和头盔一体设计的户外摄像机引人驻足。

探路者带来了多项户外新科技产品。

户外鞋底品牌Vibram将检测鞋底的机器搬到了展会现场。

本次国内参展商增加不少。展会升级的另一标志，是许多过去为国际品牌代工为主的中国厂商，现已建立自己的品牌并打入市场……

Vibram 展示一双鞋底诞生的流程

展会里还有不少实用性环节。除了常用的滑雪服、滑雪裤、滑雪板等个人装备之外，也有雪具保养装备展示。工作人员现场展示了滑雪板打蜡的全过程，和传统的滴蜡与熨烫手法有所不同，这样的雪板保养方法更加方便均匀，适合滑雪场等大量雪板维护的场所。户外鞋底品牌Vibram将自己检测鞋底的机器搬到了展会，可以见识一双鞋底诞生的流程。当然也能够穿上防滑鞋在冰面上试试。

BOGNER 第一次带来户外服装，请勿拍照

来了一些国际大牌，但是他们会特别谨慎。第一次来到ISPO BEIJING的德国著名品牌BOGNER，1932年诞生于德国南部巴伐利亚州首府慕尼黑，80年过去，BOGNER品牌的时尚家族由单一的运动产品逐步扩展到了运动与时尚的各个领域，从休闲装、牛仔装、到礼服正装，从箱包、服饰产品到护肤品，从旅行杂志到移动电话和电视机……当然，BOGNER这次带到北京来的主要是户外服装，工作人员提醒，请勿拍照。

请勿拍照，因为抄袭之风盛行。户外资深人士委婉地表示，对于户外基础类产品，例如衣服，因为衣服的面料都是比较稳定的，做工不说，形式上抄袭到90%并不困难。

户外配件 贴近生活贴近脸

和生活接近的户外产品配件是展会上的亮点。例如瑞士品牌Katadyn净水器，展台前围了一群好奇的人。专业雪镜品牌Smith Optics专为亚洲女性设计的雪镜，能够完美贴合亚洲女性的脸型，独特的防起雾技术，透气防水，镜片更加坚固。人气很旺的就是山瑞光电有限公司，户外手电等各种灯具，日常生活和郊外露营十分适用。户外爱好者老虎称，“展会中能够看到一些户外产品配件的新品，因为它们小而精细，科技含量高，模仿起来不那么容易。即使被模仿，那也是没有研发元素的模仿，形似的模仿，从未被超越的模仿”。

国内展商 从建立品牌到新科技产品

慕尼黑国际博览集团主席兼首席执行官Klaus Dittrich称，本次国内参展商增加不少。展会升级的另一标志，是许多过去为国际品牌代工为主的中国厂商，现已建立自己的品牌并打入市场。户外爱好者老虎称，现在很多的国内户外品牌，主要是上世纪90年代，江浙、珠江三角洲一带的户外用品厂，这些厂主要是为国外品牌提供代加工业务，他们看上了国内市场的潜在力量，利用国外户外品牌加工的生产线和模具，自行生产户外产品，主要集中在背包、帐篷、服装等常规户外消费品上。

大浪淘沙，许多国内户外品牌并不为人熟知，但是也有不少国内户外品牌成长速度惊人。例如Kingcamp提倡的户外家庭氛围，Kails对于中国民间登山运动的推动，哥仑布展台新颖的设计，流水倾泻下的防水冲锋衣，思凯乐将展台布置成“户外生活馆”，最多被提到的就是Toread探路者，探路者的展台开始讲述自己的故事：南极科考队、探秘亚马孙河。探路者也带来多项户外新科技产品，林蛙溯溪鞋、智能T恤、南极内陆靴、极地羽绒服、飞机轮胎大底徒步鞋等等。

责编 范烨 美编 顾乐晓 责校 林锡