

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

CHIC 2017 AUTUMN – Schanghai, 11.-13. Oktober 2017

Mit Blick auf die Zukunft

CHIC als die wichtigste Plattform für das Modebusiness in China hat die Zukunft im Visier

- Mehr als 65.700 Besucher aus ganz China und dem Ausland
- Exzellente Performance chinesischer und internationaler Marken mit Fokus auf Qualität und Akzent auf Kollektionen im Debut-Luxus-Bereich
- Corporate Social Responsibility nimmt immens an Bedeutung zu

“Wir unterliegen keinen Konventionen und ruhen uns nicht auf vergangenen Erfolgen aus.”

Chen Dapeng, Leiter CHIC und Vize-Präsident von CNGA

Insgesamt 65.722 Fachbesucher nahmen an der CHIC 2017 Autumn teil. Ein besonderer Schwerpunkt wurde auf neue und innovative Kollektion gelegt. Mehr als je zuvor suchen Händler nach hoher Qualität und exklusiven Kollektionen. Zusätzlich spielen auch Chinas Bestrebungen für einen sauberen Planeten eine wichtige Rolle im Modebusiness. Ein „grüner Faden“ zog sich durch die gesamte CHIC Autumn 2017.

CHIC setzt verstärkt auf das Thema “Corporate Social Responsibility”. Das China Fashion Forum widmete die Inhalte dieser Ausgabe ganz dem Thema. Einen bahnbrechenden Impuls gab die Rede von Herrn Sun Ruizhe, Präsident von China National Textile and Apparel Council, in der er die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der heutigen Wirtschaft betonte. „Es ist eine Pflicht“, appelliert er an die gesamte Bekleidungsindustrie.

Die florierende Marktwirtschaft in China war auch auf der Messe spürbar. Die Initiative „One Belt, One Road“ trägt zur Stimulation des Marktes bei, belebt neue Absatzregionen und unterstützt den Handel in der weltweiten Bekleidungsindustrie. Mehr als sonst nutzten die Aussteller die Messe, um technologische, ökologische und moderne Neuheiten vorzustellen.

815 Modemarken präsentieren neue Fashion Styles

783 Aussteller aus 16 Ländern und Regionen präsentierten 815 Modemarken auf der CHIC. Der Großteil der Aussteller kam aus China, aber auch viele Nationen aus Europa, wie Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Griechenland, Italien, Polen, Schweden, aus Asien, darunter Indien, Pakistan, Südkorea, Hongkong, Japan, und aus Amerika, wie die USA und Brasilien, profitierten von dieser Modebusiness-Plattform. Klar definierte Segmente waren in 9 Ausstellungsbereiche strukturiert: URBAN VIEW, NEW LOOK, KIDS PARADISE, FASHION JOURNEY, HERITAGE, IMPULSES, SECRET STARS, SUPERIOR FACTORY, THE UNIT. Integriert als Shows-in-Show: CHIC YOUNG BLOOD, Shanghai Bag Expo und PREVIEW IN CHINA aus Südkorea.

Die Modeneuheiten

Smarte Maßanfertigungsmodelle, smarte Modeprodukte und smarte synergetische Innovationen wurden vorgestellt. Ein Highlight war der Shaoxing Pavillon der einen Schwerpunkt auf Smart Casualwear legte. Unter den Ausstellern waren 13 Unternehmen für Formalwear neben Herstellern für perfekte Maßanfertigung, die ihre Kollektionen präsentierten. Bespoke Menswear war eines der führenden Themen auf der CHIC Autumn mit Spezialisten wie CEZON, ASPOP, TAIZHOU GOLDJITAI GARMENT, LONG-SAILING und JINYUANYANG. Die Begehrlichkeit von Maßanfertigungen spiegelt die Marktnachfrage nach Individualität und Personalisierung wider. So stellte selbst die Jeanswear-Marke IN CELL ihren Bespoke-Service auf der Messe vor.

Im Bereich KIDS PARADISE zeigten die Schuluniform-Marken ETON KIDD und YUANLOU Innovationen wie Kleidungsstücke mit antibakterieller, wasserabweisender, anti-Schmutz und antiallergischer Funktion. YUANLOU

präsentierte des Weiteren eine tragbare Ortungstechnologie, mit deren Hilfe Eltern den Aufenthaltsort ihres Kindes ermitteln können. Neben der Standpräsentation veranstaltete YUANLOU auch ein Seminar zur Bedeutung von sozialer Verantwortung im Bereich von Schuluniformen und deren Umsetzung durch die Verwendung von umweltfreundlichen und gesundheitsverträglichen Materialien. Eines ihrer Haupt-Exportländer ist Großbritannien. HLL TECHNOLOGY bietet Materialien und Heimtextilien mit Anti-Mücken-Schutz für Kinder und Schwangere, die 90% aller Mücken abhalten.

Im THE UNIT-Bereich nahm unter anderem TENGFEI Technology teil, die tragbare Bekleidungstechnologie mit Modeaspekten verbinden. Ihr „Body Plus First Guardian“-BH besitzt eine Chipkarte, die den Herzschlag beim Sport aufzeichnet. Zudem präsentierten sie ihre 3D-Technologie, die eine nahtlose Produktion ermöglicht.

Weiteres Highlight der Messe war ‚fast fashion/fast response‘.

Im Bereich Shanghai Bag Expo erfuhren Marken wie CARLTON, der UK-Spezialist für Taschen, besondere Aufmerksamkeit. Auch die Taschenkollektion von CALVIN KLEIN kam bei den Besuchern gut an. Ebenso viel Aufmerksamkeit erregte auch LOVCAT, die beliebte It-Bag vieler Prominenter.

Auf der Messe war ein immenses Upgrade sichtbar, vor allem viele Aussteller im Womenswear-Bereich boten exklusive Styles wie CARLA LOPEZ, AMANDA NAVA, ONCITE. Zu den Damenmodeanbietern im Bereich URBAN VIEW zählt auch LYSHOWS, ein Modekonglomerat aus Shenzhen, der auf der CHIC 27 Marken präsentierte, darunter Strickmode, neue chinesische Mode mit traditionellen Reminiszenzen und weitere modische Produkte. REDSHOW zeigte seine Urbanwear Parka-Kollektion sowie seine Designerkollektion. Beide wurden von den Besuchern sehr positiv aufgenommen und verbuchten eine Vielzahl an Aufträgen. Ein weiterer Eyecatcher war die Haute Couture Marke LIU SHI WORKSHOP.

Elegante Womenswear, Menswear, Schuhe und Modeaccessoires wurden im italienischen Pavillon und im französischen Pavillon „Paris Forever“ im internationalen Bereich FASHION JOURNEY präsentiert. Die koreanische Beteiligung PREVIEW IN CHINA fokussierte diesmal (auf) Designermarken und

erfuhr damit viel Aufmerksamkeit. Einzelaussteller aus Kanada, Dänemark, Griechenland zeigten ihre neuesten Kollektionen von Kaschmir-Womenswear, Hüten und Schmuck.

Der deutliche Konsumententrend zu mehr Individualität führt zu einer steigenden Nachfrage nach Accessoires; diese Entwicklung reflektiert der Bereich SECRET STARS. Vor allem nationale Aussteller wie das hochwertige Hut-Unternehmen HASUPTAM zeigen hier die neuesten Accessoire-Trends. Aber auch ausländische Aussteller wie KAZA aus Japan und ZIIO aus Italien bedienen den immer detailverliebteren und modebewussteren Geschmack chinesischer Konsumenten.

Junge Designer-Streetwear wurde auf der CHIC YOUNG BLOOD ausgestellt, darunter AMAZONAS aus Brasilien, die mit jugendlichen Flipflops überzeugten. Die junge Damenmodekollektion von SOUP, eine koreanische Marke mit rund 300 Läden in Korea und 12 in China, erregte großes Aufsehen.

Besondere Aufmerksamkeit erhielten die jungen, aufstrebenden Designer im IMPULSES-Bereich, wie die ästhetische Kollektion von Hua Mu Shen, die frische Styles mit Elementen der traditionellen chinesischen Kultur verbindet oder der Gothic-Style von Shi Jie. Die polnische Marke Mara Gibbucci hatte im IMPULSES-Bereich ihren China-Start und überzeugte die Besucher mit ihren Leinenkleidern.

Der Umweltschwerpunkt auf der CHIC – die ‚Sustainability Zone‘

Die von China National Textil and Apparel Council organisierte Sustainability Zone in Halle 2 feierte auf der CHIC ihre Premiere und zog direkt viele Besucher an. Neben Modeherstellern, die ihre neuesten Innovationen hinsichtlich umweltfreundlicher Produktionsmethoden und Social Responsibility-Initiativen vorstellten, fand hier auch das China Fashion Forum statt, das sich auf Corporate Social Responsibility konzentrierte. China setzt auf die Philosophie von Umweltschutz und sozialer Verantwortung. Umweltfreundliche Initiativen wurden von vielen Unternehmen ins Leben gerufen, wie von FRUIT DYE aus Foshan City, Guangdong Provinz, welche Textilien zu 100% ohne chemische Zusätze färben oder die Entwicklung einer Kaffee-Karbon-Faser, hergestellt aus Kaffeeresten, durch SHANGHAI DIFFERENT CHEMICAL FIBRE, Shangtex Group Shanghai. Das Thema wird auf der kommenden

Märzveranstaltung aufgegriffen und erweitert, z.B. mit der Einführung des Bereichs CHIC GREEN für umweltfreundliche Mode.

Servicemotor CHIC

Die Dienstleistungen im Bereich Matchings mit Handelszusammenführungen wurden weiter ausgebaut, z.B. mit dem neuen Servicetool „CHIC app“, das bei der diesjährigen Herbstausgabe zum ersten Mal zum Einsatz kam. Die „CHIC app“ liefert Besuchern nützliche Hinweise für ihren Messebesuch. Aussteller profitieren von der Möglichkeit, Besucher direkt kontaktieren zu können, sobald diese das Messegelände betreten haben. Die „CHIC app“ ist nur während der Messezeit und ausschließlich auf dem Messegelände aktiv. Alle Daten werden anschließend gelöscht. Besucher können sich so schneller legitimieren, eine insgesamt verbesserte Besuchserfahrung machen.

Die VIP-Besucher-Lounge begrüßte Besuchergruppen von wichtigen Onlineplattformen wie JD.com, amazon.cn, Tmall, netease; von Multibrand-Shops und Showrooms wie Dong Liang, tucheng, THE MIX PLACE, Fashion Stone, Water Stone Market, Agenturen wie Beijing Junsi Yi Zhuopin. Alle zeigten großes Interesse an internationalen Kollektionen.

Mit 25 Jahren Erfahrung ist CHIC eine überlegene Plattform mit umfassenden Ressourcen für Geschäftsverhandlungen, die Entwicklung von Vertriebskanälen, Ressourcenintegration, international Kooperationen, Markttests, grenzübergreifende Zusammenarbeit, Kapitalverknüpfung etc.

Die nächste Ausgabe der CHIC Shanghai March findet vom 14.-16. März 2018 statt. Sie wird den Fokus auf die Aufwertung und Entwicklung von kreativer design-orientierter Mode richten und gleichzeitig den intelligenten Service und die Unterstützung weiter ausbauen, um alle Ansprüche des neuen Handels zu erfüllen.

Nächste Termine: 14.-16. März 2018
 Oktober 2018

Weitere Informationen: en.chiconline.com.cn
www.jandali.biz

Pressekontakt:

JANDALI

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