

中国科技馆行业盈利态势深度调查及企业投资策略 略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国科技馆行业盈利态势深度调查及企业投资策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/226652226652.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

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。

中国报告网发布的《中国科技馆行业盈利态势深度调查及企业投资策略研究报告》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。

报告大纲：

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、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用

五、科技馆的发展思路

第二章全球科技馆发展分析

第一节世界科技馆发展分析

一、2013-2015年全球科技馆市场发展现状

二、2013-2015年全球科技馆市场发展特点

三、2015-2020年全球科技馆市场发展前景预测

第二节全球主要国家科技馆市场分析

一、国外典型科技馆简介

1、西欧科技馆

2、北美洲科技馆

二、亚洲发达国家科技馆

1、日本

2、亚洲其他国家和地区的科技馆

三、美国科技馆馆考察报告

第三章中国科技馆市场发展环境分析

第一节2013-2015年全球环境分析

一、经济环境分析

二、社会环境分析

三、政策环境分析

第二节2013-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济形势分析

1、2014年中国GDP总量

2、农业生产再获丰收

3、工业生产增势平稳

4、固定资产投资较快增长

5、市场销售平稳增长

6、进出口增长有所回升

7、居民消费价格基本稳定

8、居民收入继续增加

9、货币信贷平稳增长

10、人口就业总体平稳

二、宏观经济环境对行业的影响

第三节2013-2015年中国科技馆政策环境分析

一、与科技馆相关的监管机构

二、与科技馆相关的政策法规

三、与科技馆相关的法律法规

第二部分行业深度分析

第四章我国科技馆运行现状分析

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的现状分析和问题思考

二、科技馆常规展览设计

三、新时期我国科技馆发展对策研究

四、关于科技馆发展趋势和特点的思考

五、坚持稳定的管理体制积极探索灵活的管理机制

六、关于科技馆项目规划与选址

第二节科技馆发展现状

一、我国科技馆现状

二、现状和主要问题

三、全国各级科技馆达标及功能实现情况

四、我国科技馆进一步发展的政策建议

第三节我国科技馆市场门票价格走势分析

一、科技馆门票的定义与功用

二、科技馆门票的价格

第五章我国科技馆整体运行指标分析

第一节2013-2015年中国科技馆总体规模分析

一、科技馆人员规模状况分析

二、科技馆数量分析

三、科技馆建筑面积和展厅面积分析

五、科技馆参观人数分析

六、科技馆科普经费筹集额分析

第二节2013-2015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

第三节2013-2015年中国科技馆经营情况分析

一、我国科技馆总体运营情况分析

二、科技馆总体情况分析

第四节2013-2015年科技馆各地区科学普及基本情况统计

第三部分市场全景调研

第六章2013-2015年我国科技馆市场需求形势分析

第一节2013-2015年科技馆产品分析

一、科技馆特色产品

二、科普场馆与设施

第二节2013-2015年科技馆细分需求市场分析

一、散客市场分析

二、我国散客市场的营销策略

二、教育市场分析

三、特殊群体市场分析

四、免费日市场分析

六、国外市场分析

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、政府主导模式

2、社会力量参与模式

3、满足公众需求

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

1、科技馆企业化管理模式概述

2、科技馆企业化管理模式关键点

第三节科技馆创新模式分析

一、创新与科技馆建设

二、特色与科学馆建设

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发展概况

一、数字科技馆的定义

二、数字科技馆的特点

三、我国数字科技馆的发展现状

第二节数字科技馆建设分析

一、建立数字科技馆的意义

二、数字科技馆的特征

三、数字科技馆运营技术模式

四、数字科技馆服务模式

五、总结

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、具体问题体现

四、规划与发展建议

第四部分竞争格局分析

第九章科技馆产业发展地区比较

第一节全国总体情况

一、全国科技馆数量分析

二、全国科技馆人员数量分析

三、全国科技馆科普经费分析

四、全国科技馆科普活动参观人数分析

第二节全国各地情况

一、各地区科技馆数量分析

二、科技馆人员数量分析

三、2015-2020年各地区科技馆发展前景预测

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

第三节科普法规、政策与政府活动

第四节科普场馆与设施

第五节科普创作

第六节科普图书

第七节科普期刊

第八节网络科普

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

一、机构发展概况

二、主要功能

三、机构展览与陈列情况

四、场馆设置

五、机构建设情况分析

六、特效影院

第二节广东科学中心

一、机构发展概况

二、建设历程

三、门票价格

四、常设展馆

五、展区

六、功能

第三节上海科学技术馆

一、机构发展概况

二、机构特点分析

三、票价

四、章程

五、常设展区、展厅

第四节重庆科学技术馆

一、机构发展概况

二、外观介绍

三、展示主题

四、机构展览与陈列情况

五、机构特色活动分析

六、机构建设情况分析

七、影院

八、门票价格

第五节武汉科学技术馆

一、基本简介

二、机构发展概况

三、机构展览与陈列情况

第五部分发展前景展望

第十二章2015-2020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、营造人性化的展览氛围

二、将服务范围延伸到社会

三、总结

第三节2015-2020年科技馆发展趋势预测

一、2015-2020年科技馆发展趋势分析

二、2015-2020年科技馆总数量分析

三、2015-2020年达标科技馆数量分析

四、2015-2020年达标科技馆数和人口总数之比

五、2015-2020年达标科技馆年接待观众数

五、2015-2020年达标科技馆观众数和人口总数之比

六、2015-2020年科技馆产业政策趋向

七、2015-2020年科技馆门票价格走势分析

第十三章2015-2020年科技馆投资机会与风险

第一节科技馆投资效益分析

一、2013-2015年科技馆投资效益分析

二、2015-2020年科技馆投资效益分析

第二节影响科技馆发展的主要因素

一、2015-2020年影响科技馆运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响科技馆运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响科技馆运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国科技馆发展面临的挑战分析

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

第一节科技馆营销概述

一、科技馆营销定义

二、科技馆营销的必要性

三、科技馆营销方面存在的问题

第二节科技馆营销战略分析

一、展会营销

二、商品营销

三、品牌营销

四、关系营销

五、服务营销

六、教育营销

七、网络营销

第三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实施

二、主要有以下几种措施：

1、总体措施

2、关注科普受众付出的成本。

3、满足社会公众的科普需求。

4、为科普受众提供便利。

5、注重与社会公众的沟通。

6、使常设展览常展常新

第十五章对科技馆发展战略研究

第一节科技馆发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

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

一、2015-2020年科技馆投资战略

二、2015-2020年细分市场投资战略

第四节研究结论

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/226652226652.html>