



# CHIC

中国国际服装服饰博览会  
CHINA INTERNATIONAL FASHION FAIR

## CHIC Shanghai, 12. bis 14. März 2019

- Positives Wirtschaftswachstum in China im Kontext weltweit sinkender Wachstumsraten
- Treibende Kraft im Bereich Mode sind Chinas „Egotisten“, die junge Konsumentengruppe im Fokus der **CHIC**
- Neue Shows-in-Show auf der **CHIC**: **CHIC-Tailoring** und **CHIC-KIDZ**, Marktsegmente mit starkem Wachstum
- **CHIC** Special Service: VIP Meetings mit E-Commerce Plattformen, Showrooms, Agenten und Einkäufern für internationale Brands

Vom 12. bis 14. März 2019 werden sich 1.365 nationale und internationale Aussteller mit 1.453 Marken aus 16 Ländern und Regionen auf der **CHIC** China International Fashion Fair, Asiens größter und wichtigster Mode- und Lifestylemesse auf mehr als 117.200 qm Ausstellungsfläche im National Exhibition & Convention Center in Shanghai präsentieren.

Im Umfeld weltweit sinkender Wachstumsraten bleibt China mit prognostizierten 5,6 Billionen US\$ Einzelhandelsumsätzen für 2019 der weltweit größte Einzelhandelsmarkt und übertrifft in diesem Jahr die USA mit 100 Milliarden US\$. Eine aktuelle McKinsey-Studie prognostiziert, dass

China ebenfalls in diesem Jahr zum ersten Mal die USA als größten Markt für Bekleidung überholen wird.

E-Commerce ist ein wichtiger Motor für Chinas Einzelhandel, dieses Jahr wird geschätzt, dass der Umsatz um mehr als 30% auf 1,989 Billionen US-Dollar ansteigt, dies bedeutet, dass 35,3% der Einzelhandelsverkäufe Chinas online erzielt werden, bei weitem die weltweit höchste Rate. Im Bekleidungs- und Schuhbereich werden die Online-Umsätze für dieses Jahr auf 44% geschätzt, bis 2020 soll der Anteil 55% betragen laut PWC.

Im Fokus in China stehen die Millennials, Generationen, der in den frühen 80ern und 90er Jahren geborenen Konsumenten, die mit 410 Millionen Personen, mehr als die gesamte Bevölkerung Nordamerikas ausmachen. Sie sind westlich orientiert und verfügen über zunehmend steigende Einkommen. Die chinesische Generation Z (geboren Ende der 90er, Anfang 2000) gelten als selbstbewusst und sorglos, geben mehr als 15% des verfügbaren Haushaltseinkommens für Luxusgüter aus. Individualität, Authentizität und Nachhaltigkeit sind Werte der Generation Y (geboren in den frühen 80ern), die auf der **CHIC** wichtige Topics sind.

Die neue Konsumentenstruktur ist in das gesamte Messedesign integriert und drückt sich auch im diesjährigen Slogan „Hi Me“ aus, der in Zusammenarbeit mit WGSN entwickelt wurde. Er spiegelt den jungen chinesischen Konsumenten wider, die wirtschaftliche Antriebsfeder im Land. Das Ausstellungsangebot fokussiert sich zunehmend auf die „Egotisten“, die individuell und schnell handeln und dabei die neuesten Trends setzen.

Der Designerbereich **IMPULSES** ist komplett ausgebucht; **CHIC-TAILORING** feiert Premiere auf der kommenden **CHIC** und präsentiert hochwertige Bespoke-Kollektionen; GREEN FASHION ist ein zentrales Thema auf der Messe, in allen Segmenten der CHIC präsentieren sich zunehmend mehr Hersteller mit nachhaltigen Kollektionen. Besonders die Hersteller von Baby- und Kinderbekleidung erweitern ihr ökologisches Angebot, um der Verbrauchernachfrage gerecht zu werden, wie **CHIC-KIDZ** Aussteller GRASS AND WOOD DYEING ALLIANCE. Bekannt für seine umweltfreundliche Färbetechnik stellt das Angebot eine gesunde

Bekleidungsalternative für die umsorgte jüngste Generation dar. **CHIC-KIDZ** wird ebenfalls erstmalig als eigener Bereich auf der **CHIC** als Show-in-Show präsentiert.

Der chinesische Markt ist sehr diversifiziert mit regionalen Unterschieden und Systemanforderungen. Die Wahl der richtigen Partner ist entscheidend für den erfolgreichen Markteintritt. Zur **CHIC** kommen Vertreter aller Handelskanäle in China. Die Veranstalter unterstützen die internationalen Teilnehmer intensiv mit einem besonderen VIP-Besuchermarketing. Über 100 exklusive Handelskontakte aus ganz China, Agenten und Einkäufer von internationalen Brands, sind seit Herbst letzten Jahres von der CHIC speziell für das internationale Business recherchiert und ein spezielles Matching-Programm ist entwickelt worden.

### **CHIC Segmente**

In fünf Hallen, Nordhalle und Hallen 1 bis 4, präsentieren sich die über 1.300 Aussteller auf der **CHIC** im März: Urban View, New Look, Heritage, Impulses, Fashion Journey, Superior Factory, Secret Stars, Shanghai Bag und Future Link sowie die fünf Shows-in-Show **CHIC-Young Blood, CHIC-KIDZ, CHIC-TAILORING**, Preview in China und PH-Value.

Im internationalen Bereich **FASHION JOURNEY** stellt von den über 220 Ausstellern die größte europäische Beteiligung traditionell Italien. Der italienische Pavillon präsentiert 23 italienische Brands aus den Bereichen Mode, Taschen, Schuhe und Accessoires: ACCADEMIA, ALESSANDRO GHERARDI, ALESSIO BARDELLE, CASHEART MADE IN ITALY, DIS-DESIGN ITALIAN SHOES, DONNA LAURA VENEZIA, FABIANI, FLOWER MOUNTAIN, FONTANI, GIOVANNI FABIANI, IBICI & SEGRETA, ILGERGO, MANZONI24, NELLO SANTI, OMEMO, PAOLO ALBIZZATI, PRIMIGI MADE IN ITALY, SARA KENT, SPERNANZONI, SUPREMA, TIFFI, TRICOT CHIC, VIZIO.

Der italienische Pavillon wird von der Italian Trade Agency ITA mit flankierenden Promotionsmaßnahmen unterstützt, u.a. mit einem aufwendig

gestalteten Catwalk mit mehreren Shows pro Tag im Pavillon. Zusätzlich nehmen EDDYDANIELE, EVALUNA, DI FRANCO, DUEDI', LEBLE', RAFFAELE D'AMELIO als individuelle Aussteller in einem separaten Bereich teil. Die rege und kontinuierliche Teilnahme italienischer Fashion Brands an der **CHIC** unterstreicht das starke Engagement der italienischen Modeindustrie im chinesischen Konsumentenmarkt und die Überzeugung von dem chinesischen Marktpotential. Genauso wie das der Aussteller des französischen Pavillons Paris Forever, Maison Lener, Urbahia, oder Chemin Blancs, alles langjährige Teilnehmer auf der Messe. Im Rahmen des Auslandsmesseprogrammes des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, durchgeführt von der Messe Düsseldorf, präsentieren sich die deutschen Firmen unter dem Dach "Made in Germany", erstmalig dabei sind Vocier, exklusive Reisegepäcklösungen für Business-Reisende, und das Menswear Label Fynch-Hatton.

Weitere Gruppenbeteiligungen kommen aus Korea mit der Show-in-Show **PREVIEW IN CHINA**, Taiwan und Hong Kong. Individuelle Aussteller kommen u.a. aus Kanada, wie erstmalig Joseph Ribkoff, aus Belgien, Ecuador, Indien, Japan, Polen, der Schweiz, der UK und den USA.

**IMPULSES**, der Designbereich der **CHIC**, belegt die gesamte Nordeingangshalle mit jungen Talenten wie Eva Xu, Haofei Guo, Liying Jiang, Yuhao, die international für Furore sorgen. Yuhaos Kreationen werden von Popstar Lady Gaga getragen. Chen Wen ist Träger von Chinas wichtigstem Modepreis, dem Jinding Award. Yichao Zhang wurde zu einem von Chinas Top Ten Designern ernannt. An der Gruppenbeteiligung von Alumni des Beijing Institute Of Fashion Technology, Academy of Arts & Design der Tsinghua University nehmen Designer wie Hua Mushen, Mao Mart Homme und ANJAYLIA teil, sie stellen regelmäßig auf der **CHIC** ihre neuesten Kollektionen vor. In einem besonderen kreativen Modeambiente werden sie hier der Modeklientel präsentiert.

Die Menswear **URBAN VIEW** verzeichnet wachsende Ausstellerzahlen, 185 Brands insgesamt. Bekannte Firmen wie GSON, LIANSE, ZUO, die Hodo Group mit ihren Menswear- und Kidswear-Linien und Homewear-Kollektion nutzen die **CHIC** wieder als Bühne für ihr Business im Markt. Im speziellen

Ausstellungsbereich China Fashion Customization Exhibition stellen repräsentative Unternehmen wie Evo Pai Te, Long Sheng, Matthew Perry, Jayne und Micro aus. Denim ist stark mit 17 Jeanswear-Unternehmen aus Dayong. Eine Gruppenbeteiligung von 12 Casualwear-Unternehmen aus Shaxi erweitert das Portfolio in URBAN VIEW. Marktführer Ruyi Group nimmt am Match-Making Programm teil. **NEW LOOK**, der Womenswear-Bereich, glänzt mit mehr als 200 Marken wie INXX, MEILLEUR MOMENT, Eifini, TCOULMORE, JAC (aus Kanada), MUKZIN und Dankeyun.

Seit einigen Saisons investieren chinesischen Menswear-Firmen stark in den Tailoring-Sektor, mit dem Launch von **CHIC-TAILORING** wird dieser Marktentwicklung Rechnung getragen. Erstmals präsentieren sich auf der **CHIC** über 70 Bespoke-Hersteller in der Halle 3, darunter KuteSmart (ehemals RedCollar), DEEL KALL, Iwode, Longsailing, Dongting, SEAT, Saints Crocodile. Hemden werden gezeigt von Tianchi, Paisley, Beikeman, etc.

Ebenfalls Premiere feiert die neue Show-in-Show **CHIC-KIDZ** auf der Messe und startet mit über 50 Ausstellern und Brands im März auf der Messe, u.a. mit dabei Marktführer Balabala, Xtep Kids, Jin Tong Wang, EUROJJ, Hush Puppies, Haggis, SOUHAIT, Eton Kidd, Ou Cha Cha, San Yuan Yi, De Brand, Water Baby, Elephant etc. Die Kollektionen umfassen Kidswear, Teen Fashion, Schuluniformen, Schwimmbekleidung für Kinder, Kinder Designerbrands etc. Kidswear ist ein starkes Wachstumssegment, nicht zuletzt aufgrund der Lockerung der Ein-Kind-Politik in China.

Die Show-in-Show **CHIC-YOUNG BLOOD** ist die Plattform für bekannte asiatische Streetwear Labels, insgesamt 61 Brands wie Wookong, Pace, Jelly Lin, Coffee, CRUCIAL nutzen **CHIC** als für die Marktbearbeitung essentielle Plattform.

Über 130 Aussteller präsentiert der Bereich **HERITAGE**, Leder-, Pelz- und Daunen. Nationale Gruppenbeteiligungen aus Xinji, Tongxiang und Yuyao belegen die größten Flächen der Halle 1. Daunen wird gezeigt von Fei Ling Fei Xun und Jack, Fan Nan Shang, Dashuo, Specials etc., moderne

Lederstyles von Gordon Chic. Jackefire, G.I.V.E., Nuozhi, Siwei Group, Zelefasa zeigen ihre neuesten Looks.

**SECRET STARS** und **SHANGHAI BAGS**, mit Accessoires, Schuhen, Taschen und Reisegepäck treten mit mehr als 43 Brands im Bereich SHANGHAI BAGS, darunter 10 Schuhbrands, und 119 Brands in SECRET STARS auf. Darunter Ruediger und Leonardo aus Deutschland, EcuAndino aus Ecuador, Front aus China Hongkong, Itarora aus Italien, Because aus Japan, Idaeamy aus China Taiwan, handgefertigte Hüte von Rofei. Botanica präsentiert seine Lifestylwelt. Die Produktbandbreite umfasst Schmuck, Hüte, Seidenschals, Handschuhe, Sonnenbrillen, Düfte, Gürtle, Beauty Produkte und personalisierte Objekte.

**FUTURE LINK**-Aussteller wie Brother, Bailian, Amiou, Ziri, Qi Zhirui, Pumpkin Technology, Le Baobao, Lichuan Audio, Guangzhou Changlong zeigen innovative Businesslösungen für die Textilindustrie, von Softwaretechnologien zu Smart Wear, Logistik, intelligentem Drucken.

### **CHIC SHOWS und CHIC TALK**

**CHIC** fördert den Austausch von Marktinformationen und gibt professionelle Einblicke in die neuesten Entwicklungen auf dem Modemarkt. **CHIC TALK** bietet Besuchern und Ausstellern Vorträge und Seminare von Experten über den aktuellen Stand der Technologie im Business. Themen sind „Driven by Data and AI, It Starts From the Consumer Experience -- the Transformation of Clothing Enterprises In the Data Era“ (Jiangsu Hugely DigitalTechnology Co., Ltd.), “The Scale Solution of Personalized Fashion Design - YoungEasy 4.0 Central Pattern Room Management System Release“ (Young Easy Fashion Design (Beijing) Co.,Ltd) etc.

Die **CHIC SHOWS** inszenieren die neuesten Modetrends, von der *Lishow Womenswear Original Design Release Show* über den *2019 Dalang Cup China Women's Fashion Design Contest* und die *Yinji Fashion Show by*

*Zhengzhou Yinji Department Store* hin zu der *Overseas Brands Joint Release Show*, die das internationale Design auf der CHIC präsentiert.

## **CHIC SERVICES - im Fokus Besuchermarketing für internationale Brands**

Die Veranstalter der **CHIC** bieten den internationalen Teilnehmern ein umfangreiches Besuchermarketingprogramm für einen effizienten Markteintritt an. Es reicht von einem Match-Making im Vorfeld der Veranstaltung bei dem ein selektierter Kundenkreis von ca. 50.000 Kontakten mit detaillierten Informationen über die Marken auf der **CHIC** informiert werden; über die Homepage der Messe können Besucher mit Herstellern im Vorfeld Termine vereinbaren, die **CHIC APP** ermöglicht es den Besuchern, sich vor Ort zielgerichtet über das Messeangebot zu informieren.

Zur Messe werden VIP-Meetings mit dem chinesischen Handel für die internationalen Hersteller angeboten, z.B. mit Online-Händlern wie TMall und JD.com, mit erfolgreichen Handelsagenturen für internationale Brands wie Ralph Lauren Trade Limited (Shanghai), mit Showrooms und Multibrand Stores wie The Mix Place, magmode, Lanhe, SOFREE, YCO, DONGLIANG, YANYI, play lounge, die internationale Brands vertreiben und mit Agenten und Einkäufern für internationale Marken, wie Mengdong International Group limited (Agentur von Folli Follie) , Langhao Holdings Limited (Agentur von C-GANT und US Womenswearbrand Bebe), Beijing Jiaman clothing limited (Agentur von Young Versace, Armani Junior, Kenzo Kids), Shanghai Dirui clothing limited (Agentur von Hazzys) und Guangzhou Hesiting clothing limited (Agentur von Miss Sixty). Dies ermöglicht den Austausch mit Marktexperten und gleichzeitig, wichtige Kontakte in den chinesischen Markt zu knüpfen.

Weiterhin sind auf Kosten der **CHIC** circa 100 VIP-Agenten und Einkäufer, die sich auf den Vertrieb von internationalen Brands spezialisiert haben, zur kommenden Veranstaltung eingeladen worden. Die VIP Lounge auf der Messe ist für die Treffen mit den potentiellen Partnern reserviert, parallel

werden von der **CHIC** individuelle Besuchergruppen für den Bereich **FASHION JOURNEY** gebildet und den Ausstellern vorgestellt.

**CHIC SHANGHAI, der zuverlässige Partner für das Modebusiness in China**

Bis bald auf der **CHIC** vom 12. bis 14. März!

More information:

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

[www.jandali.biz](http://www.jandali.biz)

[www.instagram.com/chic\\_shanghai/](http://www.instagram.com/chic_shanghai/)

Press contact:

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 0211-58588566  
EMAIL CONTACT [INFO@JANDALI.BIZ](mailto:INFO@JANDALI.BIZ)  
[WWW.JANDALI.BIZ](http://WWW.JANDALI.BIZ)