2022 ISPO北京 | 亚洲（冬季）运动用品与时尚展

产品名称	2022 ISPO北京 | 亚洲（冬季）运动用品与时尚展
公司名称	上海市熹励营销策划中心
价格	1350.00/件
规格参数	
公司地址	上海市浦东新区龙阳路
联系电话	18779513059 13816407894

产品详情

展会时间&地点

ISPO Beijing 2022

2022年12月9-11日

国家会议中心 · 北京

朝阳区天辰东路7号

ISPO BEIJING – 辉映新兴的亚太运动用品市场

参展联系：王霞

ISPO Beijing亚洲运动用品与时尚展由慕尼黑展览（上海）有限公司主办。从2005年举办至今，ISPO Beijing已发展成一个运动用品商贸平台，其影响力辐射至整个亚太地区。在过去的15年里，ISPO Beijing积极推动着中国运动用品产业商贸环境的快速良性发展，使全世界的目光都聚焦在亚洲运动用品市场的崛

起和革新，吸引进入这一地区。与此同时，ISPO Beijing更致力于扶植本土品牌，为品牌商、渠道商和消费者架起一座互通桥梁。在这一激动人心的过程中，ISPO Beijing强调传统文化和创新理念的融合，巩固和支持商贸的发展，使得运动用品和运动时尚市场展现勃勃生机。

作为全球重要的运动商贸平台，ISPO以为海内外体育运动行业融通交流为己任，长期致力服务于体育运动企业，无论其规模、类型或发展阶段，ISPO都将为您提供全年不间断的综合服务。

揭幕ISPO BEIJING 2022，我们在期待什么？

ISPO Shanghai 2022【南京特别版】的后，展商、观众、KOL、爱好者，大家打招呼的方式纷纷变成了“ 你好，再见，北京见 ”。

你，我，他，他们，都在期待北京。

ISPO Beijing 2022将于12月9-11日在北京国家会议中心举行。

更多跨界运动选择？亦或是更新的运动潮流趋势？还是更的行业前景分析？

当我们在期待北京时，到底在期待什么？

多品类运动生活方式悉数呈现——发现生活之美

“ ISPO正在逐渐扩充我对运动生活的理解，还没有玩明白去年种草的露营，又试水了飞盘和陆冲。 ”

——ISPO Shanghai 2022【南京特别版】观众回访

ISPO Shanghai 2022【南京特别版】现场，户外运动和露营生活仍然是观众感兴趣的板块，除此以外，运动科技和新材料板块也受到较高的关注。比起表面文章，玩家更希望了解每一件事物的深层的技术及科技，充分解构产品内核。

数据来源：ISPO Shanghai 2022【南京特别版】展后报告

同时，观众对运动生活之美的深入理解，也可以从“ 环保可持续展区 ”增长的关注度窥得端倪。当运动生活真正转变为个人日常生活，人们更想要为长久地享受美好而努力，更关注这个世界。

从攀岩、水上运动到露营再到飞盘、陆冲、瑜伽等城市运动，ISPO持续培育运动户外的细分类目发展，始终在向市场推介更多运动生活方式，不仅吸引了更多玩家，也让从业者拥有探讨产业发展的一方天地。

ISPO Beijing 2022将继续推广多品类运动生活方式，同时精耕细分产业深度，强化优势板块，不断拓展边界，发掘运动户外的市场潜能。展会同期将呈现以攀登、徒步、滑雪、露营、城市运动等不同场景为主题的时尚大秀，展示更多元的品类运动场景。

户外运动等强势板块方面，ISPO将以变革与新生为角度，展开产业发展的讨论；迎接国内外户外品牌的回归，就运动户外产品的材料、科技等功能性，度方面向市场大力输出内容。此外，ISPO鼓励原创，在性能优先的基础上，提倡使用层面的交互设计、环保、时尚等内容推广，为市场提供更多元的运动产品选择维度。

跑步与运动训练板块，将重塑备受ISPO观众期待的跑步科技、运动电子与运动饮食方便的集中展出与内容传播。同时继续推广运动健康与康复，提升运动人群的健康安全意识。

在ISPO Shanghai 2022【南京特别版】现场刚刚新生就大受欢迎的城市运动板块，也将在北京展以更加丰富的品牌参与、更多元的体验互动和传播来展开，打造强时尚运动属性的一块天地。

另一方面，ISPO将开辟骑行板块，联动国内外骑行品牌、俱乐部、媒体、协会及车行打造骑行展示区，展示装备、配件、零部件、服饰等，并呈现骑行与其他运动生活搭配的场景美学。

市场购买意愿增长，行业焕发向上的新生力量

“ 无论是作为KOL向爱好者们传播运动生活方式，还是与品牌合作带货，在ISPO我看到了更多可能性。”

回顾ISPO Shanghai 2022【南京特别版】的观众构成，我们发现“ 线上零售商 ”增速明显，占比较上年增长150%，其中电商平台和购物平台增量，电商店铺及代运营及社群微商增长也超过1倍。

电商作为疫情及后疫情时代下灵活度高，门槛低，成本优化的解决方案，受到品牌及企业主的广泛关注

。随着电商交易的成熟，种草、直播等营销工具及手段对品牌、产品的内核提出了更高的要求，电商赛道比以往更关注行业发展动向，不断发掘可靠且高品质的货源也成为他们的重要竞争力之一。

除了了解行业发展趋势，收集更多“冷知识”外，到场观众对于采购及寻求新合作伙伴的需求也成增长态势。

日前，国家体育总局发布《关于体育助力稳经济促消费激活力的工作方案》，敦促符合条件的地方积极拓展国际级滑雪旅游度假地、探索体育旅游消费新模式。在积极的政策引导下，运动休闲生活方式有望触发更大的消费热潮。

作为全球“双奥之城”，北京通过夏季、冬季两届奥运会的顺利举办，成功带动了更多大众投入体育运动，积累了许多具有“可持续发展”可能性的“奥运遗产”。

一路陪伴中国冬季运动产业成长的ISPO Beijing，2022-2023年将重点关注一系列“冬奥遗产”的商业运营及转化，以及“白色经济”赋能下的户外全产业链升级与发展。ISPO将继续通过“亚太山地户外产业发展可持续峰会”着手山地产业四季化、主题化、社群化的文体旅发展探讨，汇聚全球资源和经验，为行业提供更多的商业机会。

雪季将携着众多滑雪从业者的“众望”到来，所有运动户外细分类目的从业者与玩家，都将被带入、参与到这项迷人的运动生活方式中，ISPO也将与各大滑雪品牌一同向更广泛的人群普及安全、有成就感的入坑与进阶体验，打造和推广滑雪文化、增强潮流属性，推进滑雪运动生活的可持续市场化发展。