

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

Vielversprechender Start der ersten Herbst-Ausgabe der CHIC

CHIC Autumn vom 13. bis 15. Oktober 2015

- **CHIC untermauerte ihre Leitposition nun auch für die zweite Ausgabe im Jahr**
- **Über 57.000 Fachbesucher reisten vornehmlich aus China an**
- **700 Marken aus 23 Nationen belegten über 55.000 qm**
- **Internationale Gemeinschaftsbeteiligungen trugen zu einem weltweiten Überblick der Mode bei**
- **Nachhaltige Ausweitung mit Fokus auf ‚smart textiles‘**
- **Besondere Seminare und Workshops unterstrichen den Anspruch der CHIC als Mediator im Mode-Business**
- **Erfolgreiche Synergien mit der INTERTEXTILE und weiteren Textilmessen**

Dynamisch, aufregend, pulsierend: Shanghai erwies sich wieder einmal als die Modemetropole in Asien und zog zahlreiche Geschäftsleute aus allen chinesischen Regionen, aber auch aus dem Ausland an. Die CHIC untermauerte ihre Leitposition auch für die Premiere der zweiten Ausgabe im Jahr. Selbst wenn diese Messe noch kleiner als die traditionelle Frühjahrs-CHIC ist, so wurde ein guter Besucherfluss registriert. Marisa Pizziolo, Marketing und Operation Manager von Ente Moda Italia (EMI) betonte, dass die Qualität der Besucher sehr hoch sei. Die Veranstalter bestätigten die gesamte Besucherzahl mit 57.042 – zwar weniger verglichen zur Märzausgabe, aber für die Initialveranstaltung doch sehr hoch, was wiederum dem tiefen Know-How des Organisations-Teams der CHIC und ihrem weitreichenden Netzwerk in der Industrie und dem Handel zu verdanken ist. (Anmerkung: die genaue Aufschlüsselung der Besucher steht ab Mitte November zur Verfügung).

Die Struktur der CHIC und der Aussteller

Die CHIC belegte die Erdgeschossflächen der Halle 1 – 3 mit einer Gesamtfläche von 55.000 qm. 700 Aussteller aus 23 Nationen stellten aus und zeigten ihre neuen Kollektionen Frühjahr/Sommer 2016, aber auch Sofortmode für Winter 2015/16. Ein starkes Thema war „Intelligent Age“, hier wurden intelligente Mode, Mode-Technologie und intelligente Verfahren für die Bekleidungsindustrie auf höchstem Level vorgestellt. Mit etwa 250 Ausstellern aus dem Ausland vermittelte die CHIC einen gesamten Überblick über internationale Mode. Italien, Frankreich, Japan, Korea und Brasilien präsentierten ihre Styles in nationalen Pavillons. Bekleidung einschließlich Leder/Pelz stellte den Hauptproduktbereich dar. Bemerkenswert war, dass gerade Accessoires (Schuhe, Handtaschen, Schals/Tücher, Hüte/Mützen, Modeschmuck) eine besonders stark nachgefragt wurden. Roberta Ramos, Projektleiterin und Ruisa Korndorfer-Scheffel, Trade Promotion Unit's Analyst, beide vom brasilianischen Schuhverband ABICALCADOS, unterstrichen, dass sie bislang verschiedene Plattformen in den vergangenen Jahren zur Vermarktung der brasilianischen Brands in China ausprobiert haben. Dieses Mal haben sie sich für die CHIC Autumn mit einem eigenen Pavillon entschieden; was den größten Erfolg gebracht hat: „Unsere Aussteller haben die gute Qualität der Besucher gelobt und zum ersten Mal haben sie auch direkt Orders geschrieben.“ Neuaussteller auf der CHIC war auch das deutsche Unternehmen Haflinger. Gerd Otto, Geschäftsführer Haflinger, zeigte sich sehr zufrieden: „Wir sehen ein großes Potenzial für unsere Produkte im chinesischen Absatzmarkt und haben gute Kontakte geknüpft. Wir werden definitiv weiter den Markteinstieg in China verfolgen und im Rahmen des deutschen Gemeinschaftspavillons im März 2016 erneut teilnehmen.“ Als 'Show-in-the-Show' beteiligte sich die PUREshanghai zum ersten Mal, seit mehr als zehn Veranstaltungen präsentierte die PREVIEW IN CHINA aus Südkorea. Beide Veranstalter sehen in ihrer Beteiligung auf der CHIC, der führenden Modemesse in Asien, große Chancen.

Offizielles Statement vom CHIC-Vorsitzenden Chen Dapeng

Klar und offen äußerte sich Herr Dapeng Chen, Executive Vice President China National Garment Association: "CHIC Autumn hatte einen sehr guten Start mit hervorragenden Ergebnissen dieser Premiere im Oktober. Wir halten es für wichtig, dass diese Messe zweimal im Jahr stattfindet und so den Anforderungen des

internationalen Mode-Business entspricht, aber auch den Veränderungen des hiesigen Modegeschäftes gerecht wird. Es ist immanent wichtig, neue Kollektionen in jeder Saison zu präsentieren. Wir sind froh, dass wir auf Anhieb 57.042 Besucher registrieren konnten. Die aktuelle Devise in China 'The New Normal' ist auch Leitmotiv des Modeschauen CHIC. Wir präsentieren hochwertige Kollektionen, die erschwinglich für die wachsende und modebewußte Mittelklasse sind. CHIC wird konsequent die Position als Mittler im Mode-Business verfolgen und hat sich erneut als Drehscheibe der Mode in China bewiesen.“

Aber auch Fachbesucher drückten ihre Zufriedenheit mit der Premiere der CHIC im Oktober aus. Ms. Yao Zhihui, General Manager von Modern Mingshi International Trade Company, sagte: “Als Einkäufer bin ich hier, um nach neuen Marken Ausschau zu halten, die passend und interessant für uns sind. Ich bin auch bereit, direkt hier vor Ort Kooperationsaufträge zu unterschreiben. Wir haben Multibrand Stores und sind so überrascht, hier so viele außergewöhnliche Kollektionen zu entdecken. Und Mr. Jiang Honghong, Vice General Manager von Mellen (China), war überaus zufrieden: “Wir kommen zur CHIC mit zwei Wünschen: Erstens um Marktrecherchen vorzunehmen und zweitens um gute internationale Modemarken zu finden. Wir möchten unser Angebot um das Schuhsegment erweitern.“ Ji Xiaochen, betonte: “Ich bin sehr durch die allgemeine Atmosphäre auf der CHIC beeindruckt. Die Präsenz von so vielen internationalen Pavillons ist sehr wertvoll für uns.“

CHIC – der Eintritt der Modeindustrie in das „Intelligent Age“

Eine Anzahl von High-Tech-Produkten wurde in der Sektion „Intelligent Fashion“ mit Zukunftsvisionen gezeigt. Quishon demonstrierte 3 D-Anwendungen für Mode. Baison präsentierte Lösungen für die gesamte Modekette und auch viele Seminare und Workshops widmeten sich diesem Thema. Innerhalb der Sektion Smart Fashion wurden die neuesten Errungenschaften angeboten, so z. B. ein roter Hut mit einem Sensor, der die Emotionen des Trägers reflektiert: ob er glücklich, müde, ärgerlich, konzentriert ist... oder ein schwarzer Gürtel, der gleichzeitig auch eine Ladestation für das iPhone anbietet oder eine leuchtende Tasche, die auch bei Dunkelheit Einblick in das Innere der Tasche gibt, und viele weitere progressive Modeneuheiten.

Nächste Veranstaltung:

CHIC Spring 16. bis 18. März 2016

In den Hallen 1.1, 2.1., 3.1., 4.1., 4.2 mit einer Gesamtfläche von 125.000 sqm

Anlagen: Aussteller- und Besucher- Statements

Weitere Informationen: www.chiconline.com.cn

www.jandali.biz

Pressekontakt:

The logo for JANDALI is rendered in a dotted, pixelated font style. The letters are composed of small grey dots arranged to form the shape of each character.

Official European Press Office and

Official European Representative Office (except France/Italy)

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN

FASHION HOUSE 1 . OFFICE 319

DANZIGER STRASSE 101, 40468 DÜSSELDORF

FON +49-211 30264337, FAX +49-211-58588566,

EMAIL CONTACT: INFO@JANDALI.BIZ