



- Erfolgreicher Auftakt: mehr als 42.300 Besucher auf der ersten GREATER BAY AREA INTERNATIONAL TEXTILE & APPAREL EXPO mit CHIC SHENZHEN
- Chinas Wirtschaft erholt sich, 3,2% Wachstum im zweiten Quartal
- Kernthemen von Handel und Industrie: "Nachhaltige Mode", "Kreativität in der Mode", "Aufbau von Lieferketten"
- Service der Veranstalter: CHIC ONLINE Applet parallel zur ersten Offline-Messe der CHIC in diesem Jahr

"Quiet Wave" ist die Signaturfarbe der Auftaktveranstaltung der **CHIC** in **Shenzhen**. Das zarte Grün, eine der fünf Key-Colours S/S21 von WGSN und Coloro, steht für Natürlichkeit und Frische, aber auch Aufbruch und Optimismus. Diese Stimmung war auf der soeben zu Ende gegangenen **CHIC Shenzhen** deutlich spürbar.

Insgesamt 42.374 Besucher haben die Gelegenheit genutzt, sich die Kollektionen der über 2.000 Firmen auf der "Greater Bay Area International Textile and Apparel Expo" anzusehen, die vom 15. bis 17. Juli im modernsten Messegelände Asiens, dem Shenzhen World Exhibition & Convention Center stattfand. Die Messe wurde unter Einhaltung aller notwendigen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zur Vorbeugung eines Infektionsgeschehens auf der **CHIC** veranstaltet. So mussten

sich Besucher mit ihrer ID Nummer registrieren, der Zutritt zur Messe war nur mit grünem Code der Sicherheitsapp und Reisedokumentation erlaubt und Besucher aus Risikogebieten mussten einen negativen RNA Test nachweisen.

Auf über 80.000 qm Ausstellungsfläche fand **CHIC Shenzhen** zusammen mit Intertextile, Yarn Expo und PH Value statt. Insgesamt mehr als 2.000 Aussteller präsentierten die gesamte Lieferkette und zeigten umfassend die modernsten Innovationen der Textil- und Modebranche.

Die Wirtschaftstätigkeiten in China normalisieren sich wieder, Chinas Außenhandels wuchs im Juni um 1,5%, Experten halten ein Wachstum von mehr als drei Prozent im zweiten Quartal für möglich. Die Konsumentennachfrage steigt an, Industrieproduktionen und der Dienstleistungssektor nehmen wieder an Fahrt auf.

„**CHIC Shenzhen** hat unsere Erwartungen übertroffen, vor allem unter den schwierigen Bedingungen für die Vorbereitung und Umsetzung der Messe. Wir freuen uns, dass wir doppelt so viele Besucher wie erwartet auf der **CHIC** begrüßen konnten. Unsere Buyer kamen sogar aus der Schweiz, USA, Deutschland, Italien, UK und Russland. Mit ihren bereits in China ansässigen Vertretern konnten sie so ihre Geschäftsaktivitäten trotz der aktuellen Reisebeschränkungen fortsetzen. Die Marktteilnehmer haben einstimmig bestätigt, wie extrem wichtig das Treffen auf dieser Plattform für die Wiederaufnahme ihrer Geschäfte war. Der Bedarf an persönlichen Treffen ist groß, die Match Making Events wurden intensiv genutzt und die Workshops und Seminare waren stark frequentiert. Die Marktentwicklung ist positiv, die Verbrauchernachfrage steigt, es geht wieder aufwärts. Wir sind zuversichtlich hinsichtlich der bevorstehenden **CHIC**-Veranstaltungen und der Marktentwicklung.“, Chen Dapeng, Präsident der **CHIC** und China National Garment Association.

Aussteller

Die Kollektionen auf der **CHIC Shenzhen** wurden in 13 Messesegmente präsentiert darunter URBAN VIEW (Menswear), DENIM WORLD, NEW LOOK (Womenswear), HERITAGE (Leder & Pelz), CHIC Tailoring (Bespoke), IMPULSES (Designerkollektionen), BAGS & SHOES, SECRET STARS (Accessoires), YOUNG

BLOOD (junge Streetwear Labels), CHIC KIDZ, FUTURE LINK (neue Technologien), etc.

Im Bereich IMPULSES war der Stand der chinesischen Luxuslingerie-Marke MERRIGE, die letztes Jahr mit der Brautkollektion von eLSi Fashion auf der Milan Fashion Week für Furore sorgte, genauso ein Besuchermagnet wie die bezaubernde Kollektion der Designerin Cherry Zhuang, die gekonnt innovativ westliche und östliche Ästhetik miteinander verbindet und dabei einen einzigartigen Stil entwickelt hat.

Von internationaler Seite waren im Bereich HERITAGE Kopenhagen Fur und Saga Fur vertreten und berichteten über erfolgreiche Ordertätigkeiten auf der **CHIC**. Im Bereich SECRET STARS präsentierte Asiya International Trade Kaschmirtücher und -schals aus Indien, iGarment, HongKong Fur Factory, Win Seng/VICACCI waren mit ihren chinesischen Dependancen auf der Messe vertreten.

Namhafte chinesische Brands zeigten in URBAN VIEW wie Zhuangchen, Paishi oder Nuohua; Bespoke Firmen wie Fashion Dream Works, Oriental International Group oder Weidu Textile präsentierten ihr handwerkliches Können im Bereich CHIC TAILORING; NEW LOOK hieß Firmen wie Meirenji und Lyn Fong willkommen. SIIJII nutzte erneut YOUNG BLOOD als Plattform. Im Bereich FUTURE LINK wurde u.a. die neueste Technologie für recycelte Denimfasern präsentiert: REPREVE, die innerhalb von 20 Sekunden Ganzkörperdaten erfassen kann.

Die Designermarke RICOCAO stellte erstmals auf der **CHIC** aus und präsentierte sich im IMPULSES Bereich. RICOCAO ist eine junge Marke, die vom ehemaligen Designchef der bekannten chinesischen Damenmode-Marke Ochirly gegründet wurde. „Unser Ziel war es, die Marke zu promoten, unseren Geschäftskanal zu erweitern und zu sehen, ob unser Produkt auf dem Markt ankommt. **CHIC** ist die Plattform, um Franchise-Partner an vorderster Front zu treffen, und wir haben einige vielversprechende potenzielle Kunden getroffen. Wir haben eine sehr positive Marktresonanz erhalten und durch unsere Gespräche auf der **CHIC** wichtige Informationen für unsere Produktentwicklung erhalten.“ (Fr. Cao Aixia, Gründerin).

SEAGULLVVO, eine Fashion Casual Marke, nutzte **CHIC**, um gleichzeitig für ihren Online-Shop und ODM zu werben. Sie betreiben bereits Offline-Shops in Shenzhen, Hangzhou, Wuhan und anderen First-Tier-Städten. „Auf der **CHIC** konnten wir auch Käufer aus Nordchina treffen.“ (Hr. Luo Zheng, General Manager).

Rucksack-Brand Donut: „Wir waren überrascht über die hohe Besucherzahl kurz nach der Epidemie, die die Bedeutung von **CHIC** auf dem Markt zeigt. Der Einfluss von **CHIC** ist so stark, dass trotzdem viele professionelle Besucher angezogen werden. Wir profitieren vom professionellen Matchmaking auf der Messe. Der Veranstalter kann uns gezielt passenden Kunden vorstellen.“ (Fr. Tobey Lin , Sales Manager Mainland China).

Besucher

Mehr als 42.300 Besucher kamen zur GREATER BAY AREA INTERNATIONAL TEXTILE & APPAREL EXPO in Shenzhen. Für Handel und Industrie war **CHIC Shenzhen** eine der ersten Gelegenheiten in China für ein persönliches Treffen auf einer gemeinsamen Plattform nach dem Lockdown Anfang des Jahres.

Sämtliche Handelskanäle waren auf der Messe vertreten, von großen Shopping Mall und Department Store Gruppen wie Wanda Plaza aus Beijing mit landesweit mehr als 300 POS (weitere 45 neue Plazas werden 2020 eröffnet), Liqun aus Qingdao (Provinz Shandong), R&F Global Merchandise City aus Guangzhou (Provinz Guangdong) mit mehr als 100 Verkaufspunkten, über Multi-Brand Boutiquen wie Sanfu, Westlink, the Fashion Door, oder 1 Wor bis zu allen relevanten Online-Plattformen wie JD.com, amazon.cn, Wangyi.com, youzan.com, Ali Express etc.

„Wir sind sehr glücklich darüber, dass **CHIC Shenzhen** stattfindet, hier haben wir die Möglichkeit, einen komprimierten Überblick über das Angebot zu erhalten und uns mit unseren Kunden direkt zu vernetzen und Informationen auszutauschen. Die persönliche Ebene spielt eine wichtige Rolle in unserem Business und wir müssen die Produkte auch physisch vor uns haben, um die richtigen Entscheidungen für unsere Zielgruppe treffen zu können. Wir werden ebenfalls zur **CHIC** nach

Shanghai Ende September fahren, auf der wir ein noch größeres Angebot haben werden." (Fr. Huang Zhaohui, General Manager, World Link (Tianjin) Trade Co. Ltd).

„Der Konsum in China erholt sich langsam, die Konsumenten sind auf der Suche nach neuen, frischen Produkten und Kollektionen. Wir freuen uns, dass wir mit der **CHIC Shenzhen** die Möglichkeit haben, unser Portfolio aufzufrischen und zu ergänzen. Wir haben auf der Messe neue Marken gefunden, mit denen wir konkrete Geschäftsabschlüsse getätigt haben." (Hr. Jiang Shixiang, Inhaber, HanaTebako Boutique).

CHIC Events

CHIC MATCHING

Vernetzungsmöglichkeiten mit Key Accounts der Greater Bay Area boten die zahlreichen Match Making-Veranstaltungen, die von Ausstellern und Besuchern gleichermaßen sehr gut angenommen wurden. Am ersten und zweiten Messetag wurde dieses unerlässliche Vertriebstool für Fashion Brands angeboten und von 240 Ausstellern genutzt, um sich mit Neukunden zu vernetzen. Mehr als 23 Treffen fanden auf der Messe statt. VIP Besucher wie Exceptional, Gelisi, EACHWAY, MO & CO, Wanda Plaza, die Boutique von ENJOY, etc., die ihr Portfolio mit neuen Styles und Produkten auffrischen und ergänzen wollten, nahmen daran teil. Von internationaler Seite war Swatch aus der Schweiz mit der chinesischen Dependance dabei. Internationale Einkäufer aus Italien und Pakistan nahmen online via Tencent Meeting am Match Making teil.

CHIC ONLINE

Das **CHIC** Online-Applet ermöglichte den Besucher, die aufgrund der Reisebeschränkungen nicht zur Messe reisen konnten, sich online mit den Ausstellern zu vernetzen und deren Kollektionen zu sichten. Dieses Instrument wurde intensiv genutzt, mehr als 180.000 Klicks und über 14.000 Kontaktanfragen wurden verzeichnet. Die stark genutzte **CHIC** Online-Applet während der **CHIC**

Shenzhen hat den Erfolg der ersten Online-Messe der **CHIC** im April dieses Jahres fortgesetzt und konnte auf deren Technik zurückgreifen und aufbauen. Ein Instrument, das weiterhin parallel zu den Offline-Shows angeboten wird.

WORKSHOPS und VORTRAGSREIHEN

ZUKUNFT war auch das Thema des Summits "Create Tomorrow", der im Rahmen des Greater Bay Area Summits stattfand. Zusammen mit WWD und China Fashion, dem Wirtschaftsmagazin der Branche unter dem Dach der China National Garment Association, lud die **CHIC** hierzu Experten aus den relevanten Bereichen ein, dem Handel, der Industrie und dem Design, um über zukunftsorientierte Themen für die Modebranche zu diskutieren. Sämtliche Vorträge und Diskussionsrunden wurden live übertragen.

Die Kernthemen der Workshop-Reihe waren dringliche Inhalte für die Modeindustrie: "Nachhaltige Mode" am ersten Messetag, "Kreativität in der Mode" am zweiten und "Aufbau von Lieferketten" am dritten Tag.

Die Summit-Location, gestaltet von CHIC x COLORO X WGSN, war gleichzeitig Trendarea und inspirierte mit aktuellen Farbtrends der Saison.

Sämtliche Vorträge und Diskussionsrunden waren stark frequentiert. Der Bedarf an Informationen und Austausch ist immens groß. Die chinesische Modeindustrie befindet sich auf einer neuen Entwicklungsstufe, die weltweite Situation aktuell hat ihr einen großen Schub gegeben. Die Firmen haben die Entwicklung neuer Technologien in dieser Zeit massiv vorangetrieben, um am Markt bestehen bleiben und sich zukunftsorientiert aufstellen zu können.

Nächste Veranstaltungen:

CHIC Shanghai, 25.-27. September 2020, National Exhibition & Convention Center

CHIC Shanghai, 10.-12. März 2021, National Exhibition & Convention Center

Weitere Information:

<http://en.chiconline.com.cn/>

www.jandali.biz

www.instagram.com/chic_shanghai/

Pressekontakt:

JANDALI

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN
EUROPEAN REPRESENTATIVE OFFICE
CHIC SHANGHAI (EXCEPT FRANCE AND ITALY)
CHINA NATIONAL GARMENT ASSOCIATION
MÖRSENBROICHERWEG 191 .
DANZIGER STRASSE 111 . 40470 DÜSSELDORF
FON +49-211 3026 4337 FAX +49-211-58588566
EMAIL INFO@JANDALI.BIZ, WWW.JANDALI.BIZ