

慕尼黑/北京，2019年1月23日  
新闻稿

ISPO Beijing 展后报告

Amrei Kommer  
公关经理  
电话: +49 89 949 21406  
kommer@ispo.com

## ISPO Beijing 再度圆满落下帷幕

2019年1月16日至19日，ISPO Beijing 2019 第十五届亚洲运动用品与时尚展及 ALPITEC China 2019 中国国际山地和冬季运动机械设备博览会在中国国际展览中心（新馆）举办。来自 400 余家参展商的 682 个品牌，约 30,000 名行业观众和运动爱好者出席。

作为亚太地区重要的体育用品盛事，众多与冬季运动、户外运动、运动训练、水上运动、功能性面料辅料等主题相关的论坛、潮流趋势、创新产品及相关服务在展会上纷纷“亮相”。展会现场共组织了七场专业论坛、约 140 场同期活动，重磅发布了 4 组极具参考价值的行业报告，活动数量与质量均达到了新的提升，为行业从业者及运动爱好者奉上了一场绚丽多彩的开年盛宴！

首次落户顺义新国展的 ISPO Beijing 2019，充分利用了新展馆更大的展示空间，在大会整体形象及品牌展台设计上，展现出运动产业时尚化、潮流化的新面貌！

### 冬奥会热度持续，冬季运动继续广受青睐

随着 2022 年北京冬奥会临近，在政策引导及行业倡导下，越来越多的普通民众开始接触并实际体验冬季运动。ISPO Beijing 也在继续扩大冰雪运动阵营，不但有 Burton, Oakley 等全球重要的冰雪品牌回归，同时也迎来 Phenix, BOGNER 等高端滑雪品牌陆续入场；滑雪单双板装备、滑雪场、滑雪服饰以及滑冰装备等国内外冰雪企业汇聚一堂。同时，ISPO Beijing 的长期合作伙伴，山地和冬季运动技术领域的重要展览会 ALPITEC China 也再次与 ISPO Beijing 携手，共同举办了

慕尼黑国际博览集团  
Messegelände  
81823 München  
Deutschland  
messe-muenchen.de

新闻稿 | 2019年1月23日 | 第2页, 共3页

第11届亚太雪地产业论坛。来自科技、体育及旅游行业的代表们就中国滑雪场的发展进程、度假型滑雪场开发、雪场维护及扩展的模式和措施等话题进行了探讨。

2022年冬奥会的三大训练场馆, 即首钢奥林匹克公园、万龙滑雪场、密苑云顶滑雪场, 已进入平稳发展阶段。慕尼黑国际博览集团主席兼首席执行官 Klaus Dittrich 先生表示: “中国在筹备重大体育赛事方面的专业精神令人印象深刻。体育场馆的设计和建造均符合最新的标准。这届冬奥会将只是中国迈向冬季运动大国的一个开端。”

### 应对变革, 户外产业创新多点开花

在外部环境及产业内核的双重影响下, 户外行业迎来了发展的变革时期, 品牌正在从产品设计、渠道开发、营销手段等方面寻求新的发展思路。本届展会中, 户外运动服装、配件及装备参展商时尚的展台设计、丰富的品牌推广活动、多样化的营销模式、全面的目标客群定位, 无不展现出各品牌多点开花的创新思路, 以及积极应对挑战和变革的“探险家精神”。

专注于探索产业发展的 ISPO 运动产业论坛, 也着重从数字科技助力供应链轻量化、专业服务助力零售模式轻量化的视角, 助力户外品牌把脉大格局下的产业发展方向。

### 行业干货汇集, 覆盖产业各领域

展会从运动产业的各个角度出发, 贡献了众多重量级的报告及干货信息: 运动训练及运动康复论坛围绕运动损伤及康复方案的专题展开; 在运动流行趋势论坛及 ISPO 功能性纺织品流行趋势发布区, 国际顾问 Louisa Smith 介绍了与材料、纤维、裁剪和配饰相关的纺织品趋势, 这些趋势或将在未来几年席卷整个行业; 首次发起的国际足球论坛, 来自拜耳勒沃库森、多特蒙德、门兴格拉德巴赫、法兰克福、沙尔克 04、斯图加特和沃尔夫斯堡等 7 支德甲联赛俱乐部的发言人献上了激发中国市场活跃度的策略, 畅谈其对于促进人才发展及品牌定位理念等方面的真知灼见。

新闻稿 | 2019年1月23日 | 第3页, 共3页

展期所发布的《2018年度中国户外用品市场调查报告》、《中国滑雪产业白皮书》、《2018中国攀岩行业数据报告》、《中国皮划艇运动年度发展报告(2018)》等,以数据为基础,客观地展示了在过去一年中各个行业的现状、机遇及挑战,为进一步发展提供了重要的决策支持。

与此同时,“ISPO 全球设计大奖”获奖产品精选展区和 ISPO Beijing 新锐品牌展区中,观众得以零距离观察到运动产品的全新黑科技以及年轻品牌的创意。ISPO 多渠道配对洽谈会亦再次为品牌商与不同销售渠道搭桥,提供更多贸易机会。

### 丰富活动,玩转多个运动品类

为了顺应消费市场的快速变化,本届展会在夯实贸易基础的同时,提出了“B2B2KOL”的概念,新增了大量颇具互动性及体验性的现场活动,邀请到诸多行业资深玩家来到现场。既满足了产品供需之间的交流,又能够在影响力人物及事件的作用下,有效地加深消费者对产品与服务的理解,更好地满足爱好者的需求。

首次开设的运动赛事专区,八百流沙极限赛、X-Mudder 泥泞障碍赛、2019 STC 大铁联赛等 18 家运动赛事主办方到场推介,并有跑界大神围绕跑者成长体系、越野 IP 打造等话题,开展了 14 场分享活动。

此外,ISPO 潮搭体验区特邀专业搭配师,利用不同运动单品,为参与者现场搭配,展现运动穿搭在城市生活、郊游等不同场景下的时尚魅力;多场运动时尚走秀,从女性运动内衣,到户外运动鞋服,再到兼具功能性和街头潮范的雪服,无不在材质、剪裁和色彩搭配等各方面一扫往日沉闷,以简洁的廓形与明艳的色彩,让现场潮人和玩家驻足;MaxBody 最强肉体挑战赛对抗激烈,无论负重下蹲、健腹轮、战绳还是波比跳,都吸引了玩家们大秀力量和美好身材;运动康复体验区特邀专业医生,现场发现问题并指导矫正;以及 AR 攀岩、滑冰及滑雪体验,都以极强的趣味性和互动性,给予运动 KOL 们全新的体验。

### 致敬不离不弃的忠诚展商

历经 15 年的挑战、变化与成功,ISPO Beijing 在本届展会上举行了盛大的 15 周年纪念派对。众多与 ISPO 共同经历了中国运动用品行业起伏的品牌商、零售商



新闻稿 | 2019年1月23日 | 第4页, 共3页

业专家、运动员以及媒体伙伴应邀出席, ISPO 团队亦向他们致以了深刻的谢意, 感谢多年的陪伴与携手共进, 并展望了更光辉的下一个 15 年。

下一届 ISPO Shanghai 将于 2019 年 7 月 5-7 日在上海新国际博览中心举办。

下一届 ISPO Beijing 将于 2020 年 2 月 12 日至 15 日在北京的中国国际展览中心 (新馆) 举办。

了解更多 ISPO 展会的相关信息, 请访问 <https://www.ispo.com.cn>。

## 行业之声

**刘宁娟女士, 南京薏凡特体育发展有限公司总经理**

很高兴看到中国女性在近五年来有越来越高涨的运动热情, 更多人选择运动这种健康的生活方式和生活态度。薏凡特与 ISPO 是老朋友了, 我们与 ISPO 的合作是全球性的。希望 ISPO 作为行业交流的平台, 能够在未来带来更多国内外的新鲜资讯。

**钟承湛先生, 湛江市玛雅旅游用品有限公司首席执行官**

ISPO 依然是一个是值得期待的、令人着迷的展览会, 很高兴可以在这里见到很多新老朋友, 完成一年一度的聚会。希望在这个聚会上, 有更丰富的内容, 可以遇到更多的行业领袖。ISPO Beijing 是一个很好的平台, 我们会继续选择与 ISPO 合作下去。

**曾花女士, 北京思凯乐旅游用品有限公司董事长**

作为户外运动从业者, 看到身边越来越多的人热爱户外运动, 感受到个体和企业对于户外用品的需求, 我对这个行业还是充满信心的。今年 ISPO Beijing 的现场效果出乎我意料, 即便更换了展馆, 人流量还是很不错, 我们应该会继续参与 ISPO。

**康泰先生, 探路者控股集团股份有限公司品牌活动部总监**

今年是 ISPO 十五周年, 也是探路者品牌成立二十周年, 我们特别在现场制作了一个时光长廊, 见到了很多与探路者一路走来的老朋友。今年现场的观众非常非常多, 参展的品牌也非常多, 也给了我们很大的信心, 希望未来 ISPO 展会能够越办越好, 能够为户外用品行业做出更大的贡献, 推动行业发展。



新闻稿 | 2019 年 1 月 23 日 | 第 5 页，共 3 页

**Johen Lagemann 先生，PRIMALOF 欧洲和亚洲区高级副总裁兼董事总经理**

我认为 ISPO Beijing 是 PRIMALOF 今年在中国参加的最重要的展会，在这里，我们可以见到零售商和其他客户。此外，通过 ISPO Beijing 平台，我们可以与其他参展商讨论行业趋势，并了解明年的产品系列。这个行业正在向新的市场发展，展会上不仅有户外产品，还有各种其他运动产品。北京冬奥会即将到来，我注意到现场的很多活动，都在推动公众尝试更多的体育运动。

**周晓平先生，南京边城体育用品股份有限公司滑雪事业部总经理**

今年现场整体感觉冰雪产业，尤其是滑雪这部分，氛围更浓了，观众也更专业。边城体育一直和 ISPO 进行着紧密的合作，我们也有信心与 ISPO 一直友好地、愉快地合作下去。

**Mr. Luca Zanatta, Asolo Spa 首席执行官**

我们参加 ISPO Beijing 有 10 多年了，我在这里有非常多收获。我喜欢这次更换的新场馆，因为交通十分便利。Asolo 祝福展会规模越来越大。

**杨媚清女士，安踏（中国）有限公司奥运专业装备产品经理**

今年展会氛围相当不错，我看到了一些户外运动的专业产品、专业材料、辅料及供应链，相比往届有了新的提升。现场还有更为有趣的活动，包括潮流穿搭等体验性活动。ISPO 作为一个行业盛会，不单单只是产品展示的平台，更重要的是为从业者提供了一个沟通机会，祝愿 ISPO 能够越来越好。

**徐剑峰先生，东丽酒伊织染（南通）有限公司企划部部长**

通过今年 ISPO，可以看到随着 2022 北京冬奥会的临近，很多品牌、消费者都在关注冬季运动话题，并且对服装功能性的诉求越发明显，这对于我们产品的研发和功能的提升起到了一个很好的促进作用。希望 ISPO 这个平台能够更加专业化，共享资源，推动产业发展，让未来更精彩。

**郑蓓女士，龙势贸易（上海）有限公司市场部经理**

ISPO Beijing 现在越办越好了，产品越来越多元化，更增加了一些跨界的产品。每年到北京来，我们一方面是为了参展，一方面也是为了见见老朋友，很开心可以与大家定期相聚在 ISPO Beijing。ISPO 的发展已经超乎我们预期，希望将来有越来越多的运动形态可以加入 ISPO，让我们丰富眼界。



新闻稿 | 2019 年 1 月 23 日 | 第 6 页，共 3 页

**Tomas Tauchman 先生，嘉兴阿尔派妮服饰设计有限公司首席执行官**

今年还是能见到很多专注于滑雪运动的新老客户。新的场馆展示空间很大，未来发展的潜力也很大，总体上我们对这次 ISPO Beijing 还是很满意的。ISPO 一直以来都很关注冬季运动的推广，希望在今后有更多滑雪产业、人才发展等相关的活动，我们将携手 ISPO 以及其他品牌共同坚持冬季运动的发展。

**Mr. Sabin Kurt, Product Director, Luxottica (Shanghai) Trading Co., Ltd.**

ISPO Beijing 是个令人激动的展会。我们看到了很多令人眼前一亮的产品，参展商和他们带来的品牌层次都非常高。我们认为 ISPO Beijing 是中国雪地运动市场的象征。这里的气氛非常棒，我们很高兴能参加 ISPO Beijing。

**伊力先生，哈尔滨铭盛商业管理有限公司主题娱乐分公司总经理**

本届 ISPO 第一次启用顺义的展馆，展品分类更清晰、更具体，整体的环境也很不错。我们希望 ISPO 能够在室内滑雪场及滑雪产品多样性方面有更深入的探讨。在 2022 冬奥会的背景下，整个滑雪行业都处在一个爆发期，无论硬件软件还是装备都呈增长趋势。我相信无论是户外还是冬季运动项目，未来都是非常有望的。

**齐郡先生，希格户外运动投资有限公司全球首席执行官**

今年 ISPO 更换了新的场馆，但是整体组织一如既往的井井有条。很感谢 ISPO 这个平台，无论是 B 端还是 C 端的受众人群，我们都可以达到有效的交流。ISPO 已经进入中国 15 年了，今后将会有更快速的发展，随着大众的生活方式的改变，运动的投入会更大，未来的 ISPO 将会看到更多的机会。

**鲍凯先生，浙江牧高笛户外用品有限公司品牌经理**

ISPO Beijing 在户外行业始终是一个标杆，我认为也是人气最好的专业性展览会。今年现场的人流量很好，很多观众都在关注产品的面料及设计原理，相当专业。户外市场是相对小众的，希望未来可以看到更多城市运动等轻户外的概念，可以让受众人群范围更广。

**Graig Smith 先生，博登酷贸易（北京）有限公司全球高级副总裁**

我对今年 ISPO Beijing 的氛围感到非常兴奋，今年是我见过的经销商数量最多的一年。气氛很棒，充满活力，Burton 非常高兴能够来到 ISPO，也希望能有更多潜在客户参加展会。





新闻稿 | 2019 年 1 月 23 日 | 第 7 页，共 3 页

**王亚磊先生，上海卡帕体育用品有限公司 Phenix 中国区总经理**

目前全球都在看中国滑雪，每一个消费者也都在谈滑雪，从旁观，到切身参与到滑雪运动中，所以我认为这个市场是无限大的，特别在冬奥会的影响下，未来三到五年非常关键。

ISPO 是一个行业聚会，我从早到晚都在与老朋友们沟通交流，但同时发展非常多元化，所以又可以看到很多新面孔和新模式，每个人、每个机构在这里都会有所收获。

**Remigion Brunelli 先生，北京泰尼卡体育用品有限公司首席执行官**

展会的人流量很大，观众都非常友好，新场馆交通也非常方便。我认为 ISPO 在人流量和气氛方面做得非常成功。虽然 ISPO Beijing 已经是很棒的展会，但我相信将来她还会像过去 15 年一样，继续改进自己。我也相信在未来 15 年里，ISPO 仍然能够带来有趣、创新的理念，吸引业内人士、终端用户和体育爱好者们。