



■虎門高標準謀劃美麗時尚的珠江口灣區節點城市。

2013年，東莞市虎門鎮圍繞建設珠江口灣區節點城市的戰略目標，加快推進產業升級和城市升級，打好基礎設施建設、資源統籌、綜合信訪維穩「三大會戰」，做強服裝服飾、電子信息、商貿流通、文化旅遊「四大產業」。

今年，虎門隨着轉型升級的經濟效應、社會效應逐步得到釋放，預計將在今年突破經濟社會發展的「拐點」，邁進科學發展的新階段。

■香港文匯報記者 丘麗芳

2013年，虎門「穩中有進、穩中有為、穩中提質」，實現生產總值382億元，同比增長9.8%；各項存款餘額627億元，增長9.3%；進出口總額49億美元，增長10%。

虎門鎮委書記、鎮人大主席葉孔新表示，今年虎門繼續着力推動產業升級和城市升級融合發展，力爭順利突破經濟社會發展的「拐點」，努力開創珠江口灣區節點城市建設新局面。主要發展預期目標是：生產總值增長9.5%。

產業升級 增創產業競爭新優勢

2013年，虎門產業發展在升級提質中做強做優。服裝業是虎門的代表性產業群，建設服裝服飾重大產業集聚區，去年獲批籌建「全國服裝（休閒服）知名品牌示範區」。着力將虎門服裝創新服務中心打造成为國家級科技企業孵化器，打造一批政產學研合作平台。

圍繞服裝業等優勢產業群，電子商務和物流企業應運而生。虎門着力打造華南地區的「網購物流集聚區」和「電商集聚區」，啟動阿里巴巴、虎門服裝產業帶平台，建成虎門電子商務示範基地、虎門電商產業園、大盤服裝電商城三大電商產業園區。電子商務發展快速。有電子商務企業及個體戶5000多家，電子商務年交易額219億元；有物流形態企業362家，其中20家物流企業將華南區總部或東莞分公司設在



■虎門是珠三角工商貿重地，服裝服飾產業規模全國居首。

虎門，日均電子商務快遞業務量超過30萬票。此外，重點抓好創新平台建設，籌建「線纜行業研發創新中心」，加快推进市產業化示範基地和公共（技術）服務示範平台建設，新增一批國家級高新技術企業。抓好虎門宏業貨櫃碼頭、港澳客運碼頭等項目建設前期工作，打造虎門新的經濟增長點等。

去年，虎門獲得「中國童裝名鎮」、全國「區域產品質量管制示範單位」、「中國紡織服裝行業社會責任信息披露實踐示範產業集群」、「廣東省技術創新專業鎮（信息傳輸線纜產業）」、「廣東省印刷重鎮」、「廣東時尚推動大獎」等多個榮譽，還通過「中國女裝名鎮」複評，獲批籌建「全國服裝（休閒服）知名品牌示範區」，成為中國服裝服飾電商重要基地。

虎門鎮委副書記、鎮長曲洪洪表示，今年，虎門在四大產業方面將分別採取推進的措施，進一步促進服裝服飾業實現加工製造、專業市

場、品牌會展、現代物流、公共平台等全鏈條、全環節發展，致力推動服裝服飾業向價值鏈高端發展。加快引進服裝展覽、線纜總部基地等一批現代服務業項目，加快發展金融、創意設計、現代物流等生產性服務業。制定電商發展中長期規劃，打造跨境貿易電商平台，全面推進虎門服裝「雲計劃」項目，探索符合虎門產業特色的電商發展模式。打造珠三角重要旅遊目的地，統籌虎門銷煙池景區、威遠文化生態旅遊島、沙角炮台景區共25平方公里的文化旅遊資源，加快打造近代史文化旅游品牌等。

城市升級 區域合作節點優勢提升

2013年，虎門城市升級在擴容更新中加快推进。濱海大道、長堤路、外環島路完成總投資的70%，部分路段實現通車，中心區路網升級改造工程基本完成。富民農副產品批發市場、港澳客運碼頭、宏業貨櫃碼頭易地轉型升級加快推进。濱海公園停車場、虎門公園驛站、威遠體育公園驛站基本完成等。

今年是虎門鎮加快轉型升級的關鍵之年。虎門地處珠三角幾何中心、世界第二大都市圈腹地，在廣州南沙、深圳前海、珠海橫琴三個國家級新區附近。有5條軌道交通經過並設立9個站場，有5條高速公路經過並設立6個出入口，是集高鐵、城軌、高速公路與粵港航線於一體的珠三角交通要地，可以高速

對接世界一流的陸海空交通體系，高效利用珠三角種類齊全的產業集群資源。

虎門城市建設堅持環境取勝，着力提升城市治理能力，從規模擴張向品質提升轉變。提高城市法治化水平，深化商事登記制度改革，加快數字虎門建設，建設一流的網上辦事大廳。

隨着近幾年城市建設的穩步推進，虎門承載集聚各類要素的條件更加成熟，區域合作的節點優勢得到鞏固和提升。在近年產業升級和城市升級取得成果的基礎上，推動「兩個升級」從「互促」版向「融合」版轉變，努力形成產城互動、融合發展的良好格局。

葉孔新表示，從整個發展態勢來看，虎門實現跨越發展的積極因素不斷積聚疊加，轉型升級的經濟效應、社會效應逐步得到釋放，預計虎門將在今年突破經濟社會發展的「拐點」，邁進科學發展的新階段。



■虎門是中國近代史開篇地，「虎門銷煙」舉世聞名，圖為國家4A級旅遊區鴉片戰爭博物館。

■ 責任編輯：胡可強 版面設計：高熙雯

晉菜曾經伴隨晉商足跡「賡通天下」，入圍中華八大菜系，但是，山西諸多特色品牌卻走不出「深藏閨中無人識」的陰影。2013年，在餐飲業持續低迷的背景下，山西省商務廳牽頭舉辦了「山西品牌中華行」、「晉人晉菜晉味道」等一系列主題活動，使一度被人遺忘的山西品牌綻放異彩，傳統晉菜回歸餐桌，山西「老字號」走出娘子關外。山西省商務廳孫躍進廳長介紹，晉菜經過「大洗牌」，推出十大晉菜菜譜，掀起一波熱銷。山西品牌中華行，行程數萬里，走進上海、北京、武漢、重慶等8座城市，銷售額達1265萬元，簽約供貨合同逾10億元」。孫躍進表示，今年會繼續加大力度，將山西品牌推向港澳台，甚至把山西麵食推向聯合國。

■香港文匯報記者 馬宇鳳



■孫躍進廳長（左）在山西品牌中華行活動現場向外商介紹山西品牌。

老字號集結巡展 山西品牌熱銷

——訪山西省商務廳廳長孫躍進

去在諸多因素影響下，餐飲業出現暫時的萎縮現象。山西省統計局數據顯示，2013年一季度，全省高端酒樓營業收入同比普遍銳減50%。適宜大眾消費的小微餐飲業逆勢上揚，同比增長17.7%。這一反差現象，引發了山西商務決策者對「晉菜改革，

品牌出征」的深層次思考。

改革晉菜膳譜 引領消費新潮

山西商務廳長孫躍進和記者談起晉菜，如數家珍，對晉菜興衰歷史瞭若指掌。他說，晉商與晉菜有着難以割捨的歷史脈絡，明清

時期，晉菜以蒸、炸、燜、煎、燴、燉等烹調方式，形成獨特的「晉風晉味」，風靡三晉。此後，晉菜伴隨晉商的腳步走向全國各地，創造了「匯通天下與賡通天下」驚世之作。然而，隨着晉商的衰落和晉膳文化後繼無人，曾經紅遍大江南北的晉菜體系，漸漸淡出中華八大菜譜序列。去年二季度，面對全省餐飲業萎縮的嚴峻態勢，山西商務廳牽頭組織餐飲界精英，開始醞釀改進晉菜食譜，拉動大眾消費。

據孫躍進介紹，2013年5月21日，山西推出了「晉人晉菜晉味道」主題活動，由山西省餐飲行業協會組織，通過逐級選拔、廚藝比武，評出晉菜名師名店。活動期間，進行晉菜菜譜徵集，選定50道最能代表晉菜特色的菜品，從中評出10道晉菜名優菜品，打造為晉菜名優品牌。作為山西對外接待的主打菜品、招牌菜品。同時，開展晉菜知識競賽、晉菜技能大賽和尋訪晉菜傳承人等一系列促銷活動，晉菜進社區、進食堂等場所，拉近與消費者之間的距離。在全省形成「知晉菜、愛晉

菜、吃晉菜」的社會氛圍。推動餐飲企業開展網絡營銷，加大促銷力度。通過傳統媒體和網絡新媒體集中開展晉菜菜品、晉菜文化宣傳推廣，進一步提升晉菜菜品知名度。尤其是新晉晉菜名優菜品首推過油肉、黃豆粉條炒土豆絲、沙棘開口笑、番茄燴魚魚等地方特色「草根菜」，倍受平民百姓青睞。一些高檔酒家從中尋覓到絕路逢生的商機，昔日以經營「高檔膳食」的餐飲企業轉變營銷策略，開始經營大眾餐飲甚至出售「小籠包子」。

集結老字號 重走晉商路

孫躍進稱，晉商曾經縱橫歐亞八千里稱雄華夏五百年，在中國商業史冊留下一筆寶貴財富。但晉商後裔們卻循規守舊，更無前輩拓疆擴域的拼搏精神，尤其在市場經濟大潮中，一批中華老字號企業「端着金碗沒飯吃」，更多的百年老字號品牌抱着「好酒不怕巷子深」的觀念，輕視品牌包裝和宣傳推廣，失去了金字招牌的原本價值。因此，山西商

務廳在推廣「晉人晉菜晉味道」的同時，集結73家老字號企業、2000餘種品牌走出娘子關，進軍北京、上海等大城市。「山西品牌中華行」，從2013年5月起步，歷時半年時間，沿着當年晉商開拓貿易路線，行程數萬公里，途經呼和浩特、北京、上海、廣州、武漢等8座城市巡迴展出，首次大規模、高層次、全方位展示山西品牌形象。期間，既有濃郁地域風情的展台佈置，亦有本土藝人傾情助陣，吸引當地市民眼球，收到良好效果。現場銷售達1265萬元、簽訂供貨合同10億元，同北京王府井等國際連鎖超市達成長期供貨協議，並在北京設立山西名優特商品展示中心。

孫躍進表示，2013年，山西老字號集結重走晉商路取得成功，為今後山西品牌融入國際大都市積累了經驗，2014年，山西老字號將再吹集結號，同時發掘、培育新品牌。山西品牌將挺進港澳台，讓港澳地區的民眾品味到地道道的山西老字號的魅力和無窮的韻味。



■「山西品牌中華行」活動，吸引了眾多消費者。