2016-2022年中国博物馆市场专项调研与投资方向研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国博物馆市场专项调研与投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201601/384476.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

博物馆是一个地区在实际发展过程中较为具有历史文化内涵的公益性文化机构，其涵盖了地区亦或是某一领域发展的历史进程，是对该地区或领域综合发展与文明程度的集中性彰显。然而，当前我国对于博物馆事业经营管理的投入依然不足，相关文化事业的发展亦相对较为落后，很多博物馆周边的所谓文化产品都千篇一律、形式单一，难以与经济社会发展的步骤相适应，更不能满足普通群众对其的基本需求，再加之消费市场尚小，生产销售系统性不高的客观条件的限制，当前我国的博物馆在文化产业中的作用一直不能得到充分发挥。

2013年我国博物馆行业资产总额为548.6亿元，博物馆行业平均资产总额从2011年的829.5万元/家增长至2013年的1317.2万元/家，2014年我国博物馆行业资产总额在640.9亿元左右，平均资产约为1421万元。

2011-2014年我国博物馆行业资产总额统计图

数据来源：国家统计局

《2016-2022年中国博物馆市场专项调研与投资方向研究报告》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，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 1
第一章 博物馆行业发展综述 1
第一节 博物馆定义及分类 1
一、博物馆定义 1
二、博物馆分类 2
三、博物馆功能 3
第二节 民办博物馆定义 4
一、民办博物馆定义 4

二、著名的民办博物馆 4
第三节 个性博物馆综述 6
一、分手博物馆 6
二、信不信由你博物馆 7
三、棺材博物馆 7
四、厕所博物馆 8
五、假货博物馆 8
第四节 博物馆与城市文化建设发展综述 9
一、城市文化的内涵 9
二、博物馆与城市文化建设的关系 10
三、城市文化建设中博物馆的作用与建设 10
第五节 博物馆日发展综述 12
一、国际博物馆日概述 12
二、历年国际博物馆日主题 12
第二章 博物馆行业市场环境及影响分析（PEST） 14
第一节 博物馆行业政治法律环境（P） 14
一、行业管理体制分析 14
二、博物馆行业主要法律法规 14
三、民办博物馆行业主要政策 15
四、政策环境对行业的影响 16
第二节 行业经济环境分析（E） 17
一、宏观经济运行分析 17
二、文化产业运行分析 24
三、旅游产业运行分析 28
四、经济环境对行业的影响 32
第三节 行业社会环境分析（S） 32
一、收藏热 32
二、博物馆建设热 33
三、社会环境对行业的影响 33
第四节 行业技术环境分析（T） 34
一、博物馆藏品保护技术 34
二、博物馆信息化技术 34
三、博物馆陈列文物防震技术 35
四、技术环境对行业的影响 38
第三章 国际博物馆行业发展分析及经验借鉴 40

第一节 全球博物馆市场总体情况分析 40
一、全球博物馆发展历史综述 40
二、全球博物馆行业特征演变 48
三、全球博物馆行业分类分析 53
四、国内外数字博物馆发展现状 57
第二节 美国博物馆行业分析 63
一、美国博物馆行业现状 63
二、美国博物馆收藏特点 68
三、美国博物馆的公众定位和筹资模式借鉴 69
四、美国博物馆的经营定位和资金来源借鉴 77
五、美国私立博物馆的生存模式借鉴 81
第三节 欧洲博物馆行业分析 83
一、英国博物馆经营分析 83
二、法国博物馆经营启示 84
第四节 全球博物馆运营启示 90
一、商业平衡 90
二、企业支持 90
三、经营透明化 91
第五节 2016-2022年全球博物馆发展趋势 92
一、当代传统与博物馆分析 92
二、当代博物馆行为趋势 92
三、综合博物馆是发展方向 96
第二部分 行业深度分析 99
第四章 我国博物馆行业运行现状分析 99
第一节 我国博物馆行业发展状况分析 99
一、我国博物馆行业发展阶段 99
二、我国博物馆行业发展总体概况 99
三、我国博物馆行业发展特点分析 99
第二节 我国博物馆行业发展现状 100
一、我国博物馆行业市场规模 100
二、我国博物馆行业发展现状 101
三、我国博物馆业务活动分析 101
第三节 博物馆免费开放绩效评价指标体系分析 102
一、博物馆免费开放相关研究 102
二、博物馆免费开放后存在的问题 104

三、新形势下博物馆的功能定位 107
四、基于功能定位的博物馆免费开放绩效评价指标体系 112
第四节 博物馆市场门票价格走势分析 124
一、博物馆门票的定义与功用 124
二、博物馆收取门票的正当性 126
三、博物馆门票的订价分析 128
四、博物馆门票的订价政策 133
五、2016-2022年博物馆门票价格走势预测 135
第五节 博物馆市场化运作分析 135
一、博物馆市场化运作的基础条件 135
二、博物馆的市场化运作的必然性 137
三、博物馆市场化的对策建议 138
第五章 我国博物馆行业整体运行指标分析 143
第一节 中国博物馆行业总体规模分析 143
一、人员规模状况分析 143
二、行业资产规模分析 145
三、实际使用房屋建筑面积 146

2013年我国博物馆行业实际使用房屋建筑面积为1700万平方米，博物馆行业平均实际使用房屋建筑面积从2011年的3285平方米/家增长至2013年的4082平方米/家，2014年我国博物馆行业实际使用房屋建筑面积在1917万平方米左右，平均实际使用房屋建筑面积约为4250平方米。

2011-2014年我国博物馆实际使用房屋建筑面积统计图

数据来源：国家统计局

第二节 中国博物馆行业经营规模分析 146
一、文物藏品 146
二、从有关部门接收文物数 149
三、本年藏品征集数 149
四、本年修复文物数 150
五、考古发掘项目 152
六、举办陈列展览 152
七、参观人次 152
第三节 中国博物馆行业经营情况分析 153
一、我国博物馆行业收入合计 153
二、我国博物馆行业支出合计 154
第六章 2016-2022年我国博物馆市场供需形势分析 155

第一节 博物馆行业供给分析 155
一、全国博物馆数量 155

截至2014年底，我国已有博物馆4510家，比2013年增加了345家；全年接待观众数量超过7.18亿人次，同比增长19.7%。目前我国国有博物馆达3528家，非国有博物馆达982家。从2008年提出免费开放博物馆，到2013年底，全国已有2780家博物馆实现免费开放。

根据国家文物局年度博物馆年检备案情况，截至2014年底全国博物馆总数达到了4510家，比2013年度增加了345家，继续保持高速增长态势。

从博物馆举办主体看，国有博物馆3528家（国有文化文物部门所属2798家，国有其他部门所属730家），非国有博物馆982家。其中非国有博物馆增速尤为显著，比2013年度新增171家，所占比例由2013年的19.5%上升至21.8%。

从博物馆分类来看，综合类1743家，历史纪念类1840家，艺术类411家，自然科学类196家，专题类（含其他）320家，虽仍以综合类、历史类为主，但博物馆的体系结构正在逐步调整完善。

从各省、直辖市、自治区博物馆数量来看，我国博物馆区域分布集中度还不高，均在7%以下。根据博物馆专业标准，目前全国已经有10
个省和一个直辖市拥有功能基本完善的博物馆数量超过100个，分别是浙江省、广东省、江苏省、陕西省、河南省、四川省、北京市、山东省、福建省、湖北省和黑龙江省。西藏自治区仅有一个博物馆，其他省、直辖市和自治区博物馆数量均为两位数，甘肃省、山西省和安徽省博物院数量有望最快突破100 个。

2010-2014年全国博物馆数量增长分析

数据来源：国家文物局

二、国有博物馆数量 156
三、民办博物馆数量 157
第二节 博物馆市场需求分析 157
一、生理需求 157
二、安全需求 158
三、归属感需求 158
四、自我尊重需求 159
五、自我实现需求 160
第三节 博物馆需求市场分析 161
一、散客市场 161
二、教育市场 161
三、特殊群体市场 162
四、免费日市场 162
五、旅行社市场 162

六、国外市场 162
第四节 2016-2022年博物馆市场需求预测 163
一、博物馆的都市文化需求 163
二、博物馆的娱乐性需求 164
第七章 我国博物馆行业营销趋势及策略分析 165
第一节 博物馆行业营销概述 165
一、博物馆行业营销定义 165
二、博物馆行业营销的必要性 166
三、博物馆行业营销的特点 166
四、博物馆行业营销的障碍 169
第二节 博物馆行业营销战略分析 173
一、展览营销 173
二、商品营销 175
三、品牌营销 177
四、关系营销 178
五、服务营销 178
六、教育营销 178
七、网络营销 179
第三节 博物馆行业营销战术分析 182
一、定位清晰分明，个性独树一帜 182
二、受众明确，形式多样 182
三、把握时间节点，以活动促进参观客流 183
四、小型活动常态化，大型活动固定化 183
五、通过活动培育忠实观众 184
六、有效利用媒体资源，多渠道发布活动信息 184
七、充分利用社会热点 185
第四节 博物馆行业营销形式及策略分析 185
一、博物馆网络营销概述及策略 185
二、博物馆微博营销概述及策略 186
三、博物馆体验式营销概述及策略 187
四、博物馆服务营销概述及策略 189
五、博物馆文化产品营销概述及策略 193
第三部分 市场全景调研 197
第八章 我国博物馆细分市场分析及预测 197
第一节 社会历史类博物馆市场分析预测 197

一、社会历史类博物馆分类 197
1、历史考古博物馆 197
2、革命史博物馆 197
3、纪念类博物馆 198
4、民族、民俗博物馆 198
二、社会历史类博物馆特点分析 198
1、社会历史类博物馆展览陈列特点 198
2、革命历史类博物馆展览陈列特点 199
三、社会历史类博物馆文物陈列展览设计分析 201
1、社会历史类博物馆陈列的主题思想 201
2、历史类博物馆陈列展览文物、展品及组合 203
3、辅助展品 204
4、文物、辅助展品及其组合 205
四、2016-2022年社会历史类博物馆未来转向探讨 206
1、当代历史类博物馆的特性认定 206
2、当代历史类博物馆的陈列水平 206
3、当代历史类博物馆的研究状况 207
4、当代历史类博物馆的转向因素 208
5、当代历史类博物馆的迫切任务 208
五、2016-2022年社会历史类博物馆可持续发展对策 209
1、社会历史类博物馆可持续发展的制约因素 209
2、社会历史类博物馆可持续发展的发展对策 211
第二节 自然科学博物馆市场分析预测 212
一、自然科学博物馆分类 212
1、自然博物馆 212
2、科学技术博物馆 212
二、自然科学博物馆发展分析 212
1、自然科学博物馆发展历程 212
2、自然科学博物馆增长分析及预测 214
3、自然科学博物馆陈列的主题思想 214
4、自然科学博物馆创意陈列策略 216
三、自然科学博物馆发展特点 217
1、发展迅速 217
2、办馆主体多样 218
3、引进和实践新观念 218

4、开门办馆 219
5、吸纳志愿者服务 219
6、国际交往增多 219
四、自然科学博物馆发展问题 220
1、创新意识不够 220
2、人才培养短缺 220
3、行业领导薄弱 220
五、2016-2022年自然科学博物馆发展对策建议 221
1、改革管理体制 221
2、加强资源整合 221
3、利用社会资源 222
4、以受众为中心 222
六、2016-2022年自然科学博物馆数字化信息体系构建 223
1、基于规范和高效管理的信息化建设 223
2、基于场馆展品展示讲解服务的信息化建设 224
3、基于场馆信息门户、数字馆及共享平台的信息化建设 225
4、科技场馆的三网融合信息化建设 227
第三节 文化艺术类博物馆市场分析预测 228
一、文化艺术类博物馆发展概述 228
1、文化艺术类博物馆发展概述 228
2、文化艺术类博物馆发展变化 229
二、文化艺术类博物馆展览陈列分析 231
1、展览陈列方式分类 231
2、展览陈列的问题 232
3、营造氛围的意义 232
4、营造氛围的原则 233
5、营造氛围的手法策略 233
三、2016-2022年文化艺术类博物馆未来发展建议 234
1、培养专业人才 234
2、合法收藏 234
3、保护藏品 235
4、整体展示 235
5、鼓励捐赠 235
6、促进公众参与 236
7、公平监管 236

8、透明化管理 237
9、专业规划 237
第九章 我国民办博物馆行业运行现状分析 238
第一节 民办博物馆发展现状 238
一、国外民办博物馆的发展状况 238
二、国内民办博物馆的发展状况 238
1、民办博物馆总体规模分析 238
2、民办博物馆建馆形式 239
3、民办博物馆地位分析 240
4、扶持民办博物馆发展的政策 240
第二节 民办博物馆生存状态 242
一、民办博物馆经营现状分析 242
二、私人投资博物馆初衷分析 243
三、民办博物馆经费来源 244
四、民办博物馆发展障碍 246
第三节 民办博物馆发展前景 248
一、民办博物馆发展趋势 248
二、民办博物馆发展前景预测 249
第十章 我国博物馆旅游市场运行现状分析 251
第一节 博物馆旅游市场发展现状 251
一、博物馆旅游发展背景分析 251
1、旅游业发展呈现新趋势 251
2、博物馆公益性开放新要求 251
3、休闲体验时代的来临 252
4、博物馆旅游开发需求迫切 252
二、博物馆旅游开发现状分析 253
1、博物馆旅游开发现状 253
2、博物馆旅游开发主要问题 253
3、博物馆旅游开发问题的原因 255
三、国内外博物馆旅游发展差异 256
1、博物馆管理对比 256
2、经费来源对比 259
3、服务对比 260
四、博物馆旅游发展潜力与趋势 261
1、博物馆旅游发展潜力 261

2、博物馆旅游发展趋势 261
第二节 博物馆旅游者特征及市场细分 262
一、博物馆旅游者特征分析 262
1、地域结构特征 262
2、年龄特征 263
3、职业特征 264
4、受教育程度 265
5、收入水平 266
二、博物馆旅游者需求偏好分析 266
1、出游时间 266
2、出游方式 267
3、出游动机 267
4、旅游类型偏好 268
5、媒介途径的选择 268
三、博物馆旅游者消费行为及满意度 269
1、消费支出 269
2、逗留时间 269
3、感受及满意度 270
四、博物馆旅游市场细分研究 270
1、旅游者市场细分 270
2、等级市场细分 272
3、市场开发格局 272
第三节 博物馆旅游创新开发模式与产品开发策略 273
一、适应新市场需求的功能转型 273
1、服务对象的转变 273
2、角色定位的转变 273
3、功能的叠加 274
二、博物馆旅游产品及其特点 274
1、博物馆旅游产品定义 274
2、博物馆旅游产品构成 275
3、博物馆旅游产品类型 276
4、博物馆旅游产品特点 278
三、博物馆旅游产品生命周期 278
1、产品生命周期分析 278
2、产品生命周期特点 279

3、产品生产周期小结 280
四、博物馆旅游产品开发理念 281
1、文化理念 281
2、休闲理念 281
3、体验理念 281
4、品牌化理念 282
五、博物馆旅游创新开发模式分析 282
1、旅游体验模式 282
（1）展示方式体验化 282
（2）体验氛围的营造 283
（3）举办大型展览或巡展 284
（4）增设人性化服务设施 284
（5）增设体验项目 285
2、旅游要素整合模式 285
（1）博物馆+景区模式 285
（2）博物馆+酒店模式 286
（3）博物馆主题商场 287
3、业务拓展模式 287
（1）博物馆餐饮开发 287
（2）博物馆购品开发 288
（3）博物馆修学产品开发 289
（4）博物馆住宿开发 290
六、博物馆体验型旅游产品开发与设计对策 291
1、博物馆旅游的体验分析 291
（1）博物馆旅游体验特点 291
（2）不同类型博物馆旅游体验分析 291
（3）博物馆旅游体验实现方式 291
2、体验型旅游产品概述 293
（1）体验型旅游产品概念 293
（2）体验型旅游产品特点 293
（3）与一般旅游产品类型上的联系 294
（4）与一般旅游产品开发上的联系 295
3、博物馆体验型旅游产品开发原则 296
（1）主题性原则 296
（2）多样性原则 296

（3）参与性原则 297
（4）深刻性原则 297
（5）系统性原则 297
4、博物馆体验型旅游产品设计方法 298
（1）体验环境分析 298
（2）游客体验需求分析 298
（3）体验主题的分析 298
（4）体验主题的实现 299
（5）体验氛围的营造 299
（6）体验的可持续性 300
5、旅游产品开发的分析与评价方法 300
6、博物馆体验型旅游产品开发对策 301
第四节 大博物馆旅游综合体开发（GM-TCD）模式分析 302
一、大博物馆理念的内涵与特征 302
1、大博物馆理念的产生与发展 302
2、大博物馆理念的内涵 303
3、大博物馆的主要特征 304
4、与传统博物馆、生态博物馆比较 305
5、在博物馆旅游开发中的应用评价 307
二、GM-TCD模式发展背景与结构 308
1、GM-TCD模式的基本含义 308
2、GM-TCD模式的发展背景 309
3、GM-TCD模式的基本结构 310
4、GM-TCD模式的结构功能 313
三、GM-TCD模式的形成机制 314
1、博物馆主题旅游区塑造 314
2、博物馆、地方政府与开发商三方合作 315
3、博物馆与旅游业联合发展 315
4、公共产品与私人商品组合开发 315
四、GM-TCD模式的表现特征 316
1、围绕特定文化主题，提供多种产品 316
2、休闲功能成主导，面向市场多元化 316
3、资金依赖性强，投资回馈效益高 317
五、GM-TCD模式的保障体系 317
1、经营模式创新化 317

2、融资机制多元化 317
3、投资回馈现实化 318
4、操作运营水平化 318
六、GM-TCD模式案例分析：大渡口区博物馆旅游开发 319
1、大渡口博物馆旅游开发可行性 319
2、大渡口建设GM-TCD的思路 322
3、大渡口GM-TCD开发路径分析 323
第四部分 竞争格局分析 331
第十一章 博物馆行业区域市场分析 331
第一节 浙江省博物馆发展分析 331
一、浙江省博物馆发展状况 331
1、浙江省博物馆规模 331
2、浙江省不同性质博物馆组成 332
3、浙江省不同类型博物馆组成 332
4、浙江省博物馆从业人员情况 333
二、浙江省博物馆经营状况 333
1、浙江省博物馆财政拨款情况 333
2、浙江省博物馆旅游情况 334
3、浙江省博物馆运营分析 334
三、浙江省博物馆发展政策 335
四、浙江省博物馆免费开放的实践分析 337
第十二章 2016-2022年博物馆行业竞争形势及策略 342
第一节 行业总体市场竞争状况分析 342
一、博物馆行业竞争结构分析 342
二、博物馆行业博物馆竞争格局分析 343
三、博物馆行业集中度分析 344
四、博物馆行业SWOT分析 345
第二节 中国博物馆行业竞争形势综述 348
一、博物馆免费开放的竞争背景 348
1、博物馆类别 348
2、博物馆免费类别及影响 348
二、博物馆免费开放后的困境 349
1、运营危机 349
2、博物馆老化 349
3、计划经济体制的痕迹 349

4、资金匮乏 349
三、免费背景下博物馆竞争力提升分析 350
1、公益性与经营性的理念相结合 350
2、实行相对性免费的策略 350
3、增强参与体验性设计 351
4、融入人文色彩 351
5、拓展文化产业链 352
6、捕捉社会热点 352
7、扩大资金来源渠道 352
第三节 2016-2022年博物馆市场竞争力策略分析 353
一、博物馆的外部竞争力 353
二、博物馆的服务竞争力 355
三、博物馆的内部竞争力 357
第十三章 2016-2022年博物馆行业领先企业经营形势分析 359
第一节 重点国有博物馆分析 359
一、北京故宫博物院 359
1、博物院基本情况 359
2、博物院机构设置 360
3、博物院建筑情况 361
4、博物院藏品情况 362
5、博物院展览与陈列情况 367
6、博物院数字信息平台建设 370
7、博物院运营收益模式 371
8、博物院特色活动 374
二、台北故宫博物院 376
1、博物院基本情况 376
2、博物院藏品情况 376
3、博物院十大国宝 378
4、博物院展览与陈列情况 390
5、博物院特色活动 390
6、博物院数字信息平台建设 391
7、博物院运营收益模式 392
8、博物院发展动态 392
三、南京博物院 393
1、博物院基本情况 393

2、博物院建筑风格 394
3、博物院藏品情况 395
4、博物院馆藏珍品 396
5、博物院展览与陈列情况 396
6、博物院数字信息平台建设 397
7、博物院运营收益模式 398
8、博物院特色活动 399
四、中国国家博物馆 400
1、博物馆基本情况 400
2、博物馆藏品情况 401
3、博物馆展览与陈列情况 401
4、博物馆数字信息平台建设 402
5、博物馆运营收益模式 402
6、博物馆特色活动 403
7、博物馆发展动态 403
8、博物馆扩建及目标 405
五、天津自然博物馆 406
1、博物馆基本情况 406
2、博物馆藏品情况 406
3、博物馆展览与陈列情况 409
4、博物馆数字信息平台建设 411
5、博物馆运营收益模式 412
6、博物馆参观游览分析 413
7、博物馆相关设施情况 415
8、博物馆发展动态 416
六、陕西历史博物馆 417
1、博物馆基本情况 417
2、博物馆藏品情况 418
3、博物馆展览与陈列情况 420
4、博物馆数字信息平台建设 422
5、博物馆机构设置 422
6、博物馆特色活动 423
7、博物馆运营收益模式 424
8、博物馆最新动向 424
七、上海自然博物馆 426

1、博物馆基本情况 426
2、博物馆藏品情况 427
3、博物馆展览与陈列情况 428
4、博物馆数字信息平台建设 429
5、博物馆特色活动 430
6、博物馆机构设置 431
7、博物馆运营收益模式 431
8、博物馆发展动态 433
八、安徽省博物馆 433
1、博物馆基本情况 433
2、博物馆藏品情况 434
3、博物馆展览与陈列情况 434
4、博物馆数字信息平台建设 436
5、博物馆综合特点 437
6、博物馆科研成果 438
7、博物馆运营收益模式 439
8、博物馆发展动态 440
九、山东省博物馆 441
1、博物馆基本情况 441
2、博物馆机构设置 443
3、博物馆藏品情况 443
4、博物馆展览与陈列情况 444
5、博物馆特色活动 447
6、博物馆数字信息平台建设 447
7、博物馆运营收益模式 448
8、博物馆发展动态 449
十、中国地质博物馆 449
1、博物馆基本情况 449
2、博物馆藏品情况 450
3、博物馆馆藏精品 451
4、博物馆展览与陈列情况 453
5、博物馆特色活动 457
6、博物馆数字信息平台建设 458
7、博物馆科研科普 459
8、博物馆运营收益模式 460

十一、四川省博物馆 461
1、博物馆基本情况 461
2、博物馆藏品情况 461
3、博物馆展览与陈列情况 465
4、博物馆数字信息平台建设 466
5、博物馆特色活动 467
6、博物馆参观展览 467
7、博物馆运营收益模式 469
8、博物馆发展动态 469
十二、河北省博物馆 470
1、博物馆基本情况 470
2、博物馆机构设置 471
3、博物馆办馆规模 471
4、博物馆藏品情况 472
5、博物馆展览与陈列情况 473
6、博物馆数字信息平台建设 473
7、博物馆运营收益模式 473
8、博物馆发展规划 474
十三、广东省博物馆 474
1、博物馆基本情况 474
2、博物馆藏品情况 475
3、博物馆展览与陈列情况 478
4、博物馆数字信息平台建设 482
5、博物馆特色活动 483
6、博物馆服务设施 483
7、博物馆运营收益模式 483
8、博物馆发展动态 484
十四、湖北省博物馆 484
1、博物馆基本情况 484
2、博物馆机构设置 485
3、博物馆藏品情况 485
4、博物馆展览与陈列情况 486
5、博物馆运营收益模式 486
6、博物馆数字信息平台建设 486
7、博物馆服务设施 487

8、博物馆发展动态 487
十五、河南博物院 488
1、博物院基本情况 488
2、博物院藏品情况 488
3、博物院馆藏精品 489
4、博物院展览陈列情况 496
5、博物院特色活动 497
6、博物院数字信息平台建设 498
7、博物院运营收益模式 498
8、博物院参观游览 499
十六、湖南省博物馆 500
1、博物馆基本情况 500
2、博物馆机构设置 500
3、博物馆藏品情况 503
4、博物馆展览与陈列情况 503
5、博物馆特色活动 503
6、博物馆数字信息平台建设 504
7、博物馆运营收益模式 504
8、博物馆新馆建设分析 505
十七、黑龙江省博物馆 506
1、博物馆基本情况 506
2、博物馆藏品情况 507
3、博物馆展览与陈列情况 508
4、博物馆数字信息平台建设 508
5、博物馆特色活动 508
6、博物馆服务项目 509
7、博物馆运营收益模式 509
8、博物馆发展动态 509
十八、天津市历史博物馆 510
1、博物馆基本情况 510
2、博物馆藏品情况 510
3、博物馆展览与陈列情况 511
4、博物馆数字信息平台建设 511
5、博物馆特色活动 511
6、博物馆参观游览 512

7、博物馆运营收益模式 512
8、博物馆发展动态 512
十九、重庆中国三峡博物馆 513
1、博物馆基本情况 513
2、博物馆结构布局 513
3、博物馆藏品情况 515
4、博物馆展览与陈列情况 515
5、博物馆特色活动 517
6、博物馆数字信息平台建设 517
7、博物馆运营收益模式 517
8、博物馆开放情况 518
二十、南京市博物馆 519
1、博物馆基本情况 519
2、博物馆藏品情况 520
3、博物馆展览与陈列情况 520
4、博物馆数字信息平台建设 521
5、博物馆特色活动 521
6、博物馆服务项目 522
7、博物馆运营收益模式 522
8、博物馆发展动态 523
第二节 重点民办博物馆分析 523
一、北京观复博物馆 523
1、博物馆基本情况 523
2、博物馆藏品情况 524
3、博物馆展览与陈列情况 524
4、博物馆特色活动 525
5、博物馆网站建设情况 525
6、博物馆参观游览 525
7、博物馆运营收益模式 525
8、博物馆发展动态 526
二、中国紫檀博物馆 526
1、博物馆基本情况 526
2、博物馆藏品情况 527
3、博物馆展览与陈列情况 527
4、博物馆特色活动 528

5、博物馆建设规模 528
6、博物馆服务中心 528
7、博物馆运营收益模式 529
8、博物馆发展动态 529
三、中国建筑陶瓷博物馆 530
1、博物馆基本情况 530
2、博物馆特色分析 530
3、博物馆藏品情况 531
4、博物馆展览与陈列情况 531
5、博物馆特色活动 532
6、博物馆参观游览 533
7、博物馆运营收益模式 533
8、博物馆发展动态 534
四、北京晋商博物馆 534
1、博物馆基本情况 534
2、博物馆藏品情况 535
3、博物馆馆藏珍品 535
4、博物馆展览与陈列情况 535
5、博物馆特色活动 536
6、博物馆文化内涵及价值 536
7、博物馆运营收益模式 537
8、博物馆发展动态 538
五、兰州彩陶艺术博物馆 538
1、博物馆基本情况 538
2、博物馆藏品情况 538
3、博物馆展览与陈列情况 539
4、博物馆特色活动 539
5、博物馆特色研究 539
6、博物馆服务项目 539
7、博物馆运营收益模式 540
8、博物馆发展动态 540
六、上海民生现代美术馆 541
1、博物馆基本情况 541
2、博物馆藏品情况 541
3、博物馆展览与陈列情况 542

4、博物馆特色活动 544
5、博物馆合作交流 544
6、博物馆教育活动 545
7、博物馆运营收益模式 547
8、博物馆发展动态 548
七、内蒙古明博草原文化博物馆 549
1、博物馆基本情况 549
2、博物馆藏品情况 549
3、博物馆展览与陈列情况 550
4、博物馆特色活动 550
5、博物馆建设情况 550
6、博物馆机构设置 551
7、博物馆运营收益模式 551
8、博物馆发展动态 551
八、湖南省开元博物馆 551
1、博物馆基本情况 551
2、博物馆藏品情况 552
3、博物馆展览与陈列情况 552
4、博物馆特色活动 554
5、博物馆特色展馆 555
6、博物馆运营收益模式 560
7、博物馆发展动态 561
8、博物馆发展规划 561
九、绍兴越国文化博物馆 562
1、博物馆基本情况 562
2、博物馆藏品情况 563
3、博物馆展览与陈列情况 563
4、博物馆特色活动 564
5、博物馆建设布局 565
6、博物馆科研成果 565
7、博物馆运营收益模式 565
8、博物馆发展动态 566
十、成都华通博物馆 567
1、博物馆基本情况 567
2、博物馆机构设置 567

3、博物馆藏品情况 568
4、博物馆展览与陈列情况 568
5、博物馆特色活动 569
6、博物馆研究中心 570
7、博物馆运营收益模式 570
8、博物馆发展动态 571
第五部分 发展前景展望 572
第十四章 2016-2022年博物馆发展前景预测 572
第一节 影响博物馆发展的因素分析 572
一、有利因素 572
二、不利因素 573
第二节 “十二五”博物馆发展规划分析 574
一、“十一五”博物馆发展成就 574
二、“十二五”博物馆发展战略 575
三、“十二五”博物馆发展目标 576
四、“十二五”博物馆主要任务 578
五、“十二五”博物馆重大工程 586
第三节 2016-2022年博物馆发展前景预测 591
一、博物馆发展前景预测 591
二、新建博物馆发展前景预测 591
三、数字博物馆发展前景预测 592
第十五章 2016-2022年博物馆发展趋势预测 594
第一节 博物馆的制度创新 594
一、机构设置调整 594
二、人事制度调整 594
三、分配制度调整 595
第二节 博物馆的服务提升 595
一、营造人性化的展览氛围 595
二、将服务范围延伸到社会 596
三、融入社会贴近群众 596
第三节 博物馆的市场取向 596
一、注重市场调研 596
二、重视市场营销 597
三、挖掘市场潜力 597
第四节 2016-2022年博物馆发展趋势预测 597

一、博物馆数量和质量同步提升 597
二、专题类博物馆不断发展 598
三、新博物馆偏向公共服务功能 598
四、充分利用老建筑和地下空间 598
第六部分 发展战略研究 599
第十六章 2016-2022年博物馆行业面临的困境及对策 599
第一节 2015年博物馆行业面临的困境 599
一、博物馆行业管理困境 599
二、博物馆馆藏文物数量困境 599
三、博物馆文史研究水平困境 600
第二节 博物馆个体面临的困境及对策 600
一、一般博物馆面临的困境及对策 600
二、民办博物馆发展困境及策略分析 601
第三节 中国博物馆市场发展面临的挑战与对策 603
一、博物馆免费开放的挑战与对策 603
二、博物馆藏品的管理挑战与对策 607
三、博物馆旅游产品开发的挑战与对策 612
四、中国企业博物馆建设的挑战与对策 612
五、中小型博物馆的挑战与建议 614
六、博物馆可持续发展的挑战与对策 617
第四节 中国各类型博物馆发展面临的挑战与对策 619
一、民族博物馆发展面临的挑战与对策 619
二、科技博物馆发展面临的挑战与对策 620
三、武术博物馆发展面临的挑战与对策 622
第五节 中国博物馆文化产业发展策略 624
一、变资源优势为文化产业优势 624
二、学习国外经验 624
三、发挥自身优势 626
四、开发文化产品 626
五、加强文物博物馆信息化建设 627
第十七章 博物馆行业案例分析研究 629
第一节 国外博物馆经营案例分析 629
一、大英博物馆经营之道 629
二、卢浮宫经营之道 629
三、芬兰国家博物馆经营之道 630

四、大都会博物馆经营之道 630
第二节 国内博物馆经营案例分析 631
一、观复博物馆介绍 631
二、观复博物馆品牌分析 632
三、观复博物馆资金来源 633
四、观复博物馆问题分析 633
五、观复博物馆经营模式分析 634
第三节 博物馆其他案例分析 635
一、江西博物馆旅游开发案例分析 635
二、晋江市博物馆群建设案例分析 635
三、苏州博物馆建筑设计案例分析 635
四、博物馆市场细分与市场组合策略案例 637
第十八章 博物馆行业发展战略研究 638
第一节 博物馆建设投资分析 638
一、博物馆建设条件 638
1、丰富的藏品 638
2、硬件设施条件 638
3、研究条件 638
4、人才队伍 639
二、博物馆建筑的选址与环境 640
1、馆址选择的实质 640
2、馆址选择的环境地段 643
3、馆址选择的最佳环境 643
三、博物馆地下空间的利用 645
1、博物馆地下空间的利用模式 645
2、博物馆利用地下空间的技术优势 647
3、博物馆地下空间利用的展望 648
四、数字化博物馆的建设 649
1、建设数字化博物馆的基本条件 649
2、数字化博物馆应用信息系统 649
3、数字博物馆与实体博物馆的关系 649
4、建立数字博物馆面临的挑战及对策 650
五、博物馆投资分析 653
1、博物馆投资动态 653
2、博物馆投资机会分析 654

3、博物馆投资风险揭示 654
4、博物馆投资策略 654
六、博物馆融资方式 656
1、政府资本 656
2、私人资本 656
3、企业资本 656
4、其他融资方式 657
第二节 博物馆展览与陈列 657
一、博物馆展览与陈列的发展状况 657
二、上海世博会特色展馆陈列展示艺术 659
三、现代博物馆的主动展示 661
第三节 博物馆市场开发 664
一、博物馆市场营销现状 664
二、制约博物馆市场营销的因素分析 664
1、宏观管理体制障碍 664
2、博物馆内部组织结构障碍 666
3、对博物馆属性和市场营销的认识性障碍 667
三、会员制市场开发 669
1、会员制简介 669
2、博物馆实施会员制的意义 670
3、博物馆会员顾客利益体现 671
4、美国老史德桥村博物馆 672
第四节 博物馆经营分析 674
一、博物馆经费来源 674
二、博物馆收费情况 675
三、博物馆旅游开发分析 675
第五节 博物馆外联工作的开展 679
一、博物馆外联工作的重要性及意义 679
二、吉林市博物馆外联工作的创新参考 680
三、吉林市博物馆外联工作的基本经验 681
第六节 博物馆免费开放影响分析 682
一、博物馆免费开放政策解读 682
二、博物馆免费开放的意义 684
三、博物馆免费开放数量 685
四、博物馆免费开放面临的问题 685

五、博物馆免费开放后的应对措施 687
六、国有博物馆免费开放对民营博物馆的冲击 689
第七节 基于业务流程重组的博物馆服务创新 690
一、规划与设计创新 690
二、管理创新 691
三、营销与经营管理创新 691
四、门票创新 692
五、馆员创新 693
六、解说创新 694
七、陈列创新 695
八、数字化和信息化创新 695
ZY CSX 221
图表目录：部分
图表：2011-2014年我国博物馆行业经营简况
图表：2009-2014年我国博物馆行业发展现状分析
图表：2009-2014年我国博物馆行业主要活动统计表
图表：2009-2014年我国博物馆从业人员统计
图表：2011-2014年我国博物馆行业资产总额统计图
图表：2011-2014年我国博物馆实际使用房屋建筑面积统计图
图表：2014年我国文物机构文物藏品收藏分布图
图表：2009-2014年全国博物馆藏品数量分析
图表：2009-2014年全国博物馆参观人次增长分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201601/384476.html