2020-2026年中国博物馆旅游市场深度分析与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国博物馆旅游市场深度分析与市场年度调研报告》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/202005/162962.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

报告目录：

第.1章：博物馆旅游行业创新发展必然性分析
1.1博物馆旅游行业发展特性
1.1.1博物馆旅游的内涵
1.1.2博物馆旅游开发内容
1.1.3博物馆旅游发展价值
1.2博物馆旅游需求层次提升
1.2.1文化旅游需求的不断增长
1.2.2博物馆成为文化旅游的新业态
1.2.3文化旅游更需深层次的体验
1.3博物馆旅游开发瓶颈剖析
1.3.1博物馆旅游开发主要问题
1.3.2博物馆旅游开发问题的原因
（1）博物馆旅游开发观念原因分析
（2）博物馆旅游开发宣传原因分析
（3）博物馆旅游开发资金原因分析
1.4博物馆旅游行业前景预测

第2章：博物馆旅游行业开发模式创新策略建议
2.1中国博物馆行业运营现状
2.1.1博物馆现有规模与分布
2.1.2博物馆行业经营效益分析
2.2博物馆旅游开发创新模式分析
2.2.1博物馆旅游开发创新模式一：旅游体验模式
（1）展示方式体验模式分析
（2）体验氛围营造模式分析
（3）举办大型展览或巡展模式分析
（4）增设人性化服务设施模式分析
（5）增设体验项目模式分析
2.2.2博物馆旅游开发创新模式二：旅游要素整合模式

（1）博物馆+景区模式分析
（2）博物馆+酒店模式分析
（3）博物馆主题商场模式分析
2.2.3博物馆旅游开发创新模式三：业务拓展模式
（1）博物馆餐饮开发模式分析
（2）博物馆购品开发模式分析
（3）博物馆修学产品开发模式分析
（4）博物住宿开发模式分析
2.3大博物馆旅游综合体开发（GM-TCD）模式
2.3.1大博物馆的界定与特征
（1）大博物馆概念演化
（2）大博物馆特征分析
（3）与传统博物馆、生态博物馆比较
2.3.2GM-TCD模式发展背景与结构
（1）GM-TCD模式的基本含义
（2）GM-TCD模式的基本结构
（3）GM-TCD模式的结构功能
2.3.3GM-TCD模式形成机制策略建议
（1）博物馆主题旅游区塑造策略
（2）博物馆、地方政府与开发商合作策略
（3）博物馆与旅游业联合发展策略
（4）公共产品与私人商品组合开发策略
2.3.4GM-TCD模式保障体系分析
（1）经营模式如何实现创新化
（2）融资机制如何实现多元化
（3）投资回馈如何实现高回报
（4）操作运营如何实现水平化

第3章：博物馆旅游行业创新发展必然性分析
3.1博物馆旅游产品及其特点
3.1.1博物馆旅游产品定义
3.1.2博物馆旅游产品构成

3.1.3博物馆旅游产品类型
3.1.4博物馆旅游产品特点
3.2项目型博物馆旅游产品生命周期
3.2.1项目博物馆旅游产品生命周期分析
（1）博物馆旅游前平静发展期特征分析
（2）博物馆旅游新产品投入期特征分析
（3）博物馆旅游繁荣发展期特征分析
（4）博物馆旅游新产品衰退期特征分析
（5）博物馆旅游后平静发展期特征分析
3.2.2博物馆旅游产品生产周期小结
3.3博物馆旅游产品开发策略建议
3.3.1博物馆旅游产品开发如何把握文化理念
3.3.2博物馆旅游产品开发如何把握休闲理念
3.3.3博物馆旅游产品开发如何把握体验理念
3.3.4博物馆旅游产品开发如何把握品牌化理念
3.4博物馆体验型旅游产品开发与设计建议
3.4.1博物馆旅游体验特征和实现方式建议
（1）博物馆旅游体验特点
（2）不同类型博物馆旅游体验分析
（3）博物馆旅游体验实现方式建议
3.4.2体验型旅游产品特点与独特性分析
（1）体验型旅游产品概念
（2）体验型旅游产品特点分析
（3）体验型旅游产品与一般旅游产品类型上的联系
（4）体验型旅游产品与一般旅游产品开发上的联系
3.4.3博物馆体验型旅游产品开发原则
（1）博物馆体验型旅游产品如何把握主题性原则
（2）博物馆体验型旅游产品如何把握多样性原则
（3）博物馆体验型旅游产品如何把握参与性原则
（4）博物馆体验型旅游产品如何把握深刻性原则
（5）博物馆体验型旅游产品如何把握系统性原则
3.4.4博物馆体验型旅游产品设计方法建议

（1）博物馆体验型旅游产品如何把握体验环境
（2）博物馆体验型旅游产品如何明确游客体验需求
（3）博物馆体验型旅游产品如何确定体验主题
（4）博物馆体验型旅游产品如何实现体验主题
（5）博物馆体验型旅游产品如何营造体验氛围
（6）博物馆体验型旅游产品如何保证体验可持续性
3.4.5博物馆体验型旅游产品开发对策建议
（1）体验参与度提高建议
（2）配套设施完善建议
（3）延伸后续体验建议

第4章：国外博物馆旅游运作现状与经验借鉴
4.1国外博物馆旅游开发情况分析
4.1.1国外博物馆旅游发展历程
4.1.2国外博物馆旅游发展趋势
（1）参与体验型趋势分析
（2）理性休闲观念趋势分析
4.2国外博物馆旅游开发典型案例分析
4.2.1古根海姆博物馆旅游市场化运作模式
（1）博物馆基本情况简介
（2）博物馆旅游运作模式经验借鉴
4.2.2大都会博物馆旅游购物模式
（1）博物馆基本情况简介
（2）博物馆旅游运作模式经验借鉴
4.2.3大英博物馆旅游公共空间开发模式
（1）博物馆基本情况简介
（2）博物馆旅游运作模式经验借鉴
4.2.4老史德桥村博物馆教育模式
（1）博物馆基本情况简介
（2）博物馆旅游运作模式经验借鉴
4.3国外博物馆旅游开发的经验总结

第5章：博物馆旅游创新开发典型案例分析
5.1GM-TCD模式——大渡口区博物馆
5.1.1大渡口博物馆旅游开发可行性
（1）大渡口博物馆旅游开发的背景分析
（2）大渡口博物馆旅游开发的优势与基础条件分析
5.1.2大渡口建设GM-TCD的思路分析
（1）如何展示大渡口地域文化
（2）博物馆旅游业自身发展定位
（3）重钢遗址保护和文化挖掘分析
5.1.3大渡口GM-TCD开发路径经验借鉴
（1）旅游开发独享模式经验借鉴
（2）旅游开发二元结构经验借鉴
5.2游客体验模式——南通博物馆群
5.2.1南通博物馆群旅游开发可行性
（1）南通博物馆群旅游开发的背景分析
（2）南通博物馆群旅游开发的优势与基础条件分析
5.2.2南通博物馆群游客体验模式开发思路
5.2.3南通博物馆群游客体验模式开发经验借鉴
5.3文化空间构建——湖北省博物馆
5.3.1湖北省博物馆旅游开发可行性
（1）湖北省博物馆旅游开发的背景分析
（2）湖北省博物馆旅游开发的优势与基础条件分析
5.3.2湖北省博物馆文化空间构建思路
5.3.3湖北省博物馆文化空间构建经验借鉴

第6章：互联网+博物馆旅游切入点与营销突围策略
6.1中国互联网发展势不可挡
6.1.1互联网发展规模分析
（1）互联网网民规模及互联网普及率分析
（2）中国网民各类网络应用的使用率分析
（3）中国网民各类手机网络应用的使用率
6.1.2移动互联网商业价值分析

（1）移动互联网商业价值及切入点分析
（2）2020-2026年移动互联网前景预测
（3）2020-2026年移动电子商务市场预测
（4）2020-2026年移动营销市场前景预测
（5）2020-2026年移动互联网发展趋势
6.2互联网下博物馆旅游发展机遇与建议
6.2.1互联网给博物馆旅游行业带来的突破机遇
6.2.2互联网思维下博物馆旅游转型突围建议
（1）国内博物馆旅游营销存在的问题分析
（2）互联网思维下博物馆旅游营销主题如何确定
（3）互联网思维下博物馆旅游营销产品如何制作
（4）互联网思维下博物馆旅游营销内容如何丰富
（5）互联网思维下博物馆旅游营销爆款如何打造
（6）互联网思维下博物馆旅游营销粉丝社群经济如何运营
6.3博物馆旅游互联网切入与运营策略
6.3.1互联时代市场营销新趋势
6.3.2博物馆旅游互联网营销之——自建官网营销战略
（1）自建官网的优劣势分析
（2）自建官网运营成本分析
（3）自建官网经营效益分析
（4）自建官网运营关键要素
6.3.3博物馆旅游互联网营销之——第三方平台营销战略
（1）依托第三方平台的优劣势分析
（2）依托第三方平台运营成本分析
（3）依托第三方平台经营效益分析
（4）依托第三方平台运营关键要素
6.3.4博物馆旅游互联网营销之——微信营销战略
（1）微信功能概述及营销价值
（2）微信用户行为及营销现状
（3）微信的主要营销模分析
（4）微信营销的步骤、方法与技巧
（5）微信运营与营销优秀案例详解

（6）微信营销效果的评估标准分析
（7）微信下博物馆的CRM策略分析
6.3.5博物馆旅游互联网营销之——APP营销战略
（1）APP营销的特点与价值
（2）博物馆APP营销背景分析
（3）APP体系与功能策略方向
（4）APP营销的创意路径
（5）APP用户体验设计技巧
（6）如何找准APP目标客户
（7）APP推广的技巧与方法
（8）APP如何提升运营效果
（9）APP营销优秀实战案例
6.3.6博物馆旅游互联网营销之——微博营销战略
（1）微博营销的特点与价值
（2）微博用户行为及营销现状
（3）微博营销的策略与技巧
（4）微博营销优秀案例详解
（5）中小企业微博营销实战对策
（6）微博营销风险及应对策略

第7章：中国重点区域博物馆旅游发展状况分析
7.1北京市博物馆旅游发展分析
7.1.1博物馆旅游资源情况
（1）北京市博物馆发展规模
（2）北京市博物馆文物藏品数量
7.1.2博物馆旅游资源类型
7.1.3博物馆旅游运营现状分析
（1）北京市博物馆参观人数
（2）北京市博物馆展览分析
7.1.4博物馆发展政策分析
7.1.5北京市博物馆免费开放实践
7.1.6北京市博物馆最新发展动态

7.2上海市博物馆旅游发展分析
7.2.1博物馆旅游资源情况
（1）上海市博物馆发展规模
（2）上海市博物馆文物藏品数量
7.2.2博物馆旅游资源类型
7.2.3博物馆旅游运营现状分析
（1）上海市博物馆参观人数
（2）上海市博物馆展览分析
7.2.4上海市博物馆发展政策分析
7.2.5上海市博物馆免费开放实践
7.2.6上海市博物馆最新发展动态
7.3江苏省博物馆旅游发展分析
7.3.1博物馆旅游资源情况
（1）江苏省博物馆发展规模
（2）江苏省博物馆文物藏品情况
7.3.2博物馆旅游资源类型
7.3.3博物馆旅游运营现状分析
（1）博物馆参观人数
（2）博物馆展览分析
7.3.4江苏省博物馆发展政策分析
7.3.5江苏省博物馆免费开放实践
7.3.6江苏省博物馆最新发展动态
7.4湖南省博物馆旅游发展分析
7.4.1博物馆旅游资源情况
（1）湖南省博物馆发展规模
（2）湖南省博物馆文物藏品情况
7.4.2博物馆旅游资源类型
7.4.3博物馆运营现状分析
（1）博物馆参观人数
（2）博物馆展览分析
7.4.4湖南省博物馆发展政策分析
7.4.5湖南省博物馆免费开放实践

7.4.6湖南省博物馆最新发展动态
7.5陕西省博物馆旅游发展分析
7.5.1博物馆旅游资源情况
（1）陕西省博物馆发展规模
（2）陕西省博物馆文物藏品数量
7.5.2博物馆旅游资源类型
7.5.3博物馆运营现状分析
（1）博物馆参观人数
（2）博物馆展览分析
7.5.4陕西省博物馆发展政策分析
7.5.5陕西省博物馆免费开放实践
7.5.6陕西省博物馆最新发展动态
7.6广东省博物馆旅游发展分析
7.6.1博物馆旅游资源情况
（1）广东省博物馆发展规模
（2）广东省各区域博物馆发展规模
（3）广东省博物馆文物藏品数量
7.6.2博物馆旅游资源类型
7.6.3博物馆运营现状分析
（1）博物馆参观人数
（2）博物馆展览分析
7.6.4广东省博物馆发展政策分析
7.6.5广东省博物馆免费开放实践
7.6.6广东省博物馆最新发展动态
7.7湖北省博物馆旅游发展分析
7.7.1博物馆旅游资源情况
（1）湖北省博物馆发展规模
（2）湖北省博物馆文物藏品数量
7.7.2博物馆旅游资源类型
7.7.3博物馆运营现状分析
（1）湖北省博物馆参观人数
（2）湖北省博物馆展览分析

7.7.4湖北省博物馆发展政策分析
7.7.5湖北省博物馆免费开放实践
7.7.6湖北省博物馆最新发展动态

第8章：中国标杆博物馆旅游开发模式与产品创新策略
8.1故宫博物院开发模式与产品创新
8.1.1博物馆简介
8.1.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施与服务
8.1.3博物馆陈列展览特点
8.1.4博物馆收益模式分析
（1）主题旅游收益模式分析
（2）策划主题文化展览收益模式分析
（3）承接外来文化展览收益模式分析
（4）策划主题出版物收益模式分析
（5）开发销售主题工艺品
8.1.5博物馆市场营销分析
8.1.6博物馆运营情况分析
8.1.7博物馆最新动态分析
8.2中国国家博物馆开发模式与产品创新
8.2.1博物馆简介
8.2.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.2.3博物馆陈列展览情况
8.2.4博物馆收益模式分析
8.2.5博物馆营销模式分析
8.2.6博物馆最新动态分析
8.3首都博物馆开发模式与产品创新
8.3.1博物馆简介
8.3.2博物馆旅游产品开发

（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施与服务
8.3.3博物馆陈列展览情况
8.3.4博物馆收益模式分析
8.3.5博物馆市场营销分析
8.3.6博物馆最新动态分析
8.4上海博物馆开发模式与产品创新
8.4.1博物馆简介
8.4.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施与服务
8.4.3博物馆陈列展览情况
8.4.4博物馆收益模式分析
8.4.5博物馆营销模式分析
8.4.6博物馆最新动态分析
8.5南京博物院开发模式与产品创新
8.5.1博物馆简介
8.5.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施与服务
8.5.3博物馆陈列展览特点
8.5.4博物馆收益模式分析
8.5.5博物馆营销模式分析
8.5.6博物馆最新动态分析
8.6重庆中国三峡博物馆开发模式与产品创新
8.6.1博物馆简介
8.6.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.6.3博物馆陈列展览特点
8.6.4博物馆机构设置
8.6.5博物馆收益模式分析

8.6.6博物馆营销模式分析
8.6.7博物馆最新动态分析
8.7陕西历史博物馆开发模式与产品创新
8.7.1博物馆简介
8.7.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.7.3博物馆陈列展览情况
8.7.4博物馆机构设置
8.7.5博物馆营销模式分析
8.7.6博物馆最新动态分析
8.8山西博物院开发模式与产品创新
8.8.1博物馆简介
8.8.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施和服务
8.8.3博物馆陈列展览特点
8.8.4博物馆营销模式分析
8.8.5博物馆最新动态分析
8.9湖北省博物馆开发模式与产品创新
8.9.1博物馆简介
8.9.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游设施与服务
8.9.3博物馆陈列展览情况
8.9.4博物馆收益模式分析
8.9.5博物馆营销模式分析
8.9.6博物馆最新动态分析
8.10中国地质博物馆开发模式与产品创新
8.10.1博物馆简介
8.10.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况

（2）博物馆特色活动
8.10.3博物馆陈列展览情况
8.10.4博物馆收益模式分析
8.10.5博物馆营销模式分析
8.10.6博物馆最新动态分析
8.11广东省博物馆开发模式与产品创新
8.11.1博物馆简介
8.11.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.11.3博物馆陈列展览情况
8.11.4博物馆收益模式分析
8.11.5博物馆营销模式分析
8.11.6博物馆最新动态分析
8.12四川省博物馆开发模式与产品创新
8.12.1博物馆简介
8.12.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.12.3博物馆陈列展览情况
8.12.4博物馆收益模式分析
8.12.5博物馆营销模式分析
8.12.6博物馆最新动态分析
8.13深圳博物馆开发模式与产品创新
8.13.1博物馆简介
8.13.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.13.3博物馆陈列展览特点
8.13.4博物馆收益模式分析
8.13.5博物馆营销模式分析
8.13.6博物馆最新动态分析

8.14观复博物馆开发模式与产品创新
8.14.1博物馆简介
8.14.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆旅游特色活动
8.14.3博物馆陈列展览情况
8.14.4博物馆收益模式分析
8.14.5博物馆营销模式分析
8.14.6博物馆最新动态分析
8.15炎黄艺术馆开发模式与产品创新
8.15.1博物馆简介
8.15.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.15.3博物馆陈列展览情况
8.15.4博物馆收益模式分析
8.15.5博物馆营销模式分析
8.15.6博物馆最新动态分析
8.16北京中华民族博物院开发模式与产品创新
8.16.1博物馆简介
8.16.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.16.3博物馆陈列展览情况
8.16.4博物馆收益模式分析
8.16.5博物馆营销模式分析
8.17中国（广灵）剪纸艺术博物馆开发模式与产品创新
8.17.1博物馆简介
8.17.2博物馆旅游产品开发
（1）博物馆藏品情况
（2）博物馆特色活动
8.17.3博物馆陈列展览情况

8.17.4博物馆收益模式分析
8.18哈尔滨冰雪艺术馆开发模式与产品创新
8.18.1博物馆简介
8.18.2博物馆旅游产品开发
8.18.3博物馆陈列展览情况
8.18.4博物馆收益模式分析
8.18.5博物馆营销模式分析

部分图表目录：

图表1：中国博物馆旅游开发主要问题
图表2：中国博物馆机构数量变化趋势（单位：个，%）
图表3：中国不同类别博物馆情况（单位：%）
图表4：我国博物馆的地区分布（单位：个，%）
图表5：中国博物馆参观人数（单位：万人，%）
图表6：中国博物馆年度总收入（单位：万元，%）
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202005/162962.html