



1881

來年，Cerruti 1881將大舉開拓美國的分銷市場，為品牌奠下重要的里程碑，而在拉斯維加斯鐘錶展覽會所舉辦的發佈會，帶來的初步結果亦非常理想。

有見「Diamond」系列的推出策略效果理想，品牌正準備推出另一獨家限量「Gold Tourbillons」18克拉系列。這個能建立品牌形象的系列將率先於中東的主要市場推出，隨後再擴展至世界各地。

萬眾期待的Cerruti 1881珠寶系列即將推出，相信會在市場帶來極大的震撼與迴響。忠於品牌個性、設計奪目、極具競爭力的定價策略，以及對不同地區特性的關注，將令市場對系列的推出留下深刻印象。





pierre cardin

傳奇名稱、法國品味、載譽歸來 —— 潛力所在

傳奇不朽，唯會愈變璀璨。皮亞卡丹不單是一個名字、一個品牌，她更突破時裝領域，成為一個舉世知名、廣受認可的標記，在流露無限醉人風格的同時，漸漸幻化為法文中「savoir-vivre」的同義詞——彬彬有禮。在國際時裝舞台上，皮亞卡丹站立在一眾仍在努力建立知名度的新品牌中間，展露出無法測度的品牌魅力。聯洲國際集團擁有皮亞卡丹手錶及珠寶的品牌權，致力進一步開發及拓展這寶貴的資產。

皮亞卡丹於2005/2006業務年度逐步重新推出腕錶及珠寶系列，讓新一代亦能體會傳奇時尚品牌的閃爍光芒。揚帆駛往品牌的核心，一個新紀元就此展開。豐饒的傳統，再度成為靈感的泉源。





以皮亞卡丹的天賦才華為靈感，貫注法式的熱情生活品味，緊貼男與女的渴望，皮亞卡丹的時計及珠寶系列將品牌的魅力展現於全球觀眾眼前。品牌以玩味的手法，把象徵品牌的圖案「P」串連起來，創造出時款卻不受潮流限制的典雅風範。同時，領導潮流的設計更是成功所在。

在新一個業務年度，集團將會推出大型的廣告計劃，具體展現品牌的新形象和獨特的定位。此外，一系列風格時尚的銷售點陳設配套，以及特別針對逾45個國際市場的不同需要而設的多項銷售活動，將確保為營業額帶來增長。此外，大舉開拓東歐、亞洲及中東新市場，亦為將來的增長紮穩根基。







競賽、競爭、樂趣——力量

「出眾外型，狂熱所在」Carrera腕錶的吸引力盡在其中。

在2005/2006業務年度，Carrera再次在充滿競爭的市場上佔據領導地位。品牌憑著獨一無二的概念在市場上重新定位，以清晰的市場為目標。Carrera已成為運動型手錶的同義詞，誓以超凡的設計為宗旨，務求令顧客感到物有所值。剛於瑞士巴塞爾作全球首次推出的腕錶系列，為傳奇的品牌打開新一頁。透過重新塑造品牌的優點精髓，潛藏在Carrera背後的活力氣息藉由獨特的視覺效果表現出來，拼起出無窮的生氣與吸引力。

Carrera Time以「真實源自個性，獨特引發迴響」為信念，為產品重塑焦點，成功開發出設計獨一無二的專利錶殼，為未來的發展打下基礎，確保能得到廣泛的認同，激起品牌追隨者的興趣。

Carrera「Reloaded」腕錶系列一直深受外界歡迎。來年，其分銷網絡將會由現時的15個國家擴展至逾25個，其中德國、西班牙、中東及印度市場將成為重點所在。

