

□本报记者 王亚楠 文/图

近日，“春节为何没人去KTV了”成为网络热门话题。网友的评论五花八门，有人表示，现在的移动设备很多，不想花钱去KTV。也有人表示，工作很累，希望在家多休息，不想过多参与社交活动。记者查阅相关资料发现，近年来，关于KTV没落的报道层出不穷，曾经作为高端娱乐场所代名词的KTV，逐渐被大家嘲讽“太土了”。

KTV真的成了一张褪色的青春名片？2月29日，记者实地探访鹰城KTV，发现消费模式发生变化，小而精的量贩式KTV成消费新宠。



市区凌云路南段一家去年开业的量贩式KTV

KTV模式变了？

小而精的量贩式KTV成消费新宠

零零后玩游戏、剧本杀
八零后、九零后唱K

“我以前是KTV的常客，我想最近一次去是什么时候。”35岁的市民张先生说，少年时期，他经常约着好友去KTV嗨一把，最喜欢点许巍和郑钧的歌，摇滚风让人感觉很爽。

参加工作后，张先生就很少去KTV了。“我想起来了，前年年末，我们团建去过一次矿工路中段的KTV，好久没去了，坐在那里无所适从，突然不知道唱什么。”张先生说，工作的繁忙和家庭琐事缠身，让他很少再去娱乐场所，取而代之的是刷短视频。

当晚8点左右，鹰城车水马龙，位于体育路中段的KTV招牌

缠绕着彩灯，流光溢彩，但大厅内人员稀少。“别看现在人不多，这个KTV曾经风靡鹰城，在市区很多主干道都有分店。”该KTV工作人员王女士表示，随着客流减少，分店都已关停，由于体育路中段人流量大，这个店才被保留下来。

为了留住顾客，该KTV主打薄利多销，并在美团和抖音平台推出68元欢唱3个小时的套餐活动。“我们这里消费人群不固定，白天以20岁至45岁的群体为主，晚上中老年人居多。”王女士说，遇到节假日生意会好些。对于“春节为何没人去KTV了”

的热门话题，她并不认同：“今年春节，这里的客流量比平时涨了两倍。”

33岁的曹梦唱功不错，即使工作忙碌也是KTV的常客。她第一次去KTV是在高中，曹梦回忆，那时她经常和朋友去曙光街上的“鹰城之夜”。那里是她友情和爱情的见证地，她因此有些KTV情结。她喜欢的曲目比较多，擅长邓丽君、许茹芸唱的老歌。

曹梦说，如今社交或应酬，吃完饭，她还会喊着大家去KTV唱几首歌，包括身边50岁左右的同事也很钟爱KTV，但他们经常去一些量贩式的小型KTV。“现在鹰

城的KTV虽然不少，但确实比5年前萧条了很多。”她说。

20余年来，市民窦小伟隔三岔五都要去KTV吼几嗓子，虽已49岁，但他觉得在歌唱中年轻了许多。“现在虽然有很多移动KTV，拎着就能走亲访友一起唱歌，但线下KTV更有氛围，唱起来更容易投入。”他说。

很多80后、90后受访者表示，KTV承载着他们青春的回忆。但很多00后表示，他们偶尔也会去KTV消遣，但大多去的是小型量贩式KTV，更多时候，他们选择打游戏、桌游、剧本杀等娱乐项目。

年轻人青睐量贩式KTV

“爱企查”发布的数据显示，我国经营卡拉OK的有近68000家企业，实际存续营业的不到27000家。

“这里有40多个房间，你听听有多少人在唱歌？”位于市区园林路中段的一家KTV装修豪华，每天傍晚，门头上的炫彩灯光和3D动画吸引了不少人的注意，但很多人却因担心价格望而却步。

当晚9点10分，记者观察，这个有着千余平方米、40多个房间的KTV，仅有一个包间有顾客。“这个KTV当时投资了3000余万元，没想到客流量这么少。”负责

人郑金波说，为了留住顾客，他们想了很多办法，比如推出下午场98元的欢唱套餐，请来二人转演员和小品演员，供大家点节目，但情况不见好转。

“很多人戴着有色眼镜看KTV。”郑金波说，在老一辈人的认知中，KTV是不入流的场所，包括自己的父母，对他做这个行业也嗤之以鼻。其实，随着时代的发展和相关部门的管控，KTV在不断改善经营模式，顺应发展潮流，变得更加平民化，仅是大家休闲娱乐、线下社交的一种方式。

不过在鹰城，也有商家转变经营思路。

去年，位于市区凌云路南段的一家量贩式KTV开业，总经理李宁在抖音和美团平台全力出击做宣传。很多市民被抖音平台的短视频宣传吸引，慕名而来。

这家KTV装修以极简风和未来主义为主，没有点歌台，一部手机可以控制包房的灯光、点歌、空调温度等。每间包房的落地大屏和舞台也成为新卖点，深受年轻人喜爱。

“我们对准的就是年轻人。”该KTV总经理李宁说，KTV处于变革时期，必须改变之前固有的经营模式，将网络和社交联合起来，

才能让它继续生存下去。顾客利用AI演唱功能，可以将自己演唱的歌曲生成MV，还可以下载下来分享给朋友；曲目丰富也是关键因素，“仅歌曲版权费，我们每年都要支出5万余元”。

记者查看抖音、小红书、美团等社交平台，很多年轻人点评该KTV很时尚，工作日的团购套餐也很优惠，非常喜欢这里的私密性和简约的装修风格。

李宁在KTV行业摸爬滚打了10余年，虽然很多传统KTV在逐渐消亡，但他依然看好新型模式下KTV的发展前景。“今年春节假期，我们的客流升了3倍。”他说。

不断创新
才能适应时代

传统的KTV模式人渐稀少，小而精的KTV正受青睐，为什么？

肖亚康有着近10年的KTV管理经验，曾在郑州一家KTV工作，目前在市区一家量贩KTV当总经理助理。“近年来，无论消费群体还是经营模式，都有转变。”肖亚康说，选择的多样性，致使一部分

客人流失，KTV必须打破传统固有思维模式，才能留住顾客，小而精的KTV由于性价比高，更受消费者喜爱。

有着15年心理咨询经验的国家二级心理咨询师郭春燕表示，经济原因带来的“性价比”值得关注。

她说，首先，现代人生活节奏快，房贷、车贷等带来的经济压力不小，他们觉得装修豪华的KTV价格不菲，消费不划算；其次，小而精美的KTV相对更加私密、便捷，满足了消费的个性化和精致化需求；再次，小型的KTV可以使大家更亲密，有利于交流、互动。

“KTV若继续生存，就必须推陈出新，改变经营思路。”市就业创业服务中心资深老师刘晓光说，KTV需要降低经营成本和消费门槛，进一步提高服务质量和水平，增强互动性和趣味性，创造出更多符合年轻人口味的场景。