

Polska



Najważniejsze targi
"profashionistów" w Azji - CHIC
Shanghai za nami!

2018-04-25 15:30:33



CHIC Shanghai to bez wątpienia jedno z najbardziej wpływowych wydarzeń modowych w Azji. Już same statystyki robią wrażenie: ponad 117 tysięcy metrów kwadratowych przestrzeni wystawienniczej, niemal 150 tysięcy odwiedzających, ponad 1200 międzynarodowych stoisk firm i instytucji - wśród nich stoisko Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. Wydarzenie zostało oficjalnie rozpoczęte przez chińskich urzędników wysokiej rangi.



Targi branżowe to znakomita okazja dla firm do zaprezentowania swoich produktów oraz nawiązania kontaktów biznesowych. Uczestniczenie w takim wydarzeniu jest szczególnie istotne w przypadku pozyskiwania kontrahentów z Chin, gdzie niezwykle ważne jest nawiązanie osobistych relacji.

Ekspert branży modowej, Jagienka Komorowska-Helldén mówi: *Z nieukrywanym zadowoleniem odnotowaliśmy, że polskie stoisko PAIH cieszyło się dużym zainteresowaniem zwiedzających targi CHIC w Szanghaju. Mamy nadzieję, że przełoży się to bezpośrednio na kontakty handlowe dla naszych wystawców. Jesteśmy bardzo zadowoleni, że coraz więcej polskich przedsiębiorców zaczyna pojawiać się na rynku Państwa Środka. Widzimy potencjał rozwoju tego rynku oraz szansę, jaką daje nam jego wielkość, gdzie każdy może znaleźć miejsce dla siebie.*

Przestrzeń wydarzenia została podzielona na dziesięć sekcji, w których prezentowana była odzież nawiązująca do różnych stylów oraz różnego przeznaczenia. Można było znaleźć zarówno wzory nawiązujące do tradycji chińskiej, aktualne trendy europejskie oraz lokalne interpretacje klasycznych stylów. Odbyło się również wiele pokazów kolekcji projektantów o już ugruntowanej pozycji na rynku oraz tych dopiero wkraczających w świat wielkiej mody. Osobna sekcja targów była poświęcona prezentacji nowoczesnych technologii produkcji tekstyliów.



- Chcemy, aby do grona chętnie kupowanej odzieży i dodatków dołączyła także oferta z Polski. Liczymy, że produkty Made in Poland zdobędą serca chińskich konsumentów swoją dobrą jakością jak i konkurencyjną ceną. Szczególną szansę widzimy w segmencie jakościowej odzieży dziecięcej produkowanej z ekologicznych i certyfikowanych tkanin. Młodzi, zamożni Chińczycy przykładają niezwykle dużą wagę do jakości produktów oferowanych swojemu zazwyczaj jedynemu dziecku, szczególnie pod względem spełniania rygorystycznych norm ekologicznych. Rodzice skłonni są wydać stosunkowo duże pieniądze, aby zapewnić najlepszą jakość, tym bardziej że zazwyczaj na zakupy dla Młodego Chińczyka składają się zarówno rodzice jak i dziadkowie z obu stron - komentuje Komorowska-Helldén.

Na polskim stoisku informacyjno-promocyjnym udzielano informacji dotyczących polskiego sektora mody. Zorganizowano także konferencję prasową, w czasie której ekspert branżowy zaprezentował potencjał polskiego sektora modowego. Na stoisku dystrybuowano również materiały promocyjne polskich przedsiębiorców.



Polskie stoisko narodowe organizowane jest w ramach Branżowego Programu Promocji "Moda Polska" realizowanego przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego