

Music China 2018: 商贸、音乐教育、文化乐趣共治一炉

陈天楚小姐
电话: + 86 21 6160 8557
merry.chen@china.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com.cn
www.musikmesse-china.com
MUC18_PR5_SC

2018 Music China 中国（上海）国际乐器展览会于上月在连场热闹欢腾的乐器演奏和现场表演中完美收官。此次 **Music China** 的观展人数再创新高，莅临上海新国际博览中心的一众乐器行业观众纷纷倍感满意和愉悦。

在为期四天的展会中，总共有 **110,381** 名来自 **81** 国家和地区的观众和 **2,252** 家国内外参展商共襄本届音乐盛会。与 **2017** 年相比，观众和展商数量分别增长 **5.0%** 及 **5.4%**。本届展会的 **12** 个展馆规模比以往增长 **10.4%**，达 **138,000** 平方米。

法兰克福展览（上海）有限公司副总经理张菁女士对本届展会评价正面：“今年 **Music China** 各方面也教人欣喜。现场演出区域比往年都要热闹，大家都相当喜欢在互动的环境中洽谈生意。今年的展会更加聚焦音乐教育和文化，这方面反馈非常理想，对此我们也很满意。此外，同期的活动亦吸引了众多观众到场学习、分享及交流。”

展会期间秋阳普照，吸引展商和观众走到户外展区，驻足四个演出舞台欣赏丰富多样的现场表演。“**Music China** 相比其他行业展览，真的别开生面。”一位沉醉在世界著名音乐家 **Guy Pratt** 的现场表演中的观众评价道，并表示本届展会做到了商业气息和娱乐氛围的完美结合。

展馆内，行业先驱就各种各样的乐器交流，如火如荼。在古典和西班牙吉他 **W2** 展馆，**Taylor** 吉他亚太及南太平洋地区出口部经理 **Andy Lund** 先生就本次展会分享感受：“中国乐器市场活力四射，近几年更是发展迅速。过去五年间，我们在中国的产品销量按年增长 **20%**，是目前为止我们在亚洲最大的市场。我们视 **Music China** 为向终端用户和经销商宣传品牌的一大主要平台。借着展会，我们与来自泰国、马来西亚和新加坡的客户会面，并与业内专业人士切磋学习。我们对展会规模和观众数量很满意，观众的热情也让我们印象深刻。”

许多展商甚至在开展第一天就接到订单，包括首次参展，位于奥地利的乐器制造品牌 **Kambala Percussion**。该公司出口部经理 **Marcel Deforin** 先生表示：“我们已经与超过四十家对我们公司产品感兴趣的公司建立联系，这些公司来自中国、日本、中国香港和新加坡。有一家公司甚至在我们刚到埗后便下了订单。对于音乐爱好者们而言，**Music China** 就是音乐圣地，让他们欢畅相聚。我很相信 **2019** 年甚至以后我们还是会继续参展。”

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

另一边厢，钢琴制造商巨头施坦威堪称参展历史最悠久的展商之一。施坦威钢琴亚太有限公司零售负责人黄贵峰先生解释道：“这是我们第十七度参加 Music China。恰逢施坦威 165 周年，今年参展意义特别。我们在展会特意首发两款周年纪念版钢琴。此外，我们在中国已经拥有完善的代理网络，故希望在未来吸引更多包括高等院校、音乐教育从业者及高素质个人消费者在内的个人客户与我们合作。”

此外，不少买家同样表示此次观展大有收获。Music China 的长期支持者，Kuffner International 总裁 Hap Kuffner 先生表示：“我深信，任何一种我想要的乐器都能够在这里找到；另外，更能看到一些意想不到的新产品和新面孔。这些都是我在亚洲其他展会上体验不到的，所以我参加 Music China 的原因。此外，展会的增长速度很惊人。出席展会可以遇到不同有趣的人，除了一起开心畅玩，最重要的是可以提升彼此在音乐相关领域的影响力。”

一名来自中国三线城市的买家，广东惠州市金音符琴行总经理刘晓峰女士分享了自己的看法：“我在中国广东经营了一家乐器商店，那里与上海、北京比较起来，对艺术教育的重视程度没那么高，要维持生意也不大容易。我这次参观了 W1 馆，所有参展的教育培训企业都在那里。通过观摩和交流，我在改善运营模式，特别是如何更有效与音乐教育因素相融合方面，获取了新的灵感和想法。”

同样，如果没有同期音乐教育活动的加持，Music China 不会有这样的氛围。本届同期活动深深获得观众的一致好评。例如儿童音乐城堡，让 100 多名儿童体验各种乐器演奏，积极实践“学乐器从娃娃抓起”的理念。

陆逐焯女士是上海幼儿园的一名教师，此次展会参与了儿童音乐城堡活动。她表示：“与去年相比，今年互动性的体验活动更多，尤其是儿童音乐城堡活动。在这里，小朋友可以体验到各种各样的音乐元素。在中国，家长比较着重于让自己的孩子从小学音乐，所以这是一个很好的机会，让小朋友们发掘他们自己的创意潜能，并付诸实践。小朋友在这里开心玩耍的同时，也受到了音乐的熏陶。”

户外举行的长青活动齐鼓乐和小朋友们的音乐表演同样让观众流连忘返。更重要的是，这些活动让大家体会到音乐的价值不仅在于生意贸易上，也关乎乐趣、参与和教育。

回看展会内，以论坛形式举行的同期活动也广受欢迎。在展会第一天的 NAMM CMIA 行业论坛上，来自澳大利亚的国际音乐教育学会主席 Susan O'Neill 女士探讨了如何让音乐教育适应变化万千的市场，全场座无虚席。她表示：“中国是乐器学习植入教育系统的典范。要让这个市场蓬勃发展，关键在于学音乐和乐器需从娃娃抓起。对于中国来说，平台已经搭建起来了。像 Music China 一样的展会，对商贸交易和知识分享大有裨益。”

来届 Music China 中国（上海）国际乐器展览会将于 2019 年 10 月 10 至 13 日举办。更多展会详情，请浏览 www.musikmesse-china.com 或发邮件至 music@hongkong.messefrankfurt.com。

更多媒体资料及展会照片：

https://www.hk.messefrankfurt.com/hongkong/zh-cn/press/fair-press/entertainment-media-and-creative-industries/music_china.html

中国（上海）国际乐器展览会
上海，2018 年 10 月 10 至 13 日

其他 Musikmesse 品牌展会包括:

Musikmesse

2019 年 4 月 2 至 5 日, 法兰克福

NAMM Musikmesse Russia

2019 年 9 月 12 至 15 日, 莫斯科

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 30 个地区聘用逾 2,400 名员工, 每年营业额约 6.69 亿欧元。集团与众多相关行业领域保持紧密联系, 配合庞大的国际营销网路, 高效满足客户的全方位需求。多元化的服务呈现在活动现场及网路管道的各个环节, 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; 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。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 | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de