

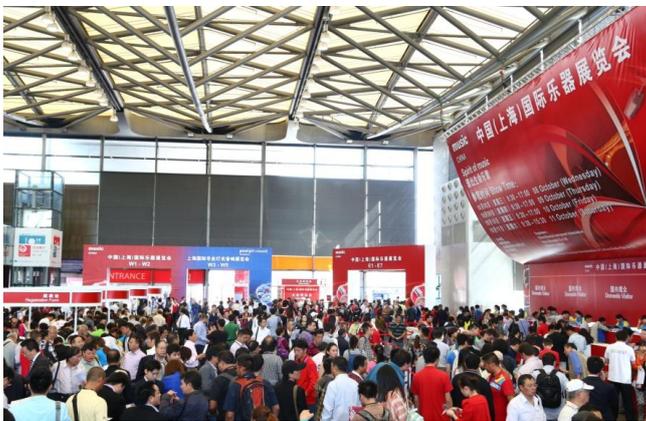
music 2014 中国（上海）国际乐器展览会

CHINA

总结报告

- 国内外展商 1775 家，参观人数达 71591 名，再创历史新高
- 首次增设音乐教育展区，拓展展会内涵
- 会议论坛聚焦行业热点，推动产业升级
- 开设儿童音乐体验区域，助推音乐普及
- 发起“音乐为星星点灯”公益活动，关爱自闭症儿童

由中国乐器协会、上海国际展览中心有限公司和法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的 2014 中国（上海）国际乐器展览会(Music China 2014)于 10 月 8-11 日在上



海新国际博览中心圆满闭幕。展会自 2002 年首次举办至今，立足国际化、专业化，汇集音乐文化生态圈的上下游企业、媒体与用户，聚焦行业领先技术、市场前沿信息，已逐步发展成为了全球年度音乐文化产业盛事。

一、展会概况

在经历 2013 年乐器进出口双下降后，今年上半年进出口开始复苏，但由于海外市场需求低迷，2014 年乐器行业形势依然严峻。为提升国内外企业的参展信心，主办方通过各种有效渠道加强海外宣传的力度与广度，积极开拓国内音乐教育市场，助力企业进行有效拓展。

今年展会逆势增长，展会规模增至 98000 平方米，共有来自 29 个国家和地区的 1775 家企业参展，较去年增长 5.65%，国家和地区展团共 11 个，来自比利时、捷克、芬兰、法国、德国、意大利、日本、荷兰、西班牙、英国、中国台湾。

珠江、上民一厂、星海、凤灵、海伦、超拔、津宝、柏斯、金音、艾立卡、得理、四会华声、乐海、吟飞、功学社、红棉吉他、雅马哈、卡西欧、施坦威、乐兰、三益等国内外知名乐器企业和品牌携新品、精品展示。值得一提的是，今年首次新增音乐教育展区聚焦音乐培训与普及，雅马哈、乐兰、周广仁钢琴中心、好美乐等国内外知名机构首次参展，通过展位展示、公开课程、舞台表演等多种形式，集中呈现风格各异的音乐教育模式，展区内人气爆棚，成为了展会的一大亮点。

虽然今年展期由于客观原因并没有包含双休日，但馆内依然人流如织，四天展期共吸引了来自 86 个国家和地区的 71591 名海内外专业人士参观，其中海外观众达 3576 名，观众的质量与数量较去年均有不同程度的提升。通过展会多年来海外推广的持续投入，今年在经济并不理想的情况下，海外观众仍在去年基础上增加了 5%，来自国内音乐院校、文艺团体、经销零售商等专业人士也有一定程度的增加，参展企业对今年的观众质量均表示满意。

历经 12 年的发展，展会已成为了世界上最具影响力的乐器展之一，为中国乐器走向世界、世界同行了解中国搭建了良好的平台。参展企业和展示产品涵盖了行业全貌，从产品设计制造到音乐教学培训、同期会议论坛，展商与观众都能获取最新资讯、找到商业合作机会。展会坚持国际化与专业化的发展道路，推动产品技术升级，行业创新发展，产业能级提升，成为了海外买家采购产品、国内乐器走出国门的首选。



观众数据分析

92%的展商对现场订单表示满意；94%的展商通过展会建立了新的业务关系；96%的展商对观众质量表示满意；91%的展商对观众数量予以肯定。

观众感兴趣的产品

民族乐器	47%
铜管、木管乐器	33%
钢琴及键盘	30%
弦乐器	29%
打击乐器	22%
电声乐器	21%
乐器配件	21%
乐谱	17%
口琴手风琴	12%
音乐相关电脑硬件软件	10%
协会/媒体	5%
其它	2%

数据显示民族乐器、管乐器、钢琴、弦乐器依然是观众最为感兴趣产品。

观众业务性质

音乐类院校及音乐培训机构	20%
零售/批发	18%
文艺团体	13%
青少年活动中心/幼儿园/中小学/大学	12%
进出口/代理	12%
制造商	11%
媒体	2%
协会	2%
其它	10%

来自专业经销、代理的观众群体达 30%，展会的专业程度继续提升，同时，来自音乐类培训机构、音乐院校的群体比例今年达到 32%，展会近年对于教育潜在市场的挖掘颇具成效，今年更是首次设立音乐教育培训展区，扩展展会内涵，为广大企业寻找新的商机。

参观目的

看样订货	35%
参加会议论坛	27%
收集市场和产品信息	23%
观看现场表演、活动展区	23%
寻求合作伙伴	13%
联络固有的供应商和销售商	10%
比较不同产品/供货商/同行竞争者	9%

今年看样订货的观众群体较去年增加了 2 个百分点，比例达 35%，专业买家来展会进行业务洽谈、收集信息与寻求合作伙伴的比例达到 58%，参与同期的会议及相关活动达到了 50%，展会的多元化平台日益凸显。



二、同期活动

行业论坛、专业技术交流会聚焦产业热点与最新技术

NAMM CMIA 行业论坛

以其国际性、高端性与前瞻性深受各类琴行经销商的欢迎，本届论坛聚焦乐器制造与经销领域最热门的话题，重点解读移动互联网时代背景下的乐器营销策略，为从业者提供最前沿的市场资讯。

“如何操作”——经销商培训课程

如何操作实务课程从实际出发，既有一线城市的琴行领跑者传授管理经验，也有二三线城市的新兴琴行分享发展经验，更有乐器销售、品牌推广、新媒体使用等专题的分享和培训。两天的八节课程共吸引了近 2000 名专业听众。

MIDI 及钢琴调律技术交流讲座

MIDI 技术研讨会由来自谷歌、雅马哈等单位的技术专家为国内同行详细介绍了 MIDI 技术在国际上的各项前沿应用；钢琴高级调律师讲座开设了高质量的业务培训和现场示范课程。

各类文化主题活动，领略大师风采

民乐文化主题活动

民乐名家讲坛以展现、传播传统音乐精粹为目标，汇聚了“筝坛圣手”中国音乐学院王中山教授、央视“出彩中国人”冠军、中央民族乐团阮演奏家冯满天等多位国乐国宝级大师，吸引了近 1000 名听众前来聆听，了解国乐精髓，感受传统音乐文化艺术的深厚底蕴。

除了名家讲坛，今年的主题活动还纳入了新的文化内容。在 E7 民乐馆内，琵琶主题展览，以时间为轴，展示了方锦龙先生各时期、各形制的代表藏品；文化雅集区域，吟诗、品茶、闻香、赏乐，不同的文化形式给观众带来了国乐的全新体验。

提琴制作大师工坊

此次活动邀请到了中央音乐学院郑荃教授、上海音乐学院华天初教授和朱明江先生，三位国内最顶尖的制琴大师，以及三位来自意大利的顶尖提琴制作师加盟，共同献技，演示琴头、面板、背板弧度的雕刻制作技巧，细致地体现了提琴制作的工艺之美。

音乐教育系列活动，助推音乐普及

开设音乐教育展区

展会首次纳入音乐教育培训机构专属展区，并结合观摩体验课程立体地解读各类音乐教育模式，现场观众络绎不绝，加盟推广商机无限。

音乐名师课堂及观摩体验课程

现场共吸引了超过 **1500** 多位从事各层面音乐教学工作的听众参与，聆听国内外著名教学专家分享教学经验与技巧，观摩各类培训机构的公开课程，探讨办学理念、模式及商业合作。

音乐互动演艺活动，多方位呈现音乐魅力

“大艺术、小玩家”——儿童音乐乐园

以音乐体验为主线，互动童趣为特色，展会特别为广大少年儿童设置了音乐乐园，电子打击板、电鼓达人、小小录音师等活动区域免费开放，寓教于乐，通过形式多样的乐器的体验感受，浅显易懂地了解乐理知识，培养音乐学习的兴趣，助推音乐普及。

智能音乐世界

E6 馆内开辟了科技与音乐相融合的产品展示区域，以“智能音乐”为名，呈现了各种创新乐器、应用软硬件在内的，当下国内最新最酷、最具潜质的音乐创意产品，并通过演示、体验互动等形式，将音乐与科技的无缝衔接更为立体地得以展现。

音乐不间断—现场演奏会

户外三个舞台为观众们呈现了近百场精选现场演奏，众多知名品牌形象代言人、明星乐手轮番登台，带来古典、摇滚、爵士等不同艺术风格的音乐演出。

“音乐为星星点灯” 公益活动，关爱自闭症儿童

展会打造商贸、文化、教育多元化服务平台，不断深化展会内涵的同时，加入多一点人文关怀，发起了关爱自闭症儿童的公益活动。10月10日，主办方邀请专业音乐治疗教师为近百名自闭儿童开设体验课程，感受音乐。在当天下午进行了乐器捐赠仪式，并由组委会带头捐

出了 200 套打击乐器给予“天使知音沙龙”及四所自闭症儿童学校，现场还募集到了近 150 套爱心乐器，定点捐赠给上海市慈善基金会，为更多的自闭症儿童打开音乐之门。



三、媒体推广综述

专业媒体方面，展会选择了 16 家杂志和 20 家网站，在展前、展中及展后对展会进行跟踪报导，根据不同杂志、网站的用户群体细分，进行更为有针对性的宣传。并加强展会的自媒体宣传功能，通过展会官网、微信、微博等多种形式，定期发布展会资讯、活动内容、观展配套服务，实现信息的时时更新。

公众媒体方面，选择了在 9 个电视频道，12 个电视栏目，3 个电台频率，7 个广播栏目，美国、欧洲等海外 200 多个网站，大陆地区近 70 个网站进行宣传，并将硬性广告的滚动播放与软性报道有机结合，提高了展会宣传的力度与广度。

公众媒体名单：



四、展会服务

从意见征询表的统计情况来看，主办方的服务得到了众多参展企业的认可，99%的展商对主办方展前工作持满意态度，98%的展商对主办方现场服务予以肯定。就往年企业反映的问题，主办方会与场馆或其他相关部门进行沟通后，积极寻找解决方案，今年均有了不同程度的提高。

1) 展会自媒体

展会官网、微信、微博在展前、展中、展后进行了有效及时的信息发布，并在官网上设立活动报名专享通道，方便展商与观众参与。展会现场，各问讯处免费设立展会 APP 下载点，查找展位、品牌及活动信息…多项服务一键搞定；特别设立“乐小微”，通过微信平台，每天及时为广大参展企业和参观人士播报展会相关日程与进展，动动手指，信息一手掌握。

2) 噪音问题

由于乐器产品的特性，需要展台演出，即使加强管理，噪音的影响依然存在。对此主办方一方面加强展馆规划，将一部分安静的电声产品安排在弦乐馆，有声馆加强表演时间段的音量控制；另外，在电声馆外侧开辟了洽谈区，并在各大会问讯处免费提供耳塞，进一步提升有声馆企业的参展感受。同时，也希望参展企业能积极配合，自觉遵守相关规定，共创良好的展会环境。

3) 展会日期

由于展馆的垄断与限制，2014 年展期不得不过于临近黄金周，不利于企业布展与观众参观，主办方反复与新国际博览中心沟通，终于将 2015 年的展期调整至 10 月 14 日-17 日，并包含了一天双休日。

4) 增设 WIFI 热点

为更好地提升展商与观众的参展与观展效果，今年主办方在开设上网区的基础上，在多个展馆入口厅进行了免费 wifi 覆盖，给展商与观众带来了便利，明年将增加 wifi 覆盖点的数量，以进一步满足企业的需求。

5) 增加货物回运服务

就去年发生的黑物流现象，主办方多次与展馆有关部门反映，加大了警署管理力度，并在撤展期间，在各大会问讯处增设了天地华宇的服务点，为广大企业提供服务，黑物流的现

象得以很好的改善。

令人翘首以盼的 2014 上海乐器展已落下帷幕，在此我们衷心感谢一直以来给予我们关心和指导的各方领导及合作伙伴，感谢长久以来支持和理解我们的参展企业，感谢始终关注我们的广大朋友们，正是有了你们的参与和肯定，上海乐器展会才能成为备受瞩目的业界盛会，才有今天的辉煌。

为更好地推动音乐行业的健康发展，为广大企业搭建更丰富的品牌宣传平台，上海乐器展的主办方—中国乐器协会、上海国际展览中心有限公司有效整合多年办展资源，明年 5 月起在北京举办音乐生活展，直面终端消费人群，通过音乐融入日常生活的体现形式，为广大厂商宣传企业形象，提升品牌知名度。

2015 年 5 月 8-10 日，北京音乐生活展，邀您参与！

2015 年 10 月 14-17 日，中国（上海）国际乐器展览会，与您再次相约新国际博览中心！

详情垂询：021-62956677 或浏览 www.musicchina-expo.com。



新浪微博昵称：“上海国际乐器展”



添加展会微信，获取最新资讯



展会 APP，搜索关键词“上海乐器展”或“乐器展”下载



中国（上海）国际乐器展览会组委会

二零一四年十一月