



CHIC China International Fashion Fair – Autumn Edition

Shanghai – 11.-13. Oktober 2016

Erfolgreiche zweite Ausgabe der CHIC Autumn

- 65.714 Besucher bei dieser Herbstausgabe (Anstieg um 15% im Vergleich zu CHIC Autumn 2015)
- Als breit aufgestelltes Marketing- und Sales-Tool nicht nur große sondern auch kleinere Marken im Fokus
- 837 Marken aus 21 Nationen
- Attraktive Veranstaltungen zur Feier der Fashion Party

Die Organisatoren der CHIC Autumn zeigten sich mit dem Anstieg der Besucherzahlen um 15% im Vergleich zu CHIC Autumn 2015 vollends zufrieden. Insgesamt kamen damit 65.714 Besucher zur CHIC. Die Besucherstruktur spiegelt die unterschiedlichen Bereiche wie Shopping Malls, Department Stores, Boutiquen, E-Commerce-Plattformen, Outlets etc. wider. Der Großteil der Besucher kommt aus ganz China. Es war jedoch festzustellen, dass auch immer mehr Besucher aus anderen Ländern zur CHIC kommen. Chen Dapeng, Executive Vice President der China National Garment Association und Leiter der CHIC erklärte: „CHIC Autumn erfüllt eine andere Aufgabe als die CHIC Spring. Sie gibt einen Überblick über führende Marken, bietet jedoch auch kleineren Marken die Gelegenheit mögliche Käufer zu finden.“ Die großen Marken auf der CHIC Autumn profitieren zusätzlich zu den zahlreichen die CHIC begleitenden Aktivitäten, wie dem Zusammentragen übersichtlicher Informationen, vom Sourcing auf der Intertextile. CHIC Autumn bietet die richtige Mischung zwischen etablierten Marken und jungen Start-Ups. Das richtige Angebot für die vom Konsumenten geforderte Inspiration.

Die Fashion-Segmente auf der CHIC

Die klar strukturierten Segmente der CHIC Autumn leiten den Besucher durch die Messe. Die neue Lage des IMPULSES-Bereichs (für junge Designer) direkt neben dem Fashion Show Center in der Eingangshalle war ein besonderer Blickfang. Einer der Teilnehmer ist die junge Designerin Shan Zi, die gerade an der Who's Next in Paris teilgenommen hat. Sie berichtet, dass sie von der Messeerfahrung profitiert und hebt das hohe Potenzial der Einkäufer auf der CHIC hervor.

Ein weiterer Erfolg der Messe war der Bereich SECRET STARS (Accessoires, Schuhe, Taschen), der viel Aufmerksamkeit auf sich zog und gut besucht war. Chen Yanrong, Marketing Manager von Henney Bear, bestätigte, dass alle wichtigen Department Stores wie Wanda, Maoye, Jingying, Dashang seinen Stand besuchten um mögliche Kooperationen zu diskutieren. Auch die Aussteller in den Bereichen Menswear und Womenswear waren hochzufrieden mit ihren Ergebnissen auf der CHIC Autumn. YUZHUI, eine bekannte Retailmarke in China, sprach mit 15 Franchisees über zukünftige Store-Eröffnungen. Gleichzeitig traf sie aber auch Multibrand Stores und E-Commerce Plattformen an ihrem Stand. YiFeng, Besitzer der ehemals italienischen Marke 7 camicie, meldete intensive Geschäfte auf der Messe.

Auch die Organisatoren der „shows-in-show“ drückten ihre volle Zufriedenheit aus. Nobrand und EcoChic von der Pure Shanghai haben bereits ihre Wiederteilnahme im nächsten Frühjahr angekündigt.

Besucher auf der CHIC Autumn

Die Besucherzahlen der CHIC Autumn stiegen um 15% auf insgesamt 65.714 Besucher (2015: 57.000). Notiert wurden immer mehr internationale Besucher, die zur Messe kommen. Während dieses Mal die Anzahl an vertretenden Shopping Malls und Department Stores im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück ging, besuchten deutlich mehr Multibrand-Stores, spezialisierte Fashionstores und Boutiquen die Messe. Beijing BaiDeYi Commercial and Trading Co. Ltd. orderte bereits am ersten Messetag 400 Paar Schuhe (im Wert von 400.000 RMB bzw. 55.000 €) der italienischen Marke Giovanni Fabiani. Mishi, ein Managementunternehmen mit mehr als 400 Filialen in China, bekundete starkes Interesse an brasilianischen Kinderschuh. Ebenfalls stark nachgefragt waren Uniformen, z.B. von der PeiWEN School of Beijing University mit Tausenden von Schülern.

Herr Wu Wie, Vorstandsvorsitzender der Da Xiong Zhi Feng Commercial and Trade Co. Ltd ist ein langjähriger Besucher, der zu jeder Ausgabe der CHIC kommt. Für ihn bietet CHIC die Möglichkeit zu direkter Order aber auch zu einem umfassenden Gesamtüberblick über neue Trends. Frau Chen, die Einkaufsleiterin von Tuo Sen, ist sehr zufrieden, dass sie eine besonders, trendige internationale Women's Knitwear Marke auf der CHIC entdeckt hat.

Besondere Events auf der CHIC Autumn

Viel Aufmerksamkeit erhielt die FRANKfurtstyleaward Collection 2016. Die innovativen Styles junger Designer wurden in einer eigenen Show präsentiert. Auch die gemeinsame Fashion Show von BRAZILIAN FOOTWEAR von Apexbrasil EA Asia mit Trends für Frühjahr/Sommer 2017 war sehr gut besucht und führte zu einer großen Besucherzahl im Gemeinschaftsstand. Weitere Fashion Shows gaben beeindruckende Einblicke in neue Trends und Tendenzen für Frühjahr/Sommer 2017.

Ein exzellentes Get-Together stellt das Exhibitors Welcome Dinner dar, das speziell für die internationalen Teilnehmer der Messe ausgerichtet wird. Hier haben Sie die Gelegenheit, andere Aussteller zu treffen und sich über ihre Erfahrungen auf der CHIC und den chinesischen Absatzmarkt auszutauschen.

CHIC Shanghai gilt als das „Fenster der Mode“ und ist als führende Modemesse Asiens die Brücke in den chinesischen Markt. CHIC Serviceabteilungen unterstützen bei Match-Makings und helfen Aufmerksamkeit in der Presse wie auch den sozialen Medien zu generieren.

Nächster Termin:

CHIC Shanghai 15.-17. März 2017

Mehr Informationen unter:

en.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, giving it a modern, digital appearance.

JANDALI MODE.MEDIEN.MESSEN
EUROPEAN REPRESENTATIVE OFFICE

CHIC SHANGHAI (EXCEPT FRANCE AND ITALY)
CHINA NATIONAL GARMENT ASSOCIATION
FASHION HOUSE 2 . OFFICE A013
DANZIGER STRASSE 111 . 40468 DÜSSELDORF
FON +49-211 3026 4337 FAX 0211-58588566
EMAIL CONTACT INFO@JANDALI.BIZ

WWW.JANDALI.BIZ