



2023慕尼黑国际体育用品博览会： 体育产业的全球平台继续发展壮大

- 鼓舞人心的创新实验室、大师课程、讲座
- 与Highsnobiety和Zeitgeist合作，覆盖了新的生活方式目标群体
- 国际知名运动员和演讲嘉宾Colin Kaepernick、Thomas Tuchel、Yusra Mardini、Gordon Herbert、Nirmal Purja、Stéphane Ashpool、Reinhold Messner、Oliver Bierhoff、Phillip Plein、Michael Ballack汇聚一堂

2023年11月30日，慕尼黑——“体育运动新视角”：新概念、新理念和满堂彩，体育产业的全球平台不断发展壮大。2023年11月28-30日，慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich 2023）迎来了大批参展商和全球参与者，参与者数量大幅增长，成为国际体育商业平台的热点。十大演讲舞台、多种交流形式以及一系列精心策划的展示和活动，都为参展商、专业观众和国际体育界提供了信息交流、获得灵感和拓展网络的专业平台。慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）仍将继续发展，并正成为一个全球体育商业平台。

超过2,400家参展商，观众始终络绎不绝，ISPO Munich 2023圆满落下帷幕。“今年，我们再次清楚地认识到，全面的体育领域并不仅仅关乎运动、装备或者娱乐。体育运动不仅是增长快、多样性强和国际化程度高的经济领域之一，也是社会的重要贡献因素。此外，在材料、数字化、健康、可持续发展等方面，体育运动也是重要的创新驱动力”，慕尼黑博览集团消费品类项目执行总监Tobias Gröber先生表示，“体育产业在不断发展，我们也在不断整合新的形式，包括大师课程（Masterclasses）、创新实验室（Innovation Labs）、研讨会和开创性的合作伙伴关系，如与德国可持续发展奖（German Sustainability Award）、劳伦斯世界体育奖（Laureus）、尤努斯体育中心（Yunus Sports Hub）和Change Now的合作，我们在做这一切的同时，并没有忘记我们在体育用品行业的根基。”

慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）的目标是将体育运动的情感力量融合在一起。这也是本届展会再次成为新趋势、创新性产品和解决方案的理想舞台的原因。统计数据证明，ISPO Munich再次被视为整个行业、零售商和运动员的国际平台。“我很高兴能看到ISPO Munich正在如火如荼地进行转型。国际参展商表现出的浓厚兴趣、来自世界各地的观众和演讲者的热情都反映了这一点。我们很高兴我们的展会也被公认为体育产业的必由之地。”慕尼黑展览集团联席首席执行官Stefan Rummel同样对展会做出了积极的总结。

与前一年相比，本届展会参展商数量增长了57%，来自54个国家与地区的国际参展商数量增长了64%，占总参展商数量的93%。新加入的参展商包括93家初创企业，利用展会这一平台提高了自己的知名度，在行业中站稳了脚跟，并扩大了自己的网络。ISPO Munich共设有十个舞台，以满足对会议和同期活动的更多需求与对话题分享的更强烈渴望。会议设施包括主舞台，为500名观众提供了充足的空间，并邀请了足球运动员Colin Kaepernick先生等重磅嘉宾首次来到德国进行演讲。

展会核心：未来实验室

继去年成功亮相之后，位于B1馆的未来实验室再次吸引了众多观众。在这里，不仅有在主舞台举行的一系列鼓舞人心的演讲，更重要的是设立了主题区域，一切都围绕着体育产业的创新和变革。其中包括新兴品牌展示区（ISPO Brandnew Area），该展区展示了具有潜力初创企业与新兴品牌，能帮助塑造甚至彻底改变体育产业未来。未来实验室的另一个亮点则是ISPO创新大奖（ISPO Award），该展区旨在表彰2023年优秀的体育产品及技术服务，范围包括创新实力、用户友好性、质量和可持续性。

首次亮相的ISPO 520M by Highsnobiety与时代精神（Zeitgeist）展区，一经亮相，吸引了众多粉丝。两大展区汇聚了来自城市、街头服饰和运动时尚领域的创意人士，创造了全新的潜力和协同效应，以满足运动时尚和户外行业全新目标群体的需求，并打造新颖的、精心策划的品牌体验。年轻品牌和知名品牌在这里汇聚一堂，如北面

(The North Face)、Salomon、Faction、Beinghunted、Mons Royale、Snow Peak、Wander 和 ELHO。巴黎创意艺术家、DJ 和表演艺术家 Stéphane Ashpool 等国际设计大师也来到现场，共同演绎迪斯科的独特魅力。

可持续性和循环经济

可持续性和环保意识已成为体育产业不可或缺的部分。体育产业的未来在A1馆的可持续发展中心 (Sustainability Hub) 生动地展现出来。今年，材料实验室 (the Material Lab) 的主题是循环经济。Greenroom Voice与 Studio Nima合作举办的特别展示展出了创新型的可回收生物材料，这些材料目前正在高速发展，并已用于可回收产品系列。该展区由 VAUDE赞助，观众可以触摸、嗅闻甚至品尝这些开创性的材料。前奥巴马政府的Laura Santucci、可持续发展先驱Hunter Lovins和达能公司前全球循环经济主管Merijn Dols等国际专家发表了关于“体育中的循环经济”、“可持续发展企业的气候解决方案”和“通过体育进行游说的未来”等主题演讲，并邀请观众参与讨论。创新实验室同样欢迎观众参与讨论，邀请企业、初创企业和专家共同寻找应对行业面临的重大挑战的解决方案。可持续发展是慕尼黑国际户外用品博览会 (ISPO Munich) 的主要主题，因此，来自ISPO户外展区的代表团将参加于2023年11月30日至12月12日在迪拜举行的2023年联合国气候变化大会 (简称“COP 28”) 。

十周年纪念：ISPO纺织趋势

ISPO Textrends于2013年创办，旨在为纺织品制造商、设计师、产品开发商和供应商提供一个展示创新产品和分享创意的平台。从开始的小规模展区发展成为国际公认的盛会，吸引了来自全球各地的专业人士。今年，ISPO Textrends在慕尼黑举办了十周年庆典：功能性服装领域的重要展品都在C1馆展出，从新材料——特别是可持续面料到先进的制造技术都在此展出。此外，ISPO Textrends大奖的获奖者也在这里颁奖。

体育产业的全球平台

“来自体育产业、零售商和运动员的积极反馈证明，我们成功地从多个角度全面审视和讨论了体育运动。在‘体育运动新视角’的口号下，我们从技术创新、社会影响到体育时尚趋势和可持续发展等多个角度进行了探讨”，展会总监Lena Haushofer女士表示。在这里，体育社群比以往任何时候都更加国际化，与尤努斯体育中心、劳伦斯基金会、德国可持续发展奖和Change Now等知名合作伙伴的合作再次证明了ISPO Munich作为全球知名体育用品展会的同时，也是整个行业的理想之地和灵感之源。新领域和新概念 (如Zeitgeist) 将时尚与运动时尚相结合，创造出新的内容，这证明ISPO Munich确实是获取信息、激发灵感和建立联系的理想场所。与Highsnobiety合作的520M等展区也是如此，这些展区尤其吸引了年轻一代的文化先锋并将其作为新的目标群体。网球、匹克球或电子竞技等新运动专区则以互动的方式向游客展示了该行业的新趋势。数字化中心

(Digitize Hub) 等创新中心则展示了健康和数字化等热门领域是如何发展的。

个人印象：参展商和演讲者的现场评价

Colin Kaepernick先生：

“我们在ISPO Munich会上度过了一段难忘的时光。令人难忘的活力、令人难忘的热情。如果你还没去过，那么一定要来。希望明年我们还能在这里见面。”

Highsnobiety首席执行官兼创始人，David Fischer先生：

“Highsnobiety很高兴再次成为ISPO的合作伙伴。今年，ISPO Munich的520M展区将再次成为风格与文化、运动与创新的大熔炉。慕尼黑国际体育用品博览会为此提供了一个理想的舞台；体育和运动时尚的未来在这里携手并进。”

YKK欧洲市场营销与通讯部副总经理，Engin Ertugrul先生：

“ISPO Munich对我们意义重大。展会关乎创新、关乎将新理念付诸实践。今年是非常繁忙的一年，我们很快就会推出新产品。在ISPO展会上，我们与客户会面，并从他们那里获得初步反馈。因此，很高兴能来到这里。”

Doubledeck Snowboards，Gerd Bittl-Fröhlich née Bittl：

“今年的ISPO Munich非常棒。有一些对我们的产品、生活方式和滑雪板很感兴趣的人出现在这里。我们是展厅里唯一一家滑雪板公司，这给人们留下了深刻印象。同时，大家也想知道为什么我们会来到ISPO Munich。答案很简单：我们正在重新思考滑雪运动。”

VAUDE公关经理，Benedikt Tröster先生：

“ISPO Munich是建立联系和交流思想的重要平台。看到体育产业如何发展壮大总是令人倍感欣喜。ISPO Munich是开展体育业务的理想之地”。

Fjällräven欧洲和全球批发市场总监，Stijn van Hees先生：

“今年的展会参加人数非常多。展会非常繁忙，座无虚席，我对此非常满意。我们有机会与很多人交谈。这非常好，并且超出了我们的预期。这也适用于未来几年！很高兴能见到业内所有的客户和相关人士。虽然我们在展会现场的销售额并不高，但是个建立联系的好机会。ISPO Munich不仅仅是一个贸易展：展会现场白天非常热闹，晚上则有晚宴、派对和聚会——在传统展会之外与人接触真的很棒。每当ISPO在慕尼黑举办时，慕尼黑都格外热闹。”

Jack Wolfskin营销经理，Brad Potts先生：

“ISPO Munich是与众多供应商和合作伙伴在同一地点会面的理想场所。事实上，此时此刻我正在期待我的下一次参与。”

ELHO创意总监兼创始人，Donald Schneider先生：

“ISPO Munich是设计和风格与户外行业完美结合的世界。这正是我们想要的。我们是来振兴一个老品牌、一个传奇品牌的，但我们希望以一种新的方式、一种现代的方式来振兴它。我们想在这里为下一代做些什么，这就是我们在这里感到自在的原因。我们昨天的活动反响很好，一整天都座无虚席，很多电视台、媒体和名人都来了。这是一个很好的开始。人们真正理解了我们的信息、产品、我们想要展示的东西以及我们想要传达的情绪。这远远超出了我们的预期。”

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，旗下不仅有与产业相关的模拟数字服务，而且涵盖一系列全球知名的行业盛会——慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）、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，为行业提供商业解决方案，包括：ISPO Brandnew、ISPO Collaborators Club、ISPO Award、ISPO Academy和ISPO Textrends。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

作为知名的全球性展览公司，慕尼黑博览集团在其全球80余个品牌博览会上呈现未来图景，其中包括bauma、BAU、IFAT、electronica、ISPO等11个知名品牌。集团业务范围涉及资本产品、消费品及高新科技三大领域，旗下各类专业博览会遍及中国、印度、巴西、南非、土耳其、新加坡、越南、中国香港、泰国和美国等国家和地区。在德国及海外拥有约1,000名员工和逾15家子公司，在全球设有近70个代表处，活跃于130多个国家和地区。集团自有场馆慕尼黑国际会议中心、慕尼黑北会议中心和慕尼黑会展与采购中心为各类活动的举办提供理想之选。每年在慕尼黑及全球范围内举办150多场活动，吸引约50,000名参展商和约300万名观众齐聚现场，为巴伐利亚州创造超25亿欧元的间接收益及约23,000个就业岗位，成为当地经济和旅游业的重要驱动力。此外，慕尼黑博览集团还拥有环保且先进的展览中心，覆盖18个展馆共计20万平方米的展示面积和41.4万平方米的室外空间，是总面积最大的展览中心之一。2024年，慕尼黑博览集团即将迎来成立60周年。