

新闻稿

2019年10月

第十八届 Music China 奏响华彩篇章，见证音乐教育需求日趋兴盛

陈天楚小姐
电话: +86 21 6160 8557
merry.chen@china.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com.cn
www.musikmesse-china.com
MUC19_FR_SC

2019年10月13日，Music China 中国（上海）国际乐器展览会在上海新国际博览中心精彩落幕。今年的第十八届 Music China 再度为行业留下浓墨重彩的一笔。为期四天的展会涵盖 13 个展馆及两个户外展厅，汇集 2,414 家参展企业，联结 122,519 位观众（2018 年观众数据：110,381，增长 11%），规模再创新高。今年的音乐教育板块面积有显著增长，众多该领域的企业首次参加了展会。无论是展商还是观众，均对展会高度认可，认为展会的效果远超预期。今年的同期活动充满了知识、实践以及不可或缺的乐趣，收到了观众和展商的热切欢迎。四天轮番上演的千余场现场演奏也让音乐爱好者和专业人士乐在其中。

本届 Music China 展会占地 145,000 平方米，每位观众、买家以及音乐爱好者都可以从中寻找到自己想要的产品与活动。13 个展馆囊括了整条乐器产业链，从传统的古典钢琴到电吉他、单簧管、小号、套鼓等等应有尽有。



Music China 2019 观众大幅上升 11%

法兰克福展览（香港）有限公司副总经理张菁女士回顾第十八届 Music China 的成功深感欣慰：“我们翘首企盼展会开幕的画面还在眼前，一转眼精彩的四天已经过去了。这是我们迄今为止规模最大的一届展会，更让我们高兴的是随着面积扩张，展会的品质也持续上扬。今年展会的面积增长主要反映在几大产品板块中。音乐教育相关品类仅次于钢琴和弦乐器板块今年也有明显扩容升级。相较去年仅有一个展馆而言，今年音乐教育的相关产品和机构分布在两个展馆中，我们也同时举办了众多相关同期活动，给与会者提供众多学习不同乐器的传统与新颖的教学方式。”

法兰克福展览（上海）有限公司
中国上海浦东新区世纪大道 1229 号世纪大都会 1 号楼 11 层，200122

音乐教育板块持续火爆

本届 Music China 展会的音乐教育板块占据了很大一块展示面积，也迎来了众多新展商。在这个行业板块的展示中，主办方不仅致力于促进业务的沟通，重视师生与业者之间的知识资讯交流，更提供与业界专家同行面对面交流的机会。上海德国学校音乐部负责人、二级教师 Holger Schulze 先生此次带领学生团参观了展会，他表示：“Music China 给予了我们和音乐人以及乐器商交流的机会，除了各类乐器和音乐书籍外，你可以在这里找到关于音乐演奏、学习及创作话题的多种活动。如果你对电子乐感兴趣，这里同样有相关的产品和活动板块可以探索。Music China 很好地推动着音乐教育事业的发展。尤其是在现场和大家交流教授乐器的经验方法对像我这样的教师而言受益匪浅。”

同期活动还囊括了音乐教育的热点话题。载誉归来的 NAMM CMIA 行业论坛和 NAMM 大学经销商培训课程依然是人气爆棚。此外，观众也有幸通过提琴制作大师工作坊和齐鼓乐等活动亲身体验乐器制作和演奏的乐趣。West Music 高级副总裁 Cathy Miller 女士是 NAMM 大学经销商培训课程的演讲嘉宾，回顾本次活动她表示：“这是我第六年参加 Music China，我很高兴看到展会规模每年都在扩大，这样的势头从未停止！同期活动对于展会也是不可或缺的一部分，我们不仅在现场进行商贸沟通，我们也需要分享知识、建立我们的社交网络。Music China 为业内人士和音乐爱好者打造了交流的桥梁。活动现场座无虚席，听众在问答环节也十分投入。”

钢琴与弦乐器成为面积最大、增长最快的展品板块

今年各大中外钢琴和弦乐器企业，尤其是德国、意大利等欧洲展团的参与相当踊跃，让两大板块展示面积增长了 15%。众多参展品牌意识到如今中国市场迅猛的发展势头以及未来巨大的潜能。德国钢琴制造商贝希斯坦（C. Bechstein）亦是其中一位，监事会成员 Karl Schulze 先生解释：“这里的市场是巨大的并且仍在增长。每年，全球约生产 40 万台钢琴，其中 30 万台是卖到中国的。我坚信在未来的十年，中国市场的价值将不断攀升。这也是我们认为 Music China 相比在美国、欧洲等展会更加重要的原因。”。贝希斯坦钢琴首席执行官 Stefan Freymuth 先生补充：“如今电子乐器的市场地位越来越重要，未来也将发展的更为壮大。市场上许多低端原音乐器不得不与之竞争，电子乐器可能最终还是会上风。但是贝希斯坦是专注于生产优质的高端乐器，这也是我们长期的优势。我们在欧洲的市场份额很大，但仍然希望能够进一步开拓中国和亚洲市场。Music China 可以帮助我们做到这一点，这也是我们参展的原因。对我们而言，Music China 是最重要的一场展会。”

雅马哈乐器音响（中国）投资有限公司市场企划室副室长冈田丰先生也对本土市场的未来发展充满信心，谈及和 Music China 展会的深厚感情，他表示：“雅马哈是 Music China 的老朋友了。我们不仅会通过乐器、音响提供出色的音乐体验，更会以完善的客户服务体系作为客户音乐道路上的持久保障。这次展会，雅马哈在展位准备了四个小舞台，通过演出的形式展示我们的全新品牌，黑科技——静音乐器、无人乐队和 AI 科技钢琴伴奏。雅马哈目标客户群主要以中国为主，60%是与音效有关的乐器用户，30%为乐器经销商、代理商。Music China 不断扩大的规模和观众数量是吸引我们每年参加的重要原因。Music China 在强大的中国市场背景下，和其他国家的乐器展相比，有着广阔的发展前景，更让人抱有期待。”

中国（上海）国际乐器展览会
上海，2019年10月10至13日

本土品牌与国际品牌齐放异彩

观众在 Music China 现场除了可以体验各类乐器和配件，浏览最新乐谱书籍，还能感受中国民乐乐器和民乐文化。买家可以高效地在现场寻找到中国及周边地区的合作伙伴，这也正是 Music China 的亮点之一。Kuffner International 公司总裁 Hap Kuffner 先生深表认同：“我从美国来上海需要经历 15 小时的漫长旅程，但绝对不虚此行。我在这儿见到了很多朋友，光今天一天我就安排了和印度和土耳其合作伙伴的工作会议。整个亚洲市场都能在 Music China 触手可及，这里是我结识业务伙伴、构建行业网络的绝佳场所。”

蓬勃发展的中国本土市场同样为国内的买家提供了海量商机。他们通过 Music China 积极地寻找海外业界同仁，共同抓住潜在机遇。广州星野乐器贸易有限公司品质管理部经理苏世洪先生谈及现场的收获表示：“我们是一家乐器经销商。我这次主要来看一些吉他品牌，和新老合作伙伴见面交流。Music China 可以说是中国和亚洲范围内最有口碑、规模最大的乐器贸易展会，吉他领域的很多知名品牌像 Taylor、Gibson、Ibanez、Martin 等也都会来参加展会，好些品牌还是跳过经销商直接参加展会，这给了我们直接洽谈的宝贵机会。”

今年强大的国际展团阵容也再次印证了 Music China 的国际地位，来自比利时、德国、俄罗斯、法国、荷兰、捷克、日本、西班牙、意大利、英国、中国香港、中国台湾的展团将带来各国及地区最具代表性的乐器产品。日本吉他制作工作室 Last Guitar 今年通过日本展团首次参加了 Music China，董事长小山晃弘先生对展会的效果亦深表满意：“我们是一家坐落于东京的吉他店，这次我携手 3 位吉他制作人带着他们各自的吉他佳作一起来到现场。过去日本的吉他爱好者喜欢追求大品牌，如今高质量的个人工作室出品的手工吉他日渐受到市场欢迎。我认为未来中国市场也会有这样的趋势。因此我希望借助 Music China 进入中国市场，接触更多的乐器经销商和吉他演奏者。Music China 是全球最知名的乐器展会之一，它帮助我们加速了业务发展的过程。我们对展会的效果非常满意，也希望首秀仅仅是一个开始，我们会在来年的 Music China 上有更好的表现。”

意大利顶级竖琴品牌 Salvi Harps 和 LYON Healy 总裁 Marco Salvi 先生对中国市场的重要性和未来潜力给予了高度肯定：“我们已经连续多年参加 Music China 展会，这个展会对于我们在中国市场的立足有着举足轻重的意义。许多孩子和音乐爱好者就是在 Music China 现场第一次了解竖琴乐器的。尽管相对其他乐器而言，竖琴仍然是个很小的市场，但借助展会的曝光和宣传，我们的营业额依旧在稳步上升。Music China 是我们全年推广中唯一参加的展会，不仅是我们的合作伙伴和客户也将推广的重心放在上海展会上。Music China 是个综合性的展会，覆盖整条乐器供应链，这势必会帮助我们吸引到不同渠道的客人。”

博士（Bose）也同样借助 Music China 平台积极进军乐器市场，博士视听系统（上海）有限公司市场经理王之昊先生透露：“博士致力于为终端消费者、教育市场、餐厅及其他领域研发专业的音响设备。Music China 是我们探索其他乐器市场的绝佳平台。这几天我们收到相当多的问询，个人以及买家团合作意向很高，其中不乏现场下单的客人。Music China 是享誉盛名的乐器展览会，也是我们进入乐器市场的最佳选择。人流量和展会的规模也远胜其他展会，大大超出了我们的预期。”

今年的 Music China 气氛热烈，展馆内是一片商贸交流的繁忙景象，而室外激情四射的现场表演、台下欢声雷动的人群又带来别样的风景。同期举办的各大赛事也邀请到爵士、电音以及电子舞曲的新秀一展才艺。Music

中国（上海）国际乐器展览会
上海，2019年10月10至13日

Lab 音乐实验室是观众参与产品路演活动的不二之选， Music China 全球业界新品首发平台系列活动推出的新产品也受到高度关注。此外，四天持续不断的现场表演也让观众和展商都乐在其中。

下届 Music China 中国（上海）国际乐器展览会将于 2020 年 10 月 28 至 31 日举办。更多展会详情请浏览 <http://www.musikmesse-china.com.cn> 或发邮件至 music@hongkong.messefrankfurt.com。

更多新闻资料和图片请至：<https://music-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en/press/press-releases.html>

其他 Musikmesse 品牌展会包括：

Musikmesse

2020 年 4 月 1 至 4 日，法兰克福

NAMM Musikmesse Russia

2020 年 9 月 17 至 19 日，莫斯科

更多法兰克福展览 Musikmesse 旗下乐器行业品牌展会信息请浏览 www.musikmesse.com。

法兰克福展览集团简介

法兰克福展览集团是全球最大的拥有自主展览场地的展会主办机构，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球 30 个地区聘用逾 2,500 名员工，每年营业额约 7.18 亿欧元。集团与众多行业领域保持紧密联系，在展览活动、场地和服务业务领域，高效满足客户的商业利益和全方位需求。遍布世界各地的庞大国际行销网络，堪称集团独特的销售主张之一。多元化的服务呈现在活动现场及网路管道的各个环节，确保遍布世界各地的客户在策划、组织及进行活动时，能持续享受到高品质及灵活性；可提供的服务类型包括租用展览场地、展会搭建、市场推广、人力安排以及餐饮供应。集团总部位于德国法兰克福市，由该市和黑森州政府分别控股 60%和 40%。有关公司进一步资料，请浏览网页：www.messefrankfurt.com.cn