



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国博物馆市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国博物馆市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277177.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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

图表目录：

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.icandata.com/view/277177.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。