



CHIC YOUNG BLOOD BEIJING 2013.10.25-27

Die Lifestyle-Performance der Generation Y

- ✧ Neues Konzept - einzigartige Plattform - Verknüpfung der Interessen von Fachpublikum und Konsumenten
- ✧ Die Präsentation der Marken für Urban/Street/Sport/Denim Styles in China
- ✧ Relax- und Inspirationsoasen, zeitgeistiger Mix 'n Match von Musik, Catering, Dekorationen, Sports, Catering und Kunst
- ✧ Verbraucherverhalten analysieren durch Testverkäufe
- ✧ B2B Bereich für Seminare, Workshops, Fashion Talks zur Reflexion der chinesischen Jugend von heute
- ✧ Das Fashion-Happening in Beijing: während der Mercedes-Benz Fashion Week Beijing
- ✧ Erneut im angesagten Art District, 751 D-PARK, in Beijing

Nach intensiven Recherchen und Marktanalysen haben sich die Organisatoren der **CHIC YOUNG BLOOD** in einem Fachgremium entschieden, das Profil dieser jungen Plattform zu schärfen.

CHIC YOUNG BLOOD richtet sich sowohl an Konsumenten als auch an Fachbesucher. Für die großen chinesischen Marken ist es wichtig, ein Feedback aus ihrer direkten Zielgruppe zu erfahren, während die Fachbesucher auf dieser Messe Lifestyle der Generation Y erspüren können, um sich für ihre Point of Sales zu inspirieren.

Wie wichtig eine eigene Plattform für die junge Zielgruppe ist, beweisen die neuesten Entwicklungen im chinesischen Markt. Ihre Ursprünge gehen im Prinzip erst auf die späten Neunzigerjahre zurück. Heute herrscht regelrecht Aufbruchstimmung. So bestimmen die Post-Neunziger die Identität ihrer Generation in eigenständigen Subkulturen von Musik, Sport und Kunst. Die Post-Neunziger sind meist finanziell abgesichert und verfügen über die Mittel, um den neuen Trends in allen Konsumbereichen von Bekleidung, Sport, Musik, Kunst bis zur Elektronik zu folgen.

CHIC YOUNG BLOOD schafft eine einzigartige Plattform - sowohl für Konsumenten als wichtige Testgruppe als auch Fachbesucher, um neue Tendenzen für ihr Business aufzunehmen.

Die **CHIC YOUNG BLOOD** unterteilt sich in vier Bereiche:

SHOW CASES (Shows)

BUSINESS CIRCLE (Workshops, seminars, talks)

CUSTOMIZED EVENTS

SHOWROOMS

Alle vier Stationen im 751 D-PARK werden mit Entertainment Zones verbunden, die als Kommunikationsforen mit Musik, Kunst und Catering geschaffen werden.

Ein besonderes Thema wird der digitalen Welt gewidmet. Technologische Modernisierung und der Boom der neuen Informationstechnologien prägen die Jugend in China. China ist übrigens der größte Markt für Mobiltelefone. Internet ist für chinesische Jugendliche Teil ihres Lebens geworden. Laut einer Analyse des China Internet Network Information Center sind die größte Gruppe der User die 18- bis 24jährigen (35 % der 130 Millionen User) und selbst die unter 18jährigen nutzen mit einem Anteil von 16,6 % das Internet. Auf diese Bedürfnisse ausgerichtet, können sich die Besucher der **CHIC YOUNG BLOOD** mittels Apps und QR-Codes durch die Messe führen und informieren lassen. Für den professionellen Auftritt der digitalen Welt auf der **CHIC YOUNG BLOOD** sorgt Anina Net, CEO & Founder bei Anina Net und Unternehmerin bei 360fashion Network.

Zu den Ausstellern zählen neben Firmen wie DC Shoes, Lee Cooper und Cheap Monday markenstarke chinesische Hersteller wie Haso, CRZ, Metersbonwe, PONY, Jasonwood, lalabobo, KRAVITZ, The Thing, LYRIQUE, STAYREAL, TYAKASA, Roaringwild, teenteam, float, Depot3, fiv-s, yusuki.s etc. aus dem Bereich Urban/Street/Sportwear. Promis aus der jungen Welt unterstreichen den innovativen Charakter der **CHIC YOUNG BLOOD**.

www.chicyoungblood.com

Weitere Informationen:

PRESS, VISITORS, EXHIBITORS:

European Representative Office (except France and Italy)

CHIC, CHIC YOUNG BLOOD, CHINA NATIONAL GARMENT ASSOCIATION

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN
FASHION HOUSE 1, OFFICE 319
DANZIGER STRASSE 101, D-40468 DÜSSELDORF
FON +49-211 30264337 FAX 0211-58588566
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ
WWW.JANDALI.BIZ