



CHIC BEIJING 2014.03.26-29

Asiens größte Trade Show für Mode dient der Orientierung, Entdeckung und dem Aufbau eines internationalen Netzwerks

- *Internationale Modemarken treffen auf professionelle Besucher aus ganz China, Süd-Ost-Asien, aber auch aus Amerika, Australien und Europa*
- *Verstärkte Nachfrage von nationalen Beteiligungen aus Übersee*
- *Spannungsvoller Modemix unterteilt in klare Segmente für perfekten Überblick mit neuen Bereichen wie BESPOKE, E-CHIC, LIGHT DRESS und Designers' Collections*
- *Permanent weiter entwickelte Dienstleistungen für Aussteller sowie Qualitätsverbesserungen im Besucher- Management*
- *Infotainment und Schauen*

Nach wie vor bleibt China der am stärksten wachsende Markt in Asien. So wird bis 2030 ein Anwachsen auf 13 Millionen Haushalte mit einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von US \$ 150.000 erwartet. Lt. A. T. Kearney haben drei Trends den chinesischen Konsumentenmarkt beeinflusst: das Anwachsen des E-Commerce, ein Boom für 'schnelle Mode' (fast fashion) und die Evolution im High-end-Markt. Uniqlo hat allein 2012 65 Geschäfte (total 145) eröffnet; und im gleichen Jahr Vertikale wie H&M 52 Geschäfte und Zara 37 Geschäfte. Gap plant, 2013 35 Geschäfte zu eröffnen. Als die Brücke für Modehersteller aus aller Welt gilt die CHIC in Beijing, die mit ihrer Ausrichtung den chinesischen Konsumentenmarkt anvisiert.

Die **22. CHIC BEIJING 2013.03.26-29** ist der Treffpunkt für neue Kontakte, aber auch die Plattform, die sich den Herausforderungen des chinesischen Marktes stellt. Jährlich einmal im März kombiniert sie die traditionellen Geschäfte mit neuen Markterfordernissen und stellt die Basis des Business dar, um den

Konsumgewohnheiten und Anforderungen an die heutige Lebensart gerecht zu werden. Dazu zählt die Diversität, die heute wesentlich personalisiertere und darüber hinaus interaktive Angebote beinhaltet. CHIC ist das Mode-Schaufenster und absorbiert permanent neue Informationen und Quellen, um die neuen Werte und Aufgaben einer Messe zu erfüllen. Hierzu zählt die Präsentation neuester Technologien wie zum Beispiel einer 3D Druckmaschine oder die im Bereich **E-CHIC** aufgegriffenen Themen des rapide wachsenden Mode-Online-Businesses. Die Fortsetzung von **BESPOKE**, erfolgreich in 2013 eingeführt, entspricht den hohen Anforderungen an Männermode für eine perfekte Passform. Eine Erweiterung dieses Bereiches mit dem Schwerpunkt Maßkonfektion wird geplant.

Ein neues Thema wird das Konzept **LIGHT DRESS** sein, das den Trend der Bekleidungskultur in der modernen Gesellschaft mit veränderter Lebensart reflektiert. Ein höherer Lebensstandard entwickelt sich mit ausgeprägterem Social Life. Chinesische Konsumenten sind modebewusst und sehr an individuellem Stil interessiert, um sich so ein stylischeres Aussehen beispielsweise für abendliche Dinner zu verleihen. Gleichzeitig wiederum ist unkompliziertes 'easy dressing' für die Freizeit angesagt. **CHIC** wird sich auf diese Entwicklungen und Änderungen im Markt mit neuen Konzentrationen einstellen.

Nationale Beteiligungen auf der CHIC

Nahezu seit Beginn der CHIC sind die Modenationen Frankreich und Italien mit ausgewählten Marken auf der CHIC präsent. Sie zeigen sich in den nationalen Pavillons. Andere Nationen folgen und seit 2011 zeigt auch Deutschland erfolgreiche Modemarken im Pavillon 'MADE IN GERMANY'. Weitere Nationen wie die Türkei werden auf der CHIC 2014 sowohl eine Auswahl von vorzüglichen Ledermodeherstellern als auch mit türkischen Marken. Die Canadian Fur Association, der Verband Copenhagen Fur, aber auch UK Fashion & Textile Association haben sich entschieden, auf die nächste CHIC zu kommen.

„MADE IN GERMANY“ wird durch das deutsche Wirtschaftsministerium gefördert. Die Organisation des deutschen Pavillons erfolgt durch die Messe Düsseldorf, eine der weltweit führenden Messegesellschaften. Der Pavillon wird bekannte Modemarken präsentieren, aber auch Designer wie z. B. Anja Gockel nutzen die kommende CHIC

als Präsentationsforum. Der Bereich wird ein diversifiziertes Modeangebot von Damen- über Männermode bis zu Body/Beach, Accessoires, Taschen, Schuhe und Kindermode zeigen.

Die Hallenstruktur

CHIC belegt im Messegelände New China International Exhibition Center ca. 100.000 qm. Alle acht Hallen sind klar und übersichtlich strukturiert und präsentieren sich in Lifestyle-Welten mit den Segmenten Womenswear, Menswear, Childrenswear, Casualwear, Accessoires, Body/Beach. Die internationalen Beteiligungen – als Gemeinschaftsstand oder Individualkonzept - konzentrieren sich in zwei Messehallen.

Ein weiteres Thema ist 'Fast Fashion'; hier zeigen etliche Marken wie MJ Style, Cache Cache (Frankreich), Minette oder Coopool ihre aktuellen Kollektionen für Sofortlieferungen.

Die Stärke der CHIC spiegelt auch den Erfolg der chinesischen Modeindustrie wider. Beeindruckende Performances bieten chinesische Kollektionen. Diese Marken verfügen über einen hohen Bekanntheitsgrad in China, so u. a. YOUNGOR, YISHION, EMINU, YEEHOO, JOSESONG, TAMSOON. Aber auch das High-end Brand NAN SHAN aus Korea weiß die Werte der CHIC als Marketing- und Informations-Tool zu nutzen.

CHIC verbindet

Sowohl das Business Forum als auch weitere Seminare und Workshops auf der **CHIC 2014** werden neue Themen aufgreifen. Internationale Experten aus der Modewelt informieren über die neuesten Entwicklungen.

CHIC SHOWS wird ebenfalls eine Veränderung erfahren. Mehr Aufmerksamkeit wird der visuellen Darstellung gewidmet und weniger Konzentrierung im kommerziellen Part ist die Aufgabe. Eine der besonders präsentierten Designer wird die Deutsche Anja Gockel sein.

CHIC BEIJING wird von der Beijing Fashion Expo Co. Ltd. und dem China World Trade Center Co. Ltd organisiert. Sponsoren sind die China National Garment

Association, das Sub-council of Textile Industry, CCPIT und China World Trade Center Co. Ltd.

CHIC BEIJING 2014.03.26-29 – Asia's largest fashion trade show

The fashion trade show experience since over 22 years!

Presse Kontakt

Repräsentanz in Europa:

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN

FASHION HOUSE 1 . OFFICE 319

DANZIGER STRASSE 101 . 40468 DÜSSELDORF

FON +49-211 30264337 FAX 0211-58588566, EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ