

業務回顧

概況

- 二零零一年全球陷於動盪的局面，導致很多公司盈利急跌，當中包括不少從事時尚配飾業務的公司。數間大型的高級時尚企業調較其商業策略，由透過收購擴展業務轉為減少投資及盡量爭取核心資產的回報，以抗衡經濟環境帶來的轉變。
- 為了更好的迎接經濟衰退期間帶來的挑戰，二零零一年集團專注產品及業務發展。回顧業績，這個發展策略證明是合適的，而集團並沒有捲入收購一些價值被高估，但具潛力之業務或品牌的瘋狂熱潮中。
- Esprit時計及珠寶在德國時款腕錶及珠寶類別中，由德國零售商選為二零零一年最佳時計及最佳珠寶之頭三名，再一次證明集團在時尚配飾業中穩坐潮流創造者的位置。在二零零一年上半年，集團獲授予MEXX時計全球特許權、MEXX在德國及奧地利的珠寶分銷權及JOOP!授予時計、珠寶及一些皮具用品的全球特許權。這些成績顯示集團在創造潮流方面的豐富經驗，亦增加了集團擴展知名品牌組合的優勢。

業務回顧 (續)

時計業務

- 隨著Junghans Uhren GmbH (「Junghans」) 的加盟，集團重新分配資源，減少購買製成品 (這些產品帶來較低的邊際利潤)，轉為進行較多內部生產品牌產品 (這可帶來較佳的邊際利潤及提升保留顧客的比率)。
- Junghans亦是發展時計科技的先鋒，在無線電遙控、太陽能及衛星詢答器科技 (Junghans Systems) 上擁有領先地位。Junghans已成功將這三項科技引入一只腕錶之內。這款Junghans Systems腕錶務求以「顧客為本」，兼備各種功能，同時也能達致集團愛護環境的目的。
- Junghans無線電遙控科技 (美國稱為「原子能時計」) 已與集團的一個高級運動品牌Carrera結合，出產了一系列的Carrera Time Engineering腕錶，將Carrera的獨特風格「Life is the Fast Lane」傳神地演繹出來，該系列腕錶在二零零一年六月於拉斯維加斯展出並獲得熱烈歡迎。Junghans與Carrera的結合帶來了協同作用，為集團的時計業務帶來效益。

珠寶業務

- 最近，集團與一間以色列鑽石供應商集團合作，為高級珠寶產品包括Kazto和Jacquelin系列的生產提供強大的支援。Keimothai廠的生產效率已得到改善，專門生產尤其是銷往美國的高級鑽石及黃金產品。位於中國的寶昌永耀珠寶廠除了擁有完善的鍍金技術，在銀製首飾及時尚珠寶的製造技術上亦取得進一步提升，加強對美國市場的支援。
- Abel & Zimmermann是集團於二零零一年九月收購的德國附屬公司，六成的產品分銷至美國珠寶商。其超凡的工藝及獨一無二的設計媲美Kazto和Jacquelin的概念。這些優質品牌將陸續推出給廣大的顧客，協同作用會隨之而來。

業務回顧 (續)

皮革及時尚生活品業務

- 集團擁有的商標Goldpfeil分別在德國高級品牌的品牌知名度、購買意欲及市場佔有率類別中仍然穩佔第一位。集團會繼續全力將這個擁有一百五十年深厚根基的皮革品牌發展為「真正」的時尚生活品牌。
- 為了豐富產品類別，Goldpfeil與德國著名網球手Stefanie Graf合作，推出了Stefanie Graf by Goldpfeil系列，包括辦公手提箱、旅行袋、女裝手袋及精巧的皮革用品。
- Goldpfeil首個腕錶系列包括七只「獨一無二」的腕錶及七個「限量版」設計，每一款皆分別由七位擁有超卓工藝並來自Académie Horlogère des Créateurs Indépendants的成員設計。這批腕錶現正在全球各主要城市的高級鐘錶珠寶店中作為期一年的巡迴展覽，最後會於二零零二年秋季由佳士得拍賣公司拍賣。與時計界中「七位頂級工藝師」的策略性聯盟，正正配合了Goldpfeil不斷提供高產品質素的優良傳統。
- 繼於香港的馬哥孛羅香港酒店開設了首間專賣皮革產品及眼鏡產品的Goldpfeil專門店後，集團於二零零一年十一月於香港中環的樞紐地帶開設了第二間旗艦店。
- 在日本，Goldpfeil的品牌知名度不斷提升。設於日本的兩間Goldpfeil旗艦店的營業額佔日本Goldpfeil總收入的15%。加上高級百貨公司、零售點及精品店，Goldpfeil在日本的分銷網已擴展至超過一百個銷售點。鑑於日本的佳績，Goldpfeil Japan公司現獲委任監督台灣、南韓、關島及夏威夷的業務（這些市場擁有大量的日本顧客）。
- Goldpfeil首飾系列將於二零零二年第四季隆重登場，屆時定必獲得世界各地尤其是日本、香港、歐洲、中東及美國顧客的青睞。