

2011 年德国慕尼黑国际体育用品及运动时尚贸易博览会 ispo/SSE 2011（出口加工展区）

展览日期：2011 年 2 月 6 日—2 月 9 日

展出地点：德国，新慕尼黑展览中心

展品类别：冬季体育用品、户外运动用品、雪上运动及装备、板类运动（滑板/雪板）、健身器械及配件、运动器材及设备、运动功能（拍类/鞋类/球类及室内运动/团队运动等）、运动服装/休闲装、面料及辅料、运动生活时尚、业内新品牌发布、媒体/协会/服务商、设计工作室等；

展出时间：前三天 9:00—18:00 ,最后一天: 9:00—17:00

展览会官方网站：www.ispo.com.cn

报名截止日期：2010 年 7 月 30 日

● 主办方背景：

德国慕尼黑国际博览会公司于 1970 年开始独家举办 ispo 慕尼黑展，作为全球第一的体育用品与时尚博览会，40 年来 ispo 一直保持良好的上升势头。ispo 全球系列展：在德国慕尼黑举办的 ispo、在中国北京举办的 ispo china 展，在德国慕尼黑举办的 BIKE EXPO（国际自行车展）和 Golf Europe（国际高尔夫运动贸易博览会）及在香港举办的亚洲运动用品采购展（Sports Source Asia）均已成为运动用品行业成功展会的典范。

慕尼黑体育用品和运动时装国际博览会（ispo）始办于 1970 年，每年分冬、夏两季举办，该展会只对专业观众开放。ispo 冬季展的展出内容包括了所有与体育用品有关的各类产品及相关产业，每届展会都由若干个不同的“展区”分馆展出，集中展示、突出主题，展现了 ispo 的专业性和权威性。ispo 的主办方随时与业内各个领域的决策者都保持着非常好的联络和沟通，并随时关注运动产业的风云变化。ispo 2010 总展览面积为 175,000M²（其中出口加工展区 20,000 M²），ispo 2010 共有来自 45 个国家的 2045 个参展商，吸引了来自 177 个国家的 64,000 名专业观众，有 68% 的观众来自德国以外，参展商和观众均对展会和市场前景表示了极大的信心及关注。

● 出口加工区 Sports Source Europe 举办目的：

随着国际运动/休闲用品的日益时尚化、生活化，短期潮流对运动用品市场的影响也日趋显著。根据对 ispo 参展商及观众的调查，越来越多拥有自主品牌的参展商及批发商建议展览会主办方对整个欧洲市场举办独立的采购商展会，以帮助他们更高效、更全面地开拓市场和集中采购商品。

为适应国际体育用品市场的不断变化和更有针对性地服务于相关细分市场，慕尼黑国际博览会公司决定从 2008 年夏季展起，开始举办具有成熟市场的细分的独立展。目前举办的有欧洲运动用品采购展（Sports Source Europe）及国际跑步运动用品展（Running Order Show）。

在慕尼黑本土 ispo 展的出口加工展区日益成熟及 2007 年在香港成功举办首届亚洲运动用品采购展（Sports Source Asia）之后，慕尼黑国际博览会公司为以欧洲为中心的体育用品产业打造一个独立的采购贸易展会平台—欧洲运动用品采购展(Sports Source Europe)--展览会简称: SSE，并率先进行其对体育用品展细分市场有针对性办展的尝试。该展会的参展商、展品来源将基于原慕尼黑 ispo 展的出口加工展区（sourcing hall）,该展区在每年的 ispo 展中都占有 20,000 平方米的展览面积。

● 组展公司及中国厂商参展情况:

京慕国际展览有限公司成立于 1995 年,是由德国慕尼黑国际博览会集团(MMI)和中国国际展览中心集团公司(CIEC)共同组建的国内首家合资展览公司。京慕公司具有丰富的国外办展和组展经验,年平均组团参展面积达到 1 万多平方米,在业内拥有良好的口碑,也是中国国际贸易促进委员会(CCPIT)下属的明星企业。京慕公司是国内组织境外体育休闲行业展会最权威的机构,目前独家代理和组织的体育用品展会已经涵盖各大出口市场(如 ispo、fibo、OR、ASF 等)。

中国厂商所有参展场地均由我公司向博览会统一申请并分配,并负责提供场地申请—博览会报名—会刊登录—展位分配—摊位施工—展品运输—人员邀请—境外安排等全套细致、周到的服务。

中国厂商参展的主要产品是:运动服装、面料、鞋、帽、包袋、球拍、健身器材、户外用品等。ispo 2010 共有 259 家中国企业参展,总面积为 4895 平方米,其中 SSE 出口加工展区 4016 平方米、品牌展区 879 平方米。2010 年中国展团参展商数及参展面积仍然保持为该展览会上最大规模的国家展团,中国展商对参展交易均非常满意,大部分公司表示将继续参展。

中国展团亮点:

- 中国展团共有 1563 平米展位采用特装,整体形象也在呈明显上升趋势
- 中国企业平均每家公司的参展申请面积继续扩大
- 中国专业观众数量增长明显,分别来自品牌商、生产商、设计师、媒体等

● ispo 2010 参展、参观联系办法:

慕尼黑博览会公司在华总代理—京慕国际展览有限公司 项目一组

电话: 010-84600388、84600389、84600575

传真: 010-84600394、84600776、84600788

联系人: 刘靖、林航、李玲

电子邮件: liujing@ciec.com.cn, linhang@ciec.com.cn, liling@ciec.com.cn,

网址: www.ispo.com.cn 或 www.sports-source-europe.com.cn

二〇一〇年三月

2011 年德国慕尼黑国际体育用品及运动时尚贸易博览会
ispo 2011 (出口加工展区)
参展费用预算

	费用预算	单位	金额	明细
业务费用	报名费	1 公司	人民币 2000 元	包括国内/外通讯联络费、资料费、出具参展邀请函费等
	标准摊位费	12m ²	欧元 4950 元	包括: 1、博览会官方会刊登录费; 2、光地租金; 3、标准施工: 12M ² 标准展位包括 1 张谈判桌, 4 把谈判椅, 射灯、太阳灯、灯箱楣板, 地毯、1 个电源插座、矮柜、100 欧元免费道具; 4、电杂费及清洁费; 5、现场办公服务; 6、中国展团宣传费; 另: 免费道具额按展位面积递增
		15m ²	欧元 6170 元	
		18m ²	欧元 7390 元	
		21m ²	欧元 8610 元	
		24 m ²	欧元 9830 元	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 12 m² 以上标摊每增加 3 m² 增加 1220 欧元。 ● 双面开展位加收: 250 欧元 			
特装修展位费	<ul style="list-style-type: none"> ● 独立申请面积 36M² 以上, 可申请独立展位特装修, 施工方案及特装部分报价另议; 			
品牌展区	<ul style="list-style-type: none"> ● 品牌企业独立申请 50M² 以上, 可申请进入品牌展区, 相关参展办法请联络我司另行索取; 			
人员费用	展期随团费(境外 6.5 天)	1 人	人民币 17500 元 (暂定)	包括展期随团国际往返机票、展期境外食宿(市中心四星级酒店)交通费、司机导游小费等
	全程随团(境外 11 天)	1 人	人民币 24500 元 (暂定)	包括全程随团国际往返机票、展期境外食宿(市中心四星级酒店)交通费、司机导游小费及展后商务考察费等
展品运输费	展品海运费(单程)	1 m ³	去程 人民币 3300 元	去程运费包括: 上海集货仓库—慕尼黑展台全程运输费、仓储费、报关手续费、运输保险等;
			回程 人民币 3600 元	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 海运费不足 0.5m³ 按 0.5m³ 计, 超过 0.5m³ 部分按实际体积计算。 ● 海运体积 2M3 以上费用预算, 请见附件“参展须知” 			
	展品空运费(去程)	1 公斤	去程 人民币 77 元	包括集货仓库—慕尼黑展台全程运输费、仓储费、报关手续费、展品运输保险等; 空运回运将采取海运形式
德国海关关税	<ul style="list-style-type: none"> ● 不回运部分关税按清册价总额的 36% 计算, 以人民币形式国内汇付; ● 回运展品不收关税。 			
其它	因公护照签证费	1 人	人民币 1000 元(仅限需在北京办理的因公护照签证)	

注: 1、支付外币费用时, 汇率须以汇款当日中国银行公布的卖出价为准。
2、我司保留因汇率大幅调整或其它特殊原因更改报价的权利。

2011 年德国慕尼黑国际体育用品及运动时尚贸易博览会
ispo 2011 (出口加工展区)
参展申请表

公司名称 (中文): _____

公司名称 (英文, 刊登会刊用) _____

通信地址 (中文): _____

通信地址 (英文, 刊登会刊用): _____

邮 编: _____

电 话: _____ 传 真: _____

联系人: _____ 手 机: _____

负责人及电话 _____ 或 () 同以上联系人

E-MAIL1: _____ E-MAIL2: _____

网址: _____ (我 公 司 是 第 _____ 次 参 加 ispo 展 会?)

申请面积: 室内摊位: _____ 平方米 _____ 面开 (最小申请面积 12 平方米起)

预计参展人数: _____ 人

展出内容: _____ (中文)

_____ (英文)

品牌名称: _____

请传真至: 京慕国际展览有限公司 010-84600394、84600776、84600788

报名截止日期: 2010 年 7 月 30 日

- 我公司确认以上所填资料和“参展须知”的各项内容。

负责人签字(加盖公章) _____ 填表日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

请注意:

1. 以上所填中/英文资料为报批及刊登博览会会刊用, 请打印或用正楷填写;
2. 据慕尼黑博览会公司的规定, 基本会刊登录包括: 公司名称、地址、电话、传真、电子邮箱、网址、展位号、一项展品类别及品牌名称。

2011 年德国慕尼黑国际体育用品及运动时尚贸易博览会

ispo 2011 (出口加工展区)

参展须知

1、 报名:

- 1) 报名参展企业所携带的展览品必须符合博览会展品范围。
- 2) 报名表须填写完整、加盖公章, 展出内容第一项作为场地分配和会刊登的依据。
- 3) 报名截止日期: 2010 年 7 月 30 日。

2、 会刊登录:

- 1) 根据慕尼黑博览会公司的规定, ispo 2011 展基本会刊登录包括(公司名称、地址、电话、传真、电子邮箱、网址、展位号、一项展品类别及品牌名称), 并于 2010 年 10 月 1 日前截止刊登。
- 2) 基本会刊登录内容将出现在展览会官方会刊、展览会官方网站及展会现场的观众指导等。如需刊登广告或加登信息, 请向我公司另行申请。
- 3) 参展公司如不提出特殊要求, 我公司将依据参展申请表所填内容之英文部分进行官方会刊基本登录。
- 4) 为配合中国展商更全面地进行宣传, 我公司将免费编辑印制所含信息较完整的《中国参展商名录》, 期待您的配合。

3、 参展要求:

- 1) 各项参展费用请参照: “参展费用预算”及“其它费用预算”;
- 2) 付款:
 - a) 参展公司报名后, 我公司即发出“报名确认书及支付费用函”, 参展公司收到此文件, 即可按规定金额于截止日期前安排付款;
 - b) 报名参展公司须在 2010 年 7 月 30 日前支付报名费及业务费, 如逾期未收到汇款, 我司保留收回展位并重新分配的权利;
 - c) 报名参展公司须在 2010 年 12 月 20 日前支付参展余款(明细请见我司届时下发的付款通知), 如逾期未收到余款, 我司将不予安排相关服务项目。
- 3) 参展公司须严格遵守博览会的有关规定, 如不得提早撤展、筹展、展览期间不得零售、不得损坏展览会有关设施、撤展时不得乱扔废物等, 因违规造成的损失, 需由参展公司承担。

4、 联合参展:

如果报名参展的企业在同一展位内与其它厂家或公司

联合参展, 涉及以下情况之一的, 参展公司须承担联合参展的相关费用。

- 1) 联合参展商需在展览会上登录企业信息的, 包括会刊、CD、网络、观众信息查询系统等;
- 2) 联合参展公司派人赴展, 需我司协助办理出国手续、进行境外安排并取得博览会方面所发邀请函的;
- 3) 联合参展公司的展品需要通过中国展团统一办理运输事宜的。

5、 退展规定:

- 1) 已报名参展公司在书面 2010 年 8 月 30 日前提出退展申请的, 博览会将不收取撤展违约金;
- 2) 已报名参展公司在 2010 年 8 月 30 日后, 10 月 30 日前书面提出退展申请的, 博览会将收取报名费及会刊登录费;
- 3) 已报名参展公司在 2010 年 10 月 30 日后, 12 月 10 日前书面提出退展申请的, 博览会将收取展位费的 50% 作为违约金;
- 4) 已报名参展公司在 2009 年 12 月 10 日后书面提出退展申请的, 博览会将收取展位费用的 90% 作为违约金;
- 5) 根据博览会规定, 因签证被拒签出现展位空缺并无法再次送签的, 按照展商自行撤展处理。
- 6) 退展申请只接受书面传真形式, 其他形式视为无效, 我司同时保留对空缺展位另行处理的权利。

6、 参展证:

依据博览会的规定, 每 20M² 展出面积可获得 3 张免费参展证, 20 M² 以上每增加 10 M² 可增加 1 张展商证。

超出部分将按照 41 欧元/张向博览会另行购买。展商另可获得由京慕公司免费提供的价格 15 欧元/张的客户请柬 20 张。

7、 展位分配:

我司将依据参展公司的报名顺序、展出内容、申请面积及付款顺序等, 对所有中国展团的摊位进行统一分配(包括直接报名至我司及中国大陆各组团公司)。

如遇特殊情况，我司保留调整及变更中国展区内所有参展商(含国内组展单位所组展商)摊位位置的权利。

8、展会服务：

有关签证、摊位位置、展品运输、展团会刊登录、广告、道具租赁和人员服务等参展相关内容请查阅确定展位后下发的《参展商手册》。

9、摊位装修：

- 1) 中国展团采用统一的标摊装修方案，参展公司在不改变主体结构的前提下可在展位内租赁博览会提供的特殊道具；
- 2) 参展公司所展示的展品不可超出所分配的面积，更不可占用过道；参展公司租用影音设备进行宣传的，不可对相邻展位参展公司造成干扰。
- 3) 中国展区申请 36m² 以上的参展商可申请展位特装修，京慕公司将提供特装修设计及施工服务，特装部分价格按照与展商确认的施工图另议。特装修如出现 2 层展位，第二层将按照摊位面积的 50%收取展位费。

10、签证：

- 1) 请参展公司依据我司提供的邀请函及赴“展团签证办理须知”及德国各使/领馆的商务签证要求等材料筹备签证；
- 2) 参展公司须派出本公司的业务人员赴外参展，如邀请客户或工厂随行，请在发邀请函时告之我可以按准确信息发放邀请函及准备材料；
- 3) 如赴展国要求签证面谈，参展人员必须在对方通知的时间内携带相关材料赴使/领馆面谈；
- 4) 因参展公司自身原因造成的签证拒签（如送签材料不属实/不完整、派出人员非业务骨干或本单位员工、未按照规定时间递交材料或进行签证预约等），参展公司需承担相关损失，我司将视情况尽量与使/领馆沟通协助解决。
- 5) 参展公司方面因赴展人员全体被拒签而出现展位空留情况并无法再次送签时，依据博览会规定，按照参展企业自行退展处理，处理办法参见本须知第五款“退展约定”。

11、展品运输：

- 1) 我司将指定专业的运输代理进行全程展品运输服务，包括：境内指定仓库内接货、集中运输单据、短期储存、理货、装箱、出口报关、运输至境外口岸、境外的进口报关、提货、布展日前将展品运输至每家参展公司展台、展品回运及办理运输保险。
- 2) 运费优惠：海运体积 2-5 立方米，优惠运输费为 RMB3000/m³，海运体积 5-10 立方米，优惠运输费为 RMB2500/m³；海运体积 10 立方米以上，优惠运输费为 RMB2200/m³
- 3) 参展公司须仔细阅读《展品运输指南》中各项内容，在集货截止日期前将展品完整无误地送至指定地点，及时将运输报关单据提交至指定运输代理；
- 4) 因参展公司自身原因造成的展品延误所产生的后果及损失由参展公司负责。
如：未按时提供报关单据及送达货物、出运或回运单据与实际货品不符、展品外包装不符合要求或破损、报关货值过高或过低而影响报关进程等。

12、展品请勿涉及侵权：

- 1) 请您在挑选参展展品时，务必注意在保护贵公司自身工业产权的同时，不要携带涉及侵犯其它参展公司、国外企业知识及技术产权的产品，以防在参展时给您带来不必要的麻烦。如商标侵权、外观设计侵权、假冒或仿冒产品等均属侵权范围内。
- 2) 参展商因涉及侵权范围所造成的任何损失，博览会均不予解决或赔偿。

- 13、其它：由于不可抗力（如自然灾害、罢工、政变、战争、燃油危机、盗抢等）或非组团方的责任而不能履行出展计划或延误参展筹备的，我公司将及时通知各参展公司、并尽量与有关单位协调争取减少参展损失，争取最大额度退还参展公司已支付的相关费用。

京慕国际展览有限公司

2010 年 3 月