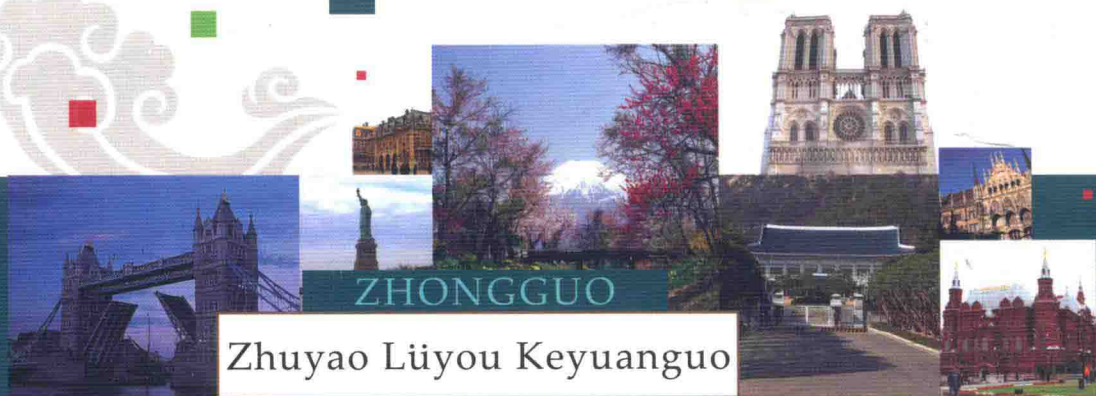




普通高等教育“十二五”规划教材
全国高等院校规划教材·旅游系列



ZHONGGUO

Zhuyao Lüyou Keyuanguo

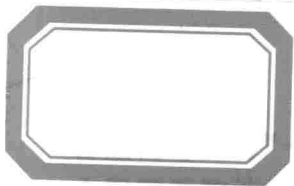
ji Diqu Gaikuang

中国主要旅游客源国 及地区概况

杨培玉 © 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



“二五”规划教材
旅游系列

中国主要旅游客源国及地区概况

主 编 杨培玉
副主编 彭 敏 郭永建



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书顺应了新时期中国旅游业发展的实际需要,符合教育部教育改革纲要提出的人才培养要求,突出了学生本位思想,以一种全新的研究思路进行知识架构,从不同的视角来分析中国主要旅游客源国及地区状况,以便有针对性地进行客源市场开拓,进而促进中国入境旅游的持续、稳定、快速发展。

本书在研究对象上保持了与国家旅游局旅游数据统计的统一性,主要研究对象包括中国港、澳、台3个地区和21个主要客源国。本书在综述中国现代旅游业发展现状和入境旅游发展实绩的基础上,把主要内容分为四篇,共24章。第一篇为效益市场,共7章;第二篇为稳定市场,共5章;第三篇为潜力市场,共7章;第四篇为新兴市场,共5章。每一章分为4节,分别详细介绍了各主要旅游客源国及地区的基本概况、民俗风情和主要旅游胜地,并在全面分析游客基本特征的基础上提出了相应的市场开拓对策。

本书既可以作为高校旅游管理专业学生的专业教材,也可以作为旅游从业人员的工作参考用书,还可以作为各类旅游培训的指导用书。

图书在版编目(CIP)数据

中国主要旅游客源国及地区概况/杨培玉主编. —北京:北京大学出版社,2013.9
(全国高等院校规划教材·旅游系列)

ISBN 978-7-301-22826-5

I. ①中… II. ①杨… III. ①旅游客源—中国—高等学校—教材②景点—概况—世界—高等学校—教材 IV. ①F592.6②K91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 154161 号

书 名: 中国主要旅游客源国及地区概况

著作责任者: 杨培玉 主编

责任编辑: 吴坤娟

标准书号: ISBN 978-7-301-22826-5/G·3656

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62756923 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20 印张 474 千字

2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

改革开放以来,中国旅游业展现了强劲的发展势头,中国成为名副其实的旅游大国,正在以矫健的步伐向旅游强国迈进。随着中国国际地位的不不断提升,中国的入境旅游面临着更大的机遇。新时期需要新人才,新人才需要新知识。

伴随着中国入境旅游的飞速发展,学术界对中国主要旅游客源国及地区的研究也在不断地深入。

本书有三个特点。一是体例结构创新。根据 24 个主要客源国及地区对中国入境旅游的贡献大小和发展潜力将其细分为效益市场、稳定市场、潜力市场和新兴市场。二是知识结构合理。注重时效性,数据力求全而新,强调知识的启发性,每章都安排了学习要求和目的、任务导入及思考题,引导学生透过现象分析本质和规律。三是具有实践指导性和广泛的适用性。

本书由杨培玉任主编,彭敏和郭永建任副主编。杨培玉负责全书的统稿与审核,并具体负责绪论部分和第一篇(共 7 章)的编写;彭敏负责第二篇和第四篇(共 10 章)的编写,郭永建负责第三篇(共 7 章)的编写。

编者在编写本书的过程中引用了许多专家、学者及相关研究人员的研究成果,在此对各位专家、学者和同人一并表示感谢。另外,编者在编写本书过程中得到了北京大学出版社的大力支持,编辑在编校排印方面付出了大量心血,也给予了我们最大的谅解,在此深表谢意。

经过近三年的编写,本书终于可以与广大读者见面了。虽然本书在体例结构上具有创新性,但因编者水平有限,疏漏之处在所难免,欢迎各位专家和广大读者不吝指正,以便下次及时修订改进。

编 者

2013 年 5 月

目 录

绪论	(1)
----------	-----

第一篇 效益市场

第一章 中国香港	(6)
第一节 中国香港地区概况	(6)
第二节 中国香港民俗风情	(10)
第三节 中国香港主要旅游胜地	(12)
第四节 中国香港游客特征与市场开拓	(15)
第二章 中国澳门	(20)
第一节 中国澳门地区概况	(20)
第二节 中国澳门民俗风情	(24)
第三节 中国澳门主要旅游胜地	(25)
第四节 中国澳门游客特征与市场开拓	(27)
第三章 中国台湾	(31)
第一节 中国台湾省概况	(31)
第二节 中国台湾民俗风情	(34)
第三节 中国台湾主要旅游胜地	(36)
第四节 中国台湾游客特征与市场开拓	(39)
第四章 韩国	(44)
第一节 韩国国家概况	(44)
第二节 韩国民俗风情	(48)
第三节 韩国主要旅游胜地	(50)
第四节 韩国游客特征与市场开拓	(53)
第五章 日本	(58)
第一节 日本国家概况	(58)
第二节 日本民俗风情	(62)
第三节 日本主要旅游胜地	(65)
第四节 日本游客特征与市场开拓	(68)
第六章 俄罗斯	(72)
第一节 俄罗斯国家概况	(72)
第二节 俄罗斯民俗风情	(76)

第三节 俄罗斯主要旅游胜地	(79)
第四节 俄罗斯游客特征与市场开拓	(82)
第七章 美国	(87)
第一节 美国国家概况	(87)
第二节 美国民俗风情	(91)
第三节 美国主要旅游胜地	(93)
第四节 美国游客特征与市场开拓	(97)

第二篇 稳定市场

第八章 马来西亚	(102)
第一节 马来西亚国家概况	(102)
第二节 马来西亚民俗风情	(105)
第三节 马来西亚主要旅游胜地	(107)
第四节 马来西亚游客特征与市场开拓	(110)
第九章 新加坡	(114)
第一节 新加坡国家概况	(114)
第二节 新加坡民俗风情	(117)
第三节 新加坡主要旅游胜地	(120)
第四节 新加坡游客特征与市场开拓	(122)
第十章 菲律宾	(127)
第一节 菲律宾国家概况	(127)
第二节 菲律宾民俗风情	(130)
第三节 菲律宾主要旅游胜地	(133)
第四节 菲律宾游客特征与市场开拓	(135)
第十一章 蒙古国	(140)
第一节 蒙古国国家概况	(140)
第二节 蒙古国民俗风情	(143)
第三节 蒙古国主要旅游胜地	(146)
第四节 蒙古国游客特征与市场开拓	(148)
第十二章 泰国	(152)
第一节 泰国国家概况	(152)
第二节 泰国民俗风情	(155)
第三节 泰国主要旅游胜地	(159)
第四节 泰国游客特征与市场开拓	(162)



第三篇 潜力市场

第十三章 澳大利亚	(168)
第一节 澳大利亚国家概况	(168)
第二节 澳大利亚民俗风情	(172)
第三节 澳大利亚主要旅游胜地	(174)
第四节 澳大利亚游客特征与市场开拓	(176)
第十四章 英国	(181)
第一节 英国国家概况	(181)
第二节 英国民俗风情	(185)
第三节 英国主要旅游胜地	(187)
第四节 英国游客特征与市场开拓	(191)
第十五章 加拿大	(196)
第一节 加拿大国家概况	(196)
第二节 加拿大民俗风情	(200)
第三节 加拿大主要旅游胜地	(203)
第四节 加拿大游客特征与市场开拓	(207)
第十六章 德国	(211)
第一节 德国国家概况	(211)
第二节 德国民俗风情	(215)
第三节 德国主要旅游胜地	(217)
第四节 德国游客特征与市场开拓	(221)
第十七章 印度	(225)
第一节 印度国家概况	(225)
第二节 印度民俗风情	(229)
第三节 印度主要旅游胜地	(232)
第四节 印度游客特征与市场开拓	(235)
第十八章 印度尼西亚	(239)
第一节 印度尼西亚国家概况	(239)
第二节 印度尼西亚民俗风情	(243)
第三节 印度尼西亚主要旅游胜地	(245)
第四节 印度尼西亚游客特征与市场开拓	(248)
第十九章 法国	(252)
第一节 法国国家概况	(252)
第二节 法国民俗风情	(256)
第三节 法国主要旅游胜地	(257)



第四节 法国游客特征与市场开拓	(261)
-----------------------	-------

第四篇 新兴市场

第二十章 意大利	(266)
第一节 意大利国家概况	(266)
第二节 意大利民俗风情	(269)
第三节 意大利主要旅游胜地	(270)
第四节 意大利游客特征与市场开拓	(271)
第二十一章 荷兰	(274)
第一节 荷兰国家概况	(274)
第二节 荷兰民俗风情	(276)
第三节 荷兰主要旅游胜地	(278)
第四节 荷兰游客特征与市场开拓	(280)
第二十二章 瑞典	(282)
第一节 瑞典国家概况	(282)
第二节 瑞典民俗风情	(285)
第三节 瑞典主要旅游胜地	(287)
第四节 瑞典游客特征与市场开拓	(287)
第二十三章 西班牙	(290)
第一节 西班牙国家概况	(290)
第二节 西班牙民俗风情	(293)
第三节 西班牙主要旅游胜地	(296)
第四节 西班牙游客特征与市场开拓	(297)
第二十四章 新西兰	(299)
第一节 新西兰国家概况	(299)
第二节 新西兰民俗风情	(302)
第三节 新西兰主要旅游胜地	(303)
第四节 新西兰游客特征及市场开拓	(305)
附录 2006—2011 年中国主要旅游客源国入境旅游人数及增长情况	(307)
参考文献	(311)

绪 论

旅游业是当今世界第一大产业,在世界各国的经济发展中起着举足轻重的作用。中国旅游业借改革开放的东风,伴随中国社会经济的飞速发展发生了翻天覆地的变化,完成了质的飞跃,已经成为中国国民经济中最具发展活力的新兴产业,成为新的经济增长点之一。其中,入境旅游发展迅速,得到了国家的大力支持,获得了稳定的客源市场,取得了举世瞩目的成绩。

一、中国现代旅游业的发展现状

中国旅游业起步晚,底子薄,随着改革开放的全面展开才进入了现代旅游发展时期,比世界现代旅游发展晚了近 30 年。但改革开放 30 多年来,中国旅游业保持了健康、持续、快速的发展态势,实现了跨越式的发展,具体表现:产业规模不断扩大,产业体系日趋健全,产业基础更加坚实,入境旅游、国内旅游、出境旅游三大市场持续稳定增长,市场规模不断增大。中国已经迈入了世界旅游大国的行列,旅游业的发展有力地推动了中国服务业总体规模的扩大和整体质量的提升,旅游业已经成为中国服务业发展的龙头产业。

旅游发展实践表明,旅游业在创汇增收、拉动内需方面,在增加就业、消除贫困、提高人民生活质量方面,在促进经济结构调整和统筹经济社会及城乡区域协调发展方面,在弘扬民族文化、传播先进文化方面,在增进世界人民与中国人民的相互了解和友谊、提高中国国际地位、促进世界稳定和发展等方面发挥了重要的促进作用。同时旅游业也是解决民生问题、促进社会和谐的重要因素,是满足人们生活需求、落实以人为本的内在要求。

旅游业的快速发展使中国成为世界旅游强国指日可待。1997 年,世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)预测,到 2020 年,世界国际旅游人数将达 16 亿人次,全球旅游外汇收入将达 2 万亿美元。届时,中国将成为世界第一大旅游目的地。中国国家旅游局预测,到 2020 年,中国入境旅游人数将达到 2.1 亿~3 亿人次,其中外国人为 3 100 万~4 500 万人次,国际旅游外汇收入为 580 亿~820 亿美元。国内旅游达到 29 亿~36 亿人次,国内旅游收入为 2.1 万亿~3.0 万亿元。届时全国旅游业总收入将达 3.6 万亿元,相当于那时国内生产总值(Gross Domestic Product, GDP)的 11%,旅游业真正成为国民经济体系中的支柱产业。到 2020 年,中国出境旅游将达到 1.42 亿人次,中国将成为世界第四大旅游客源市场,仅次于德国、日本和美国。

二、中国入境旅游取得的成绩及前景展望

(一) 中国入境旅游取得的成绩

从国内外旅游市场发展的趋势出发,国家旅游局制定了中国旅游业总的指导方针:“大力发展入境旅游,规范发展出境旅游,全面提升国内旅游”。在中国旅游业发展的三大市场中,入境旅游市场是中国旅游发展的一个重点。中国现代旅游的发展是从入境旅游发展开



始的,入境旅游是中国历来大力提倡和重点发展的,其在旅游创汇、平衡国际收支和促进经济总量增加等方面发挥了重要作用。但从入境旅游市场的发展环境来看,经济和安全成为影响旅游业发展的主要因素。中国经济的快速发展,以及中国作为世界最安全的旅游目的地的形象,加上“2008年奥林匹克运动会”和“2010年世界博览会”效应的显现,这些因素决定了中国入境旅游市场将稳步增长。中国入境旅游所取得的辉煌成绩足以说明这一点。

中国入境旅游接待人数从1978年的181万人次,增长到2011年的1.35亿人次,增长近75倍,年平均增长率为28.3%。中国入境旅游外汇收入从1978年的2.6亿美元,增长到2011年的470亿美元,增长近181倍,年平均增长率为28.9%。2001年,入境旅游外汇收入达177.92亿美元,比上年增长9.7%,首次跃居世界第5位。中国接待过夜旅游者人次数和入境旅游外汇收入的世界排名分别从1980年的第18位和第34位上升至2010年的第3位和第5位。2011年,入境旅游实现平稳增长。2011年,接待入境游客13 542.36万人次,比上一年增加1.24%,市场总体保持平稳增长态势;2011年,接待入境外国游客2 711.21万人次,比上一年增加3.77%,市场较活跃;2011年,接待港澳台入境游客10 831.15万人次,比上一年增加0.63%,市场总体稳定。2011年,入境旅游实现外汇收入484.64亿美元,比上一年增长5.78%,外汇收入持续增加。

近几年,中国入境旅游的发展并非一帆风顺。2003年,中国受到SARS疫情的冲击,第二年便得到复苏。2008年,中国入境旅游又连续遭受金融危机和各种突发事件、不利因素的冲击,中国经受了前所未有的考验。面对严峻的旅游市场形势,全国旅游行业克服困难,总体上保持了平稳发展。旅游业在2008年和2009年连续下滑之后,2010年强势反弹,详见表0-1。2010年,中国入境外国客源市场快速增长,各大洲来华人数均保持两位数的增长。全年入境外国游客人数为2 612.69万人次,同比增长19.1%。亚洲市场依旧是主要客源市场,入境人数占入境外国人总数的62.0%,比上年增长17.5%。其中韩国为第一大入境客源国。其他大洲的入境市场均保持了快速增长的势头,其中欧洲市场比上年增长23.9%,美洲市场比上年增长20.2%,大洋洲市场比上年增长17.4%,非洲市场比上年增长15.6%。作为入境旅游市场主体的中国港澳台市场中,台湾市场增幅最大,港澳市场稳步增长。

表 0-1 2005—2010 年中国入境旅游业实绩

年份	入境旅游人数 /万人次	比上年增长	入境过夜旅游 人数/万人次	比上年增长	入境旅游外汇 收入/亿美元	比上年增长
2005	12 029.23	10.3%	4 680.90	12.1%	292.96	13.8%
2006	12 494.21	3.9%	4 991.34	6.6%	339.49	15.9%
2007	13 187.33	5.5%	5 471.98	9.6%	419.19	23.5%
2008	13 002.74	-1.4%	5 304.92	-3.1%	408.43	-2.6%
2009	12 647.59	-2.7%	5 087.52	-4.1%	396.75	-2.9%
2010	13 376.22	5.8%	5 566.45	9.4%	458.14	15.5%

资料来源:国家旅游局官网(中国旅游业统计公报)

(二) 中国入境旅游的前景展望

2012年中国接待入境游客13 240.53万人次,同比下降2.23%,但入境外汇旅游收入基本持平。2013年,在中国宏观经济温和复苏的预期下,入境旅游市场将保持增长态势,官方

预计：2013 年全年入境旅游人数 1.37 亿人次，入境旅游外汇收入 493 亿美元。中国已经成为世界主要旅游目的地。目前，中国已成为日本、韩国国民出境旅游的首选目的地，也是俄罗斯国民出境旅游的第三大目的地；中国接待美国游客数量占美国赴亚太地区游客总数的 20% 左右；中国接待德国游客数量占德国赴亚太地区游客总数的 20% 左右；中国接待英国游客数量占英国赴亚太地区和美洲地区游客总数的 10% 左右；中国是法国在亚洲的第一大旅游目的地。

中国入境旅游面临着良好的发展机遇，中国的国际影响力不断增大，国际良好形象不断树立，政府高度重视、积极扶持旅游业。但是复杂的国际形势也必然给中国的入境旅游带来一定的挑战，我们必须抓住机遇，有效应对挑战，熟悉主要旅游客源国及地区的基本概况，把握入境客源市场的基本构成及需求特点，找出入境客源市场的发展走向与规律，以更好地指导中国入境旅游发展实践，使中国早日成为世界第一旅游目的地，进一步完成从旅游大国到旅游强国的转变。

三、本书的主要研究对象

根据中华人民共和国国家旅游局的旅游数据统计显示，进入 21 世纪以来，中国入境旅游的客源结构状况基本维持惯常特征。近几年，中国港澳台客源市场继续占据绝对优势地位，外国客源市场份额略有上升，主要入境客源国及地区的构成基本稳定，近程市场占据显著优势。

本书把占中国入境客源市场主体地位的中国港澳台市场和部分主要外国客源市场作为研究对象。其中，外国客源市场的划分突破了以往教材以全球主要旅游区或各大洲为划分标准的思路，参考了客源市场对入境旅游的创汇能力，选取了 2006—2011 年入境旅游人数基本上处于前 16 位的国家和 5 个近几年发展迅速的欧洲及大洋洲国家作为主要客源国。因此，本书的主要研究对象包括了 21 个主要客源国和中国港澳台 3 个地区。结合中国入境旅游发展实际，根据主要入境客源国和地区入境旅游规模，本书的主要内容共分为四编，共 24 章。第一篇为效益市场，共 7 章，包括中国港澳台地区和近六年来入境旅游人数均在 170 万人次以上，且一直居于前四位的韩国、日本、俄罗斯和美国；第二篇为稳定市场，共 5 章，包括马来西亚、新加坡、菲律宾、蒙古、泰国，这五个国家都属于中国在亚洲的近程市场，客源稳定，入境旅游人数处于第 5~9 位的位置，泰国稍有波动，在第 9~13 位；第三篇为潜力市场，共 7 章，包括澳大利亚、英国、加拿大、德国、印度、印度尼西亚、法国，这 7 个国家或是经济比较发达的国家，或是亚洲发展较快的国家，发展潜力较大，入境旅游人数基本上排在中国入境国家的第 9~17 位；第四篇为新兴市场，共 5 章，包括近几年入境旅游人数增长较快，经济比较发达的意大利、荷兰、瑞典、西班牙、新西兰。



第一篇

效益市场

从国家旅游局公布的2006—2011年中国旅游业统计公报统计数据看，在入境旅游客源市场中，中国港澳台地区来大陆的旅游者人数较多，虽然年度间偶有变化，但总体来说比较稳定，而且在总入境旅游人数中所占比例较高。外国客源市场中韩国、日本、俄罗斯、美国来中国的旅游者人数一直是居前四位。2010年以后，各国入境总人数均超过了200万人次，在总入境旅游人数中所占比例较高。因此，对于中国的旅游发展而言，中国港澳台地区和韩国、日本、俄罗斯、美国可称为中国旅游客源国及地区的效益市场。

第一章 中国香港



【学习要求和目的】

通过学习,要求学生了解香港的地区概况和主要旅游胜地;熟悉香港客源的主要民俗风情;掌握香港客源的基本特征,为今后对香港客源市场的开发打下基础。



【任务导入】

为了有效地促进香港同胞来内地北方旅游,北京某家国际旅行社总社联合各家分社向香港的旅游经营者和主要媒体进行针对性的旅游促进活动,准备设计几条有吸引力的华北地区旅游线路供其免费体验。作为旅行社的线路策划者,应该如何根据香港的旅游资源特点和游客的需求特点来设计这次旅游体验活动,从而达到有效促进的效果?

第一节 中国香港地区概况

一、基本情况

中文全称:中华人民共和国香港特别行政区;中文简称:中国香港(Hong Kong, China)。位于祖国大陆珠江口东南部,全境面积为1 104平方公里,包括香港岛、九龙半岛、新界和离岛四部分,共18个区。详见表1-1。

表 1-1 中国香港地区基本情况

中文名称	香港
英文名称	Hong Kong
别名	东方之珠
行政区类别	特别行政区
政府驻地	港岛中西区
下辖地区	香港岛、九龙半岛、新界和离岛
地理位置	珠江口东南部
市花	紫荆花
官方语言	汉语和英语
方言	粤语
货币	港币
面积	约1 104平方公里
人口	717.39万(2012年)
电话区号	+852
著名景点	维多利亚港、迪士尼乐园、海洋公园等

（一）区旗

香港区旗是五星花蕊的紫荆花红旗,见图 1-1。红旗代表祖国,白色紫荆花代表香港。紫荆花红旗寓意香港是祖国不可分离的一部分,将永远背靠祖国,并在祖国怀抱中兴旺发达,盛放的紫荆花象征着香港的繁荣。花蕊上的五角星象征香港同胞热爱祖国,旗、花分别采用红、白不同颜色,象征“一国两制”。

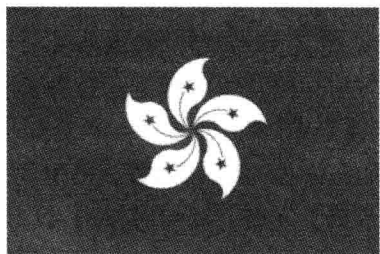


图 1-1 区旗



图 1-2 区徽

（二）区徽

香港区徽是代表香港的徽章,见图 1-2。区徽模仿香港区旗的设计,内圆有一朵五星花蕊的白色紫荆花,红色为底色。外圈为白底红字,写有繁体中文“中华人民共和国香港特别行政区”及英文“HONG KONG”的标准字样。

二、自然地理

香港位于东经 $114^{\circ}15'$,北纬 $22^{\circ}15'$,地处华南沿岸,在中国广东省珠江口以东,北接广东省深圳市,西与澳门隔江相对。香港三大部分的面积分别是,香港岛约 81 平方公里,九龙半岛约 47 平方公里,新界及 262 个离岛约共 976 平方公里,总面积约 1 104 平方公里。

香港地形基本为山地性半岛和海岛,全境多石山、岩岛和港湾,大小岛屿星罗棋布,平地窄小。境内丘陵起伏,大多由东北向南延伸,与福建省、广东省部分的丘陵排列方向相同,香港地区的山丘在古代有一部分已经没于海里,形成很多山势陡斜的岛屿和海湾。九龙半岛的大帽山(又名大雾山)海拔 958 米,为香港最高峰。香港岛上最高峰为太平山,高 554 米。河流大多集中在新界,最长的是深圳河。香港岛与九龙半岛之间是维多利亚港,面积为 60 平方公里,是世界上最优良的不冻港之一。

香港位处北半球亚热带,背靠亚欧大陆、面向太平洋,形成海洋性亚热带季风气候,四季分明。全年的气温较高,年平均温度为 22.8°C 。夏天炎热且潮湿,温度约在 $26\sim 30^{\circ}\text{C}$;冬天凉爽而干燥,但很少会降至 5°C 以下。此外,香港市区的高楼集中而密布、人口极为稠密,所形成的微气候容易产生热岛效应,导致市区和郊区有明显的气温差别。夏秋之间,时有台风吹袭,7~9 月是香港台风较多的季节。香港平均全年雨量为 2 214.3 毫米,5~9 月多雨,雨量最多的月份是 8 月,雨量最少的月份是 1 月。

受自然环境的限制,香港自然资源匮乏。香港食用淡水的 60% 以上依靠广东省供给。矿藏有少量铁、铝、锌、钨、绿柱石、石墨等。



三、历史沿革

香港自古以来就是中国的神圣领土。香港的历史最早可以追溯到五千年前的新石器时代。秦始皇统一中国后,先后在南方建立了南海、桂林、象郡三个郡,香港隶属南海郡番禺县,由此开始,香港便置于中央政权的管辖之下。汉朝时,香港隶属南海郡博罗县。东晋咸和六年(331年)时,香港隶属东莞郡宝安县。隋朝时,香港隶属广州府南海郡宝安县。唐朝至德二年(757年),改宝安县为东莞县,香港仍然隶属东莞县。宋元时期,内地人口大量迁至香港,促使香港的经济、文化得到很大的发展。明朝万历年间从东莞县划出部分地方成立新安县,为后来的香港地区。

1841年1月26日,第一次鸦片战争后,英国强占香港岛,事后清政府曾试图用武力予以收复,道光皇帝为此发下多道谕旨,但清朝始终不能捍卫领土完整。1842年8月29日,清政府与英国签订不平等的《南京条约》,割让香港岛给英国。1860年10月24日,中英签订不平等的《北京条约》,割让九龙半岛界限街以南地区给英国。1898年6月9日,英国强迫清政府签订《展拓香港界址条例》,租借九龙半岛界限街以北地区及附近262个岛屿,租期为99年(至1997年6月30日结束)。1941年12月25日,第二次世界大战期间,日军进犯香港,驻港英军无力抵抗,当时的香港总督杨慕琦无奈宣布投降。香港被日本占领。1945年9月15日,日本战败后在香港签署降书,撤出香港。1984年12月19日,中英签署关于香港问题的联合声明,落实1997年7月1日之后中国对香港实行“一国两制”政策。1997年7月1日,中国对香港恢复行使主权,香港成为中华人民共和国的一个特别行政区。

四、人口与民族

香港地区总人口约为717.39万人(2012年),是世界上人口最稠密的城市之一,市区人口密度平均高达每平方公里21000人。香港的人口绝大多数为华人,大部分人的原籍为广东。居于香港的外籍人士数目相当多,共有50多万人,人数最多的三个国家是菲律宾、印度尼西亚和泰国。

目前香港的官方语言是中文和英文,而政府的语文政策是“两文三语”,即书面上使用中文白话文和英文,口语上使用粤语(俗称广东话)、普通话和英语。香港华裔人口主要使用广东话,而非华裔人口则多以英语作为交际语。1997年香港回归后,香港居民日益重视汉语普通话的学习,推广速度很快。由于中国内地推行简化字的时候,香港还是英国的殖民地,因此香港最普遍使用的汉字字体是繁体中文。随着香港与中国内地的交流日益频繁,香港人普遍认识常用的简体字。

五、政治与经济

(一) 政治

1990年4月4日第七届全国人民代表大会第三次会议通过的《中华人民共和国香港特别行政区基本法》(以下简称《香港特区基本法》),成为香港最重要的法律,也是香港其他法律的立法基础。香港是中华人民共和国的一级地方政权,直辖于中央人民政府。《香港特区

基本法》体现了“一国两制”、“港人治港”、“高度自治”的方针。在保证国家主权和中国内地实行社会主义的前提下,保持香港现行资本主义制度和生活方式 50 年不变。除外交和国防事务属中央人民政府管理外,香港享有高度的自治权,即享有行政管理权、立法权、独立的司法权和终审权。特别行政区成立以前的香港原有的法律基本不变。

香港实施行政主导的管治模式,并制定由行政长官和行政会议领导的管治体制和代议政制架构。香港的首长是行政长官,由具有广泛代表性的选举委员会根据《基本法》选举,并经中央人民政府委任产生,任期为五年,可连任一次。行政长官负责执行《基本法》、签署法案和财政预算案、颁布法例、决定政府政策及发布行政命令,并由行政会议协助制定政策。香港政府由特区行政长官领导,设政务司、财政司、律政司和各局、处、署等。首任行政长官是董建华,现任行政长官是梁振英。

(二) 经济

2011 年,香港地区的生产总值为 18 909.39 亿港元,同比实际增长 5%,名义增长 8.6%。按当年价格计算,香港为中国城市经济总量第三位,仅次于上海和北京。按港元对美元的平均汇率计算,2011 年,香港地区生产总值折合为 2 429.23 亿美元,比上年的 2 241.75 亿美元增长 8.4%,人均生产总值约为 34 176 美元。2012 年,香港地区生产总值同比增长 1.4%。

香港是一个高度国际化的城市,市场经营环境优越,拥有完善的法治体制、一流的运输及通信网络、公平开放的竞争环境、发达完备的金融网络,以及高教育水平的人口素质与高效率 and 积极进取的企业家、庞大的财政储备和外汇储备、可自由兑换和稳定的货币及低税率的简明税制。这些优势使香港成为全球公认的最自由和最具竞争力的经济体系之一。香港是亚太地区乃至国际的金融中心、国际航运中心、地区贸易中心,拥有邻近很多国家和地区不可替代的优越地位。香港是继纽约和伦敦之后的世界第三大金融中心,金融机构和市场紧密联系。香港是全球第十一大贸易经济体系、第六大外汇市场及第十五大银行中心。香港股票市场规模之大,在亚洲排名第二,仅次于日本。香港也是成衣、钟表、玩具、游戏、电子和某些轻工业产品的主要出口地,出口总值位列全球高位。

香港经济以服务业为主,与中国内地及亚太其他地区关系密切。与服务贸易有关的主要行业包括民航、航运、旅游及金融和银行服务。中国内地是香港最大的贸易伙伴,也是香港饮用水和蔬菜、肉禽蛋的主要来源地。2009 年,中国内地和香港的贸易占香港整体贸易总值的 46.5%。内地同时是香港转口货物的最主要来源地兼最大市场,香港有约 90% 的转口货物是来自内地或以内地为目的地。香港也是内地,特别是中国内地南部的金融和其他商业支援服务的中心,为内地提供多元化的金融和其他商业支援服务,如银行和融资、保险、运输、会计及销售推广等。香港是亚洲最多国际公司设立地区办事处的城市,也是受旅客欢迎的旅游地点之一,同时也是举办国际会议及展览的热门地方。

六、文化教育

教育是香港的公共开支中最大的项目之一,预算开支约占经常公共开支总额的 1/5。香港当局设有学生资助计划,确保学生不会因经济问题而失去受教育的机会。2007 年,香港的教育制度基本上属于英式教育制度,大致分为以下几部分:免费学前教育、免费九年基础教育(小学六年,初中三年)、高中教育(两年)、预科(两年)、大学(三年)。自 2007