

# 2016-2022年中国博物馆市场 调查与行业竞争对手分析报告

## 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

《2016-2022年中国博物馆市场调查与行业竞争对手分析报告》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/I58532YECS.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

博物馆是征集、典藏、陈列和研究代表自然和人类文化遗产的实物的场所，并对那些有科学性、历史性或者艺术价值的物品进行分类，为公众提供知识、教育和欣赏的文化教育的机构、建筑物、地点或者社会公共机构。博物馆是非营利的永久性机构，对公众开放，为社会发展提供服务，以学习、教育、娱乐为目的。

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。2014年，我国博物馆机构总数为3658个，同比增长5.3%。

至“十三五”，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。

《2016-2022年中国博物馆市场调查与行业竞争对手分析报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，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，报告对中国博物馆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。

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

1、中国分类法

2、外国分类法

### 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

### 第一节 博物馆行业政治法律环境

#### 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

### 第二节 行业经济环境分析

#### 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

### 第三节 行业社会环境分析

#### 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

- 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

### 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、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
  - 1、市场化的运营理念和运作体系
  - 2、博物馆品牌意识与形象树立
  - 3、经营管理人才的引入
  - 4、独具特色的资金渠道
  - 5、各具特色的服务经营模式
- 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
  - 1、博物馆总体发展水平不能满足需求
  - 2、分布不平衡

### 3、缺乏统一的建设和用地标准

## 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

### 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

(一) 关于博物馆等公共事业单位免费开放后的现状研究

(二) 关于博物馆绩效评价必要性的研究

(三) 关于构建博物馆绩效评价模式的研究

### 二、博物馆免费开放后存在的问题

(一) 相关配套设施滞后

(二) 服务质量有待提升

(三) 专业技术人才“断层”

(四) 管理体制不健全

### 三、新形势下博物馆的功能定位

(一) 博物馆的基本功能

(二) 博物馆的延伸功能

(三) 博物馆的外缘功能

### 四、基于功能定位的博物馆免费开放绩效评价指标体系

(一) 指标设计

(二) 指标的评价与权重的确定

## 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、博物馆门票的订价分析

### 三、博物馆门票的订价政策

## 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

(一) 博物馆的商品属性

(二) 博物馆作为精神消费产业的资源属性

(三) 博物馆的商品生产者属性

### 二、博物馆的市场化运作的必然性

(一) 博物馆市场化运作是历史的必然

(二) 博物馆市场化运作是世界的潮流

### 三、博物馆市场化的对策建议

(一) 搞好博物馆的市场网络建设和市场推广

(二) 博物馆应以观众的需求为第一目标，不断实现展览创新

(三) 博物馆要实现职能的市场化，必须搞好内部组织结构的配套和运行机制的改革

## 第五章 我国文化行业整体运行指标分析

### 第一节 中国文化行业总体规模分析

一、机构和人员

二、公共文化服务体系

(一) 公共图书馆

(二) 群众文化机构

三、艺术创作演出

四、文化产业与文化科技

五、文化遗产保护

六、对外及对港澳台文化交流

### 第二节 中国文化行业经营规模分析

### 第三节 中国文化资金投入分析

## 第六章 2016-2022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、博物馆数量结构

三、博物馆分类

### 第二节 我国文化行业发展分析

一、文化产业发展分析

二、国家级非遗项目单位重新认定

### 第三节 博物馆网路营销分析

一、博物馆的中国时代

二、互联网：新世纪的热土

三、互联网时代的博物馆中国范式

## 四、博物馆的互联网营销

### 第四节 2016-2022年博物馆市场发展方向预测

## 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、博物馆行业营销的特点

##### 1、营销的根本目的差异

##### 2、营销的目标市场不同

##### 3、营销产品不同

#### 三、博物馆营销思路

##### 1、打好博物馆营销基础

##### 2、提高服务质量

##### 3、积极勇敢的宣传

### 第二节 博物馆行业品牌营销战略分析

#### 一、博物馆品牌营销的内涵和特点

#### 二、博物馆品牌营销与一般企业品牌营销的差别

#### 三、博物馆品牌营销的主要策略

##### (一) 独特的品牌定位

##### (二) 品牌视觉元素的设计

##### (三) 博物馆建筑的营造

##### (四) 品牌的宣传和推广

### 第三节 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

##### (一)、微博营销的起源

##### (二)、微博营销在中国的发展

##### (三)、微博营销的优、劣势

#### 三、博物馆体验式营销概述及策略

## 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
- 二、社会历史类博物馆特点分析
- 三、社会历史类博物馆文物陈列展览设计分析
- 四、2016-2022年社会历史类博物馆未来转向探讨
- 五、2016-2022年社会历史类博物馆可持续发展对策
  - (一) 强力拓展有形载体
  - (二) 大力强化服务社会功能
  - (三) 大兴产业发展之路
  - (四) 加强博物馆纪念品的开发

## 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
- 二、自然科学博物馆发展特点
  - 1、发展迅速
  - 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
- 三、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
- 四、2016-2022年自然科学博物馆发展对策建议

## 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
  - (一) 财税政策差异
  - (二) 经营权与所有权差异
- 二、国内民办博物馆的发展状况
  - (一) 民间收藏是我国民办博物馆发展的基础
  - (二) 收藏热促进我国民办博物馆的自发发展

(三) 政府管理促进我国民办博物馆的自觉发展

## 第二节 民办博物馆生存状态

### 一、民办博物馆发展障碍

- (一) 身份定位不明确
- (二) 缺乏法律和政策保障
- (三) 政府管理缺位
- (四) 发展思路不清晰

### 二、我国民办博物馆发展的对策建议

- (一) 政府应通过完善法规为民办博物馆发展提供政策保障
- (二) 政府应通过加强监管支持民办博物馆的发展
- (三) 民办博物馆应理清发展思路，创新发展模式

## 第三节 民办博物馆发展前景

# 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

### 二、博物馆旅游开发现状分析

- 1、博物馆数量持续增长，但高质量、博物馆不多
- 2、旅游目的地博物馆的种类比较单一，能满足当地游客需求的博物馆较少
- 3、我国博物馆展示内容和手法比较落后
- 4、博物馆经营者不注重博物馆产品的宣传、促销

### 三、国内外博物馆旅游发展差异

- 1、参与体验型和交互作用性的展示方式成为博物馆发展的主流
- 2、理性休闲观念的兴起

### 四、博物馆旅游发展策略分析

- 1、重视当地客源市场的消费需求，均衡布设博物馆的种类
- 2、转变博物馆工作人员的观念，将企业行销学的理念引入博物馆经营中
- 3、改进展示手法，增加服务项目，提高博物馆的综合效益
- 4、多方筹集资金，通过立法来鼓励和保证社会力量办馆

## 第二节 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

### 二、gm-tcd模式发展背景与结构

- 三、gm-tcd模式的形成机制
- 四、gm-tcd模式的表现特征
- 五、gm-tcd模式的保障体系

#### 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
- 二、浙江省博物馆经营状况
- 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

###### 第二节 山西省博物馆发展分析

- 一、山西省博物馆发展状况
- 二、山西省博物馆指导思想和基本原则
- 三、山西省博物馆发展主要任务
- 四、山西省博物馆重大工程分析

###### 第三节 江苏省博物馆发展分析

- 一、江苏省博物馆发展状况
- 二、江苏省博物馆发展的机遇与挑战分析
- 三、江苏省博物馆发展指导思想、基本原则
- 四、江苏省博物馆发展目标
- 五、江苏省博物馆发展主要任务
- 六、江苏省博物馆发展重大工程
- 七、江苏省博物馆发展保障措施分析
- 八、江苏省博物馆十三五规划实施

###### 第四节 陕西省博物馆发展分析

- 一、陕西省博物馆发展状况
- 二、陕西省博物馆经营状况
- 三、陕西省博物馆发展政策

###### 第五节 北京市博物馆发展分析

- 一、北京市博物馆发展状况
- 二、北京市博物馆经营状况

### 三、北京市博物馆发展政策

## 第六节 山东省博物馆发展分析

### 一、山东省博物馆发展状况

### 二、山东省博物馆经营状况

### 三、山东省博物馆发展政策

## 第十二章 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、博物馆产业化发展趋势分析

##### 1、国外博物馆运营情况

##### 2、我国博物馆产业化发展的必然选择

##### 3、我国博物馆产业经营的意义

#### 四、博物馆产业经营与管理

##### 1、产业经营形式

##### 2、产业管理模式

### 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

#### 二、博物馆免费开放后的困境

#### 三、免费背景下博物馆竞争力提升分析

## 第十三章 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

#### 二、台北故宫博物院

#### 三、南京博物院

#### 四、中国国家博物馆

#### 五、天津自然博物馆

#### 六、陕西历史博物馆

#### 七、上海自然博物馆

#### 八、安徽省博物馆

- 九、山东省博物馆
- 十、中国地质博物馆
- 十一、四川省博物馆
- 十二、河北省博物馆
- 十三、广东省博物馆
- 十四、湖北省博物馆
- 十五、河南博物院
- 十六、湖南省博物馆
- 十七、黑龙江省博物馆
- 十八、天津市历史博物馆
- 十九、重庆中国三峡博物馆
- 二十、南京市博物馆

## 第二节 重点民办博物馆分析

- 一、北京观复博物馆
- 二、中国紫檀博物馆
- 三、中国建筑陶瓷博物馆
- 四、北京晋商博物馆
- 五、兰州彩陶艺术博物馆
- 六、上海民生现代美术馆
- 七、内蒙古明博草原文化博物馆
- 八、湖南省开元博物馆
- 九、绍兴越国文化博物馆
- 十、成都华通博物馆

## 第五部分 发展前景展望

### 第十四章 2016-2022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 “十三五”博物馆发展规划分析

- 一、“十一五”博物馆发展成就
- 二、“十三五”博物馆发展战略

三、&ldquo;十三五&rdquo;博物馆发展目标

四、&ldquo;十三五&rdquo;博物馆主要任务

五、&ldquo;十三五&rdquo;博物馆重大工程

六、&ldquo;十三五&rdquo;博物馆保障实施

第三节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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

第六部分 发展战略研究

第十六章 2016-2022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、博物馆文化产业的构成不完善，产业链条不明晰。

二、缺乏博物馆经营人才

三、文化产业发展与博物馆整体运行机制问题。

## 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

## 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

## 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

## 第十八章 博物馆行业发展战略研究

### 第一节 博物馆展览与陈列

一、博物馆展览与陈列的发展状况

二、现代博物馆的主动展示

## 第二节 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

## 第三节 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、博物馆免费开放面临的问题

### 四、博物馆免费开放后的应对措施

## 第四节 基于业务流程重组的博物馆服务创新

### 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/I58532YECS.html>