



GOLD/PFEIL
GERMANY
1856

輝煌過去、動人現在、耀眼將來 ——非凡品味

Goldpfeil的重新定位計劃現正步向尾聲，品牌形象將更富玩味色彩，更貼近時尚指標。由於擁有嚴格的品質和優越的功能，品牌被廣泛認為傳統手工藝的承繼者，故能保持無比的魅力，讓零售商及顧客深信她擁有開創潮流的實力。

在當今市場上，各式產品紛紛希望能攀上「時尚的社交階梯」，而手袋已被公認為一種可以自成品牌的配飾。上述的演進正好與發展為傳統品牌的趨勢不謀而合。為品牌重新定位、開闢年青目標客戶群以及擁抱創新設計，是Goldpfeil從過去過渡至未來的成功策略。2005/2006業務年度為品牌提供了難能可貴的機會，以面向未來的變革慶祝往日的歷史。

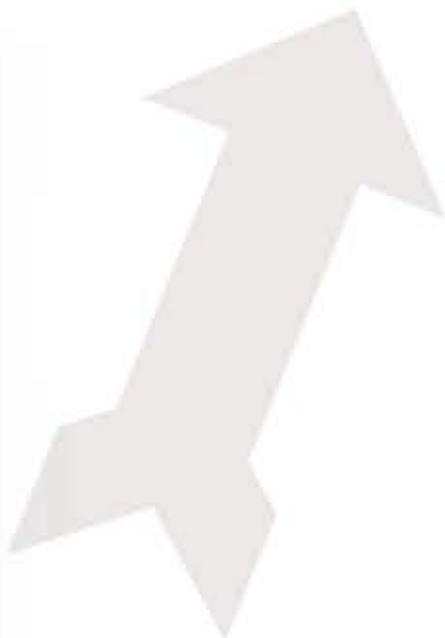




在Goldpfeil 150週年紀念的日子里，限量版「Bracelet Bag」盛大推出，為喜慶的日子錦上添花。如此珍貴的手袋是以最上乘的光面小羊皮製成，配以獨特的銀裝飾品作點綴。當中最矚目的部分是可以隨意拆下、以金銀絲精工的裝飾製造而成的真銀手鐲，帶你走進Goldpfeil 150年來小巧皮包的時光之旅。特別版手袋的部分收益更已撥捐聯合國兒童基金會，於非洲建成了兩所設施齊備的學校。

於慕尼黑和法蘭克福旗艦店舉行的生日派對，成為了衣香鬢影的貴賓紅地毯活動，令有關品牌和新系列的談論更趨熱烈。

在新的業務年度，Goldpfeil將透過鋪天蓋地的廣告計劃，自信地向全球觀眾展示它的實力。新店開幕和全新服裝系列，配合其傳統的高級配飾，將能推動大規模的擴展和營業增長。Goldpfeil雖然剛渡過150歲生日，然而卻從未比今天感到更年青和充滿力量。







COMTESSE

傳奇、優越、高尚——尊貴獨享

傳奇不滅，進步與讚賞俱增：Comtesse在2005/2006業務年度為其成功故事寫下新篇章。多年來，品牌一直獲得日本太子妃雅子、瑞典皇后希爾維亞、泰國皇后詩麗吉和告羅士打公爵夫人等名人鼎力支持，成為品牌的尊貴客戶。

Comtesse的神祕魅力源自以蒙古活馬馬尾毛編織而成的物料，以及蘊藏在198種獨有色彩背後的祕方，而適時的創新被喻為最佳的策略。此外，以柔軟小牛皮製造的便服手袋系列「When Angels Travel」在歐洲的主要市場成為了一大熱潮，而鞋履系列則緊隨其後於來年推出。

Comtesse受惠於與集團旗下的Salamander連鎖店達成的策略性零售聯盟，將產品引進位於中歐及東歐的特選地點，讓Comtesse迅速觸及對高級名貴配飾產品需求殷切的新興市場。

數個項目現正籌備得如火如荼，好讓品牌於2006/2007年度打進中國、印度、美國及英國市場。旅遊零售市場能為高級名貴產品市場帶來可觀的增長潛力，因此集團將特別注視旅遊零售市場的發展。

在新的業務年度，品牌計劃將「When Angels Travel」系列引入集團的其中一個傳統市場：日本——最暢銷的系列現正於前往日本的旅途上。





JOOP!

令人讚歎的符號、設計師的標誌、 最尖端的潮流—— 自豪優勢所在

在聯洲國際集團的皮革配飾組合中，Joop!是別具時尚觸覺的設計師品牌。走在時代尖端的品味以及嚴謹的分銷概念，再加上超級名模現身矚目的廣告中，成效相得益彰。在2005/2006業務年度，品牌邀得Gisele Bündchen成為代言人，充分表達品牌緊貼潮流、開創新意念和視覺概念的個性。

Joop!皮革配飾：聯洲國際集團擁有Joop!的部分股權，隨後又對品牌的發展作出投資，實為重要的策略，令Joop!能夠如聯洲國際集團的其他品牌一樣得享品牌間的協同效益。憑著非一般的產品製造技術網絡和分銷渠道，以及對產品和品牌在國家以至洲份的銷售經驗，Joop!的品牌知名度和時尚魅力得以完美呈現。

Joop!配飾在過去一個業務年度，表現再次勝於預期，並進一步打入競爭激烈的國際市場。品牌邀得另一超級名模Eva Padberg成為「Charity Bag」的代言人，在塑造品牌形象方面再一次取得成功。矚目的限量版手袋與德國最具知名度的商業頒獎節目合作，獲得傳媒的廣泛報導。

展望新的業務年度，Joop!以內部增長為目標。由著名加拿大設計師團隊「burdifilek」所開發的新穎店鋪概念現正於全球推出。此外，擁有特色設計和新穎創意的新系列亦於年內逐步推出。

