

YEARBOOK OF CHANGJIANG DELTA DEVELOPMENT (2006)

长三角年鉴

(2006)



长三角联合研究中心 / 编
宋林飞 / 主编 孙克强 / 执行主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

YEARBOOK OF CHANGJIANG DELTA DEVELOPMENT(2006)

长三角年鉴

(2006)



长三角联合研究中心 / 编
宋林飞 / 主编 孙克强 / 执行主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS(CHINA)



图书在版编目 (CIP) 数据

图书在版编目 (CIP) 数据

长三角年鉴 (2006) / 宋林飞主编; 长三角联合研究中心编. —北京: 社会科学文献出版社, 2007.1

ISBN 978-7-80230-392-8

I. 长… II. ①宋…②长… III. 长江三角洲-2006-年鉴 IV. Z525

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 152796 号

长三角年鉴 (2006)

编 者 / 长三角联合研究中心

主 编 / 宋林飞

执行主编 / 孙克强

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 65269967

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 85117872

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目负责 / 范广伟

责任编辑 / 崔 岩 王玉敏

责任印制 / 盖永东

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部
(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部

(010) 65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京鑫联必升文化发展有限公司

印 刷 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 880×1230 毫米 1/16 开

印 张 / 75.75

插图印张 / 1

字 数 / 1773 千字

版 次 / 2007 年 1 月第 1 版

印 次 / 2007 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-80230-392-8/F·106

定 价 / 380.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,
请与本社市场部联系更换

 版权所有 翻印必究

编辑委员会

名誉主任

王荣华

上海社会科学院院长

万 斌

浙江省社会科学院院长

主任委员

宋林飞

江苏省社会科学院院长

副主任委员

左学金

上海社会科学院常务副院长

张颢瀚

江苏省社会科学院副院长

何一峰

浙江省社会科学院副院长

委 员

田伯平

江苏省社会科学院科研处处长

王 振

上海社会科学院科研处处长

汪俊昌

浙江省社会科学院科研处处长

陈 维

《上海经济研究》编辑部主任

杨建华

浙江省社会科学院社会学所副所长

孙克强

江苏省社会科学院科研处副处长

编辑部成员

主 编

宋林飞

执行主编

孙克强

副 主 编

吴 芸

戚世伟

戴 亮

编 辑

祁跃辉	姜卫红	丁 宏	吴道根
方维慰	林象平	李志武	蒋 晨
邢志坚	万永瑞	钱秋萍	王晓颖
孙晓薇	李 峰	张 曦	李 栋
夏 磊	黄和平	雷旭华	陈 俏

英文翻译

符明荣

长三角联合研究中心



2005年12月18日，由上海社会科学院、江苏省社会科学院、浙江省社会科学院共同发起的“长三角联合研究中心”在上海成立



中心近期出版的《长三角蓝皮书》



中心近期编辑出版的《长三角观察》



中心网址 <http://yangtze.org.cn>



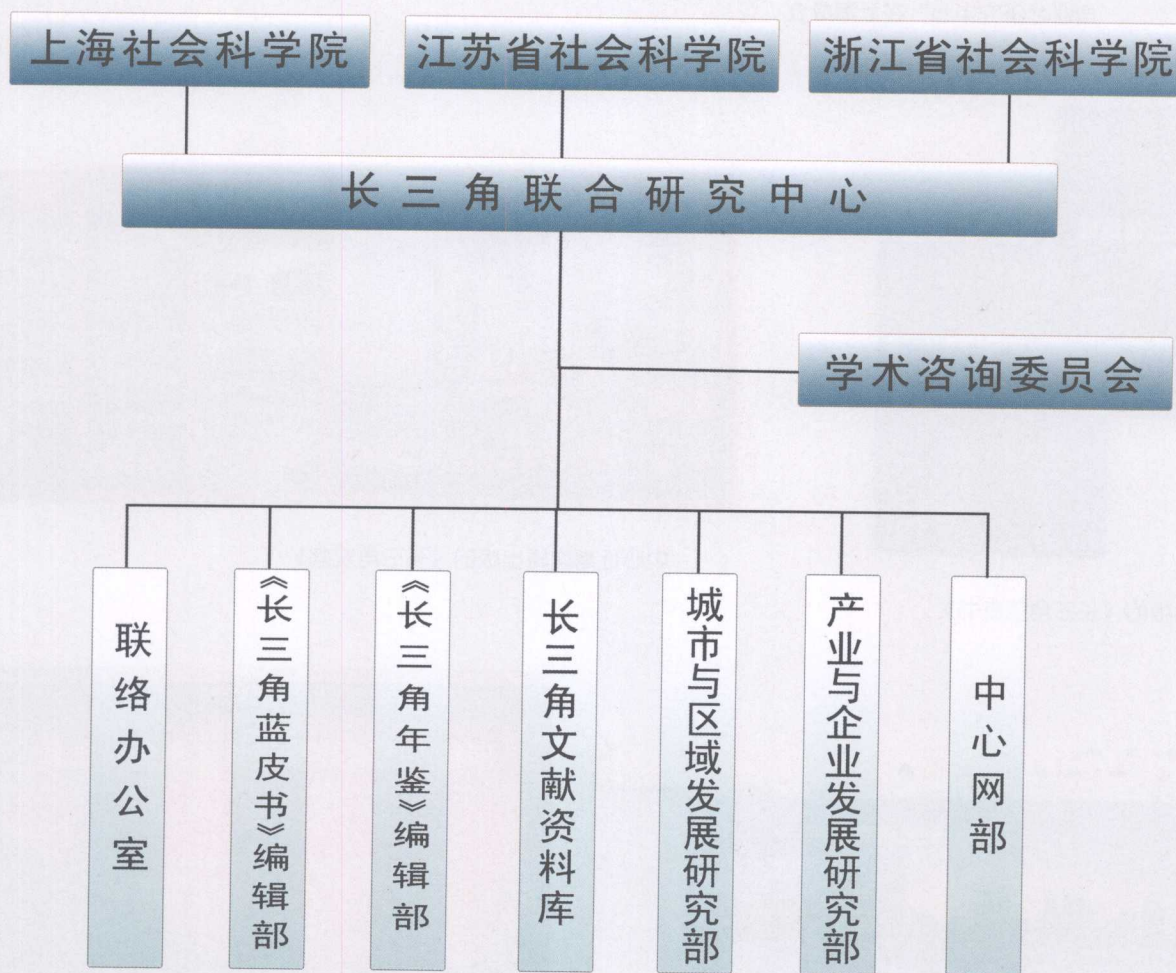
2006年11月，中心和有关部门在上海联合召开“创新型国家战略与长三角合作创新”学术研讨会

长三角联合研究中心

长三角联合研究中心是由上海社会科学院、江苏省社会科学院、浙江省社会科学院共同创办的合作研究平台。

长三角联合研究中心将整合苏浙沪三地社会科学院的专业研究力量，着重研究长三角地区城市、产业发展和区域合作问题，并为政府和社会决策提供咨询服务。

长三角联合研究中心将为苏浙沪三地的学者和政府部门搭建一个共同探讨长三角区域发展与合作的学术平台、交流平台和信息平台。



扬州简介

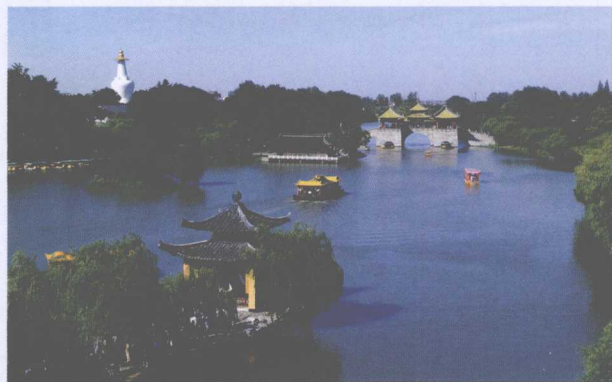
扬州位于江苏省中部，已有近 2500 年的建城史，是国务院首批公布的 24 座历史文化名城之一。现辖 3 个区、3 个县级市和 1 个县，总面积 6634 平方公里，总人口 456 万，其中城区面积 980 平方公里，人口 128 万。

扬州历史悠久，文化昌盛。历史上，凭借独特的区位和交通优势，曾经铸就了两汉、隋唐、清康熙年间三次辉煌。扬州文化独树一帜、异彩纷呈，扬剧和扬州评话、清曲、剪纸、漆艺、玉雕、雕版印刷已被列入中国首批非物质文化遗产。扬州旅游资源丰富，园林、老宅、街巷散发出迷人的魅力，中国十大风景名胜区之一的蜀冈—瘦西湖风景区、中国四大名园之一的个园、晚清第一名园的何园等景点闻名遐迩。

扬州区位优势、交通便利。凭借长江与京杭大运河在此交汇，历史上曾以其无可比拟的区位优势，成为中国水陆交通的重要枢纽、承南启北的重要“门户”。近年来，随着宁启铁路、润扬长江大桥、西北绕城公路、沿江高等级公路的建成，初步形成了“江海河沟通、水公铁联运”的交通运输体系，并成为长三角重要的区域中心城市。

扬州经济发达，活力较强。2005 年，全市实现地区生产总值 922 亿元，增长 15%，人均地区生产总值达 2550 美元；财政总收入 117 亿元，增长 26%；城市居民人均可支配收入和农民人均纯收入分别增长 15.5% 和 11.5%，全市注册外资实际到账 12.5 亿美元，民资投入 400 亿元。

扬州环境优美，适宜人居。近几年来，先后投入 200 多亿元，进一步加大城市基础设施建设和环境综合整治的力度。先后实施了瘦西湖活水工程、古运河城区段整治等一批水环境工程。新建了新区中央公园、润扬森林公园、蜀冈西峰生态公园、曲江公园及 200 多个小游园，新增绿地 1000 万平方米以上，市区累计绿化覆盖面积 2319 公顷，绿化覆盖率达 36.9%，人均公共绿地面积为 9.15 平方米。先后获得“国家卫生城市”、“国家环保模范城市”、“国家园林城市”等称号；2004 年，又成为长三角地区第二个获得“中国人居环境奖”的城市。



南 钢 集 团

南钢集团

南钢始建于1958年。1996年7月，由南京钢铁厂改制为南京钢铁集团有限公司，并以南京钢铁集团有限公司为核心组建了南京钢铁集团。2000年9月，“南钢股份”在上海证券交易所成功发行上市。2003年，南钢集团有限公司实施了“三联动”改革，由国有独资企业转变为非国有控股企业，并与上海复星高科技集团有限公司等三家企业合资成立了南京钢铁联合有限公司，实现了企业经营机制的重大转变。2005年，南钢集团完成销售收入285亿元。

南钢集团现有新区和老区两个生产区域。目前，集团已具备650万吨钢的年综合生产能力，主要产品有宽中厚板（卷）、中厚板、棒材、高速线材、热轧钢带、热轧薄钢板、球扁钢等。

南钢集团十分重视科技进步，大量引进国内外先进技术和装备，不断开发新产品。南钢集团倡导优质服务，先后被评为“全国质量效益型企业”和“全国用户满意企业”。

今后，南钢集团还将通过进一步加大投入、加快发展，争取进一步扩大产业规模，增强企业的核心竞争力，使企业攀上更高的发展平台。展望不远的将来，南钢集团将成为具有很强竞争力和赢利能力、管理一流、环境优美、国内先进、国际知名的特大型钢铁联合企业。





江苏省交通厅公路局

江苏省交通厅公路局是江苏省交通厅的直属单位，受省交通厅委托，主管全省普通国省干线公路的建设、养护、规费征收和包括全省高速公路、跨江大桥在内的路政管理工作，此外，还承担全省农村公路的建设、养护任务。

全省公路系统在各级交通主管部门的坚强领导下，一心一意谋发展，聚精会神抓落实，使“十五”成为江苏公路史上发展速度最快、质量最好、成效最为显著的时期之一，在2005年底交通部组织的全国干线公路养护与管理检查中，获得了全国第二名的好成绩。

路网总量大幅提高。至2005年底，全省公路社会总里程达8.27万公里，密度达80.6公里/百平方公里，居全国

各省份首位。五年累计新增公路54125公里，比“九五”末增长191.9%，其中，干线公路3395公里，增长42.7%，农村公路50485公里，增长257.6%。

服务水平大幅提高。全省干线公路年平均好路率达87%，比“九五”末上升10%。五年累计完成国省干线改造4119公里，建成绿色通道6654公里，新增部省级文明样板路5300公里，实施路面大中修4370公里，实施普通干线公路安全保障工程4300公里，改造国省干线危桥666座，完成国省干线路标体系更新建设7个市，在全国率先进行了国省干线限速标志体系研究和规范设置工作。

行政能力大幅提高。五年先后提请省人大出台了地方性公路法规2部，提请省政府出台政府规章1部，

同时，先后组织了公路法律规章的学习和贯彻，为依法管理公路创造了法制条件，并建立和完善了一整套的公路建设、养护与管理规章制度体系。

文明形象大幅提高。五年来，扎实推进公路窗口服务单位形象建设，累计完成养路费征收站点、收费站点等窗口单位改造182个，建成标准化路政大队126个。巩固并扩大公路“三乱”治理成果，首批成为全国所有公路基本无“三乱”省份。江苏公路行业被评为全国交通文明行业、江苏省文明行业，80%以上的市级公路系统被评为省级文明子行业。全省公路系统拥有江苏省文明单位标兵3个、江苏省文明单位27个、省级青年文明号45个、全省交通行业文明单位596个。

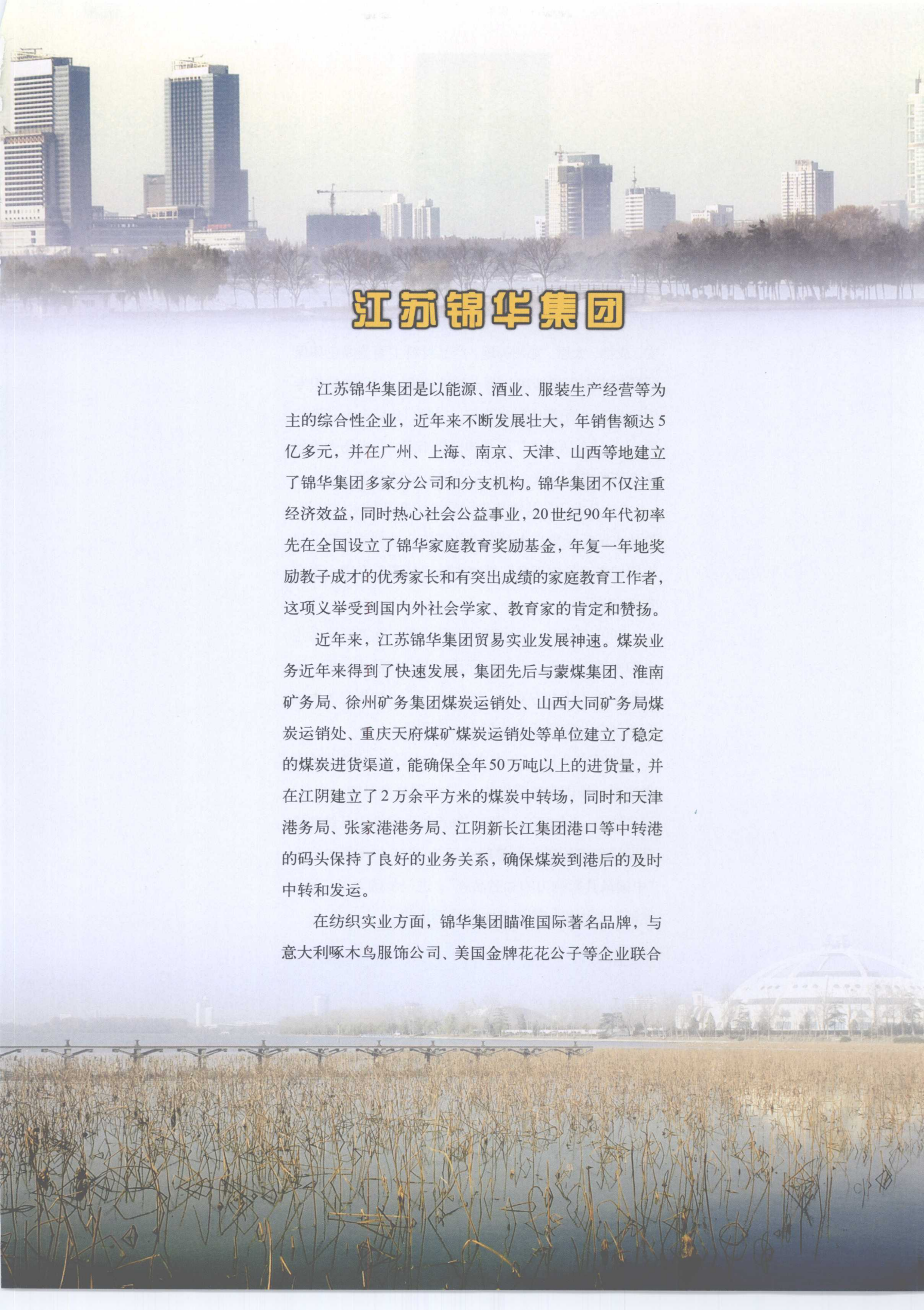




江苏交通控股有限公司

江苏交通控股有限公司是江苏省人民政府于2000年批准成立的国有独资企业，是具有投资性质的国有资产经营单位和投资主体，负责江苏省内干线高速公路和过江桥梁等交通基础设施投资建设，对建成后的高速公路和过江桥梁实行统一、高效、规范的运营管理，对授权经营的国有资产行使经营决策、资产处置和投资收益权。公司以政府产业政策为导向，紧紧围绕江苏经济发展大局，以路桥经营、物流运输、工程建设、金融租赁、电力生产为五大板块，延伸发展相关产业。公司本部下设办公室、组织人事部、投资发展部、财务审计部、营运安全部、党群工作部、纪检监察室（工会），管理江苏省高速公路经营管理中心、镇扬汽渡、通沙汽渡3家事业单位，全资、控股或相对控股宁沪、京沪等高速公路公司、南通天生港发电有限公司、江苏远洋运输有限公司等28家企业。

公司以“争创一流服务、一流管理、一流效益”为经营理念，以“做优、做强、做大”为经营目标，充分发挥投融资功能优势，科学合理地运用资本经营手段，建立“各负其责、协调运转、有效制衡”的运行机制，逐步把公司发展成为具有较强竞争力的集约化、多元化、国际化的大型企业集团，为全面实现小康社会和江苏“两个率先”做出积极贡献。

The background of the entire page is a photograph. The top half shows a city skyline with several tall buildings, some under construction with cranes. A line of trees separates the city from a body of water. The bottom half of the image shows a field of tall, dry reeds or grasses in the foreground, with a bridge or pier structure visible in the distance across the water.

江苏锦华集团

江苏锦华集团是以能源、酒业、服装生产经营等为主的综合性企业，近年来不断发展壮大，年销售额达5亿多元，并在广州、上海、南京、天津、山西等地建立了锦华集团多家分公司和分支机构。锦华集团不仅注重经济效益，同时热心社会公益事业，20世纪90年代初率先在全国设立了锦华家庭教育奖励基金，年复一年地奖励教子成才的优秀家长和有突出成绩的家庭教育工作者，这项义举受到国内外社会学家、教育家的肯定和赞扬。

近年来，江苏锦华集团贸易实业发展神速。煤炭业务近年来得到了快速发展，集团先后与蒙煤集团、淮南矿务局、徐州矿务集团煤炭运销处、山西大同矿务局煤炭运销处、重庆天府煤矿煤炭运销处等单位建立了稳定的煤炭进货渠道，能确保全年50万吨以上的进货量，并在江阴建立了2万余平方米的煤炭中转场，同时和天津港务局、张家港港务局、江阴新长江集团港口等中转港的码头保持了良好的业务关系，确保煤炭到港后的及时中转和发运。

在纺织实业方面，锦华集团瞄准国际著名品牌，与意大利啄木鸟服饰公司、美国金牌花花公子等企业联合

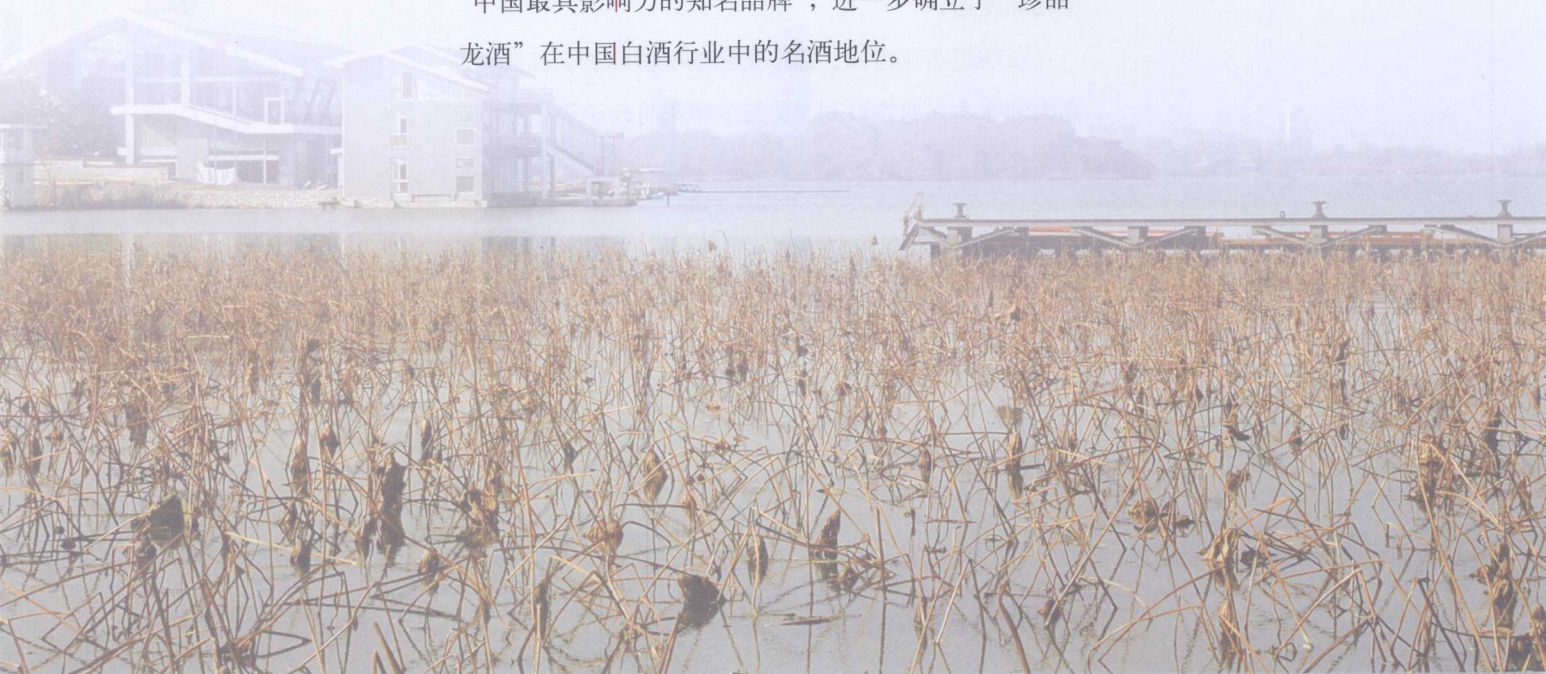


生产出了时尚天然彩棉内衣，销往乌鲁木齐、兰州、西安、成都、太原、郑州等地，产品材料主要为绿色环保的精梳高支彩棉纱线与莱卡弹性纤维，它们被纺织专家称为21世纪最佳时尚搭配，同时，公司自主开发的“容大”、“鸟语花香”等品牌借船出海，在市场上受到众多消费者的青睐，服装年产值已突破5000万元。

“珍品龙酒”是锦华集团的拳头产品和支柱产业，投放市场后受到广大消费者的青睐。被列为“第五届中国记者节指定用品”，销售市场已经覆盖全国十多个省市自治区。

2005年7月，由中国社会科学院、欧美同学会主办的中国东西部企业家国际论坛在北京隆重召开，锦华集团作为协办方参加。“珍品龙酒”也被指定为中国东西部企业家国际论坛指定宴会用酒。

2005年9月，“珍品龙酒”在人民大会堂以26万张选票，被国家权威机构——中国知名品牌（企业）评价协会、《中国工业报》、2005年中国自主品牌建设高峰论坛组织委员会等联合评为2005年度酒类产业“中国最具影响力的知名品牌”，进一步确立了“珍品龙酒”在中国白酒行业中的名酒地位。



江苏省文化产业集团



《上将许世友》剧照

江南自古繁华，南京人文荟萃。近年来，江苏省委、省政府高度重视文化发展，提出实施文化大省建设战略，新华报业、出版、广电、演艺等几大集团先后成立。在此背景之下，2006年2月18日，江苏省文化产业集团在南京成立。江苏省领导、众多文化名人、各界嘉宾应邀参加了成立典礼。

江苏省文化产业集团是全国首家由省级政府直接投资组建的大型国有文化产业公司。它是由江苏省政府出

资设立并被授予国有资产投资主体的、按现代企业制度建立的新型国有独资文化企业，集投资建设、项目经营、引资融资于一体，承担国有资产保值增值责任，将通过多方位的文化经营，探索江苏文化产业发展的新机制，创建文化与经济立体合作的新平台。江苏省文化产业集团汇集了一批文化、经济人才，为公司的发展奠定了坚实的人力资源基础。

公司在江苏省委、省政府的领导下，按照党的十六大精神，全面贯彻

文化工作“二为”方向和“双百”方针，强化引导主流文化意识，努力实现精神文明和物质文明协调发展、经济效益和社会效益同步增长。公司紧紧依托江苏丰富而深厚的文化底蕴，以企业资本整合文化资源，通过扩大引进社会资金和外资等多种形式，进一步解放和发展文化生产力，努力为社会创造前瞻性、示范性、导向性的精神产品，增强江苏文化产品在国内外文化市场上的竞争力、辐射力、影响力。



江苏省文化产业集团在人民大会堂举行《上将许世友》首映式

本年鉴出版得到了以下单位的大力协助，

特表谢忱！

苏州市政府

扬州市政府

江苏省交通厅公路局

江苏交通控股有限公司

马鞍山市发展和改革委员会

江苏锦华集团

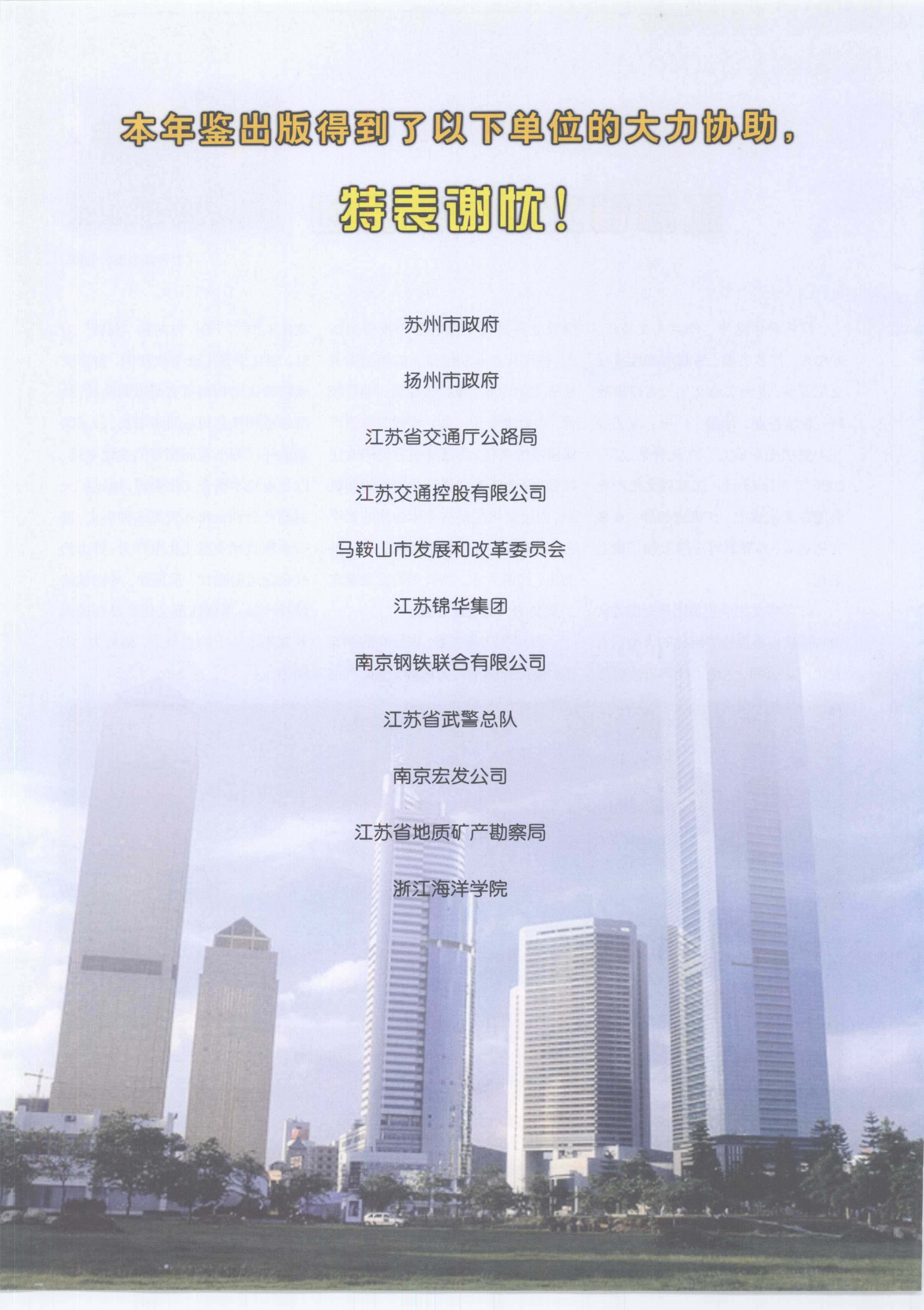
南京钢铁联合有限公司

江苏省武警总队

南京宏发公司

江苏省地质矿产勘察局

浙江海洋学院



编辑说明

(1) 为加强对长三角地区的跟踪报道与深入研究,2005年12月,上海社会科学院、江苏省社会科学院、浙江省社会科学院共同发起和成立了“长三角联合研究中心”,以期发挥三院雄厚的专业力量,共同关注长三角的发展问题,为政府、企业和学术界提供全面、专业的研究成果。《长三角年鉴》的编写即为该中心的年度工作内容之一。

(2) 《长三角年鉴(2006)》是长三角联合研究中心编写的第一本《长三角年鉴》,该年鉴重点分析长三角地区(上海市、江苏省、浙江省全部区域)2005年经济社会发展的基本情况与基本成就。《长三角年鉴(2006)》中部分使用了前几年的发展数据,主要用于说明事情的发展过程,便于使用者从历史变化的角度对长三角地区的发展有整体认识。部分数据使用了相关地区的政府工作报告和年度统计公报中的数据。

(3) 《长三角年鉴(2006)》主要开设以下栏目:长三角区域概况、长三角地区经济社会发展、长三角地区专项经济社会发展、重要文献、2005年重要经济社会发展指标、大事记。

(4) 《长三角年鉴》采用篇章编辑法编辑,篇下设章,篇和章的标题分别使用不同字体和字号以示区别,篇目标明于页眉,以便于检索。

(5) 《长三角年鉴》以上海社会科学院、江苏省社会科学院、浙江省社会科学院的研究人员为主,部分地约请了区域内相关部门与有关地区的人员参加。以后将根据长三角地区经济社会发展的实际情况与相互联系,部分地约请周边地区参加。



长三角发展面临的 十大理论与实践问题

——代发刊词

宋林飞

观察当今长三角，首先应该观察什么？这就需要搞清楚当前长三角经济与社会发展面临的重大理论与实践问题。同时，需要寻找这些问题的答案，并且不断深化认识与优选解决这些问题的途径。我观察长三角，感到有以下一些问题值得关注：

第一，“长三角”范围究竟如何界定？

长江三角洲是长江下游入海口周边地区。现有三种界定：一是指上海，江苏的苏州、无锡、常州、镇江、南京、南通、泰州、扬州，浙江的嘉兴、湖州、杭州、绍兴、宁波、舟山，先被称为长三角，后来加上浙江的台州，共 16 个城市及其周围地区。这是“小长三角”。二是指沪、苏、浙两省一市，这是“大长三角”。三是指沪、苏、浙两省一市与安徽等邻近省份，这是“泛长三角”。界定长三角概念的依据，是区域位置与经济文化联系，不是 GDP 水平，不能“嫌贫爱富”，不是行政划分，不需要审批。

我们应多从大长三角、泛长三角的视野观察长三角，而不应拘泥于“小长三角”的狭隘理解与操作，从而使长三角成为这一地域各地共有的“概念股”与“发展品牌”。

第二，如何保持长三角快速增长的态势？

中国改革开放以来，长三角是经济增长速度最快的地区之一。如何保持这一趋势？我在主编 2006 年的《长三角蓝皮书》时，提出了“可持续的率先发展”概念，希望大家关注长三角经济保持平衡快速增长面临的挑战，如经济增长方式转变、资源短缺、生态环境压力等。近年来，有的地区增速下降，引起一些学者敏感的疑问：“长三角经济是否正在出现拐点？”我认为，拐点尚未到来，长三角经济仍处于新一轮经济增长周期的上升阶段，增长动力强劲。

但是也有隐忧，如部分行业投资增速快、产能过剩，投资率偏高、消费推动力不足，等等问题仍然不同程度地存在，冷势因素出现的不确定性也客观存在。淡化周期、熨平周期，是市场经济条件下政府宏观调控成熟的标志。在今后 10 年、20 年甚至更长的时期中，长三角地区的各级政府应积极培育平稳快速增长的新经济周期。

第三，如何实现长三角一体化？