

KTV风光不再 商家自救把火锅搬进包间



扫码看视频

元旦假期将至,你准备去哪玩儿?以往,跨年夜和朋友去KTV嗨歌、一起倒数迎新年,可以说是许多年轻人的首选。然而近年来,全国KTV门店数量锐减,实际存续营业的也只剩下不到3万家。南京KTV的经营状况如何?去KTV的人还多吗?现代快报记者实地探访了南京多家KTV门店。

现代快报+记者 刘赞 尹翼星 文/摄(除署名外)

记者探访

工作日也有人K歌,跨年夜预订已满

近日,“传统KTV集体失声”冲上热搜。有媒体报道,我国经营KTV的近68000家企业里,大部分处于注销或者解散状态,实际存续营业的只剩下26917家,不到总数的一半。而企查查数据显示,截至2023年12月底,江苏KTV相关现存企业共4266家,其中南京416家。此外,从注册量角度来看,2015年-2019年,江苏省KTV相关企业注册量总体呈逐年增长趋势,2017年达注册量峰值,共注册709家。但因疫情原因,2020年以后江苏省KTV相关企业年注册量仅个位数。

提起KTV,市民小韩认真回想了自己上一次去是什么时候,“大概是两三年前朋友过生日去了一次,后来再没去过了。”小韩表示,上大学的时候,遇上朋友生日或是社团聚餐,经常会去KTV玩。自从参加工作,这样的娱乐活动好像一下子少了很多。

“毕业之后,大学时的好朋友各奔东西,很难再聚到一起,跟普通同事一起去又觉得没什么意思,干脆就不去了。”

这几年受疫情影响,吴大姐很久没再去过KTV。但喜欢唱歌的她下载了K歌软件,在家也能“想唱就唱”。“疫情的时候,很多KTV不营业,女儿给我下载了K歌软件,自己在家唱着玩。”很快,吴大姐就爱上了这种既方便又实惠的线上K歌方式,有时还会将录好的歌曲分享到朋友圈。

其实,还是有许多人热爱线下K歌的,认为那种欢乐、热闹的氛围是线上K歌以及其他娱乐方式无法代替的。

12月26日下午2点,南京1912街区某家KTV,现代快报记者看到,尽管是工作日,两个小包间内有消费者正在欢唱着。店长介绍,KTV基本中午就开门营业,一直到次日凌晨。黄金时间是从下午6点至次

日凌晨,这段时间的包间价格也会贵一些。因此,有消费者会选择工作日的白天去KTV,只因价格划算。同时,为吸引顾客,门店推出充值优惠,“充值当次消费金额的三倍,当次消费免单。也可以上团购平台团券,更便宜。”店长坦言,开店五年多,经营状况的确有所下滑,“平时基本上是中老年人过来,不过周末和节假日的时候生意会相对好一些,年轻人也更多。”

晚上9点的KTV是另一番景象。记者在新街口的一家南京老牌连锁KTV看到,即使是工作日的晚上,上座率仍有五成。“我们这里没有小包,最小的是7-8人的中包。工作日来的话,基本上是有位置的,但周末需要提前一天预订。”店长表示,最近已经有人开始提前预订元旦假期的包厢,目前12月31日跨年夜当晚的中包已全部预订完。

商家自救

搞节日促销,将餐饮与唱歌融合

尽管全国各地不少KTV纷纷倒闭,但还有部分KTV在积极“自救”。元旦临近,许多商家抓住这一时机进行营销,有的甚至打出“一杯奶茶钱”唱歌的广告。现代快报记者在某团购App上看到,一家量贩KTV推出学生优惠,68元可以购买3次欢唱卡,每次4小时,算下来一小时只要5块多。而另一家KTV的下午场,3小时欢唱价也只要68元。

此外,不少KTV的服务内容也“卷”出新高度。位于仙林大学城的一家KTV推出火锅欢唱套餐,店家把火锅搬进KTV包间,顾客可以边吃火锅边唱歌。“您最好提前预订,最近包间比较紧张。”店家表示,来消费的基本是附近的大学生,不过大部分是冲着火锅来的。“最近节日多,我们也把店面装修了一下,方便顾客打卡拍照。”

“两个人吃饭加唱歌3小时不到200元,这个价格对大学生很友好。”记者随机采访了几名顾客,大部分认为这种“吃饭+唱K”的模式很不错,“音响不错,曲目也很全,还有主题包厢适合拍照。”但也有顾客

不是很满意,“想唱歌的话不建议来这里,因为整个店里都是火锅味。”

喜欢K歌的人并不少,95后女孩小郭就是KTV的忠实爱好者。小郭从小就喜欢唱歌,在校期间一直是合唱团的主力成员。工作后,每次和大学合唱团的朋友们相聚,总是会在吃完饭后到KTV“嗨”上两三个小时。“KTV就像我们的‘精神老家’,和好朋友们一起大声唱歌,就感觉特别放松和开心。”

但小郭也表示,最近几次去KTV,明显感觉没前几年热闹。“我们一般是周五或者周六的晚上去KTV,几年前这个时间段的KTV经常客满,需要等一会才会有包厢。但最近几次去都有很多空包厢,有几次老板还给我们升级成了大包厢。”

在即将到来的元旦假期,寒冷的天气仿佛激发了消费者K歌的热情。现代快报记者注意到,在某点评App上,2023年12月31日跨年夜当天,以及2024年1月1日元旦当天,南京多家KTV的小包厢已订满。

专家建议

娱乐方式多元化,KTV应寻求突破

盘古智库高级研究员江瀚认为,如今人们的娱乐需求在不断升级,更加追求个性化的体验和服务。而传统KTV的高消费、内容相对单调等问题也渐渐暴露出来,使其失去了市场竞争力。

而随着各类线上K歌软件的兴起,人们在家里就能K歌。同时,一些火锅、烧烤店也设置了KTV包厢,将餐饮、娱乐融合,

深受消费者喜爱。此外,近年来越来越多的线下新型娱乐活动的出现,如滑雪、飞盘、露营、剧本杀、密室逃脱等,成了年轻人的娱乐新选择。而在疫情的影响下,传统KTV也走向一个低谷期。

江瀚认为,对于KTV来说,要想在激烈的市场竞争中生存下来,就必须适应社会的变化,满足消费者的需求,提供更好的服

务和体验,创造多元化的价值。

也有业内人士建议,KTV可以聚焦某一类独特的音乐文化兴趣圈层,如摇滚、Hip Hop、K-Pop、国潮古风等不同圈层的音乐文化爱好者,并围绕不同音乐圈层消费者核心关注的品类特性,对传统KTV的服务模式进行针对性的创新升级,进而打造出具备独特音乐风格的KTV新品类。



小郭和朋友在KTV 受访者供图



边吃火锅边K歌



KTV包间



南京某KTV跨年夜当天预订几乎全满 网站截图