

2018年中国迷你KTV行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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年中国迷你KTV行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/346436346436.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

活的各个方面。从2016年开始，共享经济中的“异类”——迷你歌咏亭（迷你KTV的官方名称）逐渐出现在各大城市的电影院、商场等处，成为不少年轻人追捧的“网红产品”。

与其他共享经济还在“烧钱”的境况相比，迷你歌咏亭从成长之初就已进入盈利模式。随着接连不断的企业融资，迷你歌咏亭如雨后春笋般扩张，安全、卫生、监管等问题也随之而来。近日，文化部印发《关于引导迷你歌咏亭市场健康发展的通知》（下称《通知》），要求迷你歌咏亭平台运营企业于2017年8月31日前将其已投入运营的迷你歌咏亭相关信息汇总后报文化部备案。

纳入正规监管体系后，这个号称数百亿级市场的行业，能否走出一条共享经济的新路？5年后市场规模将超300亿元目前，迷你歌咏亭的入局者已经达到10多家，主流品牌包括友唱Mbar、咪哒miniK、雷石WOW屋等。

与租金高、人力成本高的传统KTV不同，迷你歌咏亭的成本极低。只要配备齐玻璃亭、点歌机、高脚凳、耳机、话筒，一座迷你歌咏亭就可以开张，设备成本在2万~3万元左右。

数据显示，预计2017年，中国迷你KTV市场投放量将超过3万台，市场规模将达到38亿元；预计2022年线下迷你KTV市场投放量将达到20万台左右，市场规模将达到310亿元左右，未来市场规模潜力巨大。

敏锐的资本早已嗅到商机。

2017年，位于头部的几家迷你歌咏亭平台运营企业均获得投资。7月20日，星糖miniKTV对外宣布，公司成立3个月以来完成天使轮、A轮、A+轮融资，融资总金额1500万美元；此前，唱吧宣布对咪哒miniK投资数千万元；友唱则获得了新三板企业友宝在线多次增资入股，估值达数亿元。线下的火爆和资本的快速涌入使得迷你歌咏亭成为资本市场新风口。

资本的大量涌入，与目前迷你歌咏亭的发展趋势息息相关。迷你歌咏亭的发展模式主要分为机器售卖、代理加盟、直营，虽然一部分着急收回成本的商家通过授权加盟代理快速获取投资回报，不过位于头部的几家公司基本倾向于直营，如友唱直营比例占到80%，WOW屋则接近90%。

雷石CEO、WOW屋创始人马杰介绍，“直营模式相对而言较为灵活，利于拓展市场，在进行各种活动或推广时，不会受到加盟方制约，但是成本确实也更高。”以10万台投放来计算，每台平均1.5万元，设备成本即达15亿元。每台迷你歌咏亭平均需要3个人来负责组装、卫生管理、维护等，再加上租金及庞大的管理团队，是一笔不小的投入。

令人关注的是，迷你歌咏亭与其他共享经济最大的区别在于其创立之初已有自己的盈利模式。大部分迷你歌咏亭均以单首歌或分钟计算，10至60分钟收费十几元至几十元不等

。业内人士透露，在核心位置设置的迷你歌咏亭，半年左右即可回本。在8月19日召开的WISEx 新共享行业峰会上，WOW 屋将自己的产品搬至现场。马杰透露，现场的迷你歌咏亭当天就已实现盈利。“唱歌市场其实社会已经帮我们长期教育，大家愿意为唱歌付费，卡拉OK厅就是最明显的例子。迷你歌咏亭只不过是把卡拉OK厅小型化、标准化，盈利也是顺其自然的。”

图：迷你歌咏亭 资料来源：互联网

从设备商转向服务商

在迷你歌咏亭快速增长之余，一些问题也逐步显现。文化部文化市场司副司长马峰介绍，文化部通过调研，发现迷你歌咏亭存在行业定位和管理问题，涉及内容、安全、消费者合法权益保护等问题。

中国传媒大学音乐与录音艺术学院副教授张谦也指出，迷你歌咏亭在曲库管理、版权交易上不太规范，存在未将相关收益按比例返还给音乐创作者和唱片制作方的现象。

鉴于上述问题，文化部日前发布的《通知》，要求将迷你歌咏亭放置地等信息报文化部备案，由文化部将上述备案信息向文化行政部门和文化市场综合执法机构派发每个迷你歌咏亭的信息。

WOW 屋COO 王勇认为，《通知》的印发对于迷你歌咏亭平台运营企业来说是一件好事，将迷你歌咏亭纳入国家监管体系，说明国家对文化娱乐行业转型升级过程中出现的这一新业态表示认可。“其实《通知》不仅是规范了行业，也扩大了我们的受众面。比如未成年人是不能进入传统KTV的，而《通知》确认了未成年人合理使用迷你歌咏亭的合法性”。

同时，随着市场快速发展，竞争也开始白热化，迷你歌咏亭行业内部硝烟骤起。2017年4月10日，咪哒miniK 以外观设计专利侵权为由，将友唱M-Bar 等3家企业告上法庭，索赔1.6亿元。

艾媒咨询分析师认为，目前市场上的迷你歌咏亭模式极易被复制，产品同质化现象严重，用户难以形成持续黏性。同时，参与者进入市场门槛低，缺乏核心竞争力，难以形成竞争壁垒。

对此，雷石CEO、WOW 屋创始人马杰认为，迷你歌咏亭作为新生事物，在发展初期确实存在同质化现象。

不过，激烈竞争后，消费者对于同质化的宽容会转变为挑剔，这就需要运营者掌握核心竞争力。“迷你歌咏亭的核心在于创新，专利和技术极其重要。”马杰还表示，对于迷你歌咏亭行业来说，设备商和服务商其实区别很大，不仅要重视渠道，内容上也要寻求品质与创新。“除了增加歌曲曲目和内容外，我们也在尝试加入VR、AR技术，不仅是手机，我们未来的目标是将唱歌拓展至更多的智能设备上。”

唱吧入股后，咪哒miniK 生产方艾美科技也开始考虑以硬件售卖为主的公司转变成服务型公司，未来可能会在全国各地增设服务中心，将盈利点变为基于硬件的增值服务。

业内人士预测，未来一段时间内，迷你歌咏亭必然会迎来一轮残酷的行业洗牌，大鱼

2017

吃小鱼在所难免。不过，艾媒咨询分析师认为，2017年第一季度，友唱、咪哒、雷石的品牌影响力分别为6.6、6.2、5.8，短期内还难以出现独当一面的行业巨头，线下迷你歌咏亭的先入者，或将面临新鲜力量的持续挑战。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国迷你KTV行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国迷你KTV行业发展概述

第一节 迷你KTV行业发展情况概述

- 一、迷你KTV行业相关定义
- 二、迷你KTV行业基本情况介绍
- 三、迷你KTV行业发展特点分析

第二节 中国迷你KTV行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、迷你KTV行业产业链条分析

三、中国迷你KTV行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国迷你KTV行业生命周期分析

一、迷你KTV行业生命周期理论概述

二、迷你KTV行业所属的生命周期分析

第四节 迷你KTV行业经济指标分析

一、迷你KTV行业的赢利性分析

二、迷你KTV行业的经济周期分析

三、迷你KTV行业附加值的提升空间分析

第五节 中国迷你KTV行业进入壁垒分析

一、迷你KTV行业资金壁垒分析

二、迷你KTV行业技术壁垒分析

三、迷你KTV行业人才壁垒分析

四、迷你KTV行业品牌壁垒分析

五、迷你KTV行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球迷你KTV行业市场发展现状分析

第一节 全球迷你KTV行业发展历程回顾

第二节 全球迷你KTV行业市场区域分布情况

第三节 亚洲迷你KTV行业地区市场分析

一、亚洲迷你KTV行业市场现状分析

二、亚洲迷你KTV行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲迷你KTV行业市场前景分析

第四节 北美迷你KTV行业地区市场分析

一、北美迷你KTV行业市场现状分析

二、北美迷你KTV行业市场规模与市场需求分析

三、北美迷你KTV行业市场前景分析

第五节 欧盟迷你KTV行业地区市场分析

一、欧盟迷你KTV行业市场现状分析

二、欧盟迷你KTV行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟迷你KTV行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界迷你KTV行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球迷你KTV行业市场规模预测

第三章 中国迷你KTV产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品迷你KTV总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国迷你KTV行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国迷你KTV产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国迷你KTV行业运行情况

第一节 中国迷你KTV行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国迷你KTV行业市场规模分析

第三节 中国迷你KTV行业供应情况分析

第四节 中国迷你KTV行业需求情况分析

第五节 中国迷你KTV行业供需平衡分析

第六节 中国迷你KTV行业发展趋势分析

第五章 中国迷你KTV所属行业运行数据监测

第一节 中国迷你KTV所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国迷你KTV所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国迷你KTV所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国迷你KTV市场格局分析

第一节 中国迷你KTV行业竞争现状分析

一、中国迷你KTV行业竞争情况分析

二、中国迷你KTV行业主要品牌分析

第二节 中国迷你KTV行业集中度分析

一、中国迷你KTV行业市场集中度分析

二、中国迷你KTV行业企业集中度分析

第三节 中国迷你KTV行业存在的问题

第四节 中国迷你KTV行业解决问题的策略分析

第五节 中国迷你KTV行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国迷你KTV行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国迷你KTV行业消费特点

第二节 中国迷你KTV行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 迷你KTV行业成本分析

第四节 迷你KTV行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国迷你KTV行业价格现状分析

第六节 中国迷你KTV行业平均价格走势预测

- 一、中国迷你KTV行业价格影响因素
- 二、中国迷你KTV行业平均价格走势预测
- 三、中国迷你KTV行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国迷你KTV行业区域市场现状分析

第一节 中国迷你KTV行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区迷你KTV市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区迷你KTV市场规模分析
- 四、华东地区迷你KTV市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区迷你KTV市场规模分析
- 四、华中地区迷你KTV市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区迷你KTV市场规模分析

第九章 2016-2018年中国迷你KTV行业竞争情况

第一节 中国迷你KTV行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国迷你KTV行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国迷你KTV行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 迷你KTV行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国迷你KTV行业发展前景分析与预测

第一节 中国迷你KTV行业未来发展前景分析

- 一、迷你KTV行业国内投资环境分析
- 二、中国迷你KTV行业市场机会分析
- 三、中国迷你KTV行业投资增速预测

第二节 中国迷你KTV行业未来发展趋势预测

第三节 中国迷你KTV行业市场发展预测

- 一、中国迷你KTV行业市场规模预测
- 二、中国迷你KTV行业市场规模增速预测
- 三、中国迷你KTV行业产值规模预测
- 四、中国迷你KTV行业产值增速预测
- 五、中国迷你KTV行业供需情况预测
- 第四节中国迷你KTV行业盈利走势预测
- 一、中国迷你KTV行业毛利润同比增速预测
- 二、中国迷你KTV行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国迷你KTV行业投资风险与营销分析

第一节 迷你KTV行业投资风险分析

- 一、迷你KTV行业政策风险分析
- 二、迷你KTV行业技术风险分析
- 三、迷你KTV行业竞争风险分析
- 四、迷你KTV行业其他风险分析

第二节 迷你KTV行业企业经营发展分析及建议

- 一、迷你KTV行业经营模式
- 二、迷你KTV行业销售模式
- 三、迷你KTV行业创新方向

第三节 迷你KTV行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国迷你KTV行业发展策略及投资建议

第一节 中国迷你KTV行业品牌战略分析

- 一、迷你KTV企业品牌的重要性
- 二、迷你KTV企业实施品牌战略的意义
- 三、迷你KTV企业品牌的现状分析
- 四、迷你KTV企业的品牌战略
- 五、迷你KTV品牌战略管理的策略

第二节 中国迷你KTV行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国迷你KTV行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国迷你KTV行业发展策略及投资建议

第一节中国迷你KTV行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国迷你KTV行业定价策略分析

第三节中国迷你KTV行业营销渠道策略

一、迷你KTV行业渠道选择策略

二、迷你KTV行业营销策略

第四节中国迷你KTV行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国迷你KTV行业重点投资区域分析

二、中国迷你KTV行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/346436346436.html>