

加速体育产业变革，ISPO Beijing 2018 襄助利好激励下的亚洲运动行业

ISPO Beijing 2018 (1月24 – 27日) 获得圆满成功：463家展商，745个品牌和3万余名观众的莅临，充分表现出了亚太地区消费市场对于体育产业的关注与热情，为中国运动市场的积极良性发展添砖加瓦。正得缘于中国体育产业发展变革的强劲势头，自2019年起，ISPO Beijing将搬至中国国际展览中心（新馆），以便启用更大的展出面积。

“我们可以非常清晰地发现奥运会等大型体育活动对运动产业所带来的巨大影响。市场对新兴崛起的冬季运动的产品及服务都非常感兴趣。”慕尼黑博览集团总裁兼首席执行官 Klaus Dittrich 先生说道，“为更好地服务于中国体育产业，满足接下来几年内商贸需求的快速增长，自2019年起，ISPO Beijing将在中国新国际展览中心(新馆)举行，且展出面积将更大。”

2018年，ISPO Beijing 共计迎来了463家展商和745个品牌，其中超出一半来自海外。参展商所带来的新产品和新技术精彩纷呈，冰雪运动相关品牌创新产品的展示尤为受到瞩目。本届展会还邀请到了多位贵宾出席开幕式并参观展览会，他们是慕尼黑博览集团总裁兼首席执行官 Klaus Dittrich 先生、意大利波城展览股份有限公司总裁 Armin Hilpold 先生、北京市体育局副局长卢宏泽先生、世界体育用品联合会亚洲区主席 Charles Yang 先生、北京市发展和改革委员会副主任洪继元先生、中国百货商业协会副会长范君女士、首钢集团副总经理梁捷女士、慕尼黑展览（上海）有限公司首席执行官陈远鹏先生、慕尼黑展览（上海）有限公司首席财务官 Thomas Löffler 先生等。

令人欣喜的是，今年 ISPO 与天猫达成了全球性战略合作，旨在用专业的角度对高品质的运动产品，运动趋势及运动行业前沿资讯进行全年的内容分享与传播。未来 ISPO 更将携手天猫，一起进行更多新营销和新零售模式的尝试，共同促进中国体育产业蓬勃发展。

多渠道匹配商贸需求，对接采供双方洽谈合作

本届 ISPO Beijing 2018 不仅仅在展商及品牌种类、质量和数量上有了显著提升，更通过 ISPO 商贸配对专区，为参展商和行业核心重要买家提供了高效的近距离深度交流，协助买家有针对性的对接专业优质供应商，积累跨界合作资源为双方创建更多商贸合作的机会。北京展期间，38家电商、百货及专业渠道商在展会现场完成了220场预约配对洽谈。

五大核心行业论坛，充分展示行业趋势

根据亚太雪地产业论坛 (APSC) 首发的《2017年度中国滑雪产业白皮书》(伍斌, 魏庆华) 显示, 2017年中国已经有703家滑雪场, 较2016年增加了57家, 中国的滑雪人次在1750万, 较2016年增长240万。滑雪场数量的增长, 势必带动了相应的设施设备需求增长, 而滑雪人次和人数的膨胀, 也会逐步刺激和提升滑雪消费。

着眼“体育小镇”概念的 ISPO 运动产业论坛也是人头涌动, 备受关注。论坛现场火热的互动交流气氛与认真聆听分享时的安静都彰显体育、文化与旅游的结合很可能将会成为中国运动行业下一个发展爆发点。现场同样延续了往年的传统, 发布了《中国户外用品2017年度市场调查报告》等年度行业报告。

此外, 第四届中国民间攀岩高峰论坛与 ISPO 跑步产业高峰论坛无疑也取得了圆满成功。同时, 长期与国际知名趋势研究机构合作的中国运动流行趋势论坛, 独家解读了2019/20秋/冬功能性纺织品流行趋势及色卡, 站在时尚的前沿看运动, 预测未来运动时尚行业的革新和变化, 拓展产品经理与设计师的眼界。

ISPO 展示专区：多维度市场解决方案，行业推力、抢占市场

代表全球运动用品设计专业性的 ISPO 全球设计大奖 (ISPO Award) 获奖产品精选展示区, 为运动行业从业者带来了全球知名的运动科技和设计, 引领运动产品设计风潮。中国产品在今年的评选中也有出色表现。

推广 **ISPO 全球创新大赛 (ISPO Brandnew)** 获奖及入围品牌的功能专区 **ISPO 新锐品牌展区 (Startup Village)**，特邀包含运动护具、防水背包、具备城市潮流的户外功能性服饰在内的，来自国内、国际的 8 家精选初创品牌进行产品展示。

ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖 (ISPO Textrends) 发布区，全面展示 2018 年入选产品，为运动产品设计师、产品经理带来具有创新性的功能性面料产品，涵盖运动领域底层、中间层、外层、配件、膜等 10 大品类。

下届 ISPO Beijing 将于 2019 年 1 月 16 – 19 日在中国国际展览中心 (新馆) 举办。联合四大核心品类展商：户外运动、冰雪运动、体育训练、功能性纺织品再度发力，分享行业资讯、把脉产业风向；规模更大、互动更多，助推亚洲运动用品市场向更高发展。

打破界限，为夏季运动带来更多可能的 **ISPO Shanghai 2018 将于 2018 年 7 月 5-7 日在上海新国际博览中心再度扬帆起航**，全维度展现亚洲健身、跑步、户外、水上运动等夏季运动市场的创新产品和行业趋势，为中国运动产业孕育更多商机！

我们秉承匠心之志，满足市场新需求，持续创新并完善 ISPO 全球服务。

了解更多 ISPO Beijing 2018 和 2019 相关信息，请访问 <http://www.ispo.com.cn/beijing>

ISPO Beijing 2018 行业之声：(按姓名首字母排序)

Alex Koska 先生，瑞典飞耐时户外集团副总裁兼全球销售总监，代表品牌：【北极狐 Fjällräven, Hanwag, Primus】

今年是我们在中国开展业务十周年，也是我们第九次参加 ISPO Beijing。我们选择参展 ISPO 最重要的一个原因在于展会一直不断地成长着。这种成长不仅仅体现在观众与展商的数量，更体现在质量上。ISPO Beijing 在观众质量方面做出了非常突出的成绩，我们每年都能见到更多优质客户，也跟他们形成了业务关系。从今年的情况来看，明年我们不仅会继续参加 ISPO Beijing，还会扩大展位，因为今年展位已经不够接待我们的客人了，ISPO Beijing 总是这么热闹。

鲍永林先生，北京泰尼卡体育用品有限公司总经理，代表品牌：【TECNICA, NODICA, MICO 等】

这是我们第十三次参加 ISPO Beijing。为什么参加这个展会呢？第一是对我们来说是个很好的时机，是冬季产品对下一年度订货的时期，也是给新的消费者展示新产品新科技的很好时间点。第二，ISPO Beijing 这几年发展很好，专业人群和品牌商的需求相当匹配，在这里，我们每年会收获新的客户，同时还可以进行品牌曝光和宣传，能让越来越多爱好者了解我们品牌。

郭俊文女士，南京边城体育用品股份有限公司副总裁兼首席营销官，代表品牌：【ALPINA, HALTI, HEAD, LEKI, LOWA, NORTHLAND 等】

我们从 2005 年起就一直参展 ISPO Beijing，ISPO 是我们非常重要的合作伙伴。在 ISPO Beijing 这样一个中国乃至亚太地区专业体育用品的交流平台，这次我们带来了 9 大知名欧洲户外品牌参展。今年展会也非常热闹，无论是观众质量或是参展展商都有了明显的提升，大家对于滑雪运动、滑雪市场以及滑雪相关产业的关注热情都远远高于前两年。

侯云晖女士，戈尔公司大中华区市场总监，代表品牌：【戈尔 GORE-TEX®】

每年的 ISPO Beijing 都像是户外届的一场盛会，在这个平台上，有很多我们的合作伙伴，户外行业的精英们互相交流，我们也在推出最新的技术。而今年的 ISPO Beijing 对于我们而言更非比寻常，因为在未来的 2018 年，大家将可以在市场上看到全新的 GORE-TEX® 的白标系列产品，这是我们非常重要的一个品牌拓展方向，我们非常高兴可以通过 ISPO 的平台与我们户外行业内的各位合作伙伴做详细的讲解分享。

林雄坚先生，深圳市喜马拉雅贸易有限公司总裁，代表品牌：【Black Diamond, Nathan, Vasque, Zamberlan 等】

从 2006 年开始，我们每年都参加 ISPO Beijing。作为国内专业的户外和运动展，ISPO Beijing 对我们在中国业务的发展是有非常重要的意义，这是一个非常好的平台，在这里我们可以接触到目标客户，很好地推广品牌，这也是我们这么多年来不间断参展的原因。今年我们展位的客流量很大，观众很多，专业观众的比例也非常高，而且这次有别于以往，我们还发现了有不少新的观众，这样的变化我们觉得很好。

刘向晨先生，拓乐贸易（北京）有限公司中国区营业经理，代表品牌：【拓乐 Thule】

因为 ISPO Beijing 对于专业的渠道有很多影响，专业的观众非常多，我们很看重 ISPO Beijing。今年的人流量还不错，观众的专业度也很高。在 ISPO Beijing 有很多权威的客户、品牌、观众参与，我们觉得在这里可以看到很多品牌及产品的趋势，对于我们品牌未来的发展也会有很大的帮助。

罗拜尔本诺瓦先生，法国山地发展战略署总负责人，代表品牌：【法国展团】

今年是我们第十次参展。对我们来说，ISPO Beijing 是一个非常重要的展览，在这里，我们能够很有效地推广冬季运动知识。在法国，山地及冬季运动正在经历一些变革，我们希望把自己的经验分享到中国，而 ISPO Beijing 和 Alpitec China 正是这样一个合适的平台。每年我们都会参展，而且展位也一直在扩大。每年都可以和中国的朋友们相聚，我们感到很高兴。

罗人俊先生，苏宁云商集团股份有限公司招商部经理，代表品牌：【苏宁】

通过今年 ISPO Beijing 的电商采购洽谈会，我们至少接触了 30-40 家商户，大家商务交流的热程度都比较高，对我们来说收获颇丰。首先所有合作商户的品牌基本都是国内及国际较知名的，通过这次洽谈会使我们接触到了更好地供货商以及服务商，结合上我们自身的资源，相信后续的合作一定可以提供更大的合作共赢点。我们很乐意可以和 ISPO 持续合作。

聂宁女士，太舞旅游度假有限公司（崇礼）市场中心总经理，代表品牌：【太舞 THAIWOO】

我们认为 ISPO Beijing 为滑雪产业从业者提供了一个展示自己同时寻求合作的平台，这里不仅仅是一个展览会，同样也是滑雪产业同仁们的大聚会。在 ISPO Beijing，我们不光可以发现一些新设备、新思路、新理念，同时我们也和新老朋友们共同探讨新的机会。我们相信和 ISPO 的合作一定会持续下去。

Paolo Ventur 先生，M.G.M S.p.A 公司出口部经理，代表品牌：【Trezeta】

尽管今年我们是首次参展，但我们真的很高兴来到了 ISPO Beijing。展会非常的精彩，我们对观众的数量之多感到震惊。对 ISPO Beijing 的专业程度和其对于中国体育产业的重要程度我们也感到很震撼，明年我们肯定还会再来的。

蒲冬梅女士，野战行实业贸易（香港）有限公司总经理，代表品牌：【EMERSONGEAR】

我们专注于欧美市场十几年了，对于进入国内市场，我们认为 ISPO Beijing 所带来的机会以及平台非常的好，我们希望通过这里让更多的朋友们了解我们。今年其实是我们第一次来参加 ISPO Beijing，今天的客流量很不错，我们也接待了来自中东、日本、韩国等国家和地区的专业发烧友。

任赞先生，龙势贸易（上海）有限公司总经理，代表品牌：【Osprey, Smith, Lifestraw 等】

对我们而言，今年是参展效果最好的一次。每次来参加 ISPO Beijing，我们都可以找到非常匹配的客户，市场营销推广的合作伙伴以及品牌的目标受众，所以每次对我们来说都是收获满满。

尚宇先生，北京长天时代户外用品有限公司总经理，代表品牌：【长天时代户外】

我觉得今年 ISPO Beijing 的多渠道采购洽谈会这个方式很好，我能详细地了解各个品牌和供货商的产品和策略，比现场走马观花式的参观要详细。另外通过事先预约的方式，也能提高效率，节省时间。洽谈的效果，来

参与的品牌商数量和种类都比我想象的好，不同种类不同产品的都有。如果下次再举办这类活动我很愿意再来参加。

孙娜女士，浙江牧高笛户外用品有限公司市场总监，代表品牌【牧高笛 MOBIGARDEN】

牧高笛从 2005 年起就参与到 ISPO 中，今年是我们第十四次参展 ISPO Beijing，我们通过 ISPO 认识了更多的朋友，发现了更多的合作伙伴，也为我们带来了更广泛的发展空间。今年的 ISPO Beijing 有一些很有意思的调整，比如滑雪板块、新兴的运动服务板块，从这些也可以看出整个中国运动行业的一些变化，观察到行业的发展。

孙泽河先生，北京雪上飞商贸有限公司副总经理，代表品牌：【法国金鸡 Rossignol】

作为 ISPO 的老朋友，我们每年都会参加，在我们看来 ISPO Beijing 是中国非常专业的大型冰雪品类展览，基本上国内外知名的品牌都参展了 ISPO Beijing。这里为经销商与经销商之间、雪友与雪友之间、雪友与经销商之间都提供了一个互相交流学习的平台。

唐明夏先生，奥地利驻华大使馆商务处商务专员，代表品牌：【奥地利展团】

我们觉得 ISPO Beijing 是一个非常好的平台，让奥地利的企业能够充分分享自己的技术和知识。今年的观众数量很多，质量也很高，我们肯定希望明年还能再来。我们很期待 2020 年的北京冬奥会，正因为此，我们相信未来 ISPO Beijing 将会变得更加重要。

王静女士，探路者控股集团股份有限公司董事长兼首席执行官，代表品牌：【探路者 TOREAD，Discovery】

探路者几乎每年都会参加 ISPO，我们认为在户外行业内 ISPO Beijing 非常的专业，每年举办的也都非常好。在这里我们遇到了很多喜欢户外的新老朋友，我们也希望和 ISPO 一起成长，把中国户外产业做的更健康。

徐剑锋先生，东丽酒伊织染（南通）有限公司市场战略企划部部长，代表品牌：【东丽 TORAY】

今年是我们第六年连续参展 ISPO Beijing，作为国内非常专业的户外平台，我们很重视通过 ISPO 来开拓我们的市场，也可以在这里和我们的客户之间有近距离的沟通。明年我们还会继续来参加。

杨世轩先生，蓝裕商贸(上海)有限公司 PETZL 中国总代理 总经理，代表品牌：【PETZL】

我们每年都会参与 ISPO Munich，我们相信在国内 ISPO 也是非常专业的交流平台。今年是我们第四次参加 ISPO Beijing，以后也一定会继续参加。在 ISPO Beijing，我们会看到很多老朋友和经销商，也来看看趋势和市场走向，这里是每年一度大家聚在一起派对的时机。

杨晓栋先生，上海百联集团股份有限公司招标采购总部男士商品部总监，代表品牌：【百联】

通过 ISPO Beijing 的牵线搭桥，与展商的直接沟通，我们有很大的收获。这样的形式专业度非常高，所引荐的品牌和厂商非常符合我们百货商的需求。通过今天一天与新老朋友的沟通，效果达到了我们的预期。多渠道配对洽谈会的形式比较新颖，也有很好的效果，相信之后我们也会继续参加。

曾花女士，北京思凯乐旅游用品有限公司创始人兼总经理，代表品牌：【思凯乐 SCALER】

思凯乐参展 ISPO Beijing 已经十多年了，我们每年都会来，我们认为 ISPO Beijing 是户外行业很大的盛世，不仅仅有品牌商的参加，户外行业的从业者及爱好者都有参与其中。这一届滑雪相关的装备、器材以及目的地推介等等品牌特别多，已经有了冬奥会的气氛，这种感觉很好。以后我们也会一如既往的支持 ISPO Beijing，每年都参加。

钟承湛先生，湛江市玛雅旅游用品有限公司总经理，代表品牌：【凯乐石 KAILAS, VAUDE】

ISPO Beijing 是一个很好的交流平台，在这里可以见到很多好朋友、新朋友，我们每年都来。ISPO Beijing 作为行业的大聚会，气氛是非常好的，只要老朋友，新朋友们都来，我们以后肯定会来的。

关于慕尼黑博览集团

慕尼黑博览集团作为全球展览公司领跑者之一，拥有 50 余个品牌博览会，涉及资本产品、消费品和高新科技三大领域。集团每年在慕尼黑展览中心、慕尼黑国际会议中心、慕尼黑会展与采购中心举办逾 200 场展会，共吸引 5 万余家参展商及 300 余万名观众齐聚现场。慕尼黑博览集团及旗下子公司的各类专业博览会遍及中国、印度、巴西、俄罗斯、土耳其、南非、尼日利亚、越南和伊朗。此外，集团的业务网络覆盖全球，不仅在欧洲、亚洲、非洲及南美洲拥有数家子公司，还在全球 100 余个国家和地区设有 70 多个海外业务代表处。集团举办的国际展会均获得 FKM 资格认证，即：展商数、观众数和展会面积均达到展会统计自主监管团体 FKM 的统一标准并通过其独立审核。同时，慕尼黑博览集团也在可持续发展领域中扮演着领军者的角色：集团先行获得了由官方技术认证机构 TÜV SÜD 授予的节能证书。更多信息：www.messe-muenchen.com

关于ISPO

围绕 ISPO 品牌，慕尼黑博览集团为国际运动商贸市场提供博览会及全年不间断的优质服务平台。全方位服务的提供，旨在提升其客户在国际化竞争中的增值价值，巩固行业领军地位。与此同时，ISPO 提供的服务也帮助客户增强收益能力及拓宽人际客户网络。目前，ISPO 所提供的服务包括 ISPO 学院 (ISPO Academy)、ISPO 运动设计大奖 (ISPO Award)、ISPO Community、ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖 (ISPO Textrends)、ISPO Brandnew、ISPO Card、ISPO Jobs 以及 ISPO News。作为全球领军的专业运动商贸平台及多品类贸易博览会，ISPO Munich，ISPO Beijing 及 ISPO Shanghai 将在其各自细分市场提供更全方位更独到专业的行业视角。