

music 2015 中国（上海）国际乐器展览会

CHINA

总结报告

- 展出规模逾 100000m²，云集全球乐器品牌
- 展会人气爆棚，国内外专业买家齐聚，尽显无限潜在商机
- 聚焦行业热点、趋势，汇集业界创新技术
- 深化、延展教育主题，助推音乐普及，促进市场发展
- 明星大师轮番登场，互动体验玩乐的音乐盛会

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 2015 中国（上海）国际乐器展览会(Music China 2015)于 10 月 14-17 日在上海新国际博览中心圆满落幕。

一、展会概况

在全球经济弱复苏、慢增长、多风险等因素的交互影响下，海外乐器市场依旧疲软，今年上半年的美国 NAMM、德国法兰克福展的规模发展均受到不同程度的制约。反观中国乐器市场稳中有升，文化大发展政策的出台，给未来的市场拓展提供了更广阔的空间。世界看好中国，无论是海外国际品牌，还是中国自有品牌，都一如既往的选择了上海乐器展，今年展会的规模增加了 5000M²，但依然供不应求，实际情况超出了预期。

今年展会规模增至 105000 平方米，共有来自 30 个国家和地区的逾 1800 家企业参展，国家和地区展团共 10 个，来自比利时、捷克、法国、德国、意大利、日本、荷兰、西班牙、英国和中国台湾。

珠江、敦煌、星海、凤灵、海伦、超拨、津宝、柏斯、知音、金音、得理、声凯、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。今年更是将音乐教育展区的展出面积翻倍，并通过展览展示、名师教学分享、公开观摩课程、儿童音乐体验等多种形式立体的配套活动，呈现国内外顶尖教学模式，为教育机构的市场发展创造有效的商业平台，为企业挖掘新的利润增长点，知音、乐兰、珠江等均强势推出了其教育品牌。

四天展期人流如织，共吸引了来自 86 个国家和地区的 80468 名海内外专业人士参观，其中海外观众增长了 11%，达 3973 名，观众的质量与数量较往年有了明显的提升。通过主办方多年来持续的投入与积累，前期大量的宣传与推广，今年展会的观众总人数增加了近

10000 人，参观人次达 127401。经销/代理、零售/批发、音乐院校、演出团体、音乐爱好者……，行业各界人士齐聚，网罗全球无限商机。

历经十余年的发展，展会已成为了世界上最具影响力的乐器展之一，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，成为了国内外商贸采购、企业品牌拓展的绝佳平台。每年十月的上海展不仅是寻找商机、了解行业最新资讯的绝佳平台，更是行业间互相交流学习，行业翘楚、企业精英、名家名师、跨界人士、新老朋友欢聚一堂的年度盛会。

观众数据分析

91%的展商对现场订单表示满意；97%的展商通过展会建立了新的业务关系；98%的展商对观众质量表示满意；95%的展商对观众数量予以肯定。

观众感兴趣的产品

民族乐器	42%
铜管、木管乐器	35%
钢琴及键盘	32%
弦乐器	31%
乐器配件	24%
电声乐器	23%
打击乐器	22%
乐谱	19%
口琴手风琴	12%
音乐相关电脑硬件软件	13%
协会/媒体	8%
其它	4%

数据显示民族乐器、管乐器、钢琴依然是观众最为感兴趣产品。

观众业务性质

音乐类院校、艺教中心及音乐培训机构	25%
零售/批发	17%
文艺团体	13%
青少年活动中心/中小学/大学	11%
进出口/代理/经销	10%
制造商	8%
媒体	2%

协会	2%
其它	13%

来自专业经销、代理、青少年活动中心及中小学的观众比例均有小幅增加。

参观目的

参加会议论坛	46%
看样订货	41%
观看现场表演、活动展区	36%
收集市场和产品信息	31%
寻求合作伙伴	20%
联络固有的供应商和销售商	14%
比较不同产品 / 供货商 / 同行对手	13%

除了看样订货、收集市场及产品信息，更多的观众同时也积极参与了展会同期的会议/活动，增进了行业间的交流、学习与互通。

二、同期活动

行业论坛、经销商培训课程，聚焦产业热点与发展趋势

NAMM CMIA 行业论坛

以其国际性、高端性与前瞻性深受行业各界人士的欢迎，通过国际间跨界对话，探讨如何借力网络营销，激发市场消费潜力，为广大从业者提供最前沿的市场资讯，拓宽国际视野。

“如何操作”——经销商培训课程

注重如何操作实务的干货分享课程，已成为了全国各地经销商看样订货之余，交流学习、共同成长的绝佳平台。今年课程聚焦互联网+、“无品牌”营销、个性化经营、艺校师资等热点难点，邀请了一线城市的琴行领跑者、二三线城市的新兴琴行以及在线教育的跨界嘉宾，两天的八节课程共吸引了逾 2000 名专业听众。

各类文化主题活动，品味文化盛宴，领略大师风采

华乐国际论坛—“海上名家”系列讲坛

展会今年首次尝试策划了“海上名家”系列主题，邀约上海地区的民乐演奏家、教育家马晓晖、王蔚、李景侠、詹永明，开设比较受大众喜爱的二胡、古筝、琵琶、笛子的专题讲坛，吸引了 900 余名民乐爱好者前来。

“弓弦春秋”主题活动区

汇集了不同年代精品二胡的“弓弦春秋”展区，并结合现场制琴、品鉴、演出等互动环节，让广大观众深入了解胡琴的发展历程，感受传统音乐文化的博大精深。

提琴制作大师工坊

来自中国的提琴制作泰斗级人物郑荃，小提琴制作教授华天初，琴弓制作师马荣弟，意大利提琴制作师 Gio Batta Morassi 先生， Elisa Scrollavezza 女士，以及德国籍美国制琴师 J. Michael G. Fisher 先生共同献技，演示音板、面板、琴弓、侧板的雕刻制作技巧。

音乐教育系列活动，分享教学理念，助推音乐普及

教育名师课堂

今年的活动在原有的基础上添加了钢琴、爵士教学，邀请了施坦威艺术家茅为蕙女士、著名钢琴家、教育家赵晓生、美国著名音乐教育家菲伯尔、五座格莱美奖获得者 Victor Wooten 等现场分享教学经验与诀窍，共吸引了近 1000 名从事各层面音乐教学工作的听众参与。

观摩体验课程

知音、罗兰、珠江、美国“好美乐”、上海德国学校等多家全国知名音乐教育培训机构/学校联袂登场，分享教学模式，探讨商业合作，同时也有“外行”看艺术教育，来自新东方的跨界交流。

中国音乐教育大会

首次举办的中国音乐教育大会于展会同期举行，共有近千名来自全国各地的音乐教师与会，并于展会第二天集体参观了上海国际乐器展。

多场专业技术交流会，倡导创新理念，关注技术革新

国际 MIDI 技术研讨会

MIDI 技术研讨会首次发起“2015 中国网络应用创新开发竞赛”，展会现场进行颁奖及获奖项目展示。来自谷歌、雅马哈等单位的技术专家及中美日各国行业代表共同探讨 MIDI 技术在国际上的各项前沿应用，推动行业技术创新。

钢琴高级调律师培训讲座

钢琴高级调律师培训举办高质量的调律培训讲座，日本 kawai 的 MPA 技师高岛宪夫、广州星海音乐学院邱杨教授现场示范，吸引了众多调律师从业者争相观摩。

中国手风琴产业发展研讨会

此次手风琴产业发展研讨会围绕行业发展现状、存在问题及未来趋势进行了专题讨论，并展示了最新产品成果，演奏并讲解，业内专家、经销商、生产企业代表齐聚，对话行业发展。

音乐互动演艺活动，体验玩乐，明星乐手精彩亮相

儿童音乐城堡

以音乐体验为主线，互动童趣为特色，儿童音乐城堡，寓教于乐，培养音乐学习的兴趣，助推音乐普及。设置了瓶瓶罐罐、小小录音师、DJ 小能手、欢乐小鼓手等多种互动项目，此外，室外广场增设了 kids 舞台，为小朋友们搭建了展示才艺的平台。

音乐缤纷季——现场演奏会

摇滚、民谣、爵士等风格各异的户外舞台不间断的上演了近百场精彩演出。众多知名品牌形象代言人、明星乐手轮番登台。克罗地亚钢琴演奏家马克西姆、台湾独立创作歌手卢广仲、世界知名女吉他手 Jennifer Batten 等纷纷现身，带来精彩演出。

“音乐开启心灵”，关爱自闭症儿童公益活动

随着展会关注度的日益增加，主办方也希望能借助展会的平台为社会尽一份绵薄之力，融入更多人文关怀，今年延续了关爱自闭症儿童的公益活动，除乐器捐赠外，主办方还将展会门票、爱心 T 恤及现场募集的善款捐赠给了相应慈善机构，给予自闭症儿童更多爱与关怀。

三、媒体推广综述

专业媒体方面，展会选择了 27 家杂志和 11 家网站及 2 家电台，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，并通过广告与软性报道相结合的方式，让更多行业人士及时有效的了解展会信息。

专业媒体名单：Andante、audiofanzine、bateur magazine、Bigbox、Planet tt、Japan Music Trades、Phiharmonik、PPV medien、Musica & Mercado、Prart Music、SONICplug、中国乐器、乐器、音乐爱好者、琴童、中国音乐教育、钢琴艺术、音乐研究、歌唱艺术、音乐周报、笛友之家、中外乐器信息、歌剧、乐器空间、中国乐器采购、音乐书屋、中国民乐、琴行经营报、经典 947、中国乐器协会网、星夜钢琴网、吉他中国、midifan、中国古筝网、乐童音乐、爱乐网、管乐中国、数码中国等。

公众媒体方面,选择了在 8 个电视频道,11 个电视栏目,3 个电台频率,7 个广播栏目,美国、欧洲、东南亚等海外 900 多个网站,大陆地区近 140 个网站进行多次宣传,增加了宣传途径、频率,并加强了媒体的深入合作,多个电视栏目、杂志都进行了专题报道,大大提高了展会推广的力度与深度。

公众媒体名单:文汇报、新民晚报、新闻晨报、青年报、东方早报、劳动报、时代报、申江服务导报、生活周刊、上海电视、周末画报、上海商报、上海法制报、浦东时报、富甲天下、EASY、中国文化报、精品购物指南、北京晨报、香港大公报、扬子晚报、钱江晚报、大视野、周末、《新闻坊》、《上海早晨》、《新文艺纵览》、《今日印象》、《非常新闻》、《风格上海》、《City Beat》、《哈哈少儿俱乐部》、《直播上海》、《整点播报》、《新闻报道》、《音乐随心听》、《早安新发现》、《娱乐正当时》、《音乐新空气》、《轻松乐逍遥》、《智慧妈妈》、新华社、东方网、新浪网、中新社、搜狐网、腾讯网、人民网、新民网、看看新闻网、瑞丽网、慧聪网、21CN 生活等。

通过十余年的积累,上海国际乐器展特有的国际化全球网络资源,官方自媒体已经积聚了逾 100000 的专业观众群体,覆盖经销代理、音乐院校、演出团体、音乐家/艺术家及广大爱乐人。展会的相关资讯也会持续、定期、有效的以短信、电邮、微信、邮寄等多种方式结合的形式,通过官网、官微、微博、展会后台直接告知,并不断加强与音乐、艺术、生活类微信公众平台的合作,发布展会资讯、活动内容的相关信息,结合互动参与类活动的形式,扩大展会宣传面及时效性。

微信微博:上海亲子生活、上海吃喝、上海育儿网、上海乐活攻略、亲子育儿生活、上海生活头条资讯、淘漉音乐、音乐财经、周末慢生活、周末做啥、父母邦、哈哈俱乐部、快乐童年、魔都头条、MIDI 音乐节、爵士上海、橄榄古典音乐、上海头条播报、魔都头条、上海百事通、微上海、上海全知道等。

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,98%的展商对主办方展前工作及现场服务表示满意。为推动乐器行业的健康发展,打造多元化的展会功能,搭建全方位的服务平台,展会主办方一直在不断改进、提高展会服务,为展商与观众带来更好的参展及观展感受。

1) 增设在线活动报名通道,方便观众预约课程

每年的同期活动都吸引了来自全国各地，乐器及从事音乐相关行业的观众踊跃参与，但由于人数众多，往年的人工报名方式已不能及时回复意向观众。今年主办方加强投入，开设了微信、官网电子化的快捷报名方式，让更多观众第一时间就能自行完成课程预约，及时安排行程，方便参观。

2) 现场全面启用微信登记，快速入场

今年的展会入场将采用微信登记的全新方式，取代传统的填表登记，换卡进场，观众只需打开微信，动动手指，仅需三步就能领取胸卡，免去排队、填表、递交名片、打印等候，大大简化了观众入场的流程，并实行售票入场的方式，有效控制了非相关人员的参观，提升了整体观众质量。

3) 官网全新改版，微信功能强化，为展商提供便捷

结合参展企业的需求，更好的为参展商提供全年的宣传平台，主办方将展会官网全面升级，增加、完善了展商常用的服务功能，并加强官方微信的信息传递平台，有效提高展商服务的效率。

4) 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，噪音的问题依然存在。对此主办方明年将全面推行电子电声静音馆（无展台演出），更有效的规划展馆分类，另外，这两年推出的展商洽谈区收到了展商的纷纷好评，明年也将在原有基础上再增设一个，以满足更多企业的洽谈需求。同时，对于屡次违规企业，三方主办单位也将一同出面劝阻，必要时进行拉电处理，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。

2015 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，上海乐器展才能成为备受瞩目的业界盛会，才有了今天的辉煌。

2016 年 10 月 26-29 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！

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携手共同打造的倡导音乐与生活融合的全新概念展—北京音乐生活展在 2015 年首次成功举办后将再次扬帆起航，直面终端消费人群，有效生动的展出形式，是企业宣传形象、品牌推广的绝佳模式。2016 年 7 月 1-3 日，北京展览馆，邀您参与！

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



添加展会官方微信（上海国际乐器展），获取最新资讯

中国（上海）国际乐器展组委会

二零一五年十一月