

香港鯉魚門海鮮最聞名 深圳鯉魚門填海造地大變身

港深地名故事

【香港商報訊】記者鄭玉君、林麗青報導：為什麼香港和深圳都有「鯉魚門」這個地名？據說是與「鯉魚躍龍門」的傳說有關。以鯉魚門為名的地方，在香港有三處，一是香港維多利亞港東面的海峽，其餘兩處是海峽東南兩岸的九龍東魔鬼山及酒灣一帶，以及香港島的阿公岩一帶。而深圳現在只有一個地鐵站和一條街叫鯉魚門，鯉魚門地鐵站是深圳地鐵1號線的站點之一。

香港鯉魚門：因礁石像鯉魚而得名

至於鯉魚門之名，古稱鹽口，在十六世紀的航海圖上曾有標示，而在明萬曆二十三年（1595年）郭榮撰《粵大記·廣東沿海圖》已見鯉魚門之名。至於其名稱由來，眾說紛紛，較多人引述的是鯉魚門水道礁石多，其中有些礁石看來像鯉魚，因而得名。

現今一般市民理解的鯉魚門，是指九龍東的鯉魚門，那裏以吃海鮮聞名。這塊在水道旁的地區原稱為三家村，為九龍十三鄉之一，歷史超過150年。此地老街坊說，鯉魚門以海鮮聞名只是五六十年間的事，這地方最初因石礦業而聚眾成村。

老街坊是69歲的劉樹來，兩歲就隨家人在鯉魚門居住。他亦是海濱學校校友會主席。海濱學校創校於1946年，是鯉魚門三家村歷史最悠久的傳統村校，已於2008年停辦。

海鮮業是於上世紀五六十年代興起。劉樹來說，當時鯉魚門有些江湖人士，他們都要吃好的，形成消費層，酒家於是出現，近岸漁家就來海鮮。鯉魚門

海鮮業的發展跟隨全球經濟發展周期，尤其被包裝成海鮮旅遊景點後，一度廣受本港、台灣及日本遊客歡迎，最近十多年則最多內地遊客。

深圳鯉魚門：僅剩一站一街

深圳現在只有一個地鐵站和一條街叫鯉魚門。鯉魚門地鐵站是深圳地鐵1號線的站點之一，於2011年6月15日開通運營。

鯉魚門原來的地名因為填海造地，不見蹤影。現在的鯉魚門站位於向西延伸的桃園路中線方向北側及平南鐵路西側，周圍有前海車輪段、龍海家園等。記者在鯉魚門地鐵站A出口處看到，該地鐵口可通往深圳西站，周邊都是近年新建起來的現代化樓宇，還有正在建設中高樓大廈，一派生機勃勃的繁華景象。

深圳還有一條鯉魚門街，離鯉魚門站不遠，街道為南北走向，位於前海合作區內。鯉魚門街周邊有前海法院/前海檢察院、深港創新中心/港交所、青年夢工場、企業公館/前海展示廳、前海管理局/自貿區管委會/前海e站通等。



深圳鯉魚門地鐵站。 記者林麗青 攝



遊客經過牌坊進入香港鯉魚門。

記者鄭玉君 攝

有傳言稱鯉魚門地鐵站寓意鯉魚躍龍門。而今，曾經鯉魚躍龍門之地，填海造地變遷為前海深港合作區，成為「一國兩制」框架下先行先試、引領制度創新的「策源地」。

農夫山泉「尋源」黃山 12.5億打造生產基地

【香港商報訊】記者吳敏 通訊員胡利龍報導：近日，安徽黃山市政府與農夫山泉股份有限公司戰略合作協議簽約儀式在杭州舉行。黃山市委書記凌雲、農夫山泉股份有限公司董事長鍾睽睽出席儀式並講話。

根據協議，雙方按照「平等互利、相互支持、長期合作、共同發展」的原則，通過政府推動和市場化運作相結合的方式，深化戰略合作。農夫山泉將把黃山市作為重要目標市場和重要投資區域，充分發揮自身在飲料產業的綜合實力和競爭優勢，積極參與黃山經濟發展，在黃山建設先進的天然飲用水生產基地，該項目投資約12.5億元，並開展黃山茶葉等各類農業產品領域的探討與合作。

黑龍江七星河濕地 葦盪連天碧 水鳥漫雲空

【香港商報訊】記者王琳 通訊員齊玉祥、馬淑芬報導：「葦盪連天碧，水鳥漫雲空」，這是黑龍江省寶清縣七星河國家級自然保護區的真實寫照。

七星河國家級自然保護區位於三江平原腹地，擁有2萬公頃的蘆葦沼澤濕地，生物多樣性特徵保存完整，具有三江平原最原始、最典型、最有代表性的自然風光，是全國著名的十大濕地之一，被聯合國收入世界濕地名錄。

近年來，七星河國家級自然保護區加大退耕還濕和生態修復項目建設力度，完成退耕還濕面積1103.5公頃，先後投資6000萬元，在實驗區內打造不同觀賞目標、不同生態體驗的「一湖、一海、一塘、一島」四個生態區，即鳥類棲息地修復生態區、雁棲湖生態區、科考研學生態區和水生植物塘生態區，開闢了印象北大荒之旅、雁棲湖生境之旅、探索發現之旅和綠色田園之旅「四個旅遊線路」，使濕地生態環境和物種保護不斷向優向好發展。

經過不斷的保護和發展，七星河濕地自然資源得到有效恢復，良好的生態環境為野生鳥類營造了繁衍生息的美麗天堂，野生動物植物種類近千種。



七星河國家級自然保護區。

經濟導報：中國新能源業態正在形成

【香港商報訊】今日出版的香港《經濟導報》卷首語稱，中國已經向全世界承諾，力爭2030年前實現碳達峰，2060年前實現碳中和，在此基礎上，中國已經制定了明確的綠色能源發展路線圖。由於過去幾十年來，中國的經濟發展嚴重依賴傳統不可再生的化石能源，目前，傳統的煤炭、石油等不可再生能源的消耗仍然佔到中國能源總供給的八成，因此，中國能否按照所確定的時間表和路線圖，如期實現碳達峰、碳中和目標，一直受到國際社會的廣泛關注。

然而，儘管有國際輿論對中國實現碳達峰和碳中和目標持懷疑態度，但中國綠色能源發展的步伐卻走得十分堅定果斷，2021年隨着烏東德水電站、白鶴灘水

電站這兩座世界級清潔能源基地的建成與投產，中國綠色清潔能源的發展成就再次令世界為之側目。目前，中國在長江中上游建立落成了三峽、葛州壩、溪洛渡、向家壩、烏東德、白鶴灘六座世界級的水電站，形成了世界上最大的清潔綠色能源走廊。不僅如此，去年以來，以新能源汽車熱銷為主要標誌的綠色能源消費也在中國社會悄然興起，新能源汽車對傳統燃油車的替代速度之快令人矚目結舌。短短兩年時間，中國綠色能源的供給和消費都出現了可喜的顯著變化。

文章指出，雖然中國綠色能源發展的成就仍然是初步的，但是，中國老百姓卻都能感受到綠色發展給自己帶來的好處，中國的城市天空更藍了！空氣更清新

了！居住環境更好了！也正因為如此，全體國民都大力支持國家的綠色發展，老百姓用自己的實際行動助推國家綠色產業轉型，譬如，在整體汽車市場仍處於不景氣狀態的背景下，中國的新能源汽車消費卻異常火爆，節能綠色家電持續熱銷，公交出行蔚然成風。中國的綠色能源消費快速成長，傳統能源消費模式正在轉型。

中國新能源革命已經上演，未來新能源發展空間和發展潛力難以估量，新能源不僅會形成中國巨大的新產業形態，而且還會成為中國未來持續的消費熱點，而且，中國的新能源革命還將輻射到國外助推世界新能源發展的進程。

中國重汽逆勢進位 雙循環戰略凸顯成效

8月31日，中國重汽（3808.HK）公布了2022年上半年業績。上半年，在國內重卡行業整體疲軟的背景下，中國重汽近十年來首次實現重卡銷量和市場佔有率「雙第一」，在行業逆境中實現進位提升。出口市場更是一騎絕塵，銷量創歷史同期新高，出口量佔據中國重卡出口的半壁江山，實現國內國際雙循環相互促進發展。 劉佳



中國重汽高端黃河重卡。



中國重汽生產線。



港口自動駕駛電動集卡。



中國重汽科技大廈。

今年上半年，商用車整體外部環境面臨較大壓力。根據中汽協統計資料，上半年實現重卡銷售約38萬輛，同比下降63.6%。但中國重汽表現搶眼，今年上半年累計銷售重卡8.87萬輛，位列行業第一；市佔率持續攀升，較2019年的16.3%提升到今年上半年的23.3%，增長7個百分點。面對複雜艱峻形勢，中國重汽經受了行業周期性低谷的艱巨考驗，展現出了強大的發展韌性和抗風險能力，是行業內運營質量最好的企業之一。

展望重卡行業未來走勢，中國重汽預計下半年需求將逐步回暖，「雙輪」戰略的提出將為行業帶來新的機遇，新能源與智能網聯汽車將成為新一輪科技革命和產業變革的標誌性、引領性產品，新能源商用車滲透率持續攀升。因此，中國重汽將持續加大研發投入，確保新能源、車聯網、智能駕駛等新技術實現突破，並重點圍繞港口、鋼廠、渣土運輸、水泥攪拌、市政環衛、城配物流等典型場景開發定製化產品，提升新能源整車產品核心競爭力，快速推進商業化進程，創造新的增長點。

科技破局 中國重汽邁向世界一流企業

92年的風雨兼程、砥礪前行，中國重汽一步一個腳印，把戰略一項項落實落細，推動設計研發成果不斷邁上新台階，中國重汽已實現了向行業一流科技的

重大跨越。

全球首款風阻係數0.37的全新一代高端黃河重卡，實現了向世界一流水平的邁進；國內第一輛具有完全自主知識產權的氫燃料電池發動機「黃河」牌雪蠟車，無人駕駛電動集卡、氫燃料電池重卡在港口等多場景批量應用，研發全球首台日檢1.2萬管的移動核酸檢測車……不斷湧現的科技成果，展現了中國重汽澎湃的創新活力。

而重視研發正是以上科研成果湧現的保障。中國重汽研發投入從2018年的13億元增長到2021年的37億元，增幅185%，四年累計100多億元，超過之前十年投入的總和。研發人員從2018年的1102人增長到現在的3561人，增幅高達223%。

據悉，中國重汽用4年的時間實現了中國產品領先，並再用3-5年的時間，全面邁向世界一流梯隊，成為世界頂級商用車品牌之一、全系列商用車銷量力爭翻一番、重卡率先邁向世界一流品牌，在主要細分市場建立領先優勢。輕卡、客車要堅持技術驅動、價值驅動、品牌驅動，加快導入高端皮卡、VAN車；新能源商用車要與同行企業充分協同合作，在燃料電池、純電動、混合動力等領域確保走在行業最前。

海外市場穩增 中國重汽繪「新藍圖」

中國重汽延續了一貫的出口優勢，在過去17年間持續保持行業出口銷量第一，這一優勢在今年得到延續。今年上半年，中國重汽重卡出口銷量3.97萬輛，同比增長41.8%，創歷史同期新高，穩居國內重卡行業第一。

據介紹，中國重汽將海外市場作為今年業績增長的主要突破口，早早地確定了今年出口8萬輛的目標。中國重汽搶抓經濟復蘇的需求機遇，鞏固非洲、東南亞部分傳統優勢市場，並加快開發歐美品牌優勢市場。同時，有序推動出口產品結構升級，實現了中高端產品的翻番式增長。此外，中國重汽制定了細分市場突破戰略，精準聚焦客戶使用場景和需求。

截至今年上半年，中國重汽已將產品出口至110多個國家，在90多個國家發展各級經銷網點約300家，形成了基本覆蓋非洲、中東、中南美和東南亞等發展中國家和主要新興經濟體，以及澳大利亞、愛爾蘭、新西蘭等國家和香港、台灣等部分成熟市場的國際市場營銷網絡體系。

中國重汽表示，今年下半年，將不斷鞏固非洲、東南亞部分傳統優勢市場，並加快開發歐美品牌優勢市場，並開發載貨車、高端自卸車和中長途牽引車等細分市場車型，進一步提升海外市場佔有率。