

2015-2022年中国KTV前景深度调查与行业前景分析报告

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

《2015-2022年中国KTV前景深度调查与行业前景分析报告》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/qtzzh1506/S0271612B6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2025-05-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

据国家有关统计数据表明，中国的KTV企业、酒吧、迪厅娱乐场所的数量每年以20%左右的速度在增长。全球各界的有识之士均看到了休闲娱乐产业市场呈现出的巨大潜力，一些国际知名的连锁机构纷纷落户中国。

根据相关数据资料统计，2014年我国KTV数量约20496家。其中，2014年，量贩式KTV数量全国有10651家，传统KTV企业数量目前有下降的趋势，但传统式KTV企业在我国发展历史已经很悠久了，目前全国有9845家传统式KTV企业。

2006-2014年KTV企业数量分析

资料来源：博思数据中心整理

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：博思数据中心整理

博思数据发布的《2015-2022年中国KTV市场市场监测与行业前景分析报告》共十一章。首先介绍了KTV市场发展环境，接着分析了中国KTV市场规模及消费需求，然后对中国KTV市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国KTV市场面临的机遇及趋势预测。您若想对中国KTV市场有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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监测数据，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 KTV相关概述 1

第一节 传统KTV 1

一、传统KTV特点分析 1

二、KTV兴起 2

第二节 量贩式KTV 2

一、量贩式KTV特点分析 2

二、量贩式KTV运营方式及缺陷 3

第三节 量贩式KTV与传统KTV对比 4

一、营业时间 4

二、计算方式 4

三、价格方面 4

四、服务方式 5

五、服务对象 5

六、其它方面 5

第二章 2014年中国KTV产业运行环境分析 6

第一节 国内宏观经济环境分析 6

一、GDP历史变动轨迹分析 6

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 9

三、2015年中国宏观经济发展预测分析 15

第二节 2014年中国KTV市场政策环境分析 16

一、噪声与振动环境标准及法规分析 16

二、《娱乐场所管理条例》 27

三、KTV版权收费政策 36

四、KTV市场监管政策 41

第三节 2014年中国KTV行业社会环境分析 42

一、居民收入水平提高 42

二、居民消费观念 43

三、居民对娱乐的需求迅速膨胀 48

第四节 2014年中国KTV行业技术环境分析 49

一、IT业的发展 49

二、计算机嵌入式技术的发展 52

第三章 2014年中国KTV产业运行形势分析 55

一、中国KTV企业数量及规模 55

二、中国KTV企业技术更新快 56

三、移动增值与KTV结合 57

四、KTV连锁化经营 57

五、高档家庭KTV市场初露端倪 58

第二节 2014年中国KTV行业经营模式分析 58

一、量贩式KTV 58

| | |
|-----------|----|
| 二、夜总会式KTV | 58 |
| 三、练歌房式KTV | 59 |
| 四、酒吧式KTV | 59 |
| 五、RTV式KTV | 59 |

第三节 2014年中国KTV行业主要竞争力分析 59

| | |
|----------|----|
| 一、服务内容竞争 | 59 |
| 二、价格竞争 | 60 |
| 三、音响效果竞争 | 60 |
| 四、场地装修竞争 | 61 |

第四章 2014年中国KTV重点区域市场监测分析 63

第一节 2014年北京KTV市场透析 63

| | |
|--------------------|----|
| 一、北京KTV特色分析 | 63 |
| 二、北京KTV行业规模分析 | 63 |
| 三、北京KTV企业区域分布状况分析 | 64 |
| 四、北京KTV消费人群及消费水平分析 | 65 |
| 五、北京KTV经营与盈利状况分析 | 65 |

第二节 2014年上海KTV市场探析 66

| | |
|---------------|----|
| 一、上海KTV特色分析 | 66 |
| 二、上海KTV行业规模分析 | 66 |

上海是我国的金融中心，经济发达地区，KTV行业的兴起就迅速进入发展扩张阶段，中高档KTV场所密集，2014年上海KTV数量达到2300多家，行业规模达到177亿元。

2006-2014年上海KTV行业规模分析

资料来源：博思数据中心整理

| | |
|--------------------|----|
| 三、上海KTV企业区域分布状况分析 | 67 |
| 四、上海KTV消费人群及消费水平分析 | 67 |
| 五、上海KTV经营与盈利状况分析 | 68 |

第三节 2014年广州KTV市场剖析 68

| | |
|--------------------|----|
| 一、广州KTV特色分析 | 68 |
| 二、广州KTV行业规模分析 | 68 |
| 三、广州KTV企业区域分布状况分析 | 69 |
| 四、广州KTV消费人群及消费水平分析 | 70 |

五、广州KTV经营与盈利状况分析 70

第五章 2014-2015年中国KTV顶尖连锁企业发展概况分析 71

第一节 钱柜集团 71

一、企业概况 71

1985年，以录像带出租为公司创业的初始，以贴心细致的服务赢得顾客的一致认可。1987年，在坚持“不断迎合顾客需求”的经营理念指导下，迈入MTV视听领域。1989年，继往开来的一年，这一年将MTV与卡拉OK相结合，开创了KTV时代，并成立了钱柜企业，成为公司发展的一座里程碑。应因时代的发展，集团于2002年，将钱柜KTV转型为钱柜PARTYWORLD，引导行业向“欢乐、安全、舒适、健康”的聚会欢唱空间转变。为展现更高的服务品质，适应各阶层不同的消费需求，2005年，公司创立钱柜会所，提供更高规格的全面服务。近年钱柜集团更是加快发展进程，并求新求变，开始发展第二产业，于2007年，创立钱柜茶餐厅产业实体。钱柜始终追求服务顾客至上、提供高品质软硬体的理念，全力打造一个所有消费者最佳选择的休闲娱乐场所。

作为业界先锋，追随时代前进步伐，恪守顾客至上的原则，秉承“诚信服务、永续经营、团结合作、精益求精”的精神，不断追求最佳品质，打造优秀服务品牌。

集团财报显示：2015年3月钱柜集团实现收入32.03亿新台币，较上年同期下降13.41%，环比下降25.03%。

| 2015年钱柜集团月度经营简况（千元新台币） | | 项目 | 2015年3月 | 2015年2月 | 2015年1月 | 2014年12月 | 2014年11月 | 当月营收（仟元） | 320,318 | 427,237 | 391,065 | 361,272 | 358,863 | 上月营收（仟元） | 427,237 | 391,065 | 361,272 | 358,863 | 359,605 | 去年当月营收（仟元） | 369,910 | 407,308 | 511,208 | 437,147 | 371,639 | 上月比较-增减（%） | -25.03 | 9.25 | 8.25 | 0.67 | -0.21 | 去年同月-增减（%） | -13.41 | 4.89 | -23.50 | -17.36 | -3.44 | 当月累计营收（仟元） | 1,138,620 | 818,302 | 391,065 | 4,504,896 | 4,143,623 | 去年累计营收（仟元） | 1,288,426 | 918,516 | 511,208 | 5,112,827 | 4,675,680 | 前期比较-增减（%） | -11.63 | -10.91 | -23.50 | -11.89 | -11.38 |
|------------------------|--|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|--------|------|------|------|-------|------------|--------|------|--------|--------|-------|------------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|------------------------|--|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|--------|------|------|------|-------|------------|--------|------|--------|--------|-------|------------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|

资料来源：公司公告

2010-2015年3月钱柜集团营业收入走势图

资料来源：公司公告

二、企业分布状况 73

三、主要消费人群分析 73

四、市场竞争优劣势分析 73

五、“版权使用费”前后投资策略分析 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 | 77 |
| 三、主要消费人群分析 | 78 |
| 四、市场竞争优劣势分析 | 78 |
| 五、“版权使用费”前后投资策略分析 | 79 |
| 第三节 好乐迪股份有限公司 | 79 |
| 一、企业概况 | 79 |
| 二、企业分布状况 | 82 |
| 三、主要消费人群分析 | 89 |
| 四、市场竞争优劣势分析 | 89 |
| 五、“版权使用费”前后投资策略分析 | 89 |
| 第六章 2014年中国KTV行业市场消费者调研分析 | 91 |
| 第一节 2014年中国KTV市场消费者群体及消费动机分析 | 91 |
| 一、以学生或刚参加工作的人为主的量贩式KTV | 91 |
| 二、以白领休闲娱乐、亲朋聚会为主的PARTY式KTV | 91 |
| 三、以商务应酬为主的夜总会式KTV | 91 |
| 第二节 2014年中国KTV市场消费者特点分析 | 92 |
| 一、年轻时尚，喜欢新鲜事物 | 92 |
| 二、独具个性，追求高质量生活 | 92 |
| 三、收入偏高，是消费的中坚力量 | 93 |
| 四、受教育程度高，接受能力强，品牌忠诚度高 | 93 |
| 第三节 2014年中国KTV市场消费者消费行为调查分析 | 93 |
| 一、不同地区KTV消费者消费频率、偏好程度分析 | 93 |
| 二、不同年龄KTV消费者消费频率、偏好程度分析 | 95 |
| 三、不同收入层次KTV消费者消费频率、偏好程度分析 | 96 |
| 第四节 2014年影响中国KTV消费者消费行为的要素分析 | 97 |
| 一、价格 | 97 |
| 二、音质 | 97 |
| 三、环境 | 97 |
| 四、餐饮 | 98 |
| 第七章 2014年中国KTV企业店址选择策略分析 | 99 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 第一节 2014年中国KTV企业选址考虑的地理因素分析 | 99 |
| 一、区域规划 | 99 |
| 二、地点特性 | 99 |
| 三、交通状况 | 99 |
| 四、企业可见度 | 99 |
| 第二节 2014年中国KTV企业选址考虑的经济因素分析 | 100 |
| 一、能源供应 | 100 |
| 二、地价或租金 | 100 |
| 三、目标地点服务状况 | 101 |
| 四、广告宣传可用性 | 101 |
| 第三节 2014年中国KTV企业选址考虑的市场因素分析 | 101 |
| 一、消费者资源 | 101 |
| 二、竞争状况 | 101 |
| 第八章 2014年中国KTV版权费收取问题分析 | 103 |
| 第一节 2014年世界主要地区KTV收费方式及标准分析 | 103 |
| 一、香港按歌曲的新旧程度收费 | 103 |
| 二、台湾四种收费方式，视各家KTV的实际情况决定 | 103 |
| 三、日本按KTV面积收费 | 103 |
| 第二节 2014年中国大陆KTV版权费两种收取方式分析 | 104 |
| 一、按包间收费：12元/包/天 | 104 |
| 二、按歌曲点击次数计费：0.2元/首/次 | 104 |
| 第三节 2014年中国KTV版权费收取对KTV企业发展的影响分析 | 104 |
| 一、企业承担费用的影响分析 | 104 |
| 二、企业把费用转嫁消费者的影响分析 | 105 |
| 第九章 2014年中国KTV设备领域分析 | 106 |
| 第一节 2014年中国KTV点歌系统市场热点产品聚焦 | 106 |
| 一、触摸屏 | 106 |
| 二、点歌控制面板 | 111 |
| 三、鼠标 | 111 |
| 四、小键盘 | 113 |
| 五、VOD点歌系统 | 113 |
| 第二节 2014年中国KTV包房音响市场竞争分析 | 116 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 一、麦克风 | 116 |
| 二、立体环绕音响喇叭 | 116 |
| 第三节 2014年中国KTV视频设备市场分析 | 117 |
| 一、液晶电视 | 117 |
| 二、等离子电视 | 119 |
| 三、背投 | 121 |
| 第十章 2015-2022年中国KTV行业前景展望与趋势预测分析 | 123 |
| 第一节 2015-2022年中国KTV市场趋势调查分析 | 123 |
| 一、中国KTV发展的前景探索 | 123 |
| 二、彩铃DIY与KTV结合前景无限 | 123 |
| 第二节 2015-2022年中国KTV行业趋势预测分析 | 124 |
| 一、KTV版权收费趋势已不可逆转 | 124 |
| 二、网络KTV兴起涉及版权付费使用是趋势 | 125 |
| 三、中国KTV行业趋势探讨 | 126 |
| 第三节 2015-2022年中国KTV企业未来发展战略分析 | 127 |
| 一、塑造品牌竞争力 | 127 |
| 二、提高服务质量 | 127 |
| 三、提高KTV管理水平，创新KTV管理模式 | 128 |
| 四、全面培训员工各方面的素质 | 128 |
| 五、在追求产品技术的同时，更为追求的是KTV服务技术 | 128 |
| 第四节 2015-2022年中国KTV行业盈利预测分析 | 129 |
| 第五节 2015-2022年中国KTV产业发展战略研究 | 129 |
| 一、规范化经营，制度化管理 | 129 |
| 二、全方位的服务意识 | 132 |
| 三、创新并拼合多彩娱乐元素 | 134 |
| 第十一章 2015-2022年中国KTV行业投资商机与趋势分析 | 135 |
| 第一节 2015-2022年中国KTV行业投资概况分析 | 135 |
| 一、KTV行业投资特性分析 | 135 |
| 二、KTV行业投资价值分析 | 135 |
| 三、KTV行业投资四要素 | 136 |
| 第二节 2015-2022年中国KTV行业投资机会分析 | 139 |
| 一、KTV行业区域投资潜力分析 | 139 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 二、KTV行业投资吸引力分析 | 139 |
| 第三节 2015-2022年中国KTV行业投资前景分析 | 140 |
| 一、宏观调控政策风险 | 140 |
| 二、市场竞争风险 | 140 |
| 三、市场运营机制风险 | 141 |
| 四、版权费风险 | 142 |
| 第四节 专家投资建议 | 143 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/S0271612B6.html>