

前景

歐洲

歐洲貨幣一體化的實現促使集團統一現存的分銷中心及更有效率的利用發展完善的內聯網系統及外聯網系統。現存的五個後勤及分銷中心將會合併為一，而地點位於德國Dietzenbach(位近法蘭克福)。歐洲的地區總部將會設於聞名遐邇的品牌Goldpfeil的發源地-德國的Offenbach(位近法蘭克福)。隨著後勤及地區總部的統一，集團預期運送貨品時間會縮短，而與亞洲基地相連的供應鏈系統將更有效率地提高服務質素，達致集團改善服務及保持長遠增長的整體目標。

亞洲

Goldpfeil時尚生活產品最近分銷至亞洲而取得令人興奮的成績，其中尤以日本的成功最值得驕傲。集團的日本附屬公司將繼續統籌構思及履行發展這個知名品牌在亞洲區的工作。集團計劃於三年內增加日本旗艦店的數目至三十間。

Junghans Asia Limited正式成為發展Junghans亞洲業務據點，反映集團全力發展及不斷擴張在亞洲的核心業務。二零零一年，集團為Junghans Systems(非接觸詢答器技術系統)、無線電遙控(原子能時計)系統及太陽能科技籌辦了一連串市場發展活動，獲得熱烈的回響。集團現正著力將Junghans Systems(非接觸詢答器技術系統)腕錶引入台灣的公共交通系統及零售網絡。至於其他地區，集團正與各地有興趣參與發展Junghans Systems(非接觸詢答器技術系統)業務的公司商議合作的可能性，這些公司分別來自南韓、台灣、新加坡、馬來西亞、日本及中國(香港、深圳、廣州、上海及北京)。

日本最近建成了一座新的發射站，該發射站可令Junghans無線電遙控腕錶不單在日本可以運作，更可在中國沿海城市(包括北京、上海及南中國)、南韓及台灣正常運行。集團相信無線電遙控時計將會成為未來的主導，而集團在這股科技浪潮中已穩佔獨有的優越位置。集團預期中國加入世界貿易組織並獲得主辦二零零八年夏季奧林匹克運動會的權利，將為Junghans科技的應用提供了一個廣闊的發展空間。

前景 (續)

美國

集團對開拓充滿競爭的美國珠寶、腕錶及皮革市場保持審慎樂觀的態度。集團的美國業務過去錄得虧損，主要是先前為了維持商標的國際形象及整體品牌價值所進行的市場營銷推廣計劃的支出所做成的。採取國際分銷給集團各品牌帶來正面的貢獻，包括在歐洲及亞洲建立了獨有的品牌形象。

集團致力於美國高級華貴珠寶市場中發展，原因是市場研究報告指出此乃一打入美國市場的有效途徑。集團已成功與美國的高級百貨公司及零售商店建立合作關係，透過此途徑推廣Kazto、Jacquelin及Abel & Zimmermann等品牌，藉以增加集團於美國的知名度。由於腕錶業務的分銷網絡與珠寶的分銷網絡相似，故現由美國deBeers獲獎設計師Jacquelin Grosser-Samuels領導之珠寶隊伍統籌發展。

集團計劃通過策略聯盟的方式擴展美國的分銷網絡，這樣會增加對內部生產及產品開發的需求。相信這個由外購製成品為主轉為內部生產為主的方針會增加整體的邊際利潤和更能掌握產品供應的時間，最終會為集團及顧客帶來經濟效益。

Goldpfeil獨步於歐洲及亞洲的皮革界，加上最近推出獨一無二的腕錶系列獲得世界各地的熱烈反應，證明以時尚生活概念推展這個品牌的策略是合適的。集團在美國進行的市場研究及推廣活動顯示美國顧客對品牌的重視程度日益提高，而Goldpfeil產品的概念及其優秀的品質正好迎合美國市場的需要，有助Goldpfeil擴展美國業務。集團希望透過特許權或其他商業合作模式與具實力的公司合作，以擴展Goldpfeil在美國的業務。集團深信憑著Goldpfeil一百五十年的悠久歷史、優越的品質、非一般的優雅及勇於選用創新物料的特質，將促使Goldpfeil成為有條件在美國擁有領導地位的品牌，令其於歐洲及亞洲的形象及增長更全面反映出來，突顯其環球性的尊貴地位。