

結他小鎮 音響國際 產品八成銷海外

山東濰坊唐部鎮出口訂單排到5月份 部分企業擬增生產線



掃碼看片



◆外國友人參觀昌樂縣唐部鎮的結他展廳。



◆張建軍展示公司車間生產的結他。



◆昌韻達樂器有限公司生產車間，工人正在製作結他。

板材挑選、切割成型、拉裝弦線……忙到農曆新年前，山東省濰坊市昌樂縣唐部鎮的昌韻達樂器有限公司的員工短暫休息了幾天，農曆正月初六又開啓繁忙的新一輪生產。

「疫情以後公司產品出口連年增長，去年出口電結他等樂器15萬把，2024年的訂單已經排到了五六月份，預計全年可達20萬把。」昌韻達樂器有限公司創始人張建軍向香港文匯報表示。

◆文/圖：香港文匯報記者 殷江宏、胡臥龍 山東濰坊報道

唐部鎮位於山東省濰坊市昌樂縣南部，是一個因結他而聞名中外的特色產業小鎮，被譽為「中國電聲樂器基地」。難以想像，這個人口不足十萬人的小鎮，卻擁有108家樂器生產及樂器配件加工企業，其中22家有進出口資質，各類從業人員5,000餘人，樂器產品包括電結他、電貝斯、木結他、木貝斯、烏克麗麗、班卓、曼陀鈴、樂器配件等八大類近400個花色品種。

小鎮主營業務年收入十億元

據昌樂縣樂器行業協會總書記王海雲介紹，唐部鎮年產各類樂器成品200萬把，樂器配件400萬套，主營業務年收入達到十億元（人民幣，下同）。其中電結他產量佔據全國的40%左右。

「我們這裏的產品出口率在80%以上，主要銷往美國、英國、法國、德國等30多個國家和地區。最近外貿形勢特別好，訂單已排到了今年5月份，一些企業正在考慮增加生產線……」

「洋總監」質檢助產品對標國際

一把把結他，把唐部鎮與世界連在了一起。

一個偶然的機會，來自阿根廷的樂手朱利安·加西亞在網上購買了一件產自濰坊唐部的電結他，收貨之後發現質量非常不錯，便對這個小鎮充滿了好奇。如今，他已成為昌韻達樂器的質量總監。

「一個小鎮生產的樂器質量如此之好，而且大多數工人都是農民，是鎮上的農民朋友們，他們學會了如何製作樂器，這真的很神奇。」加西亞在接受採訪時對媒體表示。

加西亞是一名貝斯手，在南美地區小有名氣。他在昌韻達的主要職責是對產品的質量進行把關，不管是外觀還是音色，這裏生產的每一把結他在出廠前都會請他過來「質檢」。他會根據國際市場的特點以及國際樂手的演奏習慣，提出一些改進的意見。昌韻達樂器創始人張建軍認為，這些建議不僅有助於公司產品的質量提升，對於產品走向國際亦起到積極作用。

擬建東南亞海外倉拓市場

昌韻達樂器成立於2012年。在此之前，張建軍在鎮上一家韓資樂器企業跑運輸。公司剛剛成立時，廠房裏只有十幾個工人，幾間閒屋和簡單的工具。經過12年的發展，公司已擁有兩個廠區，五條電結他和電貝斯生產線，在打磨、拋光、組裝、調音等各項工序上都配備專業「手藝人」，年銷售額近6,000萬元。

張建軍認為，昌韻達樂器發展的黃金期是疫情以後。最難的則



◆阿根廷樂手朱利安·加西亞



◆昌樂百靈樂器生產的六頭結他

是疫情期間，「那時候不敢動彈，到美國的訂單走海運沒有貨櫃，困在家裏出不去。2021年開始，買賣開始變好，從2022年下半年起國外訂單越來越多。目前公司的產品主要是銷往歐美，未來我們將主攻東南亞市場。今年計劃在東南亞設立多個海外倉。」

「疫情之後東南亞經濟恢復比較好，現在發展比較快，消費習慣跟歐美相似，消費力也比較強，所以東南亞市場今後會是一個重點。」昌韻達樂器總經理張隆綱表示。和父親張建軍等老一輩創業者理念有所不同，張隆綱更提倡走出去和做大自主品牌。在他看來，雖然唐部作為電聲樂器的產業基地，確實有很多客戶主動找上門，但相比之下利潤太低，一直在家等客戶顯然已跟不上時代的發展。

唐部鎮位置圖



正打造自己的結他品牌

目前昌韻達主要通過線上線下相結合的方式進行貿易，線上借力阿里巴巴、京東、亞馬遜等電商平台以及抖音直播的方式進行深度營銷，線下則做工廠體驗店，形成了一套線上線下完備的立體營銷模式。值得一提的是，昌韻達正在打造自己的結他品牌「KRAIT」「ZLG」，改變以往全部代加工的局面。

在唐部鎮，像張隆綱這樣的「企二代」們正在成長。

高端定製受捧 自創品牌吃香

和昌韻達一樣，越來越多的樂器企業在發展過程中意識到品牌的重要性，雅特樂器就是其中之一。近年來，雅特樂器系列產品尤其其高端定製款日益受到海外消費者的認可。

「這把售價十萬元（人民幣，下同）的電貝司，是我們為日本的一位著名音樂人身定製的；這款電結他使用了中國的非遺大漆工藝，已被格萊美博物館列入收藏記錄……」在雅特樂器的展廳裏，公司品牌創始人趙衛國向香港文匯報記者介紹為外國客戶定製的高端樂器。

多年來，雅特樂器一直堅持打造自主品牌，而且走的是中高端路線。「沒有品牌的結他在國際展會上往往很難引人注意，即使他們有與知名品牌相同的質量。」趙衛國說，在雅特，三五千元一把的是普通低端款，高端產品售價基本上在一兩萬元左右，定製款價格會更高。

八大工序精雕細琢

一把電結他70%以上需要手工製作。一般情況下，需要八大工序，每道大工序又有二三十道小工序。每道工序都需要精雕細琢。「在製作之前我們會詳細了解客戶的需求、愛好甚至是演奏習慣。我們一般用翻譯軟件和老外交流，溝通起來十分方便。」趙衛國說，每一把琴，背後都有一個故事。「做一個相對高端的琴，在我們這裏要45天左右，時間最長的用了兩年。」

據其介紹，雅特樂器還與中央美院等高校合作，把中國傳統文化元素融入電結他的製作過程，比如中國五行元素、非遺大漆工藝等，深受海外客戶喜愛。

探索國際售後渠道

「雅特自2020年開始投放國際市場以來銷量連年遞增。當時國內市場因疫情處於一種癱瘓狀態，但我們在國際市場銷售量非常好，首年出口佔比就達到40%，到了2022年國內國際市場已經對半。剛剛結束的2023年出口量更達到60%，產品覆蓋了全球130多個國家和地區。」趙衛國表示，2024年將會拓寬銷售平台，通過分銷等方式擴大品牌的全球佔有率。

「我們的產品在亞太地區是終身免費維修和保養的。目前公司正在探索一種國際售後渠道，通過與高校合作進行結他製造、維修、保養以及彈奏課程培訓。在這裏求學的學員，我們將會把他們輸送到相關國家進行售後服務。」趙衛國透露，公司正在研發一種電子音樂智能結他，「不管你會不會彈琴，只要你的手按在琴上，所有美好的音樂就會通過雲端展示給大家。我覺得未來只要有互聯網的地方，有喜歡音樂的地方，就一定會有我們的產品所在，我們也在不斷地努力。」

引跨境電商試驗區 免費提供物流服務

「扛起鋤頭種地，放下鋤頭製琴」唐部鎮的製琴工人，大部分是當地的農民。在昌韻達樂器負責組裝琴弦的秦女士，月薪六七千元人民幣，工作不累，還不耽誤幹農活，是村裏很多小姐妹羨慕的對象。

唐部鎮樂器產業發端於上世紀七十年代，當時的唐部公社依託來自青島師範學院的知青姚文珊教授，創辦了昌樂縣樂器廠，主要生產小提琴、月琴、京胡等樂器。到九十年代初，中韓合資企業山東繆斯樂器公司落戶唐部，成為昌樂縣最早的合資企業之一。1997年，為了擴大產業規模，唐部鎮籌建了自己的樂器企業百靈樂器廠。在此期間，為學手藝，唐部樂器廠先後派四批人去韓國學習結他製作技術，越來越多的唐部農民學會了結他的相關工藝。在幾家企業的帶動下，不少技術骨幹紛紛單幹，一批小型樂器企業在唐部迅速開枝散葉，逐步發展壯大至現在的規模。

模。還有一些在外地的製琴人、音樂人返鄉，創立自己的工作室。多年來，唐部人通過和專業音樂人合作，為歐美企業做代加工，進一步掌握高品質產品的生產技術，在面板選材、製作工藝、音質音色等各方面，均已達到國際一流水平。走進唐部佔地120畝的樂器產業園，道路兩旁的標牌上，一排排都是樂器企業的名稱。

2022年，「唐部結他」區域公用品牌正式發布，供協會企業免費使用，實現了從貼牌代工生產、B2B貿易形式向自有品牌生產、B2C貿易形式的轉變。面對新時代網絡化、電商化、信息化發展趨勢。唐部鎮引入中國跨境電子商務綜合試驗區，為樂器企業免費提供「海關、稅務、外匯、國檢、工商、物流」等服務；在歐美等13個國家設立代理商21家，建立海外倉48個；每月邀請跨境電商講師進行跨境電商知識培訓，農家小院裏不斷迎來國際大單。

◆雅特樂器的定製產品。



◆趙衛國展示公司的高端結他等樂器。