

NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE  
NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE  
NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE  
NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE  
NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE  
NOIU FENGONG TIXI XIA DE ZHONG GUO ZHIZAOYE FAZHAN ZHANLUE

# 全球分工体系下的 中国制造业发展战略

李秦阳◎著



吉林人民出版社

# 全球分工体系下

李秦阳 著

## 的 中国制造业发展战略

Q  
Q  
F  
G  
T  
X  
X  
D  
Z  
G  
Z  
Z  
Y  
F  
Z  
Z  
L

吉林人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

全球分工体系下的中国制造业发展战略 / 李秦阳著.

— 长春: 吉林人民出版社, 2008.5

ISBN 978-7-206-05549-2

I. 全… II. 李… III. 制造业—经济发展战略—研究—中国  
IV. F426.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 090061 号

## 全球分工体系下的中国制造业发展战略

---

著 者: 李秦阳

责任编辑: 谷艳秋 封面设计: 创意广告

吉林人民出版社出版 发行 (长春市人民大街 7548 号 邮政编码 130022)

印 刷: 长春永恒印业有限公司

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 6.75 字 数: 180 千字

标准书号: ISBN 978-7-206-05549-2

版 次: 2008 年 5 月第 1 版 印 次: 2008 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 15.00 元

---

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

# 前 言

人类社会进入 21 世纪，经济的全球化和信息化正使世界经济经历着一场全面、深刻且势不可挡的变革。随着信息技术的飞速发展，数字化和网络化推动着全球化的进程，为经济全球化提供了有利的技术条件，信息和交易等经济要素实现了在全球范围内的合理配置和迅速流动，经济全球化进程不断加快，无国界竞争格局逐步形成。人类社会的发展进程发生了翻天覆地的变化，无论是主动还是被动适应，每个国家都面临着巨大的机遇与挑战，每个国家或地区都有可能突破自身市场规模和资源禀赋等方面的限制，在全球范围内进行资源的优化配置，从而获取更大的效益。

对于发达国家跨国企业的理论研究由来已久（Hymen 1975；Vernon, 1966, 1979；Dunning, 1975 和 Kojima, 1978），然而这些理论主要是根据工业化国家的跨国公司演变发展而构建的。自上个世纪 80 年代以来，发展中国家的跨国公司发展迅速，相应的理论研究也逐渐发展起来（Lall, 1982, 1990；Wells, 1983；Hou and Zhang, 2001；OECD, 2002；Zhang, 2005）。发展中国家跨国公司的出现最让经济学家们困惑的是它们靠什么在全球市场竞争中赖以生存，它们即没有独特与独创的先进技术，也少有享誉全球的品牌，更缺乏专业的全球营销组织能力，而这些是经典理论中跨国公司形成的先决条件。况且发展中国家的跨国公司不仅要面对东道国企业的强力挑战，还要应付发达国家跨国公司的

严酷竞争。

中国的企业正是属于这一集合，在起跑线上就处于极为不利竞争地位。迫切想了解的是：中国企业在向跨国公司迈进的路上进展如何？会碰到哪些困难？能拥有哪些优势？需要哪些支持？这正是本书要研究的问题。

本研究共分四部分，每部分独立成篇。

第一篇：全球分工体系下中国制造业发展战略。随着世界分工体系新格局的形成，具体表现为当代的国际分工正由垂直型分工向混合型分工转变，呈现出产业间分工、产业内分工和产品内分工并存的格局。通过对世界制造业的发展阶段、世界制造业中心的三次转移的研究得出在这一格局下现代制造业的发展呈现的趋势：制造业的全球化、集群化、服务化、可持续发展；市场的多样化和个性化；产业高技术化；制造模式的现代化；重视发展制造基础技术、全面提高基础零部件技术水平；探索“中场产业”；世界制造业调整和转移规模加大等趋势。

对美、日、德三国的制造业现状及发展战略进行深入分析，明确其对世界制造业的发展的重大影响，便于中国积极参与世界分工，对接发达国家制造业的转移，重点分析了三国制造业的发展战略，共同特点是宏观上从战略高度关注制造业发展、政府对制造业的战略，如制造企业产权私有化、鼓励发展中小企业、制造企业全球化和可持续发展战略等，微观上提高企业创新竞争能力、新产品开发能力、推行企业为适应制造企业国际化的发展趋势采取既竞争又联盟的战略。

通过对世界分工体系及制造业的发展趋势和对发达国家制造业发展状况的分析，提出中国发展制造业的长期目标——打造“世界制造中心”。

分析成为“世界制造中心”的条件：中国要打造“世界制造中心”，其构成国民经济支柱的主要产业的技术水平必须在当

代处于世界范围的领先水平，应有规模庞大的制造业尤其是装备制造业，在世界经济一体化趋势日益加剧的背景下，中国应是世界出口基地，中国要成为“世界制造中心”，应是中国国内产业结构优化、升级的结果。

对中国打造“世界制造业中心”具备的潜力和优势的分析，并相应总结出中国打造“世界制造中心”的战略实施措施：积极承接国外生产能力的转移，继续巩固加工组装基地的地位，并逐步延长产业链；努力争取多种形式的技术合作，提高我国企业技术创新能力；加大我国制造业的重组联合力度，提高我国企业国际竞争力；深化市场取向改革，发展循环经济，促进经济稳定快速增长，为制造业发展创造良好的外部环境等宏观战略实施措施。微观上应采取国际化战略、专业化和分工、配套及有效的市场战略措施。

此外中国制造业还应实施积聚发展、开放竞争等战略，国内不少学者认为，中国制造业发展思路应坚持实施“面上提升、点上突破；发展中场、加强成套；接纳转移、重视创新”的战略思路。只要抓住全球产业重组和制造业转移的机遇，加快新型工业化建设，不断提高制造业特别是装配制造业能力和水平，中国成为世界制造中心的日子就会更快到来。

## 第二篇：制造业国际化战略理论回顾。

国际化理论研究始于发达国家跨国公司的研究，这些理论主要是根据工业化国家的跨国公司演变发展而构建的。自上个世纪80年代以来，发展中国家的跨国公司发展迅速，相应的理论研究也逐渐发展起来。本篇重点对国际化理论的发展脉络进行梳理，始于亚当·斯密的绝对优势理论，大卫·李嘉图的比较优势理论，俄林-赫克歇尔的要素禀赋学说，感慨于列昂惕夫之谜。进一步回顾近年来引起理论界广泛关注的：中心—外围理论，产品生命周期理论，内部化理论，依附理论，乃至小岛命题等理

论，为本书进一步了解国际化问题的研究做好理论准备。

### 第三篇：中国制造业国际化战略动因及战略类型的选择。

经济全球化和信息技术的发展使企业面临的经济环境，技术环境，竞争环境都发生了很大的变化，越来越多的企业把全球市场作为优化资源配置和参与国际竞争与合作的场所。为了在激烈的市场竞争中取得一席之地，中国的企业家们已经在试着迈出国际化的步伐，从张瑞敏的海尔国际化，到李东生的 TCL 国际大并购打造全球彩电大王，再到最近联想集团巨资收购 IBM 的个人电脑事业部，中国的民族产业开始在国际舞台上崭露头角。虽然他们都已成功地走出国门，并取得了不俗的成绩，但他们却是通过不同的方式参与国际化，进入模式包括：对外直接投资、贴牌生产（OEM）、收购和兼并、以“研发能力为基础”的国际化战略。本文着重分析了各种“走出去”模式的利弊，并构建了制造企业“走出去”模式的选择模型，对制造企业正确的实施“走出去”战略提出了一点建议。

### 第四篇：关于制造业发展战略的近年来研究成果。

近年来，本人在教学和研究的过程中，撰写了制造业发展战略的相关文章多篇，在此选几篇与诸位专家、学者及读者交流，以期得到您的指点。

在本文的写作过程中，参考了国内外很多专家学者的研究成果，恕不在此一一列出，你们都是我的良师益友，读你们的文章让我受益匪浅，更激励我大胆尝试撰写本书，从你们的前期研究成果中本人得到大量启发，在此表示衷心的感谢。

由于限于本人的研究水平，文中观点错误之处在所难免，敬请各位专家，学者批评指正，以鞭策本人，不胜感激。

李秦阳

2008 年 4 月

# 目 录

|           |       |
|-----------|-------|
| 前 言 ..... | ( 1 ) |
|-----------|-------|

## 第一篇 世界分工体系下的中国制造业发展战略

|                                     |        |
|-------------------------------------|--------|
| ——打造“世界制造中心” .....                  | ( 1 )  |
| 一、问题的提出 .....                       | ( 3 )  |
| 二、世界新型国际分工格局的形成 .....               | ( 6 )  |
| (一) 国际分工的演进 .....                   | ( 6 )  |
| (二) 世界制造业的发展阶段 .....                | ( 9 )  |
| (三) 世界制造业中心的三次转移 .....              | ( 11 ) |
| (四) 新型世界分工格局下现代制造业的<br>发展主要趋势 ..... | ( 14 ) |
| (五) 世界制造业发展的主要特征 .....              | ( 21 ) |
| 三、美、日、德制造业发展状况及其战略 .....            | ( 24 ) |
| (一) 发达国家制造业总体状况 .....               | ( 24 ) |
| (二) 美、日、德制造业发展分析 .....              | ( 26 ) |
| (三) 美、日、德制造业发展战略 .....              | ( 36 ) |
| 四、中国制造业发展的战略目标                      |        |
| ——打造“世界制造业中心” .....                 | ( 45 ) |
| (一) 成为“世界制造业中心”的条件 .....            | ( 46 ) |
| (二) 成为“世界制造中心”                      |        |
| ——中国具备的潜力和能力 .....                  | ( 47 ) |

|                                     |        |
|-------------------------------------|--------|
| 五、中国打造“世界制造业中心”的战略措施 .....          | ( 56 ) |
| (一) 中国打造为“世界制造中心”，<br>应努力创造条件 ..... | ( 56 ) |
| (二) 中国成为“世界制造中心”的战略措施 ..            | ( 58 ) |

|                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| <b>第二篇 国际化理论回顾与综述 .....</b> | <b>( 65 )</b> |
| 一、绪论 .....                  | ( 65 )        |
| (一) 研究动机 .....              | ( 66 )        |
| (二) 问题的阐述 .....             | ( 70 )        |
| (三) 理论综述——概念界定 .....        | ( 71 )        |
| 二、国际化理论回顾与综述 .....          | ( 72 )        |
| (一) 文献概述 .....              | ( 72 )        |
| (二) 国际贸易理论 .....            | ( 75 )        |
| (三) 激进理论 .....              | ( 79 )        |
| (四) 对外直接投资动机理论 .....        | ( 82 )        |
| (五) 过程行为理论 .....            | ( 98 )        |
| (六) 发展中国家国际化理论 .....        | ( 112 )       |
| (七) 最新的动机理论研究 .....         | ( 120 )       |

|                                       |                |
|---------------------------------------|----------------|
| <b>第三篇 中国制造业国际化战略选择 .....</b>         | <b>( 126 )</b> |
| 一、中国制造企业实施“走出去”战略的<br>外在动因分析 .....    | ( 127 )        |
| (一) 加入 WTO 将会促进“走出去”<br>战略的全面实施 ..... | ( 128 )        |
| (二) 中国制造企业的地位 .....                   | ( 128 )        |
| (三) 中国制造企业“走出去”现状 .....               | ( 129 )        |
| 二、中国制造企业实施“走出去”战略的<br>内在动因分析 .....    | ( 131 )        |

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| (一) 成本优势 .....               | (132) |
| (二) 网络利益 .....               | (133) |
| (三) 学习机会 .....               | (134) |
| 三、中国制造企业主要“走出去”模式的           |       |
| 利弊分析 .....                   | (134) |
| (一) 海外直接投资 .....             | (134) |
| (二) 海外品牌兼并与收购 .....          | (148) |
| (三) 贴牌生产 (OEM) 或区域代理模式 ..... | (151) |
| (四) 以“研发能力”为基础的全球化战略 .....   | (155) |
| 四、中国制造企业“走出去”模式的选择建议 .....   | (159) |
| <br>第四篇 关于制造业发展战略近年来的        |       |
| 研究成果回顾 .....                 | (165) |
| 中国制造企业实施“走出去”国际化战略           |       |
| 动因分析 .....                   | (165) |
| 中国制造业国际化战略模式分析 .....         | (173) |
| 我国中小企业集聚发展模式的选择 .....        | (179) |
| 德国制造业发展战略对中国的启示 .....        | (187) |
| 浅析我国制造业企业贴牌战略选择 .....        | (197) |

# 第一篇

## 世界分工体系下的中国制造业 发展战略

### ——打造“世界制造中心”

随着世界分工体系新格局的形成，具体表现为当代的国际分工正由垂直型分工向混合型分工转变，呈现出产业间分工、产业内分工和产品内分工并存的格局。通过对世界制造业的发展阶段、世界制造业中心的三次转移的研究得出在这一格局下现代制造业的发展呈现的趋势：制造业的全球化、集群化、服务化、可持续发展；市场的多样化和个性化；产业高技术化；制造模式的现代化；重视发展制造基础技术、全面提高基础零部件技术水平；探索“中场产业”；世界制造业调整和转移规模加大等趋势。

对美、日、德三国的制造业现状及发展战略进行深入分析，明确其对世界制造业的发展的重大影响，便于中国积极参与世界分工，对接发达国家制造业的转移，重点分析了三国制造业的发展战略，共同特点是宏观上从战略高度关注制造业发展、政府对制造业的战略，如制造企业产权私有化、鼓励发展中小企业、制造企业全球化和可持续发展战略等，微观上提高企业创新竞争能

力、新产品开发能力、推行企业为适应制造企业国际化的发展趋势采取既竞争又联盟的战略。

通过对世界分工体系及制造业的发展趋势和对发达国家制造业发展状况的分析，提出中国发展制造业的长期目标——打造“世界制造中心”。

分析成为“世界制造中心”的条件：中国要打造“世界制造中心”，其构成国民经济支柱的主要产业的技术水平必须在当代处于世界范围的领先水平，应有规模庞大的制造业尤其是装备制造业，在世界经济一体化趋势日益加剧的背景下，中国应是世界出口基地，中国要成为“世界制造中心”，应是中国国内产业结构优化、升级的结果。

对中国打造“世界制造业中心”具备的潜力和优势的分析；并相应总结出中国打造“世界制造中心”的战略实施措施：积极承接国外生产能力的转移，继续巩固加工组装基地的地位，并逐步延长产业链；努力争取多种形式的技术合作，提高我国企业技术创新能力；加大我国制造业的重组联合力度，提高我国企业国际竞争力；深化市场取向改革，发展循环经济，促进经济稳定快速增长，为制造业发展创造良好的外部环境等宏观战略实施措施。微观上应采取国际化战略、专业化和分工、配套及有效的市场战略措施。

此外中国制造业还应实施积聚发展、开放竞争等战略，国内不少学者认为，中国制造业发展思路应坚持实施“面上提升、点上突破；发展中场、加强成套；接纳转移、重视创新”的战略思路。只要抓住全球产业重组和制造业转移的机遇，加快新型工业化建设，不断提高制造业特别是装配制造业能力和水平，中国成为世界制造中心的日子就会更快到来。

随着经济全球一体化的进程的深入，世界经济的国际分工发生了很大变化，中国如何抓住这一机遇，大力发展本国制造业乃

是当前急需解决的重大课题。只有深入研究，才能相机抉择推出中国发展制造业的长期战略——打造“世界制造中心”，并为实施这一战略采取相应的措施。

近年来，国内有许多经济学家或学者对中国制造业的发展定位进行了大量的研究，比较一致的结论是中国有一定的机会和优势，成为“世界制造中心”，大都通过分析中国的潜力和优势来论述中国能否成为“世界制造中心”，或者通过分析世界制造业的转移趋势来分析中国实施这一战略的可能。国外有些学者撰文认为中国已成为“世界工厂”，甚至有些学者感慨中国近年来的发展，会带给发达国家的是威胁。凡此种种，关于中国制造业的发展问题成为一个学术热点问题讨论得沸沸扬扬。有鉴于此，本文从世界新分工格局条件下，较深入分析世界发达国家美、日、德三国的制造业发挥趋势及发展战略，近年来与中国制造业的国际对接情况，进一步分析中国打造“世界制造中心”的潜力和优势，并提出实施这一战略的有效措施。

中国制造业发展定位问题不仅关系到中国制造业未来何去何从，同时也会关系到世界新一轮的国际分工格局的形成。本文以马克思主义经济学和西方经济学的相关理论为依据，用历史分析与逻辑分析相结合、实证分析与理论分析相结合的方法，广泛运用经济学、统计学、管理学等多学科的最新研究成果，利用详实的统计资料和前沿的研究成果对世界制造业的国际分工进行研究，提出中国制造业的发展战略目标，通过分析得出：中国要实施这一长期战略目标，只有深入分析世界制造业的发展新趋势，并抓住这一趋势带来的机遇，采取积极措施才能取得更大的发展。

## 一、问题的提出

当代的国际分工正由垂直型分工向混合型分工转变，呈现出

产业间分工、产业内分工和产品内分工并存的格局（赵文丁，2003）。中国经济以非常快的速度融入世界经济，特别是中国制造业正在越来越深刻、越来越广泛地融入国际分工体系之中，中国市场成为国际市场的组成部分。中国工业高速增长同中国经济的快速对外开放和日益融入国际产业分工体系有着极为密切的关系。进入 21 世纪，随着经济实力和竞争力的不断增强，中国各工业部门的产业链继续延伸，产业融合进程特别是高新技术产业同传统产业的融合进程明显加快，产业创新能力显著增强，从而为中国走向新型工业化的道路奠定了基础。由于外国企业的大量进入，在中国市场上形成了中中、中外、外外之间的立体交叉竞争。即中国企业同中国企业的竞争、中国企业同外国企业的竞争、外国企业同外国企业的竞争，构成了中国制造业市场竞争的独特画面。世界产业的信息化的、全球化、环保化趋势对中国产业发展产生了越来越广泛和深刻的影响，促进中国必须探索新型工业化的道路。中国的新型工业化，对于制造业本身而言，必然表现出“多元化、多技术、多层次”的显著特征（金碚，2003）。

中国制造业与美、日比较，中国制造业无论是产品人均占有水平还是技术发展、技术装备制造、经济效益、整体实力都存在着根本差距（马月才，2003）。通过中、美、日制造业发展的比较研究，对借鉴先行国家制造业的发展经验，加快实现中国工业化具有重要意义。世界制造业全球化趋势导致技术创新在企业竞争中的主导地位日渐突显，而技术创新能力低下已经成为中国这个新兴经贸大国不能再忽视的发展阻碍（李洁，2004）。

日本《产经新闻》曾连续发表文章，认为在制造业方面，中国已经成为世界的工厂。2001 年 8 月 2 日，新加坡出版的《海峡时报》发表了麦金西日本公司董事长大前研一的题为《亚洲的下一个危机：中国制造》的文章。作者认为，中国制造业将以越来越快的速度发展，而世界其他国家对此还没有做好准

备。《美国新闻周刊》2001年9月3日题为《中国公司的扩展》的文章、韩国《经济先驱报》的文章,以及美国《华尔街日报》2002年10月10日发表的题为《世界工厂》的文章,均阐述了“中国已经成为世界工厂”的观点。日本大藏省财务综合政策研究所最近发表的一份关于日中经贸关系的报告,提出了与中国“制造危机”等观点不同的看法,认为“中国经济威胁论”言过其实(胡立君 陈静,2003)。目前我国国内有关的讨论大多从分析中国制造业所处环境及其具有的优劣势入手,来判断及评价中国能否成为世界工厂。这种讨论在一定程度上也是为了反驳“中国威胁论”。金碚认为,我国只是在劳动密集型产业(如纺织、服装)以及劳动与技术密集结合型的组装加工产业(如家用电器、电脑零部件等),已经成为世界的工厂,而在资本密集和技术密集型的制造业,还不具备成为世界工厂的规模和水平。成其谦(2002)在分析了世界制造中心三次转移的历史进程后,提出了世界制造中心的含义,并认为,世界制造中心不一定非得是世界科技中心,受外国控制的“世界工厂”不是真正意义上的世界制造中心。冯昭奎(2002)认为,在经济全球化背景下,以国家为单位的“世界工厂”概念已经过时。朱高峰(2002)认为,中国的现代化缺少不了强大的制造业;发展制造业,应立足于国情,处理好劳动密集、资金密集、技术密集型产业的关系。综合国内外关于中国的世界工厂、制造中心问题的讨论,可以看出目前的讨论有以下几个不足:①大多从规范的角度讨论问题,认为中国应当成为世界制造中心,但很少从实证角度提出成为世界制造中心的标准,并用科学的方法检验中国是否是世界制造中心。②在对策方面,主要讨论处理诸如高新技术产业与传统产业的关系,劳动密集与资金技术密集型产业的关系等,而很少将制造业置于我国工业化、现代化的历史进程和大背景下思考发展对策,这使得现有对策、建议缺乏全局性、系统性,给人以就

事论事之感。③制造业的发展有自身的规律，其内部结构有提升、换代的要求。而在国际经济全球化、一体化趋势日益加剧的背景下，一国产业结构的升级换代应置于世界范围结构升级换代的大框架下研究对策。现有的研究在这方面做得明显不够。④中国制造中心地位的确定，是制造业及其构成单位（产业、企业）竞争力提升的结果。在国际经济全球化、一体化趋势日益加剧的背景和新型国际分工格局下，中国的制造业如何抓住机遇，积极参与国际分工，承接发达国家的制造业的转移，打造“世界制造中心”，制定科学可持续发展战略是本文重点研究的问题。

## 二、世界新型国际分工格局的形成

国际分工格局事关一个国家的发展空间和发展定位，其演进趋势自然会引起人们的密切关注，已有不少文献对国际分工的深化及变动做出了分析。事实上，当代发展中国家与发达国家的分工体系正经历着深刻的变革。

### （一）国际分工格局的演进

1. 传统的垂直型分工正向混合型分工转变，呈现出产业间分工、产业内分工与产品内分工并存的多层次的崭新格局

产业间分工。国际分工在不同产业间进行，主要特征是发展中国家从事资源类初级产品的生产，发达国家从事制成品的生产；或者是发展中国家从事劳动密集型产品的生产，如玩具、鞋帽等，属于制造业的低端产品；发达国家从事资本、技术密集型产品的生产，如机械、电子等，属于制造业的高端产品。在这种分工格局中，产业边界是清晰的，形成以垂直分工为特征的国际分工合作体系。

产业内分工、国际分工依据同一产业内部产业链条的不同环节来进行，具体而言，产业链条可以分为三大环节：一是技术环节，包括研究与开发、创意设计、生产及加工技术的提高和技术

培训等分环节；二是生产环节，包括后勤采购、母板生产、系统生产、终端加工、测试、质量控制、包装和库存管理等分环节；三是营销环节，包括分销物流、批发及零售、广告、品牌管理及售后服务等分环节。经历了多年的经济转型和产业升级，发达国家逐渐着力于研发和品牌营销，控制核心技术和经营技巧，而把加工制造环节转移出去，生产结构呈现出典型的“哑铃”型；而发展中国家则在全球价值链条中，寻求自己的发展空间，明确自己的发展定位，承接着这种产业环节转移，着力于加工制造环节。如耐克公司是一个典型的微观案例。耐克公司掌握产品设计、关键技术，授权越南、中国等国外生产厂商按其产品规格、技术标准生产产品，自己则在全球建立营销网络，进行产品的广告宣传与销售及提供售后服务。

产品内分工、国际分工按照同一产品的不同工序或零部件的不同技术含量进行。技能含量高的工序、附加值高的部件一般由发达国家来完成，发展中国家承担的大多是低附加值的初级零部件生产，或者是主要部件依靠进口、承担最后加工装配的工序，其结果是“万国牌”产品的大量出现。例如我国的上海、西安、成都和沈阳四大飞机制造公司就承担了波音 737 的水平尾翼、垂直尾翼和 CFM 航空发动机的制造。在这种多层次的产业分工格局中，分工不仅表现为传统意义上的劳动密集型产业和资本技术密集型产业之间的垂直分工，还表现为同一产业、同一产品价值链上不同环节之间的水平分工。迄今，由于仍有一些发展中国家未能从初级产品中脱身，他们仍以垂直分工的方式参与国际分工，因而垂直分工仍在发挥着作用。但应该说，水平分工更适应了生产全球化的大背景，正日益显示出它在国际分工中的重要地位，使得世界各国的生产活动不再孤立地进行，而是成为全球生产体系的有机组成部分，成为商品价值链条中的一个环节。

2. 在新型国际分工格局下，传统的国际间产业转移正相应