

2021年2月8日，慕尼黑

新闻稿

展后报告

树立行业新标杆，慕尼黑国际体育用品博览会线上展会（ISPO Munich Online）圆满举行

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

- 在运动界的支持下，线上展会取得成功
- 来自110个国家及地区的545家展商及31,000余名观众在线参与
- “公众流”首次向终端用户开放

2021慕尼黑国际体育用品博览会线上展会（ISPO Munich Online）在全球体育及户外行业的支持下取得圆满成功：2021年2月1-5日，来自110个国家及地区的31,574名用户在线参观了这一全球重要的体育商业活动。在“运动更加强大”的口号下，线上展会吸引了545家参展企业带来各自的产品及企业介绍，同期举办的一系列线上会议聚焦可持续性、健康、数字化和创造力等前沿趋势，受到了广泛关注。

“即使是在特殊时期举办线上展会，慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）依旧发挥了其作为全球体育及户外行业灵感源泉的作用，”展会主办方慕尼黑博览集团首席执行官Klaus Dittrich先生总结道：“尤其是目前，社会挑战日趋复杂，我们更应团结一致，这比以往任何时候都重要。今年线上展以‘运动更加强大’为口号，将全球体育运动领域的从业者们聚集在一起，这在为期五天的线上展会期间给人留下了深刻的印象。”

ISPO团队全球负责人Jeanette Friedrich博士表示：“我们非常感谢参展商、演讲嘉宾以及合作伙伴对我们的信任。只有大家齐心协力，才能共同成长。ISPO Munich Online的举办向全球体育运动行业发出了信号，那就是与时代在数字化领域时刻保持同步，在可持续发展、体育与健康等方面勇做先行者。”

新闻稿 | 2021年2月8日 | 2/4

ISPO Munich Online 2021数据一览

来自110个国家及地区的545家参展企业通过ISPO Munich Online 2021的线上平台展示了他们的产品及创新。31,574名观众在线参观了数字展会及同期会议，包括150余场演讲、讨论及研讨会。除德国外，注册用户数量排序分别是：意大利、英国、奥地利、日本和中国。首次向终端用户开放的“公众流”迎来了22,000人的倾情参与。

线上展会呈现行业多样性

线上展会将体育和户外行业的参与者汇聚一堂：adidas Terrex、Gore、Mammut、Icebreaker等行业先锋，以及纺织品供应商、初创企业等，通过线上品牌间展示了各自的产品，并对市场情况做出了概况。

同期活动聚焦当下热点

2021线上展会的同期会议，在五天时间内呈现了聚焦社会趋势的每日精彩议程：从创新到数字化，从健康到可持续性。ISPO Munich Online成功推出了诸如“全球跑步者研讨会”、“ISPO Brandnew Live Pitch”等一系列活动。在线讨论迎来了国际知名演讲嘉宾，将意见领袖、创新者汇聚一堂。活动包括女性赋权小组，还有聚焦可持续性的小组讨论，吸引了来自企业、政界、非政府组织和协会的参与者们共同探讨可持续未来的关键举措。活动结束后，所有会议演讲和研讨会将在线免费提供给所有会议门票购买者。

消费者的积极融入

终端消费者已经从被动接收者，转变成体育行业的主动参与者。因此，今年的线上展会首次通过直播形式向所有体育户外迷们在线开放。在包括 Peloton、Blackroll、European Outdoor Film Tour、Technogym、the European Championships Munich 2022、the FreerideFilm Festival Presented by ABS & PYUA等众多合作伙伴的支持下，ISPO呈现了包括视频、采访、互动等多样化的精彩内容。此外，ISPO Award首次引入“公共选择奖”，与体育界一起甄选出了年度佳品。极限耐力运动员Kilian Jornet荣获了ISPO Cup大奖。第51届体育特殊人物奖首次在网上进行了现场直播。同时，ISPO与数百名“Run for Good”慈善跑步活动的参与者为Kilian Jornet基金会募集了用于保护山区的捐款。

新闻稿 | 2021年2月8日 | 3/4

展商及合作伙伴表示满意

参展商及合作伙伴对ISPO Munich Online 2021的成功举办表示满意。“当今世界正在进行数字化转型，而ISPO Munich Online的举办无疑是积极典范。我们感谢主办方的专业组织。对我们而言，是必须要成为ISPO Munich Online的一份子的。”Gore消费者面料全球业务负责人Achim Löffler表示。

Mammut Sports Group首席执行官Oliver Pabst表示：“ISPO Munich是行业的重要标杆及核心交流平台。首次举办的数字化线上展会为我们提供了契机，让我们通过数字化形式来呈现自己的品牌，以及对可持续性、数字化、创新和质量等关键话题的见解。我个人对于通过品牌间与零售合作伙伴进行深入交流感到满意。”

adidas Outdoor Europe高级总监Marc Fischer表示同意：“在新冠疫情影响全球的特殊时期，ISPO Munich Online为我们提供了一个理想的平台，向大众展示了adidas Terrex这一创新户外品牌。”

当然，公众亦对人与人之间的直接沟通表示期待，正如HEAD Sportswear产品及销售经理Fabian Heigemeier所说：“在危机下，ISPO Munich Online为大家提供了与他人建立新联系的理想机会。但是，我们仍然能感觉到人与人之间面对面沟通的重要性。我们已经开始期待，通过线下形式在慕尼黑迎接客户了。”

预告

ISPO全球系列展之一的亚洲（夏季）运动用品与时尚展（ISPO Shanghai）将于2021年7月2-4日在上海新国际博览中心举行。在这之前，欧洲重要的户外运动博览会——慕尼黑国际户外用品博览会（OutDoor by ISPO）亦将于2021年7月6-8日在德国慕尼黑展览中心举行，展会采取“线上+线下”相结合的方式，将为行业带来全新体验。

服务

您可以通过展会官方网站ispo.com浏览更多ISPO Munich Online的信息。图片资料，可以通过[媒体数据库](#)下载。在首映式上的官方参展商发言亦能在网站上找到。会议的所有公开播放内容，包括开幕式、ISPO Award颁奖典礼、公众流等，亦可通过[YouTube](#)访问。

。

新闻稿 | 2021年2月8日 | 4/4

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