



CHIC Shanghai vom 27. bis 29. September 2018

Das Motto ‚New Makers‘ der CHIC interpretiert den fortschreitenden Wandel im chinesischen Modebusiness

- **Die wichtige Messeplattform für den Eintritt in den chinesischen Absatzmarkt mit Chinas einflussreichster Konsumentengruppe mit stärkstem Konsumwachstum auch für den Mode- und Beautybereich - den Millennials - als Zielgruppe**
- **Das internationale Modeschaufenster für Marktentscheider mit dem Überblick über nationale und internationale Modemarken**
- **Die strategische Marktbearbeitung durch umfassendes Besuchermarketing für internationale Brands auf der CHIC**

CHIC, China International Fashion Fair präsentiert auf einer Fläche von ca. 50.000 qm (**CHIC** im März 100.000 qm) in zwei Hallen rund 800 Aussteller vom 27. bis 29. September 2018 im National Exhibition & Convention Center in Shanghai.

Die aktuellen Bedingungen für internationale Modeunternehmen auf dem chinesischen Markt bieten deutliche Verbesserungen für internationale Marken. Die Einfuhrzölle werden von 15,9% auf 7,1% gesenkt, um den Import und das Upgrade der Industrie weiter zu fördern.

Die McKinsey Studie „*The 'Chinese consumer' no longer exists*“ definiert die chinesischen Konsumenten nicht länger als nur an niedrigen Preisen interessiert, sondern als wählerisch, gesundheitsbewusst mit vielfältigen Einkaufsgewohnheiten und Präferenzen. Das Modebewusstsein wechselt zu einem individuellem Stilbewusstsein, geprägt von internationalen und nationalen Trends. Chinas Millennials sind die WELTWEIT einflussreichste Konsumentengruppe, ihr Anteil in der Bevölkerung beläuft sich auf 16%, sie sind ausschlaggebend für das Konsumwachstum im chinesischen Markt und werden von heute bis 2030 zu mehr als 20% dazu beitragen.

Unter dem Motto "**New Makers**" nimmt Asiens führende Modemesse die aktuellen Veränderungen des chinesischen Modemarktes auf und stellt die essentiellen Tools für den chinesischen Markt zur Verfügung. Das neue junge Design der Messe, eingeführt im März dieses Jahres auf der **CHIC**, wird ausgebaut. Die einzelnen Bereiche der **CHIC** präsentieren die neuesten Trends des chinesischen und internationalen Modemarktes. **CHIC** verbindet und vermittelt Partnerschaften und lanciert die neue Generation der Bekleidungsindustrie, die auf High-Tech-Strategien aufbauen und industrielle Produktion mit modernen Informations- und Kommunikationstechniken verzahnen und auf intelligente, digital vernetzte Systeme in einer selbstorganisierten Produktion setzen.

Die einzelnen Modebereiche der CHIC

FASHION JOURNEY stellt die internationalen Aussteller in den Mittelpunkt. Neben dem großen italienischen Pavillon, dem französischen Pavillon "Paris Forever" und der Show-in-Show "Preview in China" aus Korea nutzen individuelle Teilnehmer aus Polen, UK, Frankreich, Italien, Spanien, Japan und den USA **CHIC** als Brücke in den chinesischen Markt. Die nächste deutsche Gruppenbeteiligung ist für März 2019 geplant, wobei Deutschland auch mit individuellen Marken wie ESISTO im Bereich NEW LOOK im September vertreten sein wird.

IMPULSES, der Designerbereich der **CHIC** zeigt aufstrebende Designer Brands wie Junne, Hua Mu Shen, King Ping, Anjaylia, Mao Mart homme, Tuffcan, etc.

Die SUSTAINABILITY ZONE, erstmalig präsentiert auf der **CHIC** im Herbst 2017, erfährt noch stärkere Betonung aufgrund des zunehmenden Umwelt- und Gesundheitsbewusstseins chinesischer Konsumenten und präsentiert nachhaltige Supply Chain-Lösungen, nachhaltige Innovationen und nachhaltige Modekollektionen. Programme wie Chemical Stewardship 2020, Carbon Stewardship 2020, Water Stewardship 2020 und Circular Stewardship 2020 werden vorgestellt.

Der Womenswear-Bereich NEW LOOK der **CHIC** präsentiert neben den führenden chinesischen Brands wie AVRALA und CMH auch internationale Marken wie Saint James aus Frankreich, Trenz Eight aus Canada oder PN JONE, USA.

Im URBAN VIEW, dem Menswear Bereich, finden sich neben den Anbietern von klassischer Menswear Casualwearbrands wie NRDMA und SUPIN genauso wie Bespoke Firmen wie H. Pin& Tack, Jin Yuan Yang, Fa Lan Qian Mu, Long Sheng und DANDINGHE.

CHIC YOUNG BLOOD reflektiert den boomenden Streetstyle-Markt, starkes Wachstumspotenzial zeigt der Kindermodenbereich KID'S PARADISE, wo u.a. auch die größte Fashiongruppe in China für Kindermode XTEP KIDS ausstellt.

SECRET STARS (Mode-Accessoires), SHANGHAI BAG (Taschen), HERITAGE (Leder & Pelz), SUPERIOR FACTORY (ODM) und FUTURE LINK (Serviceangebote) machen das Modeangebot auf der **CHIC** komplett. FUTURE LINK versammelt Modedienstleister für u.a. Supply Chain Solutions, Smart Retail und Smart Production, RFID, Lasertechnik und Datennutzung.

Besuchermanagement

Auf dem Vormarsch in Chinas Einzelhandelsszene sind Multibrand- und individuelle Stores als der am stärksten wachsende offline-Sektor. Die Anzahl hat sich in den letzten fünf Jahren von weniger als 100 auf über 5.000 Stores deutlich gesteigert. Exklusive Einkaufserlebnisse und ein individuelles Angebot sind wichtig. Die Kunden legen Wert auf eine breite Auswahl an Produkten: ein Mix aus internationalen und nationalen exklusiven Brands ist das meist verbreitete Konzept.

Die hohen Investitionen der **CHIC** Veranstalter in das Besuchermanagement für die Messe zahlen sich aus: **CHIC** verfügt über eine personalisierte Fachbesucherdatenbank von über 200.000 Kontakten, die für das Besuchermarketing im Vorfeld der Messe intensiv für ein kommerzielles Matching für die Aussteller genutzt werden. Zur Messe finden VIP Match Making-Aktivitäten speziell für ausgewählte internationale Brands statt, die hier die Möglichkeit haben, sich zu präsentieren und die relevanten Kontakte in den chinesischen Handel zu knüpfen. Treffen werden u.a. organisiert mit Multibrand-Stores und Einkäufern wie

The Fashion Door, Dong Liang, Jing Dong, VIP Shop etc. und Department Stores und Retailern wie Carrefour, Amazon, Decathlon, Wang Fijing etc. Ein wichtiges Tool im Besucher-Marketing stellen die sozialen Medien dar; hierfür werden besondere Programme gefahren, in denen auch einzelne Marken prospektiven Besuchern vorgestellt werden.

Besucht wird die **CHIC** von Vertretern aller Distributionskanäle für den Vertrieb im chinesischen Markt, zur letzten Veranstaltung im Herbst 2017 wurden über 65.722 Besucher aus ganz China und weiteren Nationen auf der **CHIC** registriert, mit einem deutlichen Anstieg der Multibrand-Stores.

Seminare und Shows

Die Zukunft des Fashion Business in China wird in Expertenrunden im Rahmen der CHIC TALKS diskutiert. Weiterhin ist ein Seminar von WGSN zu Trends HW 2019 und ein Workshop zum Thema Taschen- und Schuhproduktion von der Moda Pelle Academy geplant.

Die CHIC Shows geben einen Überblick über ausgewählte internationale Marken.

CHIC wird organisiert von Beijing Fashion Expo. Co. Ltd. und China World Exhibitions, unterstützt von China National Garment Association, The Sub-Council of Textil Industry (CCPIT) und China World Trade Center.

Mehr Informationen: en.chiconline.com.cn
www.jandali.biz

Pressekontakt:

JANDALI

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN
EUROPEAN REPRESENTATIVE OFFICE
CHIC SHANGHAI (EXCEPT FRANCE AND ITALY)
CHINA NATIONAL GARMENT ASSOCIATION
FASHION HOUSE 2 . OFFICE 2A013
DANZIGER STRASSE 111 . 40468 DÜSSELDORF
FON +49-211 3026 4337 FAX +49-211-58588566
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ
WWW.JANDALI.BIZ