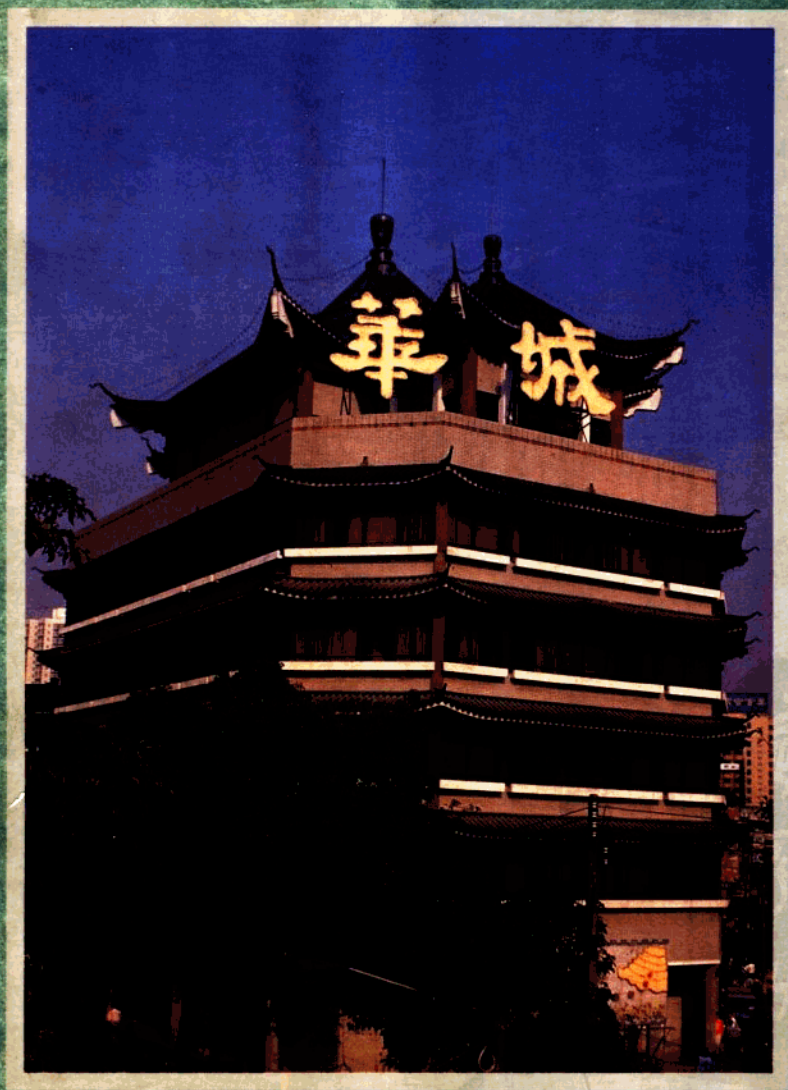




《深圳旅游文化》编辑部 编

深圳 旅游文化





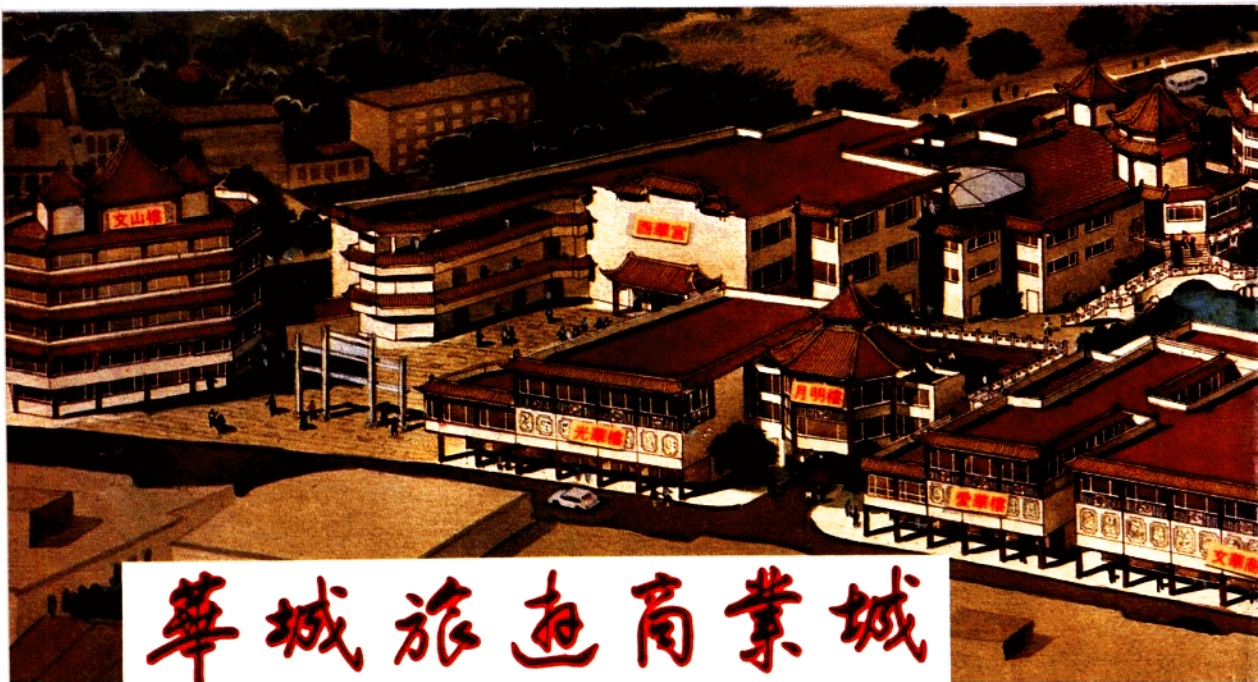
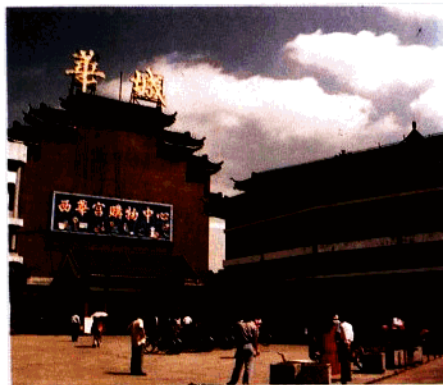
深圳经济特区新华城有限公司

華城，顧名思義，是“中華之城”。其基本構思是把它建成爲一個富有中國悠久歷史、文化和藝術特色的旅遊商業城，使它成爲各國了解中國的“櫥窗”，成爲中國拓展國際貿易的橋樑。它以旅遊帶動商業，並以商業經營爲主體，務求從建築形式到經營內容，充分體現中國特色，既有別於以山水風景見長的旅遊點，也不同於純粹的商業區，使之成爲深圳特區獨具特色的現代化旅遊商業城。華城的建設，將爲各國遊客、港澳居民、海外華僑以及在特區投資人士、南海油田工作人員和當地居民提供一個購物、遊覽、娛樂的新去處，

爲了實現華城整體構思，在建設方面，以現代城市佈局爲藍本，通過豐富的中國傳統建築形象，有重點地“再現”中國歷史、文化和藝術；在經營方面，通過文化工藝品、各地美食佳餚、土產、特產的經營，充分體現其民族性、時代性、地方性和代表性；使人們一踏入華城就處處感到中國文化的強烈，

感染力。同時，爲了適應中外人士的不同需求，促進中外經濟和文化交流，也經營各種進口商品、各國著名食品和文化、娛樂事業。

也爲國內外和港澳地區各公司在此設立辦事機構，從事工商貿易活動提供一個理想場所，逐步發展成爲深圳特區商業貿易中心和旅遊勝地。



地址：深圳解放路宝华楼九楼
电话：2223723
邮编：518001



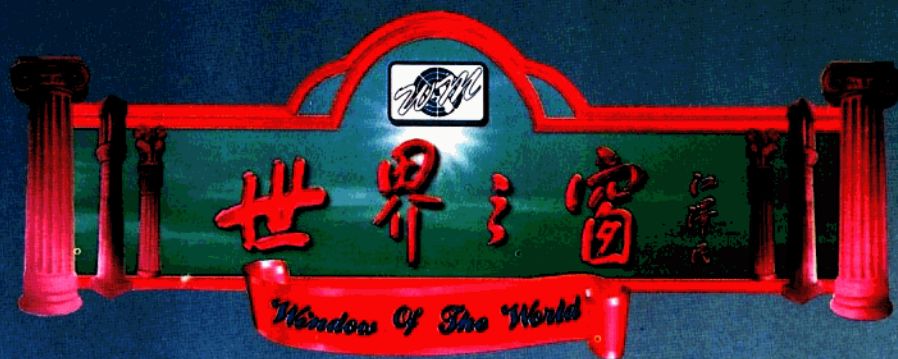
总经理：文伙泰



副总经理：陶贵宝







世界與您共歡樂



世界之窗景區座落深圳特區華僑城，毗鄰“錦繡中華”和“中國民俗文化村”占地 48 萬平方米，是香港中旅集團在深圳華僑城創建的又一大型文化旅遊景區。她匯集了世界奇觀、歷史遺迹、古今名勝、自然風光、民居、著名雕塑等 118 個景點。分別以 1: 1、1: 5、1: 15 等不同比例進行仿建，景點精緻絕倫、維妙維肖，其中有世界著名的法國艾非爾鐵塔、英國的白金漢宮、埃及金字塔、美國大峽谷、東南亞水鄉、歐洲民居等。

景區內有高架單軌環遊車、遊覽車、古代歐式馬車、吉卜賽大蓬車、老爺車、單槳木船、橡皮筏等供遊客乘坐，還有民俗風情、民間歌舞表演，在商業區可以品嚐世界各地美食，選購各國精巧工藝品、旅遊紀念品。晚上還將舉行由世界民族歌舞和民俗節目組成的“狂歡之夜”藝術大巡遊。世界之窗熱烈歡迎您。



深圳世界之窗有限公司

地址：中國深圳華僑城 電話：8608000 8603256 傳真：8602590



香港中國旅行社有限公司

“世界之窗”港、澳、台及海外總代理 牌照號碼：350273

地址：香港干諾道中 78-83 號中旅集團大廈 電話：8533888 傳真：8541383

谨献给从事、关心、支持旅游业的人们!

谨献给海内外的旅客游人!

谨献给深圳旅游业十五周年!



深圳经济特区免税商品企业公司



免税商品企业公司总经理陈庆联

深圳经济特区免税商品企业公司是全民所有制经济实体，具有法人地位，享有进口权和通汇权。是独立核算自负盈亏的市直属企业，归市政府贸发局管理，属海关监管。

公司的主要任务是统筹经营特区内免税商品的购销（不含口岸免税商品的供应）公司经营范围包括国家出口商品，特区名优产品和免税进口商品。

公司成立以来，在国内外赢得较好的信誉。总经理陈庆联被评为“企业优秀法人代表”，国营外市免税商场连续三年被评为“商品质量信誉好商店”。公司愿与社会各界一道共创特区新优势。



原副市长朱悦宇陪同中顾委委员王玉清、梅行等视察商场



原深圳市委书记李灏陪同北京市副市长张百发视察商场



国务院副秘书长杜星垣题词



国家纪委第一副书记王鹤寿
为公司题词



原广东省委书记任仲夷视察商场



中顾委委员姬鹏飞视察国营
外币免税商场



国务委员人大副委员长陈慕华，国务院
办公厅副秘书长阎颖到商场视察



国务院副总理谷牧到国营外
币免税商场视察



海关总署戴杰署长听取公司领导的情况汇报

总经理：陈庆联
地址：深圳市国贸大厦九楼
电话：2252107
邮编：518014



你想旅游吗？请到深圳来，这里有“五湖四海”的朋友。

你想观光吗？请到深圳来，这里有“荔果鹃花”的景色。

你想周游全国吗？请到深圳来，这里有个“锦绣中华”任你揽胜。

你想走遍全球吗？请到深圳来，这里有个“世界之窗”供你探奇。

深圳，南国昔日的边陲小镇，创办特区十五个春秋，在这片古老的土地上，崛起了一座现代化的海滨新城。她有如一颗璀璨的明珠，大放异彩，时时吸引八方游客，天天喜迎八方佳宾。

深圳旅游，千千万万人都不陌生，而深圳旅游文化更会让你心旷神怡，养性修身！

被誉为“不夜城”的深圳特区，作为中国改革开放的“窗口”，经济特区的“龙头”，已走过了十五年的辉煌历程。

被誉为“朝阳业”的深圳旅业，作为边城风貌的画卷和深圳经济的支柱，创造了十五年的辉煌业绩。

十五年，深圳的经济腾飞，为深圳旅游文化的孕育与形成奠定了基础。

十五年，深圳的旅游事业，为中外旅游者展示了深圳的风采与特色。

今天，无人能想象：如果深圳没有旅游业，没有中外旅客的光临惠顾，将是一番什么情景呢？如果旅游业不在深圳发展，特区的“窗口”和“排头兵”的作用又将如何发挥呢？事实证明，深圳的经济发展需要旅游业，而旅游文化更离不开一个繁荣昌盛的深圳。

旅游，是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览观光为主要目的的非定居者的旅行，以及暂时居留引起的一种行为现象和人际自然关系的总体。旅游的产生、发展是同社会经济发展相联系的。是社会经济发展到一定阶段，人类生活达到一定水平的产物。由于社会经济的发展，生产力的提高，人民财富的增加，人们收入的提高，这些为人们外出旅游创造了经济条件；现代科学技术的发展，交通运输的现代化，通讯网络设备的现代化，又为广大旅游者提供了丰厚的物质基础；旅游景区景点的开发建设，娱乐文化场所的设置开办，更为旅游者增添了巨大的诱惑力；旅游贸易、旅游商品、旅游市场、旅游手段、旅游产品、纪念品的各种市场，更为旅游者创建了购物天堂和物资交流。如此等等，足以说明社会进步，对发展旅游业和满足人类需求都具有重大的现实意义。

在改革开放中，社会主义市场经济体系逐步建立，国民经济迅速发展，国民生活素质不断提高，大家在满足了衣、食、住、行等方面的基本需求后，便自然地产生了对外面世界的了解和旅游的愿望，这些愿望，有时与学习联系在一起，有时与商贸联系在一起，有时与文化艺术联系在一起，有时与政治经济联系在一起，有时也是一种纯粹的旅游观光行为。总之，进入九十年代的中国人，尤其是深圳人，旅游观光是社会生活的重要内容，也是生活需求层次提高的一种表现。旅游观光既是人生一大需求，又是温饱之后的一种高层次的精神享受，在某种意义上讲，一个国家、一个地区、一个城市的旅游事业兴旺发达与否，可以反映其经济繁荣程度，而旅游文化则代表着一个国家、一个地区、一个城市的社



●编者导言	1
●题词	4
●第一章 深圳历史沿革与时代变迁	6
○第一节 南国明珠 深圳概述	7
一、优越的地理位置	7
二、行政区划的变迁	7
三、物产资源丰富	11
四、经济实力名列全国城市七强	13
○第二节 千年鹏城 历尽沧桑	14
一、百越开创古文化 悠悠岁月五千年	14
二、秦汉设置南海郡 深圳隶属番禺县	15
三、晋代东官辖六县 地跨粤闽治宝安	15
四、唐宋先后八百年 深圳划城东莞县	15
五、明清改设新安县 南头大明筑二城	16
六、近代深圳多战乱 宝安解放获新生	17
○第三节 边陲小镇 崛起新城	19
一、宝安忆旧貌——穷困落后	19
二、深圳城市化——成就辉煌	19
三、村庄变城市——成功探索	22
四、特区建新城——历史经验	23
五、鹏城新时期——五区齐飞	24
六、未来大都会——任重道远	27
●第二章 深圳旅游资源及悠久文化	31
○第一节 深圳自然风景资源	32
一、概貌	32
二、海滩浴场旅游资源	33
三、温泉旅游资源	33
四、海岛旅游资源	34
五、山岳旅游资源	34
六、动植物资源与土特名产	35
七、海湾旅游资源	37
○第二节 深圳水库风景旅游资源	38
一、深圳水库(东湖)	38
二、西丽水库(西丽湖)	38
三、石岩水库(石岩湖)	38
四、笔架山水库(银湖)	38
五、香茅场水库(香密湖)	39
六、马泻水库(梅林水库)	39
七、铁岗水库	39
八、白泥水库	39
九、三洲田水库	39
十、罗屋田水库	39
○第三节 深圳名胜古迹资源	40
一、南头古城	40

二、信国公文天祥祠	41
三、报德祠与告示碑	41
四、赤湾宋少帝陵	41
五、林则徐铜像	42
六、赤湾古炮城	42
七、福永凤凰山、凤凰塔	43
八、大鹏城与赖恩爵将军第	43
九、西乡固戍文昌阁	43
十、南头天主教育婴堂	43
○第四节 深圳历史遗址资源	44
一、原始社会遗址	44
二、叠石山战国遗址	44
三、明清·宝安县城遗址	44
四、明·赤湾烟墩遗址	45
五、南山古庙遗址	45
六、古桥与渡口遗址	46
七、赤湾妈祖庙遗址	46
○第五节 深圳旅游文化渊源	47
一、历代金石文化	47
二、历代名人及事迹	49
三、民间传说与典故	53
四、历史革命传统	55
五、革命烈士纪念碑、纪念亭及陵墓	57
六、革命旧址	59
○深圳市文化娱乐业介绍	60
●第三章 深圳旅游资源的开发利用	68
○第一节 深圳旅游业与人文景观开发	69
一、旅游业是深圳支柱产业	69
二、深圳旅游业的主要特色	70
三、深圳旅游发展的主要经验	71
四、深圳人文景观的性质及特点	71
五、深圳人文景观的开发等级	74
六、深圳人文景观资源的开发潜值	74
七、深圳人文景观开发利用的评价	77
○第二节 深圳景观开发及旅游价值	79
一、优越地理环境是深圳区位优势的基础	79
二、园林绿化是发展深圳旅游的重要条件	80
三、深圳景观特色的分类	81
四、深圳绿地园林的开发	82
五、深圳景区景点的开发	83
六、深圳传统农耕文化景观的开发	85
七、自然保护地景观的开发	85
○第三节 深圳自然资源利用及旅游价值	86
一、深圳自然环境特色及类别	86
二、东西部地貌形态及差异	88
三、四季宜游的气候特征	89
四、深圳自然景观的价值	89
五、深圳自然风景资源的差异与功能	91

六、深圳自然景观开发现状及对策	92
●第四章 深圳旅游景区景点及旅游胜地	96
○第一节 深圳名胜古迹	97
一、概揽	97
二、新安八景	97
三、历史名胜	100
四、文化古迹	104
○第二节 深圳华侨城旅游景观体系	107
一、华侨城概况	107
二、华侨城发展旅游文化之路	108
三、华侨城三大景观区	112
四、华侨城其他景区景点	115
○第三节 深圳“五湖四海”旅游景观体系	116
一、“五湖四海”旅游景区概揽	116
二、“五湖”旅游景区	116
三、“四海”旅游景区	119
○第四节 深圳市重要游览观光胜地	122
一、深圳野生动物园	122
二、深圳仙湖植物园及弘法寺	123
三、荔枝公园	124
四、东方神曲及豆花村	125
五、红树林自然保护区	126
六、洪湖水公园	127
七、儿童公园	127
八、青青观光农场	128
九、马峦山自然风光与马峦梅海、马峦瀑布	128
十、高尔夫景观	129
十一、龙园	129
十二、园山风景游览区	130
十三、南澳景观及南澳海滨旅游中心	130
十四、沙头角镇及中英街	131
十五、东门老街	132
十六、鹏城灯光夜景	133
十七、园林绿化小景	134
十八、深圳市农科中心	135
十九、内伶仃岛自然保护区	135
二十、大梅沙海湾娱乐场	135
○深圳市旅游投资观光胜地介绍	136
●第五章 深圳城市景观及旅游建筑	152
○第一节 深圳旅游建筑特色及分布	153
一、城市建筑的发展趋势	153
二、旅游建筑与城市景观特点	153
三、旅游建筑与城市景观的分布	155
四、卫星城镇景观	156
○第二节 深圳各类开发区蓬勃发展	157
一、居住区和别墅区的建筑风格	157
二、工业区	158
三、保税区	159

四、华侨城	160
五、光明华侨农场	160
六、凤凰山风景旅游区	160
七、马峦山旅游观光农业区	160
八、龙岗中心城	160
○第三节 深圳城市建筑景观及风格	161
一、公共建筑(群)景观	161
二、酒店建筑格调	164
三、度假村建筑群风采	166
四、旅游中心建筑群特色	170
五、景观区建筑风格	172
六、城市雕塑景观	174
○深圳市开发建设行业介绍	175
●第六章 深圳市宾馆酒店及饮食服务业	190
○第一节 深圳市宾馆酒店是旅客之家	191
一、宾馆酒店的发展历史	191
二、宾馆酒店现状	191
三、酒店业发展策略及前景	191
四、酒店精英	193
五、深圳部分宾馆酒店介绍	196
○第二节 深圳市旅行社是旅游的桥梁	196
一、旅行社的发展历程	211
二、旅行社的现状	211
三、旅游热线	211
四、旅行社的发展目标	211
五、部分旅游企业及旅行社介绍	213
○第三节 深圳饮食业与吃在鹏城	218
一、概况	218
二、饮食业的特色	218
三、旅游餐饮业的发展目标	219
四、部分饮食业及相关行业介绍	220
●第七章 深圳旅游发展历程及规划	231
○第一节 深圳旅游发展历程与特色	232
一、深圳旅游发展的机运与条件	232
二、深圳旅游业发展的辉煌历程	233
三、深圳旅游发展的特点	236
四、深圳旅游发展的历史经验	239
○深圳市部分实业发展公司(厂)介绍	242
○第二节 深圳旅游发展规划与设想	258
一、深圳旅游发展的重点	258
二、深圳城市总体规划原则	260
三、深圳旅游业的发展策略	261
四、深圳发展旅游的规划设想	265
附 深圳旅游大事记	269
○深圳市部分旅游业及相关行业名录	277
后记	283

会文明的进程。

1990年,江泽民总书记参观了深圳“锦绣中华”微缩景区。他指出:“年轻人对祖国的锦绣河山不了解,应该来这里看一看”。1994年6月20日,江总书记参观完“世界之窗”之后,他对景区负责人说:“这里景点错落有致,绿化搞得很好,文化内涵比较深”。总书记一语道破了旅游业的真谛。深圳不仅“世界之窗”文化内涵较深,其他景区景点也都如此。十五年来,深圳旅游业坚持“大旅游、大市场、大发展”的方向,充分发挥朝阳产业的作用,注重在民族性和地方性上下功夫,从而形成了深圳旅游文化的独特风格和鲜明特色。

旅游是一种令人神往的行动,文化是一种高尚神圣的形态。在改革开放的年代,古老的旅游业在中国大地上复苏而迅速崛起。今天,旅游作为一种文化现象已在深圳孕育形成。众所周知,今天的中国,经过改革开放,社会经济发达了,供求品味提高了,海陆空交通方便了,时间和空间都变得短了和小了,千千万万的人有了旅游的愿望和要求,具备了旅游的能力和条件,谁都希望走出家门,游山川、看风景、观名胜、寻宝地、探神奇,以悦目、以偿心、以开阔眼界、增长知识、以陶冶情操,健康身心。深圳旅游业的发展不再是走走、玩玩,而是立足于高科技、高起点、高层次、树立大商贸、大交通、大旅业、大都会的新观念,在发挥民族特色和地方特色上下功夫,为外向型经济发展服务,为把深圳建设成一个多功能、国际性的大都市服务。今天,深圳旅游业已经纳入了城市国民经济的社会发展的整体规划,未来十年,深圳发展的战略任务和发展目标是:“当好探索有中国特色的社会主义道路的排头兵”,把深圳建设成为以先进工业为基础,第三产业为支柱,农业现代化水平较高,科学技术比较先进的外向型、综合性经济特区和多功能的国际性城市,成为经济繁荣,法制完善,社会全面进步的社会主义“窗口”。旅游业是深圳重要的第三产业,近几年作为支柱产业的重点发展,一批象锦绣中华、民俗村、世界之窗、动物园、仙湖植物园及“五湖四海”等一大批多姿多彩的景点、景区,同时还创造了多层次的旅游设施条件,全面地完善了旅游环境,使旅游业与各行各业、各地各处的自然环境、经济文化、民俗传统、宗教历史及商贸、交通、邮电、展览、工艺品、加工制造、建筑施工、房地产开发等相关行业紧紧地联系在一起,从而确立了深圳旅游业的支柱地位,丰富繁荣了深圳旅游文化的内涵。

深圳旅游业在精神文明建设中是一项重要的社会文化事业。在旅游事业中,旅客的消费除物资必需方面之外,主要是一种高层次的精神享受,无论是涉足自然风光,还是领略人文景观;无论是游览名胜古迹,还是观光城乡风貌,其目的主要是满足人们的文化生活的需要,丰富知识,增加阅历,陶冶性情,寓学习于休闲和娱乐之中,寓精神于直觉情感之内。深圳的所有景区、景点,均具有旅游的特色,寓教于游的意义。比如“锦绣中华”的微缩景观,是中国五千年文化精神的汇萃;“世界之窗”是全世界人类文明的集锦;中国民俗文化村更是堂而皇之的冠以“文化”之名。即使是深圳动物园,也充满文化色彩,那种野性的体验,回归自然的感觉,无不激发人们爱护自然、珍惜生命,深切体会到保护生态平衡、保护大自然,也就是保护人类自己的生存与发展的权利。至于闻名遐迩的深圳“五湖四海”景观,更是随处可观赏到浓郁的文化色彩和社会风情而具有鲜明的文化氛围。

深圳旅游是以旅游资源为对象,以出售劳务为特征的文化服务性行业。今天,旅游业是深圳第三产业的重要组成部分,它包括为旅游服务的酒店、建筑,以及公园、花园、景点、景区、度假村,展览馆、影剧院、歌舞厅、体育场、文化宫、游乐场、动物园、植物园等类别。按照国际惯例,凡是旅游业主要是依托自然景观、名胜古迹、历史遗址、山川湖泊、庙宇寺院、海滨岛屿、森林植被、动物生物、文化艺术等,或自然形成、或人为开发成具有旅游价值的景点、景区,作为旅游对象招来游客,并为之提供衣食住行,游览观赏、吃喝玩乐等综合服务,而无需提供原材料和产品,就可以实现本行业与相关行业创收、创汇、创效的目的;更重要的是,为特区带来无可估量的社会效益和“轰动”效益。试

想人们的文化素养、思想教育,以及才干增长,知识拓宽,性情陶冶是能用金钱计算出来的吗?这就是人们称旅游业为“风景出口”、“无形贸易”、“无烟工业”、“朝阳产业”的重要原因,也是把旅游作为一种文化现象看待的根本理由。

旅游产品不同于物资产品,尽管旅客在旅游途中也购买这样和那样的物资产品,但精神升华、文化素质的提高,却是无法计价的。这也是把深圳旅游作为文化事业来办的依据。比如,旅客在深圳购买到西丽湖景区这种“产品”时,他到达目的地之后,只能饱览西丽湖明媚的湖光山色和蜿蜒曲折的楼台亭榭,留下美好的回忆和难忘的印记。这种产品只能在旅游目的地消费,为旅游者所享受,所意会言传。但毕竟是一种精神消费而达到服务上的效果,为此旅游服务堪称“无烟、无尘、无污染”的优质服务和高档享受的“朝阳产业”。

深圳旅游业的发展,带动了相关行业的发展。旅游业的优势,不仅仅表现出“风景出口”、“无形贸易”、“无烟工业”、“朝阳产业”的优势;还表现为不与其他行业争夺市场、争夺能源、争夺原料,更重要的是旅游业有很多的关联性和连锁反应。旅游资源开发利用,可以科学利用、节约利用自然资源,优化投资环境,改变城市面貌,吸引和招徕中外大批游客和海内外有识之士。而办好旅游业。还可以充分发挥保护环境,保护文物、保护土地、保护生态平衡的作用。往往开发建设一个景点、景区,有如一石击水,泛起千层浪,一个企业可以带动各行业的经济起飞;一个景点可以影响周边地区的发展变化;一个行业的崛起,可以带来城建、交通、园林、工艺、卫生、通讯、邮电、商贸、金融、房地产、文化娱乐等行业的兴旺发达。比如深圳沙河有片土地过去是华侨农场,其土地贫脊,农工贫困,现已开发建设成为举世瞩目的华侨城景区,也是深圳最辉煌的城区之一。据有关资料显示,旅游业每增加一个房间,就可以增加1个人的就业,而每增加1名游客服务员,将会增加4.5个商业职工和2.5个服务业职工。据国外有关资料显示,旅游业每增加1个直接工作人员,社会上就要相应地增加5名间接就业人员,旅游业的经济效益和社会效益相比是1比7-10。即旅游部门收入1元,将使相关行业产生7-10元的效益。

深圳特区建立之初,市委、市政府就充分意识到旅游对特区社会经济发展的重要性。1986年和1991年的社会经济发展总体规划都明确规定,旅游业应成为深圳现代经济发展的重点,并将旅游业列入深圳国民经济发展计划,建立了旅游发展基金,在政策上倾斜,资金上扶持,坚决按社会主义市场经济规律办事,实行国家、地方一起上,内外结合,共同投资,共同开发、共同兴办旅游业的发展战略。同时充分发挥深圳毗邻香港的地理优势,科学利用深圳旅游资源的优势,积极开发创办具有旅游特色和地方特色的景区。其成功的范例是深圳湾的锦绣中华、中国民俗文化村和世界之窗,在深圳湾畔形成了著名的“华侨城景观系统”,不论在量上还是质上,都可以列为东方旅游胜地和世界旅游胜地。它们不仅是深圳最大的旅游吸引物,在国内外产生广泛的影响,而且在我国景点建设方面有新的突破,在造园史上谱写了新篇章,为我国旅游资源的开发营造上闯出了一条新途径。另外在企业形象、管理模式和管理经验方面,紧紧抓住了文化主题;在争创一流、争创第一的思想观念方面,突出了自己的特色,产生了良好的榜样作用。深圳旅游业成功的奥秘,也是深圳华侨城景观体系兴旺发达的根本。因为深圳没有名山大川,名胜古迹甚少,但深圳凭借特区的整体优势和发挥毗邻香港、澳门的区位优势,扬长避短,兴建涉外宾馆酒店和度假村,与贸易、运输、餐饮、食品、娱乐等众多行业联手,大办过境旅游和吸引海内外游客来深圳,从而闯出了一条多种经营,综合发展的道路。深圳旅游业以独特的风格,丰富的内涵、精巧的建筑,先后开发成功了“五湖四海”景观体系、华侨城(深圳湾)景观体系和仙湖植物园、野生动物园、东方神曲等30个景区景点,不仅奠定了深圳旅游业的基础,而且体现了强烈的民族特色和地方特色,蕴藏着十分丰富的文化内涵,从而增强了深圳旅游的吸引力、竞争力和生命力,受到了千千万万旅客游人的青睐。

深圳旅游文化丰富的内涵乃是旅游业的灵魂,而一流的服务质量则是旅游市场的保证。在立足我国社会主义市场的经营运作体制中,深圳旅游业是一项经济事业。这是因为旅游服务在深圳是当作商品来生产和经营的,凡为旅游业提供服务的企业或个人,都是商品生产和经营者。深圳旅游业不仅是吸引游客创汇创收的“无烟工业”,也是欣欣向荣的“朝阳产业”,还具有抑制通货膨胀、稳定市场、回笼货币、繁荣市场的重要作用。据不完全统计,深圳近几年接待境内外过夜游客达1500万人次以上,为国家创汇累计达120.66亿元。据1994年统计,深圳市旅游业固定资产达80亿元。1992年,接待过夜游客616.3万人次,其中国际游客169万人,居全国第三位,创汇22.5亿元外汇人民币,居全国第三位。1994年,过夜客人超过600万人,其中外国游客30多万人,旅游收入达44亿元人民币。更可贵的是年青的深圳旅游业在行业规模、主要旅游发展指标上处于全国领先地位,仅次于北京、上海、广州名列第四。深圳旅游业除为特区建设创造了可观的经济效益和投资效益外,还提高了特区的知名度和带来了不可估量的社会效益。

面对深圳旅游业十五年的辉煌业绩,回顾深圳旅游文化培育发展的道路,不难发现这是一条成功的正确之路。八十年代建特区之初,深圳,这个2.2万人口,2平方公里土地的边陲小镇,仅有西丽湖的水,小海沙的海,罗湖海关的桥,曾吸引过一些人,但现代生活节奏紧张,人们希望觅一块安静、清新、秀丽的地方,通过旅游去体验环境的优美,去欣赏秀丽的风景,去领略名胜古迹的韵味,去增长历史长河的知识,去景仰古往今来的伟绩,把人生的乐观与大自然的优雅融为一体,充满浪漫、温馨的情怀,达到和谐、美满的境界,真正实现人生的价值和旅游的价值。当你参观了《锦绣中华》微缩景观的每一个景点,你会有何感叹呢?感,感觉;叹,感受。感觉是直观的,感受是心灵的。比如当你站在景区乐山大佛的脚下时,你是否感到人与佛的关系,人制造了佛,又崇信佛,而佛又与大地山川融为一体……这时旅游者的精神会产生一种什么的境界呢?又如当你爬到景区的长城的城垛上时,鸟瞰“锦绣中华”的风光,你是否感觉到前无古人、后无来者的丰功伟绩,是否感受到人类改造大自然那种磅礴气势和人类文明的历史悠久呢?

深圳旅游创辉煌,南国明珠展风采。在深圳建市十五周年之际,回顾旅游业的发展历程,总结旅游业行业经验,展望旅游业的规划远景,我们组织编写了这本《深圳旅游文化》。在某种程度上讲,《深圳旅游文化》是深圳旅游十五年的行业实践的结晶,也是国内外关心、支持、参与深圳旅游业发展的成果,更是深圳市实现“大旅游、大市场、大发展”的战略目标的先导。我们将这本书献给辛勤工作在旅游业及相关行业中的领导和员工们,献给关心、支持、参与深圳旅游的人们,献给深圳旅游的昨天、今天和明天!

《深圳旅游文化》集历史文献、行业资料、旅游指南和运作工具于一书,在编写出版过程中,得到了国家旅游局、广东省旅游局、广东省新闻出版局、广东旅游出版社和深圳市贸易发展(旅游)局、深圳市文化局、深圳市统计局、深圳市规划国土局、深圳市旅游协会、深圳市房地产协会及有关部门及百多家企事业单位的关心和支持,为《深圳旅游文化》采访、调查、编写和经费上提供了方便和协助,在此一并致谢!

《深圳旅游文化》已列入重点出版书目,是一次高标准、高层次的编写尝试。由于本书资料收集的数量时效不同,各类信息渠道来源不同,诸多数据统计也往往不同;所以不作权威发布和其他权证之用,仅作参考。在编写过程中,尤其是时间紧、人员少、跨度大和编写水平所限,差错遗漏在所难免,恳请读者批评指正。让我们为深圳旅游再创优势,再度辉煌,再作贡献。

《深圳旅游文化》编辑部
一九九五年·春

改革开放先行
旅游更上一层楼

刘毅



国家旅游局刘毅局长的题词