

# K歌新媒体场景营销白皮书

2019年



K歌娱乐行业正处于传统业态转型升级及新业态蓬勃发展的阶段。2018年整体K歌娱乐市场总规模达1294.1亿元（同比增长1.9%），其中KTV业态规模达1280.2亿元，迷你歌咏亭业态规模达13.9亿元。未来K歌娱乐行业转型升级还将进一步深化，联网化、智能化、社交互动化、大数据化及服务聚合化已是行业发展大势所趋。



K歌新媒体是面向沉浸式娱乐场景的新型营销渠道，兼具线上及线下广告营销特色，并在受众体验、受众人群和营销模式上优势明显。在K歌行业整体向好发展、广告主数字营销需求旺盛、K歌产品全场景多屏覆盖及科技改变K歌场景服务等多重利好因素推动下，K歌新媒体场景营销展现出了良好的发展潜力。



K歌新媒体场景营销在资源整合、运作模式、广告主认知及广告形式上还存在诸多问题，有待市场参与各方持续探索并发展完善。未来广告投放全场景化、广告形式交互化以及广告投放精准化发展将会给K歌新媒体场景营销带来质的飞跃。



## K歌娱乐

指为消费者提供线下实体K歌娱乐服务的业态，主要包括KTV业态、迷你歌咏亭业态（迷你KTV）。



## K歌新媒体场景营销

指广告运营商在消费者K歌娱乐过程中，通过歌曲播放、选歌等界面，展示特定形式广告内容的营销推广行为。依据不同场景可分为KTV场景广告和迷你歌咏亭场景广告。目前K歌新媒体场景营销以KTV场景广告为主。



K歌娱乐发展状况分析

1

K歌新媒体场景营销分析

2

K歌新媒体场景营销问题点与趋势分析

3

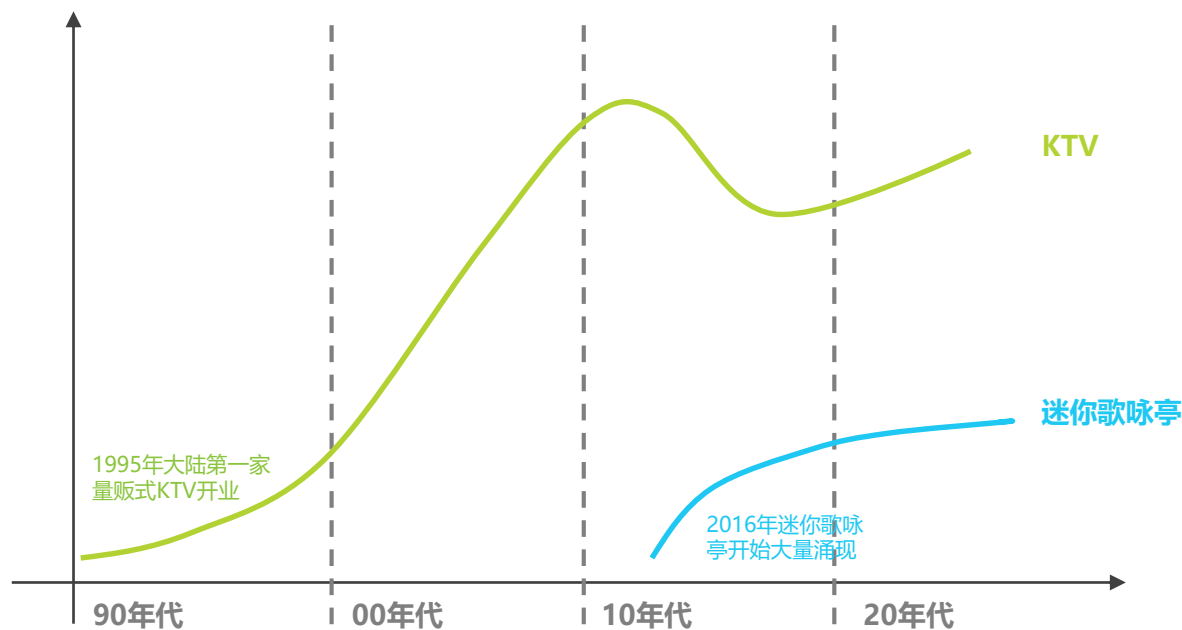
# K歌娱乐发展现状

## 传统业态转型升级，新兴业态破土而出

传统K歌娱乐业态—KTV诞生于改革开放伊始。2012年前后，随着互联网技术的普及、娱乐消费选择的丰富，KTV业态的传统经营模式受到了市场的严苛考验，进而迅速步入转型升级调整期，并迎来新的发展阶段。

此外随着移动互联网兴起及消费者碎片化娱乐需求激增，场景灵活、消费便捷的新兴业态—迷你歌咏亭业态应运而生，在经历一段时期“野蛮”发展之后，未来将保持稳定增长态势，持续为中国K歌娱乐行业注入活力。

### 中国K歌娱乐各业态发展曲线



来源：根据网络公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/486010230024010211>