2022-2028年中国科技馆行业发展趋势与投资可行性报告

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

《2022-2028年中国科技馆行业发展趋势与投资可行性报告》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/202205/297191.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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国科技馆行业发展趋势与投资可行性报告》共十五章。首先介绍了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
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
第四节科技馆市场特征分析
一、科技馆的科普供给机制与市场经营
二、产业关联度
三、影响需求的关键因素
四、科技馆的作用被大大忽视了

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、2016-2020年全球科技馆市场发展现状
二、2016-2020年全球科技馆市场发展特点
三、2022-2028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2016-2020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2016-2020年中国经济环境分析
一、宏观经济形势分析
二、宏观经济环境对行业的影响
第三节2016-2020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
第四节2016-2020年中国科技馆社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育情况分析
三、教学质量分析
三、文化环境分析

四、政策环境分析
五、生态环境分析
六、中国城镇化率
七、居民消费观念和习惯分析

第四章 我国科技馆所属行业运行现状分析
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
三、科技馆门票的订价政策
第四节2020年对科技馆品牌市场化运作的思考
一、2020年对科技馆品牌市场化运作的思考
二、如何提高民众参观量
三、如何增强科技馆服务内涵
四、办好科技馆的办法

第五章 我国科技馆所属行业整体运行指标分析
第一节2016-2020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2016-2020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2016-2020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2016-2020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 2016-2020年我国科技馆所属行业市场需求形势分析
第一节2016-2020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2016-2020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
第二节全国各地区情况
一、各地区科技馆数量分析
二、科技馆人员数量分析
三、2022-2028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
第九节科普影视
第十节学校科普
第十一节科学界的科普
第十二节农村科普
第十三节城市社区与企业科普
第十四节科普理论研究

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
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
第六节湖南省科学技术馆
一、机构发展概况
二、机构展览与陈列情况
三、机构特色活动分析
四、展馆意义
第七节黑龙江省科学技术馆

一、机构发展概况
二、机构展览与陈列情况
三、机构特色活动分析
四、收费及开放时间
第八节福建省科学技术馆
一、机构发展概况
二、主要任务
三、荣誉称号
四、机构建设情况分析
五、科普活动
六、服务功能
第九节江苏省科学技术馆
一、机构发展概况
二、机构展览与陈列情况
三、机构建设情况分析
四、功能与作用312

第五部分发展前景展望
第十二章 2022-2028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2022-2028年科技馆发展趋势预测
一、2022-2028年科技馆发展趋势分析
二、2022-2028年科技馆总数量分析
三、2022-2028年达标科技馆数量分析
四、2022-2028年达标科技馆数和人口总数之比
五、2022-2028年达标科技馆年接待观众数

五、2022-2028年达标科技馆观众数和人口总数之比
六、2022-2028年科技馆产业政策趋向
七、2022-2028年科技馆门票价格走势分析

第十三章 2022-2028年科技馆投资机会与风险
第一节科技馆投资效益分析
一、2016-2020年科技馆投资效益分析
二、2022-2028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、2022-2028年影响科技馆运行的有利因素分析
二、2022-2028年影响科技馆运行的稳定因素分析
三、2022-2028年影响科技馆运行的不利因素分析
四、2022-2028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
第四节科技馆营销形式及策略分析
一、科技馆网络营销概述及策略
二、科技馆微博营销概述及策略
三、科技馆体验式营销概述及策略
四、科技馆营销策略的实施及营销手段

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、2022-2028年科技馆投资战略
二、2022-2028年细分市场投资战略
第四节 研究结论

图表目录：

图表：科技类博物馆分类
图表：2016-2020年世界经济增长趋势
图表：不同级别行政单位拥有科技馆情况
图表：全国科技馆数量分布表

图表：全国达标科技馆分布情况
图表：中、日、美科技馆主要指标比较
图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布情况
图表：地（市、自治州、地区、盟）级以上科技馆分布占比
图表：2020年科普专职人员
图表：2020年科普专职人员柱状图180
图表：2020年科普人员
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202205/297191.html