

“关注我市文化市场发展现状”系列报道之八

# KTV 风光不再 转型创新是出路

曾几何时，作为年轻人最重要的文化休闲场所 KTV，几乎场场爆满。随着 KTV 数量日渐饱和，市场竞争激烈等因素的影响，如今的 KTV 难掩颓势，即便节假日也冷冷清清。曾经火爆的行业，为何会走下坡路？近日，记者此进行了走访调查。

□文/图 见习记者 杨 淇



在市区一家 KTV，为了促进消费，超市柜台上方摆满了送给客人的礼品。

## 现象

### 市区 KTV 增多 多数生意惨淡

12月2日晚上6点，记者来到位于舟山路与辽河路交叉口附近的一家 KTV，只见彩色灯光照耀整个大厅，安装在大厅一侧墙上的大屏幕正在播放着一首欢快的 MV。记者看到，在大厅前台左侧还有几台电脑，在大门左侧有几套桌椅。“这是供客人休息的地方。”总经理谢先生对记者说。记者观察到，尽管这里装潢华丽，但在近一个小时内，没有客人前来消费。

记者了解到，这家 KTV 从 2013 年 8 月份开业，至今已经经营 3 年多。说起店里和之前的变化，谢经理告诉记者，刚开业的那段时间，生意比较火爆，但是现在进入低迷期。“以前生意最好的时候，从周四到周日，几乎天天爆满。”谢经理说，最好时期是在 2013 年底至 2014 年中。到了 2014 年下半年，就开始走下坡路了，那时生意最好时，周五周六晚上包间能开出一半就已经很不错了。

据了解，这家 KTV 共有 3 层楼，有 52 个房间。下午场从中午 12 点半就开始营业，夜场则从下午 6 点至凌晨 3 点左右。谢经理告诉记者，如今，从下午开始营业到凌晨结束营业，一天开出的房间不到 20 个。“从开始营业算起，不管有没有客人前来消费，房租、人工、水电的费用一天下来就净出 8000 元。”谢经理无奈地说，他在这个行业工作了 7 年，据他了解，3 年前，市区有 30 多家 KTV，如今则有近百家，现在大多数 KTV 生意都挺惨淡。就拿市区舟山路来说，前几年该路上有 4 家 KTV，之后关了 2 家，后来又新开了一家，关门的原因都是因为赔本严重，导致不得不关门。

在位于舟山路的另一家 KTV，记者看到门口停车位处停着几辆私家车，但从车上下来的市民大多走进了附近的几家餐馆。近半个小时内，这家 KTV 只接待了一批大人带着孩子去休闲的客人。这家店的工作人员告诉记者，如今生意的确不行，也就周五周六勉强好一些。

## 市场 商家大打价格战，争相推出“白菜价”

9.9 元享 6 小时包段欢唱，午餐时段消费 38 元就可免唱 3 小时……现在 KTV 行业的竞争已经到了白热化的阶段，很多小型的 KTV 都已经在残酷的竞争中被淘汰，于是，各大 KTV 商家纷纷拿出各种花招吸引顾客。如今，在各大团购网站，市区不少 KTV 都推出了“白菜价”，纷纷用低价来应对激烈的竞争。

12月2日晚上9点，记者来到位于市区滨河路的一家 KTV，只见门口停了几辆出租车，有几个人坐在大厅的沙发上等待朋友开包间、挑选酒水饮料。据该 KTV 经理介绍，店里的生意目前相对还可以，但是生意整体不如前几年，他也明显感到了压力。为此，KTV 采取分时段低价营销、网上团购等措施来吸引客源。从目前的运营情况来看，效果还算不错。

位于市科教文化艺术中心西侧的一家 KTV，是全国连锁式企业，于 2013 年 5 月份开始营业。“这个行业近两年来开始走下坡路，

我们也受到了影响，但比起有些经营不下去的店来说，我们情况还算好的。”经理任远庆告诉记者，这家店刚开始生意并不好，由于刚进入漯河市场，位置也不是市中心，大多数人并不知道。记者了解到，这家店有 31 个房间，刚开业前两年，每天晚上总是场场爆满，有时还总是出现翻台的情况。到了 2016 年，开始走下坡路，生意最好时一晚上有 30 批顾客左右。任远庆表示，跟前两年对比，确实开始走下坡路，但在市整体娱乐场所发展状况来看，情况还不算太差。不过，对于 KTV 今后的发展，他们也会积极应对。

采访中，一些市民告诉记者，如今休闲娱乐的方式越来越多，KTV 在不少市民眼中依然是高消费的场所，有些 KTV 虽然推出了特价消费服务，但是有时段限制。建议以后可以尝试免包厢费的形式，或取消分时段限制，推出大众消费，让更多平民百姓都能消费得起。

## 原因 市场已经饱和 消费人群减少

曾经火爆的 KTV 为何走下坡路？其原因有哪些呢？对此，记者采访了我市的不同人群。

32 岁的周小艺在我市一家公司上班，“刚毕业的时候总是喜欢去 KTV 玩，现在几乎没去过。”周小艺对记者说，一是因为觉得年龄大了，不再喜欢去那种热闹的场所；另外是因为有了孩子之后，除了工作更想和孩子待在一起。

刘晓今年大学毕业，上学时经常和朋友一起去 KTV。“或许是那时候去的次数太多，现在反而不怎么想去了。”刘晓说，现在她觉得去 KTV 是大学生去的场所，自己已经毕业了，也不再属于学生群体了。另外，刘晓告诉记者，现在科技的发达，手机网络对 KTV 行业的冲击也挺大。刘晓在手机上免费下载了一个叫“唱吧”的软件，自己想唱什么歌就可以在唱吧上下载伴奏，然后演唱录制，唱完后还可以保存，分享给朋友听，想听自己唱的歌也随时可以听。“现在想唱歌这么方便，还不用花钱。所以，除了朋友聚会，我平时也没再想着去。”刘晓说。

市民罗先生从事房地产行业，他认为 KTV

这种娱乐场所走下坡的主要原因是，一开始，KTV 行业的先行者依靠的是市场空白的优势，吸引了许多尝鲜的年轻人，并逐渐开拓了自己的一份市场。然而，这么多年过去，整个 KTV 行业的经营、管理模式并没有多少改变。因此，连年增长的运营成本、人力资源成本、场地租赁金额昂贵的支出压力下，很多 KTV 企业都难以持久经营。另外，中央八项规定的出台和各项禁令的相继发布，极大抑制了各地的“三公”消费，压缩了整个娱乐行业项目，KTV 行业也不可避免地受到影响。

记者从文化部门了解到，三年前，市区有 30 多家 KTV，如今有近百家，这也是造成现在大多数 KTV 生意惨淡的原因。有人会问，这个行业近两年一直在走下坡路，为什么还会有商家投身该行业？“有一些不了解这个市场行情的人总觉得这行业很暴利，盲目开店。”从事 KTV 行业 12 年的王先生告诉记者，一块蛋糕原来有 30 个人吃，现在有 100 个人吃，那每个人吃到的肯定很少，有些甚至没有，正是这个原因加重了多数店面的负担，有些甚至已经倒闭。

## 出路

### 根据市场调整战略 满足市民多样需求

那么，如何应对低迷期？业内人士王先生认为，最重要的是要根据市场变化调整自己的经营战略。首先，应该改变或扩大消费群体。王先生告诉记者，自己所经营的店属于中高档层次的消费场所，之前接待的主要是消费较高的商务人士。现在形势有了变化，他们开始扩展另外的消费群体，将家庭消费也归为主要消费群体，并对不同群体设置了不同的消费方式，客人可根据自身情况选择消费方式，不论何种消费方式都会让客人体验到好的服务。

其次，对房间内的硬件设备和点歌系统进行升级，使客人享受到更好的触觉、视觉服务，也可以选择最新的歌曲。另外，还要对店面装潢进行改装，崭新、好看的外观也会为整个店加分不少。“还应和其他行业形成联盟。”王先生告诉记者，比如和餐饮业合作，在双方店内摆出对方的宣传牌，进行客户资源共享，扩展自己的客源。另外，还应进行创新，在店面原有的基础上，增加休闲、健身、桌球等休闲项目，为市民提供更加优惠的消费方式，从而吸引更多顾客。

对此，有市民建议，KTV 可以不仅仅是一个唱歌的场所，还可以融合娱乐、社交、时尚等属性，寻求与餐饮、游戏等其他热门娱乐服务行业展开合作的机会，满足人们多样化的消费者需求。同时，采取新的 KTV 经营模式和盈利模式，结合互联网时代网络的运用，不断创造更新的服务品类与内容，打造具有自身特色的独特品牌，积极与消费者互动、交流，以特色的圈子来更多地顾客，并借此形成自身品牌的知名度和美誉度，塑造品牌竞争力，相信 KTV 行业依旧可以在泛娱乐时代独占一席之地。



为了服务多元化，一家 KTV 内安装了几台电脑供客人使用。



在一家量贩式 KTV，一名顾客正在工作人员的引导下挑选酒水饮料。