

亚洲运动用品与时尚展|上海ISPO2024

产品名称	亚洲运动用品与时尚展 上海ISPO2024
公司名称	展会信息平台
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2023上海（夏季）亚洲运动用品与时尚展ISPO|上海露营装备展|潜水装备展|跑步用品展|健身用品展|攀岩装备展|户外用品展|体育用品展|水上运动用品展|运动服装户外服装展|功能性面辅料展2023年，2023 ISPO上海展将于6.30-7.2在上海新国际博览中心举办。重整装，再出发！ISPO BEIJING 2023圆满落幕2023年2月10日至12日，再次回归国家会议中心举办的ISPO Beijing 2023亚洲运动用品与时尚展吸引了来自223家参展商的368个国内外品牌，共计迎来37623名行业观众和运动爱好者，较上年ISPO增长超50%。作为亚太地区运动生活方式产业重要的开年盛会，ISPO呈现了冬季运动、户外运动、露营生活、攀岩、跑步、骑行、陆地冲浪、瑜伽等运动生活方式，展现了前沿潮流趋势，创新产品及新技术，供应链、功能性面辅料等相关产业集群解决方案，为产业未来发展提供了新的思路及方向。在展会圆满落幕后，慕尼黑展览（上海）有限公司总经理、大中华地区首席执行官徐佳女士欣喜地表示：“三年前，ISPO Beijing 2020是个受到疫情影响而被迫延期的展会，而三年后的ISPO Beijing 2023又成为了个在疫情后恢复常态的展会。看到大家在这里交流所得、达成生意往来，寻找新的灵感，对于我们来说是有成就感的事。运动生活方式的发展从未停下脚步，ISPO永远愿意为业态、品牌、产品、从业者及爱好者提供平台。”ISPO Beijing 2023的顺利开展，对于行业来说无疑是一剂强心针。热闹而富有生机的现场，向社会大众展现出疫情步入低流行水平后，运动生活方式产业充满活力的发展趋势。ISPO与众多运动生活方式品牌、行业从业者、爱好者们一起，共同见证了这场充斥着“重启与新生”的启航。作为2023年北京开年运动生活方式行业的“开门红”，ISPO Beijing 2023收获了各大媒体的高度关注，新华网、中央电视台财经频道、北京电视台新闻频道、北京日报、北京晚报、北京商报、环球网、中国经济网、北青网、中国报道、国际商报、中国贸易报、中国等二十余家媒体对展会盛况进行了报道。激发多维视角，助力运动产业全面恢复ISPO将“把握先机，成为先行者”作为目标，力图从多个维度入手，完成自我升级，带动产业发展。依托于2022年ISPO夏季展的成功举办，此次展会现场，慕尼黑展览（上海）有限公司在南京市会展办的见证下，与南京国际展览中心成功签署战略合作框架协议。延续合作，ISPO继续为南京及周边辐射地区的运动方式从业者、爱好者们，奉上充满欢乐与新鲜感的运动盛会。与此同时，为丰富华南地区运动休闲产业构架，推广融合性的运动生活方式，拓展ISPO在华南地区影响力，慕尼黑展览（上海）有限公司在厦门商务局会展处的见证下，与厦门国贸会展集团签订了战略合作框架。打破边界壁垒，创造运动生活方式宇宙从多品类到全品类，从打通通路到打破壁垒，ISPO经历了在运动生活方式领域多年的探索，正在将更多小众品类推向台前，为它们寻找合适的成长空间，理清市场化、规模化发展思路。并且通过这一举动，为发展成熟的品类注入新鲜血液，刺激其新陈代谢，达成更长久的兴盛。慕尼黑博览集团ISPO项目组总监Tobias Grber先生表示：“我们希望通过ISPO Beijing 2023展现出运动生活方式产业的多样性、包容性及可持续性，这也是ISPO想要传递给世界的理念。运动生活方式多种多

样，它的目标群体正在急速扩张，企业及品牌需要在保持轻量化思考的同时满足消费者的需求多样性，则需要呈现在设计、选材、性能上更具包容性的产品，终通过可持续的技术及运营方式，长久地保持人与自然的正向循环。”信息技术与算法为大众呈现了一个千人千面、多彩多姿的世界，运动生活方式各个品类的百花齐放，离不开多角度、多平台的市场营销手段对消费者心智的渗透。ISPO同时开辟了天猫、小红书、抖音三大战场，以差异化的视角，从类目联合推广、大众领域内容种草、垂类品牌场景化推荐等方向发力，为品牌及产品争取更多曝光机会，促进运动生活方式的破圈。参与ISPO Beijing的装备测评领域户外达人——“测评界的野路子”，也对打破壁垒、跨界沟通有自己的理解：“2022年的ISPO夏季展是我次与ISPO近距离接触，其实从涉及的品牌及产品来看，我并不算圈外人。但是这次交流让我更清楚地意识到运动生活方式的广度，这个领域非常值得挖掘，也因此促使我深度参与了ISPO Beijing。很开心通过此次ISPO的平台，让更多跨界的品牌和粉丝了解我们。”行业干货汇集，提供产业新视角把脉行业发展方向一直以来都是ISPO作为交流平台的强项，无论是行业发展所依托的重要政策、国内外行业风向，还是机构的趋势预测、行业先行者们的经验分享与案例分析，都受到了行业从业者的广泛关注及认可。本届ISPO Beijing，从山地户外运动产业可持续、大市场格局下的户外运动零售、运动时尚流行趋势、运动康复等四大领域，借助产业发展规划的解读、市场格局的判断、品牌产品的国内外差异分析、运动消费者画像等话题，为行业打开新思路，助力从业者应对全面爆发时代的变革与挑战。此外，ISPO运动生活家舞台也围绕着品牌市场营销模式、小众运动或休闲项目的长线发展、公众对于可持续话题的参与方式等话题进行了20余场小规模探讨。KOL达人与粉丝的亲密互动、运动员、从业者精彩的案例分享，更是将现场热烈的氛围推向了高潮。不仅如此，ISPO城市运动街区及ISPO攀岩区针对瑜伽、陆冲、桨板、攀岩等小众细分板块内的运动推广及基础教程，也成功吸引到了一众初级爱好者及跨界尝鲜的运动达人现场互动，展现了大众对于运动生活方式极高的接受度。感谢参展商、合作伙伴及观众的不离不弃ISPO Beijing自2020年起经历多次的延期，此次顺利举办离不开众多展商、合作伙伴及观众的支持与信任。同时，更要特别感谢国家会议中心对此次ISPO Beijing各个层面上的大力支持，展会的成功举办离不开国家会议中心高标准、超的服务。在此，ISPO团队也向这期间一直不离不弃，始终支持ISPO的所有人致以崇高的敬意，感谢一路以来的陪伴与坚守。重整旗鼓，ISPO希望可以继续与大家携手，以更高的目标及期望向更广阔的未来进发。下一届ISPO

Beijing将于2024年1月与各位继续相约首都北京国家会议中心，与此同时ISPO Shanghai 2023将于2023年6月30日至7月2日在上海新国际博览中心举办，再创运动生活方式新纪元。展商之声*按姓氏首字母排序蔡壮先生，威海酷动体育用品有限公司合伙人ISPO现场人头攒动，每个人都满怀期待来到展会，回归常态化之后，整个市场会迎来一个非常大的爆发，会越来越好。大家对ISPO这么多年的发展很认可，在行业内口碑非常好，我们也很开心能通过ISPO这个端口，将品牌更多地推出去，让大家通过ISPO了解我们。曹克晨女士，浙江牧高笛户外用品有限公司市场经理ISPO是一如既往的好，我们每年都会参加，现场聚集了非常多的垂类达人以及行业从业者，为我们的新品带来了大量行业内外的曝光。但对我们来说更重要的是，我们能在ISPO的现场得到大家对于新品真实的反馈，我们会通过这些反馈看到行业的趋势与潜在需求，为我们之后的市场营销以及产品研发做更好的准备，我们今后肯定会每年都来。黄庆余先生，福建省向兴纺织科技有限公司销售总监随着后疫情时代的到来，整个大众的运动频次增加，消费主张也在发生变化，我们对运动户外市场的发展前景很期待。ISPO是一个很的平台，我们在这里了解了很多新的技术、新的功能，跟客户做了深度的交流，同时也很好地展示了我们的品牌，收获非常多，非常感谢ISPO的服务。贾浩然先生，京东运动户外装备品类负责人今年来往的观众特别多，不管是媒体、平台，还是买家或爱好者，能让我们感受到大家对于户外露营的认知和热情。非常感谢ISPO能组织这样的展会，给我们露营人对外发声的机会，希望ISPO越办越好，有更多人知道露营，体验露营，爱上露营。黎意臻女士，广州希脉创新科技有限公司NITECORE品牌总经理这次ISPO真的是无论是人流或者是参观者的质量都在提升。ISPO非常有经验，无论是提供服务给到展商还是参观者，都是非常棒的。三年未见，在疫情之后，这次让我们体验到业务又回来了，用户又回来了，市场又回来了，就正如ISPO在门口所说的，春暖大地，大家都带着更高的热情来迎接疫情后新的户外生活。刘浩宇先生，广东骆驼服饰有限公司装备市场总监ISPO作为北京2023开年以来的场户外展，也是我们在垂直户外领域的场展会。这次ISPO体验非常好，因为现场的人流量比我们想象的大很多，这既代表了用户的热情，也释放了行业积极的信息，相信今年我们旅游户外市场肯定会大放异彩。此次ISPO展会我真的大力推荐大家来关注，这真的是一个便捷而且非常具有传播性的活动。庞涛先生，极限之家总经理如果用两个字来形容接下来的运动户外市场，就是“春天”。我很感动，我们三年来一直在期待着ISPO Beijing的发生。这次ISPO复展时间我们就决定参展，重要的原因是我们必须重新去吸收行业的信息、了解市场的变化。我们能感受到现场来了很多新的、有消费潜力的人群，他们更年轻、知识更系统化、更，并且已经开始了解户外。参加一次展

会打开一个世界，这对我们发展壮大是很重要的机会。王哲强先生，杭州体拓户外用品有限公司ISPO今年给我的感受是大家都非常的热情，观众人山人海，完全超出了我们的预期。体拓与ISPO合作了十多年，一直保持着良性的沟通，ISPO是一个跟大家沟通交流、合作共赢的平台，与我们的品牌及企业文化也很契合。徐国庆先生，北京康尔健野旅游用品有限公司Kingcamp品牌创始人这次准备了很多产品在ISPO做，包括全球的产品的重磅发布，现场的反馈都非常好。这次没想到现场会有这么多人，是我历年参展的人流量密度大的，希望今后我们在ISPO能有更大的面积，我们非常认可主办方对ISPO整体的组织和筹办。徐剑峰先生，东丽酒伊织染(南通)有限公司企划部部长大家都积累了太多的期待，作为疫情后举办的大型展会，有点出乎我的意料，无论从我们的客户群体，还是爱好者群体，大家的度及对行业的关注度都有了很大的提升。对我们材料制造商来说，也大大提升了信心，为我们持续不断地开发注入了新的活力。闫伟先生，北京三夫户外用品股份有限公司电商副总经理我觉得未来户外运动细分市场，在一些更高品质的运动场景上会有更多的需求。今年没想到会有这么多观众，我们展期每天从开场到撤场都一直非常忙。我们对本次ISPO Beijing展会的效果非常满意。曾花女士，北京思凯乐户外用品有限公司思凯乐创始人、总经理我们觉得2023年会特别好，展会现场我们一直非常忙碌，观众特别多，大家对2023年共同的感知就是非常好。我觉得ISPO在这个时间点选择开展是特别好的，让我们作为从业者有了非常大的信心。张凯先生，上海优动用品有限公司UTO品牌创始人UTO已经等了ISPO Beijing三年了，我们非常看重整个户外行业在“后疫情时代”的发展机遇。国家的政策支持也让我们有信心去参与ISPO这种大型的展会，拓展更多的生意机会。ISPO相比过去发生了很大的改变，正在面向更广的范围做广域推广，不再仅仅是订货的模式。ISPO邀请了很多业内和跨界的达人参与到展会来，这是我们非常需要的。周传人先生，华宝新能副总经理随着国家政策对于户外产业的大力推动，我们相信户外电源在中国市场的普及也将进一步加速。电小二这次参展大的感受是现场的氛围比之前更加浓烈，同时也可以感受到ISPO的创新。ISPO在展陈及推广方式上的创新、零售的数字化，还有户外产业的可持续性发展等相关议题，都让我们印象深刻。在ISPO见到了很多新老朋友们，让我感到非常亲切。朱磊先生，施万思笔乐户外用品(上海)有限公司多特中国区总经理对于未来的市场我们抱有很大的期望，2023年户外会有一个更长足的进步，这其中所有的户外品牌都会有更大的舞台。这次ISPO让我觉得很惊喜，一大早就陆续地有观众进场，大家的反馈都非常积极，这次ISPO做得很棒，我们非常期待ISPO Shanghai，同时，明年的ISPO Beijing我们也会一直参与。张小亚女士，合众汽车集团精品公司负责人我们对汽车户外用品非常感兴趣，我们在现场见到了许多目前正在合作的品牌方，也看到了更多新的厂商，他们带了很多在线上线下都看不到的新产品，我们合作的意向非常大。我觉得本届ISPO非常成功，现场的人流量很大，在现场的时间是不足以完成所有洽谈的，非常感谢ISPO的主办方，为我们仔细规划了行程。张义先生，中国汽车流通协会会员部副主任这次的ISPO让我大开眼界，非常有特色，我认为ISPO跟汽车的结合点很多。其实汽车行业跟运动行业之间的互动一直是大家关注的一个方向，很多汽车品牌也越来越热衷于对运动行业做投入，我相信汽车行业与运动行业之间的结合一定是1+1>2的效果。未来我们希望有更多的汽车与咱们运动行业相结合，也希望ISPO越办越好。