

# 2017-2023年中国迷你KT V市场深度评估与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国迷你KTV市场深度评估与发展趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201710/24-241701.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。

## 二、说明、目录、图表目录

目前全国有9845家传统式KTV企业。到2016年在北京、上海、广东多地，钱柜、乐圣等昔日KTV行业的领军品牌陆续迎来寒冬，很多门店悄然停业关闭。与之相对的是，唱吧麦颂KTV、9158KTV等依托互联网产生的KTV企业却异军突起，依靠特色服务不断吸引着“80后”“90后”这一庞大的消费群体，抢占娱乐消费市场。

2013-2015年国内KTV企业数量 单位：（万家）资料来源：公开资料整理

根据调查数据分析，全国50人以下的KTV企业占60%，50~100人的KTV企业占20%，100~200的KTV企业占12%，200人以上的KTV企业占8%。

国内KTV企业规模分析 资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国迷你KTV市场深度评估与发展趋势预测报告》共十一章。首先介绍了迷你KTV行业市场发展环境、迷你KTV整体运行态势等，接着分析了迷你KTV行业市场运行的现状，然后介绍了迷你KTV市场竞争格局。随后，报告对迷你KTV做了重点企业经营状况分析，最后分析了迷你KTV行业发展趋势与投资预测。您若想对迷你KTV产业有个系统的了解或者想投资迷你KTV行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章迷你KTV相关概述13

第一节传统KTV13

一、传统KTV概念13

二、传统KTV特点分析13

三、KTV兴起13

第二节量贩式迷你KTV13

一、量贩式KTV概念13

二、量贩式KTV特点分析13

### 第三节量贩式迷你KTV与传统KTV对比14

#### 一、营业时间14

#### 二、计算方式14

#### 三、价格方面14

#### 四、服务方式15

#### 五、服务对象15

#### 六、其它方面15

## 第二章2015-2017年中国迷你KTV行业发展环境分析17

### 第一节2015-2017年中国迷你KTV行业发展政策环境分析17

#### 一、噪声与振动环境标准及法规分析17

#### 二、KTV版权费收取政策分析18

#### 三、《娱乐场所管理条例》18

### 第二节2015-2017年中国迷你KTV行业发展经济环境分析22

#### 一、中国GDP增长状况分析22

#### 二、中国居民可支配收入及恩格尔系数分析27

### 第三节2015-2017年中国迷你KTV行业发展社会环境分析30

#### 一、人口30

#### 二、居民消费及价格水平分析32

#### 三、居民对娱乐的需求迅速膨胀36

### 第四节2015-2017年中国迷你KTV行业发展技术环境分析37

#### 一、IT业的发展37

#### 二、计算机嵌入式技术的发展38

## 第三章中国迷你KTV产业运行新形势分析41

### 第一节中国迷你KTV产业运行总况41

#### 一、中国迷你KTV企业数量及规模41

#### 二、中国迷你KTV企业技术更新快41

#### 三、移动增值与迷你KTV结合42

#### 四、迷你KTV连锁化经营42

#### 五、高档家庭KTV市场初露端倪43

### 第二节中国迷你KTV行业经营模式分析43

一、量贩式KTV43

二、夜总会式KTV44

三、练歌房式KTV44

四、酒吧式KTV44

五、RTV式KTV44

第三节中国迷你KTV行业主要竞争力分析44

一、服务内容竞争44

二、价格竞争45

三、音响效果竞争45

四、场地装修竞争45

第四章2015-2017年中国迷你KTV重点区域市场调研46

第一节2015-2017年北京迷你KTV市场透析46

一、北京迷你KTV特色分析46

二、北京迷你KTV行业规模分析47

三、北京迷你KTV企业区域分布状况分析49

四、北京迷你KTV消费人群及消费水平分析50

五、北京迷你KTV经营与盈利状况分析51

第二节2015-2017年上海迷你KTV市场探析52

一、上海迷你KTV特色分析52

二、上海迷你KTV行业规模分析53

三、上海迷你KTV企业区域分布状况分析54

四、上海迷你KTV消费人群及消费水平分析55

五、上海迷你KTV经营与盈利状况分析57

第三节2015-2017年广州迷你KTV市场剖析57

一、广州迷你KTV特色分析57

二、广州迷你KTV企业区域分布状况分析57

三、广州迷你KTV消费人群及消费水平分析58

四、广州迷你KTV经营与盈利状况分析60

第五章中国迷你KTV顶尖连锁企业发展概况分析61

第一节钱柜集团61

- 一、企业概况61
- 二、企业分布状况61
- 三、主要消费人群分析63
- 四、市场竞争优劣势分析63
- 五、版权使用费前后发展策略分析63
- 第二节麦乐迪（中国）餐饮娱乐管理集团64

- 一、企业概况64
- 二、企业分布状况64
- 三、主要消费人群分析66
- 四、市场竞争优劣势分析67
- 五、版权使用费前后发展策略分析67

### 第三节好乐迪股份有限公司68

- 一、企业概况68
- 二、企业分布状况68
- 三、主要消费人群分析68
- 四、市场竞争优劣势分析69
- 五、版权使用费前后发展策略分析69

## 第六章2015-2017年中国迷你KTV行业市场消费者调研分析70

- 一、以学生或刚参加工作的人为主的量贩式KTV70
- 二、以白领休闲娱乐、亲朋聚会为主的Party式KTV70
- 三、以商务应酬为主的夜总会式KTV70

### 第二节2015-2017年中国迷你KTV市场消费者特点分析71

- 一、年轻时尚，喜欢新鲜事物71
- 二、独具个性，追求高质量生活72
- 三、收入偏高，是消费的中坚力量72
- 四、受教育程度高，接受能力强，品牌忠诚度高73

### 第三节2015-2017年中国迷你KTV市场消费者消费行为调查分析75

- 一、不同地区KTV消费者消费频率、偏好程度分析75
- 二、不同年龄KTV消费者消费频率、偏好程度分析78
- 三、不同收入层次KTV消费者消费频率、偏好程度分析79

### 第四节2015-2017年影响中国迷你KTV消费者消费行为的要素分析80

- 一、价格80
- 二、音质81
- 三、环境81
- 四、餐饮82

## 第七章2015-2017年中国迷你KTV企业店址选择策略分析83

### 第一节2015-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的地理因素分析83

- 一、区域规划83
- 二、地点特性83
- 三、交通状况83
- 四、企业可见度83

### 第二节2015-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的经济因素分析84

- 一、能源供应84
- 二、地价或租金84
- 三、目标地点服务状况84
- 四、广告宣传可用性以及选址84

### 第三节2015-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的市场因素分析85

- 一、消费者资源85
- 二、竞争状况85

## 第八章2015-2017年中国迷你KTV版权费收取问题分析87

### 第一节2015-2017年世界主要地区KTV收费方式及标准分析87

- 一、香港按歌曲的新旧程度收费87
- 二、台湾四种收费方式，视各家KTV的实际情况决定87
- 三、日本按KTV面积收费87

### 第二节2015-2017年中国大陆KTV版权费两种收取方式分析88

- 一、按包间收费：12元/包/天88
- 二、按歌曲点击次数计费：0.2元/首/次89

### 第三节2015-2017年中国版权费收取对迷你KTV企业发展的影响分析89

- 一、企业承担费用的影响分析89
- 二、企业把费用转嫁消费者的影响分析90
- 三、迷你KTV版权费收费主体、性质及程序情况91

#### 四、对不同收费标准下的版权费收取方式优缺点分析92

（一）按包房面积收费92

（二）按点击率收费93

（三）按包房数量收费94

（四）按歌曲新旧程度收费95

（五）按迷你KTV营业额收费96

（六）总结与建议96

### 第九章2015-2017年中国迷你KTV设备行业发展概况分析98

#### 第一节2015-2017年中国迷你KTV点歌系统发展状况分析98

一、触摸屏98

二、点歌控制面板99

三、鼠标99

四、小键盘100

五、VOD点歌系统介绍100

#### 第二节2015-2017年中国迷你KTV包房音响发展状况分析102

一、麦克风102

二、立体环绕音响喇叭103

#### 第三节2015-2017年中国迷你KTV视频设备发展状况分析104

一、液晶电视104

二、等离子电视109

三、背投110

### 第十章2017-2023年中国迷你KTV行业前景展望与趋势预测分析112

#### 第一节2017-2023年中国迷你KTV行业前景预测分析112

一、中国迷你KTV发展的前景探索112

二、彩铃DIY与迷你KTV结合前景无限113

#### 第二节2017-2023年中国迷你KTV行业趋势预测分析114

一、迷你KTV版权收费趋势已不可逆转114

二、网络KTV兴起涉及版权付费使用是趋势115

三、中国迷你KTV行业趋势探讨116

#### 第三节2017-2023年中国迷你KTV企业未来发展战略分析117



- 一、塑造品牌竞争力117
- 二、提高服务质量117
- 三、提高KTV管理水平，创新KTV管理模式117
- 四、全面培训员工各方面的素质118
- 五、在追求产品技术的同时，更为追求的是KTV服务技术118
- 第四节2017-2023年中国迷你KTV行业盈利预测分析118
- 第五节2017-2023年中国迷你KTV产业发展战略研究119
  - 一、规范化经营，制度化管理119
  - 二、全方位的服务意识121
  - 三、创新并拼合多彩娱乐元素122

## 第十一章2017-2023年中国迷你KTV行业投资商机与前景预测分析124（ZY GXH）

### 第一节中国迷你KTV行业投资概况分析124

- 一、KTV行业投资特性分析124
- 二、KTV行业投资价值分析124
- 三、KTV行业投资四要素124

### 第二节2017-2023年中国迷你KTV行业投资机会分析125

- 一、KTV行业区域投资潜力分析125
- 二、KTV行业投资吸引力分析126

### 第三节2017-2023年中国迷你KTV行业投资风险分析127

- 一、宏观调控政策风险127
- 二、市场竞争风险130
- 三、市场运营机制风险130
- 四、版权费风险130

### 第四节投资战略指导133（ZY GXH）

## 图表目录：

图表1 量贩式KTV与传统KTV对比一览表15

图表2 2017年4季度中国GDP增长状况分析22

图表3 GDP环比增长速度22

图表4 2015-2017年农村居民人均收入及其实际增长速度28

图表5 2015-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度28

图表6 2015-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表30

图表7 2015-2017年中国人口构成统计表31

图表8 2015-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率31

图表9 2017年居民消费价格主要数据34

图表10 2015-2017年度中国迷你KTV营业厅行业主要经济指标情况41

图表11 2015-2017年度北京KTV门店数量及规模情况47

图表12 2015-2017年度北京KTV门店数量增长图47

图表13 2017年北京KTV分布状况49

图表14 2017年北京KTV消费人群构成50

图表15 2017年北京KTV不同群体每次人均消费水平对比图50

图表16 2015-2017年度北京KTV经营情况51

图表17 2015-2017年度北京KTV盈利状况52

图表18 2017年上海KTV企业区域分布状况54

图表19 2017年上海KTV消费人群构成55

图表20 2017年上海KTV不同群体每次人均消费水平对比图56

图表21 2015-2017年上海市部分KTV企业营业收入（万元）统计57

图表22 2017年广州KTV数量区域分布状况57

图表23 2017年广州KTV消费人群构成58

图表24 2017年广州KTV不同群体每次人均消费水平对比图59

图表25 2015-2017年度广州KTV盈利状况60

图表26 2017年麦乐迪在北京分布状况65

图表27 2017年麦乐迪在上海分布状况65

图表28 麦乐迪北京房费标准情况66

图表29 2017年中国迷你KTV市场消费者职业调查71

图表30 2017年全国KTV市场消费者消费目的调查72

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201710/24-241701.html>