

# 惠阳区吉他小镇产业规划（2018-2025 年）

（征求意见稿）

综合开发研究院（中国·深圳）

惠州市惠阳区发展和改革局

2018 年 6 月

# 目 录

<b>一、吉他小镇建设背景及意义</b> .....	1
(一) 惠州打造城市名片的主要抓手.....	1
(二) 落实“双带双十”战略的重要举措.....	1
(三) 提升惠阳城市品质的有效手段.....	2
(四) 吉他产业转型提升的关键载体.....	2
<b>二、吉他小镇建设的基础条件</b> .....	3
(一) 吉他小镇区位条件.....	3
(二) 吉他产业市场规模与前景.....	6
(三) 惠阳吉他产业发展特点.....	8
(四) 惠阳吉他产业面临的问题.....	11
<b>三、吉他小镇发展目标与定位</b> .....	13
(一) 发展理念.....	13
(二) 发展定位.....	13
(三) 发展目标.....	15
(四) 产业领域.....	16
(五) 内涵特点.....	17
<b>四、吉他小镇产业功能体系</b> .....	18
(一) 吉他产业集聚区.....	19

(二) 艺术博览广场.....	22
(三) 音乐原创部落.....	25
(四) 文旅慢生活村落.....	28
<b>五、吉他小镇的建设与运营.....</b>	<b>30</b>
(一) 整体运营思路.....	30
(二) 功能布局及规模配置.....	32
(三) 建设运营模式.....	33
(四) 产业发展策略.....	35
(五) 开发建设时序.....	36
<b>六、吉他小镇发展的政策保障.....</b>	<b>37</b>
(一) 吉他产业园发展政策.....	37
(二) 吉他产业发展政策.....	38
(三) 吉他小镇及相关产业发展政策.....	39
<b>附录： .....</b>	<b>40</b>
<b>一、全球吉他产业市场前景及布局.....</b>	<b>40</b>
<b>二、惠阳吉他产业分析.....</b>	<b>52</b>
<b>三、国内外“产业+文化”基地发展经验借鉴.....</b>	<b>65</b>

## **一、吉他小镇建设背景及意义**

### **（一）惠州打造城市名片的主要抓手**

文化是国家最重要的软实力，习近平总书记强调，提高国家文化软实力，关系“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的实现。音乐是没有国界的语言，是汇集了意愿、心智和思想的艺术，能够跨越国界限制，与全球各地的人们进行沟通交流，引起不同人群的共鸣。吉他小镇将依托惠阳现有吉他制造业和吉他演艺基础，建设集吉他产业集聚区、艺术博览广场、音乐原始部落、文化慢生活村落等于一体的国际吉他旅游文化小镇，积极促进“吉他+荔枝”融合发展，推动吉他制造向文化、艺术、音乐、工业旅游领域拓展延伸，为人们展现惠州特有的城市魅力，打造惠州独特的吉他音乐文化和氛围，在更广泛的范围形成影响力，为世界弹奏惠州乐章！

### **（二）落实“双带双十”战略的重要举措**

惠阳致力于推动经济高质量发展，实施“双带双十”战略，着力打造 357、358 两大新兴产业带，继续建设 10 个以上年产值超百亿元的新型产业园区和 10 个以上“产城村人”融合的新片区，争当全市落实新发展理念、实现高质量发展的排头兵，为广东实现“四个走在全国前列”贡献惠阳力量。吉他小镇属于惠阳区 S357、S358 新兴产业带中战略发展片区，将通过培育吉他音乐创造、文化展览与体验、音乐发行、音乐赛事等关键环节，汇聚优

质吉他相关企业、音乐创作演艺与传播人才、文化旅游创意与资本，推动惠阳吉他制造转型升级，拉动文化、创意、旅游、互联网、电子商务等产业的发展，形成一个百亿级产业集群，是落实惠阳“双带双十”战略的重要举措。

### **（三）提升惠阳城市品质的有效手段**

惠阳区位优势明显，交通条件优越。秋长街道基础设施配套能力强，产业集聚明显，未来将建设科技创新与服务支撑引领发展核心区。吉他小镇的建设将为吉他企业提供优质生产厂房，以及手工吉他工作室、吉他博物馆、吉他学院、乐器展示专卖街、吉他音乐体验馆、音乐历史展示馆、风情街等载体，增加惠阳城市建设的创意设计元素，丰富街道建筑物的功能和形态，优化现有城市的生活工作环境。惠阳城市品质的提升，能够为未来进一步吸引创新人才、发展科技创新服务、集聚创新资本起到重要的促进作用。

### **（四）吉他产业转型提升的关键载体**

惠阳区吉他产业起源于1991年，是中国内地最早以国际标准制造吉他的地区，在吉他制造领域有着很好的基础。经过了20年的发展，惠阳吉他制造形成了完整的产业链条和丰富的产品种类，已经成为全国乃至全球重要的吉他制造基地。但是，惠阳吉他制造还存在自主品牌少、产品技术含量不高、生产安全和环保存在隐患等问题，亟需加快转型升级的步伐。面对国内消费升级以及

国际经济环境不稳定的外部环境，打造惠阳吉他小镇，形成产业空间集聚，建设公共服务平台，提升创新研发能力，完善产业发展配套环境，将促进惠阳吉他产业从代工生产制造向建立自主品牌转型、粗放分散发展向集群化和规模化转型、产品低附加值向高附加值转型、价格竞争向品质竞争转型。

## 二、吉他小镇建设的基础条件

### （一）吉他小镇区位条件

#### 1. 区位交通

秋长街道办事处位于惠州市惠阳区中南部，东邻大亚湾，南接深圳市坪山新区，S358、X225、惠南大道、惠阳环城路纵横南北西东，吉他小镇位于秋长街道中部，区位优势明显，交通条件优越。

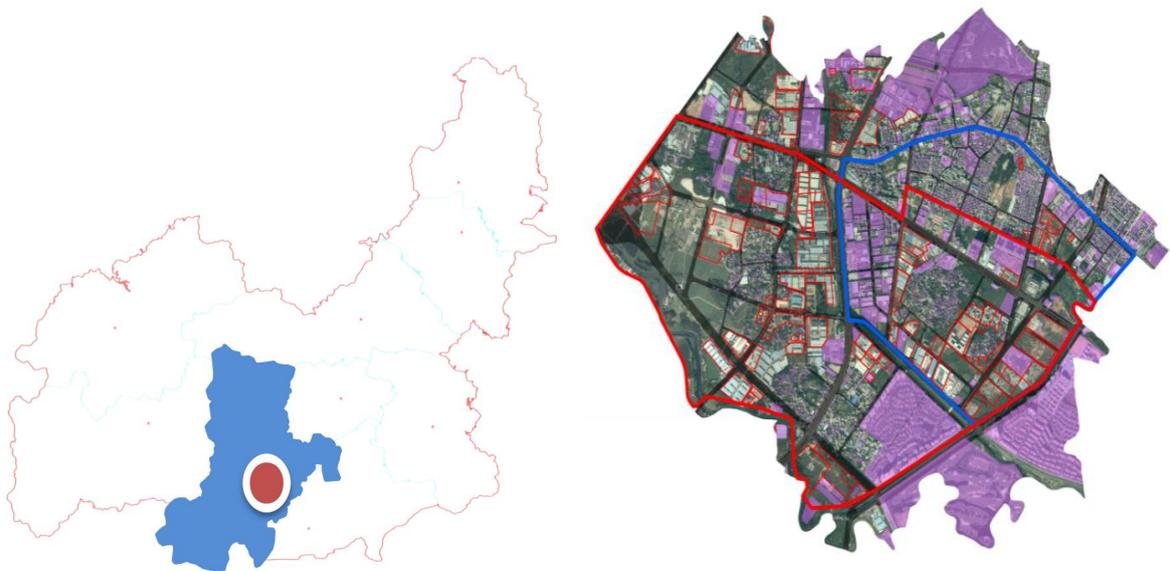


图 2-1 吉他小镇区位

## 2. 土地现状

吉他小镇总规划面积 448 万平方米，其中一类工业用地 110 万平方米，二类居住用地 104 万平方米，三类居住用地 90 万平方米，商业用地 14 万平方米。项目所在片区主要为建成区，未来建设以旧改为主，适合吉他这样的都市型产业通过城市更新，实现产业内容与城市功能的融合渗透。

表 2-1 吉他小镇主要土地指标（平方米）

用地类型		面积	小计
工业用地	一类工业用地	1096206	1096206
商业用地	商业用地	100749	140261
	商务用地	39512	
居住用地	二类居住用地	1041171	1939987
	三类居住用地	898816	
其他		1306334	1306334
合计			4482787

数据来源：秋长街道反馈资料《吉他小镇初步分析》。

## 3. 产业基础

秋长街道近年来保持了较快的增长速度，2017 年 GDP 达到 133.55 亿元，规模以上工业总产值达到 428.75 亿元，同比增长约 21.6%，第二产业约占 GDP 的 90%，是惠阳经济重镇、惠州市重要的工业基地，其中电脑手机玻璃镜片、精密电子配件、吉他、五金塑胶、高档家具等产业发达，商贸、酒店初具规模，地产行业较为发达，为吉他小镇建设提供了良好的基础。

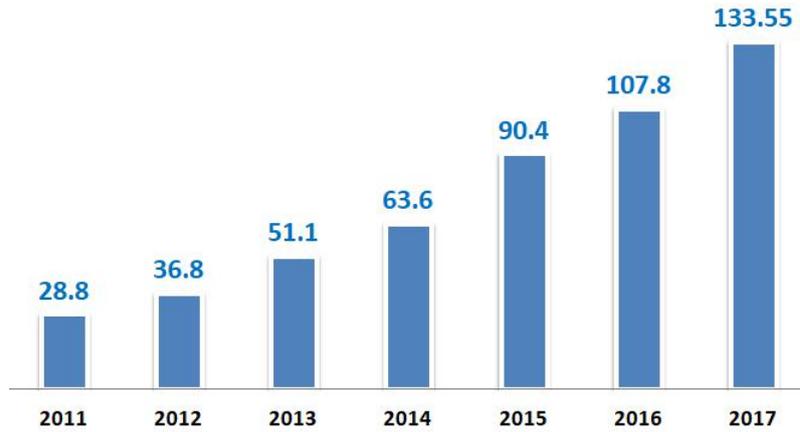


图 2-2 2011-2017 年秋长街道 GDP 情况

#### 4. 周边产业情况

秋长街道未来将依托吉他小镇、伯恩科技、华叶家博园等重点企业，提升产业链高端环节，提高产业创新水平，重点发展都市产业、智能硬件等产业，形成由智能硬件产业发展核、都市产业集聚区、生命健康与文化旅游综合发展区、科技创新孵化基地等组成的“一核两区一基地”空间布局，吉他小镇在都市产业集聚区内，有助于与其他都市产业形成互动互促氛围。

##### 专栏 2-1 秋长街道“一核两区一基地”空间布局

——**智能硬件产业发展核**。优化区域发展环境，以伯恩工业园为依托，重点发展玻璃面板、电子元器件、集成电路等智能移动终端产业；积极发展智能手环、智能手表等可穿戴设备应用和服务业；培育发展芯片、应用软件和程序研发设计等智能移动终端应用及研发设计业。

——**都市产业集聚区**。发挥吉他、家具等都市产业优势，重点发展吉他创意设计、高端制造、文艺演出等，家居原材料销售、家居设计、展览展示等，推动都市产业升级，高端化发展。

——**生命健康与文化旅游综合发展区**。推动生态资源的保护与开发，重点发展运动健康、康复体检、运动器械等健康设备，举行自行车比赛，带动与健康服务协同发展；积极发展生态农业、观光农业等都市农业，生态旅游、红色旅游等文化旅游；促进相关产业转型升级。

——**科技创新孵化基地**。完善基础设施配套，加快维白科创园的开发建设，加快与粤港澳大湾区科创资源对接，积极发展机器人、无人机等人工智能的研发、应用和相关服务，智能移动终端整机制造、智能车载感知设备及执行部件等。

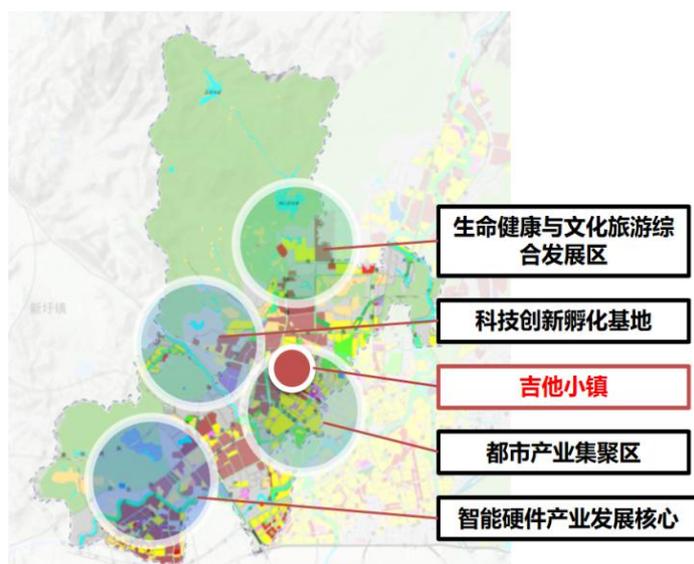


图 2-3 吉他小镇周边产业园区情况

## (二) 吉他产业市场规模与前景

### 1. 全球品牌吉他市场情况

品牌吉他制造主要集中于美国、欧洲和日本。其中，美国优势在于规模化、智能化生产制造；欧洲优势在于高端手工制琴工艺；日本优势在于精细化制造和吉他学院教育。近年来，全球品牌吉他市场稳步提升，2017 年，全球品牌吉他销售额达到 14.48 亿美元，平均每把吉他约 500 美元，尤克里里每把约 70 美元。



图 2-4 2007-2017 年全球吉他产量及销售额情况

数据来源：世界乐器权威杂志—美国《MUSIC TRADE》，下同。

## 2. 吉他细分领域情况

2009年之后，吉他产业呈现较好的增长态势。2017年，木吉他销售额达到7.4亿美元，2009-2017年销售额复合增长率为8.3%；电吉他销售额达到5.9亿美元，销售额复合增长率为4.1%；尤克里里销售额为1.19亿美元，虽然规模不大，但是销售额年复合增长率达到17.4%。

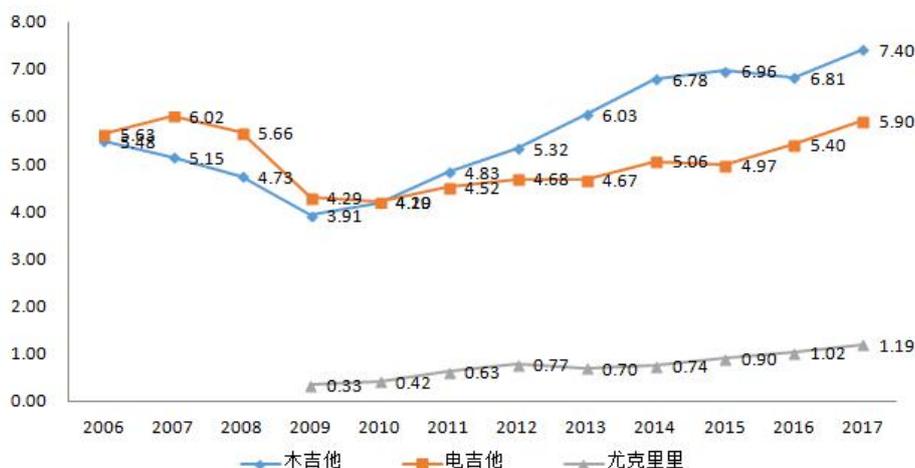


图 2-5 2007-2017 年全球吉他细分领域销售额情况（亿美元）

## 3. 我国吉他制造格局

目前，我国吉他制造主要分布在惠阳、广州、贵州正安、山东鄌鄆、福建漳州等地区，其中惠阳吉他产品种类较全，产业集聚，产量大、品质国内领先，自主品牌较多；广州主要依托龙头企业，吉他品质较好，但总体规模相对偏小；山东鄌鄆以电吉他等电声乐器为主，产品还涉及数码钢琴、萨克斯等领域；福建漳州的吉他品质较好，但是规模小，自主品牌少；贵州正安以低端琴为主，通过系统性规划推进吉他产业发展，专业吉他产业园、吉他广场、博物馆等配套设施较完备，形成了较大产业规模。



图 2-6 我国吉他制造地分布

### (三) 惠阳吉他产业发展特点

#### 1. 全国最大吉他生产制造基地

惠阳是全国最大吉他生产制造基地，吉他产量占全国 40%，占全球 25%，尤克里里产量占全球 80%。惠阳集聚了 168 家吉他及相关企业，从业人员达到 3 万人，形成了原材料供给、半成品、电子五金配件、吉他装饰包装、吉他数控设备机械等完整的吉他行业产业链。2017 年，惠阳吉他产业产量达到 900 万支，据测算，惠阳吉他产业总规模超过 40 亿元，并且保持了良好的增长态势。



图 2-7 惠阳吉他市场份额情况

数据来源：课题组根据吉他小镇调研资料估算。

## 2. 形成了较完备的供应链体系

惠阳已经形成了涵盖原材料采购、研发创新、吉他制造、产品销售的吉他产业链体系，“买全球、卖全球”的产业链体系是惠阳吉他产业最大的竞争力。惠阳及珠三角地区集聚了大量的木材、琴弦、五金等上游供应商，能够满足超过9成的吉他制造企业原材料和配件的采购。研发投入逐年提升，2016年研发投入接近500万。吉他制造水平国内领先，吉他产量大、品种丰富、品质较好，龙头企业出现了部分机械自动化制造，但缺少大规模机械自动化生产和手工高端琴制作。惠阳吉他的销售渠道遍布全球，国内国外市场各占一半销售市场份额，很多其他地区的吉他制造企业都借助惠阳的销售渠道进行销售。

## 3. 企业发展呈现4个“90%”

惠阳吉他产业主要是市场需求拉动，企业自发生长形成，产业发展较具活力，企业呈现出4个“90%”的特点。一是90%以上的企业都是由本地人投资建设；二是90%以上的吉他企业是中小企业；三是90%以上的企业是近8年类成立的新企业，其中大部分企业成立不到三年；四是90%以上企业是租用厂房，而且企业经营面积多数在1000平方米以下，仅有7家企业拥有自有用地。从中反映出：惠阳吉他产业从台资起家，发展到如今以本地投资占主体，说明该产业已从原来的外生发展模式转为内生发展，近几年涌现出一批新企业，成为惠阳“双创”的重要领域。但产业仍处于成长当中，企业总体规模偏小，实力偏弱，近95%的企业

只能租赁厂房。吉他产业虽然已经在惠阳生根，但尚未壮大，仍需花大力气增强产业根植性。

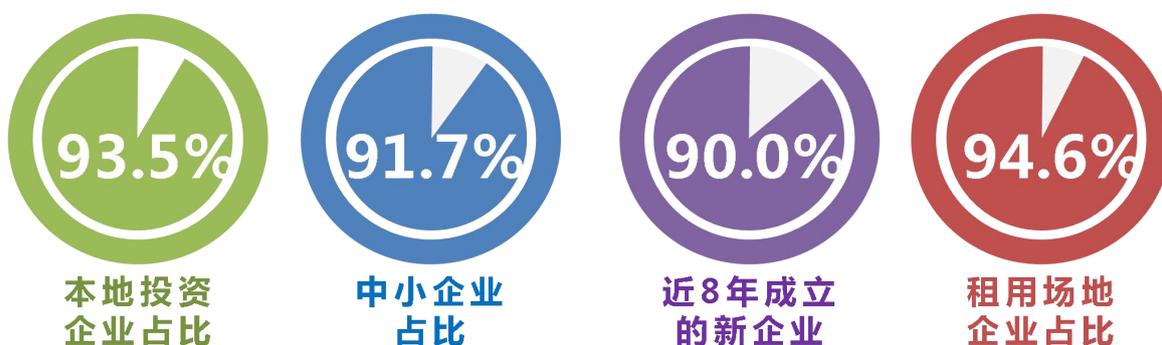


图 2-8 惠阳吉他企业 4 个 90%

数据来源：课题组根据收回的 120 份吉他企业调查问卷统计。

#### 4. 创新驱动产业转型升级

通过多年发展，惠阳吉他产业研发投入不断提升，惠阳吉他产业已经从最初的代工生产逐步转向发展自主品牌的模式。2016 年，惠阳吉他产业开展研发的企业数量增长至 12 家，研发人员数量增长至 46 人，研发投入接近 500 万元。目前，惠阳拥有 109 个吉他自主品牌、7 项外观专利和 10 项实用新型专利，制定了 2 项吉他相关的行业标准，法丽达、恩雅、汤姆、铭仕等吉他及配件制造企业已成为国内知名吉他品牌。

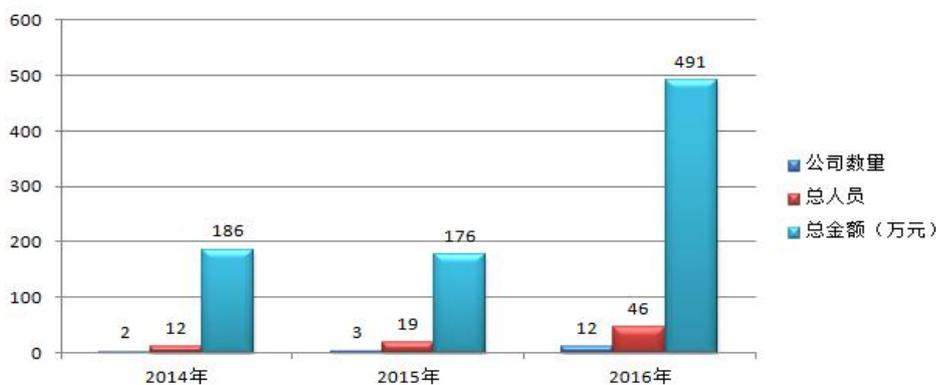


图 2-9 惠阳吉他产业研发创新投入情况



图 2-10 惠阳吉他自主品牌情况

#### (四) 惠阳吉他产业面临的问题

##### 1. 品牌影响力不明显

虽然惠阳已成为国内最大吉他生产制造基地，无论是产量、从业人员，还是产业链集聚程度，都对全国乃至全球吉他制造有重要影响。但是，相比国内贵州正安的“中国吉他制造之乡”和山东郯郡省级特色小镇“吉他小镇”，惠阳吉他知名度还不够。一方面是由于惠阳前期的品牌运营推广和宣传力度没跟上，一方面可能由于吉他制造产业整个规模不大，对整个经济影响不大。

##### 2. 产业粗放散乱发展

惠阳吉他企业分布比较零散，一部分还处于初级作坊形式，目前尚无吉他产业专业园区，政府的统计、监管、引导扶持等工作都有较大的障碍，无法及时全面的了解产业发展情况。导致许

多小企业在环保、安全等方面很难达到标准规范，给产业发展留下了较大的隐患。同时，由于没有专业园区，一些小企业租用的场地不稳定，使得企业不敢轻易投资环保安全、创新研发方面，影响了整个产业的健康持续发展。

### **3. 产业发展环境支撑不足**

专业人才支撑不够。特色小镇的建设需要一批专业人才的支撑，目前惠阳吉他产业高级技术人员只占总人数的 5.6%，对吉他、音乐方面的专业人才引进和培养远远不能满足产业的发展需求。企业发展缺少融资渠道。由于吉他企业多数为中小型企业，以租用厂房为主，自有土地和厂房的很少，很难从银行贷款维持运营。同时，整个产业没有形成规模集聚效应，缺少公共技术和服务平台，许多共用工艺流程出现低端重复现象，企业经营成本较高。

### **4. 产业间缺乏互动协同**

惠阳吉他小镇仍然集中于制造领域，对文化、旅游、创意领域的延伸融合不足，吉他小镇还没有显著的识别标志，缺少吉他相关的工业旅游、展示交易、演艺表演、创意制作等功能，酒店住宿、餐饮、购物等文旅配套不完善，还未形成相应的吉他音乐氛围。借鉴国际上知名的特色小镇，要突出的特色元素，推动优势产业与文化、旅游、创意等协同创新，通过特色产业带动相关产业的发展。

### 三、吉他小镇发展目标与定位

#### （一）发展理念

**产业特而强：**产业是基础，是核心，特色是命脉，围绕吉他产业，凸显特色、放大特色，瞄准产业高端和前沿，将特色转化成比较竞争优势，打造优质产业。

**功能聚而融：**围绕核心吉他核心产业，深挖、延伸、融合，培育“吉他+荔枝”、“吉他+商贸”、“吉他+培训”、“吉他+音乐”、“吉他+旅游”、“吉他+文化”等功能，实现跨界、融合、共享发展，产生强大的叠加效应。

**形态精而美：**遵循小规模、紧凑型、集约发展的模式，追求质量、品位、魅力、颜值，将秋长街道自然风貌、建筑特色、历史人文和艺术风格完美结合，形成有机整合之美。

**机制活而新：**坚持“政府引导，企业主导”，鼓励企业和政府合作，由专业运营团队或公司进行管控和运营，形成市场化运作体制。创新融资方式，探索产业基金、股权众筹、PPP等融资路径，以市场化机制推动小镇建设。

#### （二）发展定位

##### 1. 总体定位

**音乐创享地，文旅慢享区。**挖掘深厚的人文历史和客家文化底蕴，以吉他产业为核心，推动工业文明与工匠精神、古典与通俗、传统与时尚、文化与消费相结合，汇聚吉他制造优质企业、

音乐创作演艺与传播人才、文化旅游创意与资本，打造以吉他为源、乐器为业、音乐为魂、旅居为乐、玩购为趣的国际吉他旅游文化小镇、现代化国际社区，成为惠阳区乃至惠州市的名片，全国音乐文化特色小镇典范。

## 2. 市场定位

面向全球以吉他为切入点的音乐爱好者，全国追求生活品质的人群。

## 3. 产业定位

围绕总体定位和市场定位要求，着力打造“两地一营”的产业功能。

**世界级吉他产业集聚地。**依托秋长吉他制造的基础能力，进一步集聚全球吉他产业优质资源，推行现代供应链、定制化生产、绿色制造、智能制造等新理念，实现吉他品质化、个性化、艺术化，成为集乐器研发、乐器零部件采购、乐器生产与制作、乐器营销、乐器检测与维护于一体的供应链配套完善的世界级吉他产业集聚地。

**全国吉他音乐艺术大本营。**以吉他为源，围绕音乐创作、发表、培训、交流、演艺、赛事活动等核心服务，结合音乐演艺运营、音乐人旅居创作、网络数字音乐运营等模式，成为中国吉他音乐人集聚地、原创作品发布地、吉他赛事举办地、音乐艺术教育与交流地。

**国际文化旅游目的地。**以音乐为媒，整合区域内人文历史、

客家文化、田园山水、优质荔枝等资源，借助吉他音乐的大众性和感染力，将音乐艺术贯穿寻迹访古、民俗风情、村落休闲、节庆活动、文化体验、旅居度假之中，成为面向国内外游客的音乐主题的旅游目的地。

### （三）发展目标

**吉他产业迈入全球价值链中高端。**不断推动原有吉他企业转型升级提高企业竞争力，引入全球知名吉他企业或工作室，实现产品供给质量不断优化，高品质批量吉他与客制化个性吉他并存。力争到 2020 年，吉他产业实现产值 55 亿元；到 2025 年，吉他产业实现产值 90 亿元<sup>1</sup>，拥有一批国内外知名品牌。

**文化创意产业成为全市新标杆。**以“吉他文化”、“荔枝文化”为特色，融合发展音乐教育与培训、音乐创作、音乐演艺与发行、文化旅游、休闲旅游、度假旅游、农家乐等文化产业规模和影响力快速提升。力争到 2020 年，文化旅游等产业实现营业收入 11 亿元，“荔香琴韵”嘉年华成为品牌节庆盛会；到 2025 年，文化旅游等产业实现营业收入 18 亿元<sup>2</sup>。

**区域综合效益显著提升。**实现企业收益增加、游客增加、就业增加、居民收入增加、地方税收增加，区域创新活力增强、城市形象品味提高、区域知名度提升，带动区域经济和社会效益同步提升。

---

<sup>1</sup> 课题组根据调研数据，测算出秋长吉他产业 2017 年产值约 40 亿元（总产量 900 万支，单价约 450 元/支），按 10% 的年均增长率预测，则 2020 年产值约 55 亿元，2025 年产值约 90 亿元。

<sup>2</sup> 根据 2016 年杭州同类型特色小镇经营情况分析，其旅游文化等服务业的地均收入约 2.3 亿元/平方公里，预计 2020 年初见成效，实现营业收入约 11 亿元；按 10% 的年均增长率预测，2025 年实现营业收入约 18 亿元。

#### （四）产业领域

吉他小镇产业的发展，以吉他为源，构建音乐文化全产业链。

上游领域：重点发展以吉他为核心的乐器原材料及配件生产、销售和服务等。积极发展木材代理、面板等木料加工，以及琴弦、五金件（弦钮、品丝等）、电子配件（拾音器、电箱、调音钮等）等产品生产和销售。

中游领域：重点发展以吉他为核心的乐器制造环节。鼓励企业加大吉他设计研发投入，壮大吉他小镇吉他研发设计能力；积极引进和培育木吉他、电吉他、尤克里里等各类吉他生产企业，手工吉他制作室和工作室，提琴等弦乐器制造企业；积极发展乐器检测、检验及维修等服务，并建设专业的技术平台；完善乐器销售等相关营销环节。

下游领域：重点发展以吉他为核心，以荔枝为特色的演艺及文化旅游等相关衍生服务。积极发展以吉他为主的音乐创作、音乐发行、音乐演艺及赛事等；音乐文化、荔枝文化主题展览与体验；吉他等音乐教育与培训；结合秋长历史文化及生态资源，发展人文旅游、休闲养生旅游、度假旅居等；举办吉他文化节、荔枝文化节、自行车赛等节庆赛事。

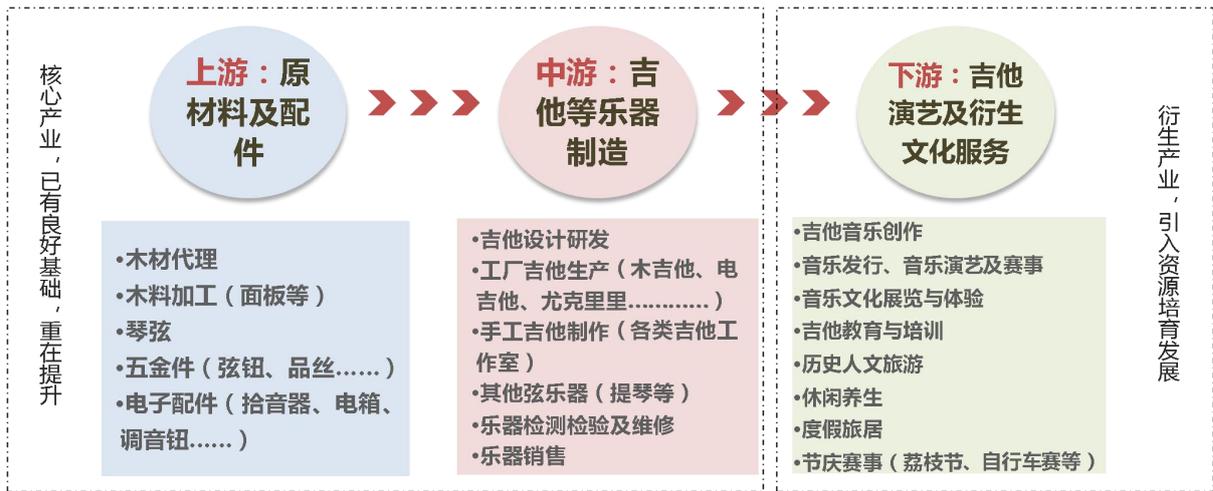


图 3-1 吉他小镇产业发展领域

### （五）内涵特点

——音乐文化全产业链创新模式。围绕吉他生产制造，以音乐文化为主题，探索集制造、教育、演出、赛事、创作制作、生活体验、旅游为一体的“音乐文化全产业链”模式，为世界音乐爱好者、游客提供多层次、多维度、多形式的音乐文化生活体验。

——吉他行业标准的制订与输出。由本地吉他企业推动，联合国家乐器标准化、乐器质量监督检测机构、吉他行业协会等建立和改进吉他制造标准、吉他工匠认定标准，建立乐器专业园区环保等建设标准，并向外推广应用。

——产业升级与双创空间共生。项目在建设吉他产业园提供规模化、现代化生产空间的同时，还将建设吉他制作工作室、音乐工作坊、研发创业空间等，在不断推进吉他产业升级的同时，形成创业、创作、创新活跃的局面，为产业升级与双创空间共生发展提供示范。

——音乐艺术与文化旅游共赢。音乐艺术产业与文化旅游产

业跨界融合形成合力；同时引入有实力和能力的专业运营机构，创新融资模式和运营模式，形成集成盈利能力，增强抗风险能力。

#### 四、吉他小镇产业功能体系

根据定位、产业发展方向及区域资源，吉他小镇产业功能共规划四大部分：吉他产业集聚区、艺术博览广场、音乐原创部落、文旅慢生活村落。

四大功能相互关联和支撑。吉他产业集聚区为核心产业区，艺术博览广场和音乐原创部落为核心产业的关联服务功能，文旅慢生活村落是整个小镇的配套衍生服务功能，对小镇氛围的形成和人气的集聚意义重大。

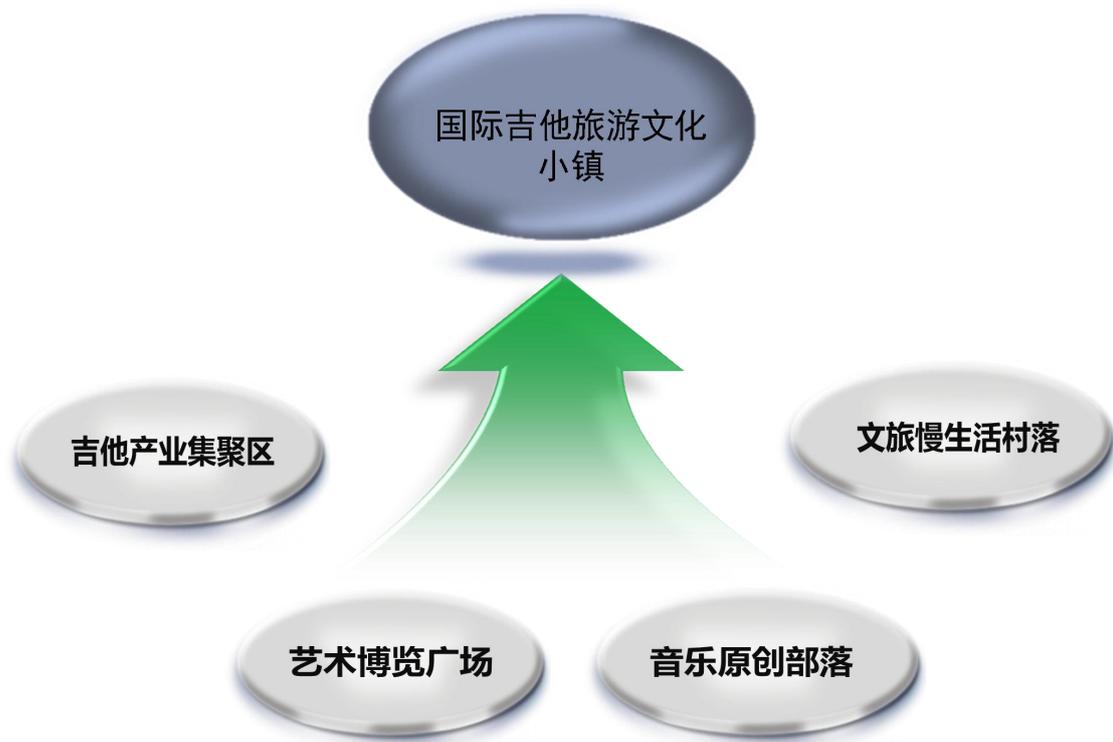


图 3-2 吉他小镇产业功能体系构成

## （一）吉他产业集聚区

以核心产业吉他制造为主体。依托秋长现有吉他及相关配套企业已形成的良好产业基础，密切跟踪国际吉他等乐器需求和发展动态，以实现产业质量提升和持续发展为目标，重点建设“一园三平台”，打造设施完善的专业制造产业园，并配套技术创新服务平台、产品检测检验等内涵功能，推动行业标准的建立与完善，为吉他等乐器产业发展提供完善的环境和服务，吸引国内外更多优质吉他等弦乐器企业和工作室入驻，成为国际知名吉他产业集聚区。

### 1. 吉他（乐器）制造产业园

**发展思路：**借鉴国内外先进乐器制造基地的建设经验，高标准规划建设吉他（乐器）制造产业园，重点为木吉他、电吉他、尤克里里等乐器及其配件企业提供研发、设计、生产、办公空间。针对秋长吉他行业发展痛点和短板，统筹建设规范的厂区和完善的设施，引导产业入园集聚发展，彻底改善企业生产环境，实现清洁生产，增强产业根植性。

**建设重点：**（1）工业吉他标准厂房。重点吸引已具规模的大中型吉他等乐器制企业入驻。（2）手工吉他工作室。重点吸引有一定知名度的手工吉他品牌企业或个人工作室入驻。（3）吉他

美国泰勒吉他工厂通风过滤系统



创业中心。重点吸引从外引进的初创型吉他企业，或是区内吉他企业出来的产业创业者，为乐器产业提供良好的产业链环节配套。

(4) 环保集中处理设施。借鉴美国等先进吉他生产企业的经验，集中建设大气、水等环保处理设施，与周边环境和谐共存。

## 2. 乐器电商支撑平台

**发展思路：**集聚专业的电商服务商，助力全区吉他等乐品企业的电商营销及供应链管理；按新零售理念建设“惠阳吉他专卖区”，打响“惠阳吉他”区域品牌；建设吉他小镇网站和 APP，为原创音乐走向中国造势。乐器电商平台与吉他小镇网站和 APP 要实现功能整合，达到相得益彰的宣传推广效果。

**建设重点：**(1) 电商服务商集聚区。集聚一批专业的电商服务企业，为吉他等乐器的互联网销售、APP 开发、品牌打造、电商物流等提供全案咨询和服务。(2) 惠阳吉他网络专卖区。联手天猫、京东等电商平台，搭建“惠阳吉他专卖区”，与线下销售形成良性互促。(3) 惠阳吉他小镇网站和 APP。将音乐原创作品发布、小镇旅游导览、惠阳吉他等乐器及配件销售平台通过自建页面或链接跳转等方式整合成一体化的互联网信息与功能平台。

## 3. 乐器创意研发与检测平台

**发展思路：**综合 3D 计算机辅助

用于高精度小型试制样件加工的雕刻机



设计、声学性能检测、工艺检测、物理实验室、计量校准、乐器感官评价等技术手段和科技应用，建设与乐器产品开发设计创新相结合的产学研融合平台，在产品研发、设计、生产工艺、维护检测等方面提供技术合作与服务，助力惠阳吉他制造创新能力。

**建设重点：**（1）研发设计公共技术平台。为吉他等乐器企业的研发设计提供 3D 计算机辅助设计软件、用于高精度小型试制样件加工的设备、声学性能检测等通用软件和设备；同时引入研究机构工作站，为企业提供技术协作服务。（2）乐器检测和鉴定中心。积极引入我国及国际认可的乐器质量检测和鉴定机构工作站，为企业就近提供相关检测服务。（3）乐器维护中心。为售后吉他等乐器提供科学与专业的维修与维护，尤其是名品吉他的养护、维修服务。

#### 4. 综合服务平台

**发展思路：**为吉他及配件企业提供全方位的商务服务，包括：融资服务、供应链管理、环保服务、政策咨询服务、人才服务、信息服务、商务休闲服务等，全面提升惠阳吉他产业服务质量，增强产业吸引力。

**建设重点：**（1）专业服务中心。重点提供融资、法律、会计等咨询服务。（2）信息服务中心。建立联接政企的产业信息，政府可了解区内企业经营情况，企业可了解产业市场信息情况。（3）企业政务服务中心。向企业宣传并解读相关产业政策，指导企业寻求和申请相关政策的支持。

## （二）艺术博览广场

延伸吉他等乐器制造相关的历史、工艺、艺术、演奏及文化等内涵与功能，传播并传承吉他文化、艺术，并以吉他、荔枝为文化主题打造节庆广场，成为惠阳文化表达和传递主场，重点建设吉他博物馆、吉他学院、乐器展示专卖街、演艺场馆等，丰富吉他小镇建设内容，满足人们探知音乐、了解惠阳的需求。

### 1. 吉他博物馆

**发展思路：**借鉴国内外乐器博物馆建设模式和展示内容，规划建设以吉他为核心的乐器博物馆，全面展示吉他音乐史、吉他制作工艺发展史，以及背后的深层次原因，展出不同年代吉他、名品名人吉他的同时，运用高科技互动模拟技术展示吉他制作过程，成为惠阳吉他历史讲述地、大众旅游参观地、青少年科普教育地。

**建设重点：**（1）历史讲述区。介绍世界吉他产业及相关音乐的发展史，重点介绍惠阳吉他产业的发展历程，以及吉他相关的音乐人在惠阳的活动等。（2）实物展览区。国内外名琴、老琴等实物展示；吉他制作工艺的展示和再现，惠阳具有代表性的吉他产品展示。（3）声光电演示及参与式体验。运用 AR\VR 等高科技手段生动展示，并设计参与式的体验活动。



展出的珍贵老提琴



展出的制琴工具

**借鉴：**意大利克雷莫纳小提琴博物馆利用当地一栋废弃多时的艺术中心，由当地一位富商赞助开办，收藏有世界上最多最珍贵的小提琴。

## 2. 吉他学院

**发展思路：**以吉他音乐制作为主的高等职业院校，专业涉及乐器制作、乐器维修与保养、乐器演奏、音效制作、演出管理等音乐行业从台前到幕后的各领域专业，为乐器及音乐产业发展培养和认定专业人才和高级工匠，并不断结合本地吉他企业的实践，总结和修订吉他制作标准和规范，把握吉他行业制高点和权威性，促进惠阳吉他甚至是中国吉他品质提升。

**建设重点：**（1）乐器制作系。重点培养吉他制作、小提琴制作、弦乐器维修与保养等专业人才或技能型工匠。（2）音乐演奏

系。重点培养吉他演奏、小提琴演奏、音效制作、艺人经纪、演出管理、网站创建等专业人才。（3）吉他制作标准研究中心。与本地企业密切合作，掌握最新技术和工艺和国际应用趋势，不断总结和完善的吉他制作标准和规范，并联合各级行业协会和质监部门，推动标准普及和实施。（4）吉他职业技能鉴定中心。引入国家认可的专业职业技能评定机构，结合吉他等乐器行业特点，制订吉他技术人员、工匠等认定资格。

### 3. 演艺场馆

**发展思路：**举办荔枝节、吉他赛事或各类规模音乐演艺活动的演出场馆、公共空间和舞台，是全区文化演艺、节庆盛会举办地，成为全区的文化艺术风向潮流地。

**建设重点：**（1）节庆广场。打造成“荔香琴韵”年度节庆盛会的主会场，建设标志性景观。（2）演艺厅。建设3个左右适合不同规模和类型的演出厅、音乐厅和演奏馆等，不定期举办各类大众化或小众音乐会、演唱会等演出。

### 4. 乐器展示专卖街

**借鉴 1：日本 ESP 音乐学院。**该学院以世界级吉他品牌——ESP 吉他集团为依托而设立，是日本国内最大规模的综合音乐教育专修学校。共设立东京校、大阪校、原宿动漫配音演员校三所学校，在美国好莱坞，拥有 4 所姐妹校。从吉他制作工艺发祥至今，ESP 音乐学院在专业音乐人及音乐行业幕后人员的培养等方面，开拓了囊括整个音乐行业的教学领域。开设了吉他弹唱、唱片制作、声乐表演、音声制作合成、音乐风格、演出运作、演艺经纪、吉他制作工艺、材料加工等课程。

**借鉴 2：CREMONA 国际制琴学校。**该校创建于 1938 年，直接受市政府的委员会管理，毕业生可获得大学文凭。学校秉承当地灵魂人物——制琴大师斯特拉迪瓦里的制琴流派，并通过引进新的制琴大师而带来新技术和新理念，是国际公认的世界顶级制琴学府，推动整个意大利制琴业发展。

**发展思路：**集吉他等乐器及配件展示、交易、销售、吉他制作体验于一体的乐器一条街，与吉他（乐器）制造产业园形成前店后厂模式，并结合吉他工业旅游进行打造，成为全国乐器及配件采购集散地和交易地，新品发布地，个性化吉他展销地、吉他工业旅游体验地。

**建设重点：**（1）乐器展示交易厅。吉他等乐器及其配件企业的产品集中展示及批量业务洽谈交易和采购功能区。



李宗盛LEE GUITARS专卖店。

（2）乐器体验&专卖街。重点发展品牌乐器专卖店、品牌工作室等，并载入消费者个性化乐器制作功能，如：部分环节的制作体验，自选自装琴弦、自选口轮花饰、个性化签名吉他等。

### （三）音乐原创部落

面向国内外音乐人和音乐迷打造以吉他音乐为主体的集音乐原创、改编、表演、分享、发表、演艺管理与经纪等为一体的音乐空间，有力拓展吉他产业文化、艺术内涵功能，重点建设国际音乐人村、音乐发烧营（工作室）、音乐制作发行中心等，成为中国摇滚复兴之地，音乐人向往地。

#### 1. 国际音乐人村

**发展思路：**借鉴国内外艺术家集聚区的经验，依托旧厂房或者旧民居，改造成音乐家原创室，重点为知名摇滚音乐人采风、

创作提供短期旅居和创作地，通过名人效应，以音乐沟通国内国际追随者，使惠阳成为音乐爱好者朝圣地，提高惠阳知名度。

**建设重点：**（1）音乐家旅居室。在旧厂房、客家古村落、旧民居基础上，改造成不同户型的吉他等音乐名家旅居、创作生活和工作的私人空间。（2）音乐家创作公共区。音乐家交流空间、音乐试奏室等。

## 2. 音乐发烧营（工作室）

**发展思路：**音乐工作室集聚区，也是音乐发烧友、摇滚音乐迷交流、学习、小规模表演聚会地，原创音乐发表地。本着玩嗨音乐理念，成为广大音乐爱好者自我展示和分享空间。

**借鉴：**观澜版画原创产业基地国际艺术家村。观澜版画原创产业基地由中国美术家协会、深圳市文学艺术界联合会、深圳市龙华新区管理委员会共同创建，将一个具有300年历史的客家古村改造而成，时本着修旧如故的原则，保持了古朴、典雅的古村原貌。其中的国际艺术家村是开放给国际版画艺术家的生活和创作场所，画家的入驻采取由基地邀请、国内外著名画廊及艺术机构、大学、协会或著名艺术家推荐等方式，由艺术家本人提交入驻申请，经版画基地艺术家委员会审核确认。一般居住1-3个月，创作2-3幅作品，创作的作品由基地的版画工坊印制，并按一定比例留给基地收藏，基地拥有对该收藏作品进行宣传、展示的权利。基地免费为艺术家提供居住、创作和印制服务。



**建设重点：**（1）音乐工作室集聚区。吸引个人和企业类音乐

创作工作室。（2）音乐发布角。为原创音乐、网络音乐等提供发布和演艺展示空间。（3）音乐学习与培训（线上线下）。提供以乐器演奏、声乐为主的音乐兴趣培训。

### 3. 音乐制作发行中心

**发展思路：**以搭建国内外唱片公司、SP 服务商、录音棚工作室与国际原创音乐制作人、歌手之间的沟通平台为目的，结合创新金融、共享经济等新经济模式，建设线下线上相结合的原创音乐和歌手推广、包装的市场化运作体系。

**借鉴：5SING 众筹。**5SING 是一个原创音乐基地网站，5SING 众筹是其中一个板块，专注于音乐人的演出、沙龙等项目，向大众筹集资金，以支持音乐人实现梦想。如项目筹资成功将收取项目总额 10% 的费用，如项目失败将不收取任何费用，已筹得的资金将原封不动地退还到之前众筹参与者们的账户里。



**《唐风遗韵》专辑**  
今有唐风十二曲，颂盛世之歌，吟诗词曲赋，书乱世英雄，寻幽古韵。寄情遗韵，邀以观之，作千年之传也。

目标:31天	¥28,600	兑现中
121% 已达到	¥34,684 已获支持	0天 剩余时间

**建设重点：**（1）录音棚工作室。面向社会提供专业的音乐和歌曲录制服务，既满足专业人士需求，又满足业余爱好者音乐梦需求。（2）发行商基地。围绕音乐发行的线下服务，集聚一批音

乐策划、艺人经纪、演出管理等服务商。（3）原创音乐众筹空间。围绕音乐发行的线上服务，在吉他小镇网站和 APP 上开辟原创音乐众筹通道，为音乐人演出、出专辑、办沙龙等筹集资金，支持音乐人实现梦想。

#### （四）文旅慢生活村落

面向国内外游客和音乐爱好者，重点建设度假酒店&民宿群、客家风情街、养生旅趣俱乐部等，精心设计从小镇出发的旅游线路，打造以音乐为主线的，荔枝文化、客家村落文化与现代度假理念相结合的，集消费、休闲、观光、旅居、养生为一体的旅游地，使吉他小镇成为宜居、宜业、宜游、宜购的新型城市片区。

##### 1. 从小镇出发的旅游

**发展思路：**依托吉他小镇良好的产业氛围、音乐氛围、文化氛围，聚集人气，整合惠阳旅游资源，以吉他小镇为聚客地，为不同人群设计从小镇出发的旅游线路，以专业的旅游服务吸引住人、留住人，实现惠阳全域旅游联动发展。

**重点线路：**（1）工业旅游。重点围绕吉他博览与制作、家具制造与设计、自行车展示与制造、珠宝博览与制造藤器设计与制造、凉帽



秋长碧滟楼

工艺等开展体验式、沉浸式工业旅游。（2）历史文化旅游。重点

串起融红色文化、客家文化、华侨文化于一体的周田景区，以及叶挺将军纪念园、三圣宫、会水楼、会新楼、廖屋、碧滟楼、魁星楼、邓承修故居等。（3）休闲旅游。包含民俗文化、美食文化、商业休闲于一体的淡水老城景区，以及良井、平潭等地农家乐等。

（4）生态旅游。重点体验镇隆荔科技园、木棉河公园、秋长添泉文化园、永湖亚维浓生态园、良井添信科普园、新农村示范建设片区、平潭四季绿大庄园等自然生态田园风光。（5）健康养生游。依托新圩海天堂、淡水九御养生酒厂、沙田碧桂园润杨溪谷温泉等展开养生休闲游。（6）旅游节庆活动。采取“政府主导、市场化运作”的模式，打造“吉他+荔枝”嘉年华活动，通过三至五年的努力，把“吉他+荔枝”嘉年华活动打造成具有国内影响力的年度节庆，通过八至十年的努力，打造成具有国际影响力的年度节庆活动。

## 2. 度假酒店&民宿群

**发展思路：**针对不同类型、不同档次的消费需求，发展多样化、多层次的酒店服务，高端消费与大众消费相结合、标准酒店与特色酒店相结合，从而留住游客、留住消费，以吉他小镇发展带动区域经济。

**建设重点：**（1）高星级度假酒店。重点引进 1-2 家静密、精致、注重细节和特色的豪华度假酒店。（2）特色民宿。鼓励依托民居改造若干家特色民宿。

## 3. 客家风情街

**发展思路：**打造成吉他小镇的商贸特色街，突出客家文化特色，发展集中西餐厅、客家特色菜、咖啡水吧、客家手工制品、特色专卖店等于一体的购物消费一条街。

**建设重点：**（1）沿街特色商铺。注重引入一批特色化的珠三角首店。（2）街头文化雕塑小品。注重突出雕塑小品的吉他、荔枝和客家文化元素，将 3D 效果注入街头小品，增强游客对景观体验兴趣。



虚拟训练

#### 4. 养生旅趣俱乐部

**发展思路：**为旅行者提供定制化短途旅居养生休闲服务，涵盖吃、健、养多方面，让旅行者在得到有效减压康体的同时，又有充实的旅途生活。

**建设重点：**（1）木棉河公园。（2）养生会所。提供瑜珈、水疗、药膳等养生服务。（3）运动健身营。配置球馆、慢跑径、攀岩壁、虚拟训练等健身设施。

## 五、吉他小镇的建设与运营

### （一）整体运营思路

以吉他为核心构建完整的音乐文化全产业链，发展上游原材料及配件生产与服务，中游吉他等乐器研发与制造，下游音乐及

衍生文化服务等产业。

针对吉他音乐文化产业链上、中、下游产业链企业搭建不同的功能区域、空间载体，并通过三大吉他产业平台、原创音乐众筹服务、国际音乐人村、吉他小镇网站和公众号等特色、创新服务的提供，全程为各环节企业及音乐人提供技术支持、制造空间、创作空间、网络平台、融资、法律、培训等全方位服务。

吉他产业集聚区、艺术博览广场、音乐原创部落、文旅慢生活村落是相互支持、相互渗透、共同增值的共生体。小镇生产的吉他为音乐人们演艺、创作提供物质基础，音乐人们在小镇的采风和生活增加小镇的知名度，进而吸引大批音乐爱好者和“朝圣者”，以音乐渗透的方式提升小镇吉他品牌知名度，同时带旺小镇旅游。

依托吉他小镇的建设，整合全区资源，向外形成强大辐射，产生多重外部效益，包括：音乐文化全产业链创新模式、对外输出吉他行业技术标准、产业升级与双创空间共生模式、音乐艺术与文化旅游共赢模式、惠阳区知名度和综合效益提升等，实现企业、居民和政府的“三赢”。

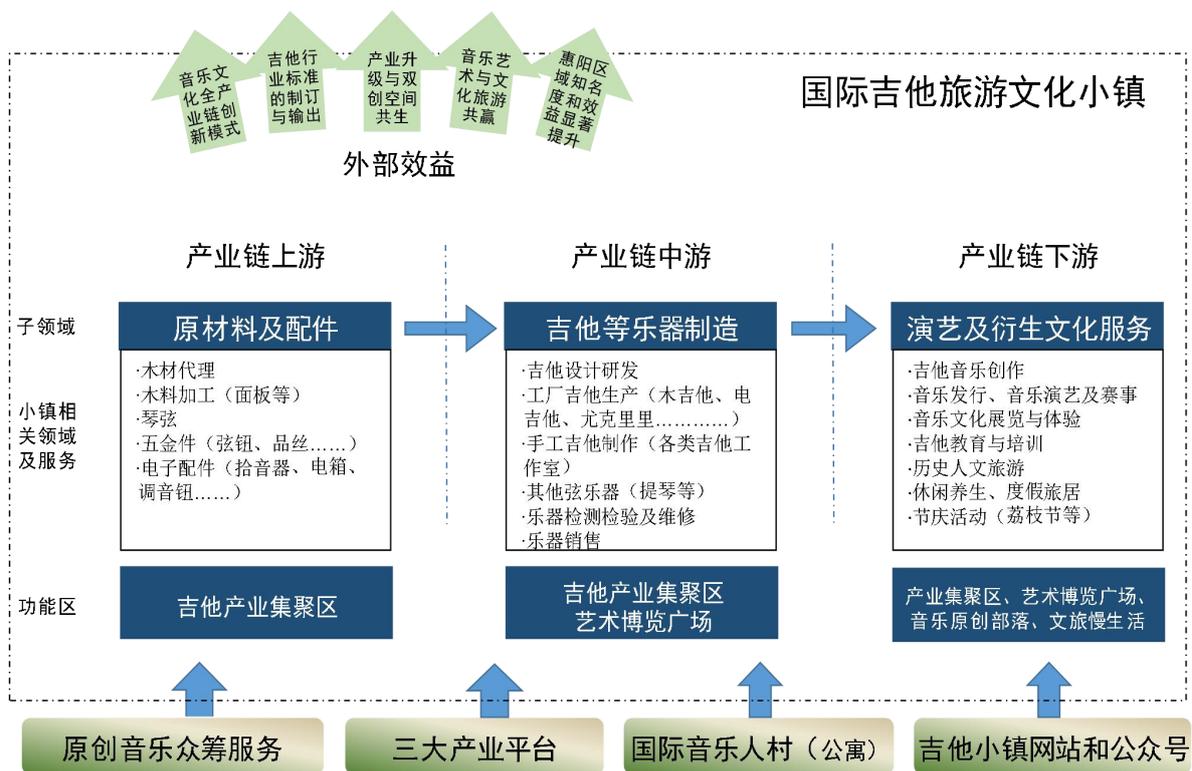


图 5-1 吉他小镇整体运营思路

## （二）功能布局及规模配置

### 1. 功能布局指引

**吉他产业集聚区：**宜布局在秋宝路和秋溪路之间，工业用地较为集中区域。

**艺术博览广场：**因涉及到乐器展示及销售，制作体验，选址宜靠近吉他产业区；节庆广场选址宜靠近小镇通达性好区域。

**音乐原创部落：**宜选址围屋等文化生态景观、旧民居和旧厂房相对集中区域进行改造，以降低音乐创作成本，并有相对安静的创作环境。

**文旅慢生活村落：**宜选址生活氛围浓厚，民居原貌宜适当保留利用的区域。

## 2. 功能规模配置指引

表 5-1 吉他小镇功能规模配置指引

功能区	所需建筑面积（万m <sup>2</sup> ）
吉他产业集聚区	约 100
艺术博览广场	10-15
音乐原创部落	2-4
文旅慢生活村落	20-25
合 计	132-144

说明：1. 所需建筑面积是指各功能区中规划产业所需的建筑面积，并非指吉他小镇全部建筑面积。2. 据统计，秋长街道目前乐器相关企业总经营面积约 15.7 万平方米，考虑到原有企业转型扩厂及引进新企业，经营面积将大幅增加，同时考虑技术及服务平台的配建，并参照国内等专业园区建设情况，预计吉他产业集聚区实际所需的建筑面积约 100 万平方米。3. 参照国内钢琴博物馆、小提琴博物馆建设规模，吉他博物馆约需建筑面积 3000 平方米；参照上海音乐学院老校区等规模，吉他学院约需建筑面积 80000 万平方米；乐器展示专卖街和节庆广场共约需建筑面积 20000 平方米。4. 参照国际艺术家村等建设规模，国际音乐人村所需建筑面积约 10000 平方米；音乐发烧营和音乐制作发行中心共约需建筑面积 20000 平方米。5. 参照安缇、安那塔拉等高端度假酒店建设规模，及大鹏校场尾民宿建筑规模，度假酒店&民宿区所需建筑面积约 20 万平方米。

### （三）建设运营模式

吉他小镇总体建设运营模式为：政府统一规划，委托大型运营商整体开发运营。内部各功能区根据产业及功能要求采取差异化运营模式。

#### 1. 吉他产业集聚区

吉他（乐器）制造产业园：政府主导投资模式建设，租售结合。物业出租采取 10-20 年灵活的长租期制。区城投公司的 5 万平方米的国有用地作为园区启动区。

乐器电商支撑平台、乐器创意研发与检测平台、综合服务平台三大平台：政府统一建设，只租不售，拟设于创新大厦。创意研发与检测平台委托国家轻工业乐器质量监督检测中心等机构运营，或与其建立合作关系共同运营。

## 2. 艺术博览广场

吉他博物馆：引入社会资本与政府合作建设运营。

吉他学院：初期依托惠阳区职业技术学校，开设乐器制作系，快速启动吉他制作学历教育，培养专业技术人员和工匠。条件成熟时，按照民办高校运营模式，由政府、吉他行业龙头企业、国内音乐学院等共同设立独立的特色学院。

演艺场馆：节庆广场作为重要的公共文化设施，由政府投资打造；演艺厅由吉他小镇整体开发运营商统筹建设运营。

乐器展示专卖街：委托专业的商业运营商开发建设和招商运营。

## 3. 音乐原创部落

国际音乐人村：借鉴观澜版画基地国际艺术家村模式，由政府独资模式建设运营，并与音协建立合作关系，推荐入驻音乐家，并面向全球发布音乐家邀请信息。

音乐发烧营、音乐制作发行中心：委托专业机构或吉他小镇整体开发运营商进行开发建设和招商运营。

## 4. 文旅慢生活村落

度假酒店&民宿群：度假酒店由小镇整体运营商引入运营；民

宿则由政府出台政策，借鉴深圳大鹏校场尾、厦门曾厝垵民宿发展和管理经验，鼓励居民利用宅基地民居，在保留原风貌基础上改建。

客家风情街、养生旅趣俱乐部：由吉他小镇整体开发运营商建设运营，或委托专业旅游运营商建设运营。

#### （四）产业发展策略

##### 1. 吉他产业

（1）引导现有吉他企业提升发展。引导本地吉他企业提高产品和技术水平和档次，推行生产现代化，努力培养本地龙头企业；鼓励企业由大众化转向小批量、个性化定制；同时，适度淘汰一批生产方式落后的企业。

（2）积极引进新的优秀企业。重点引进美国的马丁、泰勒，日本的 ESP 等世界吉他知名企业。

（3）鼓励开设手工吉他工作室。积极引入海顿、李吉他等知名工作室，鼓励本地有能力企业创高端手工吉他品牌。

##### 2. 音乐文化产业

（1）突出原创和摇滚，引爆情怀。与中国音协等机构紧密合作，建立音乐人库，不定期邀请音乐人前来创作、驻唱、表演，营造音乐氛围。

（2）形成多层次的吉他音乐教育与培训，与乐器销售形成互动。同步发展吉他学院等高等院校教育，吉他线上线下兴趣学习和培训，由惠阳吉他协会牵头深入惠阳学校等单位，进行吉他演

奏普及培训。

(3) 支持歌手和音乐发展的专业服务：重点发展原创音乐众筹、音乐经纪等业务。

(4) 建设吉他小镇网站和 APP，整合营销吉他产业。将吉他销售、线上培训、音乐家入驻申请、音乐众筹、旅游导览等功能整合一体，形成闭环服务链，并打造统一的惠阳吉他文化品牌形象。

(5) 依托商务金融中心为吉他及音乐文化产业提供完善的金融及专业商务服务。

### **3. 旅游产业**

(1) 旅游开发应遵循下述原则：尊重现有格局、不宜盲目拆建，充分利用老街巷、老民居、老厂房体现客家文化和工业文化特点。

(2) 在选择开发运营商时，要配套有条件的招商约定，严格把握项目功能要求和发展方向。

(3) 产品供给要满足不同层次的消费需求，如：高端酒店&民宿，快餐小吃&私房菜。

#### **(五) 开发建设时序**

吉他小镇预计用 8 年时间建设完成，按照“三年见雏形，五年见规模，八年见新城”的原则有序推进。

表 5-2 吉他小镇开发建设时序

开发期	开发内容	时间
近期	吉他产业集聚区（一园三平台，一期）	2020 年
	吉他博物馆	
	乐器展示专卖街	
	节庆广场	
中期	吉他产业集聚区（一园三平台，二期）	2023 年
	吉他学院	
	国际音乐人村	
	度假酒店&民宿群（一期民宿）	
	客家风情街（一期）	
远期	音乐发烧营	2025 年
	音乐制作发行中心	
	度假酒店&民宿群（建完）	
	客家风情街（建完）	
	养生旅趣俱乐部	

## 六、吉他小镇发展的政策保障

### （一）吉他产业园发展政策

1. 基本原则。坚持产业用地属性，杜绝土地套利。

2. 产业物业使用方式与要求。（1）鼓励以租赁方式使用土地，并结合企业需求制订 10 年以上长租制。（2）全面实行弹性年期出让，推行先租后让、租让结合方式使用土地。对租赁期满的企业，由企业提出申请，对企业经营情况评估合格后，可将原租赁

物业出让给企业，土地出让采取弹性年期制，具体操作按照省市的相关规定执行。（3）企业所购产业用地或物业只可自用，不可转让。企业确需要转让的，需由政府或原所有人回购，回购价格不高于原销售价格。（4）对符合条件的吉他企业在租金上实行优惠政策，租金价格原则上为同片区同档次产业用房市场评估价格的70-90%。

3. 制定动态企业入园标准。根据吉他产业发展经营现状，从企业投资规模、产值、税收等方面指标设立入园标准。并引入动态调整机制，每两年结合入园标准对入园企业经营情况进行评估，每两年结合园区物业使用情况对入园标准进行调整。

4. 创新产业运营服务商评估机制。与园区产业运营服务商签订带条件协议，设定5年期的建设、运营绩效条件，到期后，若达到预期效果，则将土地出让给园区产业运营服务商全面负责开发建设；若没达到预期效果，政府收回土地和物业，引入新的产业运营服务商。

5. 物业、设施和平台的使入引入共享经济模式，以降低企业成本。

## （二）吉他产业发展政策

1. 加快吉他产业园建设，配置环保处理等完善的设施。

2. 鼓励创新发展。（1）政府主导建设公共研发设计、检测检验平台。重点建设乐器声学品质检测室、乐器材料与技术应用工程研究中心等。（2）对企业所获得的各类专利给予一次性奖励。

(3) 鼓励修订完善行业规范和标准，并依据《惠州市惠阳区实施技术标准战略专项资金使用管理办法(试行)》给予相应资金支持。

3. 鼓励清洁生产。(1) 鼓励支持企业加大环保投入。(2) 支持企业进行技术改造和升级。

4. 制订行业特色的人才认证认定机制。重点引入国家级特有工种职业技能鉴定站和全国轻工乐器行业技能培训中心，结合吉他产业特点，制订行业技术人员、工匠认定标准，鼓励行业创新型和技能型人才发展。

5. 辅导有条件的企业建立现代企业制度，支持有竞争力的吉他企业上新三板或创业板等。

6. 充分发挥吉他行业协会的作用，以协会为桥梁，加强企业间、企业与政府间、企业与市场间的联系，并进一步在全区范围内推广和普及吉他音乐文化。

### **(三) 吉他小镇及相关产业发展政策**

1. 积极引入社会资本推动吉他小镇的开发建设。

2. 发展众筹等创新金融模式，推动音乐创作、原创设计等文化创意产业发展。

3. 支持社会资本参与博物馆、吉他学院等准公益性文化项目建设。

4. 鼓励和帮助各类企业充分利用好市、区各类产业基金。

5. 积极申报省级、国家级特色小镇创建项目，获得相关的产业、财政、土地、金融、人才支持政策。

附录：

## 一、全球吉他产业市场前景及布局

### （一）全球吉他产业链全景分析及市场规模

#### 1. 吉他分类及构成

吉他被用于多种音乐风格，它在流行音乐、摇滚音乐、蓝调、民歌、弗拉门戈中常被视为主要乐器，吉他也曾被用于古典音乐，有大量的独奏曲，室内乐和管弦乐中偶有使用。吉他家族中最“贵族”的古典吉他与小提琴、钢琴并列为世界著名三大乐器。吉他通常有六弦，但亦有四弦、八弦、十弦和十二弦。常见吉他类型主要有民谣吉他、古典吉他、电吉他、尤克里里、电贝斯、爵士吉他、弗拉门戈吉他等七种。



附图 1 常见七种吉他类型

#### 专栏 1 常见吉他分类及介绍

**民谣吉他**最早是美国西部乡村音乐的伴奏乐器，是吉他家族中最“平民化”的成员。在指板上由弦枕到琴柄与琴箱结合处是 14 品格，指板较窄，使用钢弦，声音清脆明亮。主要用于给歌唱者伴奏，演奏者可以边弹边唱并可以伴以简易的和弦，这种吉他也是以手指弹奏为主。适用于乡村、民谣及现代音乐，演奏形式较为轻松、随意。民谣缺角吉他是其中一种现代改良形式。近年来出现的电箱两用民谣吉他给舞台表演者带来了莫大的方便。

**古典吉他**是吉他演奏中艺术性最强的一种，被誉为同钢琴、小提琴并列的世界三大乐器

之一。西班牙吉他即古典吉他，在指板上由弦枕到琴柄与琴箱结合处是 12 品格，指板较宽，使用尼龙弦，音质纯厚。主要用于演奏古典乐曲，从演奏姿势到手指角弦都有严格要求，技巧精深，被认为是吉他艺术的最高形式。古典吉他造型优美、典雅，指板扁平且略宽，音箱较厚。古典吉他多以独奏为主，也可以二重奏或者协奏。

**电吉他**琴颈类似于民谣吉他，使用钢丝弦，使用磁性拾音器，根据弦振动到电声转换的原理，然后用扬声器放大声波信号发声，通过效果器可发出各种各样丰富多彩的音色，是现代流行音乐及摇滚乐必不可少的乐器。周边设备庞大，如拾音器、效果器、放大器等。经过各类周边设备可以使吉他出现各种不同种类的音色，可塑性强，表现力随个人爱好而定。演奏可使用拨片、滑棒等工具创造更多效果。

**尤克里里**即夏威夷小吉他，有两种形状，即吉他型和菠萝型，相对于普通的六弦吉他而言，尤克里里只有四根弦，琴弦材质多为尼龙质地，音域集中在高音区，适合演奏节奏简单、欢快的音乐。它具有小巧、携带方便，价格低廉的优势。特别适合初学弦琴的孩子以及手头不宽裕的音乐爱好者使用。

**电贝斯**也属于吉他的一种，用于电声乐队中弹奏的低音吉他，其发声原理和制作用料与电吉他相同。与电吉他不同的是电贝斯只有四根琴弦，且弦硬而粗，弹奏出的音色浑厚、沉闷。由于自身的特点，贝斯一般不被用作表现旋律。电贝斯主要负责电声乐队中的低声部的演奏，常试用分解和弦伴奏，是乐队中不可缺少的低音乐器。

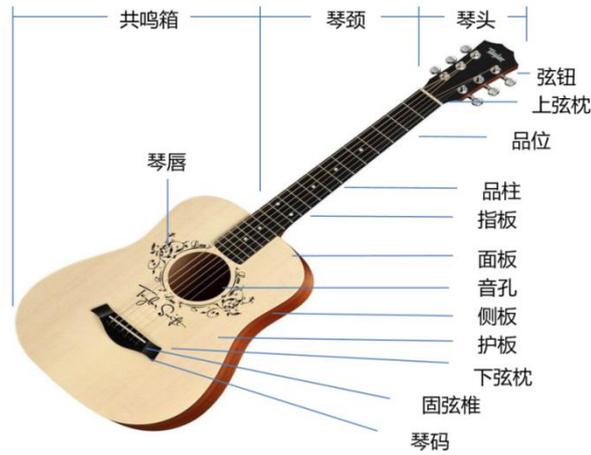
**爵士吉他**也称匹克吉他，爵士吉他一般都是带共鸣箱的电吉他，这样的电琴在音色调整上，音色效果靠后，成为厚重柔软的音色。琴弦上与古典吉他相似，但在琴孔下侧有一块匹克板，面板和背板都呈弧形，琴颈细长，使用钢丝弦，共鸣箱小而薄，面板两侧各有一个 f 形孔，外形与提琴近似。适于演奏爵士乐。

**弗拉门戈吉他**是西班牙民族乐器。外形与古典吉他基本相同，面板上有护板，使用尼龙弦，但音色较古典吉他硬脆。用于演奏西班牙民间音乐，节奏复杂，技巧丰富，吉他演奏出昂扬、激烈的旋律和浑厚的扫下弦声，使之变得异常美妙动听，这就形成了现在具有独特浪漫气氛的弗拉门戈吉他，后流传世界各地，成为一种风格鲜明的具有西班牙民族风格的世界乐器。

## 2. 吉他产业链全景分析

### (1) 吉他构造

吉他外部主要由琴头、琴颈、琴体三大部分组成。其中，琴头主要有弦钮、上弦枕等部件；琴颈主要有品位、品柱、指板等部件；琴体主要有共鸣箱、面板、侧板、音孔、下弦枕、琴码等部件。



附图 2 吉他外部构造

吉他内部主要由面板、琴桥、交叉支撑梁、音梁、支撑梁末端挖槽等部分组成，内部构造对吉他音质起到关键影响作用。

#### 木吉他内部构造



1面板；2琴桥；3、4交叉支撑梁；5音梁；  
6支撑梁末端挖槽

附图 3 吉他内部构造

同时，吉他演奏有时候还需要一些配件，如拨片、电箱、调音器、变调夹、节拍器等。

### (2) 吉他产业链分析

吉他产业链主要由原材料采购、原材料处理、研发和工艺提升、制造生产、产品销售等环节构成。其中，木材种类和品质的选取、木材的存储干燥、吉他具体构造、配件的质量和安装等，都能够对吉他制造造成重要的影响。



附图 4 吉他产业链全景分析

## 专栏 2 吉他产业链

### 吉他产业链环节介绍

**原材料采购环节：**包括选取吉他所用木材的种类和品质，对吉他制造所用到的木材、琴弦、配套五金部件等的采购；

**原材料处理环节：**包括对采购回来的木材进行切割、风干、储存等处理；

**研发和工艺提升环节：**包括对吉他音色、品质相关技术的研发，以及对生产工艺的创新提升；

**制造生产环节：**包括吉他生产制造中的智能化、网络化、数字化的应用程度，生产质量和品质控制体系，企业自主品牌制造、贴牌制造、高端定制手工琴的数量和占比等；

**市场销售环节：**包括国内外吉他市场规模变化情况，吉他销售市场竞争对手情况等。

### 吉他产业链上国际知名品牌

**琴弦制造：**Ernie Ball，达达里奥等。

**吉他制造：**Fender 芬达、Gibson 吉普森、Ibanez 依斑娜、ESP (Electric Sound Products)、Taylor 泰勒、MARTIN 马丁、Jackson 杰克逊、Washburn 勇士、Yamaha 雅马哈、B. C. RICH 吉他等。

**吉他销售：**Guitar Center、Musikhaus Thomann、Sam Ash Music Corp. 等。

## 3. 全球品牌吉他市场规模分析<sup>3</sup>

### (1) 全球品牌吉他市场情况

品牌吉他制造主要集中于美国、欧洲和日本。其中，美国优势在于规模化、智能化生产制造；欧洲优势在于高端手工制琴工艺；日本优势在于精细化制造和吉他学院教育。近年来，全球品牌吉他市场稳步提升，2017年，全球品牌吉他销售额达到 14.48 亿美元，平均每把吉他约 500 美元，

<sup>3</sup>数据来源：世界乐器权威杂志—美国《MUSIC TRADE》

尤克里里每把约 70 美元。



图 2-4 2007-2017 年全球吉他产量及销售额情况

数据来源：世界乐器权威杂志—美国《MUSIC TRADE》，下同。

## (2) 吉他细分领域情况

2009 年之后，吉他产业呈现较好的增长态势。2017 年，木吉他销售额达到 7.4 亿美元，2009-2017 年销售额复合增长率为 8.3%；电吉他销售额达到 5.9 亿美元，销售额复合增长率为 4.1%；尤克里里销售额为 1.19 亿美元，虽然规模不大，但是销售额年复合增长率达到 17.4%。



图 2-5 2007-2017 年全球吉他细分领域销售额情况（亿美元）

根据 2016 年全球乐器权威杂志《MUSIC TRADE》显示，我国有 11 家乐器企业进入前 90 名，其中专业吉他制造企业仅有 1 家。

附表 1 2016 年《MUSIC TRADE》前 90 名排名情况

RANK			EST. 2016	EMPLOYEE	COMPANY	COUNTRY
16	15		REVENUES	COUNT	TYPE	
1	1	YAMAHA CORPORATION	\$3,820,000,000	20,400	Mfg.	Japan
2	2	GIBSON BRANDS	\$1,660,000,000	5,000	Mfg.	USA
3	3	HARMAN PROFESSIONAL (div. Harman International)	\$1,014,463,000	3,700	Mfg.	USA
4	4	SENNHEISER ELECTRONIC	\$778,000,000	2,375	Mfg.	Germany
5	5	KAWAI MUSICAL INSTRUMENTS MFG. CO., LTD.	\$608,000,000	2,868	Mfg.	Japan
6	7	SHURE INC.	\$565,000,000	2,400	Mfg.	USA
7	N	PIONEER DJ	\$550,000,000	280	Mfg.	Japan
8	6	FENDER MUSICAL INSTRUMENTS	\$545,000,000	1,800	Mfg.	USA
9	8	MUSIC GROUP (Behringer, Midas, TC, Bugera, Turbosound)	\$480,000,000	4,000	Mfg.	China
10	9	JAM INDUSTRIES	\$435,000,000	690	Dist.	Canada
11	11	ROLAND CORPORATION	\$400,000,000	1,200	Mfg.	Japan
12	10	STEINWAY MUSICAL INSTRUMENTS (Conn-Selmer)	\$385,700,000	1,839	Mfg.	USA
13	12	KHS	\$380,000,000	3,300	Mfg.	Taiwan
14	13	PARSONS MUSIC	\$356,000,000	4,500	Dist./Ret.	Hong Kong
15	14	INMUSIC (Akai, Alesis, Numark, MAudio)	\$340,000,000	450	Mfg.	USA
16	15	AUDIO-TECHNICA CORPORATION	\$281,930,000	550	Mfg.	Japan
17	17	PEARL RIVER PIANO GROUP	\$233,790,000	1,800	Mfg.	China
18	19	QSC AUDIO PRODUCTS, LLC	\$220,000,000	455	Mfg.	USA
19	18	CASIO COMPUTER CO., LTD.	\$210,000,000	N/A	Mfg.	Japan
20	22	SAMICK MUSICAL INSTRUMENTS COMPANY LTD.	\$190,000,000	2,900	Mfg.	South Korea
21	N	LONGJOIN	\$184,000,000	2,000	Mfg.	China
22	21	D'ADDARIO & COMPANY	\$177,000,000	1,100	Mfg.	USA
23	20	HAL LEONARD CORPORATION	\$175,487,000	406	Pub.	USA
24	N	LONGSHENG MUSICAL INSTRUMENT CO., LTD.	\$153,846,153	2,200	Mfg.	China
25	25	TOM LEE MUSIC Co. LTD.	\$135,000,000	450	Dist./Ret.	Hong Kong
26	24	KORG, INC.	\$132,000,000	280	Mfg.	Japan
27	28	AVID AUDIO (div. Avid Technology)	\$130,000,000	400	Mfg.	USA
28	30	SOUNDKING GROUP CO., LTD.	\$118,000,000	2,400	Mfg.	China
29	23	MRRH / LUTHMAN / 4SOUND	\$115,750,000	300	Dist./Ret.	Sweden
30	31	BUFFET GROUP	\$115,500,000	900	Mfg.	France
31	27	LOUD TECHNOLOGIES (Mackie, Ampeg, EAW)	\$115,000,000	180	Mfg.	USA
32	29	PEAVEY ELECTRONICS CORP.	\$110,000,000	233	Mfg.	USA
33	26	MARTIN GUITAR COMPANY	\$109,096,000	968	Mfg.	USA
34	37	HOSHINO GAKKI Co., LTD.	\$103,500,000	130	Mfg.	Japan
35	32	TAYLOR GUITAR	\$101,500,000	870	Mfg.	USA
36	33	YOUNG CHANG AKKI LTD.	\$100,000,000	850	Mfg.	South Korea
37	36	XINGHAI PIANO GROUP COMPANY	\$98,000,000	2,800	Mfg.	China
38	35	ALGAM	\$97,000,000	215	Dist.	France
39	34	CORT MUSICAL INSTRUMENT CO., LTD.	\$95,000,000	2,900	Mfg.	South Korea
40	38	SAMSON TECHNOLOGIES CORP.	\$89,000,000	54	Mfg.	USA
41	N	THE MUSIC SALES GROUP	\$87,910,000	N/A	Pub.	U.K.
42	39	MEDELI ELECTRONICS Co., LTD.	\$87,350,000	1,200	Mfg.	Hong Kong
43	43	NATIVE INSTRUMENTS GMBH	\$81,813,000	400	Mfg.	Germany
44	44	ADAM HALL GROUP	\$79,500,000	200	Mfg.	Germany
45	41	YORKVILLE SOUND	\$75,000,000	255	Mfg.	Canada

46	52	FOCUSRITE AUDIO ENGINEERING LTD.	\$72,242,000	200	Mfg.	U.K.
47	47	AMERICAN D.J.	\$72,000,000	85	Dist.	USA
48	42	MUSIK HUG AG	\$70,500,000	280	Dist./Ret.	Switzerland
49	40	DRUM WORKSHOP, INC.	\$70,000,000	200	Mfg.	USA
50	54	GEWA MUSIC GMBH	\$69,356,000	260	Dist.	Germany
51	51	HERMES	\$68,250,000	245	Dist.	USA
52	46	ERNE BALL / MUSIC MAN	\$68,000,000	395	Mfg.	USA
53	50	SFM	\$64,000,000	120	Dist.	Canada
54	53	GODIN GUITAR COMPANY	\$63,000,000	410	Mfg.	Canada
55	49	ALFRED MUSIC	\$62,000,000	165	Pub.	USA
56	N	BEST FRIEND MUSIC CO., LTD.	\$61,538,461	375	Dist./Ret.	China
57	48	MUSIK MEYER GROUP	\$60,782,000	175	Dist.	Germany
58	45	PRO SHOWS (BRASIL)	\$60,000,000	72	Dist.	Brazil
59	65	LUO MUSIC CORPORATION	\$58,100,000	890	Mfg.	China
60	61	COSMOS CORP	\$57,000,000	90	Dist.	South Korea
61	71	BLUE MICROPHONES	\$56,250,000	61	Mfg.	USA
62	60	THE RAPCO HORIZON COMPANY	\$56,000,000	628	Mfg.	USA
63	62	ROLAND MEINL MUSIKINSTRUMENTE GMBH	\$55,500,000	190	Dist.	Germany
64	55	ZOOM CORPORATION	\$55,074,000	82	Mfg.	Japan
65	63	SKB CORPORATION	\$55,000,000	250	Mfg.	USA
66	56	PEARL MUSICAL INSTRUMENTS CO., LTD.	\$52,720,000	145	Mfg.	Japan
67	64	NONAKA BOEKI CO., LTD.	\$52,000,000	58	Dist.	Japan
68	69	BEYERDYNAMIC	\$51,417,000	200	Mfg.	Germany
69	59	ESP CO., LTD.	\$51,250,000	420	Mfg.	Japan
70	58	KYORITSU CORP	\$51,000,000	140	Dist.	Japan
71	57	HAILUN PIANO CO. LTD.	\$50,769,230	1,100	Mfg.	China
72	72	RINGWAY TECH (JIANGSU) CO., LTD.	\$50,500,000	1,000	Mfg.	China
73	81	EASTMAN MUSIC COMPANY	\$49,000,000	1,000	Mfg.	USA
74	83	SINGING MACHINE COMPANY	\$48,856,000	29	Mfg.	USA
75	73	RELIANCE INTERNATIONAL CORP.	\$47,800,000	60	Mfg.	Taiwan
76	68	TIANJIN JIN BAO MUSIC INSTRUMENTS	\$47,500,000	2,600	Mfg.	China
77	66	PRESONUS AUDIO ELECTRONICS	\$47,000,000	92	Mfg.	USA
78	74	AVEDIS ZILDJIAN COMPANY	\$46,580,000	105	Mfg.	USA
79	77	THE MUSIC PEOPLE	\$46,100,000	65	Dist.	USA
80	75	HEBEI JINYIN MUSICAL INSTRUMENTS	\$45,500,000	2,200	Mfg.	China
81	164	IK MULTIMEDIA PRODUCTION SRL	\$45,000,000	90	Mfg.	Italy
82	124	KONIG & MEYER	\$45,000,000	270	Mfg.	Germany
83	80	DUNLOP MANUFACTURING	\$44,000,000	232	Mfg.	USA
84	67	TAKEMOTO PIANO CO., LTD.	\$43,900,000	95	Dist.	Japan
85	78	TEVELAM S.R.L.	\$43,015,000	65	Dist.	Argentina
86	N	MATTH. HONNER GMBH	\$43,000,000	217	Mfg.	Germany
87	70	PRIMA GAKKI CO., LTD.	\$42,200,000	100	Dist.	Japan
88	91	HENRI SELMER ET CIE	\$40,367,000	400	Mfg.	France
89	76	ZEN-ON MUSIC CO., LTD.	\$40,000,000	115	Pub.	Japan
90	85	STAMER GROUP	\$39,850,000	170	Mfg.	Germany

### (3) 国内外吉他品牌

国际上吉他制造有着较长的历史，同时也有相应的制琴教育，以及在制造环节的自动化、机械化的推广，所以出现了许多优秀的吉他制造品牌。我国发展起步较晚，好的吉他品牌并不多，以代工生产居多，研发创新投入少，手工制琴、高端定制琴还很少见，制琴能力与国际上先进水平还存在一定差距。

附表 2 国际十大吉他品牌

	名称	简介	主要产品
1	Fender 芬达	在 1946 年于美国加州富勒顿成立，总部位于美国亚利桑那州斯科茨代尔市的乐器制造公司	产品线齐全の木吉他、专业级吉他、贝斯音箱，专业级音响设备，琴弦、琴盒等配件
2	Gibson 吉普森	1974 年设立于美国田纳西州，主要生产声学吉他与电吉他，全球著名乐器生产公司	电吉他，全球享有盛誉的吉它制造商，历史上最成功的电声乐器之一
3	Ibanez 依斑娜	开始于 1908 日本，世界著名品牌	实心琴身电吉他
4	ESP (Electric Sound Products)	创立于 1975 年，以“为每一位音乐家提供他们真正需要的乐器”作为理念，成为了日本第一家真正的定制乐器品牌。	手工定制吉他
5	Taylor 泰勒	美国本土第一的木吉他品牌，在 1974 年由 Bob Taylor 和 Kurt Listug 一起创立，目前全球有超过 750 名员工。两家工厂分别位于美国加州圣地亚哥东边 20 英里的 El Cajon 和墨西哥的 Tecate 附近。	木吉他，吉他中的极品领导者
6	MARTIN 马丁	马丁吉他已经拥有超过 183 年制造顶尖乐器的经验。在总部美国宾夕法尼亚州拿撒勒 (Nazareth)，生产工厂在墨西哥纳瓦霍阿 (Navajoa)	其原声吉他和琴弦产品以一流的制造工艺而深受全世界音乐艺术家的喜爱。
7	Jackson 杰克逊	美国著名吉他品牌，业界享有“金属吉他”称号，深受摇滚乐爱好者的欢迎	以生产弓形鼓面的 Soloist 吉他为主
8	Washburn 勇士	在 1883 年，Washburn 公司在芝加哥创办，世界著名品牌	首家开创大师签名系列琴与宽大共鸣琴体的乐器制造企业，十大电吉他品牌
9	Yamaha 雅马哈	日本品牌，从 1940 年代开始雅马哈原声吉他一直保持着制作生产一成不变的高品质。	雅马哈吉他一直在民谣吉他界都享有盛名，主要有原声吉他、电吉他、电贝司、音箱等
10	B. C. RICH 吉他	由 Bernie 于 1968 年创建，世界上著名的电吉他生产、设计公司，美国顶级重金属乐器品牌	电吉他，吉他一体琴设计上一一直处于先锋地位

附表 3 国内十大吉他品牌

	名称	简介	主要产品
1	Farida (法丽达)	惠州全丰育乐用品有限公司自 1995 年 10 月设厂至今近 19 年，目前已成为中国吉他制造业翘楚，Farida 法丽达吉他近年来以优异的吉他制造工艺	高端吉他
2	Nightwish (拉维斯)	福建省漳州市恋森乐器有限公司 2012 年研发的高品质民谣吉他	高品质民谣吉他
3	Magic (麦杰克)	福建 magic 起源于 1984 年，主要以研发制作高档吉他为主，因为都是手工化作业，加上造价相对昂贵所以只能供极少数人使用。	高档吉他
4	森格威 segue (森牌吉他)	山东省枣庄森牌吉他的特色是把吉他和中国文化艺术相结合。	专业中高端木吉他
5	Starsun (星辰)	国内自主品牌，有 20 多年的历史	民谣吉他、电吉他、古典吉他
6	TYMA (泰玛)	广州华丰乐器制造有限公司 2010 年研发的高品质民谣吉他，以其高雅，独特的设计，精细的做工，卓越的品质得到了国内吉他爱好者的喜爱与支持。	高品质民谣吉他
7	Hawks (鹰牌)	国产品牌，公司位于浙江宁波	主要民谣、古典和指弹吉他
8	红棉	广东红棉乐器股份有限公司是一家综合乐器制造公司，拥有 50 多年的发展历史	民谣吉他、古典吉他、尤克里里

## (二) 全球吉他产业主要基地及市场格局

### 1. 国际主要吉他生产国家

#### (1) 日本

日本吉他生产制造业经过代工、模仿、抄袭、山寨、自主品牌的发展阶段，目前制造水平国际领先，制造的吉他品质都较高，细节处理上十分细腻，出现了全部采用自动化生产的无人吉他制造工厂，拥有如 Ibanez (依斑娜)、Yamaha (雅马哈)、takamine (塔卡米内) 等世界知名企业。同时，日本是亚洲唯一在音乐学院设立吉他专业系统教学的国家，为日本音乐界培养出了中川砂仁、押尾光太郎、岸部真明等一批吉他大师。

#### (2) 欧洲

吉他制造发源于欧洲，经历了近三个世纪的演变与改良，欧洲吉他目前以高端手工琴为主，无论是在结构设计、音色理念、音量上等都有着明显的提升，制琴技术国际领先。欧洲拥有众多世界顶级制琴师，这些制琴师大多仍在沿袭西班牙的传统工艺，但是也确定了自己的特色并为吉他制作创立了新的理念，比较有代表的有：德国的浩瑟、美国的弗兰克林、法国的罗伯特·布谢、英国的大卫·鲁比欧、德国的马蒂斯·达曼、法国的丹尼尔·弗雷德里奇等。同时，欧洲还培养出了大量的吉他音乐家和作曲家，如称为“现代吉他之父”的泰雷等。

### (3) 美国

美国音乐氛围和底蕴很好，爵士乐、布鲁斯，乡村音乐等具有很好的群众基础，在吉他制造方面具有一定的历史积累，制作出来的吉他品质较高，出现了很多手工高端吉他制造，拥有 Fender、Gibson、Martin、Taylor 等国际领先企业。同时，美国还对吉他制造工艺进行了改良提升，吉他生产中部件通过先油漆后组装，大大提高了吉他生产的标准化程度，部件还可以集中分层码放，大大地节约了生产用占地面积。

#### 专栏 3 美国主要吉他制造基地介绍

##### 波士顿马丁

**企业介绍：**C. F. Martin & Co. 马丁公司成立于美国，由马丁家族连续拥有，并且已经经营到第六代，有着超过 175 年的吉他制造经验。

**生产基地：**工厂位于波士顿，拥有 600 多名员工，每年制作超过一万多把吉他（部分面单的则在墨西哥生产）。

**技术与创新：**经过多年负责的乐器生产事业，造就了一批行业标准，马丁公司研发的 X-支撑、14-琴品吉他和“无畏(Dreadnought)”尺寸，所有这些都复制到几乎世上所有的吉他制造商。由于受到世界各地的艺术家推崇，马丁吉他已经协助定义了几乎所有的音乐流派，从古典到乡村蓝调、民谣和摇滚等。目前，企业正在加强开发工具、可持续制作树林和创新替代材料等方面等开发创新。

**产业链拓展：**在 19 世纪末期开始生产曼陀林琴。20 世纪 20 年代逐渐成为尤克里里的顶级制造商之一。随着 1970 年收购达阔(Darco)琴弦公司，高质量的琴弦现在已成为马丁公

司业务上的一个部分。

**未来发展：**未来将大胆投资建设新的马丁博物馆和游客中心，这已被证明是被受游客和吉他爱好者一致好评的建设

### 圣地亚哥的泰勒

**企业介绍：**Taylor 是美国本土第一的木吉他品牌，在 1974 年由 Bob Taylor 和 Kurt Listug 一起创立，“只做最好的吉他！”是创办人 Bob Taylor 在 1974 年创建 Taylor 吉他时的信念。

**生产基地：**两家工厂分别位于美国加州圣地亚哥东边 20 英里的 El Cajon 和墨西哥的 Tecate 附近，目前全球有超过 750 名员工。

**技术与创新：**1990 年开应用计算机控制铣床，开启前所未有的视野来精确化吉他的生产制程，之后更陆续导入自动化的生产设备诸如机械手臂、镭射切割等。采用最新科技来完成精密的制造，在业界是最先进的生产技术。这让制作团队可预期掌握质量的一致性，使得百年来的吉他设计得以革新发展，并开启了许多戏剧化的突破。

## (4) 小结

国际上吉他音乐氛围较好，发展历史悠久。吉他制造集聚基地很少见，大规模吉他制造品牌厂主要集中于美国、日本，以单个大企业散落在各地为主，很多企业都通过引进现代化的制造技术提升产品质量和效益；欧洲主要以手工琴作坊为主，以传统工艺为主，拥有很多制琴大师，吉他数量虽少，但是每把价格不菲。

## 2. 国内主要吉他生产基地

### (1) 贵州正安

贵州省遵义市正安县通过积极探索，形成了一定的吉他制造产业的集聚，2015 年被国家机械委质量司正式授予“中国吉他制造之乡”称呼。正安吉他产业是一个典型的“两头在外”的产业，即最重要的木材需要进口，生产出的产品以出口为主。正安主要产品有木吉他、电吉他、电贝司、尤克里里等，涌现了贝加尔乐器、神曲乐器制造公司等一批龙头企业，2016 年正安吉他产量达到 300 万件，产值约 30 亿元，占中国吉他出口额的近 30%，预计到 2017 年，整个正安县计划年产吉他 500 万把，产值 50 亿元，

解决就业 12000 人以上。

#### 专栏 4 贵州正安扶持吉他产业的相关措施与政策

**园区建设：**2013 年开始建设正安国际吉他产业园，建设占地 600 亩，建筑面积 60 万平方米的吉他产业园，带装修，3 年减免地税、10 年免租金的政策，为大型企业量身定制厂房，已经入驻吉他生产企业 18 家。现正委托建工集团按 PPP 模式建新一期吉他产业园。

**招商政策：**先后出台了《招商引资管理办法和扶持奖励办法》、《招商引资工作意见和考核办法》、《招商引资政策》、《驻外招商分局管理办法》和《影响软环境问责办法》等，优厚的招商政策涵盖了企业用地、税费征收、财政扶持、对投资者的奖励、对引资者的奖励等方面内容。特别是对拟上市企业在土地、税收、财政扶持、企业搬迁、人才引进等方面更是不遗余力的给予最大优惠。

**组织保障：**成立了正安县招商引资“代办制”协调领导小组，建立了招商引资项目代办服务中心，配备了专职代办人员，积极开展项目代办服务工作。先后出台了《正安县关于进一步加强招商引资协调调度工作的意见》、《正安县招商引资全程代办制工作实施方案》、《正安县关于加强经济发展软环境管理的意见》和《正安县关于损害经济发展环境行为的责任追究办法》等系列政策措施。

## (2) 山东郟郟

昌乐县郟郟镇通过了省级特色小镇的验收命名，围绕“吉他小镇”的总体定位，积极发展电声乐器生产和研发，拓展延伸发展相关创意、文旅产业，致力于打造集产业功能、旅游功能和文化功能为一体的乐器特色小镇。郟郟镇乐器生产和配件加工企业已发展到 80 家以上，其中惠好、百灵、宏韵、东方、盛大五家乐器企业成为中国电声乐器生产基地骨干企业。郟郟镇产品主要包括电吉他、电贝司、木吉他、数码钢琴、萨克斯等 8 大系列近 400 个花色品种，全镇年产 300 万件，产值 30 亿元，产品销往韩国、日本、美国、澳大利亚等 30 多个国家和地区。2014 年，郟郟高标准规划了乐器特色产业园新建区，规划面积 220 亩，计划总投资 3 亿元。

## (3) 福建漳州

福建形成了一定吉他生产集聚，主要产品有木吉他、电吉他、尤克里

里等。漳州有 3 家规模以上吉他生产企业，3 家都是台资企业。分别为雅歌乐器（漳州）有限公司、玉丰乐器（漳州）有限公司、钰丰乐器（福建）有限公司。2014 年，3 家规模以上台资吉他生产企业，出口的文化产品总值就超过 2000 万美元。漳州九成吉他产品出口，缺少自主品牌，内销比重很小。

#### （4）小结

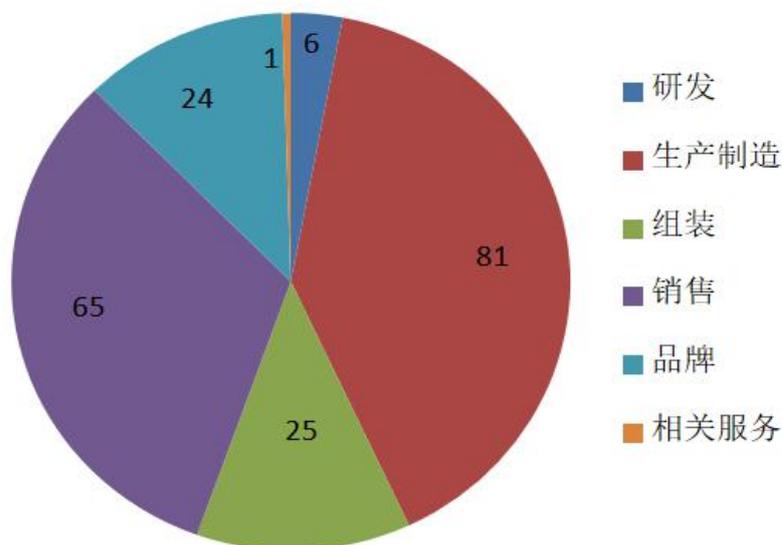
吉他制造主要集中在惠阳、广州、漳州、廊郡、正安等地，整体以代工生产为主，生产技术水平不高，自主品牌较少，集聚地缺乏相关的研发、演出、展示、交易等功能。惠阳、广州、漳州等地吉他品质相对较高，廊郡以电子类吉他为主，正安吉他质量相对较低。

## 二、惠阳吉他产业分析

### （一）基本情况分析

#### 1. 产业链环节情况

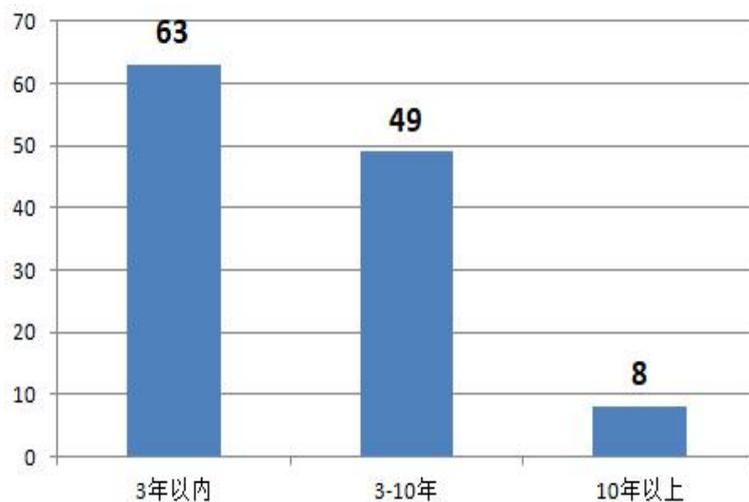
根据调研数据，惠阳以生产制造和组装为主，研发环节比较薄弱，建立起了较好的销售体系，逐步开始注重品牌的建设，展示、表演、培训等相关服务缺乏，仅有 1 家企业。



附图 5 惠阳企业涉及产业链环节企业数量

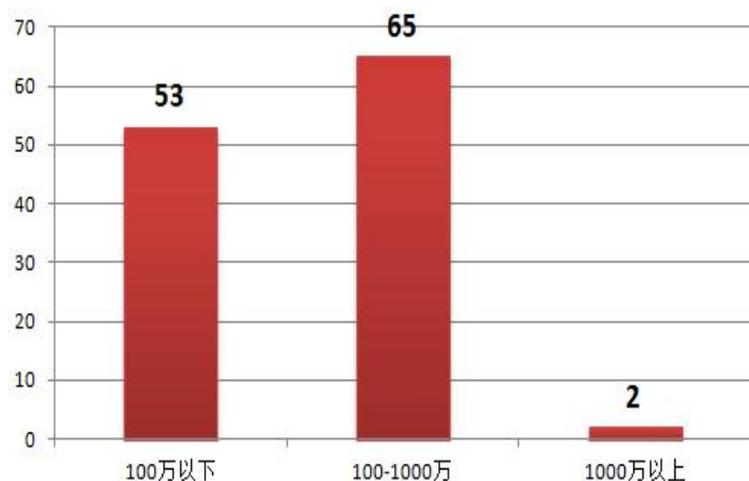
## 2. 企业基本情况

根据调研数据，惠阳吉他企业多数在3年内成立，3-10年的成立企业数量也比较多，10年以上的企业较少。



附图 6 惠阳吉他企业成立时间分布

根据调研数据，惠阳吉他企业注册资金多数在1000万以下，以中小企业为主，大型企业较少。



附图 7 惠阳吉他企业注册资本分布

根据调研数据，惠阳吉他企业以中小企业为主，规上企业仅有14家。吉他企业总经营面积约15.7万平方米，经营面积多数在1000m<sup>2</sup>以下。企业以租赁用房为主，自有用地仅5.4%；本地投资占93.5%，外商投资（含港

澳台) 比重降低。

### 3. 从业人员情况

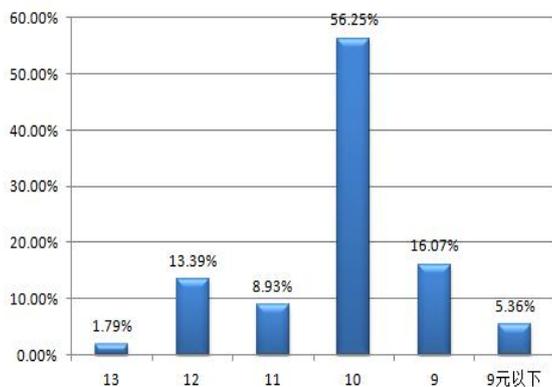
根据调研数据，惠阳吉他企业从业人员中本地员工仅占 16.5%；大专及以上学历人员数量占全部人员的 11.1%，高级技术人员数量占全部人员的 5.6%，高端人才比例相对较低。



附图 8 惠阳吉他企业从业人员情况

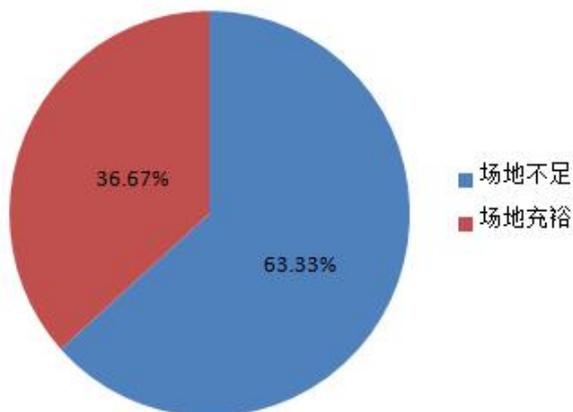
### 4. 产业空间情况

根据调研数据，惠阳吉他企业租金以 10 元/m<sup>2</sup> 为主。



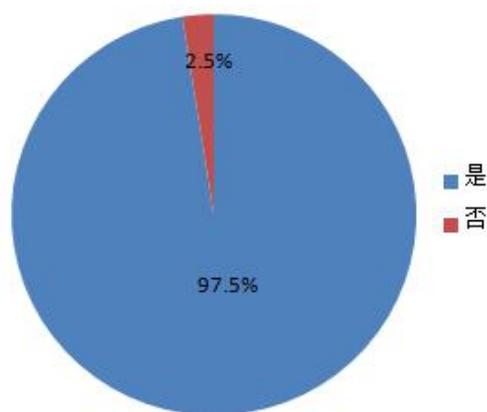
附图 9 企业租金情况

根据调研数据，惠阳吉他企业 6 成多的出现了场地不足的情况。



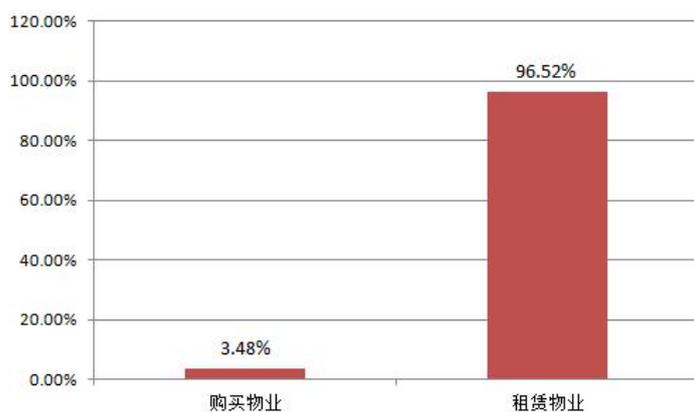
附图 10 企业场地情况

根据调研数据，惠阳吉他企业绝大多数都愿意进驻产业园。



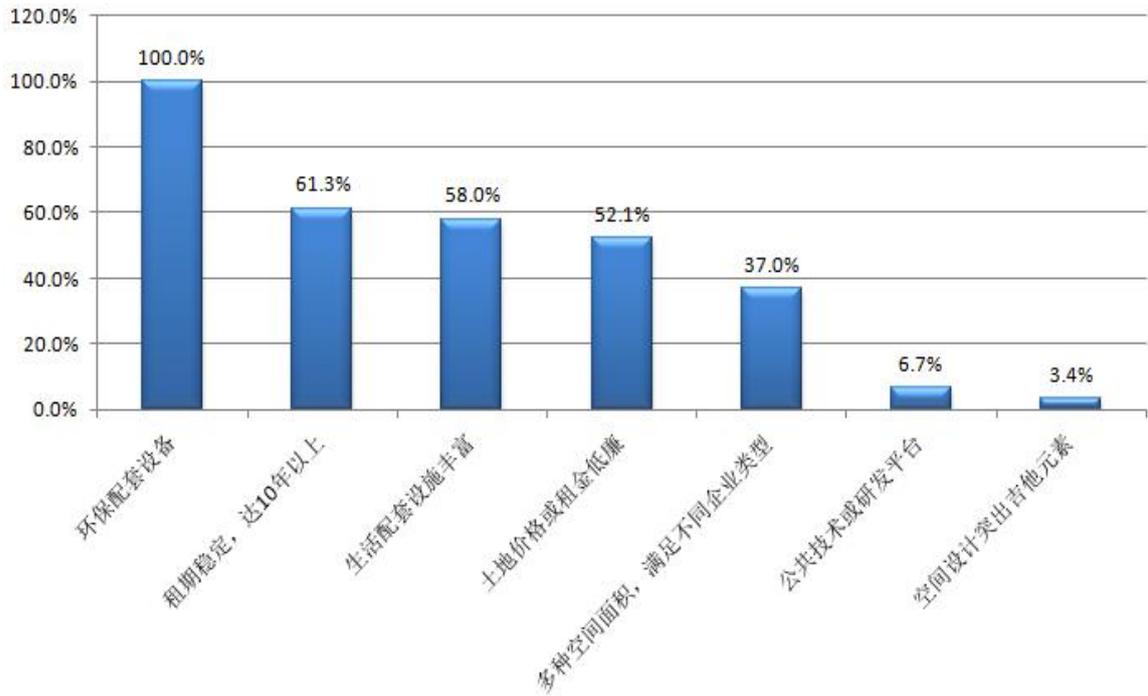
附图 11 入驻产业园意愿情况

根据调研数据，惠阳吉他企业入驻产业园，企业偏向于租赁物业。



附图 12 企业希望产业园物业供给方式

根据调研数据，对于进驻产业园的配套条件，企业十分重视环保设施、租期稳定、生活配套和租金价格等方面。

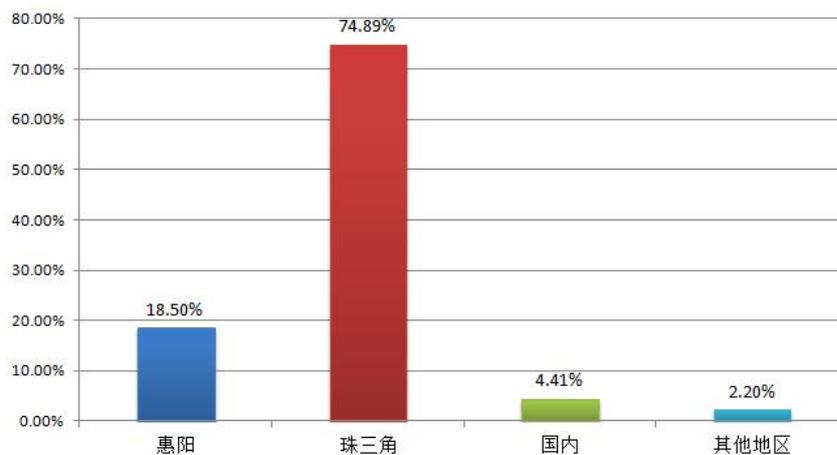


附图 13 企业关注的配套条件

## (二) 秋长吉他产业供应链分析

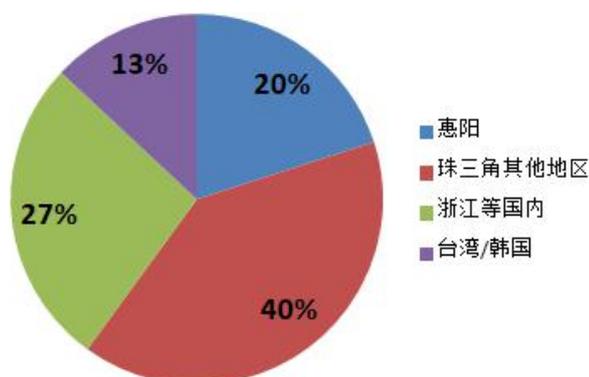
### 1. 上游主要原材料或配件情况

木材木板、琴弦、五金配件是吉他企业最重要的上游原材料和配件。根据调研数据，分别有 95.8%、80% 的企业认为木材木板、琴弦是最重要的上游原材料和配件之一。惠阳形成了完善的上游配套环境，上游原材料和配件 18.5% 能在惠阳完成采购，74.89% 的能在珠三角其他地区完成采购。



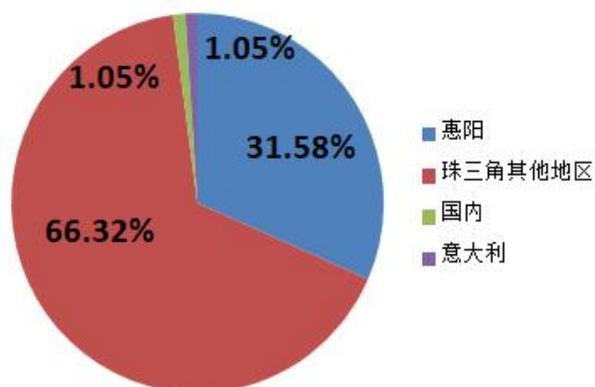
附图 14 上游配套采购区域分布情况

根据调研数据，在惠阳及珠三角能满足 6 成的五金配套需求，国内五金产品以浙江为主，台湾地区和韩国等地也有部分采购。



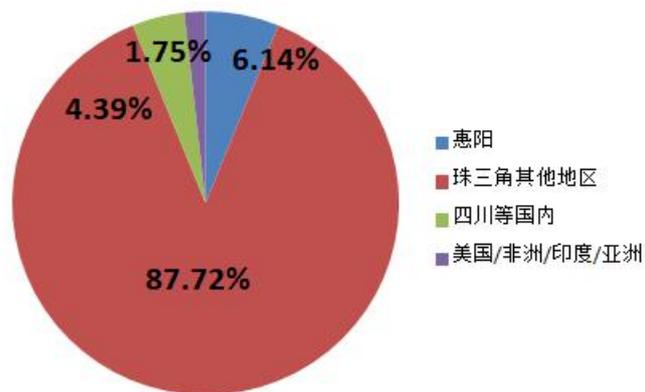
附图 15 五金配套产品采购分布区域

根据调研数据，在惠阳能满足 1/3 的琴弦采购需求，珠三角地区几乎能满足所有需求，少量的产品从意大利采购。



附图 16 琴弦配套产品采购分布区域

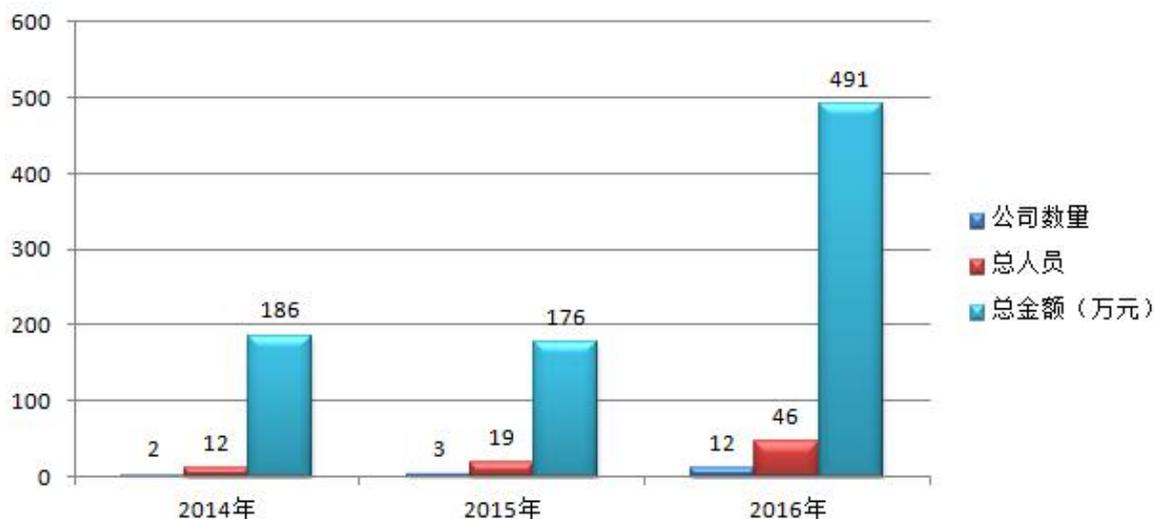
根据调研数据，虽然在惠阳能采购的木材很少，但在珠三角地区能够找到大部分的木材供应商，国内其他地区主要从四川采购，国际上主要是采购区域是美国、非洲、印度和亚洲其他地区。



附图 17 木材木料配套产品采购分布区域

## 2. 创新研发情况

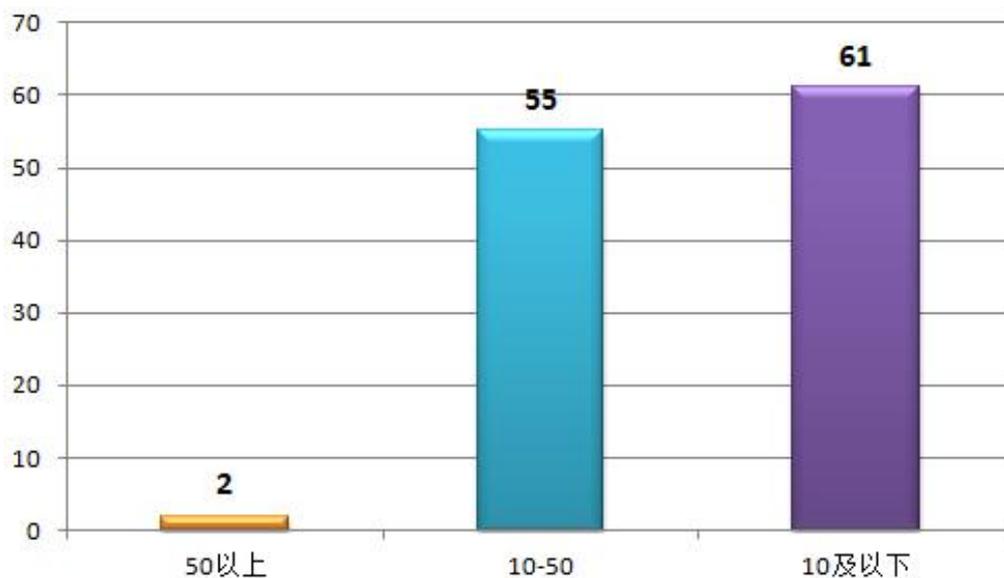
惠阳吉他产业近年来，开始重视研发投入和提升创新能力。根据调研数据，有研发投入的公司从 2 家增长到 12 家，总研发人员从 12 人增长到 46 人，研发投入从 186 万元增长到 491 万元，目前拥有 7 项外观专利、10 项实用新型专利，制定了 2 项吉他相关的行业标准。



附图 18 惠阳吉他产业创新能力情况

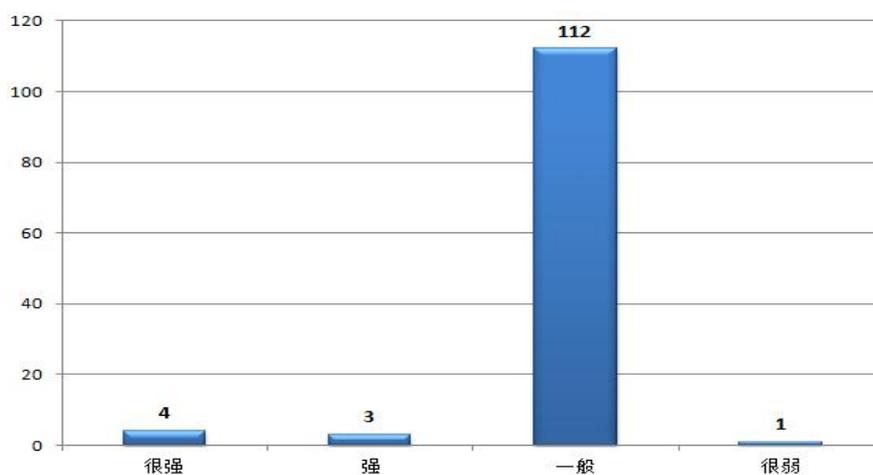
## 3. 生产制造情况

企业都十分注重环保。根据调研数据，吉他企业有环保投入的数量为 118 家，占全部调研的 98.3%。其中，企业投入主要在 50 万以下，仅有 2 家超过 50 万。投入最大的是惠州全丰育乐用品有限公司，很大原因该企业是吉他制造中拥有自有土地面积最大的企业。



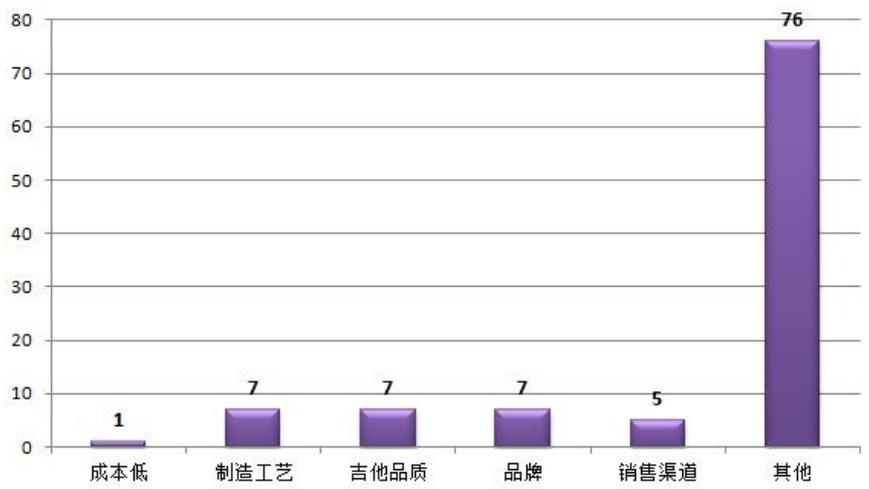
附图 19 企业环保投入情况

行业核心竞争力不明显。根据调研数据，调研企业绝大多数认为自身在行业中的竞争力一般，只有很少的企业认为自身在行业中具有较强的竞争力。



附图 20 企业竞争地位情况

根据调研数据，大部分企业没有明确的核心竞争力，小部分在制造工艺、吉他品质、品牌等方面建立了竞争力。



附图 21 企业主要竞争力情况

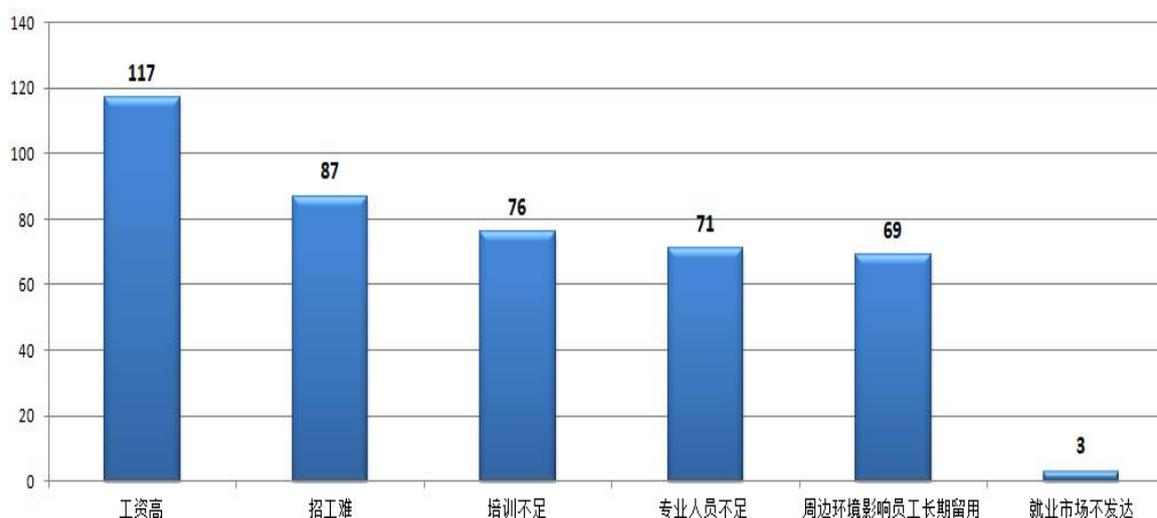
自主品牌较少。根据调研数据，企业以代工生产为主，17 家企业拥有自主品牌，占全部企业的 10.1%。高品质吉他较少。研发环节很少，以中低端吉他产品为主，高端琴生产较少。

附表 4 惠阳吉他企业自主品牌情况

具有自主品牌企业	品牌名称
惠州全丰育乐用品有限公司	Farida/Marina/Xline
惠州市德尚乐器有限公司	Ziko
惠州市威溪乐器制品有限公司	VF
惠州市汤姆乐器有限公司	Tom
惠州市冠霖乐器配件有限公司	tiana
赛维尔乐器（惠州）有限公司	TAIKI
惠州市英尼特乐器有限公司	Runhall
惠州市世韵乐器有限公司	orphee&caye&HAT
惠州市铃丰乐器有限公司	Nassou
惠州市莱柏乐器有限公司	LEGPAP
惠州市惠阳区秋长宏轩乐器厂	LAKLIYUOQI
宇声乐器（惠州）有限公司	J&D GUITARS
惠州市恒生乐器有限公司	Eredar Acoustic Guitars
惠州市恩雅乐器有限公司	Enya/Kaka/Amari

惠州市咪尔尼乐器制造有限公司	EARD MBIRO
惠州市朵肯乐器有限公司	Dokin
惠州市明丰乐器有限公司	Danie

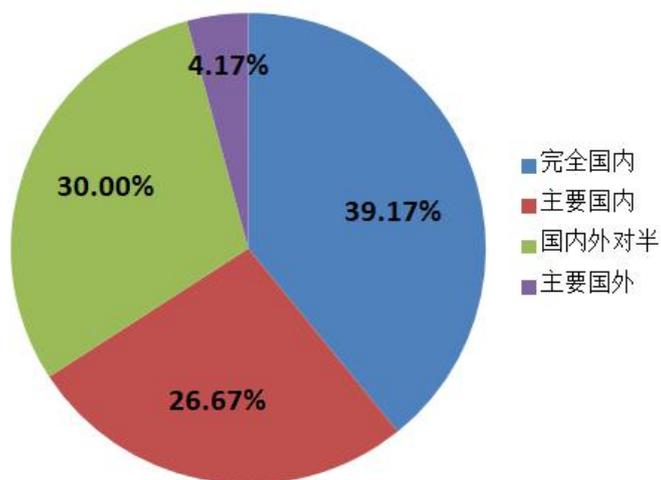
用工难问题比较突出。用工工资不断提高，导致用工成本高；普通工人难招，深圳、东莞等周边地区对工人也有一定吸引力；专业人员不足，培训不够，导致技术工艺提高慢。



附图 22 用工主要存在哪些问题

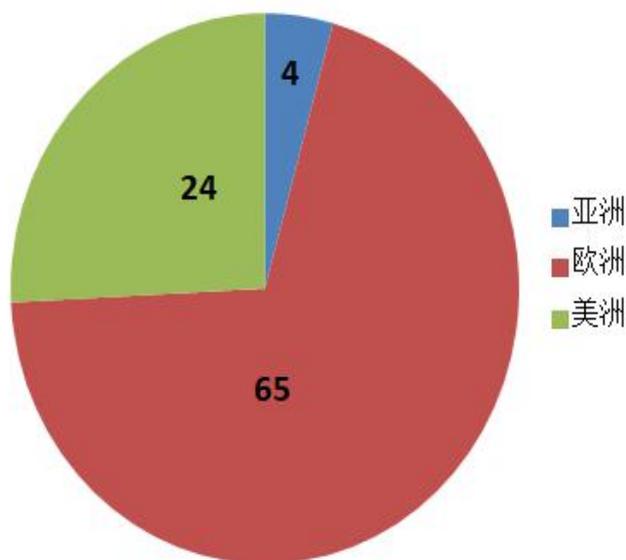
#### 4. 销售市场情况

根据调研数据，惠阳吉他产业销售市场以国内为主，主要销售市场在国际的企业仅占 4.17%。



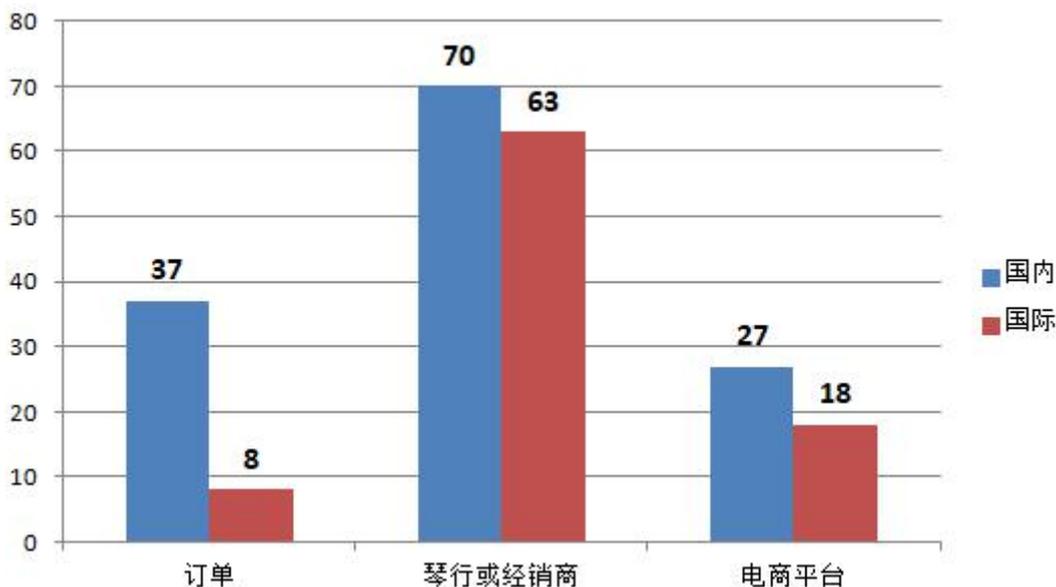
附图 23 企业销售市场分布数量比例

根据调研数据，惠阳吉他销售市场中，国际市场以欧洲为主，其次是美洲，亚洲渠道并不多。



附图 24 国际市场企业分布数量

销售模式以琴行和经销商渠道为主。国内市场琴行和经销商渠道订单占到 7 成，电商有了一定基础。有约 60.8%企业开拓了国际市场，琴行和经销商渠道占据了绝大比例，也有部分电商平台销售，通过订单的比较少。



附图 25 销售渠道情况

## 5. 小结

**上游材料主要是全球采购。**木材主要是从美国、非洲、印度和东南亚采购；琴弦等五金配件高端来自日本、韩国、台湾地区，中低端来自浙江等地区。

### 原材料采购

**研发、工艺提升投入缺乏。**以模仿为主，在品丝、音质等方面出现了一些研发投入，但是整体创新较少，音梁和品丝制作、音质调节等核心关键环节研发能力不足。

### 研发、工艺提升

**国内市场为主。**以中低端市场为主，高端市场被美国、日本占据。国外市场空间增长缓慢，国内市场近年来增长很快，成为未来重点。

### 产品销售



附图 26 惠阳吉他产业供应链分析

惠阳拥有完备的上游材料供应体系。惠阳吉他制造上游材料主要是面向全球采购，木材主要是从加拿大、非洲、东南亚采购；琴弦等五金配件高端来自日本、台湾地区，中低端来自大陆浙江等地区。不过，在惠阳及周边区域就有绝大部分产品的经销商，可以实现采购。

对原材料处理的环节经验积累不足。惠阳吉他产业有长时间储存风干

的木材原料的企业较少，高端吉他制造过程中，木材采购完，会存放很长一段时间，但由于资金、技术、场地、规模等限制，秋长吉他制造厂很少有长期存放的木材。

**开始注重技术创新、工艺研发和标准制定。**近年来，企业十分注重研发创新，有研发投入的企业从2家增长到12家，总研发人员从12人增长到46人，研发投入从186万元增长到491万元。目前惠阳吉他行业拥有7项外观专利、10项实用新型专利，还制定了2项吉他相关的行业标准。

**制造以中低端代工为主，尚未出现手工制琴。**还是以贴牌生产为主，手工或机械化生产较少，产品以中低端为主，生产制造过程缺少大规模、机器自动化生产，尚未有手工高端制琴企业，制造亟需转型升级。

**国内消费升级带来更大的市场空间。**由于国外市场空间增长缓慢，国内市场近年来增长很快，导致销售市场由过去的国内外市场各占一半，逐渐转向国内市场。产品市场还是以中低端市场为主，高端市场被美国、日本占据。

### 三、国内外“产业+文化”基地发展经验借鉴

#### (一) 意大利克雷莫纳小提琴小镇



**基本情况：**克雷莫纳(Cremona)是意大利北部城市，以制造高品位的小提琴驰名国际，至今已有超过 300 年的历史，具有极品高端提琴形成国际影响力。一支全新克雷莫纳小提琴售价高达 12000 欧元，但亚洲出产的小提琴只售数百欧元。

**地理区位：**水路发达，木头原料运送方便。

**艺术底蕴：**十五世纪末到十六世纪初，克雷莫纳与威尼斯有相当密切的发展关系，亦成为文艺复兴的重镇之一。

**制造基础：**重要的农产品和乳品集散中心，生产农业机械、丝织品等，目前是以制造业及农业为主的城市。

**小提琴制作工坊：**城内的街坊巷道维持着传统的个人工作室，以传统的手工方法制造提琴，约有六十家制琴工作室。

**制琴学校：**拥有克雷莫纳国际制琴学校，该学校被公认为国际上声誉最高的制琴学校。

## （二）德国大众小镇



**基本情况：**小镇于 2000 年建成了汽车城主题公园，公园濒临沃尔夫斯堡小镇运河，是一座融服务、展览、娱乐于一体的综合建筑景观群，设有客户服务中心、大众汽车博物馆、汽车塔及各品牌的汽车展馆。自 2000 正式对外开放后，目前，公园每天的参观人数达 6000 多人，每年吸引着 200 多万名世界各地的参观者。

**地理区位：**沃尔夫斯堡又称狼堡，德国北部城市。位于下萨克森州，阿勒尔河及中部运河畔，举世闻名的大众汽车总部位于该城。

**汽车产业支撑：**沃尔夫斯堡是德国最富裕的地区，2013 年人均产值为 92600 欧元，排名第一，这毫无疑问是其汽车产业的功劳。

**汽车主体公园：**与其说“汽车城”是一个汽车博览馆，还不如说它是一个汽车主题的乐园。

**综合服务：**2000 年汽车城主题公园是一座融服务、展览、娱乐于一体的综合建筑群。里面设有客户服务中心、大众汽车博物馆、汽车塔及各品牌的汽车展馆。

**文化配套建筑：**沃尔夫斯堡还建设了阿尔瓦·阿尔托设计的文化中心、

汉斯·夏隆设计的剧院大楼、天文馆以及艺术博物馆、汽车城以及已故设计师扎哈·哈迪德设计的菲诺科技中心。

### （三）黄桥“中国提琴产业之都”



**基本情况：**乐器文化产业是泰兴黄桥的一张响亮名片，被誉为“中国提琴产业之都”，同时，黄桥古镇是全国红色旅游经典景区。“乐器小镇”规划面积 3.8 平方公里，核心区 1.2 平方公里，总投资约 50 亿元，建设周期 5 年。

**地理区位：**江苏省泰兴市黄桥镇地处长江北岸的苏中平原，处于长江三角洲北翼，素有“北分淮委，南接江潮”的水上枢纽之称。

**产业规模：**提琴产销量占全国市场的 70% 以上，占世界市场的 30% 以上，成为全球最大的提琴生产基地。

**主导产业：**以提琴产业为主导，向吉他、钢琴、古筝、手风琴、管乐等多系列乐器方向发展。

**空间布局：**包括“一湖一厅六区”，音乐生态湖、小镇城市客厅、乐器生产集聚区、乐器博览区、展示展销区、创新创业区、教育培训区、生活体验区。

**企业情况：**凤灵集团是龙头企业，已拥有各类乐器生产企业 200 多家，其中规模以上企业 40 多家、中等特色型企业 60 多家、配套加工企业 20 多家；并拥有乐器配件加工作坊 50 多家、高档提琴工作室 10 多家。

**重点项目：**1. 乐器产业标准厂房项目，总投资 1 亿元，规划总建筑面积 4.5 万平方米；2. 乐器文化产业创意研发中心，计划总投资 1.2 亿元，建筑面积 4.2 万平方米，建设集产业研发、艺术培训、展示展销、科技孵化、检验检测等为一体的综合服务平台。3. 凤灵诗帝堡钢琴项目，包括国家级乐器声学品质检测室、国家级特有工种职业技能鉴定站、全国轻工乐器行业技能培训中心。

#### （四）龙泉青瓷小镇



**区位条件：**项目位于距龙泉市区 32 公里的上垟镇。

**项目范围：**项目规划面积 3.21 平方公里，建设面积 136 万平方米，总投资 30 亿元。

**基础优势：**上垟是现代龙泉青瓷的发祥地，素有“青瓷之都”的称号，现镇内仍留有大量原龙泉国营瓷厂工业遗址。

**发展定位：**项目以青瓷文化为品牌，以休闲养生为核心，以龙泉青瓷非遗传承基地为平台，打造集文化传承、文博展示、学习交流、创作教学、收藏鉴赏、旅游观光等功能于一体的瓷文化旅游观光小镇，延续技艺传承和生产组织传统方式的家庭小作坊，打造具有国际影响力的中国青瓷小镇。

**重点项目：**小镇规划了青瓷文化广场、商业风情街、度假酒店、青艺坊、冠云青居、瓷人坊等重点项目。到 2015 年，小镇已入驻市场主体 608 家，2015 年新增 301 家，全年实现工业产值 7.25 亿元，其中青瓷产业产值 2.19 亿元，实现税收收入 935 万元。培育农家乐(民宿)28 家，农家乐收入达 1300 万元；接待旅游人数 47.9 万人次，旅游总收入 1.96 亿元。

## **(五) 经验借鉴**

### **1. 充分依托当地优势产业，延伸发展文旅产业**

特色小镇的建设不仅要做好自身的优势产业，还要注重氛围的营造，文化历史的挖掘，并延伸发展高质量的文旅项目。如德国大众小镇依托大众总部，将汽车产业做成汽车主题公园，提供汽车文化展示、体验、发布的服务；意大利克雷莫纳小提琴小镇依托高端小提琴制作工坊，发展小提琴为主的音乐演出、学习、交流，营造艺术文化旅游氛围；龙泉青瓷小镇依托青瓷制作的悠久历史，发展文化、旅游、休闲等于一体的综合服务。

### **2. 做强做精优势产业，通过高品质产品形成影响力**

成功的特色小镇都以高品质或特色产品为核心竞争力，惠阳吉他小镇需要长期培育和重视吉他产业的发展，打造惠州城市名片。如意大利克雷莫纳小提琴小镇主要依靠其极品高端小提琴闻名于世界；德国大众小镇依托的是大众汽车总部，有着国际一流的汽车制造实力；美国马丁吉他厂凭借其是全球最好的吉他品牌，虽然不算小镇，但是马丁博物馆和游客中心受到了很好的效果。

### **3. 突出小镇特色元素，建设相关配套设施**

特色小镇的建设需要明显独特的标识和元素。如德国大众小镇汽车主题公园建设了大众汽车博物馆、汽车塔、各品牌的汽车展馆等一系列富有汽车元素的建筑；意大利克雷莫纳小提琴小镇有小提琴博物馆，商店、公园都充满了提琴、音乐的元素，每年 4 至 5 月间的每个周末晚上举办提琴

古典音乐会；黄桥建设了提琴艺术体验馆，龙泉青瓷小镇规划了青瓷文化广场，供人们体验交流。秋长虽然吉他制造有了较大规模，但是吉他元素体现的较少，需要继续营造和植入相关吉他、音乐等元素，目前惠阳的吉他音乐广场、音乐节有一定基础了，应该继续做精做好做大。

#### **4. 通过重大项目，完善小镇综合服务体系**

特色小镇的发展需要相关配套的支撑。如黄桥引进了提琴艺术体验馆、乐器产业标准厂房项目、乐器文化产业创意研发中心等重大项目；龙泉青瓷小镇规划了青瓷文化广场、商业风情街、度假酒店、青艺坊、冠云青居、瓷人坊等重点项目。秋长很多基础设施和配套并不完善，通过在关键环节和领域，引进重大项目，加快形成覆盖旅游、文化、创新创业、体验展示等一体化综合服务，对小镇建设有重要作用。