

2010-2013年中国KTV市 场消费调研与战略投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2013年中国KTV市场消费调研与战略投资前景分析报告》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.cction.com/report/200911/30634.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目录

第一章 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

第二节 量贩式KTV

一、量贩式KTV概念

二、量贩式KTV特点分析

第三节 量贩式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 2009年中国KTV行业发展环境分析

第一节 2009年中国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

三、《娱乐场所管理条例》

第二节 2009年中国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 2009年中国KTV行业发展社会环境分析

一、居民收入水平分析

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 2009年中国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 2009年中国KTV行业发展概况分析

第一节 2009年中国KTV行业发展现状分析

- 一、2009年中国KTV企业数量多
- 二、2009年中国KTV企业技术更新快
- 三、移动增值与KTV结合
- 四、KTV连锁化经营
- 五、高档家庭KTV市场初露端倪

第二节 2009年中国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 2009年中国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 2009年中国KTV行业区域市场发展概况分析

第一节 2009年北京KTV行业发展现状分析

- 一、KTV行业规模分析
- 二、KTV企业区域分布状况分析
- 三、KTV行业发展特点分析

第二节 2009年上海KTV行业发展状况分析

- 一、KTV行业规模分析
- 二、KTV企业区域分布状况分析
- 三、KTV行业发展特点分析

第三节 2009年广州KTV行业发展态势分析

- 一、KTV行业规模分析
- 二、KTV企业区域分布状况分析
- 三、KTV行业发展特点分析

第五章 2009年中国KTV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”前后发展策略分析

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 2009年中国KTV行业市场消费者调研分析

第一节 2009年中国KTV市场消费者群体及消费动机分析

- 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 2009年中国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 2009年中国KTV市场消费者消费行为调查分析

- 一、不同地区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 2009年影响中国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 2009年中国KTV企业店址选择策略分析

第一节 2009年中国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 2009年中国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

第三节 2009年中国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 2009年中国KTV版权费收取问题分析

第一节 2009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 2009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 2009年中国KTV版权费收取对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

第九章 2009年中国KTV设备行业发展概况分析

第一节 2009年中国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 2009年中国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 2009年中国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 2010-2013年中国KTV行业前景展望与趋势预测

第一节 2010-2013年中国KTV行业前景预测分析

- 一、中国KTV发展的前景探索
- 二、彩铃DIY与KTV结合前景无限

第二节 2010-2013年中国KTV行业趋势预测分析

- 一、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KTV行业趋势探讨

第三节 2010-2013年中国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 2010-2013年中国KTV行业盈利预测分析

第十一章 2010-2013年中国KTV行业投资机会与风险规避指引

第一节 2008-2009年中国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 2010-2013年中国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 2010-2013年中国KTV行业投资风险预警

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 分析师建议

一、规范化经营，制度化管

二、全方位的服务意识

三、创新并拼合多彩娱乐元素

图表目录

图表 1 量贩式KTV与传统KTV对比一览表

图表 2 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图

图表 3 2008-2009年10月各产业GDP总量对比图

图表 4 2009年10月重要宏观经济资料统计表

图表 5 2009年10月主要宏观经济经济资料

图表 6 2006-2009年10月GDP增长率对比

图表 7 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 8 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 9 2005-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 10 2005-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 11 1978-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 12 2001-2009年中国城镇化率走势图

图表 13 2008-2009年各月中国价格指数统计表

图表 14 2006-2009年10月中国价格指数月度走势图

图表 15 2006-2009年10月中国主要消费品CPI月度走势图

图表 16 北京KTV区域分布状况图

图表 17 2009年各地版权使用费是收费标准

图表 18 2009年麦乐迪KTV音乐午宴价格

图表 19 2009年麦乐迪KTV音乐晚宴价格

图表 20 KTV市场消费者年龄调查

图表 21 KTV市场消费者职业调查

图表 22 KTV市场消费者消费目的调查

图表 23 KTV市场消费者收入调查

图表 24 KTV市场消费者中专以下学历的品牌忠诚度调查

图表 25 KTV市场消费者大学学历的品牌忠诚度调查

图表 26 KTV市场消费者研究生以上学历的品牌忠诚度调查

图表 27 北京地区KTV市场消费者月度消费频率调查

图表 28 上海地区KTV市场消费者月度消费频率调查

图表 29 广州地区KTV市场消费者月度消费频率调查

图表 30 深圳地区KTV市场消费者月度消费频率调查

图表 31 成都地区KTV市场消费者月度消费频率调查

图表 32 不同年龄KTV消费者每月2-3次消费频率状况

图表 33 不同年龄KTV消费者每月1-2次消费频率状况

图表 34 不同年龄KTV消费者每月不定期次数消费频率状况

图表 35 不同收入层次KTV消费者消费频率调查

图表 36 影响KTV消费者消费行为的要素调查

图表 37 KTV企业店址应具备的条件

图表 38 1980-2010年世界经济、先进经济体、新兴和发展中经济体增长比较

图表 39 1980-2010年美国、日本、欧元区经济增长比较及预测

图表 40 2009年分季度美国部分经济指标比较

图表 41 2009年分季度日本部分经济指标比较

图表 42 2009年分季度欧元区部分经济指标比较

图表 43 1980-2010年中国、东盟5国、俄罗斯、印度经济增长比较

图表 44 2007年8月-2009年10月中价国际现货、期货价格指数走势

图表 45 2009年10月美国、欧元区、日本CPI

图表 46 2009年10月加拿大、韩国、美国、日本再度纷纷降息

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200911/30634.html>