



寒冬坚守 KTV歇业不歇心

门可罗雀的KTV业如今正遭遇着前所未有的打击。自春节以来,伴随着疫情不断发展,本应在这个时间大赚一笔的KTV却紧紧地关上了迎客的大门,然而关门却并未让每日的人力、水电等成本支出就此停止,在此情况之下,有的经营者选择了放弃,而有的经营者则继续走在路上。凯嘉量贩式KTV老板贾少斌就是一个选择继续的人,“如今每天我都和员工们同吃同住,我们就是一家人,我们相信疫情结束之后,一切都会好起来”。



◇ 2016-2018年中国传统KTV行业市场规模及实体店数量

市场规模

2016年 1239亿元

2017年 1258亿元

2018年 1280.2亿元

实体店数量

54027家 2016年

54308家 2017年

49739家 2018年

(数据来源:中国文化旅游行业协会、前瞻产业研究院)



经营面积达1100平方米,凯嘉量贩式KTV即便在正常经营的状态下,每月的运营成本也高达20余万元

疫情期间,房租以及用于员工的费用仍持续产生
每日亏损七八千元



扫码观看现场视频

▶ 同吃同住“KTV成了我们临时的家” ◀

上午9点,凯嘉量贩式KTV里的工作人员陆续醒来,梳洗完毕后,有的人开始打扫卫生,进行日常消毒,有的人则帮着刚刚采买回来的贾少斌准备当天的午餐。

随着新型冠状病毒肺炎的出现,KTV自1月中旬便已暂停营业。除店长选择回家自行在家隔离以外,过去近一个月的时间里,贾少斌与KTV的另一位股东把其余7名员工从宿舍接到了KTV里,9个人一起开始了一段同吃同住、共同战“疫”的隔离期。

下午2点,每日的业务培训准时开始,从迎来送往的过程中有哪些需要

注意的事项,到为消费者介绍店内酒水等产品时该如何描述,再到紧急遇见突发问题时该如何冷静应对,每天都会由业务主管负责培训内容的设定及讲解。

而一个小时的培训结束后,贾少斌便开始带着所有员工进入到了每日的锻炼环节。从事KTV行业之前,贾少斌曾是摔跤半职业运动员,一练就是五六年。此前积累的体育运动经验和不轻言放弃的体育精神如今是真的派上了用场。

“以前大家虽然每天都会见面,但觉得就只是同事而已。疫情发生以来,

每天大家都在一起同吃同住,我们都感觉彼此像家人一样。特殊的时期,KTV成了我们临时的家。”凯嘉量贩式KTV主管青亚鹏如是说。

在贾少斌看来,疫情的发生是谁都不愿意看到的,尤其是对于整个KTV行业而言;与其彻底消极,或是干脆选择放弃,倒不如以积极的心态面对当下的处境,我们每天坚持做业务培训,就是为了恢复营业后能够给消费者提供更好的服务。我们每天坚持适当的运动,不仅是为了抵抗疫情,也是在提升每一位员工的身体素质”。

▶ 日亏近万“但我坚信疫情结束后一切都会好起来” ◀

如今,贾少斌每天都在和员工们一起积极地等待着疫情的过去。但不可回避的是,暂停营业所带来的经营压力却是与日俱增。

由于地处二环周边,且经营面积达1100平方米,凯嘉量贩式KTV即便在正常经营的状态下,每月的运营成本也高达20余万元;“虽然现阶段暂停营业能够降低一定的水电成本,但房租以及用于员工的费用仍持续产生,折算下来,相当于每日便会亏损七八千元”。贾少斌如是说。

据贾少斌透露:“我的店已经开

了七八年,并于去年8月刚刚完成重新装修,对店内进行了一系列升级。在恢复营业的前几个月里,店内其实也一直处于亏损状态,好不容易来到今年初,经营情况露出好转的势头,却没想到再次碰上疫情而暂停营业。目前店内处于收入为零的状态”。

一段时间以来,伴随着线上KTV、迷你KTV的兴起,线下实体KTV便一直面临着发展挑战,除此之外,剧本杀、轰趴体验馆等一系列线下娱乐设施的层出不穷,也都在不断分流着本

就有限的消费群体。疫情的发生,更是让线下实体KTV的生存环境愈加雪上加霜。

在资深KTV从业者王帅看来,今年KTV的发展情况确实不容乐观,假若疫情能在一个月左右被控制,KTV陆续恢复营业,但在经营一小段时间后又自6月开始逐渐迎来淡季,直至10月中旬才会慢慢迎来旺季,预计今年难以挣到钱。

贾少斌告诉北京商报记者:即便如今困难再多,只要我们坚持下去,相信一切都会好起来。”

▶ 加速洗牌 扛过严寒便是万物复苏 ◀

北京商报记者调查发现,现阶段北京市内的KTV全部处于暂停营业的状态中,并已有个别KTV因无法承受负担,而选择裁员甚至是计划破产清算。2月8日,一份《K歌之王》北京旗舰店内部信流出到网络上,该店总经理通过内部信向员工宣布,计划于2月9日与全部200多名员工解除劳动合同,而根据该店计划,这只是初步的方案,如果有30%的员工不同意,公司将进

入破产清算程序。

毋庸置疑,如今每一个选择继续走下去的经营者每日所想的都是“如何活下去”。在魅KTV上地店相关负责人看来,尽管当下存在着经营负担,但可以肯定的是,有心便能做成事,且如今消费者包括年轻人仍对KTV存在一定的休闲娱乐需求,关键在于KTV能否根据消费者的喜好提供服务与产品;“现在我每天也都在

思考后续的经营计划,有时睡觉做梦的时候也在想,目前店内正计划进一步增强智能化,如智能点歌设备等,保持与时代同步”。

此外,贾少斌表示,目前店内也在筹划恢复营业后的经营计划,并将在坚持做好服务、卫生、各项消毒措施的同时,借助自身一直具有的价格优势吸引消费者,让消费者玩得更放心。

北京商报记者 卢扬 郑蕊/文并摄