

闲逛魔都之一：高档 KTV 所在之处，住房也更珍贵吗？

——暨 KTV 板块价差 TOP50

2017 年 8 月 17 日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

数洞里的兔酱

作为一个原（五）创（音）歌（不）手（全）的兔酱，对于KTV这种暴露实力的活动一向是能避则避，周末又迎来一波损友们“KTV走起”的邀约后，度过了全程尴尬嗑瓜子儿的一个下午，实在不是很懂这些沉迷KTV的人类。但是不得不说，每次出去的KTV都曲库丰富、wifi畅通、装潢豪华以及紧挨大型商圈，吃喝不愁，所以虽然嘴上拒绝的，但最后还总是老老实实蹲坐在包厢中欣赏各种各样的鬼哭狼嚎。

又一次从包厢里钻出来在附近觅食的时候，看着街对面明亮的灯火和马路中间川流不息的车辆，突然想到，这一片区域的房价应该也不便宜吧，公交线路繁多、商业繁华、生活方便工作机会也很多，KTV不属于生活必需品但也算常见娱乐选项，那KTV价格和房价有多大的关系呢？

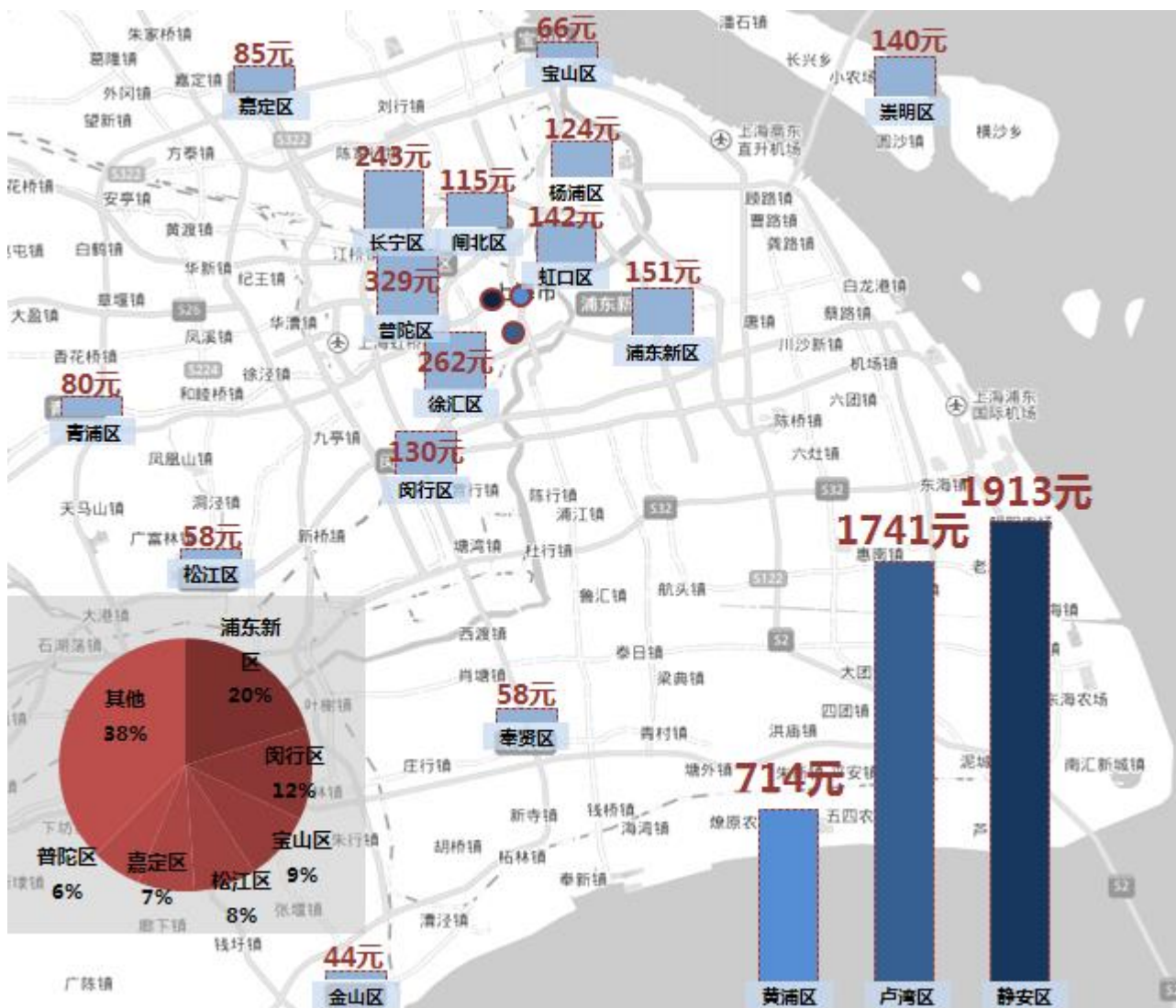
然后说做就做的兔酱回到了公司，就有了以下的文章。

上海KTV分布区域和各区域均价情况

免酱首先梳理了上海KTV的分布情况和均价情况,为了更加直观的区分,这里区域划分仍然保留原卢湾区和原静安区,从区域分布来看,浦东新区、闵行区和宝山区、松江区拥有KTV数量是最多的,四区KTV数量之和几乎达到全上海的一半,一方面由于这些区域面积较大,包含的KTV数量较多,另一方面由于这些区域的租金、运营成本相对较低,对于现在正面临转型挑战的KTV行业来说,在这些区域更加容易生存。

人均消费方面,城市核心区域的原静安区和原卢湾区的人均消费高得吓人,居然分别达到了1913元/人和1741元/人,黄浦区人均消费也达到了714元/人,不过经过免酱检查数据,发现主要是由于一些有KTV包厢功能的“商务会所”拉高了平均消费水平;市区范围来看,西部普陀、徐汇和长宁区的消费相对较高,普陀的KTV平均消费在329元/人,而长宁和徐汇主要在250元/人左右,而北部区域如:杨浦、虹口、闸北区人均只要150元不到,此外闵行区消费均价也仅在130元/人,这些人均消费200元以下的区域有部分量贩式连锁KTV如银乐迪、纯K等价格都不算太高,加之交通便捷,也是免酱常出没的地方啦。

图: 上海市各区KTV人均消费价格及分布占比情况 (单位: 元/人, %)

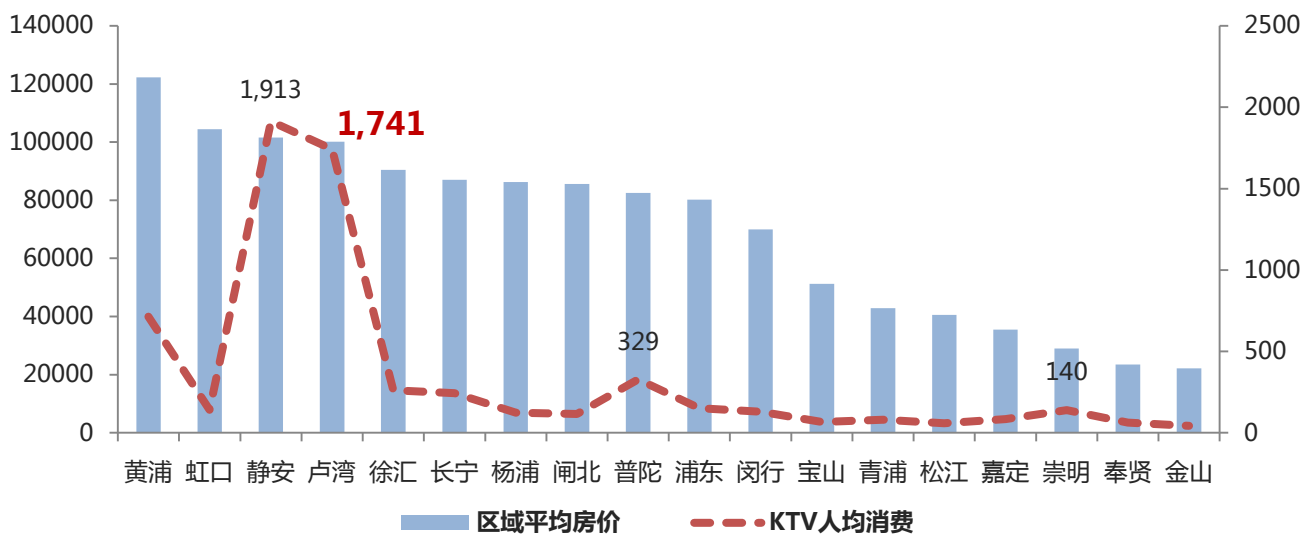


板块KTV均价vs板块平均房价

从上面KTV按区域分布的平均消费来看，整体趋势与区域房价走势大体上一致，随区域房价走低，KTV消费均价也有所走低，在普陀、崇明有两个小高峰。

七月份住宅的成交均价来看，黄浦、虹口和静安三区位列前三，虹口区作为旧改项目推进最见成效的区域，今年最主力成交项目仍然为瑞虹新城，成交均价9.8万元/平方米，此外鹏欣新外滩花园成交均价12.9万元/平方米，区域整体成交量不高的条件下，该项目成功拉动整个虹口区平均房价上涨，但KTV类型仍然主要为量贩式，所以人均消费并未高企；而黄浦区和静安区不必多言，均价早已达到10万元/平方米以上，属于极其稀有的城市中心资源了。

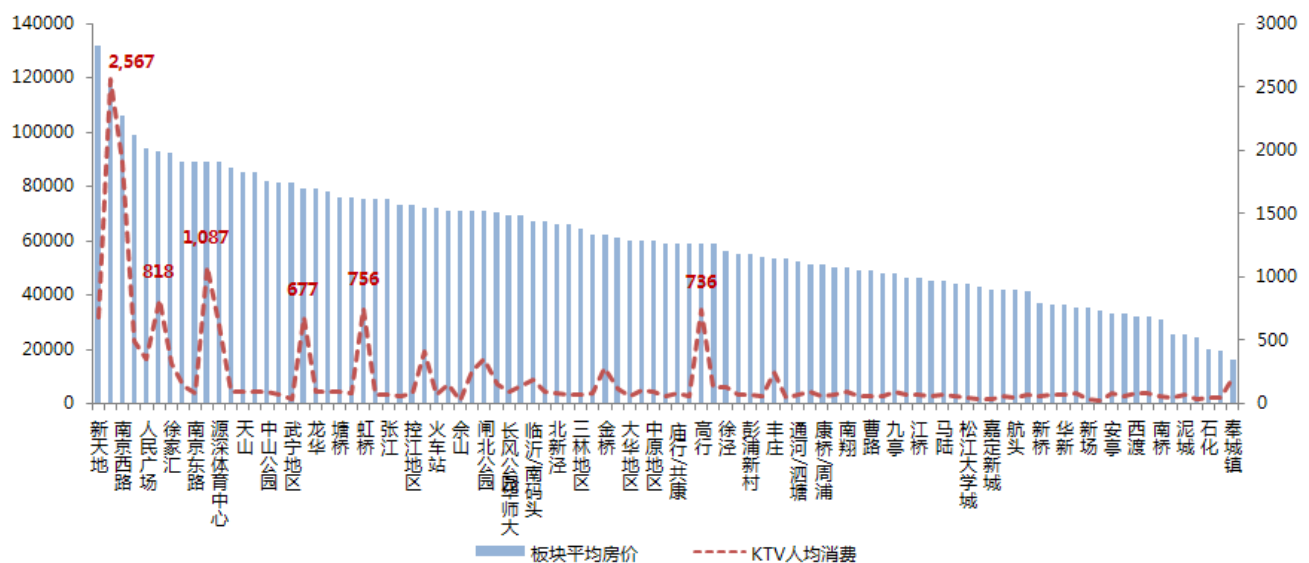
图: 各区平均房价与KTV人均消费（单位：元/平方米，元/人）



分的更细从板块来看的话，板块房价与KTV的关系则相对没那么明显，主要由于一个板块内的KTV数量相对较少，平均消费极易受到部分高端商务会所的影响。**不过总体来看，房价较高的板块内出现KTV人均消费较高的概率较大。**

房价排行前三的板块为新天地、淮海路和南京西路板块，这三个板块的KTV人均消费分别为：686元/人、2567元/人和1912元/人，而房价排行前十的板块中，仅有南京东路和董家渡两个板块的KTV人均消费均价在300元，可以看出，在完全“高端”的板块内，房价和KTV消费均价都处于绝对高位。此外，长寿路、虹桥和高行板块与其他房价在同一梯度的板块相比，KTV的人均消费水平都较高。

图: 上海部分板块平均房价与KTV人均消费（单位：元/平方米，元/人）

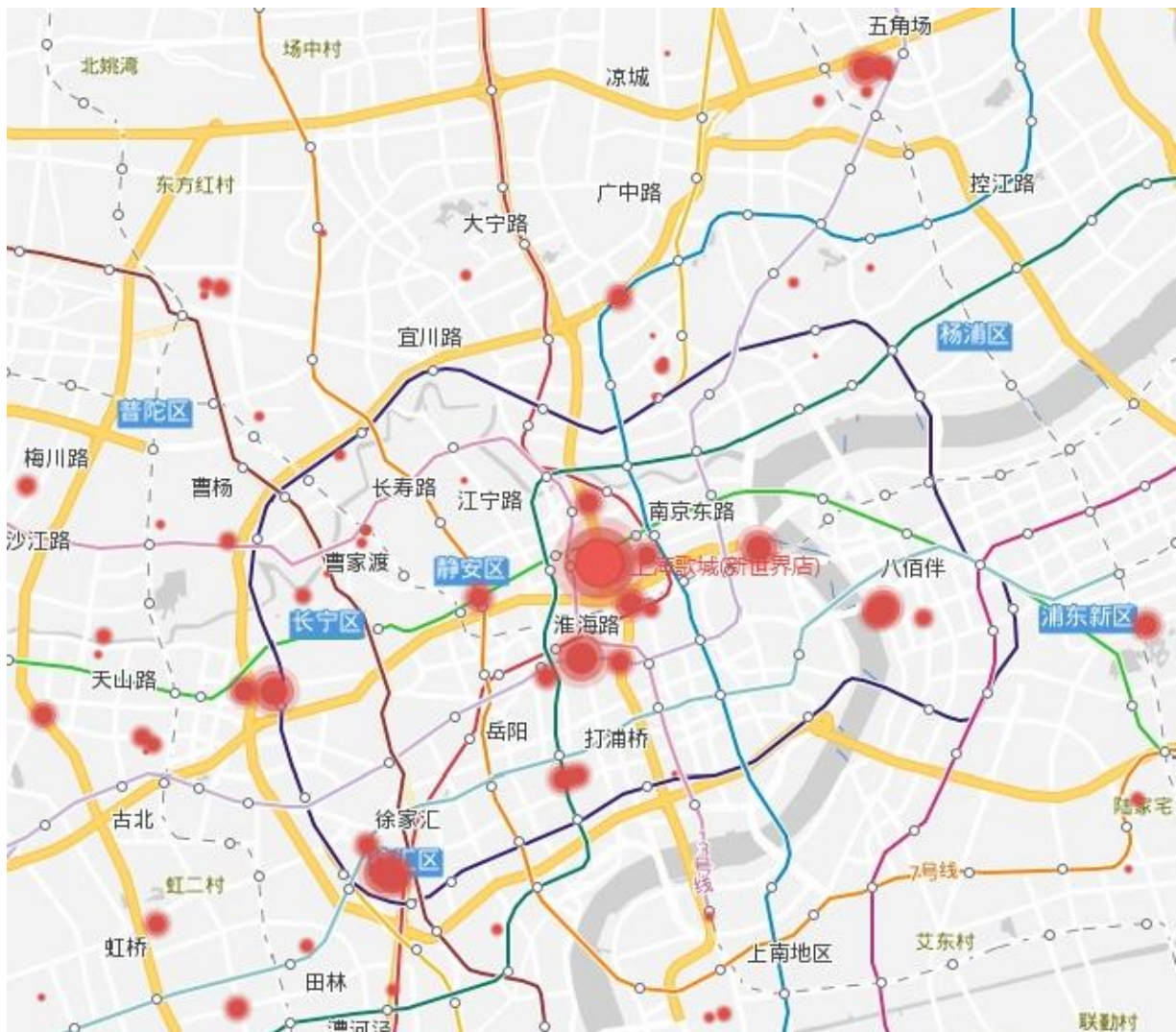


人气KTV分布情况及连锁店品牌集中度

除了价格以外，KTV最让人关注的另一个经营状况就是人气了，兔酱在采集到的数据中找到了人气TOP100的KTV，以下为这些KTV在上海的分布情况。最受欢迎并且人气远高于其他KTV的，是位于人民广场新世界城11楼的上海歌城，此外，高人气KTV主要扎堆分布在人民广场、淮海路、徐家汇、中山公园和五角场一带，这几个商圈都属于上海较为火爆的商圈，无论什么时候去，人都少不了的。

与此同时，这五个板块的房价当然都是区域翘楚，其中平均房价最便宜的五角场也达到了7万/平方米的高度，人民广场、淮海路更不用说，平均房价分别为9.4万/平方米和11.8万/平方米。

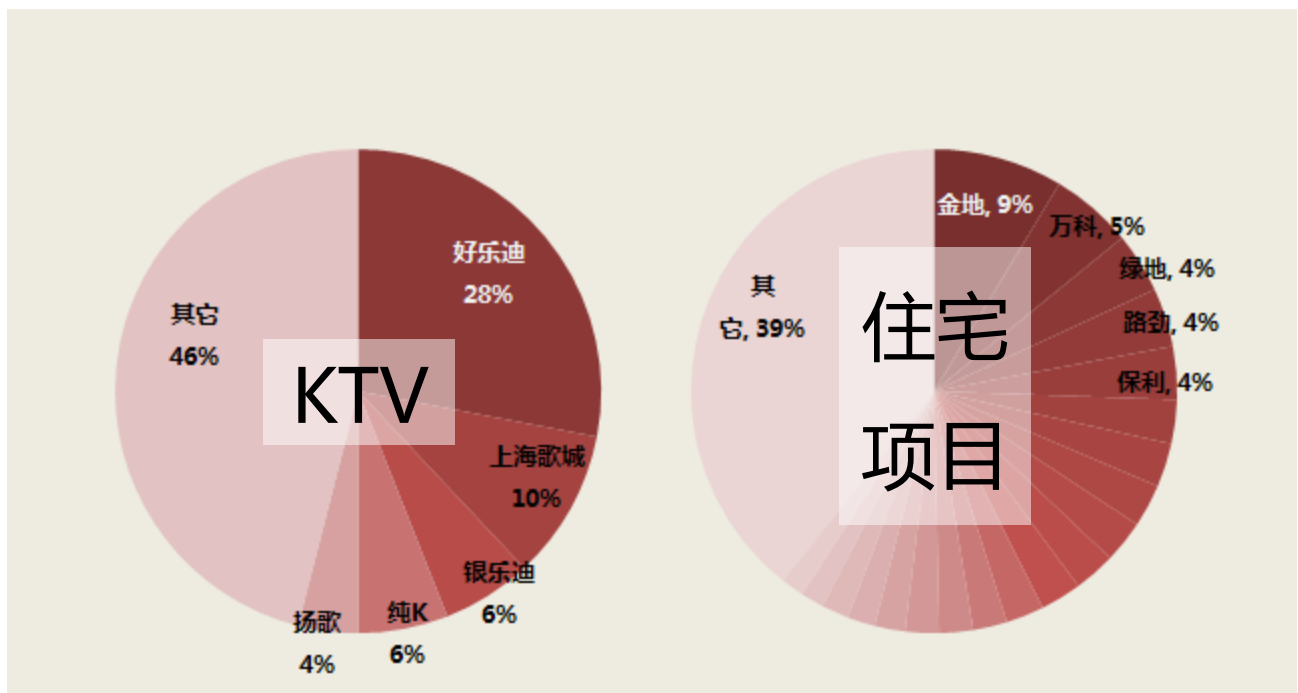
图: 上海点评数量TOP100KTV分布图



描绘分布地点的同时，兔酱还做了一份关于人气TOP100KTV品牌集中度的统计，发现在上海KTV市场上，大部分人还是非常认“品牌”的，人气TOP100的KTV里面，好乐迪、上海歌城、银乐迪等五个大型连锁品牌店的数量合计就超过50家了，品牌集中度非常的高。

虽然两者没有直接关系，但是兔酱还是忍不住查了一下上海年初至今的住宅类项目销售中的品牌集中度情况，成交量（按套数）前100的项目中，金地、万科、绿地成为品牌集中度的前三甲，分别占9%、5%和4%。房地产业的企业集中度虽然不如KTV高，但是在上海的房地产市场里能占据近10%的份额，金地今年的销售额也将相当可观。

图：上海KTV人气品牌集中度情况和上半年上海住宅项目销售品牌集中度情况（单位：%）



注：按最大权益占比房企统计项目销售套数，不重复统计

既可以实惠又可以上档次：KTV价差TOP50的板块

前面提到“房价高的地方出现高档次、高消费的KTV概率也较大”，那么在高房价地带，难道就没有价格适宜的KTV可供选择了吗？免酱将上海各板块KTV消费的最高人均和最低人均分别找了出来，并计算了价差，以下为价差TOP50的板块。可以看到，价差更大的板块，其房价往往也相对更高，在KTV价差TOP10板块中，只有两个板块的住宅均价低于7万元/平方米。

从上周数洞关于火锅的文章明显可以看出，板块的价差最主要屈居于最高人均消费的店铺，KTV也不例外，价差最大的三个板块为淮海路、南京西路和打浦桥板块，同时这三个板块也是KTV消费均价最高的三个板块。

图：上海各板块KTV消费均价、最高人均、最低人均、价差以及板块房价情况

（单位：元/人，元/平方米）

排名	板块商圈	KTV 消费均价	最高人均	最低人均	价差	板块住宅均价
1	淮海路	2567	13671	70	13601	11.8
2	南京西路	1913	4734	102	4632	10.6
3	打浦桥	1087	4003	76	3927	8.9
4	虹桥	756	2178	52	2126	7.5
5	长寿路	677	2080	27	2053	7.9
6	高行	736	2064	56	2008	5.9
7	曹家渡	818	1573	114	1459	9.3
8	新天地	686	1559	133	1426	13.2
9	人民广场	350	1431	58	1373	9.4
10	徐家汇	309	1166	73	1093	9.2
11	金桥	282	971	17	954	6.2
12	陆家嘴	497	890	103	787	9.9
13	丰庄	239	717	44	673	5.3
14	曲阳地区	404	712	76	636	7.2
15	五角场/大学区	145	600	24	576	7
16	黄兴公园	140	513	18	495	6.9
17	漕河泾/田林	256	577	91	486	7.1
18	中山北路/甘泉地区	123	404	42	362	5.9
19	源深体育中心	622	762	482	280	8.9
20	闸北公园	356	492	220	272	7.1
21	惠南镇	82	284	21	263	3.5
22	徐泾	131	216	46	170	5.6
23	北蔡	147	225	69	156	7.1
24	九亭	90	190	47	143	4.8
25	安亭	78	179	38	141	3.3
26	控江地区	78	155	34	121	7.3

27	嘉定镇	57	126	34	92	3.3
28	董家渡	138	182	93	89	8.9
29	新桥	57	106	17	89	3.7
30	大宁地区	95	148	59	89	7.8
31	老闵行	60	113	27	86	4.2
32	天山	89	123	46	77	8.5
33	南翔	85	126	53	73	5
34	川沙	54	103	31	72	4.4
35	马陆	66	99	32	67	4.5
36	大华地区	59	85	19	66	6
37	浦江镇	89	126	61	65	5.1
38	杨行	51	85	21	64	4.5
39	庙行/共康	85	117	55	62	5.9
40	江桥	71	107	45	62	4.6
41	上海大学	64	101	40	61	5
42	外高桥	60	94	33	61	4.8
43	彭浦新村	63	95	41	54	5.5
44	金山卫	44	74	23	51	1.9
45	南桥	56	69	19	50	3.1
46	华新	67	91	42	49	3.6
47	曹路	53	75	30	45	4.9
48	四川北路	70	97	53	44	7.5
49	康桥/周浦	55	76	32	44	5.1
50	北新泾	79	103	60	43	6.6

房价高的板块一定会导致KTV的运营成本增加，如果要保证优质的服务和环境，那也必然会带动KTV消费水平的增长。但在这些板块，除了价格昂贵的会所类KTV以外，也仍然会有均价不到100的平价KTV生存空间，这或许也就是一线城市的生活现实吧，在每一间高大、光鲜的人生秀场附近，必然会有朴实、接地气的另一种生活。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由易居（中国）·克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

>>> 关于克而瑞

克而瑞，易居（中国）企业集团旗下品牌。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

>>> 关于研究中心

研究中心，易居（中国）旗下品牌克而瑞的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续 7 年发布中国房地产企业销售排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模以万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。