

CHIC 中国国际服装服饰博览会 CHINA INTERNATIONAL FASHION FAIR

CHIC 2016.03.16-18

China International Fashion Fair, Shanghai

Volle Kraft voraus: neue Dimensionen und beste Geschäftsmöglichkeiten

Expansion der Distributionskanäle – Crossover- Kooperationen - Internationale Zusammenarbeit – Kapitalzusammenschlüsse

Parallel zur bevorstehenden CHIC vom 13.-15. Oktober 2015, sind die Planungen für die 24. Ausgabe der CHIC im Frühling vom 16. bis 18. März 2016 in vollem Gange. Neues Design und neue Anordnung der Strukturen und Prozesse ermöglichen den Teilnehmern der CHIC, gemeinsame Entwicklungen zu realisieren. Ein weiteres Thema ist das „New Normal“, das die Konsumgewohnheiten widerspiegelt: die chinesischen Verbraucher wollen Originalität und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. CHIC kommt der Nachfrage nach „kleinen aber ausgewählten“ Brands nach. Chinas Konsumenten sind auf der Suche nach einer Mode, die eine Geschichte erzählen kann, ein Vorteil für viele internationale Modemarken.

CHIC wird eine noch größere Plattform für nationale und internationale Marken anbieten, auf der sich die Brands dem professionellen Publikum präsentieren können. Von Jahr zu Jahr erweitert die CHIC intensiv ihr Netzwerk und hat sich als internationaler Modemediator etabliert.

Mehr als 1.200 Aussteller aus aller Welt werden erwartet. Die Hälfte der Aussteller sind aus China, darunter Chinas Topmarken. Die andere Hälfte wird aus Europa wie Frankreich, Deutschland, Italien, der Türkei und den chinesischen Regionen Taiwan und Hong Kong sowie aus weiteren asiatischen Ländern wie Japan, Südkorea, Indien, Indonesien, aber auch Amerika mit den USA und Brasilien oder Peru kommen und den Fachbesuchern ein großes Informationsangebot präsentieren. Diese reisen vor allem aus China an, wobei die Provenienz von Besuchern aus anderen Nationen stark anwächst. Sie nutzen die CHIC als Plattform, um einen Überblick über das internationale Modeangebot zu erhalten. Die CHIC bereitet sich

darauf vor, die wirtschaftliche Plattform für internationale Zusammenarbeit, Kapitalzusammenschlüsse und Erweiterung von Distributionskanälen zu sein.

Die Messe ist klar in die verschiedenen Segmente wie Denim World, Urban View, Kid's Paradise, Heritage (Leder&Pelz), New Look (Womenswear), Prestige (Menswear und Bespoke), Secret Stars (Accessoires, Schuhe und Taschen) strukturiert. Die CHIC YOUNG BLOOD ist in die CHIC integriert und repräsentiert den Bereich Street-Style. IN SIGNATURE zeigt die erfolgreichen chinesischen Top-Label wie Peacebird, Bosideng, oder Shandong Ruyi.

Eine internationale Modereise bietet der Bereich „Fashion Journey“ mit internationalen Pavillons aus Frankreich, Italien, der Türkei, Brasilien und weiteren. Deutschland wird wieder mit dem Pavillon „Made in Germany“ teilnehmen. Die Planung obliegt wieder der Messe Düsseldorf, die die Beteiligung attraktiv realisiert, inspiriert von dem Layout eines Department Stores.

Entwicklung der Verbraucherlogik

Das E-Business avanciert längst zum unverzichtbaren Tool sowohl im Handel als auch im Modemarkenbereich. Department Stores und Shopping Malls haben sich zu Stilzentren entwickelt, die mit avantgardistischen Formen experimentieren. Beliebt sind die Konzept-Stores der Handelsformen, die internationalen Lifestyle anbieten, Multibrand-Stores, Boutiquen etc., diese Konzepte verzeichnen ein Wachstum in der chinesischen Handelslandschaft. CHIC verfügt über eine Datenbank von über 200.000 Kontakten im Handel, mit zusätzlichen 3.000 Adressen von Multibrand-Stores. Die regelmäßigen Direct-Mailings und Social Media-Mailings der CHIC intensivieren die Beziehungen der Teilnehmer zum chinesischen Handel und tragen zu einem exzellenten Austausch bei, das Angebot in den Stores gemäß der Nachfrage zu entwickeln.

Ein anderer Sektor, in den die CHIC investiert, ist der sich rapide entwickelnde digitale Bereich, der extrem stark nachgefragt wird, sowohl B2B als auch B2C: Internet, mobiles Internet, Cloud Computing, Big Data und weitere innovative Produkte der Informationstechnologie, die die gesamte wirtschaftliche Gesellschaft revolutioniert: Unternehmen, Kunden und Verbraucher.

Mit Veränderungen einen Systemwechsel vollziehen: Optimierung des Wirtschaftssystems

Die CHIC zeigt das Gesamtbild der nationalen und internationalen Mode. Sie bietet einen schnellen und effektiven Informationszugang. Es ist das „Face-to-Face Business“ zur optimalen Orientierung und zur Information aus erster Hand.

Shows und Seminare, Workshops und Networking-Aktivitäten werden sorgfältig von der CHIC geplant und auch Match-Makings vor und während der CHIC gehören zu den Dienstleistungen, die den internationalen Aussteller angeboten werden.

Die CHIC (Frühjahr) wird vom 16. bis 18. März, 2016 wieder im National Exhibition and Convention Center (Shanghai) stattfinden, angebunden an die China International Trade Fair for Apparel Fabrics and Accessories (Intertextile) und weitere Fachmessen der Branche. Die Gesamtfläche wird über 300.000 qm betragen.

Aktuelle Nachrichten aus China

Baidu - chinesisches Web-Dienstleistungsunternehmen – berichtet über einen Gesamtumsatz von US \$ 2.63 Mrd. für das 2. Quartal 2015, davon 50% Mobilfunkumsatz.

Tmall (b / c Plattform, zur Alibaba Gruppe gehörend) hat angekündigt, dass sie die Duty-free-Shop-Projekte zusammen mit der Shilla-Gruppe und King Power, die größten Duty-free-Gruppen in Südkorea und Thailand, in China starten. Ein neues Einkaufsmodell ist entstanden.

www.chiconline.com.cn

www.jandali.biz

Nächste Termine:

CHIC Shanghai (Herbstausgabe) vom 13. bis 15. Oktober 2015

CHIC Shanghai (Frühjahrsausgabe) vom 16. bis 18. März 2016

Pressekontakt:

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN

EUROPEAN REPRESENTATIVE OFFICE

CHIC SHANGHAI (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