונים גדל גם הוא. בתוך כך, היבוא של טובין אישי לישראל עלה ברביעי הרביעי של שנת 2020 בכ-73% ביחס לרביעי המקביל בשנת 2019, וברביעי הראשון של שנת 2021 עלה בכ-103% ביחס לרביעי המקביל בשנת 2020 (שנפגע במקצת מהתפרצות הקורונה), זאת, לעומת עלייה ממוצעת של כ-20% במהלך השנים 2018-2019. כמובן שגורם זה מעיב על המכירות של קמעונאיות ההלבשה והנעלה הישראליות.



עד כה, הרביעי השלישי של 2021 מתברר גם הוא כמוצלח, ומגוון אינדיקטורים מצביעים על התאוששות בענף

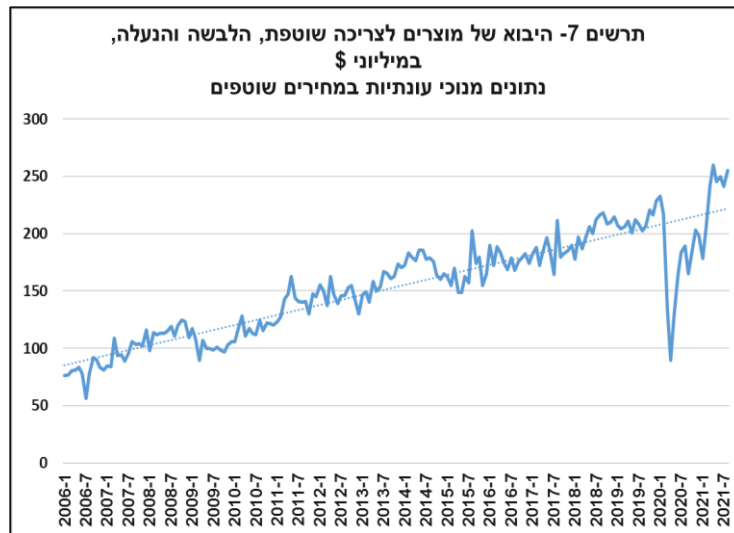
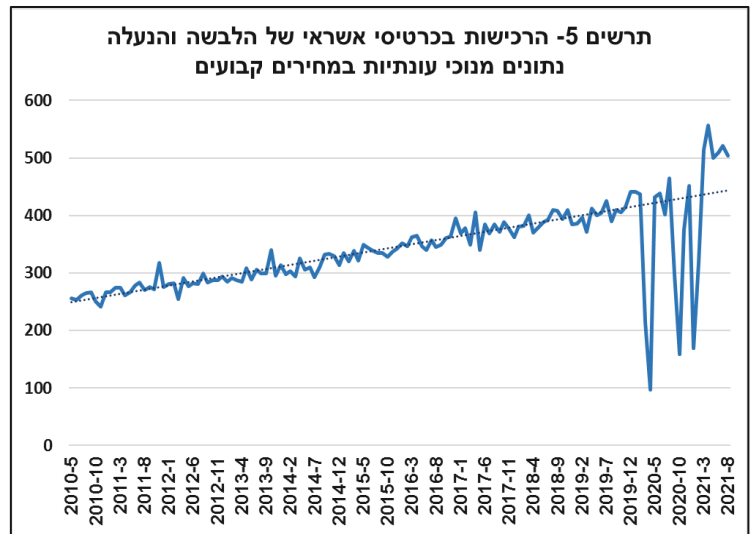
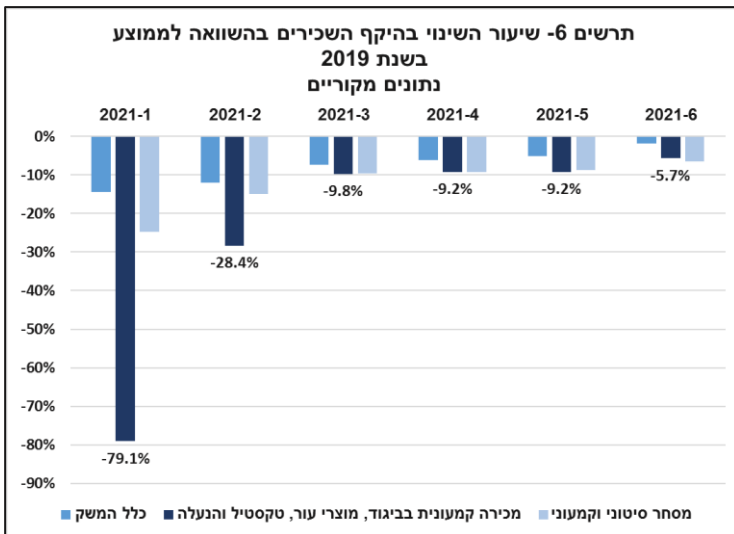
בדומה למגמה שנצפתה בצריכה הפרטית, גם הרכישות בכרטיסי אשראי של מוצרי הלבשה והנעלה (נתונים מנוכי עונתיות), במחירים קבועים, היו גבוהות מכפי שהיה ניתן לצפות שיהיו ברביעי השני של 2021, בהתחשב במגמה שאפיינה את סדרת הנתונים בתקופת טרום הקורונה (ראה/י תרשים 5).

לאחר מכן, בחודשים יולי-אוגוסט ירדו הרכישות בכרטיסי אשראי של הלבשה והנעלה, במחירים קבועים, בכ-2% בהשוואה לרכישות ברביעי השני של 2021. אולם, על אף הירידה, גם בחודשים אלו רמת הרכישות נותרה גבוהה ביחס למגמה בטרם הקורונה, ומצביעה על מכירות בהיקף גבוה יחסית. יצוין כי באופן דומה לממצאים העולים מנתוני הלמ"ס, גם לפי נתוני בנק ישראל הנאספים מחברת שב"א, הרכישות בכרטיסי אשראי של ביגוד והנעלה, במונחים נומינליים וללא ניכוי עונתיות, ירדו בכ-2% במהלך הרביעי השלישי של 2021 ביחס לרביעי הקודם.

מלבד זאת, עם היציאה מהסגר השלישי, והודות להימנעות מסגרים מאז, התמתנה הירידה בהיקף השכירים בענף ביחס לממוצע השכירים בשנת 2019 לשיעור שינוי חד ספרתי (ראה/י תרשים 6). יתרה מכך, ביוני 21 הירידה בהיקף השכירים בענף מכירה קמעונאית של מוצרי הלבשה והנעלה כבר הייתה נמוכה מהירידה המקבילה בכל ענף המסחר (סיטוני וקמעונאי), אך נותרה גבוהה יותר מהירידה בהיקף השכירים בכלל המשק.

לבסוף, גם נתוני היבוא מעידים על התאוששות בענף המסחר בהלבשה והנעלה. החל מחודש מרץ 2021 ניתן לזהות עלייה ניכרת בהיקף מוצרי ההלבשה המיובאים, במחירים שוטפים, ומאז ערך היבוא גבוה מן הצפוי לפי המגמה ההיסטורית (ראה/י תרשים 7). את העלייה הזו, שהגיעה לאחר רמות נמוכות מאוד בשיא המשבר, ניתן להסביר בשיפור באמון העסקים בענף ובציפיותיהם בנוגע לעתיד. לא מן הנמנע כי השיפור בצפי של העסקים נבע ממבצע החיסונים והצלחתו להפחית את התחלואה בתחילת שנת 2021.

במבט קדימה, להערכתנו, הביקוש למוצרי הלבשה והנעלה יוסיף להיות גבוה ביחס למגמה ההיסטורית גם בחודשים הקרובים, אם כי בפער מתון יותר. מחד, הפסקת תשלומי החל"ת לחלק ניכר מהזכאים כבר ביולי 21 לצד שיעור אבטלה גבוה, צפויים להעבי על הביקושים, ובמקביל האפקט של הביקוש הכבוש צפוי לדעוך. מאידך, המספרים הנמוכים יחסית של הישראלים שיוצאים לחו"ל, הצפויים להישמר גם בתקופה הקרובה, תומכים בהגברת הצריכה בחנויות המקומיות חלף רכישות בחו"ל, תוך הגדלת המקורות התקציביים לצריכה על חשבון ההוצאה על טיול בחו"ל.



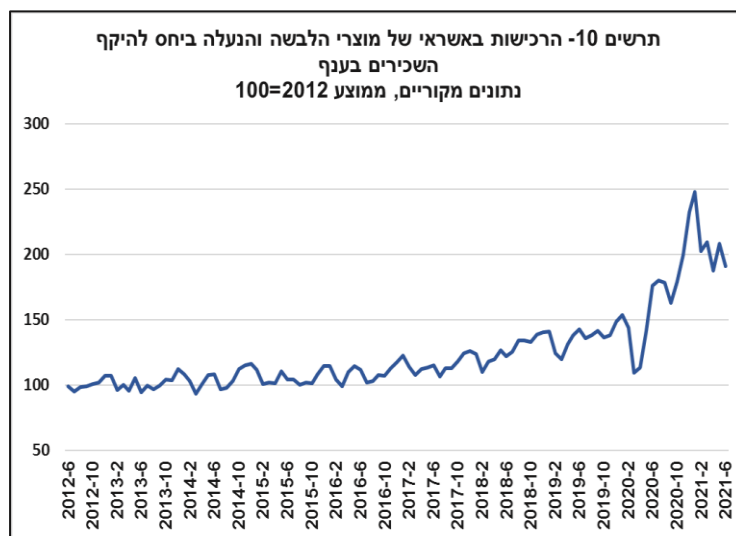
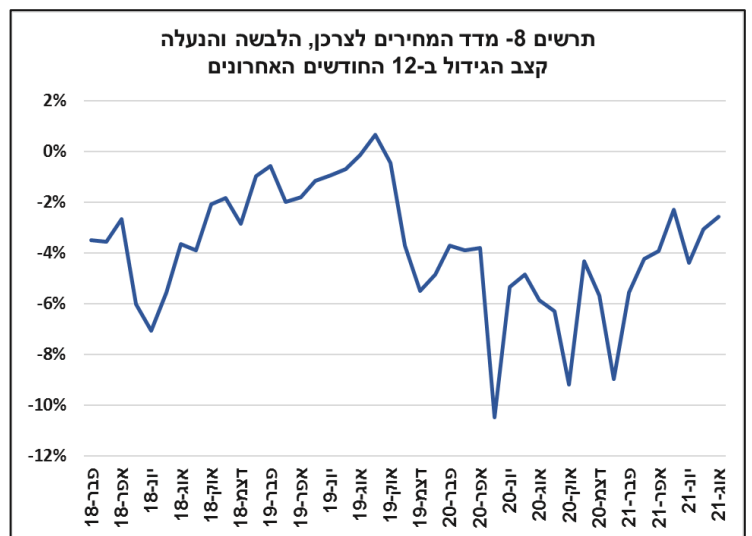
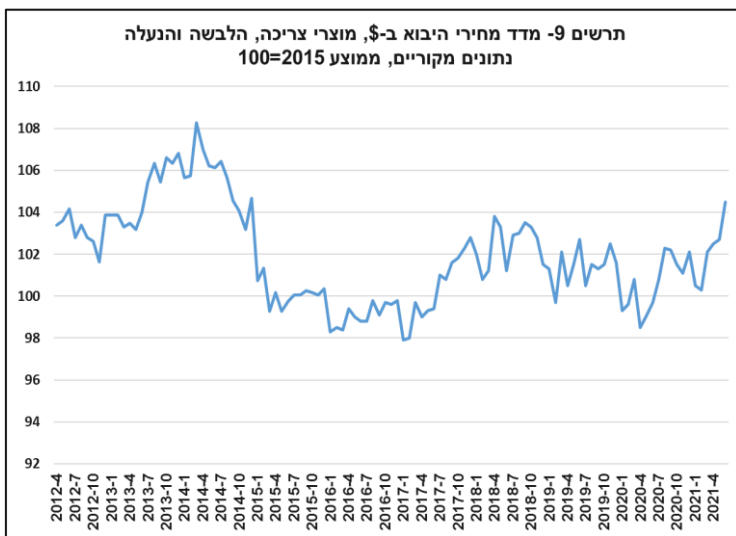
מחיריהם של מוצרי ההלבשה וההנעלה, כפי שמשקף ממדד המחירים לצרכן, יורדים בקצב מתון יותר מאז היציאה מהסגר השלישי (מרץ 21), בהשוואה לתקופה שחלה בין התפרצות מגפת הקורונה בישראל ועד היציאה מהסגר השלישי (ראה/י תרשים 8). הסגרים, שהובילו לירידה חדה בביקושים, תמכו בהוזלות מחירים מהחשש להצטברות של מלאים שלא יהיה ניתן למכור. כמו כן, יצוין כי המדידה של מחירי המוצרים הושפעה מהסגרים, כאשר בחודשים בהם חנויות ההלבשה היו סגורות, המדידה נערכה אך ורק באמצעי הסחר המקוון.

על רקע זה, החל מחודש מרץ 21, מדדי המחירים של מוצרי הלבשה והנעלה היו גבוהים יחסית במרבית החודשים, מה שמתכתב עם העלייה שנצפתה בביקושים, ולכן בהשוואה למדדים הנמוכים יחסית בשנת 2020 עלה קצב הגידול של המחירים בשנה האחרונה.

בחניה של חלק מהעלויות המרכזיות של קמעונאיות הלבשה והנעלה מעלה כי מחירי היבוא הדולריים של המוצרים עלו לאחרונה, אולם הקמעונאיות עשויות להיות סבלניות יותר עם העלאות מחירים הודות לעלייה בפריון העבודה. כך, מחירי היבוא של מוצרי הלבשה והנעלה לצריכה, במונחים דולריים, חצו ביוני 21 את הרמה הגבוהה ביותר שנרשמה מאז שנת 2014 (ראה/י תרשים 9). אפשר שעלייה זו נגרמה בהובלת השפעות הקורונה, כגון סגירה של מפעלים בסין בעקבות גילוי מאומתים באזורים מסוימים, גידול בעלויות ההובלה העולמיות, וגידול בעלויות חומרי הגלם, דוגמת הכותנה שמחירה האמיר בשל פגיעה בהיצע העולמי מצדם של תנאי מזג האוויר בארה"ב. יודגש כי בדרך כלל חולפים מספר חודשים מעת ההגעה של המוצרים מחו"ל ועד למכירתם בחנויות.

ובגזרת הוצאות השכר, קשה להפיק תובנות בנוגע לקצב עליית השכר, מכיוון שבתקופה האחרונה יצאו ונכנסו לשוק העבודה עובדים המשתכרים בדרך כלל בשכר נמוך מהמוצע, כך שכאשר עובדים אלו מוגדרים בחל"ת השכר הממוצע בענף עולה וכאשר הם שבים לעבוד השכר הממוצע בענף יורד. אך אף על פי כן, מה שכן ניתן לקבוע הוא כי בחודשים האחרונים חלה התייעלות משמעותית בענף כתוצאה מהגידול הניכר במכירות ביחס להיקף העובדים שהיה נמוך יחסית בתקופה האחרונה. המשמעות העולה מכך היא כי הודות להתייעלות שחלה בחודשים האחרונים, ומתבטאת בעלייה בפדיון הממוצע לעובד, קמעונאיות הלבשה מסוגלות לספוג גידול מסוים בעלויות מבלי לפגוע ברווחיותן.

במבט קדימה, קצב עליית המחירים צפוי להיות גבוה יותר בחודשים הקרובים מעל הרמה הנוכחית של -3%. זאת, בראש ובראשונה, על רקע ההתאוששות הביקושים בענף ורמתם הגבוהה יחסית, וכן גם הודות לעלייה במחירי חומרי הגלם ועלויות השינוע. שנית, גם בתום שנת 2021 צפוי לחול "אפקט בסיס", כלומר השוואה למדדים נמוכים יחסית בשנת 2020 שהושפעה מהקורונה.



ניתוח הדוחות הכספיים של החברות הציבוריות

הניתוח שלהלן יתבסס על הדוחות הציבוריים של חברות ההלבשה והאופנה הן מתחום הייצור והן מתחום המסחר. חשוב לציין כי לחלק מהחברות יש מגזרי פעילות נוספים כמו מכירת מוצרי אופנת בית או מוצרי אווירה וטיפוח, וכן לחלקן ישנה פעילות מכירה בחו"ל. בנוסף, החברות שלהלן מהוות רק חלק מועט מהחברות הקיימות בשוק ובנוסף אליהן, פועלות בשוק האופנה חברות פרטיות, רשתות בינלאומיות וחנויות בוטיק אשר אינן מחויבות בפרסום דוח כספי.

החברות המשתתפות בניתוח:

שם החברה	חלקה במאזן המצרפי
דלתא	37%
פוקס	37%
קסטרו	13%
גולף	7%
בריל	3%
תפרון	3%

לוח 1- יחסים פיננסיים מצרפיים נבחרים של החברות הציבוריות בענף המסחר בהלבשה

שולי רווח גולמי	שולי רווח תפעולי	יחס שוטף	יחס מהיר	הון עצמי ביחס	מזומנים מפעילות ביחס להוצאות מימון	יחס כיסוי הריבית
51.3%	12.8%	1.7	1.1	32.9%	8.5	5.4
44.7%	1.7%	1.5	0.9	24.6%	9.6	0.6
q2 2021						
q2 2020						

בחירת היחסים הפיננסיים המצרפיים של החברות הציבוריות בענף מלמדת כי כמעט בכל היחסים הפיננסיים שנבחנו חל שיפור ברביע ה-2 של 2021 ביחס לרביע המקביל אשתקד. חשוב להבהיר כי בתקופת ההשוואה חלו אירועים רבים שעשויים להשפיע על טיב ההשוואה: מבצע שומר חומות ברביע השני של 2021, וכ-40 ימים מן הסגר הראשון שחלו ברביע השני של 2020 ולוו לאחר מכן בעלייה חדה יחסית בביקושים.

- שיעור הרווח הגולמי המצרפי עלה בחדות בתקופת ההשוואה, והוא הגבוה שנרשם מאז שנת 2007. עלייה זו התאפשרה הודות לייסוף שע"ח של השקל מול הדולר אשר הוזיל את עלויות הייבוא של מוצרי ההלבשה וההנעלה שנמכרו, וכן בשל עליות מחירים ו/או צמצום מבצעים ברקע ההתאוששות בביקושים. גם שיעור הרווח התפעולי עלה בחדות, הודות לשיפור ברווחיות הגולמית, ירידה בהוצאות השכר כתוצאה מהתייעלות ועוד.
- יחסי הנזילות השונים השתפרו בתקופת ההשוואה. היחס השוטף (המצביע על היכולת של החברה לפרוע את התחייבויותיה השוטפות באמצעות הנכסים השוטפים) עלה בצוותא עם היחס המהיר (המצביע על היכולת של החברה לפרוע את התחייבויותיה השוטפות באמצעות הנכסים השוטפים להוציא המלאי), זאת על רקע גידול ניכר במזומנים ובמלאים לצד עלייה מתונה בהתחייבויות לבנקים וספקים.
- יחסי כושר הפירעון, כיסוי הריבית ומזומנים מפעילות שוטפת ביחס להוצאות המימון, הציגו מגמה מעורבת כאשר הראשון עלה משמעותית בשל הגידול ברווח התפעולי ואילו האחרון ירד קלות. האיתנות הפיננסית השתפרה משמעותית, עת עלה ההון העצמי ביחס למאזן ב-7 נקודות האחוז על רקע צבירת הרווחים של התקופה האחרונה.