

2015-2020年中国博物馆行业全景调研及市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国博物馆行业全景调研及市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/998477EP03.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

前言

近年来，随着全国博物馆免费开放的力度不断加大，越来越多民众享受到这种公共福利。有些省份博物馆观众增量达到免费开放前的数倍。观众结构也呈多元化趋势，其中低收入群体、老人、外来务工人员 and 残疾人等观众群体明显增加。中国博物馆以文物系统博物馆为主，民办博物馆为辅，但民办博物馆的数量正在不断上升，目前，其占比已经达到11.9%。近30年来，中国民办博物馆数量不断在增加，分布于除广西、西藏、新疆以外的28个省份。在欧、美、日等发达国家，基本上约5000人就拥有一个博物馆，目前数字博物馆数量已经达到400万。西方国家民办博物馆占博物馆总数的60%以上，而中国这个数字仅为11.9%。这些数据表明中国民办博物馆发展空间巨大。《国家文物事业发展“十二五”规划（建议稿）》显示，“十二五”期间我国将推动博物馆发展从数量增长向质量提升转变，将在优化博物馆体系、深化博物馆免费开放、加强博物馆藏品保护和科学研究以及创新博物馆管理机制等方面加强我国博物馆事业发展。初步预计在未来50年期间，我国民间博物馆数量可能将占据我国博物馆总数的50%。“十二五”期间，中国将构建以中央、地方共建国家级博物馆和一、二、三级博物馆为骨干、国有博物馆为主体、专题性博物馆和民办博物馆为补充的博物馆体系。博物馆事业既进入了加速发展的“黄金机遇期”，也进入了保护压力不断累积、保护形势依然严峻的“矛盾凸显期”。随着部分省市“博物馆城”建设规划的出台及国有博物馆的免费开放，国内的博物馆尤其是民办博物馆越来越重视对博物馆市场的研究，一大批国内优秀的博物馆迅速崛起，逐渐成为中国乃至全球博物馆中的翘楚。

2015年中国十大博物馆排行榜 博物馆 简介 1 北京故宫博物院---91万件——北京 北京故宫博物院建立于1925年10月10日，位于北京故宫紫禁城内。是在明朝、清朝两代皇宫及其收藏的基础上建立起来的中国综合性博物馆，也是中国最大的古代文化艺术博物馆，其文物收藏主要来源于清代宫中旧藏，是第一批全国爱国主义教育示范基地。从2014年1月1日起，北京故宫博物院几乎每周一闭馆。北京故宫博物院位于北京故宫即紫禁城内。北京故宫是第一批全国重点文物保护单位、第一批国家5A级旅游景区，1987年入选《世界文化遗产名录》。 2 台北故宫博物院---60万件-——台北 国立故宫博物院（National Palace Museum），即为“台北故宫”。是台湾著名的中国历史与文化艺术史博物馆。坐落在台北市基隆河北岸士林区外双溪，始建于1962年，1965年夏落成。为中国宫殿式建筑，共4层，白墙绿瓦。院前广场耸立由6根石柱组成的牌坊，气势宏伟，整座建筑庄重典雅，富有民族特色。院内设有20余间展览室，文化瑰宝不胜枚举。院内收藏有自北京故宫博

博物院、南京国立中央博物院、沈阳故宫、热河行宫、中国青铜器之乡-宝鸡运到台湾的二十四万余件文物，所藏的毛公鼎、散氏盘等商周青铜器，历代的玉器、陶瓷、古籍文献、名画碑帖等皆为稀世之珍，展馆每三个月更换一次展品。台北故宫占地总面积约16公顷，依山傍水，气势宏伟，碧瓦黄墙，充满了中国传统的宫殿色彩。博物院的主体建筑分为四层，正院呈梅花形。

3 南京博物院-----42万件——南京 南京博物院是中国第二大博物馆、中国三大博物馆之一，它是中国最早创建的博物馆，是一座大型综合性的省级历史与艺术类博物馆、全国综合性历史艺术博物馆、全国重点博物馆。南京博物院前身是1933年蔡元培等倡建的国立中央博物院，原拟建“人文”、“工艺”、“自然”三大馆，后因时局关系，仅建“人文馆”，即现在的南京博物院大殿，该建筑为仿辽代宫殿式，由著名建筑师徐敬直设计，经建筑大师梁思成修改，整个大殿雄伟壮观，是近代建筑史上的杰作，其结构部分按《营造法式》设计建造，细部和装饰兼采唐宋遗风。南京博物院为“一院六馆”格局，即历史馆、特展馆、数字馆、艺术馆、非遗馆、民国馆。另全院设“六所”的研究部门，即考古研究所、文物保护研究所、古代建筑研究所、陈列艺术研究所、民族民俗研究所、古代艺术研究所。

4 中国国家博物馆---40万件——北京 中国国家博物馆（National Museum of China）简称国博，位于北京市中心天安门广场东侧，东长安街南侧，与人民大会堂东西相对称，是历史与艺术并重，集收藏、展览、研究、考古、公共教育、文化交流于一体的综合性博物馆。隶属于中华人民共和国文化部。截止至2013年末，中国国家博物馆总建筑面积近20万平方米，国博藏品数量为100余万件，展厅数量48个。是世界上单体建筑面积最大的博物馆，是中华文物收藏量最丰富的博物馆之一，整体规模在世界博物馆中位居前列，2012年游客接待量达到537万人次，2013年达到745万人次（当年全球第三），是全世界最受游客欢迎的博物馆之一。

5 天津自然博物馆---38万件——天津 天津自然博物馆新馆位于天津文化中心、原天津博物馆内，是中国第一个主题单元化、全景式展示的自然探索、科学体验、科学教育的自然史博物馆。天津自然博物馆前身是北疆博物院，于1914年由法国传教士桑志华创办。1927年对外开放。1952年改建为天津市人民科学馆，1957年正式定名天津自然博物馆。截止至2014年末，天津自然博物馆占地面积为5万平方米，总建筑面积为3.5万平方米，展示面积1.4万平方米，包括常设陈列区、临展区、体验娱乐区、科普教育区四部分。馆藏生物标本40万件，其中一、二级珍品1282件，模式标本1452件。天津自然博物馆新馆以“家园”为总主题，从户外“家园•足迹”到首层“家园•探索”，从二层“家园•生命”到三层“家园•生态”，讲述一个从远古到当代、从世界到天津的“家园”故事。

6 陕西历史博物馆---37万件——西安 陕西历史博物馆位于西安大雁塔的西北侧，筹建于1983年，1991年6

月20日落成开放，是中国第一座大型现代化国家级博物馆，它的建成标志着中国博物馆事业迈入了新的发展里程。这座馆舍为“中央殿堂、四隅崇楼”的唐风建筑群，主次井然有序，高低错落有致，气势雄浑庄重，融民族传统、地方特色和时代精神于一体。馆区占地65000平方米。建筑面积55600平方米，文物库区面积8000平方米，展厅面积11000平方米。馆藏文物多达370000余件，上起远古人类初始阶段使用的简单石器，下至1840年前社会生活中的各类器物，时间跨度长达一百多万年。文物不仅数量多、种类全，而且品位高、价值广，其中的商周青铜器精美绝伦，历代陶俑千姿百态，汉唐金银器独步全国，唐墓壁画举世无双。可谓琳琅满目、精品荟萃。

7 上海自然博物馆---24万件---上海 上海自然博物馆是中国最大的自然博物馆之一。位于上海市中心，地址：黄浦区延安东路260号。该馆大楼建筑带有英国古典风格，建筑面积为12880平方米。现有组织机构设置包括：动物学部、植物学部、地质古生物学部、人类学部、天文学部、科学教育普及部、资料部、美术设计部、标本制作中心和《自然与人》杂志社。上海自然博物馆现有标本收藏量近27万件，其中“黄河古象”和“马门溪恐龙”被称作“镇馆之宝”。

。2014年，将近150岁的上海自然博物馆在2014年5月12日已正式闭馆，新馆将迁入位于静安区静安雕塑公园。

8 安徽省博物馆----23万件---合肥 安徽省博物馆是安徽省唯一集自然、历史、社教为一体的省级综合类博物馆。解放初期，党和政府十分重视文博事业，在合肥成立了合肥科学馆、皖北文管会，在芜湖成立了芜湖科学馆、皖南文物馆。1953年4月23日，在合并上述机构的基础上成立了“安徽省博物馆筹备处”。1954年8月，建筑面积达11580平方米的陈列大楼破土动工，1956年2月工程竣工，同年11月14日安徽省博物馆正式成立。陈毅为该馆题写馆名。2010年12月28日更名为安徽博物院。

9 山东省博物馆----21万件---济南 山东省博物馆是新中国成立后建立的第一座省级综合性地志博物馆，成立于1954年，1956年对外开放，位于济南市文化西路。（东经117度10分，北纬36度66分左右，地址在山东省济南市经十路11899号（燕山立交桥东2公里）。博物馆新馆选址在济南市区主干道经十路东段，2007年12月29日举行奠基，2010年6月圆满竣工，2010年11月16日正式向社会开放，“山东省博物馆”至此更名“山东博物馆”。

山东博物馆现占地34000平方米，建筑面积21000平方米，宏伟、典雅的建筑群，体现了民族风格与现代艺术的结合，成为历史文化名城济南的一大景观。

10 中国地质博物馆---20万件---北京 中国地质博物馆创建于1916年，是中国成立最早的国家级地质学博物馆，在中外博物馆界久负盛名。中国地质博物馆收藏地质标本20余万件，涵盖地学各个领域。其中有蜚声海内外的巨型山东龙、中华龙鸟等恐龙系列化石，北京人、元谋人、山顶洞人等著名古人类化石，以及大量集科学价值与观赏价值于一身的鱼类、鸟类、昆虫等珍贵史前生物化石；有世界最大的“水晶王”、巨型萤石方解石晶簇标本、精美的蓝铜矿

、辰砂、雄黄、雌黄、白钨矿、辉锑矿等中国特色矿物标本，以及种类繁多的宝石、玉石等一批国宝级珍品。 资料来源：智研数据研究中心整理

本博物馆行业研究报告共十八章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。刀具（切削工具）行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了博物馆行业市场潜在需求与市场机会，报告对博物馆行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国博物馆行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 博物馆行业发展综述

第一节 博物馆定义及分类

一、博物馆定义

二、博物馆分类

三、博物馆功能

第二节 民办博物馆定义

一、民办博物馆定义

二、著名的民办博物馆

第三节 个性博物馆综述

一、分手博物馆

二、信不信由你博物馆

三、棺材博物馆

四、厕所博物馆

五、假货博物馆

第四节 博物馆与城市文化建设发展综述

一、城市文化的内涵

二、博物馆与城市文化建设的关系

三、城市文化建设中博物馆的作用与建设

第五节 博物馆日发展综述

一、国际博物馆日概述

二、历年国际博物馆日主题

第二章 博物馆行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 博物馆行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、博物馆行业主要法律法规

三、民办博物馆行业主要政策

四、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济运行分析

二、文化产业运行分析

三、旅游产业运行分析

四、经济环境对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、收藏热

二、博物馆建设热

三、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、博物馆藏品保护技术

二、博物馆信息化技术

三、博物馆陈列文物防震技术

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际博物馆行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球博物馆市场总体情况分析

- 一、全球博物馆发展历史综述
- 二、全球博物馆行业特征演变
- 三、全球博物馆行业分类分析
- 四、国内外数字博物馆发展现状

第二节 美国博物馆行业分析

- 一、美国博物馆行业现状
- 二、美国博物馆收藏特点
- 三、美国博物馆的公众定位和筹资模式借鉴
- 四、美国博物馆的经营定位和资金来源借鉴
- 五、美国私立博物馆的生存模式借鉴

第三节 欧洲博物馆行业分析

- 一、英国博物馆经营分析
- 二、法国博物馆经营启示

第四节 全球博物馆运营启示

- 一、商业平衡
- 二、企业支持
- 三、经营透明化

第五节 2015-2020年全球博物馆发展趋势

- 一、当代传统与博物馆分析
- 二、当代博物馆行为趋势
- 三、综合博物馆是发展方向

第二部分 行业深度分析

第四章 我国博物馆行业运行现状分析

第一节 我国博物馆行业发展状况分析

- 一、我国博物馆行业发展阶段
- 二、我国博物馆行业发展总体概况
- 三、我国博物馆行业发展特点分析

第二节 我国博物馆行业发展现状

- 一、我国博物馆行业市场规模
- 二、我国博物馆行业发展现状

市场容量

目前，我国登记注册的博物馆数量已达3862个，平均每40万人拥有一个博物馆。免费开放以来，全国博物馆年均接待观众4亿人次，每馆比免费开放前平均增长了50%-70%。与此同时，博物馆在类型上更趋多样化。除了常见的综合性、历史类、自然类、艺术类外，更是出现了综合数字博物馆、生态博物馆、社区博物馆等一些新形态博物馆。过去的博物馆主要是历史和文物的陈列，更像教科书，现在要让博物馆更加贴近生活。

至“十二五”末，博物馆行业将立足行业特点和地域文化特色，发展科技、艺术、自然、民族、民俗、工业遗产等类型的专题性博物馆，推进生态博物馆、社区博物馆、数字博物馆等新形态博物馆建设。在免费开放方面，下一步将国有行业类博物馆以及符合条件的民办博物馆纳入国家政策支持的范围，“十二五”末，全国免费开放博物馆、纪念馆总数达到2500个，每年举办展览10000个以上，年接待观众5亿人次。

市场格局

我国博物馆由文物藏品为主转而向多品类收藏扩展，历史类、综合类、艺术类、自然类、地矿类、科技类、民族民俗类等多种类型博物馆竞相辉映，加剧了博物馆界的日益竞争。由于区域社会经济的发展水平不同，全国博物馆布局不甚合理，西部欠发达地区和东北地区博物馆机构数量较少，藏品量少；而东部和中部地区博物馆机构数和藏品数相对较多。另一方面，我国现阶段私立博物馆主要有私人个人、私营企业、股份制企业、民间社团、集体，以及联合办馆等几种办馆主体。当前，我国私立博物馆多分布于东南沿海的省市地区。我国中部地区、东北地区和西部地区的私立博物馆均很少。

前景预测

“十二五”末，全国博物馆总数将达到4000个，免费开放博物馆、纪念馆总数达到2500个，国家一二三级博物馆总数达到800个，法人治理结构规范化、管理专业化的民办博物馆建设率达到10%。全国博物馆年均举办陈列展览达到1万个以上，年接待观众达到5亿人次以上，每年在国（境）外举办120个中国文物展览，每年引进50个国（境）外文物展览。“十二五”末，将基本形成以中央地方共建国家级博物馆为龙头，国家一二三级博物馆和重点行业博物馆为骨干，国有博物馆为主体，民办博物馆为补充的博物馆体系。

面临的问题

国内博物馆的发展已进入“转型期”，一些问题严重制约了博物馆转型。首先，重视前期建设而忽视后期运行。各地博物馆发展中普遍存在只重前期建设不重后期保护，以及运营管理水平不高等问题。其次，人员数量不足、素质有待提高。博物馆工作人员属于事业编制，人员数量控制严格。各博物馆招聘的大量临时人员难以适应快速发展的博物馆事业。第三，建设、陈展缺乏标准，行政干预多。目前博物馆在建设与陈展方面，缺乏统一的标准

，各地建设又由行政部门主导，不按博物馆陈展需要进行建设的现象时有发生。

三、我国博物馆业务活动分析

第三节 博物馆免费开放绩效评价指标体系分析

- 一、博物馆免费开放相关研究
- 二、博物馆免费开放后存在的问题
- 三、新形势下博物馆的功能定位
- 四、基于功能定位的博物馆免费开放绩效评价指标体系

第四节 博物馆市场门票价格走势分析

- 一、博物馆门票的定义与功用
- 二、博物馆收取门票的正当性
- 三、博物馆门票的订价分析
- 四、博物馆门票的订价政策
- 五、2015-2020年博物馆门票价格走势预测

第五节 博物馆市场化运作分析

- 一、博物馆市场化运作的基础条件
- 二、博物馆的市场化运作的必然性
- 三、博物馆市场化的对策建议

第五章 我国博物馆行业整体运行指标分析

第一节 中国博物馆行业总体规模分析

- 一、人员规模状况分析
- 二、行业资产规模分析
- 三、实际使用房屋建筑面积

第二节 中国博物馆行业经营规模分析

- 一、文物藏品
- 二、从有关部门接收文物数
- 三、本年藏品征集数
- 四、本年修复文物数
- 五、考古发掘项目
- 六、举办陈列展览
- 七、参观人次

第三节 中国博物馆行业经营情况分析

一、我国博物馆行业收入合计

二、我国博物馆行业支出合计

第六章 2015-2020年我国博物馆市场供需形势分析

第一节 博物馆行业供给分析

一、全国博物馆数量

二、国有博物馆数量

三、民办博物馆数量

第二节 博物馆市场需求分析

一、生理需求

二、安全需求

三、归属感需求

四、自我尊重需求

五、自我实现需求

第三节 博物馆需求市场分析

一、散客市场

二、教育市场

三、特殊群体市场

四、免费日市场

五、旅行社市场

六、国外市场

第四节 2015-2020年博物馆市场需求预测

一、博物馆的都市文化需求

二、博物馆的娱乐性需求

第七章 我国博物馆行业营销趋势及策略分析

第一节 博物馆行业营销概述

一、博物馆行业营销定义

二、博物馆行业营销的必要性

三、博物馆行业营销的特点

四、博物馆行业营销的障碍

第二节 博物馆行业营销战略分析

- 一、展览营销
- 二、商品营销
- 三、品牌营销
- 四、关系营销
- 五、服务营销
- 六、教育营销
- 七、网络营销

第三节 博物馆行业营销战术分析

- 一、定位清晰分明，个性独树一帜
- 二、受众明确，形式多样
- 三、把握时间节点，以活动促进参观客流
- 四、小型活动常态化，大型活动固定化
- 五、通过活动培育忠实观众
- 六、有效利用媒体资源，多渠道发布活动信息
- 七、充分利用社会热点

第四节 博物馆行业营销形式及策略分析

- 一、博物馆网络营销概述及策略
- 二、博物馆微博营销概述及策略
- 三、博物馆体验式营销概述及策略
- 四、博物馆服务营销概述及策略
- 五、博物馆文化产品营销概述及策略

第三部分 市场全景调研

第八章 我国博物馆细分市场分析及预测

第一节 社会历史类博物馆市场分析预测

- 一、社会历史类博物馆分类
 - 1、历史考古博物馆
 - 2、革命史博物馆
 - 3、纪念类博物馆
 - 4、民族、民俗博物馆
- 二、社会历史类博物馆特点分析

- 1、社会历史类博物馆展览陈列特点
- 2、革命历史类博物馆展览陈列特点
- 三、社会历史类博物馆文物陈列展览设计分析
 - 1、社会历史类博物馆陈列的主题思想
 - 2、历史类博物馆陈列展览文物、展品及组合
 - 3、辅助展品
 - 4、文物、辅助展品及其组合
- 四、2015-2020年社会历史类博物馆未来转向探讨
 - 1、当代历史类博物馆的特性认定
 - 2、当代历史类博物馆的陈列水平
 - 3、当代历史类博物馆的研究状况
 - 4、当代历史类博物馆的转向因素
 - 5、当代历史类博物馆的迫切任务
- 五、2015-2020年社会历史类博物馆可持续发展对策
 - 1、社会历史类博物馆可持续发展的制约因素
 - 2、社会历史类博物馆可持续发展的发展对策

第二节 自然科学博物馆市场分析预测

一、自然科学博物馆分类

- 1、自然博物馆
- 2、科学技术博物馆

二、自然科学博物馆发展分析

- 1、自然科学博物馆发展历程
- 2、自然科学博物馆增长分析及预测
- 3、自然科学博物馆陈列的主题思想
- 4、自然科学博物馆创意陈列策略

三、自然科学博物馆发展特点

- 1、发展迅速
- 2、办馆主体多样
- 3、引进和实践新观念
- 4、开门办馆
- 5、吸纳志愿者服务
- 6、国际交往增多

四、自然科学博物馆发展问题

- 1、创新意识不够
- 2、人才培养短缺
- 3、行业领导薄弱

五、2015-2020年自然科学博物馆发展对策建议

- 1、改革管理体制
- 2、加强资源整合
- 3、利用社会资源
- 4、以受众为中心

六、2015-2020年自然科学博物馆数字化信息体系构建

- 1、基于规范和高效管理的信息化建设
- 2、基于场馆展品展示讲解服务的信息化建设
- 3、基于场馆信息门户、数字馆及共享平台的信息化建设
- 4、科技场馆的三网融合信息化建设

第三节 文化艺术类博物馆市场分析预测

一、文化艺术类博物馆发展概述

- 1、文化艺术类博物馆发展概述
- 2、文化艺术类博物馆发展变化

二、文化艺术类博物馆展览陈列分析

- 1、展览陈列方式分类
- 2、展览陈列的问题
- 3、营造氛围的意义
- 4、营造氛围的原则
- 5、营造氛围的手法策略

三、2015-2020年文化艺术类博物馆未来发展建议

- 1、培养专业人才
- 2、合法收藏
- 3、保护藏品
- 4、整体展示
- 5、鼓励捐赠
- 6、促进公众参与
- 7、公平监管

8、透明化管理

9、专业规划

第九章 我国民办博物馆行业运行现状分析

第一节 民办博物馆发展现状

一、国外民办博物馆的发展状况

二、国内民办博物馆的发展状况

1、民办博物馆总体规模分析

2、民办博物馆建馆形式

3、民办博物馆地位分析

4、扶持民办博物馆发展的政策

第二节 民办博物馆生存状态

一、民办博物馆经营现状分析

二、私人投资博物馆初衷分析

三、民办博物馆经费来源

四、民办博物馆发展障碍

第三节 民办博物馆发展前景

一、民办博物馆发展趋势

二、民办博物馆发展前景预测

第十章 我国博物馆旅游市场运行现状分析

第一节 博物馆旅游市场发展现状

一、博物馆旅游发展背景分析

1、旅游业发展呈现新趋势

2、博物馆公益性开放新要求

3、休闲体验时代的来临

4、博物馆旅游开发需求迫切

二、博物馆旅游开发现状分析

1、博物馆旅游开发现状

2、博物馆旅游开发主要问题

3、博物馆旅游开发问题的原因

三、国内外博物馆旅游发展差异

1、博物馆管理对比

2、经费来源对比

3、服务对比

四、博物馆旅游发展潜力与趋势

1、博物馆旅游发展潜力

2、博物馆旅游发展趋势

第二节 博物馆旅游者特征及市场细分

一、博物馆旅游者特征分析

1、地域结构特征

2、年龄特征

3、职业特征

4、受教育程度

5、收入水平

二、博物馆旅游者需求偏好分析

1、出游时间

2、出游方式

3、出游动机

4、旅游类型偏好

5、媒介途径的选择

三、博物馆旅游者消费行为及满意度

1、消费支出

2、逗留时间

3、感受及满意度

四、博物馆旅游市场细分研究

1、旅游者市场细分

2、等级市场细分

3、市场开发格局

第三节 博物馆旅游创新开发模式与产品开发策略

一、适应新市场需求的功能转型

1、服务对象的转变

2、角色定位的转变

3、功能的叠加

二、博物馆旅游产品及其特点

- 1、博物馆旅游产品定义
- 2、博物馆旅游产品构成
- 3、博物馆旅游产品类型
- 4、博物馆旅游产品特点

三、博物馆旅游产品生命周期

- 1、产品生命周期分析
- 2、产品生命周期特点
- 3、产品生产周期小结

四、博物馆旅游产品开发理念

- 1、文化理念
- 2、休闲理念
- 3、体验理念
- 4、品牌化理念

五、博物馆旅游创新开发模式分析

1、旅游体验模式

- (1) 展示方式体验化
- (2) 体验氛围的营造
- (3) 举办大型展览或巡展
- (4) 增设人性化服务设施
- (5) 增设体验项目

2、旅游要素整合模式

- (1) 博物馆+景区模式
- (2) 博物馆+酒店模式
- (3) 博物馆主题商场

3、业务拓展模式

- (1) 博物馆餐饮开发
- (2) 博物馆购品开发
- (3) 博物馆修学产品开发
- (4) 博物馆住宿开发

六、博物馆体验型旅游产品开发与设计对策

1、博物馆旅游的体验分析

- (1) 博物馆旅游体验特点
- (2) 不同类型博物馆旅游体验分析
- (3) 博物馆旅游体验实现方式

2、体验型旅游产品概述

- (1) 体验型旅游产品概念
- (2) 体验型旅游产品特点
- (3) 与一般旅游产品类型上的联系
- (4) 与一般旅游产品开发上的联系

3、博物馆体验型旅游产品开发原则

- (1) 主题性原则
- (2) 多样性原则
- (3) 参与性原则
- (4) 深刻性原则
- (5) 系统性原则

4、博物馆体验型旅游产品设计方法

- (1) 体验环境分析
- (2) 游客体验需求分析
- (3) 体验主题的分析
- (4) 体验主题的实现
- (5) 体验氛围的营造
- (6) 体验的可持续性

5、旅游产品开发的分析与评价方法

6、博物馆体验型旅游产品开发对策

第四节 大博物馆旅游综合体开发（GM-TCD）模式分析

一、大博物馆理念的内涵与特征

- 1、大博物馆理念的产生与发展
- 2、大博物馆理念的内涵
- 3、大博物馆的主要特征
- 4、与传统博物馆、生态博物馆比较
- 5、在博物馆旅游开发中的应用评价

二、GM-TCD模式发展背景与结构

- 1、GM-TCD模式的基本含义

- 2、GM-TCD模式的发展背景
- 3、GM-TCD模式的基本结构
- 4、GM-TCD模式的结构功能
- 三、GM-TCD模式的形成机制
 - 1、博物馆主题旅游区塑造
 - 2、博物馆、地方政府与开发商三方合作
 - 3、博物馆与旅游业联合发展
 - 4、公共产品与私人商品组合开发
- 四、GM-TCD模式的表现特征
 - 1、围绕特定文化主题，提供多种产品
 - 2、休闲功能成主导，面向市场多元化
 - 3、资金依赖性强，投资回馈效益高
- 五、GM-TCD模式的保障体系
 - 1、经营模式创新化
 - 2、融资机制多元化
 - 3、投资回馈现实化
 - 4、操作运营水平化
- 六、GM-TCD模式案例分析：大渡口区博物馆旅游开发
 - 1、大渡口博物馆旅游开发可行性
 - 2、大渡口建设GM-TCD的思路
 - 3、大渡口GM-TCD开发路径分析

第四部分 竞争格局分析

第十一章 博物馆行业区域市场分析

第一节 浙江省博物馆发展分析

一、浙江省博物馆发展状况

- 1、浙江省博物馆规模
- 2、浙江省不同性质博物馆组成
- 3、浙江省不同类型博物馆组成
- 4、浙江省博物馆从业人员情况

二、浙江省博物馆经营状况

- 1、浙江省博物馆财政拨款情况

- 2、浙江省博物馆旅游情况
- 3、浙江省博物馆运营分析
- 三、浙江省博物馆发展政策
- 四、浙江省博物馆免费开放的实践分析

第十二章 2015-2020年博物馆行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、博物馆行业竞争结构分析
- 二、博物馆行业博物馆竞争格局分析
- 三、博物馆行业集中度分析
- 四、博物馆行业SWOT分析

第二节 中国博物馆行业竞争形势综述

- 一、博物馆免费开放的竞争背景
 - 1、博物馆类别
 - 2、博物馆免费类别及影响
- 二、博物馆免费开放后的困境
 - 1、运营危机
 - 2、博物馆老化
 - 3、计划经济体制的痕迹
 - 4、资金匮乏
- 三、免费背景下博物馆竞争力提升分析
 - 1、公益性与经营性的理念相结合
 - 2、实行相对性免费的策略
 - 3、增强参与体验性设计
 - 4、融入人文色彩
 - 5、拓展文化产业链
 - 6、捕捉社会热点
 - 7、扩大资金来源渠道

第三节 2015-2020年博物馆市场竞争力策略分析

- 一、博物馆的外部竞争力
- 二、博物馆的服务竞争力
- 三、博物馆的内部竞争力

第十三章 2015-2020年博物馆行业领先企业经营形势分析

第一节 重点国有博物馆分析

一、北京故宫博物院

- 1、博物院基本情况
- 2、博物院机构设置
- 3、博物院建筑情况
- 4、博物院藏品情况
- 5、博物院展览与陈列情况
- 6、博物院数字信息平台建设
- 7、博物院运营收益模式
- 8、博物院特色活动

二、台北故宫博物院

- 1、博物院基本情况
- 2、博物院藏品情况
- 3、博物院十大国宝
- 4、博物院展览与陈列情况
- 5、博物院特色活动
- 6、博物院数字信息平台建设
- 7、博物院运营收益模式
- 8、博物院发展动态

三、南京博物院

- 1、博物院基本情况
- 2、博物院建筑风格
- 3、博物院藏品情况
- 4、博物院馆藏珍品
- 5、博物院展览与陈列情况
- 6、博物院数字信息平台建设
- 7、博物院运营收益模式
- 8、博物院特色活动

四、中国国家博物馆

- 1、博物馆基本情况

- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆运营收益模式
- 6、博物馆特色活动
- 7、博物馆发展动态
- 8、博物馆扩建及目标

五、天津自然博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆运营收益模式
- 6、博物馆参观游览分析
- 7、博物馆相关设施情况
- 8、博物馆发展动态

六、陕西历史博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆机构设置
- 6、博物馆特色活动
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆最新动向

七、上海自然博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆机构设置

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

八、安徽省博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

3、博物馆展览与陈列情况

4、博物馆数字信息平台建设

5、博物馆综合特点

6、博物馆科研成果

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

九、山东省博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆机构设置

3、博物馆藏品情况

4、博物馆展览与陈列情况

5、博物馆特色活动

6、博物馆数字信息平台建设

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

十、中国地质博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

3、博物馆馆藏精品

4、博物馆展览与陈列情况

5、博物馆特色活动

6、博物馆数字信息平台建设

7、博物馆科研科普

8、博物馆运营收益模式

十一、四川省博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆参观展览
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

十二、河北省博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆机构设置
- 3、博物馆办馆规模
- 4、博物馆藏品情况
- 5、博物馆展览与陈列情况
- 6、博物馆数字信息平台建设
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展规划

十三、广东省博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆服务设施
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

十四、湖北省博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆机构设置
- 3、博物馆藏品情况
- 4、博物馆展览与陈列情况
- 5、博物馆运营收益模式
- 6、博物馆数字信息平台建设
- 7、博物馆服务设施

8、博物馆发展动态

十五、河南博物院

- 1、博物院基本情况
- 2、博物院藏品情况
- 3、博物院馆藏精品
- 4、博物院展览陈列情况
- 5、博物院特色活动
- 6、博物院数字信息平台建设
- 7、博物院运营收益模式
- 8、博物院参观游览

十六、湖南省博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆机构设置
- 3、博物馆藏品情况
- 4、博物馆展览与陈列情况
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆数字信息平台建设
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆新馆建设分析

十七、黑龙江省博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆服务项目
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

十八、天津市历史博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况

- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆参观游览
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

十九、重庆中国三峡博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆结构布局
- 3、博物馆藏品情况
- 4、博物馆展览与陈列情况
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆数字信息平台建设
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆开放情况

二十、南京市博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆数字信息平台建设
- 5、博物馆特色活动
- 6、博物馆服务项目
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

第二节 重点民办博物馆分析

一、北京观复博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆网站建设情况
- 6、博物馆参观游览
- 7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

二、中国紫檀博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

3、博物馆展览与陈列情况

4、博物馆特色活动

5、博物馆建设规模

6、博物馆服务中心

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

三、中国建筑陶瓷博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆特色分析

3、博物馆藏品情况

4、博物馆展览与陈列情况

5、博物馆特色活动

6、博物馆参观游览

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

四、北京晋商博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

3、博物馆馆藏珍品

4、博物馆展览与陈列情况

5、博物馆特色活动

6、博物馆文化内涵及价值

7、博物馆运营收益模式

8、博物馆发展动态

五、兰州彩陶艺术博物馆

1、博物馆基本情况

2、博物馆藏品情况

3、博物馆展览与陈列情况

- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆特色研究
- 6、博物馆服务项目
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

六、上海民生现代美术馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆合作交流
- 6、博物馆教育活动
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

七、内蒙古明博草原文化博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆建设情况
- 6、博物馆机构设置
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

八、湖南省开元博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆特色展馆
- 6、博物馆运营收益模式
- 7、博物馆发展动态
- 8、博物馆发展规划

九、绍兴越国文化博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆藏品情况
- 3、博物馆展览与陈列情况
- 4、博物馆特色活动
- 5、博物馆建设布局
- 6、博物馆科研成果
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

十、成都华通博物馆

- 1、博物馆基本情况
- 2、博物馆机构设置
- 3、博物馆藏品情况
- 4、博物馆展览与陈列情况
- 5、博物馆特色活
- 6、博物馆研究中心
- 7、博物馆运营收益模式
- 8、博物馆发展动态

第五部分 发展前景展望

第十四章 2015-2020年博物馆发展前景预测

第一节 影响博物馆发展的因素分析

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第二节 “十二五”博物馆发展规划分析

- 一、“十一五”博物馆发展成就
- 二、“十二五”博物馆发展战略
- 三、“十二五”博物馆发展目标
- 四、“十二五”博物馆主要任务
- 五、“十二五”博物馆重大工程

第三节 2015-2020年博物馆发展前景预测

- 一、博物馆发展前景预测

二、新建博物馆发展前景预测

三、数字博物馆发展前景预测

第十五章 2015-2020年博物馆发展趋势预测

第一节 博物馆的制度创新

一、机构设置调整

二、人事制度调整

三、分配制度调整

第二节 博物馆的服务提升

一、营造人性化的展览氛围

二、将服务范围延伸到社会

三、融入社会贴近群众

第三节 博物馆的市场取向

一、注重市场调研

二、重视市场营销

三、挖掘市场潜力

第四节 2015-2020年博物馆发展趋势预测

一、博物馆数量和质量同步提升

二、专题类博物馆不断发展

三、新博物馆偏向公共服务功能

四、充分利用老建筑和地下空间

第六部分 发展战略研究

第十六章 2015-2020年博物馆行业面临的困境及对策

第一节 2014年博物馆行业面临的困境

一、博物馆行业管理困境

二、博物馆馆藏文物数量困境

三、博物馆文史研究水平困境

第二节 博物馆个体面临的困境及对策

一、一般博物馆面临的困境及对策

二、民办博物馆发展困境及策略分析

第三节 中国博物馆市场发展面临的挑战与对策

- 一、博物馆免费开放的挑战与对策
 - 二、博物馆藏品的管理挑战与对策
 - 三、博物馆旅游产品开发的挑战与对策
 - 四、中国企业博物馆建设的挑战与对策
 - 五、中小型博物馆的挑战与建议
 - 六、博物馆可持续发展的挑战与对策
- 第四节 中国各类型博物馆发展面临的挑战与对策

- 一、民族博物馆发展面临的挑战与对策
- 二、科技博物馆发展面临的挑战与对策
- 三、武术博物馆发展面临的挑战与对策

第五节 中国博物馆文化产业发展策略

- 一、变资源优势为文化产业优势
- 二、学习国外经验
- 三、发挥自身优势
- 四、开发文化产品
- 五、加强文物博物馆信息化建设

第十七章 博物馆行业案例分析研究

第一节 国外博物馆经营案例分析

- 一、大英博物馆经营之道
- 二、卢浮宫经营之道
- 三、芬兰国家博物馆经营之道
- 四、大都会博物馆经营之道

第二节 国内博物馆经营案例分析

- 一、观复博物馆介绍
- 二、观复博物馆品牌分析
- 三、观复博物馆资金来源
- 四、观复博物馆问题分析
- 五、观复博物馆经营模式分析

第三节 博物馆其他案例分析

- 一、江西博物馆旅游开发案例分析
- 二、晋江市博物馆群建设案例分析

三、苏州博物馆建筑设计案例分析

四、博物馆市场细分与市场组合策略案例

第十八章 博物馆行业发展战略研究

第一节 博物馆建设投资分析

一、博物馆建设条件

- 1、丰富的藏品
- 2、硬件设施条件
- 3、研究条件
- 4、人才队伍

二、博物馆建筑的选址与环境

- 1、馆址选择的实质
- 2、馆址选择的环境地段
- 3、馆址选择的最佳环境

三、博物馆地下空间的利用

- 1、博物馆地下空间的利用模式
- 2、博物馆利用地下空间的技术优势
- 3、博物馆地下空间利用的展望

四、数字化博物馆的建设

- 1、建设数字化博物馆的基本条件
- 2、数字化博物馆应用信息系统
- 3、数字博物馆与实体博物馆的关系
- 4、建立数字博物馆面临的挑战及对策

五、博物馆投资分析

- 1、博物馆投资动态
- 2、博物馆投资机会分析
- 3、博物馆投资风险揭示
- 4、博物馆投资策略

六、博物馆融资方式

- 1、政府资本
- 2、私人资本
- 3、企业资本

4、其他融资方式

第二节 博物馆展览与陈列

- 一、博物馆展览与陈列的发展状况
- 二、上海世博会特色展馆陈列展示艺术
- 三、现代博物馆的主动展示

第三节 博物馆市场开发

- 一、博物馆市场营销现状
- 二、制约博物馆市场营销的因素分析
 - 1、宏观管理体制障碍
 - 2、博物馆内部组织结构障碍
 - 3、对博物馆属性和市场营销的认识性障碍

三、会员制市场开发

- 1、会员制简介
- 2、博物馆实施会员制的意义
- 3、博物馆会员顾客利益体现
- 4、美国老史德桥村博物馆

第四节 博物馆经营分析

- 一、博物馆经费来源
- 二、博物馆收费情况
- 三、博物馆旅游开发分析

第五节 博物馆外联工作的开展

- 一、博物馆外联工作的重要性及意义
- 二、吉林市博物馆外联工作的创新参考
- 三、吉林市博物馆外联工作的基本经验

第六节 博物馆免费开放影响分析

- 一、博物馆免费开放政策解读
- 二、博物馆免费开放的意义
- 三、博物馆免费开放数量
- 四、博物馆免费开放面临的问题
- 五、博物馆免费开放后的应对措施
- 六、国有博物馆免费开放对民营博物馆的冲击

第七节 基于业务流程重组的博物馆服务创新（ZYPXS）

- 一、规划与设计创新
- 二、管理创新
- 三、营销与经营管理创新
- 四、门票创新
- 五、馆员创新
- 六、解说创新
- 七、陈列创新
- 八、数字化和信息化创新

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/998477EP03.html>