

新聞稿

2019年10月

## 第十八屆 Music China 奏響華彩篇章，見證音樂教育需求日趨興盛

陈天楚小姐  
电话: +86 21 6160 8557  
[merry.chen@china.messefrankfurt.com](mailto:merry.chen@china.messefrankfurt.com)  
[www.messefrankfurt.com.cn](http://www.messefrankfurt.com.cn)  
[www.musikmesse-china.com](http://www.musikmesse-china.com)  
MUC19\_FR\_SC

2019年10月13日，Music China 中國（上海）國際樂器展覽會在上海新國際博覽中心精彩落幕。今年的第十八屆 Music China 再度為行業留下濃墨重彩的一筆。為期四天的展會涵蓋 13 個展館及兩個戶外展廳，匯集 2,414 家參展企業，聯結 122,519 位觀眾（2018 年觀眾資料：110,381，增長 11%），規模再創新高。今年的音樂教育板塊面積有顯著增長，眾多該領域的企業首次參加了展會。無論是展商還是觀眾，均對展會高度認可，認為展會的效果遠超預期。今年的同期活動充滿了知識、實踐以及不可或缺的樂趣，收到了觀眾和展商的熱切歡迎。四天輪番上演的千餘場現場演奏也讓音樂愛好者和專業人士樂在其中。

本屆 Music China 展會佔地 145,000 平方米，每位觀眾、買家以及音樂愛好者都可以從中尋找到自己想要的產品與活動。13 個展館囊括了整條樂器產業鏈，從傳統的古典鋼琴到電吉他、單簧管、小號、套鼓等等應有盡有。



Music China 2019 觀眾大幅上升 11%

法蘭克福展覽（香港）有限公司副總經理張菁女士回顧第十八屆 Music China 的成功深感欣慰：“我們翹首企盼展會開幕的畫面還在眼前，一轉眼精彩的四天已經過去了。這是我們迄今為止規模最大的一屆展會，更讓我們高興的是隨著面積擴張，展會的質量也持續上揚。今年展會的面積增長主要反映在幾大產品板塊中。音樂教育相關品類僅次於鋼琴和弦樂器板塊今年也有明顯擴容升級。相較去年僅有一個展館而言，今年音樂教育的相關產品和機構分佈在兩個展館中，我們也同時舉辦了眾多相關同期活動，給與會者提供眾多學習不同樂器的傳統與新穎的教學方式。”

法蘭克福展覽（上海）有限公司  
中國上海浦東新區世紀大道 1229 號世紀大  
都會 1 號樓 11 層，200122

## 音樂教育板塊持續火爆

本屆 Music China 展會的音樂教育板塊佔據了很大一塊展示面積，也迎來了眾多新展商。在這個行業板塊的展示中，主辦方不僅致力於促進業務的溝通，重視師生與業者之間的知識資訊交流，更提供與業界專家同行面對面交流的機會。上海德國學校音樂部負責人、二級教師 Holger Schulze 先生此次帶領學生團參觀了展會，他表示：“Music China 給予了我們和音樂人以及樂器商交流的機會，除了各類樂器和音樂書籍外，你可以在這裡找到關於音樂演奏、學習及創作話題的多種活動。如果你對電子樂感興趣，這裡同樣有相關的產品和活動板塊可以探索。Music China 很好地推動著音樂教育事業的發展。尤其是在現場和大家交流教授樂器的經驗方法對像我這樣的教師而言受益匪淺。”

同期活動還囊括了音樂教育的熱點話題。載譽歸來的 NAMM CMIA 行業論壇和 NAMM 大學經銷商培訓課程依然是人氣爆棚。此外，觀眾也有幸通過提琴製作大師工作坊和齊鼓樂等活動親身體驗樂器製作和演奏的樂趣。West Music 高級副總裁 Cathy Miller 女士是 NAMM 大學經銷商培訓課程的演講嘉賓，回顧本次活動她表示：“這是我第六年參加 Music China，我很高興看到展會規模每年都在擴大，這樣的勢頭從未停止！同期活動對於展會也是不可或缺的一部分，我們不僅在現場進行商貿溝通，我們也需要分享知識、建立我們的社交網絡。Music China 為業內人士和音樂愛好者打造了交流的橋樑。活動現場座無虛席，聽眾在問答環節也十分投入。”

## 鋼琴與絃樂器成為面積最大、增長最快的展品板塊

今年各大中外鋼琴和弦樂器企業，尤其是德國、意大利等歐洲展團的參與相當踴躍，讓兩大板塊展示面積增長了 15%。眾多參展品牌意識到如今中國市場迅猛的發展勢頭以及未來巨大的潛能。德國鋼琴製造商貝希斯坦（C. Bechstein）亦是其中一位，監事會成員 Karl Schulze 先生解釋：“這裡的市場是巨大的並且仍在增長。每年，全球約生產 40 萬台鋼琴，其中 30 萬台是賣到中國的。我堅信在未來的十年，中國市場的價值將不斷攀升。這也是我們認為 Music China 相比在美國、歐洲等展會更加重要的原因。”。貝希斯坦鋼琴首席執行官 Stefan Freymuth 先生補充：“如今電子樂器的市場地位越來越重要，未來也將發展的更為壯大。市場上許多低端原音樂器不得不與之競爭，電子樂器可能最終還是會佔據上風。但是貝希斯坦是專注於生產優質的高端樂器，這也是我們長期的優勢。我們在歐洲的市場份額很大，但仍然希望能夠進一步開拓中國和亞洲市場。Music China 可以幫助我們做到這一點，這也是我們參展的原因。對我們而言，Music China 是最重要的一場展會。”

雅馬哈樂器音響（中國）投資有限公司市場企劃室副室長岡田豐先生也對中國本土市場的未來發展充滿信心，談及和 Music China 展會的深厚感情，他表示：“雅馬哈是 Music China 的老朋友了。我們不僅會通過樂器、音響提供出色的音樂體驗，更會以完善的客戶服務體系作為客戶音樂道路上的持久保障。這次展會，雅馬哈在展位準備了四個小舞台，通過演出的形式展示我們的全新品牌，黑科技——靜音樂器、無人樂隊和 AI 科技鋼琴伴奏。雅馬哈目標客戶群主要以中國為主，60%是與音效有關的樂器用戶，30%為樂器經銷商、代理商。Music China 不斷擴大的規模和觀眾數量是吸引我們每年參加的重要原因。Music China 在強大的中國市場背景下，和其他國家的樂器展相比，有著廣闊的發展前景，更讓人抱有期待。”

中国（上海）国际乐器展览会  
上海，2019年10月10至13日

## 本土品牌與國際品牌齊放異彩

觀眾在 Music China 現場除了可以體驗各類樂器和配件，瀏覽最新樂譜書籍，還能感受中國民樂樂器和民樂文化。買家可以高效地在現場尋找到中國及周邊地區的合作夥伴，這也正是 Music China 的亮點之一。Kuffner International 公司總裁 Hap Kuffner 先生深表認同：“我從美國來上海需要經歷 15 小時的漫長旅程，但絕對不虛此行。我在這兒見到了很多朋友，光今天一天我就安排了和印度和土耳其合作夥伴的工作會議。整個亞洲市場都能在 Music China 觸手可及，這裡是我結識業務夥伴、構建行業網絡的絕佳場所。”

蓬勃發展的中國本土市場同樣為國內的買家提供了海量商機。他們通過 Music China 積極地尋找海外業界同仁，共同抓住潛在機遇。廣州星野樂器貿易有限公司品質管理部經理蘇世洪先生談及現場的收穫表示：“我們是一家樂器經銷商。我這次主要來看一些吉他品牌，和新老合作夥伴見面交流。Music China 可以說是中國和亞洲範圍內最有口碑、規模最大的樂器貿易展會，吉他領域的很多知名品牌像 Taylor、Gibson、Ibanez、Martin 等也都會來參加展會，好些品牌還是跳過經銷商直接參加展會，這給了我們直接洽談的寶貴機會。”

今年強大的國際展團陣容也再次印證了 Music China 的國際地位，來自比利時、德國、俄羅斯、法國、荷蘭、捷克、日本、西班牙、意大利、英國、中國香港、中國台灣的展團將帶來各國及地區最具代表性的樂器產品。日本吉他製作工作室 Last Guitar 今年通過日本展團首次參加了 Music China，董事長小山晃弘先生對展會的效果亦深表滿意：“我們是一家坐落於東京的吉他店，這次我攜手 3 位吉他製作人帶著他們各自的吉他佳作一起來到現場。過去日本的吉他愛好者喜歡追求大品牌，如今高質量的個人工作室出品的手工吉他日漸受到市場歡迎。我認為未來中國市場也會有這樣的趨勢。因此我希望藉助 Music China 進入中國市場，接觸更多的樂器經銷商和吉他演奏者。Music China 是全球最知名的樂器展會之一，它幫助我們加速了業務發展的過程。我們對展會的效果非常滿意，也希望首秀僅僅是一個開始，我們會在來年的 Music China 上有更好的表現。”

意大利頂級豎琴品牌 Salvi Harps 和 LYON Healy 總裁 Marco Salvi 先生對中國市場的重要性和未來潛力給予了高度肯定：“我們已經連續多年參加 Music China 展會，這個展會對於我們在中國市場的立足有著舉足輕重的意義。許多孩子和音樂愛好者就是在 Music China 現場第一次了解豎琴樂器的。儘管相對其他樂器而言，豎琴仍然是個很小的市場，但藉助展會的曝光和宣傳，我們的營業額依舊在穩步上升。Music China 是我們全年推廣中唯一參加的展會，不僅是我們，我們的合作夥伴和客戶也將推廣的重心放在上海展會上。Music China 是個綜合性的展會，覆蓋整條樂器供應鏈，這勢必會幫助我們吸引到不同渠道的客人。”

博士（Bose）也同樣藉助 Music China 平台積極進軍樂器市場，博士視聽系統（上海）有限公司市場經理王之昊先生透露：“博士致力於為終端消費者、教育市場、餐廳及其他領域研發專業的音響設備。Music China 是我們探索其他樂器市場的絕佳平台。這幾天我們收到相當多的問詢，個人以及買家團合作意向很高，其中不乏現場下單的客人。Music China 是享譽盛名的樂器展覽會，也是我們進入樂器市場的最佳選擇。人流量和展會的規模也遠勝其他展會，大大超出了我們的預期。”

今年的 Music China 氣氛熱烈，展館內是一片商貿交流的繁忙景象，而室外激情四射的現場表演、台下歡聲雷動的人群又帶來別樣的風景。同期舉辦的各大賽事也邀請到爵士、電音以及電子舞曲的新秀一展才藝。Music

中国（上海）国际乐器展览会  
上海，2019年10月10至13日

Lab 音樂實驗室是觀眾參與產品路演活動的不二之選， Music China 全球業界新品首發平台系列活動推出的新產品也受到高度關注。此外，四天持續不斷的現場表演也讓觀眾和展商都樂在其中。

下屆 Music China 中國（上海）國際樂器展覽會將於 2020 年 10 月 28 至 31 日舉辦。更多展會詳情請流覽 <http://www.musikmesse-china.com.cn> 或發郵件至 [music@hongkong.messefrankfurt.com](mailto:music@hongkong.messefrankfurt.com)。

更多新聞資料和圖片請至：<https://music-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en/press/press-releases.html>

其他 Musikmesse 品牌展會包括：

### **Musikmesse**

2020 年 4 月 1 至 4 日，法蘭克福

### **NAMM Musikmesse Russia**

2020 年 9 月 17 至 19 日，莫斯科

更多法蘭克福展覽 Musikmesse 旗下樂器行業品牌展會資訊請流覽 [www.musikmesse.com](http://www.musikmesse.com)。

### **法蘭克福展覽集團簡介**

法蘭克福展覽集團是全球最大的擁有自主展覽場地的展會主辦機構，其業務覆蓋展覽會、會議及活動，在全球 30 個地區聘用逾 2,500 名員工，每年營業額約 7.18 億歐元。集團與眾多行業領域保持緊密聯繫，在展覽活動、場地和服務業務領域，高效滿足客戶的商業利益和全方位需求。遍布世界各地的龐大國際行銷網絡，堪稱集團獨特的銷售優勢之一。多元化的服務呈現在活動現場及網路管道的各個環節，確保遍布世界各地的客戶在策劃、組織及進行活動時，能持續享受到高品質及靈活性；可提供的服務類型包括租用展覽場地、展會搭建、市場推廣、人力安排以及餐飲供應。集團總部位於德國法蘭克福市，由該市和黑森州政府分別控股 60%和 40%。有關公司進一步資料，請瀏覽網頁：[www.messefrankfurt.com.hk](http://www.messefrankfurt.com.hk)