

# 2011-2015年中国KTV行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国KTV行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yule1101/8219847TQM.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国KTV行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了KTV行业相关概述、中国KTV产业运行环境等，接着分析了中国KTV行业的现状，然后介绍了中国KTV行业竞争格局。随后，报告对中国KTV行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国KTV产业发展前景与投资预测。您若想对KTV产业有个系统的了解或者想投资KTV行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

前言

KTV源于日本，之前叫“卡拉OK”，刚传入中国时，主要以一种高档娱乐形式存在于“夜总会、歌舞厅”等一些高级消费场所。近10余年来的飞速发展现在已遍布全国各地，据权威数据显示我国注册登记的各种KTV、迪厅、数量达20万家以上。目前的大部分KTV娱乐场所已不单是作为一个娱乐行业的形式存在，它同时兼容了娱乐业和服务业的特点。

从（KTV）消费来看，以一个中等城市为例，KTV等娱乐场所就有二三百家，大的一晚接待顾客三四百人，少的也有几十人，仅此一项，就有数万人在消费，这个数字目前还在呈快速上升趋势，而经营较好的店每晚平均客流量在500—700人次之间，消费群体主要是学生和公司的白领阶层，日常上座率为50%—70%，到周末时最为火爆，上座率可达100%。正如《时代》杂志预言的那样：新技术和其他一些趋势可以让人把生命中的50%的时间用于玩乐，KTV等娱乐场所消费也越来越趋向大众化，唱K的人将会越来越多。随着全国各地不断涌现的KTV、酒吧、迪厅等娱乐场所，与之相对应的配套设备的需求量也越来越大。为满足现代人追求更高的物质精神享受的需要，KTV场所设备不再像以前那样陈旧落后，设备追求个性新潮，设备更新换代快，基本上两年就更换一整套设备，由此可见，娱乐场所设备前景非常看好。

尽管，金融海啸影响波及全球，人民币持续升值，进出口退税政策的调整，经济形式起伏不定，相比欧美“先消费后还款”，“先储蓄后消费”的消费观念帮助中国经济持续增长。休闲娱乐行业进入洗牌阶段，经历严峻考验后将是“剩”者为王的局面。各终端KTV、迪厅、酒吧商铺租金成本下降，原材料价格的下调对于各娱乐场所来说却是个扩展局面、发展壮大的绝好机会，经营成本的下降，将加快各娱乐场所设备的更新换代。

## 目录

### 第一章 KTV相关概述 11

#### 第一节 传统KTV 11

##### 一、传统KTV概念 11

##### 二、传统KTV特点分析 11

#### 第二节 量贩式KTV 11

##### 一、量贩式KTV概念 11

##### 二、量贩式KTV特点分析 11

#### 第三节 量贩式KTV与传统KTV对比 12

##### 一、营业时间 12

##### 二、计算方式 12

##### 三、价格方面 12

##### 四、服务方式 12

##### 五、服务对象 12

##### 六、其他方面 13

### 第二章 2009年中国KTV行业发展环境分析 14

#### 第一节 2009年中国KTV行业发展政策环境分析 14

##### 一、噪声与振动环境标准及法规分析 14

##### 二、KTV版权费收取政策分析 14

##### 三、《娱乐场所管理条例》 15

#### 第二节 2009年中国KTV行业发展经济环境分析 15

##### 一、中国GDP增长状况分析 15

##### 二、中国居民可支配收入及恩格尔系数分析 17

#### 第三节 2009年中国KTV行业发展社会环境分析 19

##### 一、居民收入水平分析 19

##### 二、居民消费水平分析 20

##### 三、居民对娱乐的需求迅速膨胀 22

#### 第四节 2009年中国KTV行业发展技术环境分析 26

##### 一、IT业的发展 26

##### 二、电脑嵌入式技术的发展 28

### 第三章 2009年中国KTV行业发展概况分析 29

#### 第一节 2009年中国KTV行业发展现状分析 29

- 一、2009年中国KTV企业数量多 29
- 二、2009年中国KTV企业技术更新快 29

#### 第二节 2009年中国KTV行业经营模式分析 30

- 一、量贩式KTV 30
- 二、夜总会式KTV 31
- 三、练歌房式KTV 31
- 四、酒吧式KTV 31
- 五、RTV式KTV 31

#### 第三节 2009年中国KTV行业主要竞争力分析 31

- 一、服务内容竞争 31
- 二、价格竞争 32
- 三、音响效果竞争 32
- 四、场地装修竞争 32

### 第四章 2009年中国KTV行业区域市场发展概况分析 33

#### 第一节 2009年北京KTV行业发展现状分析 33

- 一、KTV行业规模分析 33
- 二、KTV企业区域分布状况分析 34
- 三、KTV行业发展特点分析 35

#### 第二节 2009年上海KTV行业发展状况分析 37

- 一、KTV行业规模分析 37
- 二、KTV企业区域分布状况分析 38
- 三、KTV行业发展特点分析 39

#### 第三节 2009年广州KTV行业发展态势分析 40

- 一、KTV行业规模分析 40
- 二、KTV企业区域分布状况分析 41
- 三、KTV行业发展特点分析 41

### 第五章 2009年中国KTV连锁企业发展概况分析 42

## 第一节 钱柜集团 42

- 一、企业概况 42
- 二、企业分布状况 42
- 三、主要消费人群分析 43
- 四、市场竞争优劣势分析 43
- 五、&ldquo;版权使用费&rdquo;前后发展策略分析 44

## 第二节 麦乐迪（中国）餐饮娱乐管理集团 46

- 一、企业概况 46
- 二、企业分布状况 47
- 三、主要消费人群分析 48
- 四、市场竞争优劣势分析 49
- 五、&ldquo;版权使用费&rdquo;前后发展策略分析 49

## 第三节 好乐迪股份有限公司 49

- 一、企业概况 50
- 二、企业分布状况 50
- 三、主要消费人群分析 50
- 四、市场竞争优劣势分析 51
- 五、&ldquo;版权使用费&rdquo;前后发展策略分析 51

## 第六章 2009年中国KTV行业市场消费者调研分析 52

### 第一节 2009年中国KTV市场消费者群体及消费动机分析 52

- 一、以学生或刚参加工作的人为主的量贩式KTV 52
- 二、以白领休闲娱乐、亲朋聚会为主的 Party 式KTV 52
- 三、以商务应酬为主的夜总会式KTV 52

### 第二节 2009年中国KTV市场消费者特点分析 53

- 一、年轻时尚，喜欢新鲜事物 53
- 二、独具个性，追求高品质生活 54
- 三、收入偏高，是消费的中坚力量 55
- 四、受教育程度高，接受能力强，品牌忠诚度高 56

### 第三节 2009年中国KTV市场消费者消费行为调查分析 58

- 一、不同地区KTV消费者消费频率、偏好程度分析 58
- 二、不同年龄KTV消费者消费频率、偏好程度分析 63

三、不同收入层次KTV消费者消费频率、偏好程度分析 66

第四节 2009年影响中国KTV消费者消费行为的要素分析 67

一、价格 67

二、音质 68

三、环境 68

四、餐饮 68

第七章 2009年中国KTV企业店址选择策略分析 70

第一节 2009年中国KTV企业选址考虑的地理因素分析 70

一、区域规划 70

二、地点特性 70

三、交通状况 70

四、企业可见度 71

第二节 2009年中国KTV企业选址考虑的经济因素分析 71

一、能源供应 71

二、地价或租金 71

三、目标地点服务状况 71

四、广告宣传可用性 72

第三节 2009年中国KTV企业选址考虑的市场因素分析 73

一、消费者资源 73

二、竞争状况 73

第八章 2009年中国KTV版权费收取问题分析 74

第一节 2009年世界主要地区KTV收费方式及标准分析 74

一、香港按歌曲的新旧程度收费 74

二、台湾四种收费方式，视各家KTV的实际情况决定 74

三、日本按KTV面积收费 75

第二节 2009年中国大陆KTV版权费两种收取方式分析 75

一、按包间收费：12元/包/天 75

二、按歌曲点击次数计费：0.2元/首/次 76

第三节 2009年中国KTV版权费收取对KTV企业发展的影响分析 76

一、企业承担费用的影响分析 76

## 二、企业把费用转嫁消费者的影响分析 77

## 第九章 2009年中国KTV设备行业发展概况分析 78

### 第一节 2009年中国KTV点歌系统发展状况分析 78

#### 一、触摸屏 78

#### 二、点歌控制面板 78

#### 三、鼠标 79

#### 四、小键盘 79

#### 五、VOD点歌系统介绍 80

### 第二节 2009年中国KTV包房音响发展状况分析 81

#### 一、麦克风 81

#### 二、立体环绕音响喇叭 81

### 第三节 2009年中国KTV视频设备发展状况分析 82

#### 一、液晶电视 82

#### 二、等离子电视 83

#### 三、背投 84

## 第十章 2010-2014年中国KTV行业前景展望与趋势预测 86

### 第一节 2010-2014年中国KTV行业前景预测分析 86

#### 一、中国KTV发展的前景探索 86

#### 二、彩铃DIY与KTV结合前景无限 87

### 第二节 2010-2014年中国KTV行业趋势预测分析 87

#### 一、KTV版权收费趋势已不可逆转 87

#### 二、网络KTV兴起涉及版权付费使用是趋势 88

#### 三、中国KTV行业趋势探讨 89

#### 四、拍拍游戏桌引领2010年KTV休闲娱乐趋势 90

### 第三节 2010-2014年中国KTV企业未来发展战略分析 91

#### 一、塑造品牌竞争力 91

#### 二、提高服务质量 92

#### 三、提高KTV管理水平，创新KTV管理模式 92

#### 四、全面培训员工各方面的素质 92

#### 五、在追求产品技术的同时，更为追求的是KTV服务技术 93



#### 第四节 2010-2014年中国KTV行业盈利预测分析 93

### 第十一章 2010-2014年中国KTV行业投资机会与风险规避指引 94

#### 第一节 2010-2014年中国KTV行业投资概况分析 94

##### 一、KTV行业投资特性分析 94

##### 二、KTV行业投资价值分析 94

##### 三、KTV行业投资四要素 95

#### 第二节 2010-2014年中国KTV行业投资机会分析 96

##### 一、KTV行业区域投资潜力分析 96

##### 二、KTV行业投资吸引力分析 99

#### 第三节 2010-2014年中国KTV行业投资风险预警 100

##### 一、宏观调控政策风险 100

##### 二、市场竞争风险 108

##### 三、市场运营机制风险 110

##### 四、版权费风险 111

##### 五、其他风险分析 111

#### 第四节 分析师建议 112

##### 一、规范化经营，制度化管理 112

##### 二、全方位的服务意识 114

##### 三、创新并拼合多彩娱乐元素 116

### 图表目录

图表 1 量贩式KTV与传统KTV对比一览表 13

图表 2 2005-2009年国内生产总值情况 16

图表 3 2009年年末国家外汇储备23992亿美元 16

图表 4 2009年财政收入同比增长11.7% 17

图表 5 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 18

图表 6 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 19

图表 7 2009年农村居民人均纯收入5153元 20

图表 8 2009年我国城镇居民人均可支配收入达17175元 20

图表 9 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 21

图表 10 2009年居民消费价格同比下降0.7% 21

- 图表 11 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 23
- 图表 12 2009年全社会固定资产投资同比增长30.1% 23
- 图表 13 2009年固定资产投资新增主要生产能力 24
- 图表 14 2009年房地产开发和销售主要指标完成情况 24
- 图表 15 2009年社会消费品零售总额同比增长15.5% 25
- 图表 16 2008-2009年度中国KTV营业厅行业主要经济指标情况 29
- 图表 17 北京KTV区域分布状况图 34
- 图表 18 2008年各地版权使用费收费标准 44
- 图表 19 2008年麦乐迪KTV音乐午宴价格 48
- 图表 20 2008年麦乐迪KTV音乐晚宴价格 48
- 图表 21 KTV市场消费者年龄调查 53
- 图表 22 KTV市场消费者职业调查 54
- 图表 23 KTV市场消费者消费目的调查 54
- 图表 24 KTV市场消费者收入调查 55
- 图表 25 KTV市场消费者中专以下学历的品牌忠诚度调查 56
- 图表 26 KTV市场消费者大学学历的品牌忠诚度调查 57
- 图表 27 KTV市场消费者研究生以上学历的品牌忠诚度调查 58
- 图表 28 北京地区KTV市场消费者月度消费频率调查 59
- 图表 29 上海地区KTV市场消费者月度消费频率调查 59
- 图表 30 广州地区KTV市场消费者月度消费频率调查 60
- 图表 31 深圳地区KTV市场消费者月度消费频率调查 61
- 图表 32 成都地区KTV市场消费者月度消费频率调查 62
- 图表 33 不同年龄KTV消费者每月2-3次消费频率状况 63
- 图表 34 不同年龄KTV消费者每月1-2次消费频率状况 64
- 图表 35 不同年龄KTV消费者每月不定期次数消费频率状况 65
- 图表 36 不同收入层次KTV消费者消费频率调查 66
- 图表 37 影响KTV消费者消费行为的要素调查 69
- 图表 38 KTV店址的影响因素 70
- 图表 40 KTV企业店址应具备的条件 72
- 图表 41 清华同方和EBAR比较图 90
- 图表 42 KTV消费能力和习惯 98
- 图表 43 1993-2008年央行历次调整利率时间及调整后股市表现一览 101

图表 44 1984年-2012年2月存款准备金率历次调整一览表 102

图表 45 2009年政府重大政策一览表 104

图表 46 2005年7月21日-2010年4月19日人民币兑美元汇率中间价走势图 112

图表 47公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 121

图表 48公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 123

图表 49公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 124

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助KTV行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署、中国音像协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对KTV行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1101/8219847TQM.html>