

中国 KTV 娱乐业研究报告

文/李楠

前言：

我国 KTV 行业属于国家政策鼓励并支持的生活性服务行业，已成为居民娱乐、社交互动、抒发情绪及自我表达的优先选择。近几年来，随着收入的增加，城镇居民对教育文化娱乐消费需求持续提升、改善生活质量方面的意愿逐步提高，人民对精神需求逐渐增大，对音乐消费的需求也日益多样化，中国音乐产业发展前景广阔、潜力巨大。本文试图从行业概况、行业发展现状、监管政策等角度剖析中国 KTV 娱乐业发展趋势。

一、行业概况

二十世纪九十年代中期，中国大陆第一家量贩式 KTV 在上海开设，KTV 行业作为一种崭新的娱乐形式，正式开始在中国内地萌芽。本世纪初，KTV 逐步取代歌厅、舞厅、迪厅等娱乐场所，迅速发展、风靡全国。

我国 KTV 行业属于国家政策鼓励并支持的生活性服务行业，已成为居民娱乐、社交互动、抒发情绪及自我表达的优先选择。2014 年底，我国 KTV 数量约 20496 家，市场规模约 800 亿，其带动的酒水零食、餐点、音响设备等相关市场规模总计 4000 亿人民币。

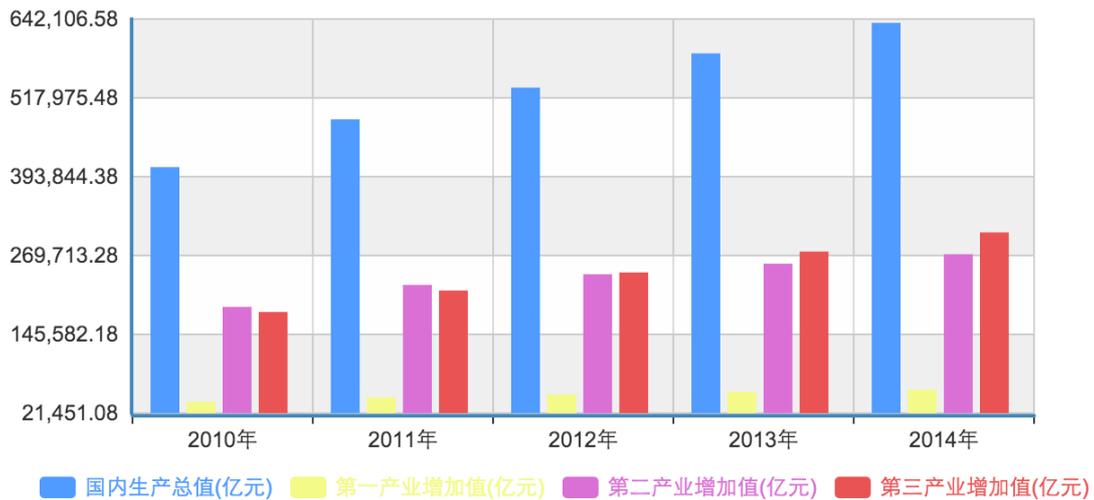
二、行业发展现状

1、第三产业迅猛发展，娱乐消费大幅增加

随着我国经济不断发展，居民的生活质量得以不断提升，恩格尔系数下降趋势明显，主要需求逐渐由物质需求向精神需求转变，即转向文化、教育、娱乐等非物质方面的需求，促使第三产业迅猛发展。

经初步核算，2014 年全年国内生产总值 63.65 万亿元，比上年增长 7.4%。其中，第三产业增加值 30.67 万亿元，增长 8.1%，为三个行业增势之最。并且第三产业对 GDP 的贡献率比重为 48.1%，首度超过第二产业。

我国消费结构的升级促进了产业结构的优化调整，服务业在三大产业中的地位不断提高，表明了人民日益增长的消费需求。

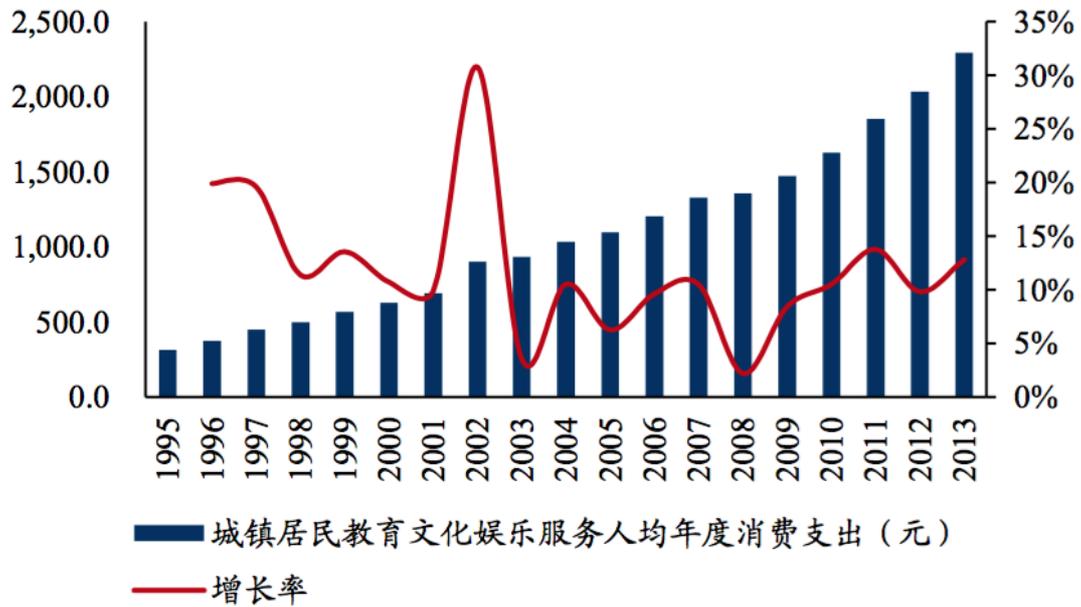


数据来源：国家统计局

根据马斯洛需求层次理论，人类需求从低到高按层次分为五种，分别是：生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。KTV 在社交互动的实现上能帮助消费者找到归属感，并满足其自我展现的愿望。

虽然第三产业于 2014 年总值已经达到了 30.67 万亿元人民币，但是根据经验，我国第三产业还拥有近 20 万亿元的增长潜力。据调查表明，人均 GDP 同为 7000 美元左右时，我国第三产业占 GDP 比重比美国低 14.7 个百分点。我国 2013 年人均 GDP 与美国 1973 年都接近 7000 美元，但美国 1973 年第三产业占 GDP 比重为 60.8%，我国 2013 年为 46.1%，比美国低了 14.7 个百分点。在未来几年，中国人均 GDP 有望突破一万美元，将会带动服务业比重不断升高。

2013 年，我国城镇居民在文教娱乐方面人均年消费支出为 2294 元，连续 5 年增长率超过 10%，是 2000 年的 3.5 倍左右。消费结构早已从供给式消费过渡到温饱型消费，并且已经向小康型消费模式发展。城镇居民的消费重点已经从基本生活消费品转向以娱乐服务代表的新型消费领域，越来越追求精神上的满足感。

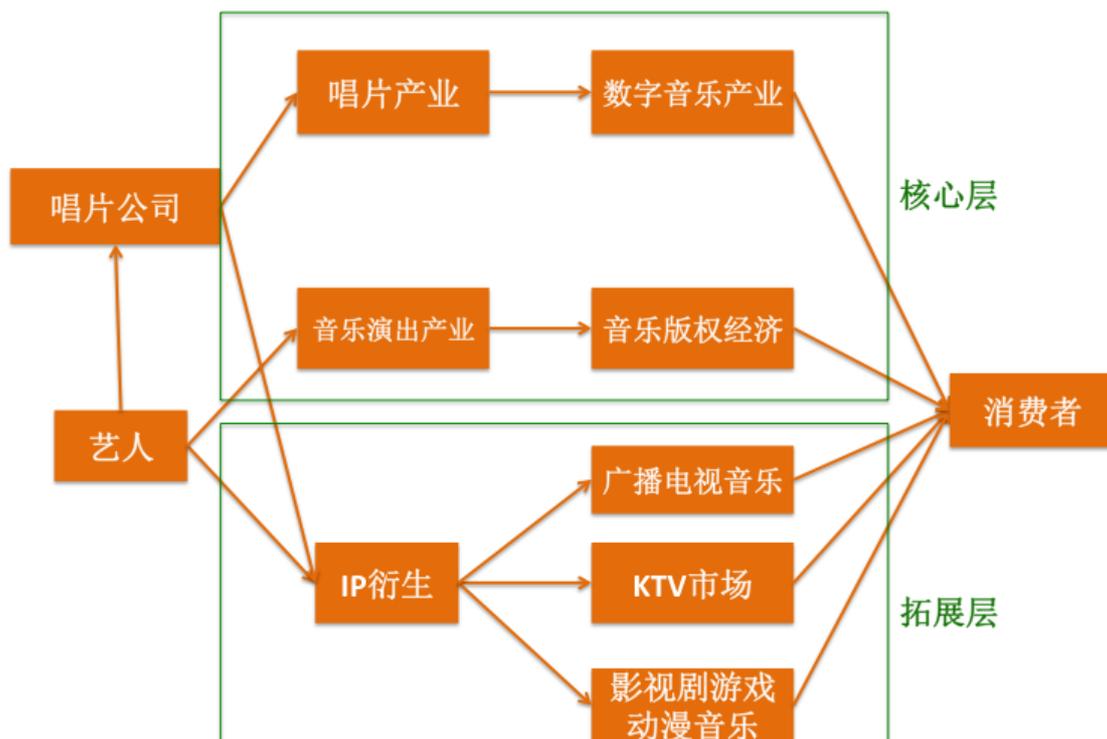


因此有理由相信，随着未来人均可支配收入的持续提升，我国城乡居民的娱乐消费需求有望进一步释放，人均 GDP 达到一万美元是文化娱乐行业发展重要关口，我国文化娱乐行业有望搭乘顺风，迎来爆发。

2、音乐产业进入高速发展时期，量贩式 KTV 行业终将受益

随着中国向人均 GDP 一万美元的目标发展，人民对精神需求逐渐增大，对音乐消费的需求也日益多样化，中国音乐产业发展前景广阔、潜力巨大。

2014 年是音乐行业全面深化改革的元年，也是完成“十二五”规划的关键一年。在深化改革、结构调整的背景下，2014 年中国音乐产业进一步走向成熟，伴随着政策环境和版权保护进一步完善，音乐产业发展整体走入集约化、可持续发展的转型轨道。



数据来源：中信证券研究所整理

2014 年中国音乐产业市场总规模约为 2851.5 亿元，比较 2013 年增长了 4.73%，增幅有所变窄，低于 GDP 的增长。从高速增长过渡到中高速增长，主要原因为，在宏观经济步入“新常态”的背景下，音乐产业的发展也步入结构性调整，总体处于过渡转型、稳步上升期。随着音乐 IP 开发体系日趋成熟，也让音乐 IP 衍生价值得到关注。在这一背景之下，音乐行业有望彻底走出低谷，踏步进入新时代，KTV 市场作为中国音乐产业的拓展层中高权重部分，其市场规模的增长可以预期。

2014 年中国音乐产业的市场总规模和细分行业数据

行业类别	规模（亿元）	细分行业	市场规模（亿元）
核心层	650.61	音乐演出行业	143.00
		唱片产业	6.15
		数字音乐产业	491.20
		音乐图书出版	7.50
		音乐版权经济	2.76

关联层	1357.61	教育培训行业	643.80
		专业音响行业	391.00
		乐器行业	322.81
拓展层	843.28	广播电视音乐市场	38.40
		KTV 市场	800.00
		影视剧游戏动漫音乐	4.88
合计			2851.50

数据来源：《2014 年中国音乐产业发展报告》

近两年来，我国音乐行业发展多点开花，以 2007 年热播的《我爱记歌词》、2012 年 7 月的《中国好声音》为例，音乐类综艺节目的不停歇带动了音乐类娱乐服务业的新一轮上升势头。《我是歌手》、《栀子花开》等一系列音乐综艺、音乐电影，作为行业热点现象为音乐类娱乐服务业积攒了人气，调动了消费者的歌唱表现欲望。

KTV 行业作为中国最有代表性的音乐类娱乐服务业，市场成熟度高、保有量大，是音乐产业细分行业的最大市场规模贡献者。虽然受社会环境以及新型娱乐方式不断迭起等因素的影响，依旧保有 800 亿元的市场规模。有望在未来依托新的产业模式，靠宏观面的催化引爆整个行业的发展。

在第三产业的蓬勃发展、娱乐音乐产业复苏以及文化娱乐消费的崛起的背景下，迎合娱乐消费趋势的连锁式 KTV 凭借着市场化的定位、品牌化的口碑、健康化的经营理念有着广阔的市场空间。

三、行业监管体制和政策法规

1、行业监管体制

我国娱乐业的行政主管部门包括国家发展和改革委员会、文化部、公安部、环保总局等，上述国家部、委通过制定行业发展规划、行业管理规章制度等间接对铜工艺企业生产经营施加影响。

各主管部门的主要职能如下表所示：

序号	主管部门	主要职能
----	------	------

1	国家发展和改革委员会	负责相关产业政策的研究制定、行业的管理与规划等，拟订并组织实施国民经济和社会发展战略和中长期规划，统筹协调经济社会发展，对文化产业进行宏观的指导和规划。
2	文化部	拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案和文化艺术事业发展规划并组织实施，推进文化艺术领域的体制机制改革。指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺术的发展，管理全国性重大文化活动。推进文化艺术领域的公共文化服务，规划、引导公共文化产品生产，指导国家重点文化设施建设和基层文化设施建设。拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交
3	公安部	主预防、制止和侦查违法犯罪活动；防范、打击恐怖活动；维护社会治安秩序，制止危害社会治安秩序的行为；管理交通、消防、危险物品；管理户口、居民身份证、国籍、出入境事务和外国人在中国境内居留、旅行的有关事务；维护国（边）境地区的治安秩序；警卫国家规定的特定人员、守卫重要场所和设施；管理集会、游行和示威活动；监督管理公共信息网络安全监察工作；指导和监督国家机关、社会团体、企业事业组织和重点建设工程的治安保卫工作，指导治安保卫委员会等群众性治安保卫组织的治安防范工作。
4	公安消防大队	公安消防大队（应急救援大队），是公安机关为负责一个县（市）级辖区的公共消防安全和人民生命财产安全而设立的专门消防机构，是公安部消防局下属的武警消防部队的营级建制部队，维护地方稳定和社会发展。大队主要负责辖区内机关、团体、企事业单位的防火监督、建筑工程消防审核验收、开业前消防检查、消防知识普及、消防业务培训和所属中队的管理等业务；所属消防中队主要担负着辖区内的灭火救援、社会救助等任务。
5	环保总局	负责环境污染防治的监督管理。制定水体、大气、土壤、噪声、光、恶臭、固体废物、化学品、机动车等的污染防治管理制度并组织实施，会同有关部门监督管理饮用水水源地环境保护工作，组织领导城镇和农村的环境综合治理工作。
6	国家质量监督检验检疫总局	组织起草有关质量监督检验检疫方面的法律、法规草案，研究拟定质量监督检验检疫工作的方针政策，制定和发布有关规章、制度；组织实施与质量监督检验检疫相关法律、法规，指导、监督质量监督检验检疫的行政执法工作；负责全国与质量监督检验检疫有关的技术法规工作。
7	国家版权局	国家版权局的主要职能是贯彻实施中华人民共和国著作权法律、法规。并且接受全国人民代表大会及其常务委员会的委托，负责起草著作权的法律；同时接受中华人民共和国国务院的委托，起草与著作权有关的行政法规。
8	中国音乐著作权协会	中国音乐著作权协会是由国家版权局和中国音乐家协会共同发起成立的中国大陆唯一的音乐著作权集体管理组织，是专门维护作曲者、作词者和其他音乐著作权人合法权益的非营利性机构。
9	中国音像著作权集体管理协会	中国音像著作权集体管理协会是经国家版权局正式批准成立的我国唯一音像集体管理组织，依法对音像节目的著作权以及与著作权有

2、行业主要产业政策及法律法规

(1) 产业政策

①国务院办公厅《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》中规定：围绕人民群众对生活性服务的普遍关注和迫切期待，着力解决供给、需求、质量方面存在的突出矛盾和问题，推动生活性服务业便利化、精细化、品质化发展。着力提升文化服务内涵和品质，推进文化创意和设计服务等新型服务业发展，大力推进与相关产业融合发展，不断满足人民群众日益增长的文化服务需求。积极发展具有民族特色和地方特色的传统文化艺术，鼓励创造兼具思想性艺术性观赏性、人民群众喜闻乐见的优秀文化服务产品。加快数字内容产业发展，推动文化服务产品制作、传播、消费的数字化、网络化进程，推进动漫游戏等产业优化升级。

②国家新闻出版广电总局《关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》中规定：在“十三五”期间，打通音乐创作、录制、出版、复制、发行、进出口、版权交易、演出、教育培训、音乐衍生产品等纵向产业链，连接音乐与广播、影视、动漫、游戏、网络、硬件播放设备、乐器生产等横向产业链，基本形成上下游相互呼应、各环节要素相互支撑的音乐产业综合体系。推出一批经典性音乐作品，催生一批创新型音乐企业，造就一批重量级音乐人才。

③《文化部“十二五文化科技发展规划》中规定：运用现代科技手段开发利用民族文化资源，加强技术集成与模式创新，改造传统文化产业，催生新的文化业态，抢占文化产业发展的制高点。综合利用高新技术，创新各类文化内容和艺术的表现形式和表现手段；丰富文化艺术创作的体裁与手段；增强文化艺术产品的表现力、感染力与时代感。提高演艺业、娱乐业、动漫业、游戏业、文化旅游业、艺术品业、工艺美术业、文化会展业、创意设计业、网络文化业、数字文化服务业等重点产业的技术装备水平与系统软件国产化水平。

④文化部《“十二五”时期文化产业倍增计划》中规定，促进歌舞娱乐场所和游艺娱乐场所健康发展，积极开发具有民族特色、健康向上和技术先进的新兴娱乐方式，创新娱乐业态。促进娱乐业与休闲产业结合，扩大娱乐业发展空间。

调整优化娱乐场所结构，鼓励娱乐企业连锁经营。推动娱乐场所品牌建设，增强中国娱乐业在国内外市场的吸引力。发展目标“十二五”期间，打造5至10家具有较大产业规模和较强竞争实力的娱乐业品牌，推动娱乐业自主创新，使国产娱乐设备、国产原创娱乐内容占据国内市场60%以上份额。

(2) 法律、法规及标准

有关该行业的主要法律法规及标准如下：

名称	颁布单位	生效日期
《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2015.10.1
《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2009.7.20
《食品生产许可管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2010.4.7
《食品安全企业标准备案办法》	卫生部	2009.6.1
《中华人民共和国著作权法》	全国人大常委会	2010.02.26
《中华人民共和国侵权责任法》	全国人大常委会	2010.07.01
《中华人民共和国著作权法实施条例》	国务院	2013.01.01
《著作权集体管理条例》	国务院	2013.12.07
《中华人民共和国音像制品管理条例》	国务院	2013.12.07
《娱乐场所管理条例》	国务院	2006.03.01
《娱乐场所治安管理办法》	公安部	2008.10.01
公安部关于贯彻执行《娱乐场所治安管理办法》有关问题的通知	公安部	2008.07.02
《娱乐场所管理办法》	文化部	2013.03.11
《文化部关于进一步加强和改进歌舞娱乐场所管理的通知》	文化部	2003.11.07
文化部关于贯彻《娱乐场所管理条例》的通知	文化部	2006.03.06
《文化部办公厅关于进一步加强歌舞娱乐场所内容管理、有效维护内容安全的通知》	文化部	2006.01.23
《卡拉 OK 经营行业版权使用费标准》	国家版权局	2006.11.09

四、行业基本风险

(1) 经营成本逐步提升

近年来，各地商业地产供不应求，房屋租金逐步提高、人力成本不断攀升，加之大量的版权使用支出费用，导致本行业经营成本不断提升。

（2）行业新入者加剧市场竞争

KTV 行业原属传统行业，但在“互联网+”快速发展的背景之下，衍生出互联网音乐娱乐公司等新竞争者，如唱吧、一起唱等，其保有一定数量的线上用户，并致力于陌生人歌唱社交，虽缺乏实体运营经验，短期内难以引流至线下实体店，但该类新入者正在影响市场格局，将可能逐步加剧市场竞争。同时传统角度的行业新入者不断涌现，凭借充沛资金投入和当地资源优势等要素试水经营，对原本的竞争格局依旧造成一定冲击。

（3）娱乐多元化对消费族群的分流

随着经济发展和技术进步，电影、游戏、网络社交等娱乐手段日益兴盛，新兴娱乐形式不断被创造。娱乐行业内容多元化、渠道多样化，导致 KTV 行业消费族群较易被分流，多元化娱乐类型降低了传统消费族群对 KTV 的选择依赖性。