



# JOOP!

## 時間的面貌、寶石的光芒、色彩的共鳴 —— 優勢的展現

在當今的時尚潮流市場上，品牌的生命短暫，比潮流更來去忽忽。在眾多品牌之中，在1980年代後期出現的新星Joop!是其中最非凡的設計師品牌，至今仍屹立不倒。

時至今日，Joop!是高級市場上其中一個具領導地位的設計師品牌，開創出一種微妙的風格，將對比元素以及輕快迷人的悠閒風格和諧地交織其中。

Joop!的腕錶及珠寶系列是聯洲國際集團品牌組合中的重要支柱，成功地覆蓋高級時尚市場。兩個系列以創新的形式和不拘一格的手法定期檢視界定產品類別的原則：先明對比、和諧細膩、溫柔典雅、形態矚目、色彩耀眼、細節誘人。





Joop!腕錶及珠寶系列於2005/2006業務年度的表現超越其原定計劃及市場預測。兩個系列均廣受歡迎，全面的分銷策略除了是為專業的零售商而設外，同時亦以時裝及生活時尚商店為目標，可見悉心安排的拓展計劃能迎合品牌的高級形象。

在新的業務年度，Joop!將藉由創新的系列向更高的目標邁進。新系列將為向來暢銷的產品帶來刺激和更多動力，引領品牌再創佳績。





**ESPRIT**  
timewear + jewel

## 現代經典、眾生仰慕、開創市場 —— 潮流先驅

沒有一個行業可與時裝相比，同樣地，沒有一個品牌可與 Esprit 相提並論。

時裝界中存在兩個局面：一是不斷趕新和滿足由此而來的不合理期望；另一是現代經典，時刻自我挑戰，但卻更為可取。Esprit 一如以往穩佔品牌領導者的地位，擁有極佳的市場滲透率，坐享因發展成熟而來的所有優勢，其中包括其他品牌無可比擬的知名度，以及顧客對品牌擁有先入為主的好感。無論時裝、時計或珠寶品牌，同樣享有上述的優勢。

品牌的時計和珠寶系列已在所有主要市場佔有領導地位。品牌會在進佔每一個新領域時繼續超越期望，做得比理想更好。





在過去一年，Esprit時計及腕錶繼續成功地採取並駕齊驅的市場策略，令版圖得以擴展。透過改良引進周期，以及針對不同地區的需求增添特別產品線，令中歐和亞洲市場有所增長。除了成熟的市場得以擴展外，這兩個品牌產品亦在西班牙和北歐斯堪的那維亞半島重新推出，初步取得令人振奮的成績。

在新的業務年度，Esprit時計及腕錶業務將會更為進取，透過個別產品及市場推廣活動所帶來的刺激發展主要市場，同時更會向東歐、中東及亞洲的新市場推進。此外，Esprit正準備以「Esprit Couture」這新名義推出一系列貴價鍍金首飾。Esprit時計及腕錶即將進軍價格合理的高級名貴產品市場，而對Esprit極為擁護的德國、荷蘭、比利時等，以及部分特選的亞洲地區將會是首批試點。

