

“乐点”无奈关门，“轻KTV”来唱主场？

长沙元老级KTV基本销声匿迹，新兴品牌与自助餐、酒吧“混搭”引客流

10月31日，在贺龙体育馆附近的标志性建筑摩天轮下，用音乐陪伴长沙人走过7年时间的乐点KTV结束了最后一天的营运，正式关门歇业。此前，乐点曾发布转让公告，称要将项目整体打包转让。

上个世纪九十年代，KTV这一娱乐休闲方式的出现，瞬间点爆了人们一直以来有点单调的业余生活。不过，近年来，它的市场份额开始逐渐被其他更丰富的选择挤压，逐渐淡出“休闲首选”的宝座。

三湘都市报记者调查发现，在长沙，最早一批元老级KTV已基本销声匿迹，多数商家用“苦撑”来形容目前的经营。而一些全国大型连锁品牌则开始尝试与酒吧混界经营，也有小而精的外来品牌以“轻KTV”的形式进入这一市场……

■记者 朱蓉



随着年轻人的娱乐方式越来越多，传统KTV逐渐淡出“休闲首选”宝座，不少商家面临经营挑战。

动态

老牌“乐点”歇业，KTV的日子不好过

11月6日，距乐点KTV关门歇业已过去一周。三湘都市报记者在摩天一号看到，“乐点量贩式KTV”的招牌尚未被拆下，不过电梯口外贴着“停业”、“转让”两张公告。

此前，乐点KTV在9月中旬就曾发布“转让公告”，表示“由于公司董事会投资人转行，不再涉及KTV板块经营，经董事会研究决定将乐点KTV项目整体打包(含自愿留职运营人员)转让。”

据三湘都市报记者了解，目前，乐点KTV与物业方的场地租赁合同还有4年，而它转让、歇业的背后，是该店的经营正面临着难以为继的尴尬。一位乐点KTV的相关负责人告诉记者，“因为生意不好，所以停业了。”而发布已1月有余的转让信息，暂时还未正式洽谈成功。

来自乐点KTV微信公众号推送的相关数据显示，这家在长沙经营时间已有7年之久的KTV拥有线下会员7万人，微

信、微博公众号粉丝也超过五万，累积接待超过150万人次到店消费，曾经是长沙“首屈一指”的量贩式KTV。

上述负责人回忆，2015年前后，该店的生意便已经“不行了”，为挽回颓势，也曾尝试多方调整，为适应消费群体老龄化的现象，还曾于今年6月举办老年人K歌比赛，“是全国范围内举办此类比赛最早的一家”。

事实上，“乐点”的歇业，仅仅是KTV这一业态面临经营挑战的一个缩影。长沙文化娱乐演艺行业协会会长富刚就表示，虽然目前长沙歇业的KTV并不算多，但真正能赚钱的不超过十家，其余基本是持平或略亏。

据他估算，目前在长沙，大中型KTV的数量在150家以上。而根据全国文化市场监督平台系统，在2015年进行登记的KTV则为370家左右。这意味着，近两年来，KTV行业正在从上个世纪的极度繁盛逐渐走向没落。

市场

消费者：“唱K”是中老年人的业余活动

对年轻的95后、00后而言，KTV的吸引力已远不及当年。“上次去KTV唱歌，都已经想不起来是什么时候了。”11月2日，今年刚大学毕业的黄小姐告诉记者，聚会“唱K”似乎是上初中时候的事情，现在都不被列入“备选项”了。

而据一位互联网公司高管介绍，他年初为了今年的客户接待在长沙某KTV充值了2万元储值卡，但眼看2017年就要过完，卡上仍有1万多的余额没来得及消费，“说起唱K，客户的反应都一般，有时反而更愿意找个茶馆喝茶，或者逛逛长沙夜市。”

在对10位消费者的随机采访中，7位消费者表示“记不清上一次去KTV是什么时候”。记者同时了解到，随着市场的不断变化，中老年人逐渐

成为目前KTV的主力客群之一，部分KTV负责人表示35岁以上的中老年客群到店消费已超过五成。

11月6日，温莎KTV相关负责人就告诉三湘都市报记者，与3年前相比，该品牌KTV在长沙的门店“夕阳红”客群大约增长了10%至15%。

今年53岁的张阿姨就告诉记者，偶尔会和舞蹈队的队友们一起到KTV唱个下午场，“下午场最便宜，有时候会约朋友唱两嗓子。”

记者还了解到，为了适应客群的老龄化趋势，KTV们也推出了一些主题活动，如乐点举办了中老年人唱K大赛，而更多的KTV则在更新曲库时，开始更加注重丰富中老年消费者喜爱的歌曲，以满足这部分客群的需求。

改变

外来品牌入湘 与自助餐、酒吧玩“混搭”

不过，尽管有店关门歇业，有店勉强维持，但还是不断有新的KTV品牌进入长沙市场。记者注意到，新入局的KTV多以“轻KTV”形式出现，大部分仍主要针对年轻客群。

11月6日，在坡子街的FACE MORE内，就引入了一家名为“纯K”的KTV品牌。据该品牌官网显示，其经营形式为“传统量贩式KTV的升级版”，因为品牌源自台北，包厢内有台湾美食可供选择。

“价格不便宜，环境还可以。”据上个月在“纯K”消费过的王先生回忆，一行7人预定的大包厢，包括果盘和饮料，共计消费近300元。

在解放西路的VDVC PARK，也引入了一家名为“酒蜗”的KTV，距纯K直线距离不超过1000米。在该KTV的美团评价上，一位ID为s2399775007的网友对该店支持通过手机直接点歌表示满意。

据调查，为吸引更多消费者，如堂会量贩KTV、酒蜗KTV等店均开始提供自助餐服务，并可取餐回包厢食用。“团购58元一人，提供自助餐和3小时K歌，感觉很划算。”大众点评网友童心佳梦如是表示。

此外，温莎KTV相关负责人也对记者表示，该品牌未来将力推子品牌W-Kbar，新开设的门店将以“酒吧”+KTV的混合模式进行经营，“去年已在昆明开出一家，未来在长沙也会根据选址的情况进行考虑。”她认为，未来KTV的经营将会向多元化发展，这一传统行业的社交属性也会不断增强。

记者了解到，在“W-Kbar”内，消费者除可品尝到各种品类不同的酒类、参与定期举办的不同主题的派对外，还可以进行包厢或外场唱K。

思考

行业迭代升级出路尚不明晰

富刚透露，目前，高房租已经成为制约KTV发展的一个重要原因，人力成本也越来越高，目前行业利润大多依靠酒水支撑，已经很薄，这种娱乐形式已经进入衰退期，“稍微不注意，就会没钱赚。”

温莎相关负责人也表示，KTV行业早已不是过去的暴利时代，高成本挤压利润空间，同质化竞争也很大，移动互联网时代的社交方式带来冲击，这些都是传统KTV行业面临的问题，这一行业“将会越来越难做”。

面对消费者人群迭代，市场竞争日趋激烈的现状，由新潮休闲方式转变为传统行业的KTV究竟路在何方？

富刚坦言，目前KTV的重大转型手段仍未出现，行业内尚处在摸索和试错的阶段，“做小不做大，贴近社区做服务或许是条出路，如何保持低成本运行就很关键。”

“接下来，只有求新求变，抓住年轻、时尚的主流消费人群寻找突破口。”上述温莎相关负责人认为，商家需要转变经营理念，提供更加开放的空间和社交平台，满足更多新兴消费群体的需求。她还表示，目前，很多业内商家选择牺牲利润空间，单纯希望依靠低价团购提升上客率，这并非一种良性的发展模式，“牺牲利润空间一味追求到店客流是维持不久的”。

记者手记

KTV当然要能跟上节拍

毫不夸张地说，十余年前每逢节假日便一房难求的KTV，其火爆程度与现如今当红流量小生的粉丝见面会都难分上下。彼时，互联网远不如现在发达，娱乐休闲方式匮乏，生活相对单调，突然而来的KTV似乎给一直沉闷的生活打了一针兴奋剂，让整个年轻人的世界开始“炸锅”。

不过，可以关注到的是，十余年来，KTV的经营方式少有改变，订包厢唱上几小时歌、点些酒水饮料似乎已是这一休闲形式能够给予消费者的全部想象。

但是，KTV还是那个KTV，消费者却已不是当年的消费者。如今的年轻人已今非昔比，他们有了更多的选择，不去唱歌的晚上，还可以玩桌游、约战电竞、密室逃脱……

纵观如今的KTV，主动做出改变的仍是少数。长此以往，跟不上节奏的商家必然遭到淘汰。既然是“靠唱歌赚钱”，那么，KTV也理应跟上市场节拍，积极探索转变，才能更好地适应市场需求，以避免被消费者抛弃，被市场淘汰。