

2021慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）与您相约线上

- 根据展商及客户反馈，举办数字化展会
- 核心主题：数字化、健康、可持续性
- 终端用户首次参展

2021年2月1-5日，慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）将与您相约线上。考虑到新冠疫情的全球发展，慕尼黑博览集团在与各个分公司密切交流后，决定以数字化的形式举办新一届的展会。这样一来，展会将不受国际旅行限制，让世界各地的体育运动从业者们从中受益。全新线上展将充分利用今年6月举办的数字化活动“ISPO Re.Start Days”的积极经验，为品牌及产品展示、行业交流、国际业务拓展提供理想机会。

Daniel
Keppler
Brand
Manager
Tel. +49 89 949-21486
keppler@ispo.com

鉴于疫情的持续影响，“线上+线下”同步举办展会已不太可能实现。对此，慕尼黑博览集团董事长兼首席执行官Klaus Dittrich认为，将展会通过完全数字化的形式举办是合情合理的。“对于ISPO Munich的国际化和高品质，所有参与者和主办方都有很高期待。但在当前情况下，这可能无法得到充分满足。如果ISPO Munich 2021通过线上形式举办，来自世界各地的展商和观众们就都能参加了。同时，我们还可以在展览模式上进行创新，吸引新的目标群体加入。我相信，明年2月，大家通过全新线上展会，将以数字化的形式展开超高水准的行业交流。”

全新线上展聚焦数字化、健康和可持续性

为期五天的ISPO Munich 2021线上展会，将聚焦包括创造力和数字化、健康和可持续性在内的核心主题。展会同期还将举办各类线上会议活动，为所有参与者提供讨论与互动的理想机会。自疫情爆发以来，公众对体育、户外活动及其对健康的重要性有了更深切的感受。这一趋势也让行业对平台的需求日益提升，核心品牌、业内人士和顶级运动员，都希望通过行业平台加深联系、启迪灵感。

参与全新线上展，有哪些益处？

结合往届线下展会的优势，ISPO Munich 2021线上展会还将带来诸多参展新优势：发现新产品、新品牌并获取业务；与展商、观众、媒体及意见领袖建立联系；通过实时流媒体和聊天室参加论坛及讨论等。ISPO全球总监Jeanette Friedrich对全

新的数字化展会表示乐观：“在过去的十年中，ISPO建立了强大的数字化功能和影响力。现在，我们加以利用，将为大家呈现一场让所有人都受益的线上展会。很高兴看到，目前各大品牌对线上展会反应积极。”

终端消费者积极参与

一直以来，ISPO Munich主要针对行业人士开放。2021年，线上展会将为终端消费者提供体验专业贸易展的初次机会。他们将以在线形式参与展会，与行业直接进行对话。在产品展示、研讨会和大师班活动中，品牌和企业可以充分展示各自的创新，并与来自世界各地的运动及户外爱好者们实时互动。之前举办的“ISPO Open Innovation”活动已经证明，这种整合效果是非常惊人的：在活动举行的一年中，来自70个国家及地区的约80,000名终端消费者，参与了crowdsourcing和市场研究活动，为企业开发新产品和新概念带来了有价值的见解及灵感。

ISPO Re.Start Days 2020 为2021线上展会“打样”

2020年夏季举办的“ISPO Re.Start Days”活动表明，线上办展能够实现附加价值，并对行业而言至关重要。这也正如慕尼黑博览集团董事长兼首席执行官Klaus Dittrich所言：“ISPO Re.Start Days的经验将对我们举办明年2月份的ISPO Munich线上展会提供极大帮助，让我们满足各类参与者的需求。即使在特殊时期，我们的目标仍然是为行业增长和创意提供了理想化的平台。”

关于 ISPO

ISPO是全球重要的面向商业人士和消费者专家的体育平台，诞生于1970年，旗下品牌展包括一系列与产业相关的模拟数字服务，包括全球规模较大的行业盛会——慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）、慕尼黑国际户外用品博览会（OutDoor by ISPO）、亚洲运动用品与时尚展（ISPO Beijing）和亚洲（夏季）运动用品与时尚展（ISPO Shanghai），以及在线新闻门户ISPO.com，商业解决方案：ISPO Digitize、ISPO Brandnew、ISPO Open Innovation、ISPO Award、ISPO Academy、ISPO Textrends、ISPO Job Market和ISPO Shop。ISPO将创意推广、行业人脉、专业知识和社论见解融会贯通，全年为企业和体育爱好者们提供支持，致力于在全球范围内推动人们对运动的热情。

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