

中国博物馆市场现状分析与发展前景预测报告(2014-2018)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国博物馆市场现状分析与发展前景预测报告(2014-2018)》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：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/175605175605.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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。“十一五”时期，博物馆事业快速发展，博物馆免费开放取得重大突破，博物馆事业对外交流合作成绩斐然，有力推动了中华文化走向世界。尽管中国博物馆建设已经取得较好成绩，但与西方发达国家相比，中国博物馆的发展水平和社会影响力还有待提高。“十二五”期间，中国将构建以中央、地方共建国家级博物馆和一、二、三级博物馆为骨干、国有博物馆为主体、专题性博物馆和民办博物馆为补充的博物馆体系。博物馆事业既进入了加速发展的“黄金机遇期”，也进入了保护压力不断累积、保护形势依然严峻的“矛盾凸显期”。随着部分省市“博物馆城”建设规划的出台及国有博物馆的免费开放，国内的博物馆尤其是民办博物馆越来越重视对博物馆市场的研究，一大批国内优秀的博物馆迅速崛起，逐渐成为中国乃至全球博物馆中的翘楚。

十年前，中国博物馆还处在社会生活的边缘，如今越来越受到公众重视。目前，我国登记注册的博物馆数量已达3740个，平均每40万人拥有一个博物馆。免费开放以来，全国博物馆年均接待观众4亿人次，每馆比免费开放前平均增长了50%-70%。与此同时，博物馆在类型上更趋多样化。除了常见的综合性、历史类、自然类、艺术类外，更是出现了综合数字博物馆、生态博物馆、社区博物馆等一些新形态博物馆。过去的博物馆主要是历史和文物的陈列，更像教科书，现在要让博物馆更加贴近生活。

我国博物馆由文物藏品为主转向多品类收藏扩展，历史类、综合类、艺术类、自然类、地矿类、科技类、民族民俗类等多种类型博物馆竞相辉映，加剧了博物馆界的日益竞争。由于区域社会经济的发展水平不同，全国博物馆布局不甚合理，西部欠发达地区和东北地区博物馆机构数量较少，藏品量少；而东部和中部地区博物馆机构数和藏品数相对较多。当前，我国私立博物馆多分布于东南沿海的省市地区，如北京、浙江、江苏、广东等地。我国中部地区、东北地区和西部地区的私立博物馆均很少，只有四川省的私立博物馆数量较多。

“十二五”末，全国博物馆总数将达到4000个，免费开放博物馆、纪念馆总数达到2500个，国家一二三级博物馆总数达到800个，法人治理结构规范化、管理专业化的民办博物馆建设率达到10%。全国博物馆年均举办陈列展览达到1万个以上，年接待观众达到5亿人次以上，每年在国（境）外举办120个中国文物展览，每年引进50个国（境）外文物展览。“十二五”末，将基本形成以中央地方共建国家级博物馆为龙头，国家一二三级博物馆和重点行业博物馆为骨干，国有博物馆为主体，民办博物馆为补充的博物馆体系，构建辐射全国、面向世界的博物馆资源共享平台。建成一批体现国家或地方文明形象的博物馆，新建、改扩建一批地市级和文物大县博物馆，加强博物馆基础设施、安全防范设施、保管装备、保存环境控制设施、陈列展示设施建设。大力推进中央地方共建国家级博物馆和创建世界一流博物馆工作，支持各省、自治区、直辖市建设地方重点博物馆。

中国报告网发布的《中国博物馆市场现状分析与发展前景预测报告(2014-2018)》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家文化部、国家发改委、国家文物局、中国博物馆协会、中国自然科学博物馆协会、中国文物学会、中国文物保护技术协会、中国文物信息咨询中心等国家部门、行业协会和国内外相关报刊杂志发表公布的基础信息以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国博物馆及各子行业的发展状况、竞争情况、发展趋势、行业技术等进行了分析，并重点分析了我国博物馆行业发展状况和特点，以及中国博物馆行业将面临的挑战以及重点博物馆的发展情况等。报告还对全球的博物馆行业发展态势作了详细分析，并对博物馆行业进行了趋向研判，是博物馆单位、科研单位、投资机构等单位准确了解目前博物馆行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

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 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 5

一、民办博物馆定义 5

二、著名的民办博物馆 5

第三节 个性博物馆综述 7

一、分手博物馆 7

二、信不信由你博物馆 8

三、棺材博物馆 9

四、厕所博物馆 9

五、假货博物馆 10

第四节 博物馆与城市文化建设发展综述 11

一、城市文化的内涵 11

二、博物馆与城市文化建设的关系 12

三、城市文化建设中博物馆的作用与建设	13
第五节 博物馆日发展综述	14
一、国际博物馆日概述	14
二、历年国际博物馆日主题	15
第二章 博物馆行业市场环境及影响分析 (PEST)	17
第一节 博物馆行业政治法律环境 (P)	17
一、行业管理体制分析	17
二、博物馆行业主要法律法规	18
1、《中华人民共和国文物保护法》修改	18
2、《中华人民共和国文物保护法实施条例》	19
3、《博物馆管理办法》	31
三、民办博物馆行业主要政策	39
1、《关于促进民办博物馆发展的意见》	39
2、民办博物馆准入制度和法律保障	42
四、政策环境对行业的影响	53
五、我国博物馆管理思想变化	57
第二节 行业经济环境分析 (E)	65
一、宏观经济运行分析	65
1、国际宏观经济形势分析	65
2、国内宏观经济形势分析	66
二、文化产业运行分析	67
三、旅游产业运行分析	71
四、经济环境对行业的影响	77
第三节 行业社会环境分析 (S)	81
一、收藏热	81
二、旅游热	82
三、博物馆建设热	83
四、社会环境对行业的影响	84
第四节 行业技术环境分析 (T)	86
一、博物馆藏品保护技术	86
二、博物馆信息化技术	88
三、博物馆陈列文物防震技术	91
四、技术环境对行业的影响	92
第三章 国际博物馆行业发展分析及经验借鉴	99
第一节 2011-2013年全球博物馆市场总体情况分析	99

- 一、全球博物馆发展历史综述 99
- 二、全球博物馆行业特征演变 101
- 三、全球博物馆行业分类分析 110
- 四、国内外数字博物馆发展现状 110
- 第二节 2011-2013年美国博物馆行业分析 112
 - 一、美国博物馆行业现状 112
 - 1、美国博物馆数量分析 112
 - 2、美国博物馆社会服务分析 112
 - 3、美国博物馆经济价值分析 113
 - 二、美国博物馆收藏特点 114
 - 三、美国博物馆的公众定位和筹资模式借鉴 115
 - 四、美国博物馆的经营定位和资金来源借鉴 123
 - 五、美国私立博物馆的生存模式借鉴 131
- 第三节 2011-2013年欧洲博物馆行业分析 133
 - 一、英国博物馆经营分析 133
 - 二、法国博物馆经营启示 136
- 第四节 2011-2013年全球博物馆运营启示 137
 - 一、商业平衡 137
 - 二、企业支持 138
 - 三、经营透明化 139
- 第五节 2014-2018年全球博物馆发展趋势 141
 - 一、当代传统与博物馆分析 141
 - 二、当代博物馆行为趋势 143
 - 三、综合博物馆是发展方向 144
- 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 146
 - 第一节 我国博物馆行业发展状况分析 146
 - 一、我国博物馆行业发展阶段 146
 - 二、我国博物馆行业发展总体概况 147
 - 三、我国博物馆行业商业模式分析 149
 - 第二节 2011-2013年博物馆行业发展现状 151
 - 一、2011-2013年我国博物馆行业市场规模 151
 - 二、2011-2013年我国博物馆行业发展分析 152
 - 三、2011-2013年中国博物馆机构发展分析 153
 - 第三节 2011-2013年博物馆市场情况分析 154

一、2011-2013年中国博物馆市场总体概况 154

1、博物馆总体发展水平不能满足需求 154

2、分布不平衡 154

3、缺乏统一的建设和用地标准 155

二、2011-2013年中国博物馆业务活动分析 155

1、陈列展览 155

2、教育职能 156

3、博物馆的科研活动 157

三、2011-2013年中国博物馆存在问题分析 158

1、政府方面的困惑与问题 158

2、博物馆方面的困惑与问题 159

3、企业方面的困惑与问题 161

第四节 我国博物馆市场门票价格走势分析 163

一、博物馆门票的定义与功用 163

二、博物馆收取门票的正当性 164

三、博物馆门票的订价分析 165

四、博物馆门票的订价政策 166

五、2014-2018年博物馆门票价格走势预测 167

第五节 2011-2013年博物馆市场化运作分析 168

一、博物馆市场化运作的基础条件 168

二、博物馆的市场化运作的必然性 170

三、博物馆市场化的对策建议 172

第五章 我国民办博物馆行业运行现状分析 176

第一节 民办博物馆发展现状 176

一、民办博物馆总体规模分析 176

二、民办博物馆建馆形式 176

三、民办博物馆地位分析 177

四、扶持民办博物馆发展的政策 177

第二节 民办博物馆生存状态 181

一、民办博物馆经营现状分析 181

二、私人投资博物馆初衷分析 183

三、民办博物馆经费来源 184

四、民办博物馆发展障碍 185

五、宁波市民办博物馆发展分析 187

1、宁波民办博物馆发展的基本做法 187

- 2、宁波民办博物馆发展的特点 189
- 3、宁波民办博物馆事业发展的原因 190
- 六、苏州市民办博物馆生存状态调查 191
 - 1、缺场所与资金，难逃生存困局 191
 - 2、问题解析 192
- 第三节 民办博物馆发展前景 194
 - 一、民办博物馆发展趋势 194
 - 二、民办博物馆发展前景预测 195
- 第六章 我国博物馆行业整体运行指标分析 198
 - 第一节 2011-2013年中国博物馆行业总体规模分析 198
 - 一、人员规模状况分析 198
 - 二、行业资产规模分析 199
 - 三、实际使用房屋建筑面积 200
 - 第二节 2011-2013年中国博物馆行业经营规模分析 201
 - 一、文物藏品 201
 - 二、从有关部门接收文物数 202
 - 三、本年藏品征集数 203
 - 四、本年修复文物数 204
 - 五、考古发掘项目 205
 - 六、举办陈列展览 205
 - 1、基本陈列 205
 - 2、举办展览 206
 - 七、参观人次 207
 - 第三节 2011-2013年中国博物馆行业经营情况分析 208
 - 一、我国博物馆行业收入合计 208
 - 二、我国博物馆行业支出合计 209
- 第七章 2014-2018年我国博物馆市场需形势分析 210
 - 第一节 博物馆供给分析 210
 - 第一节 2014-2018年博物馆市场需求市场分析 211
 - 一、散客市场 211
 - 二、教育市场 212
 - 三、特殊群体市场 213
 - 四、免费日市场 213
 - 五、旅行社市场 213
 - 六、国外市场 214

第二节 2014-2018年博物馆市场需求预测	215
一、博物馆的都市文化需求	215
二、博物馆的娱乐性需求	216
第三部分 市场全景调研	
第八章 博物馆行业产业结构分析	218
第一节 博物馆产业结构分析	218
一、市场细分充分程度分析	218
二、各细分市场领先博物馆	219
第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	220
一、产业价值链的构成	220
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	220
三、中国博物馆行业参与国际竞争的战略市场定位	222
四、产业结构调整方向分析	223
第三节 产业结构发展预测	224
一、产业结构调整指导政策分析	224
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	224
第九章 我国博物馆细分市场分析及预测	226
第一节 社会历史类博物馆市场分析预测	226
一、社会历史类博物馆分类	226
1、历史考古博物馆	226
2、革命史博物馆	227
3、纪念类博物馆	227
4、民族、民俗博物馆	228
二、社会历史类博物馆特点分析	228
1、社会历史类博物馆展览陈列特点	228
2、革命历史类博物馆展览陈列特点	229
三、社会历史类博物馆文物陈列展览设计分析	236
1、社会历史类博物馆陈列的主题思想	236
2、历史类博物馆陈列展览文物、展品及组合	237
3、辅助展品	238
4、文物、辅助展品及其组合	239
四、2014-2018年社会历史类博物馆未来转向探讨	240
1、当代历史类博物馆的特性认定	240
2、当代历史类博物馆的陈列水平	240
3、当代历史类博物馆的研究状况	241

- 4、当代历史类博物馆的转向因素 242
- 5、当代历史类博物馆的迫切任务 242
- 五、2014-2018年社会历史类博物馆可持续发展对策 243
 - 1、社会历史类博物馆可持续发展的制约因素 243
 - 2、社会历史类博物馆可持续发展的发展对策 245
- 第二节 自然科学博物馆市场分析预测 246
 - 一、自然科学博物馆分类 246
 - 二、自然科学博物馆发展分析 247
 - 1、自然科学博物馆发展历程 247
 - 2、自然科学博物馆创意陈列策略 249
 - 3、自然科学博物馆发展趋势 250
 - 三、自然科学博物馆发展特点 251
 - 1、发展迅速 251
 - 2、办馆主体多样 251
 - 3、引进和实践新观念 252
 - 4、开门办馆 252
 - 5、吸纳志愿者服务 253
 - 6、国际交往增多 253
 - 四、自然科学博物馆发展问题 254
 - 1、创新意识不够 254
 - 2、人才培养短缺 254
 - 3、行业领导薄弱 254
 - 五、2014-2018年自然科学博物馆发展对策建议 255
 - 1、改革管理体制 255
 - 2、加强资源整合 255
 - 3、利用社会资源 255
 - 4、以受众为中心 255
 - 六、2014-2018年自然科学博物馆数字化信息体系构建 257
 - 1、基于规范和高效管理的信息化建设 257
 - 2、基于场馆展品展示讲解服务的信息化建设 259
 - 3、基于场馆信息门户、数字馆及共享平台的信息化建设 260
 - 4、科技场馆的三网融合信息化建设 262
- 第三节 文化艺术类博物馆市场分析预测 263
 - 一、文化艺术类博物馆发展概述 263
 - 1、文化艺术类博物馆发展概述 263

- 2、文化艺术类博物馆发展变化 265
- 二、文化艺术类博物馆展览陈列分析 268
 - 1、展览陈列方式分类 268
 - 2、展览陈列的问题 269
 - 3、营造氛围的意义 269
 - 4、营造氛围的原则 269
 - 5、营造氛围的手法策略 270
- 三、2014-2018年文化艺术类博物馆未来发展建议 271
 - 1、培养专业人才 271
 - 2、合法收藏 271
 - 3、保护藏品 272
 - 4、整体展示 272
 - 5、鼓励捐赠 272
 - 6、促进公众参与 273
 - 7、公平监管 273
 - 8、透明化管理 273
 - 9、专业规划 274
- 第十章 我国博物馆行业营销趋势及策略分析 275
 - 第一节 博物馆行业营销概述 275
 - 一、博物馆行业营销定义 275
 - 二、博物馆行业营销的必要性 275
 - 1、文博事业发展的需要 275
 - 2、免费开放后的需要 275
 - 3、竞争压力的需要 276
 - 4、群众日益增长的文化需要 276
 - 5、财政压力的需要 276
 - 三、博物馆行业营销的特点 277
 - 1、营销的根本目的差异 277
 - 2、营销的目标市场不同 277
 - 3、营销产品不同 277
 - 四、博物馆行业营销的障碍 278
 - 1、宏观管理体制障碍 278
 - 2、博物馆内部组织结构障碍 279
 - 3、对博物馆属性和市场营销的认知性障碍 281
 - 第二节 博物馆行业营销战略分析 282

- 一、展览营销 282
- 二、商品营销 283
- 三、品牌营销 283
- 四、关系营销 283
- 五、服务营销 284
- 六、教育营销 284
- 七、网络营销 285
- 第三节 博物馆行业营销战术分析 285
 - 一、定位清晰分明，个性独树一帜 285
 - 二、受众明确，形式多样 286
 - 三、把握时间节点，以活动促进参观客流 286
 - 四、小型活动常态化，大型活动固定化 286
 - 五、通过活动培育忠实观众 287
 - 六、有效利用媒体资源，多渠道发布活动信息 287
 - 七、充分利用社会热点 288
- 第四节 博物馆行业营销形式及策略分析 289
 - 一、博物馆网络营销概述及策略 289
 - 二、博物馆微博营销概述及策略 291
 - 三、博物馆体验式营销概述及策略 293
 - 四、博物馆服务营销概述及策略 298
 - 五、博物馆文化产品营销概述及策略 305
- 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 309
 - 第一节 浙江省博物馆发展分析 309
 - 一、浙江省博物馆发展状况 309
 - 1、浙江省博物馆规模 309
 - 2、浙江省不同性质博物馆组成 309
 - 3、浙江省博物馆从业人员情况 310
 - 二、浙江省博物馆经营状况 310
 - 1、浙江省博物馆财政拨款情况 310
 - 2、浙江省博物馆旅游情况 311
 - 3、浙江省博物馆运营分析 311
 - 三、浙江省博物馆发展政策 313
 - 四、浙江省博物馆免费开放的实践分析 327
 - 五、浙江省博物馆发展动态 329

第二节 广东省博物馆发展分析 331

一、广东省博物馆发展状况 331

- 1、广东省博物馆规模 331
- 2、广东省不同性质博物馆组成 331
- 3、广东省博物馆从业人员情况 332

二、广东省博物馆经营状况 332

- 1、广东省博物馆财政拨款情况 332
- 2、广东省博物馆旅游情况 333
- 3、广东省博物馆运营分析 333

三、广东省博物馆发展政策 335

四、广东省博物馆免费开放的实践分析 345

五、广东省博物馆发展动态 347

第三节 江苏省博物馆发展分析 348

一、江苏省博物馆发展状况 348

- 1、江苏省博物馆规模 348
- 2、江苏省不同性质博物馆组成 349
- 3、江苏省博物馆从业人员情况 349

二、江苏省博物馆经营状况 350

- 1、江苏省博物馆财政拨款情况 350
- 2、江苏省博物馆旅游情况 350
- 3、江苏省博物馆运营分析 351

三、江苏省博物馆发展政策 352

四、江苏省博物馆免费开放的实践分析 353

五、江苏省博物馆发展动态 355

第四节 陕西省博物馆发展分析 357

一、陕西省博物馆发展状况 357

- 1、陕西省博物馆规模 357
- 2、陕西省不同性质博物馆组成 357
- 3、陕西省博物馆从业人员情况 358

二、陕西省博物馆经营状况 358

- 1、陕西省博物馆财政拨款情况 358
- 2、陕西省博物馆旅游情况 359
- 3、陕西省博物馆运营分析 359

三、陕西省博物馆发展政策 360

四、陕西省博物馆免费开放的实践分析 382

- 五、陕西省博物馆发展动态 385
- 第五节 河南省博物馆发展分析 385
 - 一、河南省博物馆发展状况 386
 - 1、河南省博物馆规模 386
 - 2、河南省不同性质博物馆组成 386
 - 3、河南省博物馆从业人员情况 386
 - 二、河南省博物馆经营状况 387
 - 1、河南省博物馆财政拨款情况 387
 - 2、河南省博物馆旅游情况 387
 - 3、河南省博物馆运营分析 388
 - 三、河南省博物馆发展政策 389
 - 四、河南省博物馆免费开放的实践分析 391
 - 五、河南省博物馆发展动态 392
- 第六节 四川省博物馆发展分析 393
 - 一、四川省博物馆发展状况 393
 - 1、四川省博物馆规模 393
 - 2、四川省不同性质博物馆组成 393
 - 3、四川省博物馆从业人员情况 394
 - 二、四川省博物馆经营状况 394
 - 1、四川省博物馆财政拨款情况 394
 - 2、四川省博物馆旅游情况 395
 - 3、四川省博物馆运营分析 395
 - 三、四川省博物馆发展政策 397
 - 四、四川省博物馆免费开放的实践分析 400
 - 五、四川省博物馆发展动态 401
- 第七节 北京市博物馆发展分析 402
 - 一、北京市博物馆发展状况 402
 - 1、北京市博物馆规模 402
 - 2、北京市不同性质博物馆组成 402
 - 3、北京市博物馆从业人员情况 403
 - 二、北京市博物馆经营状况 403
 - 1、北京市博物馆财政拨款情况 403
 - 2、北京市博物馆旅游情况 404
 - 3、北京市博物馆运营分析 404
 - 三、北京市博物馆发展政策 406

- 四、北京市博物馆免费开放的实践分析 419
- 五、北京市博物馆发展动态 420
- 第八节 山东省博物馆发展分析 422
 - 一、山东省博物馆发展状况 422
 - 1、山东省博物馆规模 422
 - 2、山东省不同性质博物馆组成 422
 - 3、山东省博物馆从业人员情况 423
 - 二、山东省博物馆经营状况 423
 - 1、山东省博物馆财政拨款情况 423
 - 2、山东省博物馆旅游情况 424
 - 3、山东省博物馆运营分析 424
 - 三、山东省博物馆发展政策 426
 - 四、山东省博物馆免费开放的实践分析 429
 - 五、山东省博物馆发展动态 431
- 第十二章 2014-2018年博物馆行业竞争形势及策略 434
 - 第一节 行业总体市场竞争状况分析 434
 - 一、博物馆行业竞争结构分析 434
 - 1、现有企业间竞争 434
 - 2、潜在进入者分析 434
 - 3、替代品威胁分析 434
 - 4、供应商议价能力 434
 - 5、客户议价能力 434
 - 二、博物馆行业博物馆竞争格局分析 435
 - 1、不同地域博物馆竞争格局 435
 - 2、不同规模博物馆竞争格局 435
 - 3、不同所有制博物馆竞争格局 435
 - 三、博物馆行业集中度分析 435
 - 1、市场集中度分析 435
 - 2、区域集中度分析 435
 - 四、博物馆行业SWOT分析 436
 - 1、博物馆行业优势分析 436
 - 2、博物馆行业劣势分析 436
 - 3、博物馆行业机会分析 437
 - 4、博物馆行业威胁分析 438
 - 第二节 中国博物馆行业竞争形势综述 438

- 一、博物馆免费开放的竞争背景 438
 - 1、博物馆类别 438
 - 2、博物馆免费类别及影响 439
- 二、博物馆免费开放后的困境 439
 - 1、运营危机 439
 - 2、博物馆老化 439
 - 3、计划经济体制的痕迹 440
 - 4、资金匮乏 440
- 三、免费背景下博物馆竞争力提升分析 440
 - 1、公益性与经营性的理念相结合 440
 - 2、实行相对性免费的策略 441
 - 3、增强参与体验性设计 441
 - 4、融入人文色彩 442
 - 5、拓展文化产业链 442
 - 6、捕捉社会热点 443
 - 7、扩大资金来源渠道 443
- 第三节 2014-2018年博物馆市场竞争力策略分析 443
 - 一、博物馆的外部竞争力 443
 - 二、博物馆的服务竞争力 446
 - 三、博物馆的内部竞争力 447
- 第十三章 2014-2018年博物馆行业领先企业经营形势分析 449
 - 第一节 重点国有博物馆分析 449
 - 一、北京故宫博物院 449
 - 1、博物院简介 449
 - 2、博物院藏品情况 449
 - 3、博物院特色活动 449
 - 4、博物院数字信息平台建设情况 450
 - 5、博物院机构设置 451
 - 6、博物院运营收益模式分析 451
 - 7、博物院发展动态 452
 - 二、台北故宫博物院 453
 - 1、博物院简介 453
 - 2、博物院藏品情况 454
 - 3、博物院展览与陈列情况 457
 - 4、博物院特色活动 458

- 5、博物院数字信息平台建设情况 458
- 6、博物院运营收益模式分析 461
- 7、博物院发展动态 461
- 三、南京博物院 463
 - 1、博物院简介 463
 - 2、博物院藏品情况 464
 - 3、博物院展览与陈列情况 465
 - 4、博物院特色活动 465
 - 5、博物院数字信息平台建设情况 466
 - 6、博物院机构设置 466
 - 7、博物院发展动态 466
- 四、中国国家博物馆 467
 - 1、博物馆简介 467
 - 2、博物馆展览与藏品情况 468
 - 3、博物馆特色活动 468
 - 4、博物馆数字信息平台建设情况 469
 - 5、博物馆机构设置 469
- 五、天津自然博物馆 469
 - 1、博物馆简介 469
 - 2、博物馆藏品情况 470
 - 3、博物馆展览与陈列情况 470
 - 4、博物馆特色活动 471
 - 5、博物馆机构设置 471
 - 6、博物馆发展动态 475
- 六、陕西历史博物馆 477
 - 1、博物馆简介 477
 - 2、博物馆藏品情况 477
 - 3、博物馆展览与陈列情况 479
 - 4、博物馆特色活动 480
 - 5、博物馆数字信息平台建设情况 481
 - 6、博物馆机构设置 483
 - 8、博物馆发展动态 483
- 七、上海自然博物馆 484
 - 1、博物馆简介 484
 - 2、博物馆藏品情况 484

- 3、博物馆展览与陈列情况 485
- 4、博物馆特色活动 485
- 5、博物馆机构设置 486
- 6、博物馆发展动态 486
- 八、安徽省博物馆 486
 - 1、博物馆简介 486
 - 2、博物馆藏品情况 487
 - 3、博物馆展览与陈列情况 488
 - 4、博物馆特色活动 489
 - 5、博物馆数字信息平台建设情况 489
 - 6、博物馆机构设置 491
 - 7、博物馆发展动态 491
- 九、山东省博物馆 492
 - 1、博物馆简介 492
 - 2、博物馆藏品情况 493
 - 3、博物馆展览与陈列情况 495
 - 4、博物馆数字信息平台建设情况 498
 - 5、博物馆发展动态 499
- 十、中国地质博物馆 500
 - 1、博物馆简介 500
 - 2、博物馆藏品情况 501
 - 3、博物馆展览与陈列情况 501
 - 4、博物馆特色活动 503
 - 5、博物馆机构设置 504
- 十一、四川省博物馆 504
 - 1、博物馆简介 504
 - 2、博物馆藏品情况 504
 - 3、博物馆展览与陈列情况 504
 - 4、博物馆数字信息平台建设情况 510
 - 5、博物馆机构设置 511
 - 6、博物馆发展动态 513
- 十二、河北省博物馆 513
 - 1、博物馆简介 513
 - 2、博物馆藏品情况 514
 - 3、博物馆展览与陈列情况 514

- 4、博物馆机构设置 516
- 5、发展目标和采取措施 516
- 6、博物馆发展动态 517
- 十三、广东省博物馆 519
 - 1、博物馆简介 519
 - 2、博物馆藏品情况 519
 - 3、博物馆展览与陈列情况 521
 - 4、博物馆发展状况 526
 - 5、博物馆数字信息平台建设情况 527
- 十四、湖北省博物馆 528
 - 1、博物馆简介 528
 - 2、博物馆藏品情况 528
 - 3、博物馆展览与陈列情况 529
 - 4、博物馆机构设置 532
- 十五、河南博物院 532
 - 1、博物院简介 532
 - 2、博物院藏品情况 533
 - 3、博物院展览与陈列情况 535
 - 4、博物院特色活动 536
 - 5、博物院数字信息平台建设情况 536
- 十六、湖南省博物馆 539
 - 1、博物馆简介 539
 - 2、博物馆藏品情况 540
 - 3、博物馆展览与陈列情况 541
 - 4、博物馆机构设置 545
 - 5、博物馆发展动态 546
- 十七、黑龙江博物馆 547
 - 1、博物馆简介 547
 - 2、博物馆藏品情况 547
 - 3、博物馆展览与陈列情况 547
 - 4、博物馆机构设置 549
- 十八、天津市历史博物馆 549
 - 1、博物馆简介 549
 - 2、博物馆藏品情况 550
 - 3、博物馆展览与陈列情况 552

十九、重庆中国三峡博物馆 553

- 1、博物馆简介 553
- 2、博物馆藏品情况 553
- 3、博物馆展览与陈列情况 554
- 4、博物馆规模 555
- 5、博物馆发展动态 556

二十、南京市博物馆 557

- 1、博物馆简介 557
- 2、博物馆藏品情况 558
- 3、博物馆展览与陈列情况 558
- 4、博物馆机构设置 559

第二节 重点民办博物馆分析 560

一、北京观复博物馆 560

- 1、博物馆简介 560
- 2、博物馆藏品情况 560
- 3、博物馆分馆介绍 564

二、中国紫檀博物馆 565

- 1、博物馆简介 565
- 2、博物馆藏品情况 566
- 3、博物馆展览与陈列情况 566

三、中国建筑陶瓷博物馆 567

- 1、博物馆简介 567
- 2、博物馆展览与陈列情况 567
- 3、博物馆特色 569
- 4、博物馆发展动态 569

四、北京晋商博物馆 570

- 1、博物馆简介 570
- 2、博物馆藏品情况 570
- 3、博物馆展览与陈列情况 571
- 4、博物馆特色活动 572
- 5、博物馆发展战略 572
- 6、博物馆竞争战略 572
- 7、博物馆运营收益模式分析 573

五、兰州彩陶艺术博物馆 573

- 1、博物馆简介 573

- 2、博物馆藏品情况 574
- 3、博物馆展览与陈列情况 574
- 4、博物馆数字信息平台建设情况 575
- 六、民生现代美术馆 576
 - 1、博物馆简介 576
 - 2、博物馆藏品情况 576
 - 3、博物馆运营收益模式分析 577
- 七、内蒙古明博草原文化博物馆 577
- 八、湖南省开元博物馆 579
 - 1、博物馆简介 579
 - 2、博物馆展览与陈列情况 579
 - 3、博物馆运营收益模式分析 585
- 九、越国文化博物馆 586
 - 1、博物馆简介 586
 - 2、博物馆藏品情况 587
 - 3、博物馆展览与陈列情况 588
- 十、成都华通博物馆 588
 - 1、博物馆简介 588
 - 2、博物馆规模 589
 - 3、博物馆展览与陈列情况 589
- 第五部分 投资前景展望
- 第十四章 2014-2018年博物馆发展前景预测 596
 - 第一节 影响博物馆发展的因素分析 596
 - 一、有利因素 596
 - 二、不利因素 596
 - 第二节 "十二五"博物馆发展规划分析 596
 - 一、"十一五"博物馆发展成就 596
 - 二、"十二五"博物馆发展战略 597
 - 三、"十二五"博物馆发展目标 598
 - 四、"十二五"博物馆主要任务 601
 - 五、"十二五"博物馆重大工程 610
 - 六、"十二五"博物馆保障实施 615
 - 第三节 2014-2018年博物馆发展前景预测 618
 - 一、博物馆发展前景预测 618
 - 二、新建博物馆发展前景预测 622

三、数字博物馆发展前景预测 622

第十五章 2014-2018年博物馆发展趋势预测 624

第一节 博物馆的制度创新 624

一、机构设置调整 624

二、人事制度调整 624

三、分配制度调整 625

第二节 博物馆的服务提升 625

一、营造人性化的展览氛围 625

二、将服务范围延伸到社会 626

第三节 博物馆的市场取向 627

一、注重市场调研 627

二、重视市场营销 627

三、挖掘市场潜力 627

第四节 2014-2018年博物馆发展趋势预测 627

一、博物馆数量和质量同步提升 627

二、专题类博物馆不断发展 628

三、新博物馆偏向公共服务功能 628

四、充分利用老建筑和地下空间 629

第六部分 投资策略研究

第十六章 2014-2018年博物馆行业面临的困境及对策 630

第一节 2013年博物馆行业面临的困境 630

一、博物馆行业管理困境 630

二、博物馆馆藏文物数量困境 630

三、博物馆文史研究水平困境 630

第二节 博物馆个体面临的困境及对策 631

一、一般博物馆面临的困境及对策 631

1、资金困境 631

2、业务困境 631

3、利用率低困境 632

4、发展对策 632

二、民办博物馆发展困境及策略分析 633

1、中小型民办博物馆的资金困境 633

2、大型民办博物馆的政策困境 634

3、民办博物馆的出路分析 636

第三节 中国博物馆市场发展面临的挑战与对策 638

- 一、博物馆免费开放的挑战与对策 638
- 二、博物馆藏品的管理挑战与对策 640
- 三、博物馆旅游产品开发的挑战与对策 644
- 四、中国企业博物馆建设的挑战与对策 648
- 五、中小型博物馆的挑战与建议 650
- 六、博物馆可持续发展的挑战与对策 653
- 第四节 中国博物馆产品发展面临的挑战与对策 656
 - 一、民族博物馆发展面临的挑战与对策 656
 - 二、科技博物馆发展面临的挑战与对策 660
- 第五节 中国博物馆文化产业发展策略 665
 - 一、变资源优势为文化产业优势 665
 - 二、学习国外经验 665
 - 三、发挥自身优势 665
 - 四、开发文化产品 666
 - 五、加强文物博物馆信息化建设 666
- 第十七章 博物馆行业案例分析研究 667
 - 第一节 国外博物馆经营案例分析 667
 - 一、大英博物馆经营之道 667
 - 二、卢浮宫经营之道 668
 - 三、芬兰国家博物馆经营之道 671
 - 四、大都会博物馆经营之道 673
 - 第二节 国内博物馆经营案例分析 674
 - 一、观复博物馆介绍 674
 - 二、观复博物馆品牌分析 674
 - 三、观复博物馆资金来源 675
 - 四、观复博物馆问题分析 675
 - 五、观复博物馆经营模式分析 676
 - 第三节 博物馆其他案例分析 677
 - 一、江西博物馆旅游开发案例分析 677
 - 二、晋江市博物馆群建设案例分析 682
 - 三、苏州博物馆建筑设计案例分析 686
 - 四、博物馆市场细分与市场组合策略案例 690
- 第十八章 博物馆行业投资战略研究 693
 - 第一节 博物馆建设投资 693
 - 一、博物馆建设条件 693

- 1、丰富的藏品 693
- 2、硬件设施条件 693
- 3、研究条件 693
- 4、人才队伍 693
- 二、博物馆建筑的选址与环境 693
 - 1、馆址选择的实质 693
 - 2、馆址选择的环境地段 696
 - 3、馆址选择的最佳环境 698
- 三、博物馆地下空间的利用 700
 - 1、博物馆地下空间的利用模式 700
 - 2、博物馆利用地下空间的技术优势 705
 - 3、博物馆地下空间利用的展望 706
- 四、数字化博物馆的建设 707
 - 1、建设数字化博物馆的基本条件 707
 - 2、数字化博物馆应用信息系统 708
 - 3、数字博物馆与实体博物馆的关系 708
 - 4、建立数字博物馆面临的挑战及对策 709
- 五、博物馆投资分析 710
 - 1、博物馆投资动态 710
 - 2、博物馆投资机会分析 712
 - 3、博物馆投资风险揭示 713
- 第二节 博物馆展览与陈列 714
 - 一、博物馆展览与陈列的发展状况 714
 - 1、博物馆展览理念的发展 714
 - 2、博物馆陈列艺术的发展 717
 - 二、上海世博会特色展馆陈列展示艺术 720
 - 三、现代博物馆的主动展示 720
 - 1、展示主题策划的切入点及内容延展 720
 - 2、设计语言与技术手段的合理性及创造性 721
 - 3、持续发展的多元性 722
- 第三节 博物馆市场开发 723
 - 一、博物馆市场营销现状 723
 - 二、制约博物馆市场营销的因素分析 724
 - 1、宏观管理体制障碍 724
 - 2、博物馆内部组织结构障碍 726

3、对博物馆属性和市场营销的认识性障碍 727

三、会员制市场开发 729

1、会员制简介 729

2、博物馆实施会员制的意义 729

3、博物馆会员顾客利益体现 731

4、美国老史德桥村博物馆 732

第四节 博物馆经营分析 735

一、博物馆经费来源 735

二、博物馆收费情况 735

三、博物馆旅游开发分析 736

1、博物馆旅游资源的内涵 736

2、博物馆旅游的特征 736

3、博物馆旅游产品的开发与经营现状 736

4、博物馆旅游产品的发展策略 737

第五节 博物馆外联工作的开展 741

一、博物馆外联工作的重要性及意义 741

二、吉林市博物馆外联工作的创新参考 742

1、免费开放 742

2、开展节日活动 742

3、举办特色活动 742

4、举办培训班 743

5、引进高科技 743

6、举办流动展览 743

7、共建教育基地 743

8、发挥资源优势 743

三、吉林市博物馆外联工作的基本经验 744

1、走近观众群体，适应观众兴趣 744

2、改革传统模式，满足参与欲望 744

第六节 博物馆免费开放影响分析 745

一、博物馆免费开放政策解读 745

二、博物馆免费开放的意义 749

三、博物馆免费开放数量 750

四、博物馆免费开放面临的问题 750

1、经费问题 750

2、效益问题 751

3、认识问题	751
五、博物馆免费开放后的应对措施	752
1、大力发展文化产业	752
2、要求观众自觉提高文明素质	753
3、免费开放是对博物馆及其工作者的考试	754
六、国有博物馆免费开放对民营博物馆的冲击	755
第七节 基于业务流程重组的博物馆服务创新	756
一、规划与设计创新	756
二、管理创新	757
三、营销与经营管理创新	758
四、门票创新	759
五、馆员创新	759
六、解说创新	761
七、陈列创新	762
八、数字化和信息化创新	762
第十九章 研究结论及投资建议	764
第一节 博物馆行业研究结论及建议	764
第二节 博物馆展览的控制建议	765
第三节 博物馆的展览模式建议	770
第四节 中研普华博物馆行业投资建议	776
一、行业发展策略建议	776
二、行业投资方向建议	780
三、行业投资方式建议	784
图表目录略

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/175605175605.html>