

印发《新一轮制造业“腾笼换鸟、凤凰涅槃”攻坚行动方案(2021—2023年)》

“腾笼换鸟”，浙江出新招



浙江日报记者 夏丹

新一轮“腾笼换鸟”的号角已吹响。

日前，浙江正式印发《新一轮制造业“腾笼换鸟、凤凰涅槃”攻坚行动方案(2021—2023年)》(下称《行动方案》)。这一次，浙江制造又将迎来怎样的蝶变?

“新”在哪?
“腾笼换鸟、凤凰涅槃”这8个字，来源于浙江经济社会发展的火热实践。

2004年底，在全省经济工作会议上，时任浙江省委书记的习近平同志明确指出，要破解浙江发展瓶颈，必须切实转变经济发展方式，实施“腾笼换鸟”。

由此，浙江正式揭开了“腾笼换鸟、凤凰涅槃”的大幕。

如今，浙江对“腾笼换鸟、凤凰涅槃”有了再认识和再实践。一切尽藏在“新一轮”的“新”里面。

新基础——2020年浙江生产总值达6.46万亿元，浙江规上工业增加值达1.67万亿元，两者均列全国第四。相隔近二十载，浙江的经济实力已今非昔比。

更为重要的是，实力晋级的浙江有了新的目标和追求——2021年浙江获批高质量发展建设共同富裕

示范区，这是新时代赋予浙江的又一重大使命。

“共同富裕的关键在于提供更多高技术就业的机会，而高技术就业主要靠高技术制造业和与之匹配的高技术服务业。说到底，只有浙江制造进一步升级，才能产生更多高技术就业的机会，才会筑牢共同富裕的基础。”一位长期研究浙江经济的专家告诉记者。

去年3月，浙江召开全省制造业高质量发展大会，并提出建设全球先进制造业基地的新目标。

当然，还有新趋势——“碳达峰”“碳中和”大势下，工业是减碳主战场。而工业减碳，也是要“吃得少、产蛋多、飞得高”。

时也势也，浙江“必须举全省之力打好这场硬仗”。

何以“攻坚”?
对浙江而言，“腾笼换鸟”是一道知易行难的命题。

生产效率不高、创新驱动不足、新兴产业支撑不足、单位能耗高、单位碳排放高等，如一个个“山头”，横亘在浙江制造前行的路上。

浙江何以“攻坚”?

记者注意到，针对上述“山头”，此次《行动方案》提出了四大行动，分别是淘汰落后、创新强工、招大引强、质量提升四大攻坚行动。

淘汰落后攻坚行动——全面摸排高耗低效企业，坚决淘汰整治高耗低效企业，坚决遏制“两高”项目盲目发展，加快整治低效工业用地，大力整治提升产业发展平台。

创新强工攻坚行动——加强关

键核心技术攻坚，加速重大科技成果产业化，全力打造高能级科创平台，做专做精制造业创新主体，加快构建产业链创新链生态圈。

招大引强攻坚行动——加强新兴产业重大项目、重大外资项目、补链强链关键项目招引，加强上市企业资本重组项目落地，加强项目全周期管理服务。

质量提升攻坚行动——深入推进制造业质量革命，全面实施企业数字化绿色低碳技术改造，加快制造业产品升级换代，大力推进制造业品牌建设，强化知识产权全链条保护。

四大行动，各自发力，又形成合力。左手淘汰落后，腾出土地空间，腾出用能空间，腾出浙江未来发展空间；右手连续出招，创新强工、质量提升练内功和招大引强借外力，内外兼修。

这些年，浙江搭建了一个“亩均论英雄”的大擂台。得益于数字经济发展和今年以来数字化改革的推进，打通部门间的数据壁垒，用数字化手段比选“英雄”在浙江成为现实。

有了这样的基础，新一轮淘汰落后，浙江将以规模以上制造业企业、实际用地3亩以上的规下制造业企业为重点，摸清企业用地、用能等情况，实施一企一策提升方案，提升达标了，方可销号，形成闭环管理。

“腾笼换鸟”，要能腾得出，更要换得来，还不能伤筋动骨。换什么? 这次浙江的方向更聚焦：三大科创高地、战略性新兴产业。

《行动方案》还进一步提出“确

保每年省市县长项目工业中制造业项目数不低于三分之一”。紧紧抓住制造业这个牛鼻子，浙江的思路愈发清晰。

长期命题
“腾笼换鸟”的故事，也在世界各地上演。

拥有丰富煤炭资源的鲁尔工业区，曾是德国发展的“心脏”。随着资源枯竭，单一结构的重工业区陷入衰落。从20世纪60年代开始，鲁尔工业区开始了漫长的改革和转型之路，目前已形成颇具特色和影响力的信息与通讯、纳米材料、医学技术及新能源、新材料等高科技产业。

类似的故事也在美国匹兹堡上演。曾有“美国钢都”之称的匹兹堡，一度也曾陷入衰败。当地政府先后三次启动复兴计划，依托卡内基梅隆大学和匹兹堡大学的创新辐射，匹兹堡从一座钢城转变成为一个高科技研发中心，人工智能、机器人和生物医药等产业全球领先。

不难看出，一个区域或经济体的产业升级过程，必然是一个“腾笼换鸟”的过程。

改革开放以来，浙江人积极探索、大胆创新，率先推进市场化改革，走出了一条具有时代特征、中国特色、浙江特点的发展路子。

同时，浙江的工业化从低门槛的家庭工业、轻小工业起步，以民营企业为主，低小散的特点比较突出。

推进“腾笼换鸟”，就是要让有限的资源空间，培养出更多“金凤凰”。

(原载于11月3日《浙江日报》)



江苏省降低社保费率效果明显

前三季度为企业减负102.7亿元

新华日报记者 黄红芳

记者从11月3日省政府举行的促进高质量就业工作新闻发布会上获悉，在常态化疫情防控下，我省今年以来持续减负稳岗扩就业，继续降低失业保险和工伤保险缴费费率。同时针对南京、扬州等地突发疫情，将全省工伤保险费率从8月1日起下调20%。今年前三季度，全省降低社保费率共为企业减负102.7亿元。

江苏还对企业职业技能培训给予补贴，支持企业大规模实施职业技能提升行动，向受疫情影响较大的住宿餐饮、批发零售、文化旅游和交通运输等行业企业倾斜。依托电子社会保障卡，在试点基础上积极推广职业培训券，帮助培训者免垫付和实名便捷享受职业技能培训服务，帮助劳动者提高就业创业能力和职业转换能力。今年1—9月，全省共开展政府补贴性培训363.09万人次，支出培训资金达24亿元。

高校毕业生是就业关注的重点。今年以来，江苏多部门合作，多措并举

促进高校毕业生就业，6.36万名离校未就业毕业生已有4.97万人落实就业去向。开展就业困难人员援助，帮助22.2万人成功就业，其中新开发公益性岗位托底安置就业7946人。扶持各类重点群体自主创业15.42万人，发放创业补贴10.96万人次、2.65亿元；发放富民创业担保贷款5.26万笔、88.34亿元。

据了解，全省前三季度城镇新增就业104.19万人，同比增长7.97%；9月末城镇登记失业率为2.57%，处于历史较低水平；9月份城镇调查失业率为4.3%，比全国低0.6个百分点。

省人社厅副厅长张宏伟表示，全球疫情仍在持续演变，国内疫情零星散发，能耗“双控”、义务教育“双减”等宏观政策对就业影响不容忽视，原材料价格上涨、企业利润受到挤压，一些行业和企业生产经营仍然面临较多困难，部分群体就业压力依然较大。江苏将继续强化政策供给，不断提升就业服务质量。

(原载于11月4日《新华日报》)

前三季度江苏省实现

社会消费品零售总额31725.1亿元

新兴消费赋能，市场加快恢复

新华日报记者 宋晓华 田墨池

前三季度，我省消费市场加快恢复，消费需求对经济增长的主要拉动作用进一步显现。

通过数据，可以看到消费在回暖。前三季度，全省实现社会消费品零售总额31725.1亿元，同比增长19.5%，两年平均增长6.7%。全省社零额占全国比重为10%，较上年同期及全年占比分别提高了0.3个、0.5个百分点，规模居全国第二。9月份全省疫情得到有效控制以后，消费品市场逐步复苏，当月实现社会消费品零售总额3423.5亿元，同比增长5.3%，比8月份提升8.2个百分点。

数据背后有亮点。重点商品支撑有力，汽车类零售额约占限额以上零售额的30%，对社零额的增长起到举足轻重的作用。1—9月，限额以上汽车类实现零售额3170亿元，同比增长16%。受新能源汽车购置补贴、免征购置税期限延长等政策持续刺激，新能源汽车销售大幅增长84.4%。

升级类商品增长有力，全省限额以上可穿戴智能设备、金银珠宝、计算机及配套产品等中高端商品表现抢眼，同比分别增长54.5%、32.7%、20.6%。江苏本土企业添可凭借洗地机品类超70%的市场占有率领跑整个行业。“在国内，添可美万系列洗地机在2020年9月至2021年9月零售超过100万台。”添可CEO冷冷说，“从功能导向到智能时代，从物质需求到文化体验，中国消费市场走在了传统消费与新消费交替叠合的新节点，需求侧的转型升级对供给侧提出了更高要求。以科技为核心，强化品牌价值穿透力，与年轻消费者之间达到高度契合，搭建用户场景，引发情感共鸣，让品牌与消费者不断互动是刷新品牌年轻力的关键要素。”

新兴消费赋能有力，随着“无接触消费”需求大幅提升，网络销售增长较快。前三季度，全省实现网上零售额7605.1亿元，同比增长10.9%。其中，实物商品网上零售额6646.5亿元，同比增长9.5%。

前三季度，全省继续开展“品质生活·苏新消费”为主题的系列消费促进活动，推动形成全覆盖、多层次、常态化消费促进机制。不断强化省市县、政银企、线上下、内外贸“4个联动”，深入推进消费促进提振、流通布局优化、市场主体壮大、消费品牌培育、创新转型发展、消费环境营造“6大专项行动”。“品质生活·苏新消费”第二季全省开展了217场消费促进活动，活动期间，全省13个设区市社零额增幅均超过两位数，社零净增额突破3300亿元，为消费市场注入更多、更新的增长动力。4月，根据“全国消费促进月”部署

安排，启动“品质生活·苏新消费”第三季，围绕大宗消费、餐饮消费、新型消费、品牌消费、农村消费、进口消费等6大重点消费开展528场主题促进活动。国庆“黄金周”期间，全省各地组织开展107场消费促进系列活动，参与企业近10万家，累计发放消费券1.9亿元，预计撬动社会消费13亿元。

同时也要看到，制约消费需求的因素仍然比较多，疫情反复对接触性消费造成负面影响。三季度全省社零额增长3.5%，较二季度增速收窄16.3个百分点，三季度受到疫情冲击较为明显。南京财经大学教授张为付指出，进入四季度是全年消费的压轴期和收官阶段，将会呈现不同的方式。一是大宗生产工作类消费会增加。例如汽车、家庭耐用消费品消费在年终会有一个高潮。二是节庆、婚庆类消费会增加。各产品服务商要提前做好公司集团类节庆和个人婚庆、周年庆等消费的准备。三是年终奖励资金发放所带来的冲击性消费会增加。但由于疫情的不断反复，收入的不确定性增加，也对消费产生负向影响，使得民众的消费担忧增加。这就要求各消费服务商家深入分析市场信息、把握市场消费走向、及时调整营销战略和方式，各地政府仍需以扩大内需市场为主，提供更多优质消费产品，发挥消费基础性作用。

在江苏，一系列促消费政策持续落地，消费潜力有望进一步释放。记者从江苏省商务厅了解到，今年以来，印发《2021年全省商务领域促进消费工作要点》《进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》，突出重点，明确任务。会同省发改委等11部门联合印发《关于进一步提振大宗消费重点消费促进释放城乡消费潜力若干措施》，配合出台《省政府办公厅关于印发江苏省以新业态新模式引领新型消费加快发展的实施方案的通知》，进一步促进大宗消费、重点消费，释放城乡消费潜力，推动消费创新，助力乡村振兴。

下一步，江苏将着力打造高品质消费载体，进一步推动南京、徐州、苏州、无锡四市国际消费中心城市创建工作；推进步行街和农贸市场改造提升；推进省级试点培育步行街街区改造提升，下拨省级财政专项资金4200万元用于支持省级试点培育街区进行智慧化改造和管理创新；《关于进一步加强农产品市场建设的指导意见》出台，完成新建和改造升级农贸市场86家；持续推进老字号“三进三促”消费促进活动，通过老字号进校园、进社区、进景区，促进老字号创新发展、促进传统民族品牌提升、促进居民消费品质提升。

(原载于11月4日《新华日报》)



相约进博

魅力上海

11月3日拍摄的上海晨景。
第四届中国国际进口博览会
将于11月5日至10日在上海举行。

新华社发 摄影 蒋爱山

长三角一体化：探路新发展格局

长三角正形成上海龙头全力引领、苏浙两翼开合奋进、安徽强势奔跑的发展态势

解放日报记者 任俊锰
首席记者 陈抒怡

三年前，沪苏浙皖三省一市联合成立的长三角区域合作办公室，在上海武康路上的一栋小楼里开始运转。这里不像传统的政府办公室，倒像一家准备IPO、热火朝天的创业公司，来自不同地方工作人员，自称新时代的长三角人。事实上，这里的工作要比企业IPO复杂得多、艰巨得多，几乎每一项内容都是长三角区域合作中的首创和突破。

“今年更忙了。”“压力更大了。”在2019年11月成立的长三角生态绿色一体化发展示范区执委会采访，记者常听到这样的声音。在示范区，项目建设“倒逼”制度创新并不鲜见，这也是难点和压力所在。示范区执委会生态和规划建设部部长刘峰说，以前在审批时，为建设横跨上海、江苏的元荡桥，在执委会牵头下，创新探索了“一个文件两个章”。最近为了实现“一个平台管实施”，示范区内正在组建水乡客厅工程指挥部。“今后水乡客厅重大项目的审批，可能就是一张纸上一个

章。”示范区执委会工作人员乐观估计。

这些，只是长三角更高质量一体化发展的缩影。长三角一体化上升为国家战略三年来，长三角正形成上海龙头全力引领、苏浙两翼开合奋进、安徽强势奔跑的发展态势，在各方集聚更强合力下，为国家积极探索新发展格局。

勇当开路先锋

长三角以4%的国土面积，承载了约1/6的人口，创造了全国约1/4的经济总量。长三角不仅经济体量大、活跃程度高，也是创新能力最强的区域之一。接下来，长三角区域要率先形成新发展格局，勇当我国科技和产业创新的路路先锋。

创新，是长三角的重要底色。长三角地区拥有上海张江、安徽合肥两大综合性国家科学中心，为凝聚创新合力，上海市与安徽省签订了《上海张江安徽合肥关于推进科技创新开放合作的框架协议》，支持两大国家科学中心开展“两心共创”，跨越距离和制度障碍，构建资源共享和共性技术创新平台，推动

原始创新。

从基础研究“最先一公里”，到产业化“最后一公里”，长三角关注的是创新全链条。相关规划提出，要充分发挥上海科技创新中心龙头带动作用，强化苏浙皖创新优势，加快建设长三角G60科创走廊和沿沪宁产业创新带，力争到2025年形成现代化、国际化的长三角科技创新共同体。为此，科技部还与三省一市共同设立了长三角科技创新共同体建设办公室。3日在京揭晓的2020年度国家科学技术奖，上海获得国家科技进步奖的27个通用项目中，有跨省合作单位的获奖项目25个，其中13个获奖项目有来自江苏、浙江、安徽等地合作机构参与，占25个合作项目数量的52%。

枢纽集聚辐射

今年初，沪苏浙皖开始合力将虹桥国际开放枢纽打造成为长三角强劲活跃增长极的“极中极”。目前，虹桥国际开放枢纽也正着眼于双向开放、双向联动，搭建联通国际国内市场的“彩虹桥”，增强上海与长三角地区的枢纽链接，进而把上

海的对外开放优势，与长三角地区的其他优势紧密链接起来，加快形成新发展格局。

长三角城市正根据不同城市能级和发展优势，在一些方面发挥枢纽功能，实现区域内的辐射。十多年前，上海临港集团推动品牌、管理等输出，建设漕河泾开发区海宁分区分等创新“飞地”；与此同时，苏州的“园区经验”也在长三角遍地开花，苏宿工业园区、苏通科技产业园、苏滁现代产业园、中新嘉善现代产业园等先后建设运营，成为长三角一体化发展的重要平台。

串联起枢纽、洼地和飞地，“轨道上的长三角”建设至关重要。铁路方面，至2020年底，长三角高铁营业里程超6000公里，覆盖区域内90%以上的设区市；城际市域铁路方面，上海、南京、杭州、合肥等城市间基本实现城际客运高频次1—1.5小时快速通达。到2025年，还将建成上海东站、南京北站、萧山机场站、杭州西站、新合肥西站等车站，届时长三角将有更多具备集聚和辐射功能的关键节点。

(原载于11月4日《解放日报》)