

新闻稿 +++ 中国（上海）国际乐器展览会
上海，2024年10月10至13日

music CHINA

Music China 十月再启，展览面积扩容 25%

上海，2024年6月。继去年创下122,000人次的观展记录后，今年中国（上海）国际乐器展览会（Music China）展览面积将扩容至150,000平方米。今年第21届 Music China 将于10月10至13日在上海新国际博览中心举办，本届展会备受业界期待，预计将吸引2,000家展商踊跃加入。此外，展会新增N1号馆专门展示声音录制设备、电子与电声乐器板块。这个全新打造的专业声音展馆将为展商提供展示现场演奏与体验原声音效的舞台，为观众提供沉浸式声音魅力之旅。为了保证观展更佳体验与有序环境，展商将配备耳机和隔音设备。



2023年 Music China 展会观众人数位居展会二十载以来第二高

根据预测，2024年中国乐器市场收入总额将达到719亿元人民币¹。业界也普遍认为中国乐器市场强大生命力和可观规模的背后离不开充满活力的音乐教育文化。施坦格列泊钢琴公司代表Alban Steingraeber先生在上届展会中表达了他对中国市场的乐观展望：“我了解到在中国琴童的数量比德国总人口数还多。中国，以及亚洲市场已成为我们最大的市场之一，能够在展会现场结识这么多拥有丰富行业知识和高超演奏技巧的观众让我们非常高兴。”

“钢琴是 Music China 展会中最大的展品品类。与此同时，上届展会中其他各类乐器、零配件和音乐教材热度也居高不下，有众多观众展现出了更为多元广泛的采购兴趣。本届展会亦顺应

¹ Statista 数据统计机构，2024年1月22日发布，<https://www.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/musical-instruments/china#revenue>

丰富的市场需求，将面积扩容 25%，覆盖 14 个展馆，为买家提供更广泛的采购选择。”法兰克福展览（香港）有限公司副总经理张菁女士表示。

“电子音乐、管乐器、弦乐器和传统民乐等主要产品领域在中国乐器市场的热度比较均衡，这一点尤其让人欣慰。Music China 在疫情后的回归备受业界瞩目，许多展商期望通过 2023 年的参展效果来了解展会是否依然有吸引多渠道多领域客源的能力。从去年与会者的正面反馈及今年展会报名初期的反应来看，这点毋庸置疑。下届展会超 60% 展览面积已被预订，众多知名品牌都在申请更大的展位面积。我们也期待能够在金秋十月的上海共襄一场更大的乐器盛会。”

目前已确认参加 2024 年 Music China 的知名品牌有：Adams、Conn-Selmer、Cort、Cremona Violin、达达里奥（D’Addario）、Despiau、Dixon Drums, Doerfler、Fender、Godin、JodyJazz、M-Audio、宫泽（Miyazawa）、Moog、尼康（Nikko）、Paxman、Pearl、佩卓夫（Petrof）、RATstands、Sabien、Savarez、三益（Samick）、精工（Seiko）、赛尔玛（Selmer）、Tagima、Thomastik、Weissenberg、雅马哈（Yamaha）、柳泽（Yanagisawa）等。除了备受期待的各大品牌之外，众多国际展团还将携各国代表品牌亮相 Music China，展示各国前沿乐器创新与传统精髓。参与本届展会的国家有德国、法国、捷克、日本、西班牙、意大利、英国等，届时 Music China 将成为一场真正的全球音乐文化盛典。

除了知名品牌云集的各大展馆外，本届 Music China 还将推出全新 N1 展馆，专为声音录制设备、电子与电声乐器而打造。N1 展馆展商阵容强大，无论是业内人士还是音乐发烧友都可在此尽情探索声音魅力。Apogee、Avantone Pro、AVID、Black Lion Audio、Earthworks Audio、Focusrite、MOTU、Nektar、Novation、RME、Shure、Sennheiser、Sonarworks、Sony、Soundking、Studiologic、Superlux、Tascam 等知名品牌都将在此呈现该领域的专业产品与技术。

线上教育与在线零售趋势推动市场复苏

Music China 同期活动始终聚焦新零售渠道拓展、探索终端市场消费趋势，这些话题将在本届展会中得到更为广泛深入的讨论。

京东集团乐器行业负责人任子敬先生在上届展会中也强调了近期的市场变化：“为了吸引更广泛的受众，许多音乐学校和乐器品牌都利用抖音及其他社媒平台进行产品宣传。这一策略旨在吸引更多年长音乐爱好者的注意，他们也是更具有潜在购买力的重要客群。有趣的是，该群体对于线上培训的依赖程度远高于去线下琴行上课的少儿群体，也是未来各大品牌非常看重的地方。”

Music China 同期活动将包含一系列形式丰富的论坛、培训课程、钢琴调律师专业讲座、大师班、音乐教育课程和研讨会，助力业界进行高效的业界培训和商贸交流。这些活动将为业界带来更多学习、交流、探索业界前沿实践与技术的宝贵机会。同期活动也为广大音乐人、专家学者、经销商和音乐爱好者量身定制，促进行业的持续学习与创新。

Music China 中国（上海）国际乐器展览会由法兰克福展览、中国乐器协会和上海国展展览中心有限公司共同主办。

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.html>。

新闻资料和图片请至：

<https://music-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en/press/photos.html>Press

Music China 社交账号:

<https://www.facebook.com/musicchinamf/>

<https://www.instagram.com/musicchinamf/>



媒体联系:

陈天楚小姐

电话: + 86 21 6160 8557

merry.chen@china.messefrankfurt.com

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
www.messefrankfurt.com.cn

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 28*个地区聘用约 2,300*名员工，业务版图遍及世界各地。2023 年营业额逾 6 亿欧元*，集团与众多行业领域建立了丰富的全球商贸网络并保持紧密联系，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。法兰克福展览集团核心优势在于遍布世界各地庞大、紧密的国际营销网络，覆盖全球约 180 个国家。多元化的服务呈现在活动现场及网络平台的各个环节，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。我们正在通过新的商业模式积极拓展数字化服务范畴，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。作为核心战略体系之一，集团积极实践可持续化经营理念，在生态、经济利益、社会责任和多样性之间达成有益的平衡。有关集团可持续发展进一步资料，请浏览网页：www.messefrankfurt.com/sustainability。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。

* 2023 年初步数字