



深

圳

旅游市场  
系统研究

SHENZHEN LÜYOU SHICHANG  
XITONG YANJIU

刘晓明 石强◎著

中国物资出版社

# 深圳旅游市场系统研究

刘晓明 石 强 著

中国物资出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

深圳旅游市场系统研究/刘晓明, 石强著. —北京: 中国物资出版社, 2011. 6  
ISBN 978 - 7 - 5047 - 3757 - 1

I. ①深… II. ①刘…②石… III. ①旅游市场—研究—深圳市 IV. ①F592.765.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 050168 号

策划编辑 张利敏  
责任编辑 张利敏

责任印制 何崇杭  
责任校对 孙会香 杨小静

---

出版发行	中国物资出版社	
社 址	北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼	邮政编码 100070
电 话	010 - 52227568 (发行部)	010 - 52227588 转 307 (总编室)
	010 - 68589540 (读者服务部)	010 - 52227588 转 305 (质检部)
网 址	<a href="http://www.clph.cn">http://www.clph.cn</a>	
经 销	新华书店	
印 刷	中国农业出版社印刷厂	
书 号	ISBN 978 - 7 - 5047 - 3757 - 1/F · 1536	
开 本	787mm×1092mm · 1/16	版 次 2011 年 6 月第 1 版
印 张	17	印 次 2011 年 6 月第 1 次印刷
字 数	414 千字	定 价 39.80 元

---

**版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换**

# 序

随着发展中国家和地区经济的持续增长和繁荣，这些国家和地区的居民中度假旅游者必定会持续增加，区域国际旅游将大大发展。特别是随着全球经济重心的东移，亚太地区必将成为未来国际旅游业的“热点”区域。

深圳是中国最早建立的特区之一。改革开放 30 多年来，深圳旅游业从无到有，从小到大，迅猛发展，取得了巨大的成就，创造了世界城市旅游发展的奇迹。2009 年，深圳接待游客总人数 7000 多万人次，实现旅游总收入 540 多亿元，位居全国前列。深圳旅游业不但产业规模大，而且产业素质非常高，华侨城等旅游度假区的建设、管理和服务水平已达到国际先进水平。

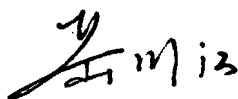
面向新世纪，深圳确立了打造国际滨海旅游城市的战略目标，将努力把深圳建设成为国内外游客的旅游目的地和出入境旅游的集散地。通过发展高端旅游、低碳旅游引领中国旅游发展方向，着力打造国际旅游名城。

而国际旅游名城的打造，城市营销，尤其是城市旅游营销有着举足轻重的作用。由刘晓明、石强两位同志著作的《深圳旅游市场系统研究》一书可以说，书逢其时。

总体看来，该书具有以下三大特点：专业性强、可操作性强、理论体系清晰。作者多年来致力于旅游市场研究，治学严谨，理论联系实际。该书以旅游大市场为研究对象，展现了全书的整体视角和作者较好的宏观把握能力。该书详细分析了深圳旅游市场营销面临的问题与发展对策，对于深圳旅游经济的可持续发展有着较好的指导意义。作者调查和收集了大量的数据资料，内容翔实，数据精确，图表丰富，这对于深圳乃至全国其他城市的旅游营销无疑具有重要的参考价值。

毋庸讳言，由于旅游市场所涉及的研究对象相当广泛，本书中一些重要问题的研究还有待进一步深化。作为一部深圳旅游市场研究的专著，这些缺陷是难免的。相信作者会以此为起点，不断提高自身的功力，将此专题研究继续深入下去，集腋成裘，取得更好的成就。

谨为序！



深圳市文体旅游局副局长 岳川江

2011 年 3 月于深圳

# 前 言

改革开放以来，我国旅游业高速发展，在接待人次和旅游收入等方面，都超过同期世界平均水平。进入新世纪以来，我国旅游业的发展更令人瞩目。旅游业已成为国民经济的重要产业，在发展经济、增收外汇、扩大内需、拉动相关部门经济增长、增加就业等许多方面，发挥着重要作用。

在中国众多的旅游城市中，深圳旅游业的发展尤其值得关注。连续多年来，深圳的旅游创汇都稳居中国前列，为中国旅游业的发展贡献着重要力量。

随着深圳经济的发展，特别是深圳旅游业的蓬勃发展，越来越多的学者开始关注和研究深圳旅游现象。研究者们试图从深圳经济发展的奇迹特别是深圳旅游业发展的奇迹中找到一些值得总结推广的经验和规律。

正是在这种背景下，本书作者在广泛调研的基础上，采取理论性与实践性相结合、系统性与可读性相结合的方式，全面总结深圳旅游市场发展的经验与规律，阐明深圳旅游业目前面临的一些营销前沿问题。本书具有以下几个特点：

一是结构严谨，理论体系完整。二是重点突出，简明清晰，方便实用。三是吸收了国内外旅游市场研究的最新成果，分析具有前瞻性，方案具有可操作性。

在编写本书时我们力求做到不拘泥于一般理论的描述，而是将理论阐述与实证分析相结合，使读者通过实证分析，达到对营销理论的理解，令读者在领略营销的实践魅力之时还能将头脑中的感性认识理性化，最终转化成自己的经验和技巧，运用于各自不同领域的营销工作中。

我们在编写过程中翻阅、参考了同行的大量资料和案例，特别是深圳市文体旅游局、深圳市维度市场研究咨询有限公司、深圳市万龙腾市场研究咨询有限公司、复旦大学旅游系提供了许多宝贵的数据，在此深表感谢！对于给我们的编写工作提供大力支持的岳川江、唐顺铁、宋莎莎、李燕妮，也一并表示感谢！

作 者

2011年3月



# 目 录

<b>第一章 深圳旅游市场发展背景介绍</b> .....	(1)
<b>第一节 深圳简介</b> .....	(1)
一、深圳概况 .....	(1)
二、深圳旅游资源 .....	(3)
三、深圳社会生产力发展状况 .....	(8)
<b>第二节 深圳旅游业发展变革及现状</b> .....	(11)
一、发展阶段 .....	(11)
二、发展现状 .....	(12)
三、存在的问题 .....	(15)
<b>第二章 深圳旅游客源市场的现状分析与评价</b> .....	(17)
<b>第一节 国内旅游客源市场的现状分析与评价</b> .....	(17)
一、需求特征 .....	(17)
二、影响因素 .....	(31)
三、营销现状 .....	(40)
<b>第二节 入境旅游客源市场的现状分析与评价</b> .....	(43)
一、需求特征 .....	(43)
二、影响因素 .....	(52)
三、营销现状 .....	(55)
<b>第三章 深圳旅游客源市场营销策略、促销方案</b> .....	(57)
<b>第一节 国内旅游客源市场营销策略与拓展规划</b> .....	(57)
一、国内旅游客源目标市场营销策略与规划 .....	(57)
二、深圳国内旅游客源细分市场营销策略 .....	(75)
<b>第二节 入境旅游客源市场营销策划与规划</b> .....	(77)
一、中国港澳旅游客源市场需求与开发 .....	(78)
二、中国台湾旅游客源市场需求与开发 .....	(82)
三、日本旅游客源市场的需求与开发 .....	(85)
四、韩国旅游客源市场需求与开发 .....	(93)



五、东南亚五国旅游客源市场需求特征与开发 .....	(97)
六、美国旅游客源市场的需求与开发 .....	(103)
七、加拿大旅游客源市场需求与开发 .....	(113)
八、欧洲旅游客源市场需求与开发 .....	(121)
九、澳大利亚、新西兰旅游客源市场与开发 .....	(128)
十、俄罗斯旅游客源市场需求与开发 .....	(136)
<b>第四章 深圳旅游纪念品的开发策划 .....</b>	<b>(141)</b>
<b>第一节 旅游纪念品的开发原则 .....</b>	<b>(141)</b>
一、转变观念，提升认识 .....	(141)
二、完善机制，培育市场 .....	(143)
三、疏通销售渠道，拓展销售网络 .....	(144)
四、借鉴先进经验，加强内外交流 .....	(145)
五、加强设计构思，增加参与环节 .....	(146)
六、把握市场需求，筹建信息中心 .....	(147)
七、加强协调管理，构建管理网络 .....	(148)
<b>第二节 深圳旅游纪念品开发策略 .....</b>	<b>(149)</b>
一、仿制型策略 .....	(149)
二、题材创新型策略 .....	(149)
三、材料概念型策略 .....	(149)
四、功能扩散型策略 .....	(150)
五、工艺改进型策略 .....	(150)
六、多因子型策略 .....	(150)
<b>第三节 深圳旅游纪念品开发系列 .....</b>	<b>(150)</b>
一、基本旅游纪念品系列 .....	(150)
二、拓展旅游纪念品系列 .....	(151)
<b>第四节 国际与国内旅游纪念品的开发策划 .....</b>	<b>(151)</b>
一、入境旅游者对中国旅游纪念品的喜好倾向分析 .....	(151)
二、入境旅游者感兴趣的广东省旅游商品偏好分析 .....	(152)
三、国际旅游纪念品的开发重点 .....	(153)
四、国内旅游纪念品的开发重点 .....	(154)
五、有关旅游纪念品设计的活动策划 .....	(155)
<b>第五章 深圳旅游形象定位与推广战略 .....</b>	<b>(156)</b>
<b>第一节 深圳旅游形象定位与推广战略 .....</b>	<b>(156)</b>
一、深圳旅游形象的基本理论 .....	(156)
二、深圳旅游形象定位的支持系统 .....	(158)



三、深圳旅游形象感知的市场调查与分析 .....	(159)
四、深圳旅游形象的战略定位 .....	(165)
五、深圳旅游形象的构建 .....	(166)
六、深圳全新旅游形象的推广 .....	(176)
<b>第二节 深圳旅游市场区域联合营销战略 .....</b>	<b>(179)</b>
一、深圳旅游市场区域联合的战略意义 .....	(179)
二、深圳旅游市场的国际区域联合战略 .....	(181)
三、深圳旅游市场的国内区域联合战略 .....	(184)
<b>第三节 深圳绿色主题市场营销与策划 .....</b>	<b>(193)</b>
一、绿色营销的内涵与特点 .....	(193)
二、深圳城市绿色营销发展现状 .....	(194)
三、深圳城市绿色营销与策划 .....	(196)
<b>第四节 深圳城市娱乐主题的市场营销与策划 .....</b>	<b>(201)</b>
一、深圳以景区娱乐为主题的娱乐旅游 .....	(201)
二、深圳以文化娱乐为主题的娱乐旅游 .....	(205)
<b>第五节 深圳国际化海滨旅游城市的发展策略 .....</b>	<b>(208)</b>
一、深圳国际化海滨城市的滨海娱乐营销 .....	(208)
二、深圳国际化海滨旅游城市的旅游休闲产业营销策略 .....	(210)
<b>第六章 深圳旅游市场总体营销发展战略与拓展策略规划 .....</b>	<b>(215)</b>
<b>第一节 深圳广告营销战略与策划 .....</b>	<b>(215)</b>
一、深圳旅游广告媒体的选择 .....	(215)
二、深圳旅游广告策划 .....	(217)
<b>第二节 深圳旅游营销策划与销售促销 .....</b>	<b>(225)</b>
一、旅游营销策划种类 .....	(225)
二、旅游销售形式 .....	(228)
三、旅游促销形式 .....	(228)
<b>第三节 深圳旅游产品战略与策划 .....</b>	<b>(230)</b>
一、深圳旅游产品定位战略 .....	(230)
二、深圳旅游新产品开拓战略 .....	(231)
三、深圳旅游旧产品市场开拓战略 .....	(233)
四、新旧旅游产品组合的市场开拓战略 .....	(234)
<b>第四节 深圳旅游公关促销营销战略与策划 .....</b>	<b>(234)</b>
一、深圳进行旅游公关促销营销的必要性 .....	(234)
二、旅游公共关系的基本原理 .....	(235)
三、深圳旅游营销公关谋略 .....	(236)
<b>第五节 深圳旅游网络营销战略与策划 .....</b>	<b>(241)</b>





一、旅游网络营销的新特点 .....	(242)
二、深圳发展旅游网络营销的障碍 .....	(243)
三、深圳旅游网络营销的实施战略 .....	(243)
四、深圳旅游网络营销的战略重点 .....	(244)
第六节 深圳旅游营销战略与策划 .....	(245)
一、深圳旅游业市场开拓战略 .....	(245)
二、旅游产品的品种策划 .....	(246)
三、市场争夺战略策划 .....	(247)
参考文献 .....	(249)
附    件 .....	(250)
信息调查表 1 .....	(250)
信息调查表 2 .....	(252)
信息调查表 3 .....	(254)
信息调查表 4 .....	(257)
信息调查表 5 .....	(259)



# 第一章 深圳旅游市场发展背景介绍

此部分对深圳各类旅游资源及社会生产力发展状况进行了大致介绍,并对深圳旅游业发展变革及现状进行较为深入的阐述与分析,使读者对本课题所涉研究对象有个初步了解。

深圳特区建立 20 多年来,旅游业发展从无到有,从小到大,现已成为深圳国民经济中的重要支柱产业之一和新的经济增长点。2009 年,全市旅游行业全面超额完成各项主要旅游经济预期指标,全年接待游客总人数为 7071.32 万人次,其中过夜入境游客 896.36 万人次,比上年增长 3.08%,居全国主要旅游城市第一位;过夜外国游客 146.38 万人次。旅游总收入 544.24 亿元,其中旅游外汇收入 27.6 亿美元,增长 1.92%,居全国主要旅游城市第四位。

截至 2009 年,深圳市新建成一批旅游设施,引进了新的旅游品牌,推出了新的线路,并举办系列旅游活动,激活了旅游的人气。白金五星级标准的华侨城大酒店和好日子酒店等数家五星级标准的酒店建成开业,中国香港中旅“芒果网”在深注册营运,马哥孛罗、凯宾斯基等国际知名酒店管理品牌进驻深圳,成为旅游市场新的亮点。按照国家“乡村旅游年”主题,深圳市开展乡村旅游景点的开发、考评、认证和宣传工作,首批认证下沙村、水围村等 7 家乡村旅游点,推出 24 条乡村游线路。其中大芬村、坝光村、半边云村和光明农场、大鹏所城被省旅游局评为“广东最美的乡村”。通过资源的挖掘和整合,深圳市还推出主题公园之旅、自然生态之旅、都市风情之旅、滨海休闲之旅、乡村观光之旅、人文历史之旅、购物美食之旅和高尔夫运动之旅等八大类旅游产品和数十条精品旅游线路。与此同时,举办了系列城市旅游盛事活动,包括 2006 深圳国际旅游文化节、2008 广东国际旅游文化节暨泛珠三角旅游推介大会闭幕式等具有广泛影响的重大旅游活动,营造了良好的气氛,并形成了阶段性的城市旅游热点。

2009 年全市主要旅游景点接待入园游客 2865.33 万人次,增长 7.71%。国家、省旅游局领导曾以“中国旅游三分天下广东有其一,广东旅游三分天下深圳有其一”来形容深圳旅游业在全国、全省旅游业中举足轻重的地位。可见深圳已崛起成为一座现代化的中国优秀旅游城市和中国重要的旅游创汇基地之一。

## 第一节 深圳简介

### 一、深圳概况

深圳位于北回归线之南,东经  $113^{\circ}46'$  至  $114^{\circ}37'$ ,北纬  $22^{\circ}27'$  至  $22^{\circ}52'$ 。地处广东省南部,濒临南海,如图 1-1 所示。全市总面积为 1948.69 平方千米(根据 1995 年深圳市



土地资源详查结果), 经济特区面积为 391.71 平方千米。深圳市距广州 160 千米, 南隔深圳河与中国香港相望, 距中国香港九龙 35 千米; 北与东莞、惠州接壤。海域连接南海及太平洋, 东起大亚湾、大鹏湾, 西邻伶仃洋, 连接珠江口。深圳与中国澳门、珠海为邻, 是一个自然环境优美, 具有典型海滨特色的现代化城市。

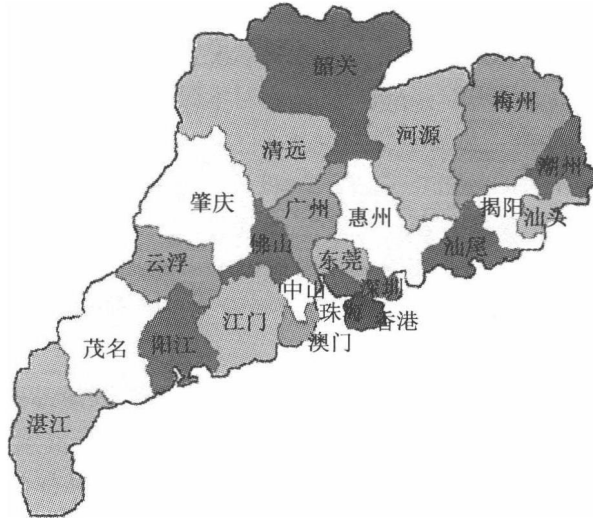


图 1-1 深圳地理位置

深圳市陆域平面形状呈东西宽、南北窄的狭长形。东自大鹏半岛最东端海柴角, 西至东宝河的滩地西缘, 东西最大宽度约 135 千米; 北自罗田水库北部边界, 南至蛇口半岛狮山以南海域, 南北最大宽度约 44 千米, 东部南北最窄处自葵涌以北的石桥坑至沙鱼涌海岸, 仅 6 千米。

深圳属于亚热带海洋性气候, 雨量充沛, 日照时间长。夏无酷暑, 时间长达 6 个月。春秋冬三季气候温暖, 无寒冷之忧。年平均气温为 22.4℃, 最高气温为 36.6℃, 最低气温为 1.4℃, 无霜期为 355 天。每年 5~9 月为雨季, 年平均降雨量为 1933.3 毫米。因受近海特殊地理位置和高温多雨气候的综合影响, 空气湿度大, 平均相对湿度为 79%, 一般在春末至秋初湿度大, 1 月和 12 月湿度最小, 属湿润地区。常年主导风向为东南风, 其中春季多为东南偏东风, 秋季多为东北偏北风。年平均日照数为 2121 小时, 太阳年辐射量为每平方米 5404.9 兆焦耳, 因纬度低, 属日照时间较长、日总辐射较多的地区。这种气候条件, 使深圳全年都适宜旅游。

深圳全境地势东南高, 西北低, 境内地形复杂, 地貌类型多样, 大部分为低丘陵地, 间以平缓的台地。低山、丘陵及高台地组成的山地面积, 占全市陆地总面积的 62.8%。全市高于海拔 500 米的山峰有 17 座, 高于海拔 300 米的山峰 57 座, 境内最高山峰为梧桐山, 海拔 943.7 米。西部为滨海平原。独特的地质基础条件为深圳提供了丰富的地貌景观。

深圳市濒临南海, 海岸线总长 260 千米, 被大鹏半岛、香港九龙半岛、蛇口半岛分割



为大亚湾、深圳湾及伶仃岛四个大海湾，次级海湾 20 多个。深圳海滩面积 31.18 平方千米，大小海滩 20 多处，基本上全为具有旅游价值的沙滩。

## 二、深圳旅游资源

### (一) 深圳自然旅游资源

#### 1. 地文景观

深圳地文景观以山海的优良结合为特色。深圳拥有丰富多彩的尚待开发的山海景观旅游资源，有许多高低错落、形态各异的山峰、孤石和岩洞；有湍急奔突、循崖而下的瀑布，还有绵长、曲折的海岸线上散布的热带平软、迷人的海滩以及散落在崇山峻岭中数以百计的大小水库，加上藤木葱茏的热带、亚热带常绿季雨林、红树林以及温暖舒适的亚热带海洋气候，构成了深圳特有的适宜旅游度假的自然资源条件。特别是深圳西部和东部山海的相衬相映，除了海南省之外，是国内其他海滨旅游城市所不可比拟的。这种山海的特色组合，既提供了登山望海的美景，也提供了游海望山的意境，为深圳发展海滨旅游增加了层次感、深远感，具有巨大的开发价值。

深圳主要风景名胜有梧桐山、七娘山、羊台山、凤凰山、马峦山、笔架山等。其中梧桐山是深圳市最大的山岳风景区，也是寓生态环境保护、观赏与自然科普教育于一体的自然景区，为省级风景名胜。而七娘山、羊台山、凤凰山等名山由于其特殊的风景、特别的地理位置，有些具有开发为郊野公园的基础，有些已经开发为城市公园等，为深圳市民的休闲度假或登山探险提供了良好的山岳条件。特别是东部滨海山岳如马峦山、七娘山、尖峰顶等与海滨的良好结合，使得深圳山海风景壮观优美，具有海滨风景最大的美感，很有开发前景。深圳海湾资源丰富，富有特色。深圳濒临南海，256 千米长的海岸线被大鹏半岛、中国香港九龙半岛、蛇口半岛分割为大亚湾、大鹏湾、深圳湾及伶仃洋四个大海湾。次级海湾有 20 多个，其中，东部自东而西主要海湾依次为白沙湾、大亚湾、大鹏湾、沙吓湾、东家湾、桔钓沙湾、马湾、大水坑湾、大深湾、西涌湾、大鹿湾、鹅公湾、公湾、洋筹湾、下湾、南澳、盆仔湾、螺仔湾、鸟泥湾、轭湾、溪涌湾；西部有交椅湾，与东莞市相连。这些海湾既为深圳提供了优良的港口，更为深圳的海域风景添上了绚丽的一笔。

深圳海滩面积 31.18 平方千米，是深圳建设现代化海滨城市的重要依托。目前深圳海滩中，最具开发价值，能开发为海滨浴场和亲水活动的是沙滩，深圳东部地区拥有大小沙滩 20 余处，基本上全为具有旅游价值的沙滩。但现在只有大小梅沙和溪冲几处离市区较近的沙滩进行了旅游开发，其他大多都保存完好，开发潜力巨大。

#### 2. 水域风光

深圳水域风光以“五湖四海”为典型代表，奠定了深圳旅游业的基础。“五湖”风景区分别是：西丽湖、香蜜湖、石岩湖、东湖、银湖。“四海”风景区分别是：蛇口海上世界、深圳湾、小梅沙、大亚湾（溪冲人工度假村）。这些景区的建成是深圳旅游业第一阶段发展的象征，它们充分发挥了骨干景区的影响力和辐射作用，吸引了国内外的旅游者，为深圳的经济建设和腾飞作出了巨大贡献。但是现在这些景点存在设施老化、管理滞后的现象，迫切需要进行改造，以符合旅游者及城市建设发展的需要。



深圳市有大小河流 160 余条，但集雨面积和流量不大。流域面积大于 100 平方千米的河流有深圳河、茅洲河、龙岗河、观澜河和坪山河。深圳现有水库 247 座，其中中型水库 9 座，总库容为 5.25 亿立方米。深圳主要水库有：铁岗水库、深圳水库、西丽水库、石岩水库、罗田水库、赤坳水库、梅林水库等，大多三面环山，山光水色融为一体，青山绿水，湖光潋滟，风景优美。河流和水库不仅是深圳市城市供水、城市绿化、农业灌溉等的保证，其本身与周围环境所形成的水光山色也是很有开发价值的旅游资源。

### 3. 生物景观

深圳由于城市化发展进程较高，野生动物的数量和品种都有限。但植物生长茂盛，代表类型为热带季雨林和亚热带常绿林。深圳生物景观适合作观赏、游憩旅游产品开发，如郊野公园、市政公园等，但要坚持以保护为主的原则。

深圳自然植被组成种类丰富，自然分布的维管束植物共有 1500 多种，分隶于 210 余科，900 余属。常见的热带科主要有：桃金娘科、野牡丹科、红树林科、梧桐科、大戟科、桑科、芸香科、茜草科、棕榈科、豆科、樟科等。

特殊植被林地有：红树林，主要分布在福田红树林鸟类保护区和宝安区西乡、福永、沙井三镇及龙岗区葵涌、南澳二镇的部分沿海滩涂地区。梧桐山国家森林公园、七娘山、马峦山、三洲田、鸡公山、羊台山、凤凰山等地均有条件建成类似功能的区域；茶林主要在三洲田。

深圳自然分布的国家级保护的稀有、濒危植物主要包括国家一级保护的濒危植物桫欏（如图 1-2 所示），国家三级保护的濒危植物穗花杉和土沉香，国家第二批保护植物苏铁蕨。桫欏是起源非常古老的物种，起源于距今 3 亿年前，对研究古地理、古气候和植物的起源和进化以及植物地理分布的演替有重要的科学价值，也是著名的“活化石”植物之一。

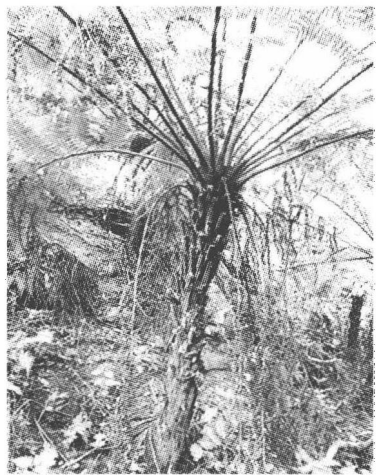


图 1-2 桫欏

生物栖息地主要有国家级保护区内伶仃岛猕猴保护区、福田红树林鸟类保护区，合称为“广东内伶仃福田国家级自然保护区”（1993 年 7 月该区加入我国人与生物圈保护网络）；省级保护区有梧桐山自然风景区；深圳市内保护区包括郊野公园、主要的园林区、名胜风景区、水源涵养区及绿化带等。

深圳休闲农业观光资源包括有：深圳市农业现代化示范区（宝安区公明镇与光明华侨农场集团公司）、碧岭生态村、石井园艺场、西丽花卉生产基地、奇蔬世界、公明镇花卉基地、东山水产养殖基地、旭联海洋生物养殖基地、中国水产学会休闲养殖示范基地、蛇口渔港等。

### 4. 气象气候景观

深圳气候表现为明显的长夏短冬特征。因属海洋性气候，夏季虽长，却无酷暑，冬季又不甚冷，是理想的旅游性气候。适宜的气温条件给深圳市开展旅游提供了保证和便利。



现引入温湿指数 (THI)、风效指数 (K) 等评价指标 (如表 1-1 所示), 从气温、湿度、日照指数、风速等气候要素综合评价深圳气候环境。

表 1-1 深圳与其他海滨城市温湿指数 (THI) 与风效指数 (K) 比较

地区	指标	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
大连	THI	6.1	6.5	9.2	12.2	14.9	16.8	18.3	18.5	16.8	13.9	10.7	7.5
	K	-386	-376	-315	-244	-180	-138	-10.3	-98	-137	-203	-278	-354
昌黎	THI	5.5	6.3	9.2	12.6	15.6	17.5	18.9	18.7	17.8	13.5	10.0	6.7
	K	-401	-383	-314	-235	-168	-123	-89	-95	-138	-214	-296	-372
烟台	THI	7.2	7.7	9.9	13.0	15.9	17.7	19.0	19.2	17.5	14.9	11.7	8.6
	K	-360	-349	-299	-227	-158	-117	-86	-83	-122	-181	-256	-327
青岛	THI	7.7	8.1	10.1	13.4	16.0	18.1	19.6	20.0	17.6	15.0	11.0	8.8
	K	-352	-334	-285	-215	-151	-10.2	-80	-67	-120	-180	-254	-325
东山	THI	13.5	13.1	15.0	18.7	22.5	25.0	26.3	25.9	25.2	25.0	18.9	15.3
	K	-576	-587	-516	-361	-237	-147	75.9	89.7	-121.9	-147	-367	-496
北海	THI	14.2	15.2	18.5	26.3	25.7	26.8	27.1	27.0	25.8	23.0	19.7	16.2
	K	-451	-438	-332	-213	-104	-68	-50	-56	-90	-191	-275	-370
珠海	THI	14.6	15.0	17.7	21.3	24.8	26.4	27.1	26.9	25.9	23.2	19.5	16.1
	K	-433	-420	-308	-265	-158	-118	-80	-105	-110	-207	-300	-370
深圳	THI	14.2	14.8	18.0	21.3	24.7	26.2	26.9	26.6	25.4	22.5	18.9	15.7
	K	-384	-394	-333	-237	-133	-77	-33	-50	-75	-139	-235	-331

资料来源: 深圳市旅游局《深圳市旅游发展规划》(1998—2010年); 深圳市气象局

温湿指数 THI 在 15~27 时, 为适宜旅游期, 其中 THI 值在 17~25 时, 为舒适旅游期, 并适于疗养。当 THI 值超过 28 或低于 15 时, 会让人有闷热或寒冷之感, 此间不宜开展旅游。因此, 宜于开展旅游的温湿指数的范围为 15~27。对于海滨地区而言, 由于涉及海水浴、冲浪等亲水活动, 其适于开展旅游活动的 THI 指数范围在 17~27。风效指数 (Wind Effect Index) 是评估生理气候的又一综合指标。该指标是根据大多数人的感觉, 将温度与风速的不同组合分为 12 类, 来判断是否宜于开展旅游活动。从深圳上述两项指数的情况看, 从 3 月到 11 月都宜于开展滨海旅游, 旅游舒适期长达 270 天, 是国内许多海滨城市特别是深圳以北的海滨城市无法达到的。

从表 1-2 可以清楚看出, 深圳市适宜旅游的季节远长于北方滨海旅游地, 较大连、烟台等市长 4 个月。通过与全国其他海滨城市的比较, 深圳适宜旅游的气候条件是相当优越的。



表 1-2

中国海滨城市旅游气候适宜性比较表

地区	指标	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
辽宁大连	THI	○	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○
	K	○	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○
河北昌黎	THI	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○
	K	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○
山东烟台	THI	○	○	○	○	○	●	●	●	○	○	○	○
	K	○	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○	○
山东青岛	THI	○	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○	○
	K	○	○	○	○	○	●	●	●	●	○	○	○
福建东山	THI	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○
	K	○	○	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○
广西北海	THI	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○
	K	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○
广东深圳	THI	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	○
	K	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
海南三亚	THI	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	K	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

注：●表示适宜旅游的季节；○表示不宜开展旅游的季节。

资料来源：深圳市旅游局《深圳市旅游发展规划》（1998—2010年）；深圳市气象局

## （二）深圳人文旅游资源

### 1. 历史遗址

虽然深圳是一座新兴城市，但也具有浓厚的历史底蕴和文化积淀。据深圳市旅游局旅游资源普查，深圳现有文化遗址 103 处，古墓葬 234 处，古建筑和历史纪念建筑 68 处，近现代史迹和革命纪念建筑 97 处，旧海关税站和界碑等 12 处。现在，深圳市政府已分 3 批公布了 36 处文物保护单位。其中，大鹏所城是国家级重点文物保护单位，“中英街”界碑等多处被确认为省级文物保护单位。南山屋背岭商代遗址被评为“2001 年度全国十大考古发现”。深圳文化遗址丰富了深圳旅游资源的内涵，在进行旅游开发时可作为重要旅游景点的补充内容进行开发。

深圳古代遗址分布范围之广、时代之久远、地层重叠时代之多，在岭南地区属少见。先秦以前的遗址有：大梅沙古人类遗址、叠石山战国遗址、鹦哥山遗址、赤湾遗址；秦汉以后的遗址有：宋元明清归德盐场遗址、清平墟遗址、福镇围围墙等。

在中国近代史上，深圳起着重要的作用。省港大罢工委员会接待站旧址在市内罗湖区南庆街 22 号的张氏宗祠。东江纵队司令部旧址在宝安区葵涌镇的土洋村。1944—1946 年



间，东江纵队司令部和广东省临时省委机关就设在那里。

新安故城有着厚重的历史印记，自公元 331 年设立东官郡以来，它一直是岭南的区域中心之一。这里还留有当年鸦片战争期间英军攻占南头城时留下的数处弹痕。其中的海防公署是鸦片战争期间诸多重要海战的指挥中心。新安故城 1730 余年的历史，记录了深圳、南头地区的历史风雨，是岭南文化的宝贵遗存，是深圳最具规模的历史文物旅游景点。

明代为了抗击倭寇在今天的大鹏镇设立了“大鹏守御千户所城”，简称“大鹏所城”，深圳现在又名“鹏城”即源于此。大鹏古城是我国明清两代南部沿海重要的海防军事要塞，这里有振威将军赖恩爵的府第，为市级文物保护单位，而大鹏古城（如图 1-3 所示）亦于 2001 年被国务院确定为国家级重点文物保护单位。

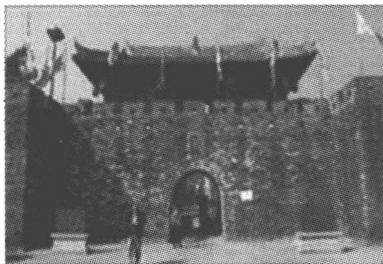


图 1-3 大鹏古城

深圳市已正式申报“国家历史文化名城”，大量的历史人文景观，为深圳现代化的都市旅游增添新的内涵和无限发展空间。

## 2. 建筑与设施

深圳除了具有丰富的古代遗址外，还保留了许多传统与历史场所，新建了许多现代设施。这些建筑与设施既反映了深圳发展过程中的历史文化，也反映了深圳现代建设的成就，固化了深圳历史，物化了深圳精神。它们既可以直接作为旅游产品进行开发，同时也可以为游客提供旅游环境及条件等。

明清以后，深圳大族名门颇多，其时留下的许多宅第、古村落遗留至今，成为不可多得的历史文化景观。主要有赖恩爵将军第、刘起龙将军第、文昌阁、凤凰古村、新二古村落、上星古村落和南洞古村落等。

清康熙二十三年（1684 年）朝廷下令解除“迁海令”，大批客家人迁入深圳，主要分布在龙岗区。为现在的深圳留下许多客家民居，也为深圳旅游发展提供了特色建筑旅游资源。深圳现存客家民居主要分布在龙岗区的坑梓、坪地、龙岗、横岗等五镇，目前保存完好的有一百余座。客家民居是中原建筑与客家聚居地特点的结合，特征明显，对研究客家文化极有意义。深圳现存主要客家围屋有鹤湖新居、大万世居、大田世居、丰田世居等。

深圳是在 20 多年中建成的现代化都市，具有鲜明的城市建筑特色，成为名副其实的“国际花园城市”，许多建筑都成为具有较高的观景价值，是游人必去之所。深南大道、滨海大道和灯光夜景组团是深圳的城市风景线，深圳中心区、东门步行街、华强北商业街、沙头角中英街为深圳的特色街区，地王大厦、赛格广场、国贸大厦为深圳的特色楼宇，龙城广场、龙华文化广场和福永镇万福广场都极具特色，是深圳劳动者休闲放松的好去处。另外，以世界之窗（如图 1-4 所示）、欢乐谷、东部华侨城等为代表的新兴景区，为全中国主题公园的发展提供了良好的典范。



图 1-4 世界之窗





### 3. 旅游商品

旅游购物在整个旅游业中十分重要，是提高旅游产业效益，发挥旅游产业关联带动作用的关键环节之一。

现在深圳已形成了以东门步行街和人民南为核心的罗湖商业区、以华强北商业街为核心的福田商业区、以中英街为核心的盐田商业区，以海雅百货为核心的南山商业区等。游客无论走到哪个角落都能买到称心如意的商品。深圳代表性的购物中心和超市有太阳广场、茂业百货、国贸商场、天虹商场、铜锣湾广场、顺电家居广场、女人世界、海雅百货、华润万佳百货、中信城市广场和赛格电子市场等。

深圳地方特色产品主要以水果和海产为主，其中，荔枝、蚝食等特产在海内外有一定的影响。深圳风味土产有龙岗鸡、松岗腊鸭、公明烧鹅、大鹏风味小吃等。深圳土地上还荟萃了中国乃至世界各地的饮食文化，主要特色菜系有粤菜、川菜、湘菜、京菜、东北菜和江浙菜等。主要食街有振兴—振华路饮食圈、人民南食街、八卦一路食街、乐园—凤凰路食街、皇岗食街和盐田食街等。

### 4. 人文活动

深圳具有丰富的文化旅游资源，它们为丰富深圳人的生活，提升深圳的城市形象起到非常重要的作用。

深圳地区建制历史较长，地方文化较有特色，名人事迹和民间传说这类的资源十分丰富。主要历史名人及事迹有明代刘稳重建新安县、明代抗倭武将李茂材、明代汪宏抗击葡国入侵、明代抗倭名将汤克宽、明代丘体乾治县与桃花案、清末赖氏历代将军等。深圳民间流传着一些独特的民俗习惯，如客家风俗习惯、大鹏迎亲舞、草龙舞、舞麒麟、赛龙舟、下沙大盆菜都极具文化旅游意义。

深圳人的主体来自全国各地，素质较高，对文化的需求很大，深圳本地成立了一批素质较高的艺术团体，如深圳交响乐团、深圳粤剧团、深圳歌舞团、深圳画院等都是主要的文艺团体。深圳美术馆、关山月美术馆和何香凝美术馆也为深圳积累了宝贵的文化财富。而深圳荔枝节、深圳读书月、大剧院艺术节等节庆活动更是活跃了深圳文化氛围，是激发公众参与、吸引游客的旅游活动与旅游产品，如图 1-5。



图 1-5 人文活动

## 三、深圳社会生产力发展状况

### (一) 经济规模

深圳是中国第一个经济特区。1979 年人均国内生产总值仅 606 元。现在深圳为中国内地人均国内生产总值最高的城市，是经济效益最好的城市之一，地均产值、人均收入水平和外贸出口总额稳居中国内地大中城市第一；国内生产总值居大中城市第四位；财政收入居大中城市第三位；进出口总额占中国大陆 1/7，连续 12 年居大中城市第一。深圳经济发展不断攀上新台阶。深圳市生产总值 5 年实现了 2000 亿元、3000 亿元两个台阶的大跨越，