

2011-2015年中国KTV行业 市场供需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

报告报价

《2011-2015年中国KTV行业市场供需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/yule1104/E5477501M7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-04-22

【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行业市场供需与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了KTV相关概述、中国KTV产业运行环境等，接着分析了中国KTV产业运行的现状，然后介绍了中国KTV重点区域市场调研。随后，报告对中国KTV做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国KTV行业前景与投资预测。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。

由于现代消费者对娱乐的需求日益复杂，除在意装潢格调、音响音质、伴唱带质量、餐饮口味服务外，业者必须经常调整营业内容及设施，提供各种不同的娱乐服务给消费者，以满足消费者欢乐及新鲜的心理需求。

连锁经营可造成规模经济，使得营运成本大幅度降低，且让品牌曝光率增加，增加消费者的心理认知，通过管理智能专业化，使服务流程可一致化及标准化，有效的提高获利能力。

在未来的KTV趋势中，应发展新技术以改进服务质量，还有引进更先进的视听设备，使消费者可以享受更好的服务。

目录

第一章 2010-2011年中国KTV产业运行环境解读 1

第一节 2009-2010年中国KTV市场政策环境分析 1

一、噪声与振动环境标准及法规分析 1

二、《娱乐场所管理条例》 11

三、KTV版权收费政策 20

四、KTV市场监管政策 25

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 26

一、GDP历史变动轨迹分析 26

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 29

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 33

第三节 2009-2010年中国KTV行业社会环境分析 37

一、居民收入水平提高 37

二、居民消费观念 39

三、居民对娱乐的需求迅速膨胀 41

第四节 2009-2010年中国KTV行业技术环境分析 42

一、IT业的发展 42

二、计算机嵌入式技术的发展 49

第二章 KTV相关概述 53

第一节 传统KTV 53

一、传统KTV特点分析 53

二、KTV 兴起 54

第二节 量贩式KTV 55

一、量贩式KTV特点分析 55

二、量贩式KTV运营方式及缺陷 55

第三节 量贩式KTV与传统KTV对比 56

一、营业时间 56

二、计算方式 56

三、价格方面 57

四、服务方式 57

五、服务对象 57

六、其它方面 57

第三章 2010-2011年中国KTV产业运行新形势透析 58

第一节 2009-2010年中国KTV产业运行总况 58

一、中国KTV企业数量及规模 58

二、中国KTV企业技术更新快 59

三、移动增值与KTV结合 60

四、KTV连锁化经营 60

五、高档家庭KTV市场初露端倪 61

第二节 2009-2010年中国KTV行业经营模式分析 61

一、量贩式KTV 61

二、夜总会式KTV 61

三、练歌房式KTV 61

四、酒吧式KTV 62

五、RTV式KTV 62

第三节 2009-2010年中国KTV行业主要竞争力分析 62

- 一、服务内容竞争 62
- 二、价格竞争 63
- 三、音响效果竞争 63
- 四、场地装修竞争 64

第四章 2010-2011年中国KTV重点区域市场调研 66

第一节 2009-2010年北京KTV市场透析 66

- 一、北京KTV特色分析 66
- 二、北京KTV行业规模分析 66
- 三、北京KTV企业区域分布状况分析 67
- 四、北京KTV消费人群及消费水平分析 67
- 五、北京KTV经营与盈利状况分析 68

第二节 2009-2010年上海KTV市场探析 68

- 一、上海KTV特色分析 68
- 二、上海KTV行业规模分析 68
- 三、上海KTV企业区域分布状况分析 69
- 四、上海KTV消费人群及消费水平分析 69
- 五、上海KTV经营与盈利状况分析 70

第三节 2009-2010年广州KTV市场剖析 70

- 一、广州KTV特色分析 70
- 二、广州KTV行业规模分析 70
- 三、广州KTV企业区域分布状况分析 71
- 四、广州KTV消费人群及消费水平分析 71
- 五、广州KTV经营与盈利状况分析 72

第五章 2010-2011年中国KTV顶尖连锁企业发展概况分析 73

第一节 钱柜集团 73

- 一、企业概况 73
- 二、企业分布状况 74
- 三、主要消费人群分析 75
- 四、市场竞争优劣势分析 75

五、“版权使用费”前后发展策略分析 75

第二节 麦乐迪（中国）餐饮娱乐管理集团 76

一、企业概况 76

二、企业分布状况 76

三、主要消费人群分析 77

四、市场竞争优劣势分析 77

五、“版权使用费”前后发展策略分析 77

第三节 好乐迪股份有限公司 78

一、企业概况 78

二、企业分布状况 78

三、主要消费人群分析 79

四、市场竞争优劣势分析 79

五、“版权使用费”前后发展策略分析 79

第六章 2010-2011年中国KTV行业市场消费者调研分析 81

第一节 2009-2010年中国KTV市场消费者群体及消费动机分析 81

一、以学生或刚参加工作的人为主的量贩式KTV 81

二、以白领休闲娱乐、亲朋聚会为主的 PARTY 式KTV 81

三、以商务应酬为主的夜总会式KTV 81

第二节 2009-2010年中国KTV市场消费者特点分析 82

一、年轻时尚，喜欢新鲜事物 82

二、独具个性，追求高质量生活 82

三、收入偏高，是消费的中坚力量 83

四、受教育程度高，接受能力强，品牌忠诚度高 83

第三节 2009-2010年中国KTV市场消费者消费行为调查分析 83

一、不同地区KTV消费者消费频率、偏好程度分析 83

二、不同年龄KTV消费者消费频率、偏好程度分析 85

三、不同收入层次KTV消费者消费频率、偏好程度分析 86

第四节 2009-2010年影响中国KTV消费者消费行为的要素分析 86

一、价格 86

二、音质 87

三、环境 87

四、餐饮 87

第七章 2010-2011年中国KTV企业店址选择策略分析 88

第一节 2009-2010年中国KTV企业选址考虑的地理因素分析 88

一、区域规划 88

二、地点特性 88

三、交通状况 88

四、企业可见度 88

第二节 2009-2010年中国KTV企业选址考虑的经济因素分析 89

一、能源供应 89

二、地价或租金 89

三、目标地点服务状况 89

四、广告宣传可用性 89

第三节 2009-2010年中国KTV企业选址考虑的市场因素分析 90

一、消费者资源 90

二、竞争状况 90

第八章 2010-2011年中国KTV版权费收取问题分析 91

第一节 2009-2010年世界主要地区KTV收费方式及标准分析 91

一、香港按歌曲的新旧程度收费 91

二、台湾四种收费方式，视各家KTV的实际情况决定 91

三、日本按KTV面积收费 91

第二节 2009-2010年中国大陆KTV版权费两种收取方式分析 92

一、按包间收费：12元/包/天 92

二、按歌曲点击次数计费：0.2元/首/次 92

第三节 2009-2010年中国KTV版权费收取对KTV企业发展的影响分析 92

一、企业承担费用的影响分析 92

二、企业把费用转嫁消费者的影响分析 93

第九章 2010-2011年中国KTV设备领域透析 95

第一节 2009-2010年中国KTV点歌系统市场热点产品聚焦 95

一、触摸屏 95

二、点歌控制面板	96
三、鼠标	97
四、小键盘	98
五、VOD点歌系统	99
第二节 2009-2010年中国KTV包房音响市场竞争分析	101
一、麦克风	101
二、立体环绕音响喇叭	101
第三节 2009-2010年中国KTV视频设备市场分析	102
一、液晶电视	102
二、等离子电视	103
三、背投	104
第十章 2011-2015年中国KTV行业前景展望与趋势预测	105
第一节 2011-2015年中国KTV行业前景预测分析	105
一、中国KTV发展的前景探索	105
二、彩铃DIY与KTV结合前景无限	105
第二节 2011-2015年中国KTV行业趋势预测分析	106
一、KTV版权收费趋势已不可逆转	106
二、网络KTV兴起涉及版权付费使用是趋势	107
三、中国KTV行业趋势探讨	108
第三节 2011-2015年中国KTV企业未来发展战略分析	109
（一）塑造品牌竞争力	109
（二）提高服务质量	109
（三）提高KTV管理水平，创新KTV管理模式	110
（四）全面培训员工各方面的素质	110
（五）在追求产品技术的同时，更为追求的是KTV服务技术	110
第四节 2011-2015年中国KTV行业盈利预测分析	111
第五节 2011-2015年中国KTV产业发展战略研究	111
一、规范化经营，制度化管埋	111
二、全方位的服务意识	114
三、创新并拼合多彩娱乐元素	116

第十一章 2011-2015年中国KTV行业投资商机与前景预测 117

第一节 2008-2009年中国KTV行业投资概况分析 117

一、KTV行业投资特性分析 117

二、KTV行业投资价值分析 117

三、KTV行业投资四要素 118

第二节 2011-2015年中国KTV行业投资机会分析 121

一、KTV行业区域投资潜力分析 121

二、KTV行业投资吸引力分析 121

第三节 2011-2015年中国KTV行业投资风险预警 122

一、宏观调控政策风险 122

二、市场竞争风险 122

三、市场运营机制风险 124

四、版权费风险 125

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1104/E5477501M7.html>