

環球知名品牌 通行時尚世界

一個品牌能獲得國際知名度是品牌發展過程中的重要里程碑，而譽滿全球的皮亞卡丹商標早於數十年前已跨越這里程碑。雖然品牌近乎隨處可見，但卻絲毫無損它那跟高級名牌時裝及優雅風度甚有聯繫的名字。

集團自從購入時計及珠寶的擁有權後，成功重新推出及鞏固兩組仍有大量發展空間的業務，於多個主要國際市場及部份較小的市場均取得成功。部份較小的市場更是初嘗價格合理的優質產品所帶來的滿足感，以及那份妙不可言的感覺。

皮亞卡丹珠寶於二零零五年春、夏季重新推出珠寶系列。整個計劃包括：系列重組，加插新款式，採納新外觀設計，推行能突出皮亞卡丹珠寶獨特形象的全新市場推廣活動藉以重新塑造品牌形象，以及於現有的全年重點系列中加入以節慶及假日為主題的概念。自從皮亞卡丹珠寶日益掌握市場於情人節、母親節及洗禮後第一次參與聖餐等特別日子的需求後，銷售數字亦隨即上升。

皮亞卡丹珠寶的設計再一次以品牌的核心價值為焦點，將皮亞卡丹的魅力化作經典時尚珠寶的靈魂。兼收並蓄的最暢銷系列「Croisière」及「Cascade」是以纖長閃亮的氧化鋁石(人造石)配以打磨光滑的銑表層製成。一絲不苟的工序令皮亞卡丹珠寶物有所值，滲出迷人寫意的法國情懷。

皮亞卡丹珠寶將推出「銀鑽系列」，預計二零零五／二零零六業務年度將會因此獲得理想的成績。乘着銀與鑽石互相配搭的潮流，皮亞卡丹珠寶推出16款鑲有鑽石的高級名貴首飾。配合特別為皮亞卡丹珠寶設計的銷售點陳設，「銀鑽系列」已準備就緒，將從前把高級時尚引進大眾市場的皮亞卡丹珠寶推向更高級的市場層面。

「你能說Pierre Cardin嗎？」

THE AMBIANCE OF
THE AFFORDABILITY
OF LUXURIOUS
THE SAVOIR VIVRE.



HAUTE COUTURE.

EMOTIONS. **pierre cardin**

延展 Mexx 魅力 流露真我情感

Mexx 珠寶於上一業務年度成功擴展銷售網絡，令品牌衝出歐洲，進駐亞洲及中東市場。於二零零五年八月起，Mexx 珠寶已於加拿大有售。

由於特許持有人變換，品牌的重新定位計劃正經歷艱難的過渡期。透過重新推出產品，產品銷量穩定上升，為未來的增長打下基礎。雖然身處不穩的環境之中，集團仍致力重新建立零售商對品牌的信任，並已從中取得正面的成效。

全新系列於二零零五年三月推出，一套共約 89 件的首飾包括了手鐲、臂鐲、耳環、項鍊及指環，全部由純銀精製。款式及價格均一如以往擁有強勁的競爭力。憑著集團對細節的一貫堅持以及對獨特性的追求，品牌再次成功創造一個既完美又饒富心思的系列（例如特別為 Mexx 珠寶的項鍊設計新的鍊扣）。

Mexx 珠寶計劃於二零零五/二零零六業務年度以循序漸進的步伐於歐洲開拓新市場，好讓更多資源能集中於系列的徹底重整及新系列的進一步發行上，為分銷網絡的全面拓展作好準備。

克服由上一產品系列及業務所帶來的動盪仍是集團的一大挑戰，集團需靠着關懷及富創造性的方式跨越這障礙。Mexx 珠寶所蘊藏的信念與潛質從未間斷，目標清晰可見，成功已經在望！

Fashion Changes. Ro
Trends Ar
Love Stays.



romances Begin.
ise.

MEXX

*"To love is to suffer. To avoid suffering one must not love. But then one suffers from not loving."
Woody Allen, film director*