



【现象】 销量不及原来三分之二

在湖南长沙，钢琴销售商曾占据着五一商圈核心地段。7月10日，记者来到位于该地段的海韵琴行和仙韵琴行。两家琴行已开设三十余年，是在本地颇有名气的“老字号”琴行。记者注意到，如今两家琴行的招牌依旧醒目，楼道内挂有曾经琴行辉煌时候的媒体报道、荣誉故事等介绍。

海韵琴行是中南五省专业琴行，在长沙设有解放西路海韵名牌乐器店和海韵梦想艺术学校，在长沙各大商场设有乐器专柜，另在湘潭、邵阳、吉首、怀化、衡阳、浏阳等市州设有12家连锁店。“受到新冠疫情的影响，感觉钢琴行业还没有缓过气来。疫情期间其实已经不如疫情之前了，但是现在还不如疫情期间的销量。”

该琴行业务人员介绍，目前琴行销售一直没有达到疫情期间和疫情前的销量，整个市场相对疲软，“像我们这种老牌一点的琴行，现在销量只有原销量的60%了，一些小琴行可能只有原来的20%—40%。”目前，海韵琴行的销售渠道主要是一部分通过跟学校合作零售，一部分为招标采购。“不管是销售策略，都要基于市场的需求量，市场的需求量缩小了是一定的，现在的销售量变成了原本的三分之一或者三分之二。”

而今年钢琴市场两家A股上市公司的一季度业绩同比下降约40%，更是让“钢琴不好卖”的说法“甚嚣尘上”。

作为龙头企业，珠江钢琴在国内市场占有率超过40%，在全球市场的占有率为30%。4月30日，珠江钢琴发布的2024年一季度报告显示，公司营业总收入2.13亿元，同比下降42.88%，归母净利润下降了1968.77万元，同比止盈转亏。海伦钢琴的经营状况也不容乐观，今年的一季度报告显示，公司实现营业收入4623.04万元，同比减少38.87%，净利润减少380.45万元，同比下降了210.16%。

中国曾是世界钢琴生产大国，也曾是钢琴最大的消费市场，但如今不少从业者抱怨钢琴这门生意越来越难做了，“钢琴销量暴跌”与“钢琴学生骤减”让不少琴行招架不住，选择关门歇业。

钢琴真的走下“乐器神坛”了吗？钢琴生产、销售现状究竟如何？“目前钢琴市场的下滑是市场运行的正常规律。”“钢琴退热对于行业来讲并不全是负面影响，更多的是一个‘大浪淘沙’的筛选过程。”7月10日至12日，三湘都市报记者走访过程中，业内人士如是表示。 ■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 全若楠 记者 叶竹 通讯员 余梦璇 顾敏

走下“乐器神坛”，钢琴市场遇冷

业内人士：钢琴退热“是市场运行的正常规律”



小朋友在位于长沙解放西路的海韵琴行内试琴。

受访者 供图

观点

行业洗牌
是市场正常变化规律

面对市场总体下滑的情况，许多钢琴销售从业人员对此理性看待，并抱有一定乐观看法，认为这是市场发展正常规律。

海韵琴行业务人员介绍，一台正规品牌的钢琴可以使用十年，甚至二十年，“在钢琴大量销售的时期过去之后，是会有一段疲软期的。比如欧美国家，现在钢琴市场虽然不大，但是消费者慢慢偏向选择一些质量好的、价格也比较昂贵的手工钢琴。欧美家庭的钢琴保有量可能达到了近90%，需求量就会减少，这是包括音乐教育发展在内，钢琴行业发展的必然趋势。”同时，该位业内人士也提到，“现在中产家庭对消费预期的下降，加上市场饱和，综合因素导致了这一结果在疫情放开后突然出现，别的国家可能是平缓下降，我们可以说是陡降。”

“目前钢琴市场的下滑是市场运行的正常规律。”柏乐钢琴城谢经理认为，钢琴退热对于行业来讲并不全是负面影响，更多的是一个“大浪淘沙”的筛选过程。“此前，很多预算有限的家长会购买二手或杂牌钢琴，但是经过这次行业洗牌之后，那些有一定经济能力的人依旧愿意选择制作工艺更为精湛且售后有保障的品牌。因此，有品质的钢琴依旧能立得住脚跟，而杂牌钢琴逐渐没有生存之地。”

“如果现在市场不好，像一些坚持下来的琴行，或者比较大的琴行，我们只有做好自己的服务，在钢琴的品牌质量上坚持选择正规大牌，不用小作坊的品牌，它一般都是能够存活下来的，可以熬过这一段比较难熬的日子。”海韵琴行业务人员表示，市场考验同样也是对一个行业的洗牌，“把自己做好，包括售后服务，还有钢琴的品质，继续加强硬件、软件，做得好的琴行能够留下来，不好的或者是不正规的就被淘汰掉，这也是一个很正常的趋势。”

【延展】高端钢琴销量暂时平稳

不过，高端钢琴市场似乎还算不错。“目前店内中高端系列钢琴的销量处于平稳的状态。”柏乐钢琴城销售人员谢经理介绍，在国内，钢琴的销售主要是代理制，一些国外品牌会选择当地有实力或者有一定影响力的琴行进行授权代理。目前店内既代理了国内的星海钢琴，也代理了许多国外进口钢琴，包括德国高奢品牌贝希斯坦、欧系豪华品牌佩卓夫以及日韩时尚品牌三益(SAMICK)等。在价格上，国产品牌珠江钢琴和星海钢琴售价为1万至2万元，欧洲原装进口则在6万至8万元不等，甚至是10万元以上。

施坦威被称作钢琴之王，是钢琴界的顶级品牌。记者注意到，施坦威目前的中国市场占其钢琴销售总额的28.7%，疫情之后，施坦威的表现依旧毫不逊色，在2021年，该公司的净销售额同比增长30%，达到5.38亿美元，其中钢琴占总销售额的75.5%。公开报道显示，2022年施坦威再次冲刺IPO，并在招股书上特意表达了对中国市场的感谢，可见高端钢琴市场暂时未受到较大影响。

【原因】钢琴市场遭受多重打击

说起钢琴销量下降，很多人也会将原因和“出生率下降”“学琴的孩子变少”联系起来。对此，在长沙一家音乐工作室工作的熊老师则表达了不同看法，“实际上，目前出生率下降，还没有完全影响到乐器培训行业，因为大部分学琴的孩子年龄集中在六岁以上。”照此推算，目前学琴的适龄儿童集中出生在2017年前后。

记者注意到，根据国家统计局数据，2016年到2017年我国出生人数并没有出现大幅度下滑，甚至还曾因为二孩政策的实施有过一次小高峰。如熊老师所言，人口变化或并非是目前市场钢琴需求度减少的首要原因。

“钢琴和教培市场在疫情之后就变得非常难。”柏乐钢琴城谢经理表示，在他看来，疫情引发了一系列连锁效应，人们消费欲望下降，自然也就不会有更多人选择钢琴这类价格高昂的大宗商品。湖北襄阳一家音乐私塾老师的观点也与此相似，“根本的原因还是家长口袋里没有太多钱，消费降级之后很多家长不愿意投入过多资金在钢琴上了，再叠加钢琴课时费，预算就更有限了。”