

慕尼黑，2019年7月3日

新闻稿

2019年慕尼黑国际户外用品博览会 Outdoor by ISPO – 总结报告

Amrei Kommer
PR Manager
Tel. +49 89 949-21406
kommer@ispo.com

成功开创户外新时代

- 来自 35 个国家及地区 1,018 家参展商
- 来自 90 个国家及地区逾 2.2 万名观众
- 户外行业正逐步迈向可持续化

于 6 月 30 至 7 月 3 日举行的 **Outdoor by ISPO 2019** 迎来 1,018 家参展商和超过 2.2 万名专业观众参与，开启了户外行业新纪元。

在“打造人人美好户外生活”口号下，欧洲知名户外博览会首次移师慕尼黑，颇有新起点、新征程意味。全新开放式展厅理念结合展厅内外 18 个重点展示区，面向专业观众开设意义深远的同期活动，使本届博览会成为现代户外世界的体验平台。行业对于可持续性主题的关注亦得到充分体现。

慕尼黑博览集团董事长兼首席执行官 Klaus Dittrich 表示：“户外行业展现出的空前热情证明了新理念的成功。我们能够兑现甚至超越早前做出的承诺。携手业界同仁，我们开创了一个崭新时代，在这里，‘户外’一词不再受限于业界定义，它已成为每个人态度的统称。”

Outdoor by ISPO 2019 数据一览

博览会举办期间，共有 1,018 家参展商展示了他们的产品和创新成果。其中，国际参展商占比达到 84%，排名前几位的国家分别是德国、英国、意大利、荷兰、中国、瑞典和美国。

同时，参与本届博览会的专业观众数量超过 2.2 万名，来自约 90 个国家及地区。其中约 2/3 来自德国以外国家及地区。观众数量排名靠前的依次为德国、意大利、奥地利、瑞士、英国、法国和荷兰。公司决策者的占比为 85%。据慕尼黑博览集团进行的官方市场调查显示，对本届博览会给予“良好甚至优秀”肯定的观众占到 87%。

与集团举办的其他国际展会一样，本届博览会观众和展商数量获得展会统计自主监管团体 FKM 资格认证。

包容的户外理念，吸引新展商关注

展厅中央的开放通道既遵循自由无拘的理念，展现真正的户外精神，又可用作相关主题活动的举办空间，可谓一举两得。此外，所有展厅内的第一排出奇地统一，如同购物街风格，为参展企业提供更多展示空间。

Outdoor by ISPO 主题涵盖经典户外活动，如徒步、越野跑、水上运动和城市户外活动，并首次纳入冒险游和骑行。全新的跨行业板块反响也十分热烈，可以聆听关联慕尼黑国际机器人及自动化技术博览会、慕尼黑国际电子元器件博览会、慕尼黑国际商业地产及投资专业博览会、慕尼黑国际环博会、慕尼黑国际印刷电子博览会、慕尼黑国际光博会和慕尼黑国际物流博览会等博览会的介绍以及各行业代表的主题演讲，阐述户外行业与其他行业领域的无限合作可能。

通过传播传统户外理念，Outdoor by ISPO 吸引了许多新的展商。譬如，有着悠久传统的 Gabor 公司通过参与“鞋品与越野跑村”，首次在此平台展示其产品。其他新展商包括骑行装备品牌 ION 和 Endura，还有 Billabong、Element 和 Griffin，他们均在新城市户外展区“边境之地（BORDERLANDS）”设立展位。此外，全方位自行车品牌 Husqvarna、Scott、Raymon、BH Bikes、Cake、Ttici、Geos、HNF Nicolai 和 TQ Systems 也在自行车测试轨道区域展示了其产品。

与此同时，博览会还安排了各类访谈、演讲、展览和小组讨论活动，探讨各个行业的相关商业问题以及销售和客户帮助方面的建议和灵感。知名企业加入的主题圆桌会议则聚焦于扩大攀岩社区和户外鞋业的方向和愿景。

“通过 Outdoor by ISPO，慕尼黑博览集团搭建了这个指向精准的现代化平台，帮助行业应对目前席卷整个市场的变化，”欧洲户外联合会秘书长 Arne Strate 说道，“我们期待与 ISPO 团队合作，在未来组织具有影响深远的国际论坛。”

可持续性：户外行业的共同目标

贯彻于博览会各个层面的可持续性主题绝对是多年来整个户外行业绕不开的话题。许多旨在创造更可持续产业的倡议举措和项目不仅在企业社会责任中心与可持续性展示亭（CSR Hub & Sustainability Kiosk）亮相，在其余的核心展示区域和参展商展位上也纷纷着重体现这一主题。诸如阿迪达斯和沃德（Vaude）等行业巨头，Picture Organic Clothing、Pyua 等小型公司以及 Palgero 等新市场参与者都展示了作为传统合成纤维可行替代品的可回收聚酯纤维和天然材料——比如木材纤维或褐藻纤维。

通过引入呼吁建立环保意识并践行社会责任活动的《行为准则》，Outdoor by ISPO 表达出其主张可持续性的明确承诺。《行为准则》为博览会主办方、参展商和观众提供了“以气候零负荷和可持续性方式”采取行动的具体建议。ISPO 团队在筹备和举办展会时，将节约资源作为其首要任务之一。博览会的参与者也都树立了良好的榜样：约 75% 的人搭乘公共交通工具前往展馆。

OutDays 户外文化节

参与新户外运动的不止是专业观众，也有重要终端消费者目标群体的身影。连同主要来自行业和零售业的 43 家合作伙伴，在慕尼黑市和整个慕尼黑地区（扩展至阿尔卑斯山地区）举行了 33 场活动：包括晚间露天电影、与蒂姆·莱特曼（Tim Leatherman）等知名户外达人见面及组织位于 3,000 米高海拔的特图克斯冰川“寒冷仲夏夜”露营等等。首届 OutDays 分会场活动同时在德国汉堡举行。明年，我们还计划扩增这些活动。

提供全年前沿资讯

除了举办一年一度的博览会外，Outdoor by ISPO 也提供一个可全年访问整个户外社区的高人气平台。其将以 ISPO 网络生态系统为基础，提供贯穿于整个价值链的大量模拟和数字服务。制造商、零售商和终端消费者每天都可以获知全新的相关行业主题。

服务

您可登陆 ispo.com，了解更多详情、背景资料及行业资讯。媒体数据库中可获取图片素材。媒体资料库中可找到所有 TV 播客。在官网您可找到有关本届博览会官方参展商的声明信息。

下届 OutDoor by ISPO 将于 2020 年 6 月 28 至 7 月 1 日在慕尼黑举行。

其它 ISPO 系列展举办日期：

- ISPO Shanghai 亚洲（夏季）运动用品与时尚展，2019 年 7 月 5 至 7 日
- ISPO MUNICH 慕尼黑国际体育用品博览会，2020 年 1 月 26 至 29 日
- ISPO Beijing 亚洲运动用品与时尚展，2020 年 2 月 12 至 15 日

慕尼黑国际户外用品博览会

作为一年一度全新户外运动平台及户外行业领域知名的全球年度盛会，OutDoor by ISPO 的成功举办离不开欧洲户外联合会的密切配合与支持。ISPO 商业解决方案借由数字和跨媒体服务丰富了全年的系列展活动，为整个户外社区搭建影响深远的平台。2019 年 6 月 30 日至 7 月 3 日，OutDoor by ISPO 首次移师慕尼黑国际展览中心举办。从 1993 年到 2018 年 6 月的往届博览会均在德国福吉沙芬展览馆举办。

ISPO

ISPO 是全球知名的面向商业人士和消费者专家的体育社交平台，诞生于 1970 年，以 ISPO 系列品牌将一系列与产业相关的模拟和数字服务汇聚在一起，包括全球颇具规模的几大行业博览会，如：慕尼黑国际体育用品博览会、ISPO Beijing 亚洲运动用品与时尚展和 ISPO Shanghai 亚洲（夏季）运动用品与时尚展、欧洲知名户外博览会慕尼黑国际户外用品博览会以及在线新闻门户 ISPO.com，还有商业解决方案，如：ISPO 数字化、ISPO 全球创新大赛、ISPO 众创、ISPO 全球设计大奖、ISPO 学院、ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖、ISPO 行业招聘和 ISPO Shop。ISPO 将创意推广、行业人脉、专业知识和社论见解融合起来，全年为企业和体育爱好者提供支持，推动全球范围的运动热情。

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、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有着非凡表现：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