





## 躍動之始、創潮流者、動力品牌 —— 鼓舞之源

其中一個全球最入時的品牌、最令人無時無刻期待的腕錶、至今首次推出速求最快的品牌。野豹走近、環視四周....吼叫！

Puma時計於2005/2006業務年度擁有矚目的開始，氣勢愈趨盛大。二零零五年七月，全球首推的頭條盛事於德國柏林展開，其後更陸續舉辦12次國際推廣活動。此外，針對歐洲、中東、亞太及南非主要市場的推廣計劃亦編排得非常緊密。在僅僅一年的時間裡，Puma 時計已在30多個國家的Puma概念店、精品零售店、指定連鎖店以及百貨公司有售。在型格廣告的推動下，高漲的興奮情緒變得更為熾熱，精彩的廣告將全球Puma擁護者所渴望得到的「New Stuff」公諸於世。

Puma在二零零六年春、夏季的全球盛事「Welcome to Football」上試推其限量版腕錶，反應異常理想。Puma被二零零六年世界盃冠軍得主意大利選為指定品牌，令過去的一年更為難忘。

在新的業務年度，Puma時計將會擴展至新地域。Puma概念店在美國開幕，成為獨特又矚目的盛事，令美國市場準備就緒，為拓展分銷網絡作好準備。在北美，消費者非常熱衷於運動，讓Puma感受到野豹吼叫的時間已經來臨！





# MEXX

## 設計留住想像、情感奔放自由、 系列難以忘懷——觸動心靈的感受

對於Mexx而言，簡單就是美。少一點玩味，多一點純真；  
少一點速度，多一點連續；少一點渲染，多一點實在。

在2005/2006業務年度，專責Mexx腕錶及珠寶的團隊繼續重新定義品牌的核心價值，同時構想出優秀的產品設計和推廣概念，以流行時尚、價錢合理的年輕經典為品牌基調。該重點系列物有所值，將豐富的物料與簡約優閒的設計合而為一。

「簡單就是美」是蘊藏於品牌背後的信念，但卻不能用作說明品牌的成就。全新的腕錶及珠寶系列在中歐的主要市場深受歡迎，並錄得營業額增長。





徹底的系列重整，以及重新刷亮品牌形象及市場推廣的計劃已有定案，MEXX期待業務增長能在新一年更上一層樓，進一步發展現有市場將成為2006/2007年度的首要議題，緊隨其後則是要進佔新地域。



1881



# CERRUTI 1881

## 意國情懷、國際魅力、全球推崇 —— 醉人誘惑

經典的意大利品牌極其成功地將產品重新推出，隨後一直保持著強勁的發展步伐。過去一年，Cerruti 1881輕鬆地進佔新領域，正如她在環球的主要市場上鞏固其實力般輕而易舉。西班牙、土耳其、俄羅斯和日本現已成為銷售網絡的一部分，令Cerruti 1881的全球銷售數字大幅提升，表現勝於預期。

非同凡響的產品概念為品牌帶來極大的成功。獨特的設計將古典與奢華元素結合得天衣無縫，令Cerruti 1881的核心系列成為夢寐以求的品味生活標誌——充滿驚喜、真我盡現、外型尊貴，同時亦價錢合理。

憑著Cerruti 1881非一般的品牌知名度和受歡迎程度，聯洲得以採取合適的策略，在全球品牌策略和個別市場口味之間取得平衡。矚目的產品發佈活動乃按照當地的文化而設，細心安排的產品系列則以爭取大多數人士認同為目標，故此品牌能在各個市場迅速崛起。與此同時，以上的策略亦開創了吸引的商機：設計兼收並蓄的名貴系列「Diamond」已率先在中東推出測試市場反應，隨後再逐步於全球推出。

