2024-2029年中国博物馆旅游行业创新开发模式与发展战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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
2.3.2 GM-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
2.3.3 GM-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
2.3.4 GM-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前瞻建议
3.4.1 博物馆旅游体验特征和实现方式前瞻建议
（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前瞻建议
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前瞻建议
（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前瞻建议
（1）体验参与度提高前瞻建议
（2）配套设施完善前瞻建议
（3）延伸后续体验前瞻建议
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
5.1 GM-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）2023-2028年移动互联网前景预测
（3）2023-2028年移动电子商务市场预测
（4）2023-2028年移动营销市场前景预测
（5）2023-2028年移动互联网发展趋势前瞻
6.2 互联网下博物馆旅游发展机遇与前瞻建议
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前瞻建议
（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

图表目录

图表1：中国博物馆旅游开发主要问题
图表2：2017-2022年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5：2017-2022年中国博物馆参观人数（单位：万人，%）
图表6：2017-2022年中国博物馆年度总收入（单位：万元，%）
图表7：2017-2022年中国博物馆年度总支出（单位：万元，%）
图表8：博物馆+景区模式开发模式示意图
图表9：按照组织形式划分的教育修学产品类型
图表10：按照人群特征划分的教育修学产品类型
图表11：大博物馆与传统博物馆、生态博物馆的比较

图表12：GM-TCD模式的基本结构
图表13：博物馆特色旅游产业衍生形成示意图
图表14：博物馆旅游产品类型
图表15：博物馆旅游产品生命周期
图表16：博物馆旅游体验设计模型图
图表17：游客体验满意度模型图
图表18：休闲经验的分级
图表19：古根海姆博物馆市场化运作模式
图表20：大渡口区特色博物馆旅游开发示意图
图表21：博物馆旅游体验设计的类型
图表22：南通博物馆经营类型
图表23：2017-2022年中国网民规模和互联网普及率（单位：亿人，%）
图表24：2018-2022年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万人，%）
图表25：2018-2022年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万人，%）
图表26：2023-2028年我国移动互联网用户规模预测（单位：亿人）
图表27：2023-2028年我国移动互联网市场规模预测（单位：亿元）
图表28：2023-2028年我国移动电子商务用户规模预测（单位：亿人）
图表29：2023-2028年我国移动电子商务交易规模预测（单位：亿元）
图表30：2023-2028年我国移动营销市场规模预测（单位：亿元）
图表31：移动互联网发展趋势简析
图表32：自建官网的优劣势
图表33：自建官网的关键资源能力分析
图表34：自建官网的优劣势
图表35：第三方平台开店模式的关键资源能力分析
图表36：微信功能简介
图表37：微信营销的作用
图表38：微信营销的作用
图表39：微信营销与微博营销的区别
图表40：微信营销的优劣势分析
图表41：即时通信工具渗透率（单位：%）
图表42：网民使用微信内容（单位：%）
图表43：网民微信公共账号关注度（单位：%）
图表44：微信支付内容的知名度和使用率（单位：%）
图表45：微信联系人（单位：%）
图表46：微信用户的使用频率（单位：%）
图表47：2017-2022年微信用户数量（单位：亿人）
图表48：微信的主要营销模式对比分析
图表49：微信营销的步骤简析
图表50：微信营销的方法和技巧简析
图表51：南方航空（微信号www_csair_com）微信公众账号基本信息介绍
图表52：南方航空（微信号www_csair_com）自定义菜单相关功能
图表53：南航微信运营策略简析
图表54：微信内容营销衡量指标
图表55：提高微信信息到达率入手之处
图表56：微信下企业的CRM策略分析
图表57：APP营销的特点简析
图表58：APP营销与传统营销方式的对比
图表59：APP营销与传统手机营销的区别
图表60：APP营销是未来营销趋势简析
图表61：近六十年来世界营销理念的变迁
图表62：未来营销概念：协同创新、社区化、特征塑造
图表63：不同类型应用单日人均使用时长及增幅（单位：分钟，%）
图表64：传媒行业发展历程图
图表65：2017-2022年中国网络广告市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表66：APP体系方向
图表67：APP功能策略方向简析
图表68：APP营销的创意路径简析
图表69：用户体验的类型
图表70：APP用户体验设计技巧简析

图表71：APP推广的技巧
图表72：APP推广的方法
图表73：IKEA APP基本介绍
图表74：IKEA APP示意图
图表75：IKEA APP中增强现实技术的应用
图表76：IKEA APP购物示意图
图表77：微博营销的特点简析
图表78：微博的营销价值简析
图表79：微博渗透率（单位：%）
图表80：网民使用微博功能（单位：%）
图表81：从微博上获取新闻/热点话题的原因（单位：%）
图表82：微博联系人（单位：%）
图表83：微博用户的使用频率（单位：%）
图表84：微博用户的使用时长（单位：%）
图表85：网民手机端使用微博占总时长的比例（单位：%）
图表86：微博营销的策略简析
图表87：微博营销的技巧简析
图表88：海底捞微博营销案例解析
图表89：中小企业微博营销实战对策
图表90：微博营销风险简析
图表91：微博营销风险的应对策略简析
图表92：2017-2022年北京市博物馆数量变化趋势（单位：座）
图表93：2017-2022年北京市博物馆文物藏品数（单位：件）
图表94：北京市博物馆按类别分类情况（单位：座）
图表95：北京市博物馆按类别分类情况（单位：%）
图表96：2017-2022年北京市博物馆参观人数（单位：万人）
图表97：2017-2022年北京市博物馆活动数量（单位：个）
图表98：北京市博物馆政策分析
图表99：2017-2022年上海市博物馆数量变化趋势（单位：座）
图表100：2017-2022年上海市博物馆文物藏品数量（单位：件/套）
图表101：上海市不同类别博物馆/纪念馆文物藏品数量（单位：万件）
图表102：上海市博物馆/纪念馆按类别分类情况（单位：座）
图表103：2017-2022年上海市博物馆参观人数（单位：万人）
图表104：上海市不同类别博物馆/纪念馆参观人数（单位：万人次）
图表105：2017-2022年上海市博物馆展览活动数量（单位：个）
图表106：上海市博物馆政策分析
图表107：上海市博物馆免费开放情况
图表108：2017-2022年江苏省博物馆数量变化趋势（单位：座）
图表109：2017-2022年江苏省博物馆文物藏品数量（单位：件）
图表110：江苏省博物馆按类别分类情况（单位：座）
图表111：2017-2022年博物馆参观人数（单位：万人次）
图表112：2017-2022年江苏省博物馆展览活动数量（单位：个）
图表113：江苏省博物馆政策分析
图表114：江苏省博物馆免费开放情况
图表115：2017-2022年湖南省博物馆数量变化趋势（单位：座）
图表116：2017-2022年博物馆文物藏品数量（单位：件）
图表117：湖南省博物馆按经营性质分类情况（单位：%）
图表118：2017-2022年湖南省博物馆参观人数（单位：万人次）
图表119：2017-2022年湖南省博物馆展览活动数量（单位：个）
图表120：湖南省博物馆政策分析
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！