

OutDoor by ISPO

慕尼黑国际体育用品博览会

2022年11月28-30日，德国慕尼黑展览中心

www.ISPO.com

2022年6月14日，慕尼黑

OutDoor by ISPO 2022

感动、创新、商机：OutDoor by ISPO，新时代的正确理念！

2022年6月12-14日，慕尼黑国际户外用品博览会（OutDoor by ISPO）在慕尼黑会展与采购中心（MOC）强势回归，吸引了约8,000名专业观众莅临参观、共襄盛举。根据OutDoor by ISPO重量级合作伙伴欧洲户外联合会（The European Outdoor Group/EOG）所发布的报告，户外行业正处于高速增长期，2021年行业销售额创下了新纪录。

欧洲户外产业正在蓬勃发展。2021财年，行业以62亿欧元的销售额创下纪录，比上年的总销售额增长了19%。其中，德语系国家贡献巨大，总销售额超过22亿欧元，增长14%。欧洲户外联合会（EOG）在展会期间公布了这一创纪录的成绩。

作为欧洲重要的户外用品博览会，本届OutDoor by ISPO充分体现了户外用品市场的积极趋势。对于展会本身而言，此次举办也有着特别的意义——在过去三年里，展会因新冠疫情而中断。今年，展会带着全新理念，在新的日期（6月12-14日）、新的场地（MOC）盛大归来。共有近8,000名专业观众亲临现场，并扩充业务联系。其中约三分之二的观众以及70%的参展商来自海外。零售商、采购专员、品牌代理商等组成了代表团，他们来自法国、意大利、奥地利和瑞士等欧洲核心市场以及美国、加拿大和亚洲等70个国家及地区。此外，在MOC的四个展馆、中庭、展示厅和户外区域里，观众们享受着夏日和煦的天气，和新朋老友亲切交流，庆祝这次重聚。

“OutDoor by ISPO的重启非常成功，”慕尼黑博览集团首席执行官Klaus Dittrich先生表示，“尤其目前行业正面临挑战，包括供应链中断和物流问题，展会的成功举办更突显了面对面交流不可替代的价值。OutDoor by ISPO实现了贸易合作和行业社交的完美结合。” OutDoor by ISPO展会总监Lena Haushofer女士补充道：

“通过室内和室外相结合，多方位的展览与展示相结合，在轻松、积极的氛围中，展会促进了大家的讨论和交流。这种轻松的气氛不仅体现在户外行业社群关键部分的买卖双方，也体现在MOC展览大厅的每个角落。”

OutDoor by ISPO 2022的核心主题包括可持续性、再生商业实践和创新材料。还有一个话题也很热门：供应链中断和资源短缺。许多参展商在各自的展位上突出了有关可持续的亮点产品。ISPO团队与EOG、NOW等合作伙伴在OutDoor by ISPO展会期间共同组织了同期会议，来自不同行业的二十多位高层代表讨论了如何将商业成功与人、社会和自然的保护相结合。ISPO团队负责人Tobias Gröber先生表示：

“巨大的商业机会来自切实可行的长效发展与跨行业解决方案。”

VAUDE公司首席执行官Antje von Dewitz女士在会议开幕致辞中介绍了该公司为实现气候中和所采取的各种措施：“碳足迹越少，生活质量越高。”演员Hannes Jaenicke女士多年来一直致力于动物和自然保护，她在同期会议闭幕式上发表讲话，呼吁参与者采取更负责任的态度，善待自然。

对于慕尼黑博览集团的首席执行官Klaus Dittrich先生而言，此次展会非常特殊。

“今年的OutDoor by ISPO对我个人而言是一个非常激动人心的时刻，因为它标志着我在慕尼黑博览集团20年的管理生涯圆满结束，” Dittrich先生表示，“我十分高兴今年户外行业终于能有机会面对面相聚。在OutDoor by ISPO的每一个角落，都能感受到对自然和运动的纯粹热情。我想感谢所有客户、合作伙伴、行业协会、服务提供商和慕尼黑博览集团的团队，感谢我们共同为行业所做的一切。”

EOG总裁兼董事会主席Mark Held先生表示：“许多展会因新冠疫情而延期，本届OutDoor by ISPO在疫情后首次启用了全新场馆，这是一个特别的挑战。我们非常高兴，今年OutDoor by ISPO在举办时间和地点上的改变得到了大家的认可。我们和合作伙伴慕尼黑博览集团一起，创造了行业所需的、充满活力的展会。户外行业

建立在共同的价值观之上，是一个统一的社区。我们非常感谢所有选择支持我们的参展商和观众，感谢他们的决策与参与。事实证明，他们对展会理念的信任是正确的，实用性、氛围感、乐趣和兴奋感相结合，让本届展会变得非常特别。”

OutDoor by ISPO将于2023年5月22-24日再次举办。

来自展会参与者的声音：

Globetrotter公司董事总经理Andreas Bartmann先生：展会的召开为行业注入了强劲的动力，无论是在展会形式还是举办日期方面，这都是一场完美的展会。

Petzl区域销售经理Jean-Phillip Birmelé先生：我们非常高兴能够和同行以及客户重新见面交流。我们也利用这次机会，展示了将在今年及明年推出的新产品。

Yonderland集团采购经理Pieter de Bodt先生：尽管今年参展的品牌不是特别多，但能够再次见到合作伙伴和客户的感觉很棒。这几天我们所讨论的话题在两年前甚至都没有人想过，因此面对面的讨论是非常有意义的。

La Sportiva公司营销总监Giulia Delladio女士：经过了两年半的发展，户外市场再次迎来了像OutDoor by ISPO这样重要的国际博览会。尽管我们并没有太多机会庆祝市场的增长，但本届展会是一个很好的重启机会。终于能和来自世界各地的合作伙伴会面，令人激动。虽然活动的规模和参与度还无法与2020年的上届展会相比较，但展会的重启是很有必要的。La Sportiva通过意义重大的方式来参加本届展会，以表明我们对展会重启的乐观和信心。

来自**Sport 2000**管理团队的Margit Gosau女士与Dominik Solleder先生：我们认为OutDoor by ISPO 2022取得了圆满成功。更棒的是，零售商和品牌对本次展会的重启的回应都非常积极，这也打消了此前在全新场地重启展会的顾虑。毫无疑问，我们需要一个具有如此伟大精神的前沿户外行业展会！

Klean Kanteen欧洲品牌经理Henry Hoogenveen先生：对我们而言，展会的国际化程度比预期要高。我们遇到许多国际零售商（来自德国、奥地利、意大利、瑞士、

比利时、荷兰、卢森堡等国家和地区)，我们还与来自亚洲及南美的客户进行了沟通交流，这帮助我们扩展销售网络！所以简而言之，对我们来说，本次展会太棒了。

德国体育用品协会户外部 (Outdoor Department of the National Association of the German Sporting Goods Industry) 负责人Jan Lorch先生：有机会再次相聚线下是一种莫大的乐趣，本届展会创造了很好的氛围。我们很高兴看到今年OutDoor by ISPO更加关注可持续发展。作为体育用品协会董事会的一员，我认为OutDoor by ISPO是帮助企业展示自己的好机会。

Maloja市场总监Andreas Mittag先生：此前，展会因新冠疫情而中断，现在我迫不及待地想再次见到零售商、竞争对手以及行业人士。周日是展会的第一天，气氛有些许慢热，但周一就吸引了许多观众前来观展，气氛也变得热闹起来。有来自德国的观众，令人惊喜的是，展会的国际化程度也非常高。我觉得展会延长至三天，并且选择在MOC举办，是非常正确的，并取得了成效。

Nordisk首席执行官Erik J. Møller先生：很高兴能够重返展会！在忙碌了两天之后，可以相当自信地说，不光我们怀念线下相聚，所有人都很积极地参与进来。我们发现许多观众都对我们的品牌很感兴趣，尤其是我们在室外展出的豪华露营产品，我们主展位上的100%可生物降解帐篷也受到了很多关注。大家一起去探索、去享受、去保护大自然，我们很高兴能在这三方面有所作为。

SOG协会秘书长David Nordblad先生：我们很高兴展会能再次举办。整个展会期间，Scandinavian Village非常热闹，也给观众留下了深刻印象。我们期待下届展会的召开。

Dometic公司欧洲、中东和非洲地区市场总监Samuel Silverudd先生：OutDoor by ISPO是我们展示产品和创新技术的好机会。我们也在展会现场与客户进行了建设性的交流。Dometic的目标是鼓励人们走到户外，并用更加可持续的方式使用自己的车辆。

Spac Sport (荷兰) 董事总经理Mark van de Erve先生：很高兴能再次回到展会，体验面对面交流所带来的活力。客观来说，参与者远远超过了我们的预期，也发

现了下一季的优秀产品。因此，我们很高兴能参加展会，也期待着参加明年的展会。

更多慕尼黑国际户外用品博览会现场照片，敬请查看：[media database](#)

OutDoor by ISPO

OutDoor by ISPO是户外领域的现代化展会平台。零售商可在此整合市场概况、发现创新技术，并受到新产品的启发。OutDoor by ISPO为参展商提供一个与行业相遇的完美平台，并为重要的零售商提供关于新一季产品的发布信息。参与者可期待展会、会议以及网络社交相结合。慕尼黑博览集团与欧洲户外联合会（EOG）自2019年以来共同举办OutDoor by ISPO。2022年，OutDoor by ISPO在慕尼黑会展与采购中心（MOC）举办一次。OutDoor by ISPO是全球重要的面向商业人士和消费者专家的体育平台——慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）的旗下品牌展会。

慕尼黑博览集团

慕尼黑博览集团作为知名的全球性展览公司，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、南非和土耳其。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。

更多信息：www.messe-muenchen.com