

ISPO Shanghai 2023 展后报告—— 察大势、应变局、观未来，与君共谱新篇章

2023年6月30日至7月2日重新回归上海新国际博览中心的ISPO Shanghai 2023第九届亚洲(夏季)运动用品与时尚展吸引了来自**395家参展商的511个国内外品牌**，**品牌数较上年增长50%**；**共计迎来40,174名行业观众和运动爱好者**，**较上年增长100%**。

展会从户外运动、露营生活、水上运动、城市运动、骑行、攀岩、车旅等运动生活方式出发，展览展示前沿潮流风尚、新品牌、新产品、新技术。将体育+旅游、运动时尚流行趋势、产业国际间交流、品牌出海等热门话题以论坛、分享等形式呈现。全新打造的“ISPO 体育公园”更点燃了大众参与、全民运动的热情，为行业发展注入更多活力。

回顾展会举办的点点滴滴，慕尼黑展览(上海)有限公司总经理、大中华地区首席执行官徐佳女士感慨地表示：“运动生活方式产业发展进入了快车道，作为重要的商贸交流平台，ISPO 需要承担比以往更艰巨的使命。通过三天的展陈与互动，看到产业各个环节在ISPO Shanghai有所感悟、有所收获，我们由衷地感到高兴与自豪，同时也更加清晰地感受到了压力和责任。ISPO 始终承诺为产业、业态、品牌提供精准地市场反馈，为从业者、爱好者及社会大众提供新鲜的运动生活潮流资讯，希望ISPO 能够长长久久地陪伴产业健康发展。

国际品牌重回赛道，产业发展找到新出路

作为国际化的展会项目，ISPO 链接国内及国际运动用品市场的功能也正在随着国际交流的常态化而复苏。本届ISPO Shanghai迎来了140家国际品牌参展，占总体的27.4%，较去年同期增长1.7倍。

南京边城体育用品股份有限公司、LOWA 亚太及东欧销售总监 Matthias Preussel 先生在接受采访时表示：“ISPO Shanghai 2023 现场有很多新品牌，我认为中国户外市场的发展比欧洲快得多，也更有活力。很高兴看到越来越多的人来到展会，大家很乐意走出家门，和消费者、行业领袖深入交流。能在现场看到这么多人真的太棒了！”

国际品牌的回归，与中国运动消费市场的稳定发展正相关，其中既有国家弘扬体育精

神的政策引导，也来源于运动对消费终端多年的渗透，方得始终。

受旅游目的地拓展水上活动项目的利好影响，水上运动品类今年迎来了大爆发，本届展会水上运动展区面积较去年同期翻番。展会期间，现场的超大水池及首次登台的冲浪机上演了不间断的品牌产品测试、竞赛等活动，现场人声鼎沸，吸引到众多运动爱好者的参与及体验。

运动生活方式成为大众的消费选择，也在倒逼产业的发展 and 改革，此次户外服装服饰品牌都纷纷拿出了更潮流化、年轻化的设计，让穿着者可以随时随地自由切换城市与户外的不同身份，扩展了产品的使用场景。

新格局、新阶段下的新发展、新思路

产业发展具有一定的周期性、阶段性，除了原有产业结构的改革和升级外，也需要强有力的新刺激。为此，ISPO Shanghai 2023 从产业战略布局到活动设计，都引入了全新的概念及方向。

在成功建立大众运动生活消费理念，拓展运动核心品类后，ISPO 将目光放在了承接理念与内核的“场”，从山海之间的野宿到城市内各个角落的运动馆，将每一个风格独特的场所以“体育旅游”的话题串联在一起，为运动生活方式打造“人、方式、场景”三位一体的平衡。

在引入运动生活方式新热点方面，ISPO 从国家体育战略出发，落实以体育强国为主导思想的“群众体育”视角，现场呈现的“ISPO 体育公园”既融合了骑行、飞盘、马术等运动元素，又结合了咖啡、美酒、车旅等生活元素。同时，ISPO 还推出了全民健身舞蹈大赛，通过触达全新的运动人群，进一步拓展受众版图。

不仅如此，此次 ISPO Shanghai 还联合了周边社区、组织及商业业态，积极声援上海体育消费节，打造了调动区域“夜经济”的体育运动会、嘉年华，创造了全新的互动体验模式。

立足行业发展之根本，做专业的信息交流及发布平台

行业发展总会有不同的周期和阶段，需要面对和解决的问题也不尽相同。ISPO 长期以专业视角，为行业发展度身打造针对性的论坛，创造信息交流及发布的平台，提供重

要的政策解读、趋势预测、经验交流及案例解析。

本届 ISPO Shanghai 从体育旅游、运动时尚流行趋势发展、中国体育用品行业跨境出海三个方面入手打造专业论坛，以体育+旅游产业融合发展、商业业态的渠道延伸、运动时尚趋势报告发布、消费者洞察、跨境电商平台的不同视角解读等话题，帮助行业从业者厘清痛点及解决方案，从容地面对问题与挑战。

向所有参展商、合作伙伴及观众的携手同行致敬

热闹而备受瞩目的 ISPO Shanghai 2023 落下了帷幕，也让大家将目光投射到了即将到来的南京。

2022 年的夏天，ISPO 以【南京特别版】的形式在“大蓝鲸”举办。三天里，20000 余名热爱生活、热爱运动户外的观众共襄盛举，热火朝天的现场和观众们热情，让人对热度爆表的南京，留下了深刻的印象。

ISPO Nanjing Edition 2023 结合南京大力倡导的深化“体育+”的融合战略，通过打造一展多会，邀请产业端共享行业趋势动态，通过打造一展多赛，吸引各领域运动爱好者齐聚现场，通过全城联动，将运动影响力扩展到普通消费者。

从一年两展到增设南京特别版及厦门特别版，ISPO 正在努力成长为更全面，更多元的沟通交流平台，而这一切都离不开众多展商、合作伙伴及观众的支持与信任。至此，ISPO 团队也向这期间始终与我们携手共进的朋友们致以由衷的敬意，感谢关心关注 ISPO 发展的业界同仁在这段发展之路上的同行、鼓励与监督，未来 ISPO 将继续秉持初心，为产业发展提供更优质的服务与保障。

下一届 ISPO Shanghai 将于 2024 年夏天再次与各位相约在上海新国际博览中心，与此同时 ISPO Nanjing Edition 2023 将于 8 月 4-6 日在南京国际展览中心如约而至，再次调动起南京活火炉的清凉一夏。

展商之声

Vis Bi 先生，上海呢扑科技有限公司创始人

我们对于户外整个市场的发展还是很乐观的，人们的户外活动参与度肯定会越来越高。

这次展会准备得很充分，非常开心见到那么多各行各业的渠道客户与 KOL。

陈丽芳女士，Uniflame & tent-Mark Design 中国区市场营销总监* 厦门尚语供应链有限公司

展会现场有许多专业观众来到我们的展台，能感受到大家对体验感的要求越来越高，这和我们品牌的理念是非常吻合的。我们对接下来的市场非常有信心，相信会有更多人享受户外的乐趣。

冯佳俊先生，浙江牧高笛户外用品有限公司大牧事业部负责人

我认为 ISPO 是行业的标杆性展会，无论是小白还是资深的玩家都可以通过 ISPO 来见证每个品牌的成长。ISPO 非常注重参展商与观众的建议，每届展会都能看到新的改变和升级。每次来 ISPO 都会有新的体验和收获，希望未来牧高笛可以与 ISPO 一起成长，完成更多共创。

冯文勉先生，浙江岷野户外用品有限公司品牌经理

ADA 品牌参展的首要目的是达成对终端消费者的品牌曝光，而 ISPO 现场非常热闹，有大量的运动爱好者及终端消费者，流量很大，希望 ISPO 未来可以越办越好。

赖嘉晔先生，嘉兴市正麒高新面料复合有限公司副总经理

这次来参展 ISPO，源于我们前期参与了 ISPO 研发共创，交流了国内外先进的技术和经验。展会现场我们展示了三十几位设计师的共创产品，市场反馈非常好，让我很感动，业内人士和设计师对产品认真负责的共创，对我们的品牌价值和产品迭代非常重要，有很正面的帮助，期待未来能够借助 ISPO 的平台有更好的共创与发展。

刘雅婷女士，深圳市韶音科技有限公司 SHOKZ 大中华区品牌负责人

今年是韶音首次作为展商参展，我们希望让更多的户外行业从业者和爱好者都了解到我们的品牌，更直观地感受到品牌文化，把运动健康的理念传递给广大运动爱好者。我们认为 ISPO Shanghai 2023 一如既往地维持了高水准和高质量，希望 ISPO 未来发展得越来越好，我们也会继续大力推广户外运动文化。

梁又正女士，随泉贸易（烟台）有限公司 KZM 中国区总经理

ISPO Shanghai 2023 现场的观众非常多，消费者的热情也很让我们感动。疫情三年，大家对于健康生活的观念比以往更强，因此我们非常看好户外运动市场未来的前景，

也感谢 ISPO 提供了这样一个平台，我们认为这次参展真的非常值得。

林雄坚先生，深圳喜马拉雅贸易有限公司总裁&创始人

ISPO Shanghai 2023 现场效果非常好，我们见到了非常多的专业观众和户外爱好者。正逢中国户外腾飞的黄金时期，我们对未来充满信心，也愿意和同行们携手，共同推动中国户外行业的发展，希望 ISPO 越办越好！

刘浩宇先生，广东骆驼服饰有限公司装备市场总监

作为 ISPO 的忠实客户，我们这次非常开心能看到现场有很多国际展商。这样的交流对于我们国内品牌来说也是一种督促与促进。现场露营、城市运动、攀岩、骑行等多品类专区丰富的呈现形式也能很好的适应终端用户的不同需求 相信 ISPO 一定会越来越好。

Matthias Preussel 先生，LOWA 亚太及东欧销售总监*南京边城体育用品股份有限公司

展会上有很多新品牌，有些以前没见过，甚至从未听说过。我认为中国户外市场的发展比欧洲快得多，也更有活力。很高兴看到越来越多的人来到展会，大家很乐意走出家门，和消费者、行业领袖深入交流。能在现场看到这么多人真的太棒了！

舒蓉女士，浙江挪客运动用品有限公司品牌经理

挪客是 ISPO 的老朋友，我认为 ISPO Shanghai 是辐射整个亚太地区的户外及跨界平台，在这里可以达成与用户、与渠道的交流，希望 ISPO 能够越办越好。

Tanya 女士，CozyRide 骑行社主理人

今年 ISPO 的声势很大。我们在现场体验了很多的户外运动，无论是体感还是创新上的体验都非常丰富、交互性很强，感觉进入了一个运动的海洋，非常开心。

Dieter Vyls 先生，Safety Jogger 品牌全球销售总监*东莞葛天那鞋袋制造有限公司

我们曾犹豫过很久是否要做国际化的生意，现在则非常确定我们已经准备好进入中国市场。ISPO 是我们向中国本土市场展示优质产品的最好的窗口。真正身处 ISPO Shanghai 现场的感受非常好，明年的 ISPO Beijing、下一届 ISPO Shanghai 和 ISPO Munich 我们都会参加。

戚夏先生，北京旅行鼠户外用品有限公司总经理

ISPO Shanghai 这么重要的行业盛会我们肯定要参加，现场给我最大的感受是年轻观

众越来越多了。水上运动、登山、骑行等户外运动在年轻人群中热度很高，更多人开始把运动融入日常生活。同时，ISPO 还很关注自然环保，这与我们品牌的调性和理念也比较吻合。

小杉敬先生，株式会社赞恩艺术社长

中国露营市场的火爆程度真的出乎我的意料！展会现场的观众特别多，这么大规模的展会是很少见的，ISPO 非常出色！

徐晓蕾女士，日本贸易振兴机构上海代表处 高级经理

ISPO 是一个全方位的户外运动时尚展，在业界非常有影响力，展会在品牌宣传和买家资源对接方面都很有优势，让我们感受到来参展 ISPO 真的是来对了，祝福 ISPO 越办越好。

Alan 杨先生，绎蔻珐芯（上海）生物科技有限公司总经理

我们对 ISPO 关注已久，此前一直是作为观众来 ISPO，这次以展商的身份来，我是非常有收获的，不只是跟终端消费者互动，还与其他品牌建立了联系，对这个行业有了更多的了解。

叶啸先生，浙江鹿枫户外用品有限公司黑鹿品牌负责人

ISPO 长期为品牌商提供与合作伙伴及消费者交互的平台，作为一个户外品牌，我们认为参加 ISPO 是一个理所当然的选择，我们也很开心可以将 ISPO 作为我们新品牌战略发布的平台。ISPO Shanghai 2023 对行业来说是一场盛大的节日，其规模是近几年最大的一次，现场人流量也非常大，在这里我们感受到了市场蓬勃发展的潜力。

张晓宇先生，浙江鹿枫户外用品有限公司火枫品牌负责人

火枫品牌长期以来参展 ISPO，我们非常重视 ISPO 这个沟通交流的平台。户外运动现阶段的知名度更高，消费者接受度也更高，相信未来的市场会更好。ISPO 这些年越办越好，为我们搭建了更宽阔、更通畅的沟通桥梁，让信息交流可以更迅捷。

周芳女士，艺搏（宁波）进出口有限公司 DOD 品牌中国区负责人

本届展会现场的专业观众非常多，ISPO 邀请了许多行业的、跨界的达人，可以感受到他们对于露营领域的热情，也能够看到我国逐渐多样化的户外生活方式。我们很看好这个市场，作为从业者，我们也汲取了非常强大的信心。

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、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、慕尼黑北会议中心、慕尼黑会展与采购中心及全球范围内举办逾 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、南美洲拥有数家子公司，还在全球 100 余个国家及地区设有约 70 个海外业务代表处。

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品质服务。多角度服务的提供，旨在提升其客户在国际化竞争中的增值价值，巩固其行业优势地位。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 全球设计大奖(ISPO Award)、ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖(ISPO Textrends)、ISPO 全球创新大奖(ISPO Brandnew)、ISPO Collaborators Club、ISPO Digitize、ISPO Job Market、以及 ISPO.com。作为全球重要的专业运动商贸平台及多品类贸易博览会，ISPO Munich、ISPO Beijing、ISPO Shanghai 及 OutDoor by ISPO 将在其各自细分市场提供更独到专业的行业视角。