

ISPO SHANGHAI 2026 盛大启幕：以“破局与共生”引领运动产业新生态

2026 年 7 月 3 日，上海 —— 以「尚嗨运动」为核心 IP 的 2026 上海体育消费季正火热进行中，全年全域联动文旅商体展多元业态，各式趣味运动活动轮番登场，点燃整座申城的运动活力。

作为本次上海体育消费季的重点联动项目，ISPO SHANGHAI 2026 亚洲（夏季）运动用品与时尚展于今日在上海新国际博览中心正式拉开帷幕。本届展会立足“产业破局与共生”的核心命题，汇聚了来自全球的运动户外品牌、渠道商、社群主理人、运动爱好者与行业媒体，共同探索在消费市场增长分化、渠道触点碎片化的变局中，如何赋能“销售转化+资源共生”。

开幕式上，慕尼黑展览（上海）有限公司副总经理、首席财务官罗瑞洋先生（Jan Rohde）在致辞中表示，健康意识持续觉醒、体验式消费加速增长，运动户外已成为连接人与城市、自然、社群的重要纽带，一个更细分、更专业、更注重情绪价值的户外新时代已经到来。他进一步强调，在 ISPO 这个平台上，展会的价值不止于促成交易，更在于帮助行业在变局中找到方向——让品牌与渠道彼此看见，让产品与用户真实对话，让趋势在这里被定义、被验证。

现场，中国科学探险协会与慕尼黑展览（上海）有限公司达成战略合作，双方将发挥各自在极限环境场景资源与行业专业背书方面的优势，共同打造“标准+极限环境测试+科学探险可持续发展”的科产融合服务平台，推动技术与测试验证转化为市场价值与消费者信任。在中国科学探险协会副秘书长祝玉良先生与慕尼黑展览（上海）有限公司副总经理罗瑞洋先生的见证下，中国科学探险协会品牌部负责人高平女士与 ISPO 在华系列展会负责人庞丹女士代表双方签署协议。

同期，ISPO 联合上海市登山户外运动协会，携手品牌、社群、KOL 及目的地代表共同发起户外安全倡议。上海市登山户外运动协会秘书长黄泓清先生、广州喜马拉雅户外用品有限公司市场总监郭嘉希先生、福建省特卡户外装备有限公司 DAQQAB 德克泊品牌创始人吴永金先生、两步路户外助手商业化副总裁丛义哲先生、户外军事领域意见领袖/户外

探险达人袁野先生、上海见青山户外俱乐部卫宇先生等六位嘉宾代表全行业发出呼吁：科学出行、敬畏自然、守护生态，让安全成为一切户外体验的底线。

【汇聚全球创新势能，见证产品力繁荣新生态】

展会现场成为全球品牌产品创新实力的集中秀场。本土力量展现尖端突破，国际品牌持续深耕专业领域，从产品发布到技术分享，从品牌首秀到互动体验，共同呈现了一场从产品到生活方式的行业进化：

- 喜马拉雅：2026 秋冬新品现场发布。
- UTO：秋冬羊毛新品首发，现场演示科技面料。
- 练己：联合广东省运动防护协会、励建安院士、ISPO 首发三级运动防护理念，核心技术 S5K 韧核应用到新品 Air 护踝。
- TOPO：展示 2026 夏季系列新品，开展系列手工扎染体验活动，并发起“骑遇 ISPO”骑行观展互动，延伸品牌对于“自然随行，无界生活”的表达。
- Lundhags 隆哈：首次参展并推出“不徒不相识”主题“北欧神裤”Makke 马其裤十五周年纪念活动，经典版型致敬户外与自然。

*按活动开始时间列出

【全场景展区，精准对接产业需求】

本届展会围绕跑步、骑行、攀岩、城市运动、水上运动、徒步登山、宠物户外等核心板块，设立了极具针对性的沉浸式展区，旨在为不同细分领域的参与者提供从体验到转化的完整链路。

品牌新势力展区聚焦垂直细分、科技创新与可持续践行，为新品牌快速对接市场、供应链与资本，是挖掘“未来品牌”的重要阵地。

户外美学展区精选兼具功能性与美学设计的品牌，打造松弛、舒适、有格调的户外生活方式场景。

ISPO CHOICE China Market 产品力榜单入选投票区正式开放，特邀专家评审团、运动 KOL 评审团及现场专业观众三方共同参与，为入围的优质户外产品投出关键一票，以多元视角共同见证年度户外好物的诞生。

ECONOVA 可持续时尚共创计划深度落地，现场发布《2027 秋冬亚洲可持续运动时尚趋势报告》，同步推出涤纶、锦纶纺织品可持续色彩应用团体标准，完善面料选材、染色、循环标识全链条规范，以标准化推动可持续时尚落地实操。

ISPO Club 5X5 Challenge 运动挑战赛串联跑步、骑行、水上、城市运动、攀岩五大主题展区，把运动闯关赛搬进展会现场，让产品在真实场景中被使用、被记录、被传播。

跑步与运动训练区全新打造“跑鞋 repo”展区，拒绝云测评——冠军与真实跑者共同分享实战鞋，合力共创「全场景跑鞋真实体验图鉴」。

骑行生活方式展区联动知乎运动、骑行社区和户外达人共同打造七大主题活动，从城市通勤到 4+2 车旅咖啡，从改装文化展到骑行台竞速，呈现骑行生活的多元面貌，打造从装备到生活的沉浸式骑行文化场域。

攀岩展区结合“大而全”的全产业链与“小而美”的沉浸体验，设有抱石岩壁、K 板与彩虹板，通过竞技赛事与公开课，兼顾新手体验与高手切磋。

城市运动街区以“新潮运动体验”与“女性运动痛点解决”为双主轴，携手中国星板、WEEKLYSPORTS 和岳下户外频道，铺开一个属于城市运动未来的共创现场；发起“Women in Motion Lab”女性运动实验室，直击支撑稳定、周期适配等真实痛点。

水上运动展区集产品展示、大型实景水池体验、俱乐部联动及达人传播于一体，发布“上海夏日运动户外探索地图”，串联优质俱乐部与热门路线。

茸野同行·人宠户外生态展区以“宠伴赴野，破界共生”为主题，构建集装备展示、服务对接、行业交流于一体的生态空间，推动宠物户外生态的协同发展与跨界合作。

户外可持续展区携手北京市企业家环保基金会（SEE 基金会）共同打造，搭建户外行业端与公益界的创新桥梁。生产方、消费者、户外爱好者、公益机构、媒体等多元参与角色在这里跨界共融，找到生态友好的着力点，共同为户外可持续发声与实践。

【前瞻论坛，洞见产业未来】

与多元展区相呼应，展会同期举办多场高规格论坛，从趋势、技术、可持续到品牌增长，为行业提供系统性赋能。

运动时尚流行趋势论坛联动北京服装学院、中国流行色协会、WGSN 及 SGS 等权威机构，发布功能性纺织品、可持续时尚及创新材料核心趋势，为设计师与产品经理提供可直接应用的系统方案。

山地可持续发展研讨会以“生态山径可持续发展”为主题，聚焦赛事运营、资源利用、安全保障与消费者理念培育。ISPO 将携手产业各方共同发起《中国户外生态山径可持续发展共识》，从宗旨目标、核心原则、行动倡议三大维度搭建行业行为准则，通过产业协同联动、安全服务体系搭建与大众意识培育，推动全国生态山径走向标准化运营与长效化发展，助力户外行业健康有序前行。

GOIF×ISPO 户外产业发展论坛横跨行业洞察、前沿技术、供应链解读与品牌趋势四大维度，打通户外产业从研发端到市场端的全链路视野。论坛汇聚功能性材料创新者与品牌决策者同台对话，让数据洞察与实战经验交汇，围绕新材料商业化落地、专业赛道增长逻辑等核心议题展开深度探讨，共同寻找户外产业下一阶段的核心增长命题，助力行业在高速演进中率先找到属于自己的增长坐标。

茸野同行·人宠户外生态沙龙由 ISPO 携手宠物产业新创投研习院共同打造，以“破界·共赴·共生”为理念，集结淘天宠物、天元宠物、拉夫威尔（Ruffwear）、honeycare 好命家

等头部平台与品牌，以及宠物主题公园、赛事方、社群等多元业态代表。围绕宠物户外市场规模与趋势、人宠出行产品解决方案、赛道增长机会等议题展开分享与圆桌对话，共商人宠户外跨界融合的新增量。

「城野融适·户外品牌的全域增长新逻辑」论坛由 ISPO 联合数字 100 重磅打造，集结电商平台、内容生态、本土头部品牌、数据咨询及数字化服务等全链条资深专家，聚焦“专业基因×都市美学”、“用户需求×场景匹配”、“数据洞察×增长决策”三大核心命题，从内容营销、品牌审美、消费洞察到数字化转型，覆盖户外品牌经营全链路，为从业者拆解当下痛点、预判未来趋势、探寻长效增长路径。论坛所有议题均来自一线实战总结，致力于为行业提供可落地的增长方法论。

【构建“增长搭子”新生态】

ISPO SHANGHAI 2026 不仅是一场展览，更是一个以“真实连接”为核心的共创平台。无论是品牌方验证产品、渠道方发现好物、社群链接资源，还是运动爱好者体验新潮玩法，都能在这里找到属于自己的“增长搭子”。未来三天，展会将继续以开放的姿态，推动运动户外产业从单一功能供给走向生活方式提案，实现高质量、可持续的全面发展。