

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Pekín

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

**Pekín
28/03 al 31/03 2011**

ICEX

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

Este informe ha sido realizado por Leticia Hernández Santos, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Pekín

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	6
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la Ofecomes	6
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	7
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	8
3. VALORACION	10
3.1. Del evento en su conjunto	10
3.2. De la participación española y principales países competidores	10
3.3. Recomendaciones	11
4. ANEXOS	13
4.1. Plano del recinto ferial	14
4.2. Otras actividades	15
4.3. Ferias relacionadas	15

1 . PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011 Chic Fair 2011

Ámbito:	Moda y complementos
Fecha:	28 – 31 de marzo 2011
Edición:	Decimonovena
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	China International Exhibition Center (New Venue) 中国国际展览中心新馆 Dirección: 88 Yuxiang Road, Tianzhu, Shunyi District, Beijing 北京市顺义区天竺地区裕翔路88号
Horario de la feria:	9:00h. – 17:00 h.
Precio de la entrada:	Gratuita previo registro.
Medios de transporte:	Metro: Línea 15, estación “New China International Exhibition Center”. Bus: Línea 915 Taxi
Organizadores:	- <u>Beijing Convention & Exhibition Company, China World Trade Center Co., Ltd.</u> Dirección: 2/F, Exhibition Hall, No. 1 Jianwai Ave., Beijing, China Tel.: +86 10 65053207

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

	E-mail: huangqiong@cwtc.com , chcintl@chiconline.com.cn
	- <u>Beijing Fashion-EXPO, Ltd.</u> 441, 12 East Chang An Avenue, Beijing
	- <u>Beijing Convention & Exhibition Company. China World Trade Center Co., Ltd.</u> 2/F, Exhibition Hall, No.1 Jianguomen Wai Avenue, Beijing
Colaboradores:	<u>China National Garment Association</u> http://www.cnga.org.cn/ <u>Sub-Council of Textile Industry, China Council for the Promotion of International Trade</u> http://www.ccpittex.com/eng/
Superficie:	106.000 m ² , divididos en 8 salas.
Precios:	1.820 RMB/m ² en el pabellón de marcas internacionales ¹ . Paquetes ofrecidos por la organización (sólo espacio): 12 m ² : 25.690 RMB 18 m ² : 38.540 RMB
Servicios ofrecidos:	Cafetería Banco
Fecha de cierre de inscripciones:	20 de noviembre de 2010
Carácter:	Profesional
Tipo de visitantes:	Fabricantes Mayoristas Minoristas Distribuidores Agentes
Fecha de la próxima edición:	26 – 29 de marzo 2012
Otras ferias relacionadas:	- <u>The 12th China (Dongguan) International Textile & Clothing Industry Fair.</u> Dongguan, 28 al 31 de marzo 2011

¹ El cambio es de aproximadamente 1EUR= 9,00RMB

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

<http://www.dtcshow.com/>

-China (Shanghai) International Fashion Production Exhibition

Shanghai, 21-23 de mayo 2011

<http://www.ctfe.com.cn/en>

-China (Dalian) International Garment & Textile Fair

Dalian, 2-5 de septiembre 2011

<http://www.cigf.com.cn/english>

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

- Moda para niños
- Moda para mujer
- Ropa interior
- Moda para hombre
- Accesorios (marroquinería, bolsos, complementos, etc.)
- Productos de piel
- Moda casual
- Calzado

1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

La Oficina Económica y Comercial de España en Pekín no llevó a cabo ninguna actividad específica de promoción de la feria. El objetivo de la visita a esta feria fue ampliar el conocimiento acerca de su alcance y realizar una investigación para posteriores consultas, servicios personalizados o elaboración de notas sectoriales.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La presente edición de la *China International Clothing and Accessories Fair* (CHIC Fair), la feria de moda más grande de Asia, se celebró en el *China International Exhibition Center (New Venue)*, el mayor centro de convenciones de Pekín. La feria contó con más de 100.000 m², repartidos en ocho pabellones diferentes. La clasificación por pabellones y sectores fue la siguiente:

- Hall W1: Pabellón Internacional
- Hall W2: Pabellón Internacional y accesorios
- Hall W3: Moda para mujer
- Hall W4: Moda para mujer y ropa interior.
- Hall E1: Moda para hombre
- Hall E2: Moda casual
- Hall E3: Productos de piel, abrigos y accesorios de confección.
- Hall E4: Moda infantil



Los pabellones W3 y W4, en los que se presentó la moda de mujer, ocuparon un área de aproximadamente 25.000 m² y más de 100 marcas chinas estuvieron presentes. El pabellón E4, dedicado a la moda infantil, cubrió un área de 11.000 m². Según datos estadísticos oficiales, acogió a más de 120 marcas tanto chinas como internacionales, entre las cuales cabe destacar el expositor de la Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI), donde además se mostraron prendas de tres marcas españolas de moda infantil.

Los pabellones internacionales W1 y W2 ocuparon un área de 23.000 m², lo que representó un 20,9% del área total del centro de convenciones. Los dos pabellones contaron con más de 300 marcas procedentes de 14 países, un 30% de la totalidad de marcas presentes en la feria.

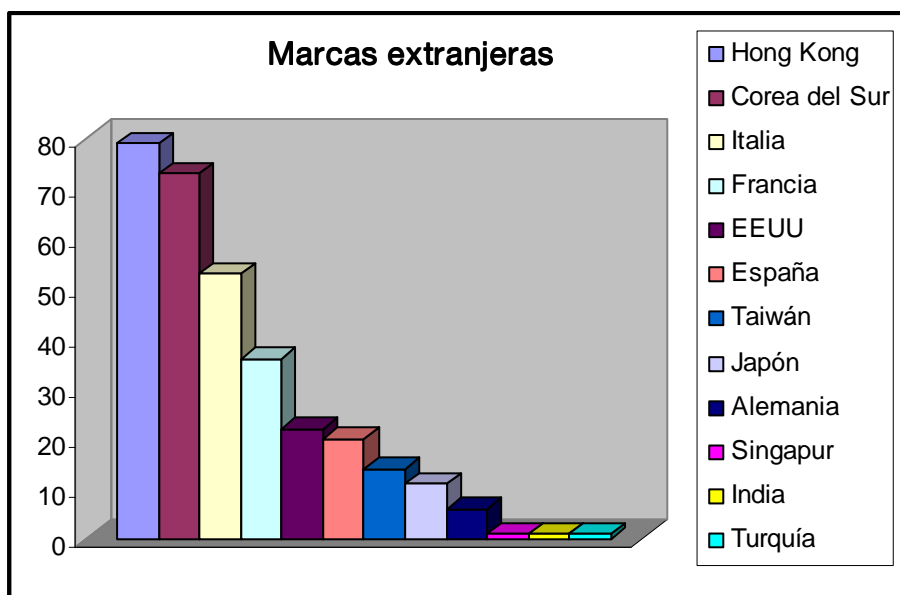
En ambos pabellones se dieron cita organismos de promoción de comercio exterior y varias asociaciones de la moda de diferentes países: Francia, Italia, Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur, Japón y Estados Unidos. El pabellón francés tuvo el apoyo de la Comisión de comercio francesa (UBI France) y acudió a la CHIC Fair con el tema “*Paris For Ever*”. El pabellón italiano, organizado por el Instituto Nacional para el Comercio Exterior italiano (ICE), aumentó su tamaño respecto a años anteriores, alcanzando un área de 1.600 m². Entre otras actividades, en él se presentaron en un desfile varias marcas italianas de moda infantil, como Loredana o Le Bellissime. Por otra parte, Italia también estuvo representada mediante la Cámara de Comercio de Milán.

El pabellón de Hong Kong, organizado por el *Hong Kong Trade Development Council* (HKTDC), participa en la feria desde 1993. En la presente edición, el pabellón contó con un área de 4.600 m² en el que participaron más de 70 expositores. A la cita también acudió, con expositor propio, la Federación del Calzado de Hong Kong. Por otra parte, el pabellón de Taiwán, con el apoyo de la *Taiwan Garment Industry Association*, acogió a más de 10 expositores en el pabellón W2.

Finalmente, hay que mencionar también la presencia en la CHIC del pabellón coreano en el Hall W1 con más de 70 *stands* y en el que participaron la *Korea Fashion Association*, *Korea Research Institute for Fashion Industry* y el *Korea Apparel Testing & Research Institute*. Todos estos pabellones extranjeros controlaban el acceso a los expositores para evitar las visitas de público no profesional.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Según datos estadísticos proporcionados por la organización, este año visitaron la feria CHIC más de 110.000 personas durante los tres días que duró la misma. El número de asistentes ha aumentado aproximadamente un 10% respecto al año 2009. Por otra parte, la cifra de marcas presentes también se ha incrementado en esta edición, contando con una totalidad de más de 1.000 marcas, de las cuales unas 300 fueron internacionales. En el siguiente gráfico se muestra el número de marcas de cada uno de los países extranjeros que acudieron a la feria.



Fuente: *Elaboración propia*

Como se puede apreciar, los pabellones internacionales estuvieron dominados por marcas procedentes de Hong Kong y Corea del Sur, las cuales sumaron un total de 79 y 73 empresas respectivamente. También destaca el número de marcas italianas y francesas, apoyadas por sus organismos de promoción de comercio exterior y que ocuparon gran parte del pabellón W2.

Este año contaron con la participación de un total de 21 marcas españolas. En el pabellón E4, como se ha mencionado anteriormente, ASEPRI tuvo su propio stand expositor en el que se expusieron productos de varias marcas españolas de moda infantil y se presentó su nuevo proyecto de corner, *Marca España*. En el pabellón W3, de moda femenina, la marca catalana Armand Basi junto con su línea by Basi estuvieron presentes a través del expositor de su representante en Pekín, Siu Vision. Las demás marcas españolas se encontraron en los pabellones internacionales. Dos de ellas, New Rock (calzado) y Saga Ibáñez (confección en piel), tuvieron stand propio en los pabellones W1 y W2, mientras que el resto de marcas españolas estuvieron presentes a dentro del stand de un agente de marcas internacionales (IBAC).

3. VALORACION

3.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Esta feria es la más importante del sector en el territorio nacional, y también la feria de moda de mayor tamaño en Asia. Se ha celebrado con éxito durante los últimos 18 años.

La participación internacional ha aumentado progresivamente, hasta llegar a las más de 300 marcas presentes en esta edición. Éstas cuentan con su propio espacio en los pabellones internacionales W1 y W2. Los expositores extranjeros fueron en su gran mayoría marcas de gama media-alta. No hubo stands de empresas de lujo ni de gama baja. Predomina también la asistencia de numerosos países europeos, ya que el comprador chino valora la calidad y diseño de sus marcas.

El número de visitantes también ha alcanzado un nuevo récord este año, alcanzando los más de 110.000 asistentes. Muchos de ellos fueron especialistas del sector, como representantes de grandes almacenes nacionales, distribuidores, agentes de compras, etc. No obstante, un 39% del total fueron no profesionales.

Cabe destacar el esfuerzo de las marcas chinas (especialmente de moda masculina) en la promoción de su imagen de marca a través de stands de gran tamaño.

También se ha constatado la participación de numerosas empresas extranjeras de calzado, aunque la feria está dedicada casi exclusivamente al sector de la moda, puesto que al no existir una feria especializada en calzado en el norte de China muchas marcas consideran que este evento es un escaparate interesante para su introducción en el mercado.

3.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

En la presente edición de la CHIC Fair participaron un total de 21 marcas españolas. Todas ellas, salvo ASEPRI y Armand Basi, se encontraron en los dos pabellones internacionales. Las marcas New Rock y Saga Ibáñez mostraron sus productos en *stands* propios, mientras que el resto de marcas presentes lo hicieron a través de un agente o representante. New Rock, empresa murciana especializada en calzado de piel, estuvo localizada en el pabellón W1. Saga Ibáñez, marca zaragozana que diseña prendas de piel, también tuvo su propio ex-

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

positor en el pabellón W2, dentro del espacio denominado “Style & Signature”, en el que se mostraban las boutiques de más alta gama.

Por otra parte, la empresa Armand Basi expuso sus colecciones en el expositor de su representante en Pekín, la empresa china Siu Vision, que contó con un expositor en el pabellón W3, de moda de mujer. En este stand la empresa española presentó tanto su colección Armand Basi como su línea by Basi.

El resto de marcas españolas que asistieron al evento estuvieron representadas por la empresa *International Brand Agency Center* (IBAC). Esta agencia, con sede en la ciudad china de Dalian, representa tanto a marcas italianas como españolas. El expositor, localizado en el pabellón W1, ocupaba un área de 196 m² y en él se mostraron las prendas y productos de casi todas las empresas españolas con las que colabora: Jota+Ge, LAGA, Miquel Suay, Rosalita McGee, Rosario Puñales, Tres Boutons, Zampiere, Castellet, Piel Noble, María Coca, Bijoux Indiscrets, Old Taylor, Chisppa, y la sección de marroquinería y calzado de Devota & Lomba.

Por último, en el pabellón E4 ASEPRI presentó en su *stand* el concepto de “Marca España”. Mediante esta idea de *córnier* multimarca, la Asociación pretende reforzar la presencia de marcas españolas en el extranjero y dar a conocer los valores que las marcas españolas representan: calidad, seguridad, diseño e innovación. Asimismo, en el mismo espacio se exhibieron las prendas de las marcas españolas Tutto Piccolo, Agatha Ruiz de la Prada niños y CRI CRI.

En cuanto a la competencia internacional, predominaron las marcas de Hong Kong y Corea del Sur, las cuales contaron con sus propios recintos dentro del pabellón W1. La moda de ambas regiones es muy popular entre la población joven china, especialmente la de Corea del Sur.

Por su parte, los países europeos con mayor presencia en la feria fueron Italia y Francia, con un total de 53 y 36 empresas respectivamente. La imagen país de ambos en el sector de la moda está muy desarrollada en China, donde el consumidor los identifica con marcas y productos de diseño y calidad. La participación italiana se caracterizó por un mayor número de marcas de moda infantil que en pasadas ediciones, así como por la presentación de algunas empresas de calzado y vestidos de novia.²

3.3. RECOMENDACIONES

La visita a esta feria es altamente recomendable, ya que es la feria de moda más importante de su sector en China y la más grande de Asia, tanto por su tamaño y número de expositores, como por los sectores representados.

Además, por coincidir con la Semana de la Moda en Pekín, la feria se apoya con numerosos desfiles, seminarios, foros y otras actividades de interés que reúnen a instituciones y personalidades importantes del sector.

En general, los contactos personales y conexiones (“*guanxi*”) son de vital importancia a la hora de realizar negocios en el mercado chino. Por lo tanto, la asistencia a este tipo de even-

² Ver Anexo 5.4 para una selección de las marcas extranjeras participantes.

CHINA INTERNATIONAL CLOTHING AND ACCESSORIES FAIR 2011

tos es muy recomendable si se desea obtener información de primera mano y establecer contactos con posibles clientes. También es importante la participación en las actividades paralelas organizadas por la feria, como foros o encuentros, ya que pueden ser una oportunidad para darse a conocer y conseguir contactos.

Si bien es importante a la hora de acudir a cualquier feria en China contar con catálogos e información de los productos, así como tarjetas de visita, tanto en inglés como en chino, se recomienda también que las empresas registren las marcas en español y chino de los productos que se presenten en la feria con antelación. Esta acción tiene un doble objetivo; primero, la defensa jurídica en caso de copia y, segundo, proteger la marca de un producto a su paso por aduanas, ya que con este segundo registro se autoriza al personal de aduanas a confiscar bienes sospechosos de ser falsos a su entrada y/o salida del país. Para mayor información sobre la protección de los derechos de propiedad intelectual y los riesgos que se corren al repartir muestras, catálogos y cualquier material promocional en las ferias se recomienda consultar previamente con el siguiente enlace:

<http://www.china-iprhelpdesk.eu/emodule/2/>

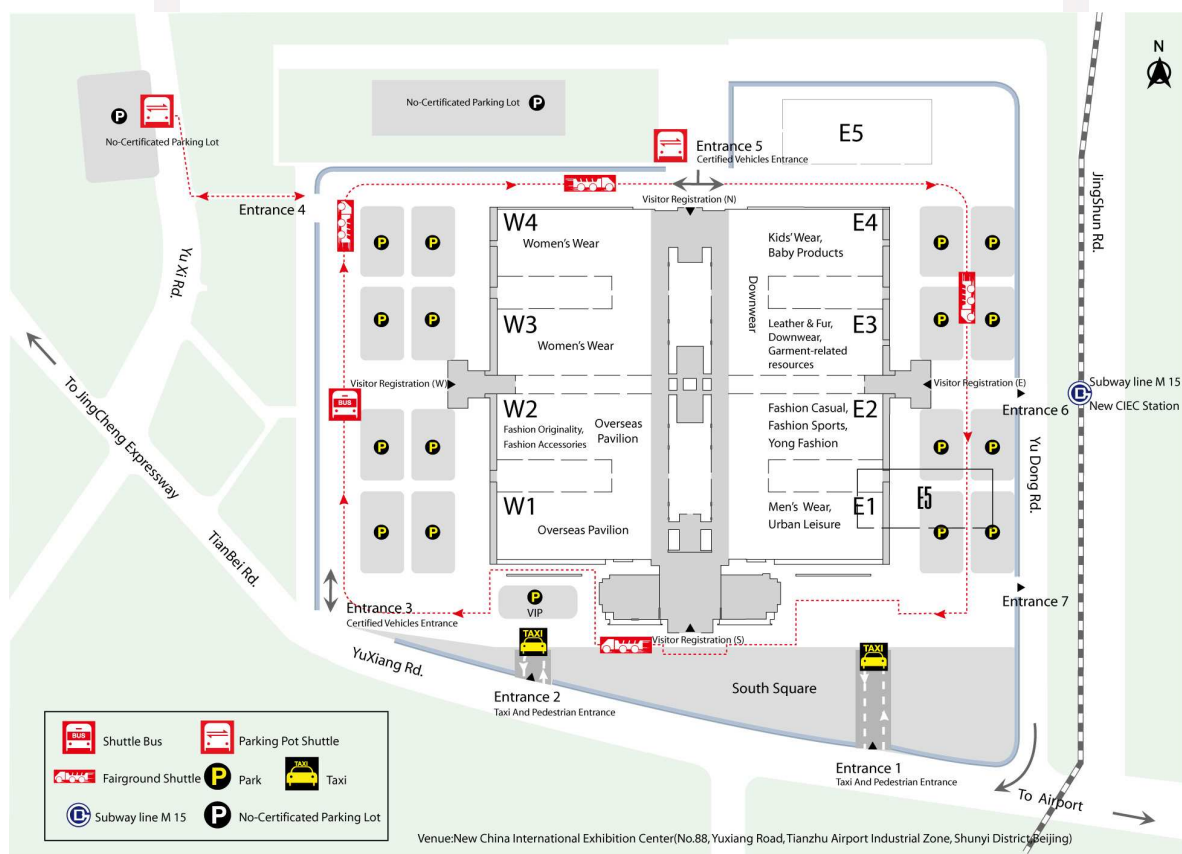
Por último, conviene recordar la importancia de contratar los servicios de un traductor de chino, ya que son numerosos los empresarios que no hablan inglés, o a los que resulta difícil expresarse en dicho idioma. Además, muchos de los profesionales chinos no tampoco pueden expresarse en inglés con fluidez, aunque cuenten con algún traductor de apoyo para sus escritos.



ICEX

4. ANEXOS

5.1. PLANO DEL RECINTO FERIAL



5.2. OTRAS ACTIVIDADES

Entre las actividades llevadas a cabo durante esta edición de Chic 2011 destacan diversas conferencias de prensa, desfiles de moda, la Gala de los Premios de la Asociación Nacional China de Prendas de Vestir, el foro sobre las tendencias de la moda china, la conferencia anual de la Convención conjunta de “China-Apparel” con distribuidores y minoristas, el “China Fashion Forum” y algunos seminarios sobre las oportunidades para los expositores internacionales en China, o la industrial textil en el panorama internacional.

5.3. FERIAS RELACIONADAS

Durante el mismo período se celebraron otras ferias de sectores complementarios, las cuales se detallan a continuación:

- Premiere Vision Beijing 2011 – 31 de marzo al 1 de abril – (<http://www.premierevision.cn/>)
- Intertextile Beijing 2011 – 30 de marzo al 1 de abril – (<http://www.intertextile.com.cn/>)
- China International Trade Fair for Fibres and Yarns 2011 – 31 de marzo al 2 de abril (http://www.messefrankfurt.com.hk/fair_homepage.aspx?fair_id=3&exhibition_id=3)
- China (Dalian) International Garment & Textile Fair - 3 – 6 de septiembre - (<http://www.cigf.com.cn/english/>). En esta feria la agencia IBAC contará con un expositor propio en el que estarán presentes las mismas marcas españolas que en la CHIC 2011.

5.4. SELECCIÓN DE MARCAS PARTICIPANTES

- **Italia:**
 - Peter Langner (www.peterlangner.com)
 - Moschino (calzado) (www.moschino.it)
 - Byblos (www.mafrat.com)
 - Ferrari Junior Collection (www.mafrat.com)
 - GF Ferré (moda infantil) (www.mafrat.com)
 - Loredana (www.loredana.it)
 - Annie P. (www.anniep.it)
 - Araldi (www.araldi.com)
 - Brunate (www.brunate.it)
 - Mirtillo (www.mirtillo.it)

- **Francia**

Alexandre Mareuil (www.alexandremareuil.com)

Catherine Andre (www.catherineandre.com)

Rene Derhy (www.renederhy.com)

Chemins Blancs (www.cheminsblancs.com)

TTNB (www.tilamarch.com)

Aventures des Toiles (www.aventuresdestoiles.com)

Pierre Talamon (www.pierretalamon.com)

Fred Sabatier (www.fredsabatier.com)

Tampico (www.tampicobags.com)

- **Estados Unidos**

Tart Collections (www.tartcollections.com)

Robert Rodriguez (www.robertrodriguezcollection.com)

J Brand (www.jbrandjeans.com)

Nanette Lepore (www.nanettelepore.com)

Blonde Ambition (www.blondeambitionstyle.com)

- **Hong Kong**

iiJin (www.ijjing.com)

Cotton Republic (www.cotton-republic.com)

Damnselfes (www.damnselfes.com)

Moreline (www.moreline.com)

Baby Monster (www.babymonster.com.hk)

Haze and James (www.hazeandjames.com)

Chancery Lane (www.chancerylane.com.hk)

Satami (www.satami.com.hk)

AITCH K. (www.aitchk.com)

AF Elegance (www.fortunefashion.com.hk)

- **Corea del Sur**

Allforyou (www.afy.co.kr)

Lee Jin Ok (www.leejinok.com)

Le Queen (www.lequeen.co.kr)

Soloist (www.soloist.co.kr)

Dresslook (www.dresslook.com)

Beyond Closet (www.beyondcloset.com)

G.I.L. Homme (www.gilhomme.com)

Leyii (www.leyii.com)

Lilee (www.li-lee.com)

Linayun (www.linayun.com)

Z&Doeun (www.zndoeun.com)

MW (www.4mwmw.com)

- **Alemania**

Schunk & Rosenfeld (www.schunk-rosenfeld.com)

Apanage (www.apanage.de)

Gerry Weber (www.gerryweber.com)

Benvenuto (www.benvenuto.de)

Attitude (www.attitude-fashion.com)