



**CHIC YOUNG BLOOD – Lifestyle Event der Generation Y  
vom 25. – 27. Oktober 2014 in Beijing**

Trend & Mode mit kommerziellem Background

- ▶ 100 Modemarken mit Fokus auf Street/Urban/Jeanswear
- ▶ Infotainment mit Diskussionen zum jungen Modemarkt Chinas
- ▶ Enge Kooperationen mit Shopping Malls und Department Stores
- ▶ Hip die Location: mitten im Art District D-751 im Gasometer

Chinas Jugend entwickelt sich zu einflussreichen Konsumenten in der chinesischen Gesellschaft. Drei Gruppierungen spielen dabei eine Rolle: die 10 – 19Jährigen (= Adolescents), die 20 – 29Jährigen (Emerging Adults) und die 30-39Jährigen (Full Adults). Die Gruppen sind unter verschiedenen Bedingungen herangewachsen und haben eigene Konsumententrends entwickelt. **CHIC YOUNG BLOOD** positioniert sich als Plattform zwischen internationalen Modemarken und Points of Sales in China.

**CHIC YOUNG BLOOD** findet vom 25. bis 27. Oktober 2013 im angesagten 751 D.PARK, dem Art Distrikt Beijings, in einem postmodernen Gasometer, dem New Tank, auf einer Fläche von 8.500 qm statt. Über 100 Modemarken präsentieren sich. **CHIC YOUNG BLOOD** wird von der China National Garment Association, dem China World Trade Center, dem Sub-Council of Textile Industry, CCPIT veranstaltet. Parallel findet im 751 D.PARK die Mercedes-Benz China Fashion Week Beijing statt. Die Veranstalter kooperieren in verschiedenen Aktivitäten wie beispielsweise im Presseaustausch.

## **FASHION & LIFESTYLE**

Modemarken, Modestile und Modeleute treffen sich auf diesem Event, wo sich Modemarken aus aller Welt wie beispielsweise das Denim-Label EVISU aus Japan, STYREAL gegründet von A Shin von Mayday und seinem Schulkollegen No2good oder SUBCREW aus Hong Kong präsentieren

Weitere Modemarken auf der **CHIC YOUNG BLOOD** sind Robe Di Kappa aus Italien, die für Sports stehen, die lässige Schuhmarke HOZ aus den USA oder Triya, UMA, Sinesia Karol, Cecilia, Brigitte – junge Designermarken aus Brasilien, die unter der Flagge des brasilianischen Designerverbandes ABEST ausstellen, bis zu DEPOT 3, 004, F5S, Lifecycle, JAMY-WEE, Vmajor, M.CIN oder die deutschen Labels Nat-2, P-1 oder Ofess. **CHIC YOUNG BLOOD** vereint auf dieser Plattform den Kulturmix aus Ost und West.

**CHIC YOUNG BLOOD** repräsentiert gleichzeitig auch junge talentierte Designer und up-coming Brands. So wird auch ein Forum über den '2014 Advanced Denim . Design Contest of Single Product', durchgeführt von der **CHIC YOUNG BLOOD** und der Lenzing Group, stattfinden. Besucher und Internet-Besucher geben ihre Stimme für das beste Design und entscheiden über 'The Advanced Denim'.

Den Lifestyle-Aspekt erweitert unter anderem der Sponsor JIMMY MAKE UP, der für das Make-up der Schauen verantwortlich zeichnet.

### **Neue Kooperationen**

Der Boom des chinesischen Absatzmarktes ist für viele internationale Marken ein Thema. Um die richtigen Modekanäle zu nutzen, entwickelt **CHIC YOUNG BLOOD** ein Panel. Hier werden u. a. die Kooperationen von Partner mit Start-up-Unternehmen behandelt.

**CHIC YOUNG BLOOD** ist Mittler der jungen Marken aus dem Casual/Street/Sport/Denim-Bereich sowie Accessoires und Jungdesigner, Treffpunkt auf dem Einzelhändler, Modeeinkäufer, Mode-Institute/Schulen und andere 'Professionals' zusammenfinden. **CHIC YOUNG BLOOD** promoted im Rahmen eines Seminars die 'Conference on Multi-brand Stores', zu der zahlreiche Markengeschäfte, Shopping Malls und neue Business-Kanäle im Absatz der Mode eingeladen werden. Avisiert sind bereits Multi-Brand Stores wie SEVEN DAYS, MIXTRA, Catalog, I.T. oder BNC, aber auch große Player im Markt wie Wanda Plaza, Wangfujing Department Store, Yansha Group, Scitech Plaza, TMALL und jingdong. Populäre Absatzkanäle sind weiterhin TAIKOOLI, Joy City, Guo Rui City, K11 Beijing, Capitaland Mall, Sanlitun 3.3, LINKCHI.COM, nuandao.com, 1626.com, die ebenfalls zur **CHIC YOUNG BLOOD** kommen werden und jungen aufstrebenden Marken neue Chancen bieten.

Verbrauchergewohnheiten ändern sich in China ebenso rasch und neue Marktstrukturen sorgen für Wandel im Handel. Verstärkt expandieren Marken im E-Business. Gemeinsam wird mit Chinas Commercial Real Estate Association, inländischen bekannten Department Stores und Shopping Malls eine Diskussion zur Vielfalt der Kooperationsformen realisiert. Titel: 'Fashion Meeting@751'.

Zum Abschluss der **CHIC YOUNG BLOOD** werden die Organisatoren der Messe auch einen Besuch für die Aussteller in den NC Style Show Room Sanlitun 3.3, organisieren. Weitere B2B-Veranstaltungen unterstützen die ausstellenden Marken.

**CHIC YOUNG BLOOD** – die junge Profi-Plattform im chinesischen Markt: [www.chicyoungblood.com](http://www.chicyoungblood.com)

## Pressekontakt

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN  
EUROPEAN REPRESENTATIVE OFFICE  
CHIC, CHIC YOUNG BLOOD BEIJING (EXCEPT FRANCE AND ITALY)  
CHINA NATIONAL GARMENT ASSOCIATION  
FASHION HOUSE 1. OFFICE 319  
DANZIGER STRASSE 101 . 40468 DÜSSELDORF  
FON +49-211 3026 4337 FAX 0211-58588566  
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ  
**WWW.JANDALI.BIZ**