

- 展览面积达65000平方米
- 观众人数增加14%，达43238名
- 新品层出不穷，引领业界潮流
- NAMM大学课程、CMIA琴行论坛、院长论坛、电子峰会全方位打造乐器文化新理念
- 鼓手节、现场演奏、drum circle激情上演，引爆展会现场

作为第十届中国上海国际艺术节博览部分的重头戏，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2008中国（上海）国际乐器展览会于10月12日在上海新国际博览中心圆满闭幕。展会自2002年首次在上海举办至今，历经7年岁月，已成为亚洲规模最大最具影响力的专业性乐器展览会，在国内外广受赞誉，是爱乐人士的年度音乐盛会。

与此同时，展会也得到了多方面的肯定。上海市对外经济贸易委员会、上海市会展行业协会的有关权威人士组成评审小组，秉承客观、公平、公正原则，经过长达两年的现场调查、数据核实，一致选评中国（上海）国际乐器展览会作为上海会展史上首批15个“上海市品牌展览会”之一，代表了目前上海展览行业的最高水平。早在两年前，由中国轻工业联合会组织有关权威机构和业内专家举行的评选中，中国（上海）国际乐器展览会以其行业领先、业界公认、具有鲜明国际化和市场化特征而被授予“中国轻工行业十大品牌展会”的光荣称号。

展商概况

本届展会共吸引来自中国、美国、英国、奥地利、荷兰、澳大利亚、丹麦、法国、德国、印度、印度尼西亚、意大利、日本、西班牙、加拿大、捷克、瑞士、泰国、韩国、新加坡以及中国香港及中国台湾等22个国家和地区的1106家企业参展，其中奥地利、德国、法国、英国、意大利、西班牙以及中国台湾等国家和地区更是以展团的形式参展。整个展览会面积达到65000平方米，较去年同期新增5000平方米。本届展会一如既往地获得了业界的大力支持和踊跃参与，汇聚了如珠江钢琴、星海乐器、海伦钢琴、英昌钢琴、柏斯琴行、知音琴行、凤灵提琴、上海民乐、河北金音、津宝管乐、四会华声、YAMAHA、GIBSON、鲍德温、功学社、JUPITER、ROLAND、WARWICK、施坦威、KAWAI等国内外知名品牌和商家。各大企业展示了钢琴、打击、电声、民乐、弦乐、铜管等乐器产品以及乐器配件、音乐出版物、音乐相关的电脑器件等延伸产品。

随着全球经济一体化发展，中国经济与世界经济的联系日益密切。今年，由于全球金融危机中国国内经济面临诸多困难和挑战。受次贷危机的影响，美国市场对中国乐器的吸纳能力有所下降，这在一定程度上会影响展商的参展情况，主办方针对今年的特殊情况，一方面提前做了大量的工作，积极引导、定期了解展商需求、提高自身服务、扩大专业观众规模、增加投入，共同推动中国乐器行业的健康发展。经过各方努力，虽然后期有部分厂商退展，但可喜的是今年总体招展势头良好，展商总数较去年增加87家，其中国内展商增加60家，海外展商增加27家，一度出现预定展位火爆的情景。

展会效果得到了展商更多的好评与肯定

据现场调查的展商数据显示：92%的展商对观众质量持肯定态度；90%的展商对现场订单表示满意；95%的展商对展前的工作持满意态度；96%的展商对主办单位的工作予以肯定；91%的展商表示会继续参加明年的展会。

●广州珠江钢琴集团有限公司 总经理 黄伟林

今年的上海乐器展已经成为世界及中国乐器市场的窗口，是名列世界前茅的乐器品牌展。通过中国（上海）国际乐器展览会这一平台，在繁荣世界乐器市场的同时，推动了世界及中国乐器行业的发展和进步。在全球经济环境不甚乐观，金融海啸对中国的影响已经凸显的情况下，上海乐器展的成功举办，对全球和中国乐器行业的发展起到了坚定信心、促进交流、增进合作、寻求共赢的重要作用。

●宁波海伦乐器制品有限公司 董事长 陈海伦

上海乐器展作为行业的一个大舞台，在全世界乐器厂家都到来后，我们可以通过参展了解到所有国际品牌产品的品质和我们公司产品品质的对比，了解到我们还欠缺什么，在哪方面还需要努力，展会为我们向国际大品牌学习和了解创造了契机。

●福州和声钢琴有限公司 董事长 池家森

每次盛会都是大家在一起交流的难得机会，很多企业都趁着展会的机会召开经销商大会，我们和声今年的经销商会议就有120多名经销商以及他们的朋友来参加，这也是增进相互了解，交流感情，加深合作的很好机会。

●河北金音乐器制造有限公司总经理 陈学孔

通过这次展会，不仅给公司带来了订单、客户，也让公司员工在展会上了解了同行业的发展，以及其他乐器所使用的一些可以为我公司所用的技术，例如高频加热技术、环保胶、环保油漆等。

●AXL公司 总裁 刘祥德

今年展会办得非常精彩，较去年又进了一大步。我们公司今年的展位位置较好，代理的品牌公司对外卖的展台设计以及展品陈列都提了很好的建议。整个情况都很好，来我们展台参观的客户比去年多了20%，订单数也增加20%多。

●施坦威钢琴（上海）公司 董事长 维尔纳·胡斯曼

中国是施坦威公司在世界的第二大市场，汉堡生产的钢琴专供中国市场。施坦威的在华营销战略不会改变。现在还在考虑拓展新兴市场，不过这不会是简单的施坦威钢琴经销点数量的增加，公司十分注重经销商资质及对钢琴品牌的高度维护，以此来提高产品品位，增强客户满意度，展会是很好的平台与途径。

●法国乐器协会（CSFI）副主席 Laurence O'Neill

上海乐器展对法国乐器行业非常重要，它是联结法国和亚洲乐器界的桥梁，特别是以中国为平台，辐射到新加坡、香港及本地区的其他国家。在历年参展中，我们和亚洲的经销商结下了很多合作分销关系，并通过一年一度的上海乐器展加以巩固。

●德国握威（上海）公司 总经理 Nicolas Jouvenceau

作为中国最主要的行业展会，上海乐器展提供了非常好的市场推广机会，作为全球主要乐器企业，我们必须参加这一盛会。展会日益国际化，也更加生动有趣，对于品牌的宣传非常重要。

观众概况

为期四天的展会共吸引了来自中国、韩国、美国、日本、德国、新加坡、澳大利亚以及中国台湾和中国香港等91个国家和地区的43238名海内外观众，国内观众人数共计40612人，较去年增长14%，其中，海外观众共计2626人，观众整体质量也较去年有明显的提高。

由于全球金融危机以及奥运会对海外人士签证的影响，给我们今年的观众推广工作带来了一些难度。海外观众方面，我们多次与外经贸沟通联系，通过政府部门发出函邀请；国内方面则加大内需市场的推广投入，结合首次举办的CMIA琴行论坛的推广工作，对艺术团体、音乐院校、文化机构等分发展会资料及信息，后期更是进行了部分电话邀请。展会前一个月针对江浙沪的音乐培训学校及上海重要文艺团体，进行重点的一对一电话邀请，确保信息准确地到达。由于今年展会包含双休日，我们特别加大了校园推广工作，搭建大型路演舞台，并在上海文化娱乐机构和上海爵士周上分发展会宣传资料。值得一提的是，今年我们对上海的高端消费人群特别是音乐爱好者进行了一对一的邮件邀请，邀请人数近50万。在全球经济不景气的情况下，本届展会观众数量仍较去年增加14%实属不易。

在专业观众对展会感到满意的同时，国内外的参展商也感受到了乐器展观众的变化，观众们同样也对上海乐器展表示了肯定与赞扬。

●激声博韵（上海）乐器贸易有限公司 市场部副经理 张中华

今年展会的时间安排非常好，公众日安排在了周六、周日双休日，对我们公司来说，上海是我们最难做的市场之一，我们非常希望在上海乐器展上对公众展示我们公司的形象和实力，向他们推出最新款的产品，进而推广品牌、培育市场，今年较多的公众满足了我们的需求。

●瑞士儿童乐器制造企业Pico Instrumenten公司 Peter Bucher先生

我专门为5~8岁的儿童设计乐器。在上海乐器展上，我们展示了弦乐器，管乐器也首次在中国亮相。买家们很感兴趣，反响也很热烈。我们很兴奋，在这里见到了包括伊朗和伊拉克等各国在内的全球买家。

●专营乐器出口的Kuffner国际公司 Hap Kuffner先生

我们非常需要上海乐器展，它已发展成为亚洲最大、最有活力的展会，汇聚了欧洲、美国、拉美地区以及亚洲各地的业内人士，是彼此认识、交流的好地方。

●法国 Ori Chamla

我已是第四次来到中国上海参观乐器展，我们公司主要从中国、韩国和日本进口产品，所以参加上海乐器展对公司业务至关重要，中国的展会组织能力也得到了长足进步。

观众数据分析情况

观众工作性质

采购	15.6%
乐手	17.75%
管理层	21.64%
音乐爱好者	14.64%
销售/市场推广	12.25%
音乐教师	9.61%
技术员	4.71%
其它	3.80%

观众业务性质

零售/批发	19.29%
进出口/代理	14.97%
音乐类院校及音乐培训机构	15.01%
少年宫/小学/中学/大学	18.02%
制造商	11.27%
文艺团体	13.6%
媒体	2.91%
协会	2.27%
其它	2.66%

作为业内贸易平台，此次展会上采购人员、管理层以及销售/市场推广约占观众总人数的50%。

从观众的业务性质角度来看，零售、批发商、进出口/代理商、音乐院校、文艺团体占观众比例的大部分，其他大多为少年宫、大中小学校、音乐培训机构的音乐爱好者。

参观目的

看样订货	27.37%
收集市场和产品信息	17.19%
观看现场演奏	12.15%
寻求合作伙伴	8.48%
观摩鼓手节	6.45%
联络固有的供应商和销售商	4.59%
观摩齐鼓乐	7.26%
比较不同产品/供货商/同行对手	5.33%
参加计算机电子峰会	1.10%
确定下届是否参展	1.67%
参加NAMM大学课程培训	1.70%
参加CMIA第一届琴行论坛	1.47%
参加院长论坛	2.46%
其它	2.78%

从观众参观目的来看，看样订货、收集市场和产品信息、以及联络固有的供应商和销售商等商业目的约占50%，另外来看展会表演的有25%，Music China已成为了业内一年一度的音乐盛会。

同期活动

2008钢琴调律职业技能竞赛颁奖仪式

由中国轻工业联合会、中国就业培训技术指导中心、中国乐器协会、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会共同举办的2008全国钢琴调律职业技能竞赛颁奖仪式在展会第一天上午10点隆重举行，中国轻工业联合会副会长步正发、中国财贸轻纺烟草工会副主席查学明、中国乐器协会理事长王根田、中国就业培训技术指导中心综合处副处长庞建国、中国乐器协会钢琴调律师分会会长金先彬以及国内外社会各界人士、广大钢琴调律师等共计200余人出席颁奖仪式。颁奖仪式上步正发副会长指出，本次竞赛活动全面检阅了当前全国钢琴调律职业技能培训状况，推动地区、企业、院校之间先进钢琴调律技术的广泛深入交流，在行业里营造了崇尚科学、尊重技能、尊重技术、尊重人才、鼓励创造的良好氛围。此次竞赛共评选出优秀选手40名，行业技术能手20名（含全国技术能手3名）。此次竞赛引导和激励了全国广大钢琴调律从业人员，学习知识、创新技术，进一步提高技能水平。

NAMM大学课程

与NAMM(国际音乐制品协会)合作的NAMM大学课程，今年进入第三个年头。从最初的概念引进到逐步调整选题内容、适应中国国情和行业实践，NAMM大学课程这一品牌活动在中国业界已树立较好的口碑，并日益受到关注。今年圆桌宏观问题专家论坛的主题紧跟美国次贷危机和美元贬值的现实，探讨全球性经济疲软对于乐器行业的影响，积极寻求行业的应对措施。在“如何操作”环节，力邀业界精英授课，提供围绕品牌推广、音乐培训、员工计划、分类销售等八节集专业性、实效性、实用性于一体的行业培训课程。听众们对于本届NAMM大学课程的评价很高，八成以上的听众对课程内容和嘉宾人选表示满意并表示会将此课程推荐给其他人，另有超过七成的听众认为此课程对他们的业务发展有明显的促进作用。

CMIA第一届琴行论坛

今年首次举办的琴行论坛得到了业界的广泛关注，共吸引180人参加，成为现场最受欢迎的单场次会议。论坛的主题是“生存与发展——中国数万家琴行如何面对？”，并围绕“音乐教育与文化传播的创新”、“不同地域琴行因地制宜发展”、“厂家、琴行、消费者的共赢”、“连锁经营、规范经营的思路”、“针对不同产品的市场策略”五个颇受业界关注的问题进行讨论。现场所做的意见征询显示，听众对琴行论坛的接受度很高，约75%的听众对论坛主题和圆桌嘉宾表示肯定，认为对自身业务较有帮助，并表示会将此论坛推荐给其他人。香港柏斯琴行总裁吴天延先生认为，展会期间首次举办琴行论坛，相信对行业发展起到促进作用。琴行分会的未来发展方向还需要协会从行业角度加以规范和引导，避免出现不利于行业的情况。

第二届院长论坛

继去年首次开设“院长论坛”大获好评后，“第二届院长论坛”于本届展会期间再次闪亮登场。来自四川音乐学院、上海音乐学院、西安音乐学院、沈阳音乐学院、清华大学艺术教育中心、浙江师范大学、上海师范大学等近三十所高等音乐学院、师范大学音乐学院、艺术学院院长、副院长，以及来自香港大学的相关人士共同参加了为期两天的论坛活动。院长与展商们就“音乐人才培养的机遇与挑战”、“音乐教育界与乐

观众感兴趣的产品

传统中国乐器	17.63%
钢琴及键盘	14.27%
电声及电子乐器	10.56%
弦乐器	12.52%
打击乐器	10.29%
铜管乐器	9.22%
木管乐器	5.91%
乐谱	5.65%
乐器配件	6.61%
音乐相关电脑硬件软件	4.27%
协会/媒体	1.82%
其它	1.25%

观众调查显示，今年观众最感兴趣的产品依旧是中国民族乐器，钢琴和弦乐器分别列在二、三位。

器行业的交流与合作”等一系列双方关心的问题面对面的交流。两场圆桌研讨会的主题较去年更具针对性、讨论性。院长们纷纷表示在讨论碰撞中获取了更多有价值的信息和认知，并在现场与更多的乐器厂家面对面交流了关于乐器生产、使用和维护的实践情况。其中有多位院长携专门负责乐器设备的采购人员，经过良好的供销信息沟通，现场与企业达成了购买意向。

上海国际计算机电子音乐发展研讨峰会

首次与上海音乐学院、上海计算机音乐协会合作的上海国际计算机电子音乐峰会，邀请了上海音乐学院音乐工程系吴粤北教授、中央音乐学院电子音乐中心张小夫教授、武汉音乐学院刘健教授、南京艺术学院庄曜教授、上海计算机音乐协会何鉴秋、美国杜克大学博士H.JAMES.HARKINGS等国内外计算机电子音乐领域的重量级人物列席参加。嘉宾们就“如何运用电子技术搞音乐创作”、“计算机音乐与电子音乐之间的交融与区别”、“各个专业院校在计算机电子音乐教育方面遇到的问题与实践经验”等问题进行了介绍与讲解。此次计算机电子音乐发展研讨峰会，为中国计算机电子音乐的变革、普及和未来发展提供了新思路。峰会吸引了大批来自制造企业、高等院校以及媒体人士前来参与会议，现场气氛热烈。

第四届中国国际鼓手节

今年的鼓手节空前火爆，两天演出吸引了来自国内外的几千名鼓乐迷到场。日本鼓王神保彰、台湾信乐团鼓手Micheal Huang、国内最具实力的激情鼓手刁磊以及首屈一指的女鼓手段丝梨等乐手们一登台，就受到鼓迷们的尖声欢呼。整个活动成为展会现场人气最旺的区域之一，四处洋溢着鼓的抑扬节奏和人的动感活力。同时，Yamaha、Paiste、Zildjian、Jinbao、Evans、Shure等品牌的精品也在鼓手节同期现场展出。在欣赏精彩演出的同时，乐迷们也可以与他们心仪的乐器零距离接触。

音乐缤纷季——现场演奏会

展会期间，在外场的两个舞台上先后上演了近三十场涵盖中西乐器、内容各异、五彩缤纷的音乐演出，吸引人们驻足聆听。国内顶尖吉他手陈磊的签名吉他演示会、握威爵士摇滚秀—TM Stevens、上海音乐学院与上海师范大学音乐学院师生的联合互动演出、上海美国国际学校学生管弦乐队的精彩演出成为最受欢迎的几场。现场数百位观众围绕舞台四周，一同感受音乐的气息。

Drum Circle“齐鼓乐”

今年展会现场，首次将这一品牌活动带入中国。90分钟一场的打击乐互动，近百人手持大小有别、形态各异的打击乐器，跟随日本著名打击乐手KUMI的节奏指引，敲击出曼妙的节奏乐感。参与其中的多为从未接触过打击乐的人们，在规律的节拍，随意的动作中，体会了音乐原始感染力。

媒体推广综述

专业媒体方面，今年新增至21家合作媒体，其中11家杂志，10家专业网站。在展前、展中及展后都对展会陆续进行了报导和跟进。今年更是增加了展会的软文报道，形式多样化，从多方面介绍展会的进展情况和同期相关活动。

公众媒体方面，本届展会选择了在11个电视频道、16个电视栏目、9个电台频率、18个广播栏目、8家网站进行宣传。本届展会保持传统新闻宣传的同时，特别邀请上海首个外语频道各大相关重要栏目到场拍摄，还邀请了覆盖亚太地区的新加坡亚洲新闻台和凤凰卫视对展会进行宣传。平面宣传方面采用硬性广告、软性广告、新闻报道三种方式相结合，以上海为中心，兼顾江浙两省、北京、广州、香港等地。

本届展会的户外宣传采用的是客流量聚集的地铁。今年在地铁沿线进行为期1个月的宣传，并全部采用12封大灯箱，兼顾1号线、2号线、3号线、4号线和5号线，起到了良好的宣传效果。

展会服务

细致、专业的展会服务一直以来是中国（上海）国际乐器展览会的一大特色，今年我们事先把展馆须知、布展撤展注意事项等发放给展商，并电话询问接收情况。另外，考虑到E5、E6馆距南广场较远，主办单位特别租赁了E1-E6的馆内班车，方便E5、E6馆展商和观众的参观。

去年投诉较多的音量问题，在主办方的努力下，今年有了很大程度的改善。展前主办方就开始总结去年发生的问题，讨论改善的措施和办法，并整理出历年音量控制不当的展商名单，在招展的同时对这些企业进行提醒，并对其邮寄书面的音量控制条款，通过中国乐器协会、行业内杂志网站等多种渠道重申相关注意事项。展会前，收集所有展商展台表演时间表，并对相邻展位有表演的情况进行了错开和调整。在主办方的努力下，今年的音控工作取得了良好的效果。

展前，针对多种诸如展馆安保、消防、车辆、保洁、场馆内小摊位等问题，主办方与场馆方进行了多次沟通，就以往展商反映较集中的问题，向展馆有关方面进行了多次强调并提出要求，尽最大的努力与展馆协调处理相关事宜。

当然展会现场的服务还有待进一步改善和提高，主办方将再接再厉，也希望各位展商及广大同仁能给予更多的理解和支持。

总的来说，今年的展会达到了预期的效果并得到了业内的充分肯定，我们期待明年能在各参展商和广大业界人士共同努力下获得更大的成功，我们也真诚希望听取来自各方的意见和建议，集思广益，共同把上海乐器展打造成国际品牌展。

中国（上海）国际乐器展览会组委会

二零零八年十一月