



宁波“向天生长”20年

第一高楼上的城市记忆与抱负

记者 乐晓立

上周，由上海建工、杉杉、绿城三大巨头联合打造的宁波中心大厦开工，409米的楼高将成为宁波乃至浙江省内第一高度……

不知从何时开始，中国人对摩天大楼开始充满向往、憧憬、渴望，物理上的高度往往更能丈量发展的速度，具象化的摩天大楼似乎就是城市崛起的标志。

“除非经由记忆之路，人不能抵达纵深。”这是吴晓波《十年二十人》节目的卷首语。

今天，我们也试着沿记忆之路去探寻宁波城市天际线的变迁，登高俯瞰宁波的发展轨迹。

1

1995年年底，东门口迎来了一座超百米建筑的落成——138米的中农信大厦以浙江最高大楼的姿态屹立在了三江口。去中农信顶楼的旋转餐厅吃顿饭成为了宁波普通市民时尚消费的最高标准。

20世纪90年代中期，改革开放随着邓小平的南巡讲话的鼓舞继续发酵，整个市场正以时不我待的强烈愿望挣脱短缺经济的束缚，像极了“青春期”，躁动不安。

电视上，国货广告伴随着《射雕英雄传》、《白眉大侠》等电视剧的热播铺天盖地袭来，其中有长虹、TCL、海尔等家电，健力宝、娃哈哈、乐百氏等饮料，三

株口服液、昂立一号等保健品，当然这之中也少不了雅戈尔、杉杉、罗蒙、老K等宁波服装品牌。这些企业或以质量为宣传点，或请明星代言，甚至疯狂夸大疗效。

但对经历过凭票供应的人们来说，这些营销已经足够在没有淘宝的时代，让人们走出家门，走上街头，去百货商店里购买他们心仪的商品。

因此，如果用高楼去定义时代的话，这个时代或许可以叫做“百货高楼时代”。

在这个时代，宁波，这个首批沿海开放城市的人均可支配收入迅猛增长，1992年宁波市区居民人均可支配收入为2674元，1993年暴涨到3983元，1994又蹿升到6008元，直到1996年迈过8000元大关，达到8354元，5年间翻了近4倍。

居民们鼓起的钱包与中国制造的疯狂

生长，一家家百货在“浙东第一街”中山东路上开门营业，长发商厦、美乐门商厦，一直到中农信的落成，实体商业用高度宣誓着她的繁荣。

另一方面，宁波第一高度中农信——“中国农村信用合作社”的名字也在宣告着改革开放进入民营经济、乡镇企业时代，李如成、郑永刚、茅理翔、邱智铭，这些宁波当代企业史上功成名就的企业家们大都来自广袤的田野。

1994年的《经济日报》称“乡镇企业已成为中国经济的最大增长板块，当年农村社会总产值的75%、全国社会总产值的38%、国家税收的1/4，出口交货值的一半，均来自乡镇企业。”

1995年，宁波GDP637亿元，排名全国14，在那个“国退民进”的时代，宁波用138米的高楼吹响了发展的冲锋号角。

2

中农信的宁波第一高度保持了整整9年，2004年7月，随着“凌江名庭”的结顶，宁波第一高度被增加到179.2米。

这9年间，宁波的GDP由637亿元增长到3646亿元，市民人均可支配收入由7275元跃增至15882元，宁波大市人口增至552.69万人。

在这9年间，中国的外向型企业继续扮演着增长的先锋部队与主力军，当时全国的进出口总额占GDP比重超过

50%。

同时，征地卖地正在成为地方政府最为重要的“财政支柱”，2002年至2004年3年间，全国土地出让金收入累计达到9100多亿元。房地产时代的钟声似乎正在敲响。

而宁波的三江口城市核心区也正在不断向东、向北迈进，凌江名庭正是江夏桥东的摩天大楼，其住宅属性也颇具时代气息。

同时，在产业端，一场轰轰烈烈的“民企造车运动”正在蔓延。2003年前后，吉利李书福喊着“汽车不就是四个轮子加一个沙发”的口号获得了“准生

证”；宁波华翔通过受让股份，持60%的股份收购了河北中兴汽车制造公司；家电巨头奥克斯收购沈阳双马汽车95%的股权，进军汽车产业；“手机中的战斗机”波导也在这时加入战圈，宣布将投资40亿元建设轿车生产基地……

迅猛的造车运动最终没有让那批宁波企业家收获满意的结果（当然如今宁波的汽车产业是绝对成功的）。

但随着凌江名庭这样的高楼一幢幢在中国大地上的崛起，另一宁波人发现了商机——祖籍宁波的分众传媒创始人江南春带着他的楼宇广告，开启了一段致富传奇，当然这是题外话。