

展后报告：

以创新驱动破界共生，ISPO Shanghai 2025 重构运动健康产业生态圈

2025年7月4日至6日，以“运动·时尚·健康”为主题的ISPO SHANGHAI 2025亚洲（夏季）运动用品与时尚展在上海新国际博览中心顺利举办。在上海市体育局、浦东新区区委宣传部（区文体旅游局）、浦东新区商务委等部门支持下，ISPO再度夯实“亚太运动产业创新枢纽”定位，为行业注入变革动能。

作为上海体育消费节的重要合作项目，本届展会以“运动美学体系 × 未来健康场景”为内核搭建集成展示空间，吸引了来自全球近30个国家和地区的634个品牌参展。Black Diamond、3M、Buff、vibram等国际知名品牌，与牧高笛、CAMEL骆驼、UTO、Shokz韶音、FENIX等本土先锋品牌同台竞技，携手呈现10000+创新产品，吸引了来自全球72个国家和地区的31077位专业买家及运动爱好者共赴浪潮。

作为运动户外行业的盛会，ISPO SHANGHAI 2025收获了各大媒体的高度关注，中新网、环球网、东方网、新民晚报、上观新闻、凤凰网、21世纪经济时报、网易新闻、新浪网等20余家媒体对展会盛况进行了报道。

产品力革命重构消费场景

ISPO 特别策划展区分别围绕车旅、骑行、跑步、水上、攀岩、城市运动、户外美学和儿童运动等主题设置场景，联合 CHF 第十六届中国国际马业马术展览会共同打造马术板块，汇集各品类运动生活关联品牌，融合产品展示与场景应用，打造场景即卖场的商业转化路径。

ISPO CHINA CHOICE 产品力榜单基于 5 大评估维度选拔出了 30+ 具备消费潜力的新品。特邀荐品官朱炜强、粉红菲菲、安蒂的户外世界现场开启直播售卖，让前沿产品力直达消费场景，为采购端与玩家提供了选择便利。榜单对优秀创新成果的表彰与推广，进一步激励了企业的创新积极性。

品牌新势力展区聚焦可持续设计、先锋科技与国潮美学，汇集了超 30 家优质国产创新品牌和新进入中国市场的国际品牌，开启商业配对快速通道，锚定市场新增长极。

解构消费场景、激发消费需求，打造品牌落地黄金矩阵。各展区携手专业协会、垂类达人和高能量社群现场开展了骑友大轰趴、越野跑全地貌地形体验、环岛攀岩线路挑战等一系列热门玩法，举办了上海市少儿体育联赛第十一届 ISPO SHANGHAI 青少年旱地冰球冠军赛、第五届 ISPO & BoardBattle 泳池桨板赛和亲子户外技能挑战赛，为具备不同运动能力和兴趣偏好的全年龄阶段户外爱好者提供了更丰富的户外选择，吸引了近 2000 个亲子家庭到场。

时尚趋势先锋引领商业浪潮

新理念聚集，构建可持续时尚生态矩阵，激活品牌溢价空间。

作为运动及户外行业可持续发展的先锋平台, ISPO CHINA 联合中国流行色协会、北京服装学院及国际权威机构 OEKO-TEX®, 现场启动再度升级的 ECO-NOVA 可持续时尚大奖 2026, 以更开放的视野、更创新的标准铸造行业新标杆, 推动行业从“环保承诺”迈向“实质变革”。

ISPO Textrends 2027 春夏获奖产品集中亮相, 发布了本季创新纤维、面料及材料的核心趋势, 吸引了近千位设计师和产品研发代表深入展区交流探讨, 驱动产品开发降本增效。

Let's Colorful 色彩街区汇集了 20 余家主题色品牌, 丰富色彩融合可持续实践激活多巴胺运动基因, 实景演绎色彩营销策略, 促进品牌传播和商业转化。

健康消费重构产业边界

展会从科学健康全链路出发, 精研细分场景、重构户外「衣食住行」, 与国内外专业运动健康品牌共同带来从损伤防护、精准续航、深度恢复到护肤科技的全方位运动健康管理方案。通过举办企业家运动与健康论坛等活动, 赋能商业未来, 推动运动健康从消费场景向商业价值链的全面进化, 为行业发展提供了新的思路与方向。

双轨赋能引爆运动消费新纪元

在 ISPO SHANGHAI 2025 的舞台上, 跨品类融合与可持续发展已经成为运动产业的鲜明趋势。运动户外与时尚、健康等品类的深度融合, 不仅催生了运动时尚品类的快速扩张, 更激励着企业积极拓展产品边界, 探索多元消费场景。从可持续

材料的应用到环保生产工艺的推广，可持续时尚议题的深化，彰显了行业在环保方面的积极进展，也回应了消费者对环保产品日益增长的关注，推动了品牌在可持续领域加大投入，使可持续发展从竞争优势逐步成为行业准则。

国产品牌的产品力提升与国际品牌的本土化成果成为本次展会的突出亮点。展会深度挖掘专业买家需求，定制采购渠道优选清单、专业观众黄金参观路线及商贸精准配对系统，并特设买家专区，成功搭建了高效能资源枢纽。这些举措不仅促进了亚太地区与全球市场的互动，更推动了跨区、跨国的商业与文化交流，为企业拓展业务渠道、加速国际化注入核心驱动力。

ISPO SHANGHAI 2025 通过展示多元运动消费场景与创新产品，引导消费者关注运动健康生活方式，激发了新的消费需求，推动了消费市场的升级与转型。促使企业更加注重产品品质与消费者体验，为行业的长期稳定发展奠定了坚实基础，也为运动产业的未来描绘了一幅充满活力与机遇的蓝图。

ISPO 中国负责人庞丹表示：“当健康成为生活方式，当运动打破场景边界，产业的新生之力正破土而出。ISPO 愿做这片沃土的耕耘者——让专业与大众共舞，让商贸与体验共生。”

展商之声

方方女士，UTO 市场部负责人

ISPO SHANGHAI 依旧非常火爆，我们展位做的几个分享活动都吸引到了很多感兴趣的观众，达到了很好的效果。今年我们也发现，ISPO 一直在宣传的户外美学

概念，在切实地深入到消费者的心里。观众们的着装搭配逐渐将户外穿着融入到了日常生活中，这也是我们非常开心看到的现象。非常荣幸能够参加 ISPO SHANGHAI，也祝愿 ISPO 能够发展得越来越好。

付李清先生，浙江拓路者服饰有限公司设计总监

为了将可持续的理念贯彻到底，我们绝大部分产品都提供终身免费维修服务，并且推动环保纤维、无氟化和环保纱的全面使用。我们致力于追求产品功能性的极致，同时兼顾时尚性。在 ISPO SHANGHAI，我们看到越来越多的户外爱好者，他们对户外产品及其使用场景的专业性了解对我们品牌来说具有重要的指导意义。

Melanja Korošec 女士，KJK Sports (Elan Sports) Elan 副总裁

ISPO SHANGHAI 是一个非常出色的平台，它不仅建立了行业网络，还将户外行业的激情活力、创新动力与行业洞见持续注入中国市场，推动整个行业向前发展。

Albert Kruker 先生，Davos 雪度假区总裁

这是我们第一次参加 ISPO。我们希望能打响"Davos 达沃斯"作为滑雪胜地的知名度，将瑞士阿尔卑斯山脉的滑雪梦想带给中国消费者。ISPO 正是实现这一目标的绝佳平台。

李立成先生，探迹者科技品牌主理人

在 ISPO SHANGHAI，我们带来了更多新品，重点展示自适应模块化设计系统。通过功能结构的创新，我们的产品能够满足用户在不同生活及户外场景下的需求，

可拆卸、可组装、且兼具时尚性。现场人流量大，观众热情度高，许多品牌展示出秋冬新品来预热市场，户外运动品类十分丰富。

刘浩宇先生，CAMEL 骆驼运营总监

我们带来了两大核心品类：王者铠甲冲锋衣和跑者之王越野跑鞋，两者在功能性上表现出色。此外，我们的产品色系也更符合年轻人的审美喜好，展现出时尚与功能的完美结合。今年的 ISPO SHANGHAI 吸引了更多年轻、潮流且专业的观众群体，更多老牌户外品牌回归，推动了中国户外运动市场的良性发展。

刘君碧先生，杖一市场总监

我们从 2018 年就开始参展，始终认为 ISPO 是一个大型的展会盛宴，今年也特意选择在 ISPO SHANGHAI 现场首次发布产品的全新配色。展会的专业观众质量提高了很多，也非常感谢 ISPO 给我们提供了一个充分展示的平台。

Ana Martinez 女士，Buff 区域经理

作为一家高品质的探险装备的生产企业，可持续发展是我们公司的首要任务。在 ISPO 我们看到越来越多的运动品牌将目光投向日常时尚，这对行业发展大有裨益。如果您想让产品得到 KOL 的注意，从而充分挖掘品牌的潜力，ISPO SHANGHAI 是必须参加的。我们在馆内的位置非常棒，感到非常满意。ISPO 也是展示新产品的绝佳平台，这次我们就带来了 2026 年度春夏系列的户外袜产品。

曲馨格女士，EC·市场开拓部项目经理

本次我们日本贸易振兴机构带了 22 个品牌来参加 ISPO SHANGHAI, 涵盖露营和水上运动等多场景的服饰和装备。这次展会的展馆分区做的非常科学, 装备、服饰和沉浸式体验都有相对独立且让人印象深刻的呈现。现场有很多专业观众跟品牌做了深入交流。

Sean 先生, 牧高笛品牌传播与战略合作中心总监

在今年的 ISPO SHANGHAI 现场, 我们关注到有很多国内外的同行都在展会中展示出了他们最新的产品及科技。展会的专业程度越来越高, 也加速提升了消费者的认知, 使得他们更加倾向于选择功能性更强的产品, 促进品牌在产品及科技上的投入, 形成行业的良性循环, 促进行业良性发展。

施佳女士, 保定贝努卡商贸有限公司品牌代表

在儿童领域, 做户外的专业的服饰的品牌相对来说比较少, 我们有信心把 Color Kids 源自丹麦终身运动的理念带到国内, 跟孩子们一起成长。ISPO 是一个国际化的展会, 我们之前参加过 ISPO MUNICH, 首次参加 ISPO SHANGHAI 带给我们很大的惊喜。在这里遇到了很专业的同行和观众, 这是一个非常好的专业交流的场域, 希望 ISPO 越办越好。

苏泽宏先生, 广东电小二科技有限公司销售经理

ISPO SHANGHAI 有非常多热情的观众关注我们的品牌, 我觉得是非常契合我们品牌的受众群体。电小二一直致力于绿色、可持续化的发展, 全球认证的绿色工厂、可降解的产品包装、采用防火阻燃材料制作的产品, 都非常符合可持续发展

原则。特别是在快充三防（防水、防震、防尘）以及消防应急领域，我们的新产品都有非常不错的突破。

谭盛先生，嗒嗒旋扣鞋带品牌总监

本次的展会规模非常符合我们的期待，人流量也很大。主办方对于整个场馆的规划也体现出极高的专业性，卫生条件、治安秩序等方面的细节也都做得十分到位。我们希望能继续参与到厦门展、北京展甚至国外展会中，也非常期待与 ISPO 达成持续性的合作。

邢洪梅女士，京东户外装备业务部负责人

无论是鞋服还是装备品牌，专业这两个字还是主旋律。大家都非常关注可持续发展，京东平台上的很多品牌都在用环保、可持续、可降解的材料，今年我们也推出了可持续相关的定制服务。在 ISPO SHANGHAI 的展会现场，我发现用户需求、品牌表现、产品都在发生变化，很高兴看见很多优秀的品牌在逐步往专业化的这个路线发展。

杨丹女士，VINSBAH 腕宝总店长

在 ISPO SHANGHAI 2025 现场，腕宝凭借更专业、更垂直的运动品类产品线受到目标客群的关注，奢侈品工艺与智能制造融合的产品也受到了消费者的喜爱。我们见到了很多专业类目的品牌，也见到了很多骑行爱好者、跑团团长、主理人和供应商，作为品牌方深刻地感受到合作的机会特别多。

杨建辉先生，中和集团董事长、奥索卡品牌执行董事兼总经理

重新回归到 ISPO，我们很开心，今年 ISPO SHANGHAI 展会现场的户外氛围很浓厚，主办方在前期沟通、现场组织、过程的实施落地方面都很高效。本次我们特别展示出入选 ISPO China Choice 产品力榜单的奥索卡飞羽 7，整衣克重 320 克的核心创新点，金标 P 棉分区填充物 and 自收纳设计以及 1000 蓬白鹅绒都代表了行业前沿的突破。

赵凯先生，深圳市喜马拉雅贸易有限公司总经理

我们今年总体的参展感觉非常好，年轻观众更多且专业化程度更高。从观众们的提问当中能够明显的感觉到非常高的专业素养，很惊喜户外运动在国内这一年的巨大变化和提升。