

2020-2026年中国科技馆行业市场研究分析及投资策略探讨报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国科技馆行业市场研究分析及投资策略探讨报告》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/201911/805383.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

科学技术馆（简称科技馆）是以展览教育为主要功能的公益性科普教育机构。主要通过常设和短期展览，以参与、体验、互动性的展品及辅助性展示手段，以激发科学兴趣、启迪科学观念为目的，对公众进行科普教育；也可举办其它科普教育、科技传播和科学文化交流活动。

智研咨询发布的《2020-2026年中国科技馆行业市场研究分析及投资策略探讨报告》共十五章。首先介绍了科技馆行业市场发展环境、科技馆整体运行态势等，接着分析了科技馆行业市场运行的现状，然后介绍了科技馆市场竞争格局。随后，报告对科技馆做了重点企业经营状况分析，最后分析了科技馆行业发展趋势与投资预测。您若想对科技馆产业有个系统的了解或者想投资科技馆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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

第一节 科技馆界定

一、科技馆定义

二、科技馆分类

三、科技馆功能

第二节 中国科技馆的作用

第三节 科技馆与城市文化建设发展综述

一、城市文化的内涵

二、科技馆与城市文化建设的关系

三、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用

四、科技馆的发展思路

1、对内挖潜

2、对外整合

3、加强宣传

第四节 科技馆市场特征分析

1、科技馆是政府为提高公众科学素质服务的社会公共品

2、政府对科技馆的资金投入通过宏观经济循环超额收回

3、科技馆的经营不应脱离科普主业

4、培养和建设多层次的科普供给机制

第二章 全球科技馆发展分析

第一节 国外典型科技馆简介

一、西欧科技馆

二、北美洲科技馆

三、亚洲发达国家科技馆

第二节 世界科技馆现状分析

一、科技馆起步虽晚但发展迅猛

二、科技馆理念已经明确，基本以展览教育为主要功能

三、不同规模科技馆的教育对象常有区别

四、不同规模科技馆的常设展览规划有所不同

五、国外科技馆的展品质量普遍较高

六、不同规模的科技馆对展览内容和环境形式重视程度不同

七、国外科技馆的社会捐助现象较为普遍

八、国外绝大多数科技馆不实行免票

九、关于科技馆与特效电影

第三节 世界科技馆发展趋势

一、发达国家科技馆的规模和布局趋于稳定，而我国正处于科技馆大发展阶段

二、科技馆将继续把常设展览教育作为主要功能，同时开展丰富多彩的其他科普活动

三、传统科技工业博物馆有融入现代意义科技馆因素的趋势

四、综合性科技馆与专业科技馆的差别仍很大

第三章 中国科技馆市场发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济运行中的主要问题

三、未来经济运行分析与政策展望

第二节 中国科技馆政策环境分析

第三节 2015-2019年中国科技馆社会环境分析

一、教育情况分析

二、文化环境分析

三、中国城镇化率

第二部分 所属行业深度分析

第四章 我国科技馆所属行业运行现状分析

第一节 我国科技馆发展状况分析

一、我国科技类博物馆发展问题思考

- 1、类型结构不尽合理
- 2、地域分布尚不均衡
- 3、学科分布还不平衡

二、科技馆常规展览设计

- 1、围绕主题形成整体设计体系
- 2、内容选择与观众共鸣
- 3、建设过程中的创新实践

三、新时期我国科技馆发展对策

四、关于科技馆发展趋势和特点的思考

- 1、当前我国科技博物馆事业的发展已经拥有了良好的政策环境和社会基础
- 2、全国科技馆建设出现了整体联动效应，应该引起足够重视
- 3、当前我国科技馆发展的趋势体现了我国社会文明进步的规律和需求

五、关于科技馆项目规划与选址

- 1、要合理选址
- 2、科技馆的建设规模要考虑到今后的发展
- 3、科技馆的规模和种类要适当考虑区域内的布局

第二节 科技馆发展现状

一、我国科技馆现状

二、全国各级科技馆达标及功能实现情况

- 1、达标科技馆的基本情况
- 2、副省级城市以上行政区划单位拥有的科技馆情况分析
- 3、地（市、自治州、地区、盟）级科技馆情况分析
- 4、县级科技馆情况

三、我国科技馆进一步发展的政策建议

- 1、加快科技馆建设和改造的步伐，为落实《全民科学素质纲要》提供硬件支撑
- 2、采取综合措施解决科技馆经费问题
- 3、加强和改进科技馆的科普展教工作
- 4、引进和普及当代科技馆的先进展教思想和理念
- 5、加强科技馆专业队伍建设

第三节 我国科技馆市场门票价格情况

第五章 我国科技馆所属行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年科技馆经营特点分析

- 一、地区科普发展仍不平衡
- 二、各部门分工协作态势明显

三、县级单位担当科普工作主力军

第二节 2015-2019年科技馆各地区科学普及基本情况统计

1、各类型科技馆情况

2、级别和区域科技馆分布情况

第三部分 市场全景调研

第六章 2015-2019年我国科技馆所属行业市场需求形势分析

第一节 2015-2019年科技馆产品分析

一、科技馆特色产品

二、科普场馆与设施

1、科学技术馆

2、专业自然博物馆

3、科普教育基地

第二节 科技馆细分需求情况

第七章 我国科技馆发展模式分析

第一节 科技馆运作模式分析

一、科技馆内容建设框架

二、科技馆内容建设的表现形式

三、科技馆的运作模式

1、科技馆的建设需要政府主导

2、科技馆的内容建设要动员社会力量参与

3、满足公众需求是科技馆发展的不竭动力

第二节 科技馆管理模式分析

一、科技馆管理体制及面临的矛盾

1、科技馆的公益性与经营性之间的矛盾

2、科技馆运营管理机制与运营管理需求之间的矛盾

3、科技馆人员素质的提升与科技快速发展之间的矛盾

二、科技馆企业化管理模式分析

第八章 中国数字科技馆建设模式分析

第一节 数字科技馆市场的特点

第二节 数字科技馆运营技术模式

1、分布信息共享技术

2、高效的信息传输技术

3、3D数字科普展品与底层通讯系统的整合技术

4、计算机支持的辅助协同工作技术

5、以互动为核心的多媒体技术

第三节 数字科技馆服务模式

- 1、虚拟博物馆服务
- 2、科普资源库与培训教育服务
- 3、科普学术交流服务
- 4、电子商务服务

第三节 北京石景山区科技馆数字娱乐规划

- 一、规划背景
- 二、现状与问题
- 三、规划与发展建议
 - 1、与区发展规划相协调，赢得政府大力扶持
 - 2、找准发展定位，突出自身特色
 - 3、与企业互惠双赢，调动企业投资的积极性
 - 4、改革运作模式，加快数字娱乐科技馆建设

第四部分 竞争格局分析

第九章 2020-2026年科技馆产业发展前景预测

第十章 中国科学技术普及概况

第一节 总体概况

第二节 公众科学素养

第三节 科普场馆与设施

第四节 科普创作

第五节 科普图书

第六节 学校科普

第七节 科学界的科普

第八节 农村科普

第九节 科普理论研究

第十一章 国内领先科技馆竞争分析

第一节 中国科学技术馆

第二节 广东科学中心

第三节 上海科学技术馆

第四节 重庆科学技术馆

第五节 武汉科学技术馆

第六节 湖南省科学技术馆

第七节 黑龙江省科学技术馆

第八节 福建省科学技术馆

第九节 江苏省科学技术馆

第五部分 发展前景展望

第十二章 2020-2026年科技馆发展趋势预测

第一节 科技馆的管理运营及创新发展

一、总体问题

二、思考

第二节 科技馆的服务提升

一、树立用心服务理念

二、打造以人为本的服务质量

三、总结

一、2020-2026年科技馆总数量分析

二、2020-2026年达标科技馆总建筑面积

三、2020-2026年达标科技馆年均观众数

四、2020-2026年科技馆门票价格分析

第十三章 2020-2026年科技馆投资机会与风险

一、2020-2026年科技馆投资效益分析

二、2020-2026年科技馆利润率情况

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

第一节 科技馆营销战略分析

第二节 科技馆营销战术分析

一、当前科技馆在市场营销活动中的问题

1、经营观念滞后，营销理念不明的情况还普遍存在

2、营销组织管理失控，效率低下

3、科技馆的品牌意识不强

二、措施

第四节 科技馆营销形式及策略分析

一、科技馆网络营销概述及策略

二、科技馆微博营销概述及策略

三、科技馆体验式营销概述及策略

第十五章 对科技馆发展战略研究(ZYZS)

第一节 科技馆发展战略研究

第二节 对我国科技馆品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、科技馆实施品牌战略的有效作用

三、模仿创新

第三节科技馆投资战略研究

图表目录：

图表 1 2015-2019年我国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 2 2015-2019年我国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 3 2015-2019年我国工业增加值走势分析图 单位：%

图表 4 2015-2019年我国固定资产投资走势分析图 单位：%

图表 7 2015-2019年我国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：%

图表 9 2015-2019年我国企业商品价格指数走势分析图 单位：%

图表 10 2015-2019年我国月度进出口走势分析图 单位：%

图表 11 2015-2019年我国货币供应量走势分析图 单位：亿元

图表 12 2015-2019年我国存贷款同比增速走势图 单位：亿元，%

图表 5 中国城镇化率情况

图表 6 不同行政级别城市科技馆拥有情况

图表 7 全国科技馆数量分布表

图表 8 全国达标科技馆分布情况

图表 9 中、日、美科技馆主要指标比较

图表 10 我国科技馆门票分布情况

图表 11 科技馆游客分布情况

图表 12 预计2019年全国科技馆类型情况

图表 18 未来科技馆发展战略研究

图表 19 未来科技馆投资战略

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/805383.html>