

两年净增60万打工人，常州怎么做到的？

常州，地处江苏南部，常住人口535万人，传统上看成是二线城市。常州历史悠久，经济富庶，改革开放以来更因“苏南模式”获得经济快速发展一度成为全国城市学习的榜样。近些年来，常州装备制造业，特别是新能源汽车产业，渐成其城市名片，成为核心产业。

不过，真正引发《财经》研究员兴趣的，是近几年来网络上时不时热议的关于苏南城市之间的“鄙视链”，特别是苏州、无锡、常州，远了还要带上南通、南京等。基于经济方面表现的个中差异，市民间“互相看不起”。从更积极的层面看，实则是各地市民对自己所在城市的“真爱”。

《财经》研究员向无锡的朋友问了一下他们对常州的看法，毕竟常州跟无锡是紧密的邻居。朋友的回答简单而直接，无锡人民都是看苏州的，不看常州的，最后还不忘补一刀，你没听说过那句话吗？“苏锡无当”。

上面这个并不是段子。言谈之间折射了苏南城市之间的激烈竞争，也多少透露出常州当前的经济地位。从规模的角度，相对于苏州、无锡来说，常州还是弱了不少。这条“鄙视链”实际很长，大到经济、产业布局、交通设施，小到食色民生，比如，挑剔的苏州人就会来一句：无锡酱排骨还能勉强入口，常州萝卜干嚼着就费劲了。

民间的总归只是存留于民间，也并非是全貌，且容易带有情绪宣泄的成分。

实际上，常州的确有其独到之处，且不说历史悠久，就拿经济规模来讲，8808亿元的地区生产总值(GDP)足以让常州在全国城市占据重要席位。《财经》研究员之前基于人口规模、创新科技以及教育与社会环境等指标综合考量的结果显示，2021年常州综合实力位居第26位，在全国近500座城市里面处于前5%的位置。

如果只看人均GDP，常州可以排名全国第九！

常州发展经济的姿势

常州，地处上海西北。在百度地图里看，两座城市的中心直线距离100多公里。

由于同时靠近南京与上海，常州享受着地理位置的馈赠。这里交通便利，公路、铁路、水路以及空中样样都通，京沪高铁、沪宁城际、沪宁高速、宁杭高速、312国道、京杭运河、常州机场……这极大便利了常州与上海以及南京等周边城市之间的联系，并在经济发展中相对容易的接纳来自上海或者南京的产业转移，从而可以带动经济的快速发展。

促成常州经济发展的另外一个不可忽视的因素就是其独特的“苏南模式”。所谓“苏南模式”，由社会学家费孝通在20世纪80年代初率先提出，指的是江苏南部的苏州、无锡、常州和南通等地农民依靠自己的力量，发展乡镇企业实现非农化发展的方式。

在“苏南模式”的带动下，常州的民营经

济颇具活力，他们在推动常州经济发展过程中贡献巨大。根据常州市人民政府公告，早在2010年，民营经济在全市经济总量中所占比重达59.5%。到2021年，民营经济对经济发展的贡献占据约70%的份额。

在上述因素的作用下，常州经济很快发展起来了。数据显示，常州的经济规模从1991年的105亿元增长至2021年的8808亿元，29年间增长83倍，GDP年复合增长率17%。

从经济发展的模式与动力看，常州经历了从一开始的依靠出口导向，后来逐步走向依靠内需和消费的转变。

改革开放以后的很多年，常州的经济发展主要是外向型经济，以服务于出口为主，优势的出口产品主要是机电、服装等。外贸成为拉动经济增长的主要力量。到2008年前后，常州经济对于外贸的依存度高达56%。

2011年后，常州开始主动调整经济结构，可以简单概括为注重科技创新、引进大项目，重视内需和消费对于经济发展的促进作用，对外贸出口的依存度出现趋势性下降。目前，常州对外贸的出口依存度下降至约30%。与此同时，服务业对GDP增长贡献上升。数据显示，服务业对GDP的贡献从2017年开始就已经超过了50%。

服务业的快速发展，受益于内部结构的优化调整。常州的信息传输、软件技术、商务服务和文化娱乐等新兴服务业快速增长，并带动服务业投资增长。

常州的旅游业发展较好。常州作为一座历史名城，其为发展旅游业提供了天然的资源基础，如天宁寺、天目湖、舫舟亭等等。游客来这里领略自然风光、历史名迹的同时，还可以顺便了解苏东坡、文天祥、盛宣怀、张太雷等一众文化名人。统计数据显示，2021年，常州旅游总人数6999.4万人次，实现收入1057亿元，提供就业无数。

游客到了这里后，还可以享受这里的美食，最特别的是那道正宗的“常州萝卜干”。常州萝卜干，有100多年的历史了。据说，乾隆年间七下江南，常州萝卜干是上“必吃榜”的，并被列为朝廷贡品。

常州真正的看点还是制造业，这座城市一直将自己的定位立足于制造业，其对GDP的贡献超过四成。

制造业方面，近几年来，常州坚持对于新能源汽车产业链的全方位布局，从上游材料，到动力电池、电机、电控，再到整车、充电设备，以及其他配套零部件，进行了全产业链布局。与此同时，一批有名的企业，如宁德时代、比亚迪、理想汽车、中创高新、蜂巢能源等，也都开始落户常州。

“苏锡有常”还是“无当”？

苏南，靠近上海，经济发达，过去惯有的说法是“苏锡有常”。后来由于经济发展差距有所拉大，民间就有了“苏锡无当”的说法了。

与隔壁的苏州、无锡相比，常州有一定的差距。不过，经过仔细对比就会发现，这种差距没有外界想象的那么大。总量有差距，人均水平很接近；经济活跃度方面，有差距，但是也与经济结构有一定关系；教育、科技创新投入等基本持平。

管辖面积方面，苏州8657平方公里；无锡与常州接近，前者4627平方公里，后者为4385平方公里。人口方面，截至2021年底，苏州常住人口1285万人，无锡748万人，常州535万人。

从经济规模来看，2021年苏州GDP2.3万亿元，无锡1.4万亿元，常州当年GDP是8808亿元。据此来看，常州与前者确实存在不小的差距，苏州接近三个常州，无锡是1.6个常州。

人均GDP方面，常州与无锡以及苏州的差距并没有那么大。2021年，苏州人均GDP是17.82万元，无锡最高是18.74万元，常州虽然最低但是与前者差距很小，为16.57万元。

值得一提的是，如果只看人均GDP，苏州、无锡与常州都在全国前十。这一数据足以说明当地经济的富庶，无锡更是高居探花位置，这自然会让无锡人相对常州人多了一份骄傲。

市场活力方面，常州要弱于苏州、无锡。截至2020年10月底，常州市实有市场主体(含分支机构)65.17万户，每千人拥有市场主体约122户；截至2021年底，苏州市实有各类市场主体244.07万户，每千人拥有市场主体189户，无锡市场主体数量103万户，每千人拥有市场主体138户。

不过，前述数据表征的市场活力不见得全面。常州当地经济优势在于制造业，而制造业相对信息科技等服务业来说投资要大，这本身会限制常州市场主体的设立。

科技创新方面，苏州最舍得花钱。据地方政府国民经济和社会发展统计公报，2021年常州科技研发投入占GDP的比重为3.3%，总额约291亿元；对比来看，苏州全年科技研发投入863亿元，占GDP的3.8%，无锡全年科技研发投入448亿元，占GDP的3.2%。

值得一提的是，从教育水平来看，苏州、无锡、常州三座城市每10万人高等教育人口比例均不算高，分别为22.51%、21.87%以及20.69%。国内也有一些城市，如南京、济南、杭州、长沙等，包括上海，尽管高等教育人口占比较高，但是这些城市的人均GDP方面并未显示出足够的优势。究其原因，可能与苏南当地民间崇尚经商有关。

常州的制造业上市公司

如前所述，就常州的经济来说，其最具特色的是制造业优势。据今年6月江苏省人民政府新闻发布会，常州制造业增加值占GDP比重达41.5%，全省第三。以高端装备、新能源汽车及汽车核心零部件、新材料为核心的十大先进制造业集群已成为“常州智

造”产业名片，装备制造业占工业经济的比重达52.6%。

另据常州政府介绍，常州拥有同类城市中最完备的产业体系，国家工业门类41个大类中有33个，207个中类有189个，666个小类有598个。

常州当地的上市公司也是以制造业见长。当地最早的上市公司是苏常柴A(000570.SZ)，这是一家内燃机专业制造商，于1994年登陆深交所。此后，上市公司数量稳步增长。迄今为止，常州上市公司共计57家，这其中32家公司是2017年以后上市。

从行业分布来看，这些上市公司涵盖半导体、材料、硬件与设备、汽车零配件以及资本货物(如机械设备)等，2021年总收入约1366亿元，占常州全部上市公司收入的比重超过40%。上市公司的这一数据表现，与常州当地经济发展状况大致吻合。

不过，也应该看到不足。财务数据也折射出常州当地上市公司市场竞争力较弱，盈利能力有待提升的问题。数据统计发现，57家上市公司2021年总收入3342亿元，实现净利润254亿元，净利润率仅为7.6%，这与隔壁的无锡相比差距较大，不过高于苏州。数据显示，无锡2021年上市公司净利润率近13%，苏州为6%。

市值方面，常州明显矮了一截。截至9月7日，57家常州上市公司总市值5882亿元；无锡上市公司64家，总市值9840亿元；苏州121家上市公司，总市值1.3万亿元。

千亿元以上市值公司，常州、苏州以及无锡各有一家，分别是常州的天合光能，涉足太阳能行业，总市值约1600亿元；无锡的药明康德，隶属医疗保健行业，总市值2400亿元；苏州的东方盛虹，涉足化工，总市值约1400亿元。

恒立液压是常州的制造业明星，外界有“机械茅”称谓。这家公司以生产液压元件以及液压系统闻名，所生产的产品可以广泛地应用于挖掘机、地下掘进设备、海工海事、高空作业特种车辆，以及风电太阳能等行业与领域，并与卡特彼勒、神钢、日立建机、久保田建机、三一重工、中国中铁、中国铁建等世界500强企业建立广泛而密切的业务往来。

尽管相对苏州、无锡有一定差距，但相对于国内很多城市，常州颇具吸引力。

人口可以反映这一结论。《财经》研究员研究发现一个很有意义的细节，常州的常住人口在2011年至2019年期间，整体变动不大，大约在470万人上下。从2020年开始，常州人口开始快速上升，至2021年底，常住人口达到了535万人，两年人口净流入超60万。

人口持续大幅流入，原因是这里有富足的经济，还有繁荣的制造业，特别是有一个朝阳的新能源产业，可以确保城市持续快速发展。众多的大公司纷纷布局，提供了充足的就业机会。

天价月饼被禁后，“数字月饼”炒至10万元

今年，在相关部门发布遏制“天价”月饼的相关公告之后，市面上的月饼礼盒基本不敢逾越500元的红线，市场的需求量也较往年较为克制。但也有一些将巧克力等其他食材与月饼混装的行为，涉嫌违反关于遏制“天价”月饼的规定。

此外，如今月饼的销售已经不仅仅局限于传统渠道和传统形式，甚至在部分数字藏品交易平台，出现了价格高达10万的“数字月饼”。

月饼市场“擦边球”难禁

今年6月，国家发改委、工信部、商务部、国家市场监督管理总局联合发布遏制“天价”月饼的相关公告，要求重点监管单价超过500元的盒装月饼，6月份以来，各地相关部门也展开了多次对月饼的市场检查，今年月饼终于告别天价身份。

据第一财经，今年月饼的价格整体较往年有所回落，部分品牌的标价干脆就改成了499元/盒，不敢逾越500元的红线。特别是在电商平台，比如稻香村、美心、以及部分酒店的月饼，最高标价都是499元/盒。唯品会数据显示，最上上月礼盒平均价格在100元左右，月饼畅销榜前六名中有四款月饼定价在百元以下。

据国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》，经营者销售盒装月饼不得以任何形式搭售或者混合销售其他商品。

北京京师律师事务所律师许浩表示，这种将巧克力等其他食材与月饼混装的行为，涉嫌违反关于遏制“天价”月饼的规定。按规定应当将盒装月饼单价及数量单独列示。而以糕点为名销售月饼，属于“挂羊头卖狗肉”，以合法形式掩盖非法目标，恶意逃避相关主管部门的行政监管。而经营者给月饼标注高价格，却以低价销售，也涉嫌价格欺诈。

平均生产成本仅70元左右？

“月饼的利润很高，通常情况下，一盒月饼的生产成本不会超过70元，里面的水很深，有些厂家的毛利率能高达几倍。”广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬表示。

国家发展改革委有关负责人也曾对媒体介绍，根据国家发展改革委成本调查以及行业组织、电子商务平台数据，从多年市场情况看，盒装月饼平均生产成本70元/盒左右，单价200元以下的盒装月饼销售占比达

80%以上，单价500元以上占比约1%。

目前，A股也有部分上市公司主营业务涉及月饼生产及销售，包括元祖股份、广州酒家、桃李面包等。而据广州酒家财报，2021年，该公司月饼系列产品的毛利率高达56.46%，报告期内实现收入15.21亿元，为其贡献了近四成收入，同时也是该公司毛利率最高的产品。

元祖股份并未在2021年年报中单独披露月饼产品的收入情况及毛利率，该公司月饼、粽子等产品被划分到中西式糕点礼盒，报告期内，元祖股份中西式糕点礼盒收入14.64亿元，占主营业务收入近六成，毛利率为51.51%。

桃李面包的月饼产品毛利率稍低一点，2021年为22.66%，报告期内实现收入1.33亿元，占比约2%。

为什么月饼的毛利率如此之高？一方面，月饼的制作成本不高，且在原材料、制作工艺、销售渠道等方面都没有很深的竞争壁垒。月饼皮的主要原料包括面粉、油、糖、鸡蛋等；馅料包括咸蛋黄、紫薯、火腿、坚果、豆沙等；包装方面也不难找到食品包装供应商。销售渠道多数为线下商超和电商两类。”一位消费品行业分析师表示，“另一方

面，月饼是有着一定社交属性的季节性必需商品，这也为其带来了溢价，导致市场售价远高于制作成本。中秋节期间，不仅大多数单位会采购月饼，亲友之间也会相互馈赠。因此，月饼也因其社交属性产生了‘金融属性’。”

“数字月饼”有些高达10万元

除此之外，月饼的销售已经不仅仅局限于传统渠道和传统形式，在部分数字藏品交易平台，也出现了一些新月饼形式。据证券时报，国内多个元宇宙数字藏品平台发行了“月饼”，发行的价格从几元到数千元不等，一些玩家在平台抢购月饼之后又在二手平台挂出转卖。

不仅如此，一些上市公司、老字号酒店开始搭上“元宇宙”卖月饼，部分数字月饼打着“只抢不卖”、限量发行10000份等字眼，吸引了一批数字潮流玩家。据悉，老字号上市企业广州酒家就联合饿了么发行10000份“中国首款广式数字月饼”。

有分析人士表示，传统月饼企业发行数字月饼，这可能是一种促销手段，也可能是企业布局元宇宙赛道。把传统文化的一些符号植入元宇宙本身或许是一个好的思路，但要抵制无序炒作。