

苏州何以焕新： GDP两万亿元之后（上）



在今年上半年城市GDP总量排名中，苏州位居全国第六。在前十名的榜单中，苏州无疑是个特例，因为只有其行政级别为地级市，这也是苏州被称为“最强地级市”的原因。

“除了地区生产总值位列全国第六，一般公共预算收入、进出口总额，苏州在全国大中城市中均位列第四；上市企业数量，苏州位列第五，其中科创板位列第三；规模以上工业总产值，苏州稳居前三，偶尔也会蹦到第一名。”时任江苏省委常委、苏州市委书记许昆林曾直言，最强地级市对苏州来说“没什么好骄傲”，苏州的目标不是保持地级市第一，而是应当有更大的作为。

苏州GDP已在2020年迈上两万亿元的台阶，在行政能级仍在相当程度决定资源配置的当下，苏州的样本似乎更具观察的意义。苏州过去的路径，当下的谋划，以及未来的转型方向，几乎是中国经济的完

美复刻：从改革开放之初的乡镇工业与引入外资起步，在经历高速增长期之后却面临成本上涨制造业流失的困扰，再到如今处于寻找新的增长动能的关键期，苏州更像是中国经济的微缩样本。

因此，GDP迈上两万亿元门槛后如何突破“天花板”，问题的答案也不仅仅关乎苏州。

优化制造业的“良田”

据第三次国土调查，苏州国土开发强度约29%。对于占据江苏国土面积8%，却贡献全省经济总量20%的苏州而言，土地已然成为最为稀缺的资源。对于苏州一些下辖区县而言，国土开发强度已经踩到“红线”。

苏州已经习惯向空中要地。1995年，苏州工业园区引入新加坡企业腾飞集团，当时已经借鉴新加坡多层厂房开发经验，建设8幢两层厂房，建筑面积11.61万平方

米；2016年，其中3幢两层厂房被改建为6幢多层厂房，地上建筑面积增加了43.5%。但是如此方式能够腾挪出的空间必定有限。“生产高精尖零部件只能采用单层厂房，如果建设一间10层厂房，良品率必然会大幅降低。”太仓高新技术产业开发管委副主任夏远峰说，“因此只能在夹缝中生存，挤出一些土地指标。”

在外界认为苏州土地指标已然很紧张的情况下，苏州市自然资源和规划局权益处处长俞振武却说，“就工业用地而言，苏州家底丰厚。”除了拿出68.8平方公里产业用地，在开放再出发大会上，苏州还划定了100万亩，即667平方公里的工业和生产性研发用地保障红线，以保障工业占GDP比重不低于40%。

苏州的工业用地究竟从何而来？和所有经济发达地区一样，“腾笼换鸟”成为必然选择。从2016年开始，苏州开展“散乱污”企业专项整治，3年整治“散乱污”企业5.35万家，腾出发展空间7.8万余亩。在夏远峰看来，这一过程仍在持续，“一些企业离开，政府将土地回购，再将土地提供给符合未来产业方向的企业。”苏州每年工业用地供给量已经从21

世纪初的10万亩左右下降至约两万亩，工业用地供给与退出量基本持平，目前苏州工业用地的面积约为115万亩。

“腾笼换鸟”之下，究竟哪些企业要离开？2020年10月，苏州市委办公室、市政府办公室引发《关于进一步深化工业企业资源集约利用综合评价改革的实施方案》，提出经过三年努力（2021年~2023年），基本完成对近3年亩均税收3万元以下的低端低效工业企业的改造提升或处置淘汰。俞振武说，对于苏州而言，工业用地的关键，在于怎么优化。

无论是被动离开还是主动转移，“腾笼换鸟”的实质是产业升级，不管是主观意愿还是客观所迫，苏州都必然经历这一过程。2017年，传统硬盘生产商希捷迁往无锡；2018年，生产液晶背光面板的欧姆龙离开苏州；2020年，三星关闭了苏州的笔记本电脑工厂……外界不仅在担忧外资撤离，更在忧虑一旦成本优势不在，苏州经济会否失去动能，毕竟苏州历史上对于外资劳动密集型企业的倚重不言而喻。

外资在相当程度上塑造了当下苏州的产业格局。2020年苏州规上工业产值共计3.53万亿元，两个支柱产业装备制造与电子

信息产值均超过1万亿元。苏州下辖的县级市昆山市，长期雄踞中国县域经济之首，聚集了大批台资制造业企业。以电子信息产业中的笔记本电脑行业为例，苏州昆山曾以出口加工区为载体，在2000年后吸引台湾主要笔记本电脑代工企业进入，并密集布局1000多家笔记本上下游配套厂商，2010年后，每年出产笔记本电脑数量一度达到1亿台的峰值，占全球总产量三分之二。

但在此之后，苏州笔记本产量一路下降。“代加工在苏州电子信息产业中的占比不断下降，笔记本年产量如今在5000万台左右，但电子信息产业产值、利润、税收都不断上升，以代加工为基础，近年苏州向产业链中上游突破，典型案例便是苹果产业链进驻。”苏州工信局局长万利解释说。

2020年，根据公开的苹果供应工厂注册地址信息，苏州有74家工厂，分属50家供应商，占比苹果供应商总数四分之一。据估算，2020年苹果苏州供应商实现工业总产值2700亿元，占电子信息产业规上总产值26%，间接贡献可达30%以上。国内很难找到第二个城市，像苏州这样具备相对完善的苹果供应链和举足轻重的市场份额。