

# 2020-2026年中国科技馆行业前景展望与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国科技馆行业前景展望与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/185641.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国科技馆行业前景展望与投资分析报告》共十五章。首先介绍了中国科技馆行业市场发展环境、科技馆整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国科技馆行业，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

第一章科技馆行业发展综述1

第一节科技馆界定1

一、科技馆定义1

二、科技馆分类1

三、科技馆功能2

第二节中国科技馆的作用2

第三节科技馆与城市文化建设发展综述4

一、城市文化的内涵4

二、科技馆与城市文化建设的关系5

三、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用7

四、科技馆在提高国民科学素质中发挥的作用10

五、科技馆的发展思路12

第四节科技馆市场特征分析13

一、科技馆的科普供给机制与市场经营13

- 二、产业关联度17
- 三、影响需求的关键因素18
- 四、科技馆的作用被大大忽视了24

## 第二章全球科技馆发展分析27

### 第一节世界科技馆发展分析27

- 一、2013-2018年全球科技馆市场发展现状27
- 二、2013-2018年全球科技馆市场发展特点30
- 三、2020-2026年全球科技馆市场发展前景预测33

### 第二节全球主要国家科技馆市场分析35

- 一、国外典型科技馆简介35
  - 1、西欧科技馆35
  - 2、北美洲科技馆37
- 二、亚洲发达国家科技馆38
  - 1、日本38
  - 2、亚洲其他国家和地区的科技馆39
- 三、美国科技馆馆考察报告39

## 第三章中国科技馆市场发展环境分析45

### 第一节2013-2018年全球环境分析45

- 一、经济环境分析45
- 二、社会环境分析54
- 三、政策环境分析57

### 第二节2013-2018年中国经济环境分析60

- 一、宏观经济形势分析60
  - 1、2018年中国gdp总量60
  - 2、农业生产再获丰收61
  - 3、工业生产增势平稳61
  - 4、固定资产投资较快增长62
  - 5、市场销售平稳增长64
  - 6、进出口增长有所回升64
  - 7、居民消费价格基本稳定65

8、居民收入继续增加65

9、货币信贷平稳增长67

10、人口就业总体平稳67

二、宏观经济环境对行业的影响70

第三节2013-2018年中国科技馆政策环境分析74

一、与科技馆相关的监管机构74

二、与科技馆相关的政策法规74

三、与科技馆相关的法律法规86

第四节2013-2018年中国科技馆社会环境分析87

一、人口环境分析87

二、教育情况分析89

三、教学质量分析92

三、文化环境分析121

四、政策环境分析123

五、生态环境分析127

六、中国城镇化率129

七、居民消费观念和习惯分析131

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140

第一节我国科技馆发展状况分析140

一、我国科技类博物馆发展的现状分析和问题思考140

二、科技馆常规展览设计148

三、新时期我国科技馆发展对策研究149

四、关于科技馆发展趋势和特点的思考150

五、坚持稳定的管理体制积极探索灵活的管理机制155

六、关于科技馆项目规划与选址156

第二节科技馆发展现状158

一、我国科技馆现状158

二、现状和主要问题159

三、全国各级科技馆达标及功能实现情况161

四、我国科技馆进一步发展的政策建议163

### 第三节我国科技馆市场门票价格走势分析165

#### 一、科技馆门票的定义与功用165

#### 二、科技馆门票的价格165

#### 三、科技馆门票的订价政策167

### 第四节2018年对科技馆品牌市场化运作的思考167

#### 一、2018年对科技馆品牌市场化运作的思考167

#### 二、如何提高民众参观量168

#### 三、如何增强科技馆服务内涵169

#### 四、办好科技馆的办法170

## 第五章我国科技馆所属行业整体运行指标分析172

### 第一节2013-2018年中国科技馆总体规模分析172

#### 一、科技馆人员规模状况分析172

#### 二、科技馆数量分析172

#### 三、科技馆建筑面积和展厅面积分析172

#### 五、科技馆参观人数分析172

#### 六、科技馆科普经费筹集额分析172

### 第二节2013-2018年科技馆经营特点分析173

#### 一、地区科普发展仍不平衡173

#### 二、各部门分工协作态势明显174

#### 三、县级单位担当科普工作主力军175

### 第三节2013-2018年中国科技馆经营情况分析176

#### 一、我国科技馆总体运营情况分析176

#### 二、科技馆总体情况分析176

### 第四节2013-2018年科技馆各地区科学普及基本情况统计179

## 第三部分市场全景调研

## 第六章2013-2018年我国科技馆所属行业市场需求形势分析202

### 第一节2013-2018年科技馆产品分析202

#### 一、科技馆特色产品202

#### 二、科普场馆与设施203

### 第二节2013-2018年科技馆细分需求市场分析203

- 一、散客市场分析203
- 二、我国散客市场的营销策略204
- 二、教育市场分析205
- 三、特殊群体市场分析205
- 四、免费日市场分析206
- 六、国外市场分析210

## 第七章我国科技馆发展模式分析217

### 第一节科技馆运作模式分析217

- 一、科技馆内容建设框架217
- 二、科技馆内容建设的表现形式218
- 三、科技馆的运作模式218
  - 1、政府主导模式218
  - 2、社会力量参与模式219
  - 3、满足公众需求219

### 第二节科技馆管理模式分析219

- 一、科技馆管理体制及面临的矛盾219
  - 1、科技馆的公益性与经营性之间的矛盾219
  - 2、科技馆运营管理机制与运营管理需求之间的矛盾220
  - 3、科技馆人员素质的提升与科技快速发展之间的矛盾220
- 二、科技馆企业化管理模式分析220
  - 1、科技馆企业化管理模式概述220
  - 2、科技馆企业化管理模式关键点220

### 第三节科技馆创新模式分析221

- 一、创新与科技馆建设221
- 二、特色与科学馆建设223

## 第八章中国数字科技馆建设模式分析224

### 第一节数字科技馆市场发展概况224

- 一、数字科技馆的定义224
- 二、数字科技馆的特点225
- 三、我国数字科技馆的发展现状226

## 第二节数字科技馆建设分析228

### 一、建立数字科技馆的意义228

### 二、数字科技馆的特征229

### 三、数字科技馆运营技术模式230

### 四、数字科技馆服务模式231

### 五、总结232

## 第三节北京石景山区科技馆数字娱乐规划232

### 一、规划背景232

### 二、现状与问题233

### 三、具体问题体现233

### 四、规划与发展建议235

## 第四部分竞争格局分析

## 第九章科技馆产业发展地区比较237

### 第一节全国总体情况237

#### 一、全国科技馆数量分析237

#### 二、全国科技馆人员数量分析237

#### 三、全国科技馆科普经费分析237

#### 四、全国科技馆科普活动参观人数分析238

### 第二节全国各地区情况238

#### 一、各地区科技馆数量分析238

#### 二、科技馆人员数量分析239

#### 三、2020-2026年各地区科技馆发展前景预测240

## 第十章中国科学技术普及概况241

### 第一节总体概况241

### 第二节公众科学素养242

### 第三节科普法规、政策与政府活动243

### 第四节科普场馆与设施245

### 第五节科普创作246

### 第六节科普图书246

### 第七节科普期刊248



第八节网络科普249

第九节科普影视250

第十节学校科普251

第十一节科学界的科普252

第十二节农村科普253

第十三节城市社区与企业科普254

第十四节科普理论研究255

第十一章国内领先科技馆竞争分析257

第一节中国科学技术馆257

一、机构发展概况257

二、主要功能257

三、机构展览与陈列情况258

四、场馆设置261

五、机构建设情况分析262

六、特效影院265

第二节广东科学中心267

一、机构发展概况267

二、建设历程268

三、门票价格270

四、常设展馆270

五、展区277

六、功能277

第三节上海科学技术馆277

一、机构发展概况277

二、机构特点分析278

三、票价279

四、章程280

五、常设展区、展厅283

第四节重庆科学技术馆294

一、机构发展概况294

二、外观介绍294

三、展示主题	295
四、机构展览与陈列情况	295
五、机构特色活动分析	298
六、机构建设情况分析	299
七、影院	300
八、门票价格	300
第五节武汉科学技术馆	301
一、基本简介	301
二、机构发展概况	302
三、机构展览与陈列情况	302
第六节湖南省科学技术馆	303
一、机构发展概况	303
二、机构展览与陈列情况	304
三、机构特色活动分析	305
四、展馆意义	306
第七节黑龙江省科学技术馆	307
一、机构发展概况	307
二、机构展览与陈列情况	307
三、机构特色活动分析	308
四、收费及开放时间	308
第八节福建省科学技术馆	309
一、机构发展概况	309
二、主要任务	309
三、荣誉称号	309
四、机构建设情况分析	309
五、科普活动	310
六、服务功能	310
第九节江苏省科学技术馆	311
一、机构发展概况	311
二、机构展览与陈列情况	311
三、机构建设情况分析	311
四、功能与作用	312

## 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314

#### 第一节科技馆的管理运营及创新发展314

##### 一、总体问题314

##### 二、思考314

#### 第二节科技馆的服务提升317

##### 一、营造人性化的展览氛围317

##### 二、将服务范围延伸到社会317

##### 三、总结319

#### 第三节2020-2026年科技馆发展趋势预测320

##### 一、2020-2026年科技馆发展趋势分析320

##### 二、2020-2026年科技馆总数量分析320

##### 三、2020-2026年达标科技馆数量分析321

##### 四、2020-2026年达标科技馆数和人口总数之比322

##### 五、2020-2026年达标科技馆年接待观众数322

##### 五、2020-2026年达标科技馆观众数和人口总数之比323

##### 六、2020-2026年科技馆产业政策趋向323

##### 七、2020-2026年科技馆门票价格走势分析324

### 第十三章2020-2026年科技馆投资机会与风险326

#### 第一节科技馆投资效益分析326

##### 一、2013-2018年科技馆投资效益分析326

##### 二、2020-2026年科技馆投资效益分析326

#### 第二节影响科技馆发展的主要因素326

##### 一、2020-2026年影响科技馆运行的有利因素分析326

##### 二、2020-2026年影响科技馆运行的稳定因素分析327

##### 三、2020-2026年影响科技馆运行的不利因素分析328

##### 四、2020-2026年我国科技馆发展面临的挑战分析328

## 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330

## 第一节科技馆营销概述330

### 一、科技馆营销定义330

### 二、科技馆营销的必要性330

### 三、科技馆营销方面存在的问题332

## 第二节科技馆营销战略分析333

### 一、展会营销333

### 二、商品营销335

### 三、品牌营销336

### 四、关系营销337

### 五、服务营销338

### 六、教育营销340

### 七、网络营销342

## 第三节科技馆营销分析343

### 一、当前科技馆在市场营销活动中的实施343

### 二、主要有以下几种措施：344

#### 1、总体措施344

#### 2、关注科普受众付出的成本。344

#### 3、满足社会公众的科普需求。346

#### 4、为科普受众提供便利。347

#### 5、注重与社会公众的沟通。347

#### 6、使常设展览常展常新348

## 第四节科技馆营销形式及策略分析351

### 一、科技馆网络营销概述及策略351

### 二、科技馆微博营销概述及策略353

### 三、科技馆体验式营销概述及策略355

### 四、科技馆营销策略的实施及营销手段355

## 第十五章对科技馆发展战略研究359

### 第一节科技馆发展战略研究359

#### 一、战略综合规划359

#### 二、技术开发战略361

#### 三、业务组合战略362

五、产业战略规划363

六、营销品牌战略363

第二节我国科技馆品牌的战略思考364

一、企业品牌的重要性364

二、科技馆实施品牌战略的有效作用365

三、模仿创新366

第三节科技馆投资战略研究376

一、2020-2026年科技馆投资战略376

二、2020-2026年细分市场投资战略377

第四节 研究结论379

图表目录：

图表：科技类博物馆分类2

图表：旧金山探索馆2013年财务数据摘要41

图表：2011-2018年世界经济增长趋势46

图表：2011-2018年世界贸易增长趋势47

图表：2012-2018年主要发达经济体失业率49

图表：2011-2018年主要经济体政府率50

图表：2012-2018年国内生产总值累计同比增长速度61

图表：2012-2018年规模以上工业增加值月度同比增长62

图表：2012-2018年固定资产投资（不含农户）累计同比增速64

图表：2012-2018年城镇居民人均可支配收入累计同比实际增长速度66

图表：2012-2018年农村居民人均收入累计同比实际增长速度66

图表：2012-2018年房地产开发投资累计同比增速68

图表：2012-2018年社会消费品零售总额月度同比名义增速68

图表：2012-2018年居民消费价格月度同比上涨情况69

图表：2012-2018年工业生产者出厂价格月度同比涨跌情况69

图表：2012-2018年人口及其自然增长率变化情况70

图表：中国文化环境因素121

图表：中国教育情况122

图表：中国与国外（地区）科技类博物馆的数量与人口总数的比例表143

图表：2015年不同行政级别城市科技馆拥有情况159

图表：全国行政区划县以上单位分布情况160

图表：不同级别行政单位拥有科技馆情况160

图表：全国科技馆数量分布表161

图表：全国达标科技馆分布情况161

图表：中、日、美科技馆主要指标比较162

图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布情况177

图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布占比177

图表：2018年科普专职人员179

图表：2018年科普专职人员柱状图180

图表：2018年科普人员180

图表：2018年科技馆数量181

图表：2018年科技馆数量柱状图181

图表：2018年科技馆建筑面积181

图表：2018年科技馆建筑面积柱状图182

图表：2018年科技馆展厅面积182

图表：2018年科技馆展厅面积柱状图182

图表：2018年科技馆当年参观人数183

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185641.html>