

# 跨包K、场景K、线上PK，嗨吗

## K歌房新老换代，新KTV互动性更强，要拥抱互联网

近日，不少爱K歌的市民发现，随着一些老牌KTV店铺关门，省城迎来了多家新晋KTV店。这些新店除了凸显主题和音响体验，更玩起了“互联网+”。微信点歌、手机点歌已经不是新鲜事儿，记者了解到，济南KTV将进入“互联网+”的泛时代，跨包厢互动、闯关K歌、各种K歌场景、全网互动等将使K歌更好玩。

本报记者 王皇

### 曾经年轻的KTV店也老了 不少老店已关门或易主

半个月前，万达集团旗下全国最大的连锁量贩式KTV——经四路万达广场的万达大歌星“易主”，北京的一家小公司糖潮KTV接手了这个在济南已存在近5年的KTV老店。“这半个月已经对内部的设备进行了提升，后续还会慢慢对外部装饰进行提升。”13日，万达大歌星店员说。作为万达广场的一大品牌，万达大歌星曾是不少“80后”年轻人喜欢的K歌品牌，不过有报道称，它的盈利能力并不强，全国100多家店面，尽管包括济南在内的很多店面是盈利的，但整体却是亏损的。

不只是万达大歌星易主，在银座新天地的银座歌唱家也易主，去年该银座歌唱家店面撤出，被新晋的高笙KTV取代。更凄凉的还有佛山街附近的统领KTV，去年暂停营业后，原址已经成了一家馅饼店，完全看不出KTV的样子，而此前，这家KTV甚至是佛山街上有名的地标。花园路附近的帝凯乐量贩式KTV关门，香港帝一麦量贩式KTV开元店也已停止营业。

记者发现，这些关门或易主的多数都是在济南经营时间超过5年的老店。“其实这些店有的已经很老了，音响情况、店内装修和经营模式都已经跟不上年轻人的需要了。曲库更

新慢、点歌频死机等使K歌的体验下降了。”业内人士说。

真正让KTV变老的则是正在老去的“70后”和“80后”，和需求更多的“90后”。“我上大学那会儿，东方之韵、K歌之王、钻石钱柜还是很新的KTV，几乎每周都会去唱一次，一唱就是一下午或者一整晚，但是念研究生开始，就明显体力不支，唱一次之后几乎半年不再唱。开始工作之后，仅仅唱两个小时都懒得去，也没有时间去。”今年28岁的刘女士说，今后她唱歌的机会也会减少，结婚生子之后，KTV将真正离她远去。

柳同学在济南某高校就读，但她却更喜欢用手机在线上K歌。“什么歌都有而且便宜，还能分享互动。”小柳说，自己对唱歌的要求不低，更希望与K歌达人线上PK。不过，用手机应用唱歌虽然自由，但却只能唱一遍录一遍再回听，不能实现在KTV里那样的实时音效。“唱起来确实没有在店里那样好听。”小柳说。

“喜欢唱歌的人并不少。”高笙KTV营销副总卢念文说，济南的KTV市场竞争异常激烈，价格战一直存在，但没有出现关店潮，而是正在更新换代。“主题化、互联网等等都是换代的方式。”

### 迎合“90后”、拥抱互联网

### 新晋KTV里可手机点歌评分

在KTV最密集的泺源大街—泉城路—历山路—文化东路一线，至少有6家大型KTV，其中，去年底新开张的就有3家。这些新晋KTV除了重视装潢外，无一例外都主动拥抱互联网、拥抱“90后”。

13日，记者在高笙KTV一楼大厅看到，专门针对学生的暑期优惠宣传摆放在最显眼位置。白天场、夜猫场买一唱全场、欢唱券、满赠活动等，都是针对高考结束后的准大学生，已经放暑假的大学生推出的专属优惠，需要凭学生证或录取通知书享受优惠。

“‘90后’已经成了KTV的主力，他们的特点就是爱新鲜，离不开互联网，所以新开的店基本都引入了新的设备，把互联网融合到KTV里。”台北凌田KTV店长李先生说。有统计显示，国内1990年—1999年出生的人口有两亿一千多万，比1980年—1989年的两亿五百多万还多。2000年—2009年出生

的人口也有一亿九千多万。“即将上大学的‘00后’是KTV未来的消费主体。”业内人士说。

“济南市的互联网+KTV已经可以实现手机点歌和评分，而且设备商提供的新系统能实现歌曲库快速更新。”李先生说，曲库更新的速度能达到电视台晚上播放后，第二天就能进入KTV点歌系统，而按照原先的更新速度，则至少要几个月到一年，有时甚至是不可预知的时

间。李先生举例说，《我是歌手》上唱的歌，按照老的KTV系统，需要等电视台录制结束后，由唱片公司修好后，在唱片市场发行到全国，最后才能进入KTV曲库。现在互联网当天就能上新，KTV的互联网系统也能及时更新。而且手机音乐软件比如百度音乐、QQ音乐上平时自己爱唱的歌，可以直接发送到点歌APP，在KTV里直接唱，不用再想歌、找歌。李先生说。



银座新天地里的KTV变脸。 本报记者 王皇 摄



### 新KTV互动性更强

### 跨包K、场景K，还能线上PK排名

接手经四路万达大歌星店的糖潮KTV的谢先生说，下一步将转型，比如增强体验性，使用更好的音响设备；与“互联网+”对接，实现微信点歌，自动更新歌库，演唱者演唱时录音录像，自动上传到云端保存分享等。13日，记者在视易K米山东新品发布会上就看到了能实现这些互联网互动需求的KTV新系统。

“唱歌这个爱好和需要不会消失，KTV只是迎来了升级需要。因为‘70后’和‘80后’已经没有那么多精力花在唱K上，‘90后’又有更多的要求，特别是对互动娱乐和网络分享的需求。”目前国内最大的KTV视频应用产品和系统解决方案提供商星网视易的山东总代理张付华说。

在13日的新品发布会上，记者看到了已经开始在全国推开的K米手机点歌软件。这个软件专门针对星网视易“魔云”系统研发，能连接全国5000多家KTV。手机安装应用后，能在使用“魔云”系统的KTV里实现点歌屏中手机点歌、切歌、呼叫服务等基础功能，还可以实现精准K歌评分、线上预订KTV包厢、超市点单等功能。

发布会上视易K米还展示了“明星模仿秀”、“闯关夺宝”、“K米梦工场”、

“KTV专属游戏”、“照片MV”、“手机麦克风”、“多屏互动”等新功能。

今后K歌，手机能当麦克风用。而且K歌不只是唱歌，还能玩明星模仿秀，唱歌系统能实时评分，并进行排名。即便不模仿明星，在唱完歌之后，系统也能根据唱歌者的特色给出可模仿的明星及推荐曲目。“闯关夺宝”则把唱歌包装成了游戏场景。还能实现跨包厢点歌和唱歌，同时PK排名。

一成不变的MV也可以变成私人定制的“照片MV”，还有“K米梦工场”环节，K小米和北京卫视《最美和声》舞台完美合体，再现火爆的选秀现场。为了迎合年轻人，视易K米已与《最美和声》达成了战略合作协议，给草根明星搭建了一个不设限的选秀平台。

张付华说，单一的KTV自有资源的比拼已经无法取悦消费者，未来谁能把线上资源和线下场景资源高度整合，谁就能拔得头筹。KTV传统行业正在被颠覆，未来它不再是简单的K歌场所，而是一个连接消费者各种生活场景的新舞台，这场变革最终将给消费者带来更多前所未有的KTV体验。“不出半个月，济南各大KTV就将铺开，届时，唱K的体验将完全不同。”张付华说。