

2021 第十六届亚洲运动用品与时尚展 ISPO

展会概况：

展会简称名：ISPO

展会英文名：The 16th Asia sporting goods and fashion show 2021 ispo

展会行业：针纺服饰

展会时间：2021.01.14-01.16

举办展馆：中国国际展览中心-新馆

展馆地址：北京顺义区天竺空港开发区

展会规模：面积：约 10 万平米，参展商数：约 430 多家，观众数：约 3 万人次

展位价格：标准展位：价格咨询客服，光地展位(18 平米起租)：价格咨询客服

展会简介：

ISPO 是全球重要的面向商业人士和消费者专家的体育平台，诞生于 1970 年，旗下品牌展汇聚了一系列与产业相关的模拟数字服务，包括全球规模较大的行业盛会——慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）、亚洲运动用品与时尚展和亚洲（夏季）运动用品与时尚展——以及慕尼黑国际户外用品博览会（OutDoor by ISPO）、在线新闻门户 ISPO.com，还有商业解决方案，如：ISPO Digitize、ISPO 全球创新大赛、ISPO 众创、ISPO 全球设计大奖、ISPO 学院、ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖、ISPO 行业招聘和 ISPO Shop。ISPO 将创意推广、行业人脉、专业知识和社论见解一并融合，全年为企业和体育爱好者提供支持，致力于推动全球范围内的运动热情。



50 年致力于展示未来

50 年来，慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich）一直与行业同频，与潮流为伍，不断展示着体育时尚领域的前沿风向！每年，这个业界翘首以盼的盛会，都是来自世界各地的体育从

业者们欢聚一堂的理想场所。无论时代如何变迁，ISPO Munich 不断探索、创新前行，勇攀高峰！

参展范围；

冬季运动

双板滑雪单板滑雪、滑雪装备及配件、滑冰及冰球、冰雪服务（旅游、俱乐部、IP 赛事活动、科技、培训）

户外运动

攀登、露营、水上运动、越野跑、户外旅行、运动服务（俱乐部、运动影像，IP 赛事活动、培训、安全、教育、场馆、运动康复、资金链）

运动训练

跑步、铁人三项、瑜伽、健身、游泳、球类、综合训练、运动防护与康复、运动电子与科技

功能性纺织品

功能性面料、辅料、材料、工艺、服务、设备、检测、趋势

参展费用；

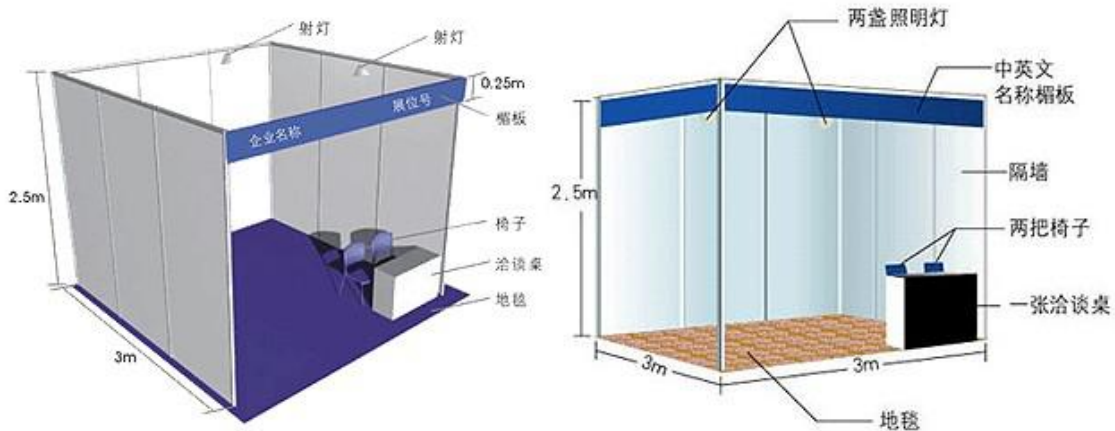
9 平米标准展位价格：价格咨询客服

光地展位 18 平起租：价格咨询客服

注：

9 平标准展位：配置两面或三面展墙，展间地毯，公司名称楣板，两盏照明灯、一个 220V 插座、一张桌子、两把椅子！【个别展会的标准配置可能存在差异】

光地展位：光地展位只是提供光地一块【水电、展台、展具等其他展会相关设施全部不提供】，参展商需要请专业展台搭建商设计搭建展台！



9 平米单开口和双开口标准展展位简易示意图【仅供参考】

联系方式；

展位预定

请联系 QQ: 3534317609

门票咨询

请联系 QQ: 2536437122

电话咨询: 400-999-7781

微信联系

请扫以下二维码



微信客服二维码请扫一扫

往届回顾:

1970年: 第一届 ISPO Munich 首秀成功, 吸引了来自 25 个国家和地区的 816 家企业参展, 展出面积 45,000 平方米。次年, 展期即从三日增加至四日。

1984年: 经历了 1972 年的“奥运热”、1978 年的美元汇率疲软, 展会于 1979-1984 年间迎来增长。其中, 1982 年首次举办的现场时装秀成为展会的传统项目, 健身板块在 1984 年迎来突破增长。

1989年: 第 30 届 ISPO Munich 创下历史记录: 40,403 名专业观众莅临参观。此前, 1988 年的展会首次推出了技术纺织品展区, 滑翔伞等海外新运动于 1987 年席卷欧洲。整个 80 年代, 展会的国际关注度日益增长。

1995年: 趋势论坛和展会创新产品首次结合, 展厅上演了运动时尚设计师秀。滑雪板、水上运动获关注, 同时可循环 (recycling) 这一主题开始被越来越多的体育运动从业者们放在心上。

2000年: “ISPO 全球创新大赛 (ISPO Brandnew)”首次揭幕行业创新产品。1999 年在新展馆举办的首届冬季展, 长 100 米、高 25 米的巨型天然滑雪坡道, 上演了各式特技滑雪表演。

2009年: 聚焦冬季运动的安全性, 2009 年行业对头盔和护具的需求量激增。户外展示板块于 2008 年覆盖到了展会的四个展馆。同时, “可持续性 (Sustainability)”这一主题愈发受到关注。

2010年：ISPO Munich 迎来其成立的 40 周年盛会，Klaus Dittrich 先生接任慕尼黑博览集团首席执行官，展会的展位供不应求。滑雪热、健身热.....展会搭建全年 365 天的行业服务平台。

2015年：再度创下历史记录的一年：2,585 家展商，104,940 平方米的展出面积，83,000 名专业观众.....“健康&健身”和“可穿戴技术”展示步入正轨，并设定了行业新标准。

2017年：参观人数首次突破 85,000，其中海外观众人数增长强劲，达 6%。“女性运动”和“数字化”大热苗头初显，阿迪达斯（Adidas）重返慕尼黑举办了超高水准的发布活动。

2019年：除了创新，未来行业如何保持对消费者的吸引力？可持续性、数字化以及电子竞技发挥着重要作用。同时，ISPO Munich 运动周的举行，激发了人们对体育运动的巨大热情。

2020年：在全新口号：担当.积极.创新.（Be responsible. Be active. Be creative.）的引领下，ISPO Munich 将承担更多行业责任，通过一系列精彩纷呈的展示活动，倡导更健康的生活方式！

