

# 2015-2020年中国科技馆行业 发展现状及前景战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国科技馆行业发展现状及前景战略咨询报告》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/qiyeguanli/B88477ZRAD.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 科技馆行业发展综述 1

第一节 科技馆界定 1

一、科技馆定义 1

二、科技馆分类 1

三、科技馆功能 2

第二节 中国科技馆的作用 2

第三节 科技馆与城市文化建设发展综述 4

一、城市文化的内涵 4

二、科技馆与城市文化建设的关系 5

三、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用 7

四、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用 10

五、科技馆的发展思路 12

第四节 科技馆市场特征分析 13

一、科技馆的科普供给机制与市场经营 13

二、产业关联度 17

三、影响需求的关键因素 18

四、科技馆的作用被大大忽视了 24

第二章 全球科技馆发展分析 27

第一节 世界科技馆发展分析 27

一、2012-2014年全球科技馆市场发展现状 27

二、2012-2014年全球科技馆市场发展特点 30

三、2015-2020年全球科技馆市场发展前景预测 33

第二节 全球主要国家科技馆市场分析 35

一、国外典型科技馆简介 35

1、西欧科技馆 35

2、北美洲科技馆 37

二、亚洲发达国家科技馆 38

- 1、日本 38
- 2、亚洲其他国家和地区的科技馆 39
- 三、美国科技馆馆考察报告 39

### 第三章 中国科技馆市场发展环境分析 45

#### 第一节 2012-2014年全球环境分析 45

- 一、经济环境分析 45
- 二、社会环境分析 54
- 三、政策环境分析 57

#### 第二节 2012-2014年中国经济环境分析 60

##### 一、宏观经济形势分析 60

- 1、2014年中国GDP总量 60
- 2、农业生产再获丰收 61
- 3、工业生产增势平稳 61
- 4、固定资产投资较快增长 62
- 5、市场销售平稳增长 64
- 6、进出口增长有所回升 64
- 7、居民消费价格基本稳定 65
- 8、居民收入继续增加 65
- 9、货币信贷平稳增长 67
- 10、人口就业总体平稳 67

##### 二、宏观经济环境对行业的影响 70

#### 第三节 2012-2014年中国科技馆政策环境分析 74

- 一、与科技馆相关的监管机构 74
- 二、与科技馆相关的政策法规 74
- 三、与科技馆相关的法律法规 86

#### 第四节 2012-2014年中国科技馆社会环境分析 87

- 一、人口环境分析 87
- 二、教育情况分析 89
- 三、教学质量分析 92
- 三、文化环境分析 121
- 四、政策环境分析 123

- 五、生态环境分析 127
- 六、中国城镇化率 129
- 七、居民消费观念和习惯分析 131

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 我国科技馆运行现状分析 140

#### 第一节 我国科技馆发展状况分析 140

- 一、我国科技类博物馆发展的现状分析和问题思考 140
- 二、科技馆常规展览设计 148
- 三、新时期我国科技馆发展对策研究 149
- 四、关于科技馆发展趋势和特点的思考 150
- 五、坚持稳定的管理体制积极探索灵活的管理机制 155
- 六、关于科技馆项目规划与选址 156

#### 第二节 科技馆发展现状 158

- 一、我国科技馆现状 158
- 二、现状和主要问题 159
- 三、全国各级科技馆达标及功能实现情况 161
- 四、我国科技馆进一步发展的政策建议 163

#### 第三节 我国科技馆市场门票价格走势分析 165

- 一、科技馆门票的定义与功用 165
- 二、科技馆门票的价格 165
- 三、科技馆门票的订价政策 167

#### 第四节 2013年对科技馆品牌市场化运作的思考 167

- 一、2013年对科技馆品牌市场化运作的思考 167
- 二、如何提高民众参观量 168
- 三、如何增强科技馆服务内涵 169
- 四、办好科技馆的办法 170

### 第五章 我国科技馆整体运行指标分析 172

#### 第一节 2012-2014年中国科技馆总体规模分析 172

- 一、科技馆人员规模状况分析 172
- 二、科技馆数量分析 172

- 三、科技馆建筑面积和展厅面积分析 172
- 五、科技馆参观人数分析 172
- 六、科技馆科普经费筹集额分析 172
- 第二节 2012-2014年科技馆经营特点分析 173
  - 一、地区科普发展仍不平衡 173
  - 二、各部门分工协作态势明显 174
  - 三、县级单位担当科普工作主力军 175
- 第三节 2012-2014年中国科技馆经营情况分析 176
  - 一、我国科技馆总体运营情况分析 176
  - 二、科技馆总体情况分析 176
- 第四节 2012-2014年科技馆各地区科学普及基本情况统计 179

### 第三部分 市场全景调研

#### 第六章 2012-2014年我国科技馆市场需求形势分析 202

##### 第一节 2012-2014年科技馆产品分析 202

- 一、科技馆特色产品 202
- 二、科普场馆与设施 203

##### 第二节 2012-2014年科技馆细分需求市场分析 203

- 一、散客市场分析 203
- 二、我国散客市场的营销策略 204
- 二、教育市场分析 205
- 三、特殊群体市场分析 205
- 四、免费日市场分析 206
- 六、国外市场分析 210

#### 第七章 我国科技馆发展模式分析 217

##### 第一节 科技馆运作模式分析 217

- 一、科技馆内容建设框架 217
- 二、科技馆内容建设的表现形式 218
- 三、科技馆的运作模式 218
  - 1、政府主导模式 218
  - 2、社会力量参与模式 219

### 3、满足公众需求 219

#### 第二节 科技馆管理模式分析 219

##### 一、科技馆管理体制及面临的矛盾 219

###### 1、科技馆的公益性与经营性之间的矛盾 219

###### 2、科技馆运营管理机制与运营管理需求之间的矛盾 220

###### 3、科技馆人员素质的提升与科技快速发展之间的矛盾 220

##### 二、科技馆企业化管理模式分析 220

###### 1、科技馆企业化管理模式概述 220

###### 2、科技馆企业化管理模式关键点 220

#### 第三节 科技馆创新模式分析 221

##### 一、创新与科技馆建设 221

##### 二、特色与科学馆建设 223

## 第八章 中国数字科技馆建设模式分析 224

### 第一节 数字科技馆市场发展概况 224

#### 一、数字科技馆的定义 224

#### 二、数字科技馆的特点 225

#### 三、我国数字科技馆的发展现状 226

### 第二节 数字科技馆建设分析 228

#### 一、建立数字科技馆的意义 228

#### 二、数字科技馆的特征 229

#### 三、数字科技馆运营技术模式 230

#### 四、数字科技馆服务模式 231

#### 五、总结 232

### 第三节 北京石景山区科技馆数字娱乐规划 232

#### 一、规划背景 232

#### 二、现状与问题 233

#### 三、具体问题体现 233

#### 四、规划与发展建议 235

## 第四部分 竞争格局分析

### 第九章 科技馆产业发展地区比较 237

- 第一节 全国总体情况 237
  - 一、全国科技馆数量分析 237
  - 二、全国科技馆人员数量分析 237
  - 三、全国科技馆科普经费分析 237
  - 四、全国科技馆科普活动参观人数分析 238
- 第二节 全国各地区情况 238
  - 一、各地区科技馆数量分析 238
  - 二、科技馆人员数量分析 239
  - 三、2015-2020年各地区科技馆发展前景预测 240

## 第十章 中国科学技术普及概况 241

- 第一节 总体概况 241
- 第二节 公众科学素养 242
- 第三节 科普法规、政策与政府活动 243
- 第四节 科普场馆与设施 245
- 第五节 科普创作 246
- 第六节 科普图书 246
- 第七节 科普期刊 248
- 第八节 网络科普 249
- 第九节 科普影视 250
- 第十节 学校科普 251
- 第十一节 科学界的科普 252
- 第十二节 农村科普 253
- 第十三节 城市社区与企业科普 254
- 第十四节 科普理论研究 255

## 第十一章 国内领先科技馆竞争分析 257

- 第一节 中国科学技术馆 257
  - 一、机构发展概况 257
  - 二、主要功能 257
  - 三、机构展览与陈列情况 258
  - 四、场馆设置 261



五、机构建设情况分析 262

六、特效影院 265

第二节 广东科学中心 267

一、机构发展概况 267

二、建设历程 268

三、门票价格 270

四、常设展馆 270

五、展区 277

六、功能 277

第三节 上海科学技术馆 277

一、机构发展概况 277

二、机构特点分析 278

三、票价 279

四、章程 280

五、常设展区、展厅 283

第四节 重庆科学技术馆 294

一、机构发展概况 294

二、外观介绍 294

三、展示主题 295

四、机构展览与陈列情况 295

五、机构特色活动分析 298

六、机构建设情况分析 299

七、影院 300

八、门票价格 300

第五节 武汉科学技术馆 301

一、基本简介 301

二、机构发展概况 302

三、机构展览与陈列情况 302

第六节 湖南省科学技术馆 303

一、机构发展概况 303

二、机构展览与陈列情况 304

三、机构特色活动分析 305

#### 四、展馆意义 306

#### 第七节 黑龙江省科学技术馆 307

##### 一、机构发展概况 307

##### 二、机构展览与陈列情况 307

##### 三、机构特色活动分析 308

##### 四、收费及开放时间 308

#### 第八节 福建省科学技术馆 309

##### 一、机构发展概况 309

##### 二、主要任务 309

##### 三、荣誉称号 309

##### 四、机构建设情况分析 309

##### 五、科普活动 310

##### 六、服务功能 310

#### 第九节 江苏省科学技术馆 311

##### 一、机构发展概况 311

##### 二、机构展览与陈列情况 311

##### 三、机构建设情况分析 311

##### 四、功能与作用 312

### 第五部分 发展前景展望

#### 第十二章 2015-2020年科技馆发展趋势预测 314

##### 第一节 科技馆的管理运营及创新发展 314

##### 一、总体问题 314

##### 二、思考 314

##### 第二节 科技馆的服务提升 317

##### 一、营造人性化的展览氛围 317

##### 二、将服务范围延伸到社会 317

##### 三、总结 319

##### 第三节 2015-2020年科技馆发展趋势预测 320

##### 一、2015-2020年科技馆发展趋势分析 320

##### 二、2015-2020年科技馆总数量分析 320

##### 三、2015-2020年达标科技馆数量分析 321

- 四、2015-2020年达标科技馆数和人口总数之比 322
- 五、2015-2020年达标科技馆年接待观众数 322
- 五、2015-2020年达标科技馆观众数和人口总数之比 323
- 六、2015-2020年科技馆产业政策趋向 323
- 七、2015-2020年科技馆门票价格走势分析 324

### 第十三章 2015-2020年科技馆投资机会与风险 326

#### 第一节 科技馆投资效益分析 326

- 一、2012-2014年科技馆投资效益分析 326
- 二、2015-2020年科技馆投资效益分析 326

#### 第二节 影响科技馆发展的主要因素 326

- 一、2015-2020年影响科技馆运行的有利因素分析 326
- 二、2015-2020年影响科技馆运行的稳定因素分析 327
- 三、2015-2020年影响科技馆运行的不利因素分析 328
- 四、2015-2020年我国科技馆发展面临的挑战分析 328

## 第六部分 发展战略研究

### 第十四章 我国科技馆营销趋势及策略分析 330

#### 第一节 科技馆营销概述 330

- 一、科技馆营销定义 330
- 二、科技馆营销的必要性 330
- 三、科技馆营销方面存在的问题 332

#### 第二节 科技馆营销战略分析 333

- 一、展会营销 333
- 二、商品营销 335
- 三、品牌营销 336
- 四、关系营销 337
- 五、服务营销 338
- 六、教育营销 340
- 七、网络营销 342

#### 第三节 科技馆营销战术分析 343

- 一、当前科技馆在市场营销活动中的实施 343

二、主要有以下几种措施：	344
1、总体措施	344
2、关注科普受众付出的成本。	344
3、满足社会公众的科普需求。	346
4、为科普受众提供便利。	347
5、注重与社会公众的沟通。	347
6、使常设展览常展常新	348
第四节 科技馆营销形式及策略分析	351
一、科技馆网络营销概述及策略	351
二、科技馆微博营销概述及策略	353
三、科技馆体验式营销概述及策略	355
四、科技馆营销策略的实施及营销手段	355

## 第十五章 对科技馆发展战略研究 359

### 第一节 科技馆发展战略研究 359

- 一、战略综合规划 359
- 二、技术开发战略 361
- 三、业务组合战略 362
- 五、产业战略规划 363
- 六、营销品牌战略 363

### 第二节 对我国科技馆品牌的战略思考 364

- 一、企业品牌的重要性 364
- 二、科技馆实施品牌战略的有效作用 365
- 三、模仿创新 366

### 第三节 科技馆投资战略研究 376

- 一、2015-2020年科技馆投资战略 376
- 二、2015-2020年细分市场投资战略 377

### 第四节 研究结论 379

## 图表目录：

图表：科技类博物馆分类 2

图表：旧金山探索馆2001年财务数据摘要 41

图表：2012-2014年世界经济增长趋势 46

图表：2012-2014年世界贸易增长趋势 47

图表：2013-2014年主要发达经济体失业率 49

图表：2012-2014年主要经济体政府债务率 50

图表：2013-2014年国内生产总值累计同比增长速度 61

图表：2013-2014年规模以上工业增加值月度同比增长 62

图表：2013-2014年固定资产投资（不含农户）累计同比增速 64

图表：2013-2014年城镇居民人均可支配收入累计同比实际增长速度 66

图表：2013-2014年农村居民人均收入累计同比实际增长速度 66

图表：2013-2014年房地产开发投资累计同比增速 68

图表：2013-2014年社会消费品零售总额月度同比名义增速 68

图表：2013-2014年居民消费价格月度同比上涨情况 69

图表：2013-2014年工业生产者出厂价格月度同比涨跌情况 69

图表：2013-2014年人口及其自然增长率变化情况 70

图表：中国文化环境因素 121

图表：中国教育情况 122

图表：中国与国外(地区)科技类博物馆的数量与人口总数的比例表 143

图表：2013年不同行政级别城市科技馆拥有情况 159

图表：全国行政区划县以上单位分布情况 160

图表：不同级别行政单位拥有科技馆情况 160

图表：全国科技馆数量分布表 161

图表：全国达标科技馆分布情况 161

图表：中、日、美科技馆主要指标比较 162

图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布情况 177

图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布占比 177

图表：2013年科普专职人员 179

图表：2013年科普专职人员柱状图 180

图表：2013年科普兼职人员 180

图表：2013年科技馆数量 181

图表：2013年科技馆数量柱状图 181

图表：2013年科技馆建筑面积 181

图表：2013年科技馆建筑面积柱状图 182

图表：2013年科技馆展厅面积 182

图表：2013年科技馆展厅面积柱状图 182

图表：2013年科技馆当年参观人数 183

图表：2013年科技馆当年参观人数柱状图 183

图表：2013年年度科普经费筹集额 183

图表：2013年年度科普经费筹集额柱状图 184

图表：2013年科普图书出版种数 184

图表：2013年科普图书出版种数柱状图 184

图表：2013年出版总册数 185

图表：2013年出版总册数柱状图 185

图表：2013年科技活动周科普专题活动次数 185

图表：2013年科技活动周科普专题活动次数柱状图 186

图表：2013年参加人数 186

图表：2013年参加人数柱状图 186

图表：2013年科普专职人员 187

图表：2013年科普专职人员柱状图 187

图表：2013年科普兼职人员 187

图表：2013年科普兼职人员柱状图 188

图表：2013年科技馆数量 188

图表：2013年科技馆数量柱状图 188

图表：2013年科技馆建筑面积 189

图表：2013年科技馆建筑面积柱状图 189

图表：2013年科技馆展厅面积 189

图表：2013年科技馆展厅面积柱状图 190

图表：2013年科技馆当年参观人数 190

图表：2013年科技馆当年参观人数柱状图 190

图表：2013年年度科普经费筹集额 191

图表：2013年年度科普经费筹集额柱状图 191

图表：2013年科普图书出版种数 191

图表：2013年科普图书出版种数柱状图 192

图表：2013年科普图书出版总册数 192

图表：2013年科普图书出版总册数柱状图 192

图表：2013年科技活动周科普专题活动次数 193

图表：2013年科技活动周科普专题活动次数柱状图 193

图表：2013年科技活动周参加人数 193

图表：2013年科技活动周参加人数柱状图 194

图表：2013年科普专职人员 194

图表：2013年科普专职人员柱状图 194

图表：2013年科普兼职人员 195

图表：2013年科普兼职人员柱状图 195

图表：2013年科技馆数量 195

图表：2013年科技馆数量柱状图 196

图表：2013年科技馆建筑面积 196

图表：2013年科技馆建筑面积柱状图 196

图表：2013年科技馆建展厅面积 197

图表：2013年科技馆建展厅面积柱状图 197

图表：2013年科技馆当年参观人数 197

图表：2013年科技馆当年参观人数柱状图 198

图表：2013年年度科普经费筹集额 198

图表：2013年年度科普经费筹集额柱状图 198

图表：2013年科普图书出版种数 199

图表：2013年科普图书出版种柱状图 199

图表：2013年科普图书出版总册数 199

图表：2013年科普图书出版总册数柱状图 200

图表：2013年科普活动周科普专题活动次数 200

图表：2013年科普活动周科普专题活动次数柱状图 200

图表：2013年科普活动周参加人数 201

图表：2013年科普活动周参加人数柱状图 201

图表：2012年科学馆资金来源分析 237

图表：2012年科学馆资金来源分析 238

图表：2012年科技馆各地区数量 238

图表：2012年科技馆数量各地区市场份额占比 239

图表：2012年科技馆人员种类人数 239

图表：2012年科技馆人员种类柱状图 240

图表：2015-2020年中国科技馆总数量 320

图表：2015-2020年中国科技馆总数量柱状图 321

图表：2015-2020年中国达标科技馆数量 321

图表：2015-2020年中国达标科技馆数量柱状图 321

图表：2015-2020年（达标）科技馆数：人口总数 322

图表：2015-2020年达标科技馆年接待观众数 322

图表：2015-2020年中国达标科技馆年接待观众数柱状图 322

图表：2015-2020年达标科技馆观众数：人口总数 323

略.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/B88477ZRAD.html>