

The logo for 'edc by esprit' is centered in the upper half of the page. It consists of a red oval containing the lowercase letters 'edc' in a bold, white, sans-serif font. Below 'edc', the words 'by esprit' are written in a smaller, white, lowercase sans-serif font. The background of the entire page is a light beige color with a pattern of overlapping, semi-transparent squares in various shades of orange and yellow, creating a textured, geometric effect.

edc

by esprit

速度的真義

edc在Esprit時裝世界內是一個年輕又緊貼潮流脈搏的服裝系列。自從大幅增加對edc的推廣後，新概念系列已成功接受測試，現正進行最後的落實。edc珠寶配飾系列共有30種不同款式，每8星期更新一次，務求配合edc時裝系列的最新趨勢、週期及設計方向。為保持Esprit珠寶品牌的完整性，edc珠寶系

列跟Esprit珠寶系列有着明顯的品牌風格區別，並且只會被引入以潮流作主導的銷售環境中。經過試驗階段後，這色彩繽紛、充滿動感的配飾系列將被納入逐步擴展的計劃中。

Groovy.
Trendy.

CARRERA STEEL



新的顧客群體

傳統品牌均鮮有踏足男性珠寶市場，若要在業內取得成功，先決條件是要擁有風格剛勁的品牌，配合嶄新的設計和物料處理方式，以及行內專家的實際推廣經驗。Carrera不銹鋼系列不單是一個擁有實際技術竅門的典範，它更象徵集團內的各品牌靈活巧妙地發揮了協同的功效。全新的潮流時款系列於二零零四年巴塞爾鐘錶展上推出後，旋即於德國、意大利、荷蘭及土耳其售罄

。無容置異，Carrera不銹鋼系列成功地跟品味與行為難以掌握的一群接通了頻道。配合適當的策略，優厚的潛在回報已盡在掌握之中。Carrera不銹鋼系列分享了Carrera時計的經驗，配合集團在珠寶業務上的知識及分銷網絡，完成了完美一擊。Carrera的珠寶系列將進一步擴展，已經通過的新市場開拓計劃亦已準備就緒。

Fancy. Mighty.

“Fashion is not something that exists in dresses only. Fashion is in the sky, in the street, fashion has to do with ideas, the way we live, what is happening.” *Coco Chanel, designer*

聯洲的獨特美國品牌

集團深信如美國般幅員廣大且分散的地域值得擁有一個既令人敬重又能夠把握機會的生意模式。以這信念為基礎，集團為這個複雜並且富挑戰性的市場適當地確定了最有潛質的品牌與市場層面，採取循序漸進的研究及增長計劃。

Jackie G. - 型格時尚：一個為喜歡時款設計的顧客而設的新系列。由得獎設計師 Jacquelin Samuels 設計的豪華鑽石首飾系列款式傳神，最近已於市場推出，不久之後將於北美洲和加勒比的高級零售店有售。新系列的定位充滿創新和濃厚的時尚玩味色彩，即時贏得了人們的喜愛，成功指日可待。

Jacquelin - 經典之中滲透驚喜：Jacquelin Samuels 的名人系列和 Tango 系列皆是其中的代表作。Jacquelin Samuels 的設計風格以經典揉合令人意想不到的前衛設計而著名，而 Tango 系列亦一如以往，水準優秀。簡約清麗的時款耳環乃由極富經驗的工匠以 18K 白金或黃金親手製成。如此獨家的系列只於北美洲的高級零售店發售。

Kazto - 優雅每一天：Kazto 的名字代表了女性化、配有鑽石和藍寶石的設計。以 18K 黃金或鉑金製成的 Kazto 系列含蓄美

麗，精緻的款式於任何場合都能伴隨左右。Kazto 一直以來都是受歡迎的選擇，永恆的時尚鑽石系列令人充滿幻想，值得成為珍藏。

The Mini's by jackie g. - 表達自我！The Mini's 系列為鑽石珠寶獻上現代和花俏的重新演繹。The Mini's 珠寶款式有趣、時髦而且價格合適，最適合喜歡設計師品牌的顧客。The Mini's 以作為一個廣受歡迎、平易近人的設計師品牌為目標，致力開拓更廣闊的分銷網路，於全國受到廣泛歡迎。

True™ 是一個以 18K 黃金和鉑金精製的婚慶珠寶系列，獨特的款式無與鄰比。True 以環環相扣的訂婚戒指和結婚戒指而著名，象徵了在愛和婚姻中，一生一世的契合。設計舒適、外形出色、手藝超凡的 True 婚慶珠寶系列只於北美洲的高級珠寶零售店發售，與獨具慧眼的新娘成為最完美的配搭。

由新購入的高級珠寶生產商 Abel & Zimmermann 所出品的珠寶將以珠寶鑑賞家為目標顧客，於高級零售市場進行限量分銷，希望藉此協助品牌於未來擴展至美國的高級珠寶市場。

STATE-OF
STATE-OF-THE-ART.
ST



-MIND.

ATELY.

Jacques



K A Z T O

"Fashions fade, style is eternal." Yves-Saint Laurent, designer

完美純淨 必然之選

二零零五年二月Yamato以「Living Dreams...」作為最新的推廣活動主題。珍珠代表了對美麗以及上天恩惠的永恆渴慕，然而珍珠業務始終集中於單一產品，潮流的興衰亦非常迅速，故此仍是一個週期性的行業。

Yamato於剛過去的業務年度未有錄得增長，主要的工作均集中於銷售的重新規劃，以及對產品系列進行徹底檢討，為未來的增長奠下基礎。

「Living Dreams...」不但是一个宣傳活動，它更揭示了珍珠年輕、時髦的一面，令傳統的珍珠為年輕新一代所接受。產品的銷量在新概念推出後迅即上升，證明Yamato的新概念朝著正確的方向進發。

貫徹我們對顧客的承諾與關懷的信念，更多已接受珍珠知識培訓的員工已於日本的Competence Center為顧客提供更專業、細心的服務，而顧客對此亦深感滿意。

為回應市場要求，Yamato推出配有珍貴彩色寶石的珍珠項鍊。概念嶄新且富時尚氣息的新首飾系列備受市場歡迎，於二零零五年六月的集團展銷會錄得非常理想的銷量。建基於這鼓新的源動力，Yamato會進一步擴展產品的類別（指環、耳環、垂掛首飾、手鐲）並繼續將重點集中於設計與市場推廣，務求令新的增長動力循環不息。

THE GLOW.
THE DEPTH. THE



THE ORGANIC. FASCINATION.



"Pearls mean tears." Doris Lessing, author