



CHIC September: 25.-27. September 2019

CHIC Shanghai nimmt differenzierte Konsumentengruppen in den Blick

- China fokussiert inländischen Konsum und langfristiges belastbares Wachstum
- Modekonsumenten weiter hungrig nach Premiummarken und individuellen Accessoires; Absatz von Premium-Marken steigt deutlich
- Vor allem die jungen Generationen sind starke Wirtschaftstreiber
- CHIC setzt auf effiziente Messeteilnahme: VIP-Besuchermarketing intensiviert
- SUSTAINABLE ZONE: 70 Jahre nachhaltige Entwicklung

Vom 25.-27. September zeigt die nächste September-Ausgabe der CHIC Shanghai die neuesten Entwicklungen auf dem chinesischen Modemarkt. Auf Asiens wichtigster Modemesse präsentieren sich rund 800 nationale und internationale Brands auf 62.000 qm im National Exhibition and Convention Center in Shanghai den breit aufgestellten Fachbesuchern.

Chinas Wirtschaftswachstum beläuft sich trotz Verlangsamung auf 6%, der Fokus wird auf inländischen Konsum gelegt, der den Grundstein für ein langfristiges und

belastbares Wachstum darstellt. Staatliche Maßnahmen, u.a. im Finanzsektor und geopolitische Projekte, sollen das Wirtschaftswachstum zusätzlich weiter ankurbeln.

Starker Wirtschaftstreiber sind weiterhin Chinas Konsumenten, deren Vorlieben und Konsumverhalten sich in immer spezifischere Gruppen differenzieren lässt. Die wachsende chinesische Mittelschicht ist hungrig nach individuellem Ausdruck durch Mode und Accessoires. Für hochwertige Produkte wird zunehmend mehr Geld ausgegeben, das verfügbare Einkommen stieg 2018 um 8%. Vor allem die jungen Generationen zeigen sich resistent gegenüber weltwirtschaftlichen Unsicherheiten. Die Gruppe der „Millennials“ umfasst aktuell bereits 380 Millionen Menschen, die mehr verdienen als ihre Eltern. Die Post-80's Generation blickt optimistisch in die Zukunft, 35% der 18 bis 29-jährigen erwarten eine weitere Steigerung des Haushaltseinkommens, die Gen-Z zeichnet sich besonders durch Impulskäufe aus. Schätzungen von BCG zufolge werden die Konsumausgaben der urbanen Millennials bis 2021 auf 2,6 Billionen US-Dollar ansteigen (+9% im Vergleich zu 2011). Die jungen Konsumenten kaufen vor allem ready-to-wear, Accessoires, Schuhe, auch für Handtaschen und Schmuck besteht Potential. Den Luxusmarkt dominiert China bereits deutlich, ist mit einem Umfang von 110 Mrd. Euro (+6%) weltweit stärkster Motor für das Luxusgeschäft. Bis 2025 wird China voraussichtlich für 41% des globalen Luxuskonsums verantwortlich sein (Boston Consulting Group/Tencent). Mode, Accessoires, Kosmetik und Schmuck sind besonders gefragt. Laut einer Studie von Bain wird der Absatz von Premium-Marken in China 2019 um weitere 18% auf 32 Milliarden Euro steigen.

CHIC-Segmente spiegeln Marktentwicklung

CHIC September 2019 richtet den Blick auf diese wichtigen jungen Zielgruppen und bietet als passende Businessplattform Zugang zum chinesischen Markt. CHIC gibt Einblick in die neuesten Marktentwicklungen und Trends, von Retailkonzepten über technologische Entwicklungen hin zu wegweisenden Designtrends im Reich der Mitte. In den klar strukturierten Messebereichen werden die aktuellen nationalen und internationalen Kollektionen präsentiert: FASHION JOURNEY (internationale Aussteller), IMPULSES (Designerbrands), SECRET STARS (Accessoires), NEW LOOK (Womenswear), URBAN VIEW (Menswear), CHIC-YOUNG BLOOD (Streetwear), CHIC TAILORING (Bespoke), BAGS & SHOES, CHIC-KIDZ

(Kidswear), HERITAGE (Leder, Pelz, Daune), FUTURE LINK (technologische Innovationen), PH Value (Knit).

FASHION JOURNEY, der internationale Bereich auf der CHIC, gibt einen konzentrierten Überblick über internationale Marken. Italien stellt erneut die größte internationale Gruppenbeteiligung mit Fokus auf exklusiven Schuhen. Das Hong Kong Productivity Center (HKPC) organisiert den Hong Kong Pavilion und koreanische Marken werden im Pavillon „Preview in China“ präsentiert. Auch individuelle internationale Aussteller zeigen ihre Kollektionen chinesischen Facheinkäufern und können so relevante Kontakte für den Einstieg in den chinesischen Modemarkt knüpfen. Das VIP-Besucher-Matching für internationale Marken wird erweitert. Der Recherche und Auswahl geeigneter Geschäftskontakte für ihre potentiellen Vertriebspartner in China werden große Bedeutung zugemessen.

Im Bereich IMPULSES zeigen junge Designer faszinierend kreative Kollektionen. MAO MART HOMME, KING PIN, WEI YUN etc. inspirieren mit überraschenden Materialien und Kombinationen und hohem Design-Anspruch. Westliche Looks treffen auf chinesische Tradition, aktuell das große Thema im chinesischen Fashiondesign.

SECRET STARS bringt die ganze Welt der Accessoires auf die Bühne, von Schmuck und Hüten über Schals, Gürtel, Uhren zu Brillen, Düften und Lifestyle-Produkten, darunter KINGWAY, H.RAG, INSILK und ROFEIA Hüte mit starker internationaler Distribution.

NEW LOOK widmet sich ganz den Entwicklungen in der Womenswear. Junge Designermarken präsentieren sich hier genauso wie spezialisierte Premium-Labels. CHICHY ist eine aufregende Designermarke, gegründet von zwei chinesischen Schwestern nach ihrem Design-Studium in Paris, HANAMOLI aus Japan zeichnet sich durch seine Kollektionen aus echter Seide aus.

URBAN VIEW richtet den Blick auf den modernen Mann. Brands wie YI SEN und BEI KENMAN zeigen neben klassischen Looks den Markttrends entsprechend zunehmend starke Kollektionen im Bereich Smart Casual. Der Office-Look wird immer lockerer und erlaubt Männern mehr Möglichkeit zu modischem Ausdruck.

Die Premium-Marke SJ aus Hongkong zeigt modische Travelwear im Bereich CHIC-YOUNG BLOOD, neben weiteren internationalen und nationalen Marken mit Fokus auf frischen, individuellen Looks für die jungen Konsumenten, von One-Stop-Shop Kollektionen bis zu Avantgarde Styles. Fashion Insight präsentiert trendige koreanische Brands. MR. GUGU & MS. GO aus Polen nutzt CHIC erneut als unerlässliche Plattform für den chinesischen Markt.

CHIC TAILORING ist der Bereich für hochwertige Bespoke Kollektionen. Klassische Looks mit modernem Twist, aktuelle Trends im individuellen Fertigungsprozess sind Thema bei NINGBO FA HAN SHI, GOLD MANDARIN DUCKS und ZHUANGCHEN aus Yiwu.

CHIC-KIDZ stellt die jüngste Generation in den Mittelpunkt. Marken wie AIZABASIC aus Shanghai zeigen in der bunten, kreativen Show-in-Show alles rund um Kidswear und Schuluniformen, angepasst an die Marktbedürfnisse von Babys und Kindern bis hin zu den modischen Ansprüchen der Teenagergeneration.

Zukunftsthema Nachhaltigkeit

Auf der CHIC September wird zurück geschaut auf 70 Jahre nachhaltige Entwicklung in China, gleichzeitig wird der Blick nach vorne gerichtet. Nachhaltigkeit ist vor allem für die jungen Konsumenten ein wachsendes Thema. Insbesondere GenZ, geboren zwischen 1998 und 2016, interessiert sich für nachhaltige Themen, eine starke Konsumentengruppe, die weltweit den größten Anteil ihres Einkommens ausgibt. CHIC greift diesen Trend auf und setzt mit der SUSTAINABLE AREA wieder ein zukunftsweisendes Zeichen.

CHIC Services: Effizientes Besuchermarketing

Chinas wichtigste Mode- und Lifestylemesse legt im September den Fokus gezielt auf die Effektivität der Messeteilnahme: durch die Bereitstellung einer ganzheitlichen Promotion für Business Deals, Produktneuheiten und Industrieanalysen. Spezielle Marketingmaßnahmen verknüpfen Aussteller und chinesische Marktteilnehmer zielgenau. „Wir kommen immer zur CHIC, um nach interessanten internationalen Marken zu suchen. Das letzte Mal haben wir hier eine sehr schöne italienische Marke mit einem guten Design gefunden, die sehr gut zu uns passt. Wir werden in Kürze mit

der Zusammenarbeit beginnen. Wir freuen uns auf die nächste Ausgabe der CHIC, um nach weiteren internationalen Labels zu suchen.“ JOC, Changzhou, Jiangsu.

CHIC September begrüßt regelmäßig rund 60.000 Besucher aus ganz China, die wichtigen Player aller Distributionskanäle sind vor Ort auf der Suche nach neuen Brands: Agenten, Wholesaler, E-Commerce-Plattformen, Multibrand-Stores, Einkäufer für JD.COM, AMAZON.CN, NETEASE, CARREFOUR, AEON, THE GREEN PARTY, UMI LAB, CHONG, MUMUSO, SANFU, WESTLINK, LUDAO, MDAY, etc., für Brands und Shops wie MAGMODE, OK, PLAYLOUNGE, THE MIX PLACE, THE FASHION DOOR, WATER STONE MARKET, TUCHENG, 1 WOR, THE HOUSE OF ELEMENTS, 313 CLOTHING STUDIO, SOFREE, FASHION STUDIO, JASON, ENJOYME.CN, etc.

Individuell für jeden Ausstellungsbereich und den Bedürfnissen der jeweiligen Aussteller entsprechend werden wichtige Besucher gezielt von den Messeorganisatoren eingeladen. Die Verknüpfung mit den relevanten Handelskontakten wird durch verschiedene Maßnahmen gefördert, individuelle Match-Makings werden vor, während und nach der Messe durchgeführt, auf der Messe werden Besuchergruppen zu passenden Ausstellern geführt, die Kollektionen vorgestellt.

Programm: CHIC TALKS und CHIC SHOWS

Mit den CHIC TALKS bietet die die Messe Besuchern wie auch Ausstellern eine professionelle Plattform zur Information und zum Netzwerken. Die Seminare von Markt-Insidern liefern wichtige Informationen und Kontakte für den chinesischen Markt und den Markteintritt in China. Die CHIC SHOWS zeigen bei verschiedenen Modenschauen ausgewählte Kollektionen, die die modischen Entwicklungen im Markt darstellen und die kreativen Ideen und Trends wiedergeben.

CHIC SHANGHAI, der zuverlässige Partner für das Modebusiness in China

Weitere Infos:

en.chiconline.com.cn/

<https://www.jandali.biz/>

JANDALI

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN

FASHION HOUSE 2 . OFFICE A013
DANZIGER STRASSE 111 . 40468 DÜSSELDORF
FON +49-211 3026 4337 FAX 0211-58588566
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ