



CHIC BEIJING 2014.03.26-29

Die Größte Modemesse in Asien

Mit dem Slogan 'OMNI Channel' Zeitalter startet die nächste Edition der CHIC: von o2o (online/offline) über 'Easy + Match = CHIC' bis zur komplexen Inspirationsquelle mit Bereichen wie BESPOKE, Light Luxury, Fashion & Childrens's Life avanciert die Messe zu einem Modemekka der neuen Art

CHIC BEIJING ist die etablierte Brücke in den chinesischen Konsumentenmarkt. Die Veranstalter verfolgen mit jeder Messeausgabe die sich neu entwickelnden Phänomene in der Modewelt, die den chinesischen Modemarkt bewegen. Innerhalb der vergangenen 30 Jahre hat sich der chinesische Einzelhandelsmarkt drastisch durch revolutionäre Marktentwicklungen verändert. **CHIC** als jährliche Plattform für Mode aus aller Welt zieht Besucher aus ganz China und dem Ausland an. Auf Basis von intensiven Marktrecherchen und Analysen haben sich die Veranstalter der CHIC den neuesten Innovationen verschrieben, um so den Veränderungen dieses größten Absatzmarktes der Welt gerecht zu werden.

China wird bis 2015 mehr als 4.000 Shopping Malls zählen. Bis 2011 verzeichnete das Land 2.812 Shopping Malls mit einer Gesamtfläche von 177 Millionen qm gemäß der Aussage von Guo Zengli, Präsident der China Shopping Center Development Association. Starken Druck üben die kommerziellen E-Commerce-Plattformen auf die traditionellen Absatzkanäle aus. **CHIC** stellt sich dieser Herausforderung, die eine Balance zwischen 'online' und 'offline' schafft. Unter dem Slogan 'OMNI Channel'-Zeitalter bietet **CHIC** Lösungen an und zeigt neue Visionen auf.

Das Thema '**Easy + Match = CHIC**' trägt zu neuen Lösungen bei, die vom praktikablen Standbausystem bis hin zu Kontaktabmachungen mit passenden Geschäftspartnern in allen Geschäftsfeldern von online bis zu offline reichen. o2o verschafft Erfahrungswerte, beispielsweise 'offline' einkaufen und 'online' bezahlen. **CHIC** wird verschiedene Foren veranstalten, die sich diesem Thema widmen, veranstalten und bahnbrechende Betriebsmodi vorstellen. **CHIC** bietet mit OMNI CHANNEL zweckdienliche Formate, die eine Vielzahl von Prozessen im Bereich von Shopping, Unterhaltung und sozialer Erfahrung präsentieren. So nimmt **CHIC** die Herausforderung an, eine Verbindung zwischen Marken und E-Commerce-Plattformen herzustellen.

Die Organisatoren der **CHIC BEIJING** sind Beijing Fashion Expo und China World Trade Center, unterstützt wird die Messe von der China National Garment Association, dem China World Trade Center und The Sub-Council of Textile Industry (CCPIT).

Auf dem Messegelände im New China International Exhibition Center in Beijing belegt **CHIC** über 100.000 qm. Alle acht Messehallen sind auf klar strukturierte Bereiche fokussiert:

- E 1 Menswear
- E 2 Casualwear
- E 3 Fur & Leather (Leder und Pelz)
- E 4 Kidswear
- W 1 Internationale Beteiligungen
- W 2 Internationale Beteiligungen
- W 3 Womenswear
- W 4 Womenswear, Accessoires, Designer-Kollektionen

Highlights im Menswear-Bereich werden die Sektionen BESPOKE (Maßkonfektion) und SHIRT AREA darstellen. In der SHIRT AREA präsentieren sich renommierte chinesische Marken wie beispielsweise die Shandong Ruyi Technology Group, die vor kurzem 51 % der Anteile der deutschen Peine Group (Marken Barutti und Masterhand) erworben haben.

Facts & Figures CHIC BEIJING 2014

Über 1.000 Aussteller nehmen an der CHIC teil, davon kommen 400 aus dem Ausland. Die teilnehmenden ausländischen Nationen sind: Australien, China Hong Kong, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Österreich, Peru, Polen, Russland, Singapur, Südkorea, Taiwan, Türkei und USA.

Chinesische Marken wie FIRS, Hodo Men, YGGPX/Simple Life, Yousoku, Cimalp, Yishion, Punto, enaga, Beeiatu, Semir Group, Peacebird, DB Group, J.I.E., Topkidz oder Herbal Heaven genießen hohes Markenrenommée sowie großen Bekanntheitsgrad in China. Mit einem überaus anspruchsvollen Stand-Design unterstreichen diese Marken ihren Stellenwert und ihr C.I. Die Unternehmensgruppe Peacebird - mit Ständen für die Marken Material Girl und Ningbo Peacebird Fashion – lädt aus Anlass der CHIC zu einer großen Party in das Beijing Olympia-Stadion ein. (2. Messetag: 27. März 2014 nur auf persönliche Einladung)

Ein beträchtliches Markenaufgebot bietet das Ausland. Während Frankreich und Italien wieder mit den größten Beteiligungen und erneut mit Steigerungen der Ausstellerzahlen aufwarten, wird erstmals auch Österreich in einem attraktiven Gemeinschaftsstand ausgewählte Marken wie Hanro, Jones, Living Kitzbühel, Steinbock und weitere Marken präsentieren, die den Lifestyle 'Made in Austria' unterstreichen. Zum dritten Mal in Folge wird 'MADE IN GERMANY mit deutschen Marken dabei sein. Erstmals sind Designer wie Anja Gockel, Annette Görtz, Beate Heymann und Moon Berlin dabei, die die deutsche Avantgarde repräsentieren. Der deutsche Schuhhersteller Peter Kaiser, dessen Gründungsjahr auf 1838 zurückgeht, zählt ebenso zu den deutschen Ausstellern wie Christ Leatherwear, Isabell, Damo, Eugen Klein, Picard und weitere. Das deutsche Label ABRO, bekannt für hochwertige Taschen, Schuhe und Gürtel, wird im Accessoires-Bereich mit dem

chinesischen Agenten vertreten sein – eine Geschäftsverbindung, die aus der letztjährigen Beteiligung des Unternehmens an der CHIC resultiert.

Der französische Pavillon 'Paris Forever' bringt Marken wie Fuego-Ananke, Malfroy, Pause Café, Sprung Frères, Blue of Vespucci, Best Mountain und viele weitere zur CHIC. Italien, mit der jemals größten Beteiligung seit Teilnahme an der CHIC, zeigt Marken wie Paolo Casalini, Daniele Fiesoli, Arcadia, Ny&Lon, Redwood, Golf Club, Frey Como Since 1899, Fontani, Parah etc.

Weitere Gemeinschaftsbeteiligungen werden von Hong Kong, Japan, Südkorea und Taiwan veranstaltet. Individuelle Beteiligungen sind aus Dänemark, Großbritannien, Polen, USA und weiteren asiatischen Nationen gemeldet.

Eine beeindruckende Präsentation von türkischen Leder- und Pelzanbietern wird in Halle E 3 Fur & Leather geboten. Über 30 türkische Leder- und Pelzhersteller nehmen unter dem Dach von ITKIB Istanbul Textile & Apparel Exporter Association teil. Einzigartig wird die Ausstellung der extravaganten Kollektion der Designerin Hatice Gökce aus Istanbul sein, die dank der Unterstützung von Istanbul Leather & Leather Products Exporters' Association entstanden ist. Aus diesem Anlass wird am zweiten Messetag am türkischen Gemeinschaftsstand ein Cocktail-Empfang veranstaltet. Die Türkei ist als eines der weltweit größten Exportländer für exquisite Lederbekleidung bekannt. Mit einer starken Marketingstrategie ist der chinesische Absatzmarkt in den Fokus gerückt. Lemi Tolunay, Vorsitzender von IDMIB (Istanbul Leather and Leather Products Exporters' Association): 'Wir werden in einer exklusiven Präsentation die Exzellenz unseres Könnens und unserer Kreativität im Bereich von Ledermode darstellen, und wir sind sicher, dass die chinesischen Konsumenten unsere Mode lieben werden.'



all photos: Hatice Gökce, Istanbul – Turkey

Copenhagen Fur wird erneut an der CHIC teilnehmen und die Einzigartigkeit dänischen Pelz-Designs unter Beweis stellen. Zum ersten Mal wird Woolmark die feinen Merinowoll-Produkte in Halle E 1 zeigen und darüber hinaus auch Trendanalysen mit Seminaren und einer Ausstellung im langen Korridor bieten.

Special Events zur CHIC

Einen wesentlichen Beitrag leistet das **CHIC 2014 China Clothing Commerce Forum**. Täglich während der Laufzeit (außer am letzten Tag) finden verschiedene Seminare, Workshops und Symposien statt. Zusammen mit dem Hong Kong Institute of Fashion Buyer (IFB) werden Francoise Tellier als anerkannte Persönlichkeit für Luxusmarken-Management von der Université de Marne-Lar-Vallé sowie Xuwei, Marketingdirektor von Sevendays, außerdem Pingfan und ein Einkäufer von ATTOS Referate zum kulturellen Austausch zwischen Einkäufern und internationalen Modemarken halten. Ein Kernthema der Seminare wird die Thematik o2o sein, die tiefgehende Analysen und Erfolgsstudien in der Transformation von E-Commerce zu o2o sein. Zwei chinesische Marken - NUOQI and IDX – demonstrieren den technologischen Fortschritt auf ihren Ständen. Weitere Konferenzen werden das Match-Making von Marken beinhalten, ebenso der 'Buyers' Day' sowie die Konferenz Outlet Forum. Der renommierte Präsident des China General Chamber of Commerce und des Outlet-Centers Wan Yingwen, Vorsitzender der RDM, Herr Poma, wird eine Key Note an die Gäste richten.

CHIC kooperiert mit dem China General Chamber of Commerce, der China Association of Department Stores und der China Commercial Real Estate Union, die wiederum alle aktiv in das Besucher-Management zur Einladung von Shopping Malls und Department Stores eingebunden sind.

Show Time

Im Fashion Forum werden verschiedene Modenschauen stattfinden. Ein Highlight wird die CHIC INTERNATIONAL DESIGNERS' SHOW & Introduction der deutschen Designerin Anja Gockel sein (Termin: 26. März um 10.30 h). Außerdem wird CHIC als Sponsor des 5. PODIUMS der 'Jeunes Stylistes/Concours International de Mode (young designers' competition Paris) den Gewinner dieses Wettbewerbes in einer Show präsentieren.

Internationale Medien auf der CHIC

CHIC erwartet etwa 800 Journalisten aus aller Welt. CHIC TV wird täglich vom Messegelände aus berichten. Chinesische Modepresse wie Bazaar, L'Officiel, Life Style sowie die Fachpresse aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Südkorea und der Türkei werden die CHIC besuchen.

FLANIEREN IN BEIJING

Tradition und Zukunft sind in Beijing eng miteinander verknüpft, so wie das Dashila Gate (c. 1930), eine noch heute berühmte Einkaufsstraße. In der Sanlitun-Street finden sich moderne Shopping Malls mit vielen Marken-Stores und coolen, stylischen Restaurants. Inspirationen bieten viele weitere Fashion Stores wie Indigo Mall, Joyce, Lane Crawford, Shuang'an Department Store und zahlreiche weitere luxuriöse und traditionelle Shopping Malls.

BEIJING'S HOT SPOTS

Ein lohnenswerter Besuch: Das erste Museum, das sich dem Hutong-Lebensstil mit dem *Siheyuan*, dem Innenhof der Hutongs, widmet, ist das erst kürzlich renovierte **Shijia Hutong No. 24**, unweit östlich von der Verbotenen Stadt.

Dieses Museum erläutert – in Chinesisch und Englisch – das Leben in diesen Residenzen, wo Militäroffiziere, Diplomaten, Mitglieder der Kommunistischen Partei lebten. Ein Miniaturmodell von Beijing aus der Zeit, als die Stadt noch voller solcher Innenhof-Häuser war, bringt den damaligen Lebensstil nahe.

Das Museum stellt ein Modell eines typischen Hutong-Hauses in den 50er und 60er Jahren dar: Spärlich dekoriert mit einem großen Bild von Mao, aber auch eine aktuellere Darstellung der 70er Jahre mit einem kleinen Fernsehapparat und Radio geben Einblick in die Lebensart von damals.

Kontemporäre europäische Küche und australische Architektur zeichnet das **TRB, Temple Restaurant Beijing** in cleaner und leichter Gestaltung aus – früher einmal eine Produktionsstätte für die ersten Schwarz-Weiß-Fernsehapparate.



TRB



TRB



Nach **M on the fringe** in Hong Kong und Shanghais **M on the Bund**, komplettiert **Capital M** in Beijing die Serie. Die Terrasse erlaubt einen der beeindruckendsten Blicke in die City. Der elegante Innenraum überzeugt durch stylisches Interior Design. Eine europäische kulinarische Küche erwartet den Gast.

1997 ist das **GREEN T.HOUSE** entstanden, das den Spirit des neuen Chinas in einer atemberaubenden Atmosphäre widerspiegelt. In einem Vorort von Beijing gelegen, unterstreicht das Restaurant innen und außen ein cleanes Environment – gerade richtig für Beijings IT-People.



GREEN T.HOUSE



GREEN T.HOUSE

Press Contact in Europe:

**JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN
FASHION HOUSE 1 . OFFICE 117
DANZIGER STRASSE 101 . 40468 DÜSSELDORF
FON +49-211 30264337 FAX 0211-58588566
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ**

WWW.JANDALI.BIZ (get password for photo download)