

2018-2023年中国迷你KTV行业分析报告- 市场深度调研与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国迷你KTV行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、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、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/316358316358.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

自2016年年初开始在北京各大商场投放迷你KTV，全国范围大约有一万多台迷你KTV投入使用，基本已覆盖一线城市的大型商场，北京地区约有两百多台。“商家采用统一的配置，每台设备包含一台选歌系统，一个大屏幕，两个高脚凳和两个耳机等，空间为2平方米左右，最多可以供两个人同时唱歌、录歌。”

一方面，互联网的人口红利已经基本停滞，显而易见的一个原因是线上流量机会的减少，导致创业者和投资人都在重新回归线下，寻找新的机会。

迷你KTV投资回报时间相对较短。一台迷你KTV的成本在2-3万元之间，每台机器占地面积约2平方米，一线商场的月租金在1000元到2000元左右，加上网费、安装费等，一台机器总体投入平均在3、4万元左右，基于地段和客流量的差异测算，日流水三百到一千——如按500元/日计算，如果收回原始成本只需2个月左右，即便差一点的地段，半年左右也可回本。

2017年中国线下迷你KTV市场规模预计将达到31.8亿元，较2016年增长92.7%，增长幅度较为明显，预计2018年线下迷你KTV市场规模将继续增长至70.1亿元，增长率达120.4%，实现市场大爆发。

2017年咪哒miniK、友唱M-bar等多家厂商利用加盟形式，快速进行线下场景布局，为用户带来新颖的KTV体验，整体线下迷你KTV市场处于初期开拓阶段，设备差异化功能和舒适的用户体验成为各企业争夺市场关键点。

1.传统KTV走向没落

互联网提供丰富的娱乐活动导致消费者分流以及消费者对资源多元化需求增加，同时线下实体店店铺租金、人力成本，行业同质化竞争严重等问题上涨导致线下KTV逐渐走向式微，“大歌星”、“钱柜”等第一品牌纷纷面临歇业。

2.成本低

随着共享单车和共享充电宝的快速兴起，这种类似“共享KTV”形式的线下迷你KTV也迅速得到广泛关注;同时它的运营、维修等成本较低，投资者一般短时期内即可回收成本。在众多利好因素下，线下迷你KTV得到迅速推广。

3.线上KTV用户体验待提高

目前，线上流量获取难度日益增大，线上KTV市场基本上趋于饱和;同时线上KTV使用手机耳麦进行录歌，缺少传统KTV中最重要的话筒和场景灯光体验，虽然具有社交分享机制，但缺乏与亲密朋友之间的即时互动。

4.用户碎片化时间增加

消费升级形式下，用户需求结构正在逐步升级，同时现在上班族加班时间缩减，导致用户对于文化休闲娱乐等需求增强;传统KTV应在强化K歌的快感下打破固定场景束缚，寻找契合用户碎片化时间的产品。

迷你KTV优劣势分析 资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国迷你KTV行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、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、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章迷你KTV相关概述

第一节传统KTV

- 一、传统KTV概念
- 二、传统KTV特点分析
- 三、KTV兴起

第二节量贩式迷你KTV

- 一、量贩式KTV概念
- 二、量贩式KTV特点分析

第三节量贩式迷你KTV与传统KTV对比

- 一、营业时间
- 二、计算方式
- 三、价格方面
- 四、服务方式
- 五、服务对象
- 六、其它方面

第二章2016-2017年中国迷你KTV行业发展环境分析

第一节2016-2017年中国迷你KTV行业发展政策环境分析

- 一、噪声与振动环境标准及法规分析
- 二、KTV版权费收取政策分析
- 三、《娱乐场所管理条例》

第二节2016-2017年中国迷你KTV行业发展经济环境分析

一、中国GDP增长状况分析

二、中国居民可支配收入及恩格尔系数分析

第三节2016-2017年中国迷你KTV行业发展社会环境分析

一、人口

二、居民消费及价格水平分析

三、居民对娱乐的需求迅速膨胀

第四节2016-2017年中国迷你KTV行业发展技术环境分析

一、IT业的发展

二、计算机嵌入式技术的发展

第三章中国迷你KTV产业运行新形势分析

第一节中国迷你KTV产业运行总况

一、中国迷你KTV企业数量及规模

二、中国迷你KTV企业技术更新快

三、移动增值与迷你KTV结合

四、迷你KTV连锁化经营

五、高档家庭KTV市场初露端倪

第二节中国迷你KTV行业经营模式分析

一、量贩式KTV

二、夜总会式KTV

三、练歌房式KTV

四、酒吧式KTV

五、RTV式KTV

第三节中国迷你KTV行业主要竞争力分析

一、服务内容竞争

二、价格竞争

三、音响效果竞争

四、场地装修竞争

第四章2016-2017年中国迷你KTV重点区域市场调研

第一节2016-2017年北京迷你KTV市场透析

一、北京迷你KTV特色分析

二、北京迷你KTV行业规模分析

三、北京迷你KTV企业区域分布状况分析

四、北京迷你KTV消费人群及消费水平分析

五、北京迷你KTV经营与盈利状况分析

第二节2016-2017年上海迷你KTV市场探析

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

第三节2016-2017年广州迷你KTV市场剖析

- 一、广州迷你KTV特色分析
- 二、广州迷你KTV企业区域分布状况分析
- 三、广州迷你KTV消费人群及消费水平分析
- 四、广州迷你KTV经营与盈利状况分析

第五章中国迷你KTV顶尖连锁企业发展概况分析

第一节钱柜集团

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

第二节麦乐迪（中国）餐饮娱乐管理集团

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

第三节好乐迪股份有限公司

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

第六章2016-2017年中国迷你KTV行业市场消费者调研分析

- 一、以学生或刚参加工作的人为主的量贩式KTV

二、以白领休闲娱乐、亲朋聚会为主的Party式KTV

三、以商务应酬为主的夜总会式KTV

第二节2016-2017年中国迷你KTV市场消费者特点分析

一、年轻时尚，喜欢新鲜事物

二、独具个性，追求高质量生活

三、收入偏高，是消费的中坚力量

四、受教育程度高，接受能力强，品牌忠诚度高

第三节2016-2017年中国迷你KTV市场消费者消费行为调查分析

一、不同KTV消费者消费频率、偏好程度分析

二、不同年龄KTV消费者消费频率、偏好程度分析

三、不同收入层次KTV消费者消费频率、偏好程度分析

第四节2016-2017年影响中国迷你KTV消费者消费行为的要素分析

一、价格

二、音质

三、环境

四、餐饮

第七章2016-2017年中国迷你KTV企业店址选择策略分析

第一节2016-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的地理因素分析

一、区域规划

二、地点特性

三、交通状况

四、企业可见度

第二节2016-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的经济因素分析

一、能源供应

二、地价或租金

三、目标地点服务状况

四、广告宣传可用性以及选址

第三节2016-2017年中国迷你KTV企业选址考虑的市场因素分析

一、消费者资源

二、竞争状况

第八章2016-2017年中国迷你KTV版权费收取问题分析

第一节2016-2017年世界主要地区KTV收费方式及标准分析

一、香港按歌曲的新旧程度收费

二、台湾四种收费方式，视各家KTV的实际情况决定

三、日本按KTV面积收费

第二节2016-2017年中国大陆KTV版权费两种收取方式分析

一、按包间收费：12元/包/天

二、按歌曲点击次数计费：0.2元/首/次

第三节2016-2017年中国版权费收取对迷你KTV企业发展的影响分析

一、企业承担费用的影响分析

二、企业把费用转嫁消费者的影响分析

三、迷你KTV版权费收费主体、性质及程序情况

四、对不同收费标准下的版权费收取方式优缺点分析

（一）按包房面积收费

（二）按点击率收费

（三）按包房数量收费

（四）按歌曲新旧程度收费

（五）按迷你KTV营业额收费

（六）总结与建议

第九章2016-2017年中国迷你KTV设备行业发展概况分析

第一节2016-2017年中国迷你KTV点歌系统发展状况分析

一、触摸屏

二、点歌控制面板

三、鼠标

四、小键盘

五、VOD点歌系统介绍

第二节2016-2017年中国迷你KTV包房音响发展状况分析

一、麦克风

二、立体环绕音响喇叭

第三节2016-2017年中国迷你KTV视频设备发展状况分析

一、液晶电视

二、等离子电视

三、背投

第十章2018-2023年中国迷你KTV行业前景展望与趋势预测分析

第一节2018-2023年中国迷你KTV行业前景预测分析

一、中国迷你KTV发展的前景探索

二、彩铃DIY与迷你KTV结合前景无限

第二节2018-2023年中国迷你KTV行业趋势预测分析

- 一、迷你KTV版权收费趋势已不可逆转
- 二、网络KTV兴起涉及版权付费使用是趋势
- 三、中国迷你KTV行业趋势探讨

第三节2018-2023年中国迷你KTV企业未来发展战略分析

- 一、塑造品牌竞争力
- 二、提高服务质量
- 三、提高KTV管理水平，创新KTV管理模式
- 四、全面培训员工各方面的素质
- 五、在追求产品技术的同时，更为追求的是KTV服务技术

第四节2018-2023年中国迷你KTV行业盈利预测分析

第五节2018-2023年中国迷你KTV产业发展战略研究

- 一、规范化经营，制度化管理
- 二、全方位的服务意识
- 三、创新并拼合多彩娱乐元素

第十一章2018-2023年中国迷你KTV行业投资商机与前景预测分析

第一节中国迷你KTV行业投资概况分析

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

第二节2018-2023年中国迷你KTV行业投资机会分析

- 一、KTV行业区域投资潜力分析
- 二、KTV行业投资吸引力分析

第三节2018-2023年中国迷你KTV行业投资风险分析

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

第四节投资战略指导

图表目录：

图表1 量贩式KTV与传统KTV对比一览表

图表2 2017年4季度中国GDP增长状况分析

图表3 GDP环比增长速度

图表4 2016-2017年农村居民人均收入及其实际增长速度

图表5 2016-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表6 2016-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表7 2016-2017年中国人口构成统计表

图表8 2016-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率

图表9 2017年居民消费价格主要数据

图表10 2016-2017年度中国迷你KTV营业厅行业主要经济指标情况
(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/316358316358.html>