

ISPO Beijing 2024

亚洲运动用品与时尚展

展后报告

国家会议中心 北京
2024年1月12-14日



MESSE
MÜNCHEN



同期举办
 Alpitec

ISPO
Beijing 

ISPO Beijing 2024展览概况

30,359位

观众及达人爱好者现场参观

501个

国内外品牌

1,000+位

KOL/KOC到场推广



加速体育产业变革，促进运动文化发展

- ✓ 冬季运动
- ✓ 户外运动
- ✓ 露营生活
- ✓ 运动科技与新材料
- ✓ 攀岩运动
- ✓ 户外可持续
- ✓ 骑行生活方式
- ✓ 城市运动
- ✓ 滑板、匹克球、瑜伽
- ✓ 车旅生活
- ✓ 运动康复

以敏锐洞察，集结户外圈潮流热点 让专业发声，为行业稳固发展把脉

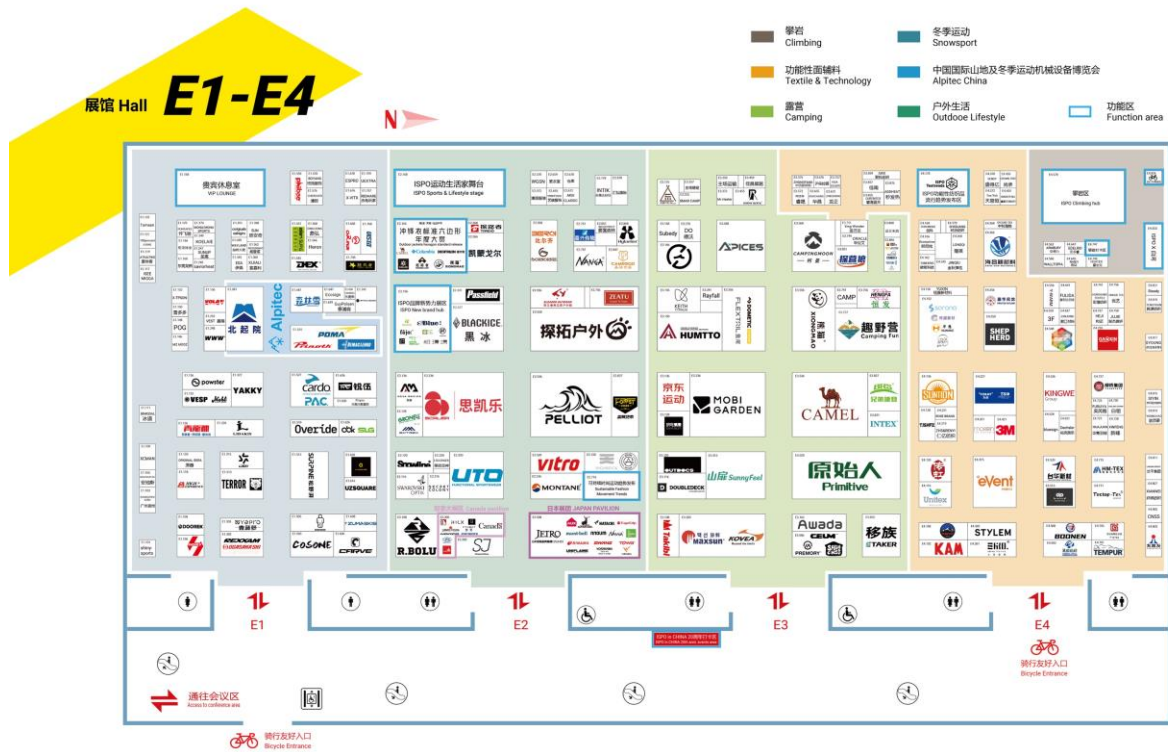
22个独立展示区+10场行业论坛深入谈到运动户外产业多层次、多视角的痛点难点和发展趋势，推动行业新一轮热点的发酵。

促进运动生活方式的破圈

ISPO首次同时联动抖音、小红书、得物、知乎等平台，分别以主题内容联合传播、垂类话题深度探讨、大众领域内容种草、运动潮流人群洞察、“知乎参观团”等形式，深入解读运动户外潮流内容的传播密码，为品牌及产品争取更多曝光声量，促进运动生活方式的破圈。

ISPO Beijing 2024回顾 | 展商及观众

ISPO Beijing 2024 参展品牌



部分参展商评价

包刚先生，多美达集团总经理兼董事

我认为ISPO作为整个亚洲最具影响力的户外展览，呈现了一如既往的高质量，非常开心能够来到ISPO。多美达希望借用ISPO这个平台把家庭、移动生活和露营结合在一起，通过ISPO给更多人带来新的生活体验。

赤泽阳平先生，JETRO日本贸易振兴机构青岛代表处副所长

ISPO是一个非常不错的展示平台。现场我们以冬季运动和冬季露营为主题设置了日本馆，展示了14家日本企业的产品，有非常多买家与消费者对此感兴趣。希望有更多观众可以来亲身体验日本的户外用品和冬季运动产品，了解日本的魅力。

邓淑梨女士，广州熊猫探险科技有限公司品牌经理

今年ISPO Beijing现场格外火热。我们将功能科技和AI先进技术结合到户外功能服饰面料里做融合和呈现，获得了很好的反馈。现场听到了很多有用的分享和交流，非常值得我们学习。

高峰先生，北京百福互维商贸有限公司创始人

我觉得中国运动户外市场一直以来都具有很大的潜力，未来还将迎来更多的发展。这次来ISPO Beijing也带来了一些新品牌，现场的参展体验也跟前几年不一样。现在有越来越多的达人参与到展会中拍摄、介绍、体验产品，传播力和影响力非常可观。

韩艳丽女士，Montane中国区副总

这次参加ISPO是Montane品牌在中国市场的首次正式亮相。我们惊喜得看到户外领域的人气不断上升，消费者对户外的理解也更加的多元化。现场的品牌和活动体验都非常丰富，还有专业论坛提供行业资讯的分享，这些信息对于品牌未来的发展也能提供很有价值的参考。

黄晓丽女士，上海鱼尾科技有限公司品牌运营经理

本届ISPO Beijing的展商更多，更有小众品牌新增进来，说明ISPO在持续关注用户的真切需求。现场客流非常大，代表着中国户外运动的人群体量越来越大，我们也更有信心，在未来乘东风而起，把更好的户外电子装备产品带给中国的用户。

刘浩宇先生，广东骆驼服饰有限公司营销总监

本届ISPO Beijing看到了更丰富的参展商类型，聚集了非常多品牌和供应链端的行业伙伴。现场城市运动街区、户外可持续展区、攀岩区等不同主题的互动体验区营造了非常好的氛围。我相信中国户外运动行业定会蓬勃向前，期待ISPO越办越好，也非常期待ISPO Shanghai 2024的顺利召开。

刘丽丽女士，伊帆特纺织品(上海)有限公司中国区市场经理

这次的ISPO Beijing内容更加多元化，有更多的国内品牌参与了进来。很高兴看到越来越多的人走向户外拥抱自然，他们的消费观念也越来越理性，对专业的高品质户外用品需求增加，使用场景也更加细分化，大家对环保的认同度也在不断提高。

莫使先生，伯希和户外运动集团股份有限公司品牌市场总监

这次ISPO Beijing的参展体验非常好，我们展出了核心产品，见到了很多专业观众和媒体，感受到了户外市场的受关注程度。很高兴ISPO能够给予我们中国户外品牌越来越多的展示机会，希望未来能有更多机会和ISPO共创，共同推动中国户外市场的蓬勃发展。

*按姓氏首字母排序

部分参展商评价

乔颖女士, Zamboni中国区代理, 麦克斯加总经理*加拿大展团代表

我觉得ISPO是行业的风向标, 希望通过ISPO Beijing提高品牌在冰雪行业的影响力。展会现场我看到了很多新的技术, 我非常喜欢这个展会。

余亮先生, 浙江牧高笛户外用品有限公司首席人力资源官

现场整体氛围非常好, 就像是一个户外运动的大party一样, 借用ISPO这个平台也再次强调了我们的“重回徒步登山”的品牌主张。ISPO进入中国已经有20年, 在这里也祝ISPO生日快乐。期待可以和ISPO一起努力, 我们在ISPO Shanghai 2024再见!

Franckie Tamisier先生, Poma Beijing 总经理

随着中国滑雪场的日益成熟, 滑雪目的地不再仅限于冬季运营, 夏季也同样有丰富多彩的活动。ISPO展会作为一个极佳的平台, 不仅为我们提供了结识业界朋友的机会, 也能充分展示各种滑雪用品。展会也非常有利于企业发掘创新, 和各类企业建立联系。

*按姓氏首字母排序

Dieter Vyls先生, 东莞葛天那鞋袋制造有限公司全球销售总监

针对户外运动和休闲领域的蓬勃发展趋势, 我们已经在该领域进行了大量的投资。ISPO Beijing盛大举办, 为我们带来了丰硕的收获。展会期间, 我们结识了很多新朋友, 同时也吸引了大量对Safety Jogger品牌感兴趣的中国观众。对我们而言, ISPO Beijing无疑是一次非常成功的盛会。

肖建波先生, 天越Extrek&Gronell戈尼尔品牌主理人

我们认为ISPO是目前最具代表性、最专业的一个户外平台展会, 所以我们选择来到ISPO。我们非常看好中国未来的专业户外用品市场, 年轻的消费群体的崛起以及各项产业的升级, 我相信未来户外市场会有更大的前景。

徐剑峰先生, 东丽酒伊织染(南通)有限公司企划部部长

东丽和ISPO是合作多年的老朋友, ISPO进入中国20年, 而东丽参加ISPO展会也有十多年的历史。我们一直对中国户外运动行业发展充满着期待。在经历了一系列的起伏以后, 这届ISPO Beijing让我又找回了似曾相识的感受: 户外运动又回来了, 消费的需求又回来了, 品牌共创的空间又拓展了。现场人山人海, 品牌商、合作伙伴、户外爱好者都非常多。我们相信户外运动行业未来可期, 希望跟ISPO的合作也未来可期。

徐赞女士, 瑞讯生物材料Sorona亚太市场推广负责人
ISPO是一个非常专业的展会, 今年ISPO Beijing现场人流如织, 集聚了非常多的行业精英及专业观众, 他们的热情程度以及专业程度都超乎我们想象。我们希望可以借助ISPO提升品牌形象、结交优秀的合作伙伴, 这一个非常好的交流学习平台。

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

思凯乐一直非常看好未来的户外运动市场, 随着节假日的增多以及对健康的重视, 相信会有越来越多的人走向户外, 走进大自然, 我们对未来充满信心。思凯乐连续多年都参加了ISPO展会, 感受到ISPO做事的认真态度, 同时ISPO一直帮助行业不断地破圈, 吸引更多的行业媒体来报道宣传户外运动, 作为行业内的品牌我觉得我们也有责任有义务去支持ISPO展会, 所以明年思凯乐还会参加!

张恒先生, 三夫集团董事长

在过去两三年内, 三夫转化成渠道+品牌的双战略模式, 2024年我们也将继续深耕户外行业。这次参加ISPO Beijing的效果超乎想象、非常成功! 希望以后有更多的国际化的品牌能够加入ISPO。

部分参展商评价

张红蕾女士，doubledeck中国总代理、瑞音（北京）商贸有限公司总经理
球叔，资深滑雪户外玩家、北京宇通博野科技有限公司首席运营官

我觉得ISPO对我们这样新进入中国的品牌来说是一个非常好的平台和机会，有许多行业从业者和滑雪运动爱好者来到现场。我们希望通过ISPO把最新的单板技术带到中国，让国内的雪圈的从业者和爱好者有机会体验它。

赵兴梅女士，脉鲜贸易（大连）有限公司科长
孙晓女士，KOVEA中国区总监

越来越多的人参与到运动户外的市场中来，我们为此感到非常欣喜。今天来我们展位上的观众和达人特别多，对我们的产品也很认可，这次参展给我们带来了许多惊喜和机会，非常感谢ISPO！

周鑫先生，东莞市拓顶体育用品有限公司总经理

中国的运动市场一直在发展，国产品牌也一直在追赶国际品牌的脚步，未来几年内我认为市场会有更大的机会。这次参加ISPO Beijing现场效果非常好，不仅见到了很多老朋友，也有许多新的客户，希望ISPO越办越好。

海原先生，天坛乐跑团长、乐跑世界总经理

我觉得ISPO一直是行业的标杆，现场可以看到行业的发展趋势和最新的品牌动向，也可以跟品牌有直接的接触、洽谈合作，特别开心看到这次ISPO Beijing的盛况。

*按姓氏首字母排序

张京先生，ISPO首席体验官、极限圈子主理人

作为ISPO的老朋友，能在ISPO Beijing共同打造极限运动嘉年华，我深感荣幸。我们共同见证了户外运动在中国的蓬勃发展，看到越来越多的年轻人加入到这个行列，勇敢地追求自由与激情。ISPO一直在拓展新鲜的运动品类和场景，这次共同打造展区也让更多人感受到了极限运动的独特魅力和无限可能。极限运动不仅是对人类潜能的挑战，更是对未知的探索与征服。我们展示了极限运动的装备和技术发展历程，邀请到众多国内外专业运动员和爱好者共同交流心得。我相信，随着时间的推移，极限运动将在中国乃至全球范围内得到更广泛的认可与热爱。



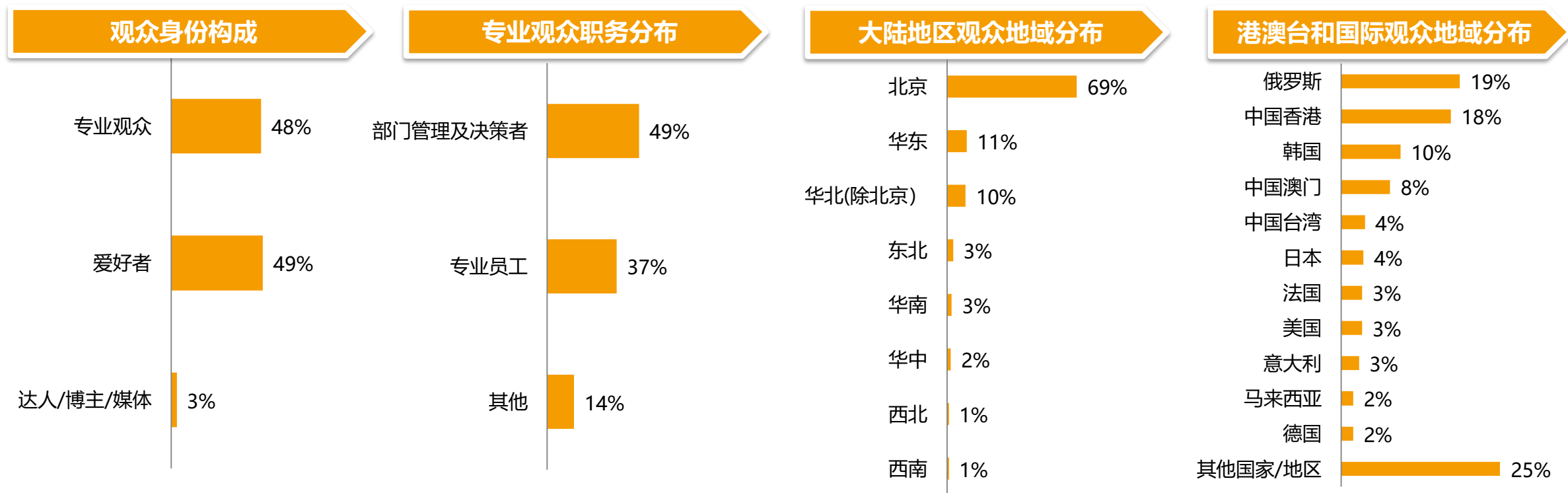
更多集锦
请扫码
图片直播



ISPO官方公众号
获取更多咨询

到场观众概况

本届展会迎来来自**54个国家和地区**的共计**30359名**行业观众和运动爱好者。
海外观众数量回升，港澳台和国际观众人数占比1.6%（2023年0.68%）。



到场专业观众画像

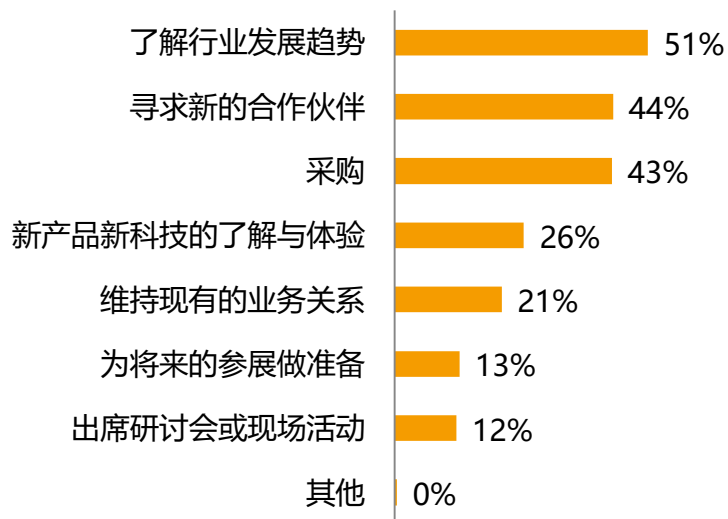
地区分布以华北、华东为主，专业客群辐射全国及海外，超4成专业观众参观目的为采购

- 58%到场专业观众来自北京地区，3%为港澳台和国际观众，非本地大陆观众主要分布在华东（16%）、华北（11%）、东北（4%）、华南（3%）等地。
- 69%到场专业观众参观目的为采购、寻求新的合作伙伴。

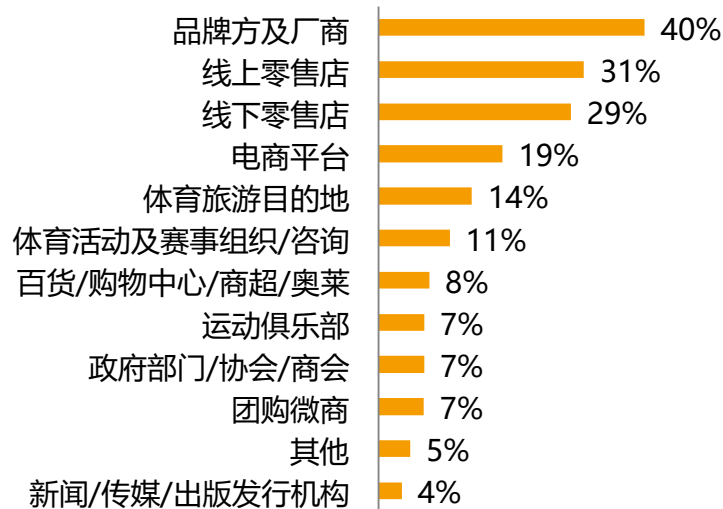
五大主要采购渠道专业观众，关注运动材料与新科技、露营、冬季运动

- 6成到场专业观众来自以下渠道：品牌方/生产商和供应商、线上零售店、线下零售店、电商平台与体育旅游目的地（各渠道采购意向请见左三图表）。且各渠道具有采购需求或意向寻求新合作伙伴的专业观众的关注均主要聚焦运动科技与新材料、露营、冬季运动、户外装备、徒步、户外服饰、骑行、跑步。

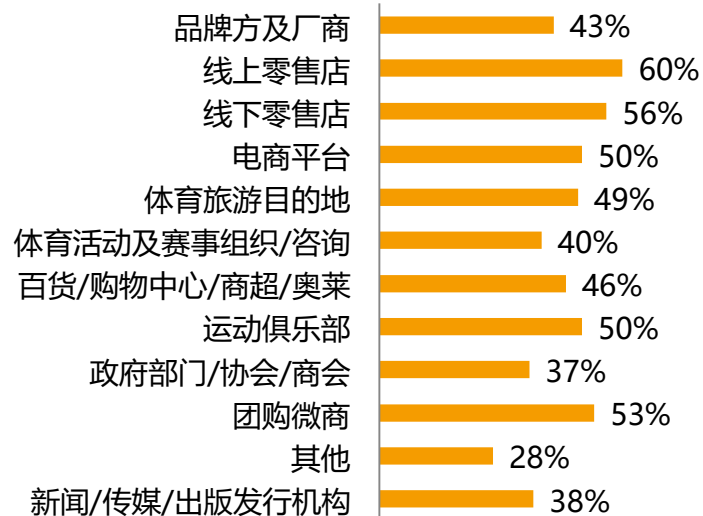
参观目的（多选）



到场专业观众身份（多选）



各渠道专业观众采购意向

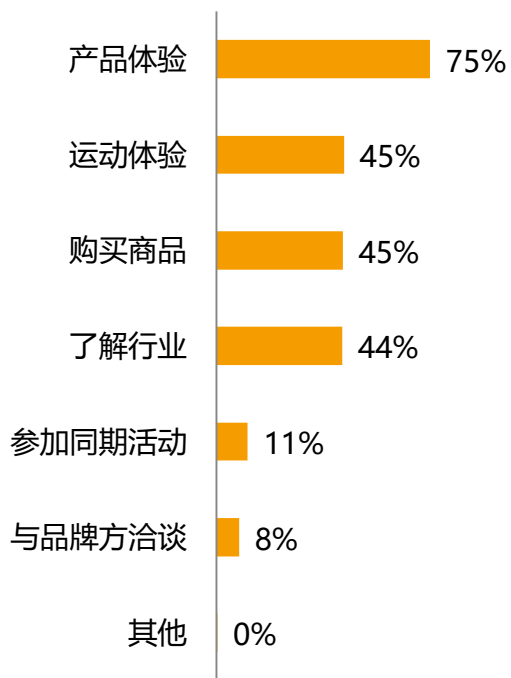


到场爱好者画像

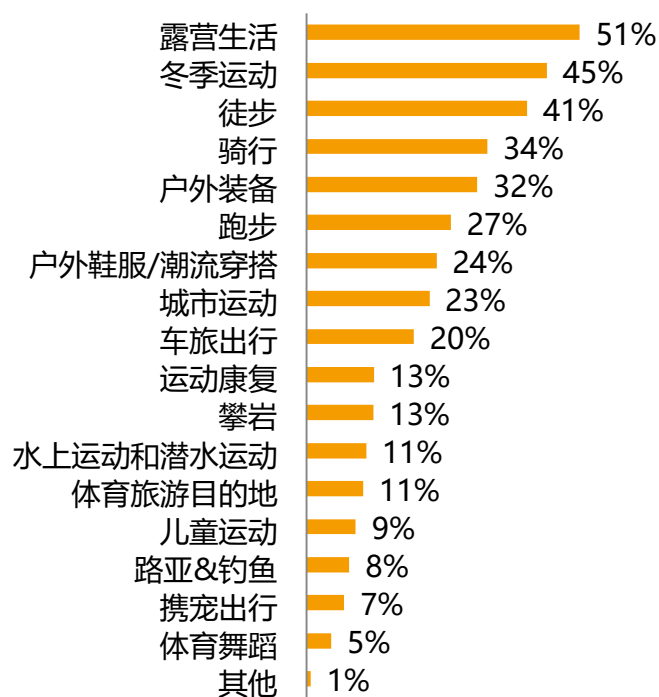
近半数爱好者意向观展购买商品，超过3成爱好者的运动户外相关产品年均消费在1万元以上

- 爱好者参观主要目的是进行产品体验（75%）、运动体验（45%）。
- 45%到场爱好者意向在展会现场购买商品。60%爱好者运动户外相关产品消费年均5000元以上，其中，31%爱好者运动户外相关产品消费年均10000元以上。

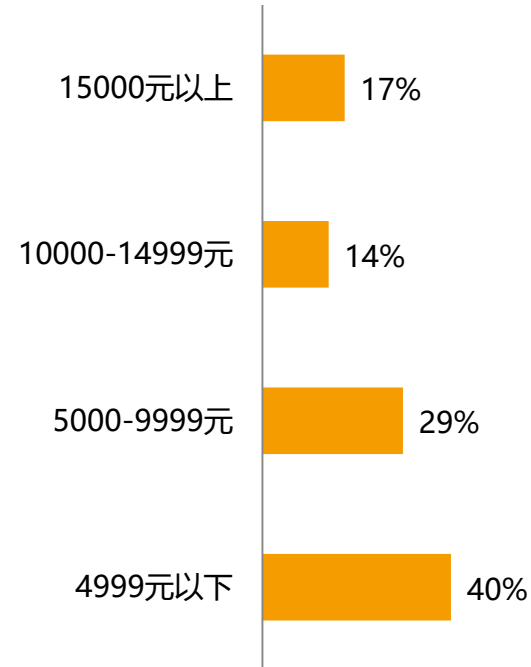
参观目的（多选）



参与/关注的运动户外生活方式板块（多选）



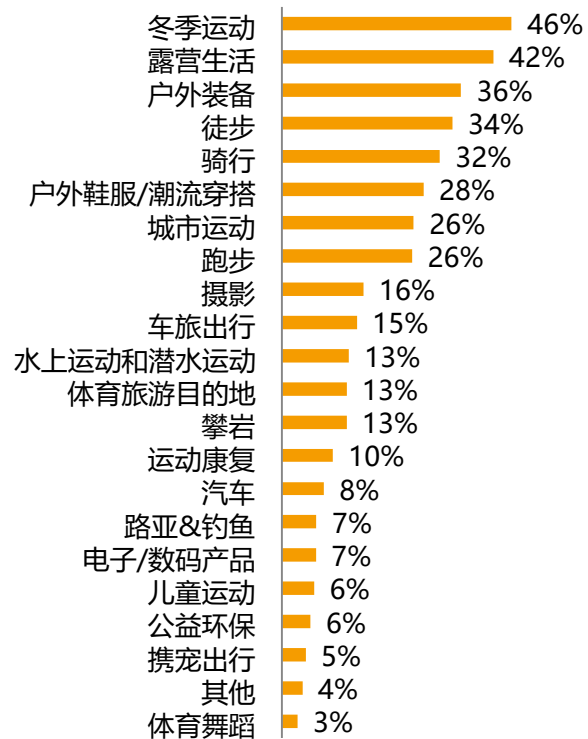
运动户外相关产品年均消费情况



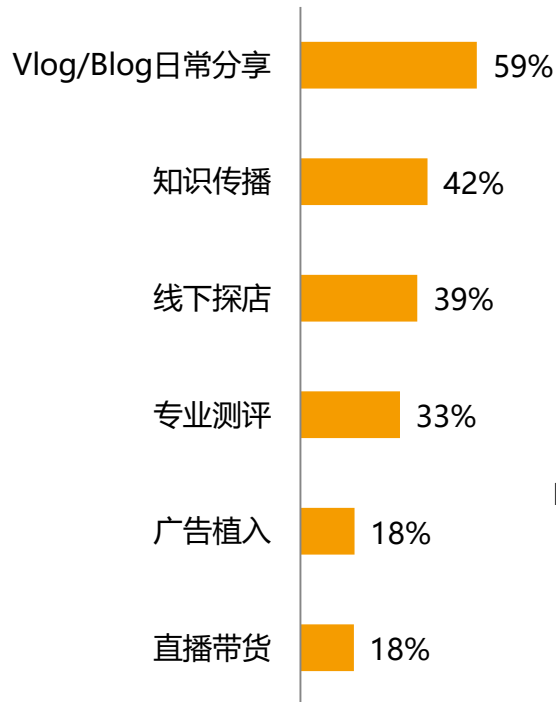
到场KOL达人&博主画像

- 到场KOL1022位，77%来自北京地区，23%来自北京以外地区，主要分布在河北、天津、浙江、上海、辽宁、广东等省份。
- 26%的KOL达人&博主粉丝量在10W以上，他们主要活跃的平台是抖音和小红书；74% KOL的粉丝量10W以下，主要活跃平台是小红书、抖音、视频号。
- 与2023年同期相比，到场KOL在冬季运动、徒步、骑行、跑步等领域发布内容占比显著提升。

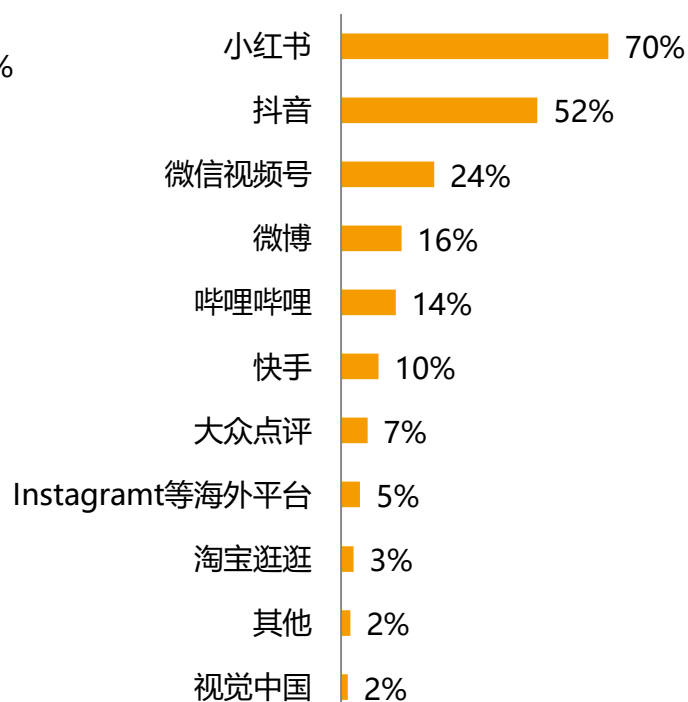
发布内容所属领域 (多选)



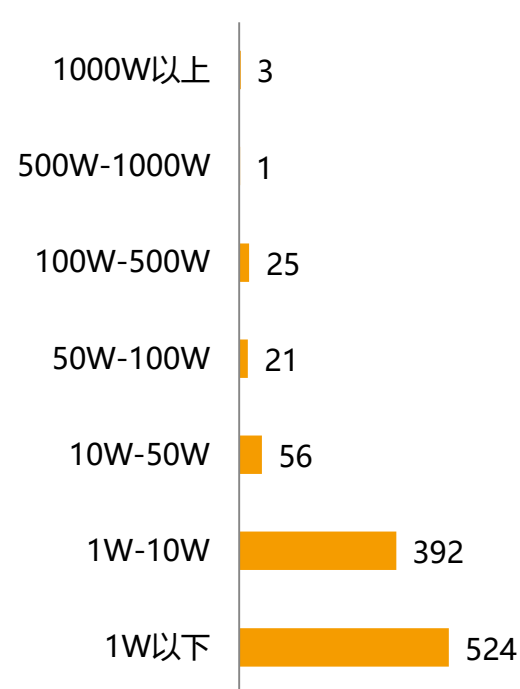
发布内容所属类别 (多选)



主要活跃平台 (多选)



全网粉丝量 (数值: 人数)



赛道趋势洞察

“户外热”持续发酵，露营、冬季运动步入稳健赛道，持续保持较高关注

- 到场观众关注板块榜单中，露营排名第一，冬季运动排名第二。
- 《中国户外运动产业发展报告（2022 - 2023）》显示，2022 - 2023年，冰雪、路跑、骑行、越野、露营等户外运动呈现爆发式增长。2023年上半年，与户外运动相关的订单量较2022年同期增长79%，与2019年同期相比，订单量增长了221%。

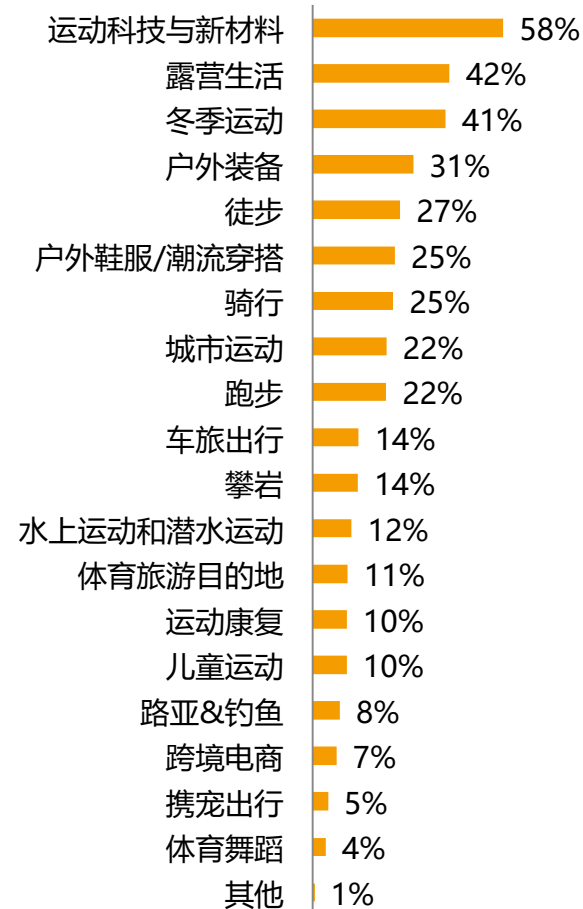
“泛户外”破圈，户外服饰备受关注

- 到场专业观众关注的户外生活方式板块排名中，运动科技与新材料位列第一，户外鞋服/潮流穿搭位列第五。
- 根据抖音电商运动户外2024趋势发布数据显示，户外(含户外/骑行/垂钓/露营/滑雪)贡献运动50%增量且同比最高达172%，远高于其他类目，是抖音运动的增量类目。其中轻户外穿搭贡献最大的增速和增量，GMV同比56%，GMV增量占比50%。轻户外穿搭近80%生意增量和占比在冲锋衣裤、防晒衣、户外鞋靴、户外羽绒。

骑行、徒步，2023增速迅猛的户外类目

- 骑行以28%位列到场观众关注度榜单第五位（专业观众25%，爱好者34%）。徒步以32%位列到场观众关注度榜单第三位（专业观众27%，爱好者41%）。
- 到场KOL在骑行领域发布内容占比分别为32%，与2023年同期（12%）相比提升显著。
- 小红书发布的《2023户外生活趋势报告》显示，根据2023年1月-10月数据统计，徒步笔记发布量增速近300%，笔记量150万篇+，相关话题阅读量超25亿次，骑行笔记发布量增速近400%，笔记量180万篇+，相关话题近13亿阅读量。
- 天猫日前发布的双11消费榜单显示，公路自行车、冲锋衣分别以305%、90%的销售额增幅排在第一、三名。

到场专业观众关注的运动户外生活方式板块（多选）



ISPO Beijing 2024回顾 | 战略合作

打破边界壁垒，创造运动生活方式宇宙

ISPO Beijing 2024战略合作伙伴

- 北京市体育局
- 中国流行色彩协会
- 中国商业联合会
- 北京市商业联合会
- 人民网人民体育
- 中国电子商会跨境电商委员会
- 南京市体育局
- 南京体育产业集团
- 南京市体育产业联合会
- 国家会议中心
- 意大利波城展览中心
- 中国纺织品商业协会
- 中国汽车流通协会
- 北京体育休闲产业协会
- 北京房车露营自驾旅游协会
- 北京市极限运动协会
- 北京服装学院运动时尚创新研究院
- 天猫运动户外、小红书、京东户外、抖音



ISPO Beijing 2024回顾 | 媒体矩阵

多渠道、全领域媒体推广，品牌全景呈现

ISPO官方合作媒体

战略合作伙伴 Strategic cooperation partner



内容合作伙伴 Content partner



合作媒体 Media cooperation



ISPO多媒体平台互动话题 ISPO hashtag



ISPO媒介传播平台

- ISPO Beijing 2024展会现场媒体：
 - 到场媒体记者：**190名**
 - 官方合作媒体：**33家**（包含户外、露营、旅游、跑步、生活方式等）
 - 开幕式暨新闻发布会：媒体到场：**20家**（包括相关产业、群体、生活方式、时尚类）
 - 预约媒体到场：**14家**（时尚媒体、电视媒体、视频媒体、大众新闻、门户网站等）
- 国内媒体曝光（**109篇**报道截止到2024.2.18）：总计
 - 网络媒体：58 篇文章
 - 新媒体：43 篇文章
 - 电视/视频：8 篇



ISPO Beijing 2024 媒体报道精选

媒体类型	媒体名称	日期	栏目	链接
网络媒体	央广网	2024/1/13	北京频道	Link
网络媒体	中国新闻网 (多条)	2024/1/13	新闻	Link
网络媒体	中国日报网	2024/1/15	新闻	Link
网络媒体	南方都市报 (多条)	2024/1/15	/	Link
网络媒体	北京商报网站 (多条)	2024/1/12	/	Link
网络媒体	北京日报	2024/1/13	新闻	Link
网络媒体	人民日报	2024/1/13	/	Link
网络媒体	新京报	2024/1/13	新闻	Link
网络媒体	北京青年报	2024/1/12	/	Link
网络媒体	北青网	2024/1/15	生活	Link
网络媒体	中国新闻周刊	2024/1/18	观察	Link
网络媒体	消费日报网	2024/1/16	/	Link
网络媒体	光明网	2024/1/16	文化	Link

KOL共同发声助力ISPO



众多跨界达人、行业垂类达人共同发声助力ISPO。图文、视频内容发布传播，**全域海量曝光**，提升ISPO作为运动用品领域专业展览会的知名度；**扩充社交平台#ISPO# #ISPO运动生活家# 话题内容池**，增加ISPO线上讨论度，**效果超出预期**。

涵盖硬核户外、亲子露营、骑行、跑步等多平台的多品类内容及人群。

KOL精准触达全网运动爱好者



KOL打卡探展及跨界体验



来自KOL们的行业视角 - 达人与展商直面交流、分享行业理解



ISPO认证达人社群



展商/KOL/合作方合力招募达人

✓ 秉承**B2B2KOL**互通模式，KOL达人现场打卡俨然已经成为了ISPO打造多元跨界商贸平台的特色之一。

✓ **ISPO Beijing 2024**继续加大对于达人宣传的整体投入。此次更是采用了全新的组合邀约模式，在加强日常对于**ISPO认证达人**社群建设的前提下，与合作方、展商共同发力，共计邀请到**户外、露营、骑行、车旅出行、运动健身、生活方式**等来自不同领域的垂类、跨界达人KOL/KOC**逾千位**。

✓ 以跨界达人体验入圈的角度、以圈内KOL/KOC以及行业从业者的角度、以专业行业展会的角度，**多方位诠释运动产业发展趋势，为展商提供更新颖、更贴近终端消费者需求的产品研发灵感，为运动产业发展带来新动力。**

ISPO媒介传播平台——微信

✓ ISPO微信订阅号：

- 展期订阅号共发布推文**158**条
- 阅读量**190,000+**人次，总分享量**13387**
- 粉丝量增长率**35.45%**

*数据统计期间：2023/9/14~2024/1/29

TOP10推文标题	阅读量	分享量
0111 观展全攻略 ISPO Beijing 2024, 我们现场见!	25805	2435
0112 察势而动, 破界争先, ISPO Beijing 2024重磅开幕	8081	535
0109 倒计时3天 观展完整攻略! 看完这篇就GO了!	7346	780
0102 户外圈开年大事件: 2024看点更厉害的!	6268	513
0113 精彩持续放送, ISPO Beijing 2024火热进行中	5849	219
0110 TMALL×ISPO 冲锋衣标准六边形年度大赏	5247	153
1123 30+户外新品牌盘点 ISPO品牌新势力展区亮相	4825	473
1107 洞察 HOKA还是那个HOKA, 只是时代变了	4004	252
0103 ISPO骑行生活方式展区 开启你的2024骑行之旅	3883	339
0105 倒计时七天 ISPO Beijing 2024 论坛议程大全	3567	343



ISPO自媒体矩阵



官方微信（服务号及订阅号） 170,000+ 粉丝

- 内容栏目：行业分析、趋势报告、展会、ISPO学院、探店、大家说、品牌活动等
- ISPO自媒体栏目为参展商、观众、行业媒体提供360度全方位的服务体验



ISPO官方抖音号 320,000+ 播放量

- 行业观察线下探店
- 展会现场直击
- 专业观众定向推送



ISPO社群： 28,000+ 好友

- 社群：共34个群
- 23个细分行业社群，9个核心爱好者社群,1个达人认证群,1个媒体互通群
- 全国各大赛事免费名额、ISPO粉丝福利、行业报告、产品测评等
- 线上论坛/专业课程分享+社群联动，高效种草



其他新媒体平台：全年110万次阅读

- 小红书
- 抖音
- 快手
- 微博
- 一点资讯
- 什么值得买

▶ **从文字到视频，百万粉丝级的全渠道营销和高频互动**



ISPO Beijing 2024回顾 | 同期论坛及活动

ISPO Beijing 2024行业论坛及同期活动120+余场，深入探讨运动户外产业多层次、多视角的痛点难点和发展趋势，推动行业新一轮热点的发酵。

ISPO学院：分享行业热点，体察业态发展

亚太雪地产业论坛

- **论坛简介：**亚太雪地产业论坛在疫情结束后首次回归。针对中国的室内外滑雪场产业的上下游：山地运动机械设备、滑雪场投资、滑雪场选场与设计、运营、教练培训体系建设、市场推广营销和门票酒店的售卖等全部核心要素，邀请国内外行业专家分享。除了第一天的主论坛，今年还新开辟平行论坛，对室内滑雪场产业做专题探讨。也针对中国滑雪场行业的初级发展阶段，设置了讲座与培训专题。
- **专业听众：**302人，涵盖有国内外使馆、咨询机构、投资方、知名雪场、行业专家、品牌方、媒体等；

亚太雪地产业论坛平行论坛-中国室内滑雪场产业

- **论坛简介：**中国室内滑雪场数量已经超过50座，并且全国各地还在兴建大规模的室内滑雪场，国内四季滑雪人群的数量也持续增长，政府也在引导冰雪运动的普及，所以中国的室内滑雪场在掀起一波投资、建设、运营和推广的市场行情，这与国外发展明显不同，具有一定的中国特色。ISPO与国内领先的室内滑雪场运营商热雪奇迹合作，就室内滑雪场的建设、教学培训、新消费场景等三个方向进行探讨。
- **专业听众：**113人，涵盖有国内外使馆、咨询机构、投资方、知名雪场、行业专家、品牌方、媒体等



ISPO学院：分享行业热点，体察业态发展

亚太雪地产业论坛平行论坛-培训及品牌在雪场的合作

论坛简介：针对滑雪场行业在中国尚属初级阶段，行业从业人士的归属感不强，ISPO设置讲座与培训环节，邀请行业中知名的专家，普及滑雪场行业知识，内容涉及索道种类、滑雪场设计、运营、品牌如何在雪场做出优质活动等。每场讲座时间至少一小时，力求聚焦，将细分要点难点讲透。

专业听众：111人，涵盖有品牌、雪场运营、雪场招商、销售、4A广告、俱乐部和新媒体等；

体育旅游目的地大会

论坛简介：重点探讨国际、国内体育旅游产业的发展趋势、体旅融合经验、运动休闲新业态、优秀体育旅游目的地项目、体育旅游助力乡村振兴战略等诸多热点话题。

专业听众：150人

部分精彩主题演讲：

- 中国体育旅游的市场逻辑与业态演化（北京体育大学教授蒋依依女士）
- 运用[她]在户外运动的影响力推广目的地瑞士(瑞士国家旅游局中国区主任 常典娜女士)
- 如何系统化进行村超IP打造(贵州村超运营管理负责人彭西西先生)



ISPO学院：分享行业热点，体察业态发展

露营可持续发展论坛·北京

论坛简介：针对国际国内露营行业可持续发展之路，露营经济未来发展趋势、露营产业当前挑战及解决方案、跨界融合之路等诸多热点话题，开展深入交流与探讨，并进行行业资源与项目合作深度对接。

专业听众：220人，涵盖地方政府文体旅游局、营地主理人、露营装备供应商、风景旅游度假区、滑雪度假区、文体旅游地产开发机构、体旅产品综合开发机构、体育赛事机构、户外俱乐部、活动策划方、团建公司、车友俱乐部、旅行社等



运动时尚流行趋势论坛

论坛简介：亚太地区首屈一指的“专为设计师及产品经度身定制资讯平台”，重点关注色彩、材料、运动产品设计、智能化穿着等应用领域的趋势研究，专业听众人群覆盖产品经理、设计师、行业媒体，挤爆会议室

重磅发布：

- ISPO功能性纺织品流行趋势及色卡发布
- WGSN运动消费趋势发布
- PROMOSTYL 全球运动灵感趋势及市场情报解析

专业听众：400人+



ISPO学院： 汇聚行业之声， 解析发展趋势

“云端共舞” 国际消费户外运动零售论坛

- 由ISPO学院、北京市商业联合会和七加二联合主办。
- 今年，国家鼓励培育建设国际消费中心城市，提振消费。在此大背景下，本届论坛聚焦国际消费，邀请了来自政届、相关行业协会组织、多家运动品牌和百货渠道、头部电商平台的嘉宾进行主题分享，探讨行业零售现状和趋势。
- 专业听众： 288人



GOIF x ISPO户外营销创新论坛

- ISPO携手户外媒体——GOIF户外创新联合呈现。
- 论坛聚焦户外营销，分别邀请了来自媒体、咨询公司、品牌营销公司、种草电商平台、知名骑行生活方式集合店、知名户外品牌从户外产业消费者调研、户外行业电商营销趋势、品牌种草趋势、营销案例拆解、社群营销案例分享、品牌产品创新营销等多角度解析了户外营销创新话题，提供有价值的干货分享。
- 专业听众： 385人



ISPO学院： 汇聚行业之声， 解析发展趋势

运动训练及运动康复论坛 — 聚焦运动康复产业发展趋势

- 本届论坛由ISPO携手海思康运动医学诊所、李宁公司、运动康复产业联盟共同打造，邀请资深运动康复专家一同聚焦运动康复行业发展趋势、跨界融合发展、运动损伤预防及康复方案等诸多热门话题，通过运动康复产业链发展形势分析、冰雪运动/不同运动项目的运动损伤案例解析，以及运动康复和损伤预防知识分享等形式，进行运动康复行业的全方位深入探讨。
- **【运动康复产业联盟】**是由运动康复产业相关的从业机构、企事业单位、社团组织等自发组成的跨区域、开放性、非营利性的社会组织，致力于连接产业参与各方，与行业伙伴共同成长。
- 资深运动康复专家分享运动康复和损伤预防知识。
- 国内知名运动医学诊所分享康复产业的发展趋势。
- 冰雪运动/高尔夫等不同运动项目的运动损伤。
- **专业听众：**183人，涵盖有：国内马拉松/越野跑赛事主办方、赛事供应商、跑团、滑雪爱好者，运动医学机构。



可持续时尚运动趋势发布区

可持续时尚色彩流行趋势发布

流行色实体色卡发布

运动服装色彩运用研究

Color board making 创意体验

ISPO Beijing 2024全球首发

- 《2025春夏亚洲可持续时尚运动趋势》
- 《2025春夏可持续时尚运动色卡》
- 《可持续时尚产品评价——化学品》(T/CFCAT 002-2023)
- 《可持续时尚产品评价——纺织品及相关产品》(T/CFCAT001-2023) 团体标准。

意义及下一步

- 首次提出“可持续时尚运动”概念，并在全球标准化领域中提出了“可持续时尚”产品及相关产品的定义、范围与评价体系，标准具备国际适用性及产业协同性。
- 未来将联合产业上下游，共同开发具备商业价值的服务体系，帮助本土企业更好的与国际接轨，在全球化的竞争中提升优势。同时也助推国内可持续生态的发展。

合作机构:



ISPO Textrends

ISPO Textrends 功能性纺织品流行趋势发布

- 对于设计人员和产品经理来说，搜寻新型创意材料如同“大海捞针”，既耗时费力又非常复杂。
- “ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖”将评选出在运动和户外领域最具创意的纤维、面料和成分材料。行业内相关专家将针对未来两年纺织品和服装行业的流行趋势来进行预测。
- 国际评审团将从**两个领域-高性能纺织品和组件及服装**的每个类别中选出最多**60项**入围产品。
- 从参选产品中，评审团选出**“最佳产品”**、**“十大产品”**和**“精选产品”**。
- ISPO Beijing 2024展会现场集中展示了2025/26秋/冬的纺织品流行趋势。国内首发2025/26秋/冬最新流行趋势手册。
- 为运动产品设计师、产品经理等带来最具创新的功能性面辅料产品，品类涵盖底层、中间层、辅料等六大品类。



ISPO品牌新势力展区

疫情的助推下，国内运动户外赛道出现了许多新的户外品牌，涵盖鞋服配件等产品品类。同时，消费者对于户外功能性装备的需求趋于轻量化、好看、环保等。

ISPO Beijing 2024期间，ISPO首次打造**ISPO品牌新势力展区**。

- 汇聚9个户外新势力品牌
- 聚焦轻量化、新材料、设计力、可持续
- 涵盖服装、鞋履、护具、儿童户外等领域
- 呈现兼具户外功能和美学展示的产品



ISPO车旅生活馆

本届展会在6B展馆打造车旅生活展区，由中国房车金鹿奖获奖展示和车旅产业系列论坛及活动组成。呈现最热门的产业趋势，掌握车旅出行的最新动态，体验新鲜有趣的车旅生活。

• 中国房车金鹿奖

本次大赛重点关注创新和跨界应用能力，对企业在产品研发、技术创新、市场拓展等方面的突破和成果进行表彰。

展会现场共有**5个类型的17辆房车**进行了集中展示，其中商务型房车8台、越野宿营房车4台、拖挂房车3台、商业房车(咖啡车)1台、牵引车1台。

• 车旅产业系列论坛和活动

车旅产业跨界融合与创新大会：大会汇聚了来自全国各地的行业精英，其主题演讲和圆桌论坛内容涵盖了政策环境、市场机遇、技术应用和商业模式等多个领域。

中国房车金鹿奖颁奖礼：最佳口碑奖2名、跨界融合奖2名和科技创新奖2名

车旅出行，驾游中国之路：行业领袖、专家学者、企业家以及热爱自驾游的车主们共聚一堂，共同交流车旅出行的各种话题。

北京房车露营文创大赛颁奖礼：获奖企业分享了精彩的作品，为车旅产业注入了新的活力，激发了行业的创新潜能。



ISPO Motolife

• Motolife展区

ISPO首次打造摩托车主题展区，通过城市、雨林、沙漠等三个主题场景，全方位展位摩托生活的魅力。为大家带来了国内外知名摩托车及周边品牌。

整车：TRS ONE RR专业攀爬越野摩托车、TRS ONE KIDS儿童电动攀爬车、KTM EXC 300 SIXDAYS专业越野摩托车、KTM 790 ADV R拉力摩托车、春风800MT探索版摩托车

装备周边：富合乐斯(Furchtlos)、征和链条/链轮、BS理士电瓶

不仅展示了中国摩托车产业的实力和魅力，更进一步推动了国内摩托车文化的发展。



• ISPO X CSDE摩托生活无界之旅启动会

跨圈融合，引领新风尚！

杭州风摩世纪体育管理有限公司总裁马鸞鸞在启动会上表示，我国正从摩托车大国向摩托车强国进军。摩托车具备着社交、休闲、娱乐、竞技等属性。2024年3月，将在中国海南举办第一届中国海南国际越野摩托车耐力邀请赛。

ISPO中国负责人庞丹也在启动会上表示，随着摩托车走向平民消费、融入平民生活，摩托车变得更加大众化。希望更多的摩托车品牌、企业和经销商能加入到运动用品的大社群中，也希望此次合作能为赛事注入更多户外生活方式的元素。



ISPO骑行生活方式展区



本届亮点:

- 胡同到山野骑行生活方式集合店——全面展示成人及儿童骑行文化，从整车到装备、配件、穿搭、泵道等体现北京出行新体验。
- “ISPO x brake”自行车家居展陈——自行车与户外中古家居美学碰撞，体现自行车家居收纳展陈。
- 骑行沙龙品牌talk——汇集骑行生活方式品牌，共同探讨品牌新玩法。
- 骑行KOL打卡——邀请张京坤等10位博主
- 骑行赛事发布2024——STC 2024年度自行车赛事发布
- 骑行生活影像展——展示北京本地骑行社群玩家珍贵骑行摄影展，在现场感受骑行的魅力
- ISPO作为骑行友好展会，全面为骑行社群提供展会自行车存放服务。

参与品牌:



ISPO攀岩区

- ISPO攀岩区，促进行业交流、传递攀岩乐趣，让更多人了解攀岩、体验攀岩。整个展期内攀岩区十分火爆，圈内从业者、跨界合作方、运动KOL、爱好者等在这里热情洽谈、参观、拍摄、体验
- 本届攀岩区包括**攀登产品展示区**、**攀石岩壁攀爬区**、**打卡互动区**。除此之外，我们还联合白河攀岩基金、北京市登山运动协会进行野攀及攀冰运动的公益推广。

攀登产品展示区

ARMBURY、EDELRID、HOATER、NANYI、WALLTOPIA等品牌将带来涵盖绳索、快挂、头盔、安全带、岩壁以及互动娱乐等丰富的产品展示。

攀石岩壁攀爬区

龙年限定岩壁！知名攀岩摄影师！除吸引到众多岩友前来爬线打卡之外，我们也通过入门公开课等形式帮助小白朋友们进行攀岩入门，展期3天共有将近一千人次上墙攀爬。

打卡互动区

特别设置了北京岩馆地图、白河野攀沙盘、打卡留言墙等，并联合小红书运动薯推出“#在ISPO记录攀岩生活”话题。助力攀岩运动的推广传播。



ISPO城市运动街区

ISPO城市运动街区，通过空间共享将各种不同的运动联系起来。围绕多社群玩家建立新的连接，以一站式尝鲜体验的方式，打造了一个好玩、有趣的多品类运动秀场。

涵盖品类:

飞盘、瑜伽、腰旗橄榄球、匹克球等小众运动运动新宠
“匹克球”首次进入ISPO，现场还有DUPR认证教练亲自教学!

参与品牌:



联合推广:



现场活动:

匹克球趣味体验/DUPR比赛项目
匹克球教学儿童/青少年专场
俱乐部活动体验(攻防箭 /圆网球 /躲避球 /随时随地乒乓)
瑜伽课程(寰宇瑜伽/臀腿塑形/桨板瑜伽/内观流/顺位流)



ISPO城市滑板街区

ISPO城市滑板街头赛,粉(pink)墨(black)登场!

联合北京极限运动协会、北京燃烧冰、吼米极限、滑板俱乐部、板类及生活方式品牌、媒体等各方力量,串联运动爱好者,燃动板圈,为城市创造新的滑板打卡地图。

涵盖品类:

电动陆冲板、滑板、平衡板、漂移板、长板、陆冲板等

参与品牌:



联合推广:



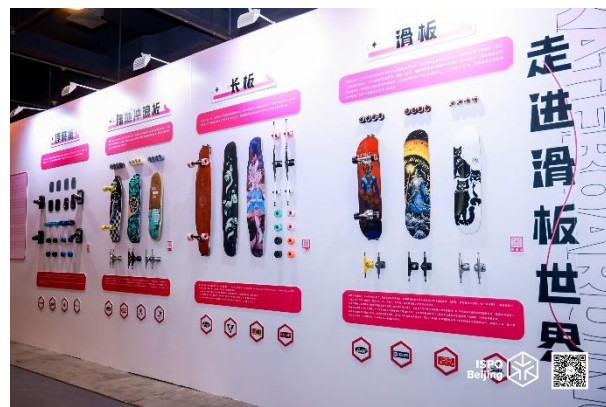
现场活动:

- 二人三足赛
- 现金果酱赛
- 绕桩竞速
- 过低挑战赛/障碍赛

同期沙龙活动:

<滑板产业圆桌论坛>

Messe München Connecting Global Competence



ISPO户外可持续展区

- ISPO户外可持续展区以“与自然共栖”为主题，以共生视角重新发现我们栖居的北京城。

展区涵盖

1) 自然观察北京站

- 观鸟，一种新的户外生活打开方式：介绍了北京观鸟指南、如何科学观鸟、“观鸟搭子”——北京野生动植物、北京周边鸟类栖息地优化等生物多样性知识。

2) 森林中的户外安全

- 森林消防
- 生态徒步

3) 零废弃

- 徒步中的可持续主题展陈
- 零废弃生活方式主题展陈

4) 循环市集：15个可持续主题摊位

5) ISPO可持续Hub

- 知识讲座
- 可持续手工坊

合作伙伴 Partner (排名不分先后)



展区协办 Co-organizer

Eco Echo.



极限运动探索嘉年华

- ISPO携手ISPO首席体验官、极限运动员、极限圈子俱乐部主理人Mars张京，共同打造的极限运动交流体验空间，展示了极限运动惊险刺激背后的文化魅力。

展区涵盖

1) 装备展示

通过图片、文字、运动装备陈列，展示7项极限运动及其历史故事。

2) 极限影像展

- 极限运动员上天入地翻山下海的挑战故事

3) 超能玩家大咖秀

- 主题分享

4) 23/24极限运动大事件

5) 雪山飞伞打卡

- 滑翔伞实物体验



ISPO潜水摄影展区 & 美人鱼服饰大赏

- ISPO Beijing 2024本次携手知名潜水摄影师刘双兵（烧饼）为大家带来——Into The Sea , Live a Story | 见到的鲸，听到的浪，不停泊的潜水人生主题摄影展。
- 本次ISPO Beijing 2024携手国内知名美人鱼品牌，为大家带来美人鱼服饰大赏展示区。
- 更多水上展区的精彩内容请持续关注ISPO Shanghai 2024。



ISPO和朋友们们的运动时尚秀

借由ISPO in China 20周年的契机，ISPO携手默契合作二十载的品牌、一起走在推广运动生活方式前线的达人博主以及首次参展的新兴品牌等新老朋友，共同在现场精彩呈现。

参与的KOL及品牌展现了与各自热爱的运动相关、独属于自己的运动时尚风格，其中不仅有实用穿搭展示，也有品牌服装的创意风格，还有打破传统时尚界限的风格穿搭，表达了ISPO与好朋友们的运动时尚穿搭主张。

参与伙伴：



ISPO in China 20年特别活动

ISPO 北京户外圈漫游计划

展前两周，ISPO联动思凯乐、骆驼户外运动城、伯希和、三夫户外、肆加贰雪具库、攀上户外、稀薄地带户外、野小孩环球自驾俱乐部、篝野城市露营主题餐厅、牛啤堂、金源新燕莎等北京地区11个合作方，涵盖户外品牌门店、户外集合店、户外主题餐饮、户外友好商圈37家线下门店，规划户外玩家打卡路线。

ISPO in China 20年特别活动打卡区

展会现场设立互动留言墙、开展纪念蛋糕发放活动、互动集章打卡活动。

#ISPO北京户外圈漫游计划、#ISPO20周年等活动话题在小红书分别有15.6万次、19.1万次浏览量。



TMALL×ISPO 冲锋衣标准六边形年度大赏

2022年，天猫运动户外联合ISPO，根据冲锋衣国家标准、行业规范及平台商品性能等，陆续发布冲锋衣、防晒衣、帐篷等品类标准六边形，帮助消费者降低决策链路买到合适的商品。2023年，天猫运动户外洞察到消费者需求的变化，将冲锋衣标准六边形升级为“蓝标”和“黑标”，用平台化的方式改造商品链路，帮助消费者甄别筛选买到真正符合国标的冲锋衣。本次ISPO线下展，天猫运动户外携手六大核心品牌，带来冲锋衣六边形年度大赏。



达人：申爱凌，是静常，九斤_JJ等达人前来展区打卡。

SAVE THE DATE

ISPO再相见

慕尼黑展览（上海）有限公司
电话：+86 21 2020 5500
邮箱：ispo@mm-sh.com