

景秀艳\著

Production Network Network Power  
and Enterprise Spatial Behavior

# 生产网络、 网络权力与 企业空间行为

本书认为，网络权力是指在特定的企业网络中，一个企业动员或驱使其他企业实现自身意愿、满足自身利益需求的能力。笔者首次从全球生产网络及权力结构、地方生产网络及权力演化、网络权力的全球与地方契合三个方面对网络权力的形成演化和治理机制加以阐释。



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

本书的出版得到闽江学院科研项目(YSQD7006)和福建省教育厅社科项目(JA08154S)的资助

# 生产网络、网络权力与企业空间行为

**Production network, Network Power and  
Spatial Behavior of Enterprise**

景秀艳 著



**中国经济出版社**  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

生产网络、网络权力与企业空间行为/景秀艳著. - 北京:  
中国经济出版社, 2008. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8752 - 4

I. 生… II. 景… III. 区域经济—产业经济—企业  
管理 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 134438 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: [www.economyph.com](http://www.economyph.com)

责任编辑: 苏耀彬 (电话: 010 - 68354197)

责任印制: 石星岳

封面设计: 白朝文

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市昌平新兴胶印厂

开 本: 880 × 1230mm A5 印张: 10.375 字数: 220 千字

版 次: 2008 年 12 月第 1 版 印次: 2008 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8752 - 4/F · 7722 定价: 28.00 元

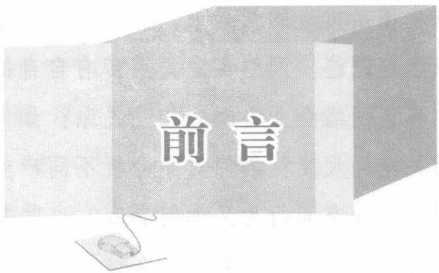
---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878



## 前言

近十年来，企业网络一直是经济学、管理学、社会学、地理学等多个学科的研究热点。学者们从交易治理、要素流动、技术创新、社会资本、政策推进等等多个角度阐述生产网络空间集聚形式——地方产业集群的形成、治理与升级，取得了一大批研究成果。产业空间是作者读博期间研究的主攻方向，如何在前人的基础上有新的突破，在选题初期一直困扰作者。为了解决这个问题，自2005年初开始，作者开始了历时近两年的实地调研，先后走访了上海张江高新技术园区集成电路和软件产业、福州马尾国家保税区的光电子生产网络、福清融侨经济技术开发区的电脑外围设备—显示器生产网络、泉州晋江的服装产业集群、浙江义乌的小商品城、浙江永康的休闲运动用品产业集群，试图寻找到选题的切入点。2005年9月初，作者到福建东南汽车城调研，当青口投资区管委会经委廖主任介绍中国台湾中华汽车公司当年如何说服其一级配套厂一起来福建投资时，我脑中一亮，为什么中华汽车公司要说服而且能说服其配套厂一起在福州青口投资？带着对现实问题的思考，查阅相关文献。就这样，企业之间的关系

对其投资空间的影响这个初步选题在作者脑海中慢慢浮现。

结网时期的企业关系和垂直一体化时期的企业关系有明显区别。在经济全球化不断推进的背景下，任何地方性生产网络直接或间接地融入全球生产网络。网络企业关系带有自身的产业特点。因此，如何描述和界定网络企业之间的相互关系？如何兼顾生产网络的全球和地方两种空间尺度？如何对比分析不同产业的生产网络关系？信息时代网络企业空间行为又如何界定？这些基础性问题相互缠绕在一起，作者思绪一度非常繁杂。在这期间，国内外不同学科领域的学者尤其是国外学者们的研究成果给了作者很多启发。

为了增加理论的科学性和针对性，作者刻意选取了对比性较强的两类地方生产网络作为研究案例。一个是晋江服装产业生产网络，是全国起步较早的著名原生型服装产业集群，作者重点选取了网络中的领导公司——中国驰名商标拥有者、购买型服装领导公司 QL 公司作为研究对象。另一个案例是东南汽车城，由中国台湾中华汽车公司——这一生产型领导公司驱动形成的非原生型生产网络。在实地考察期间，调研对象包括地方政府官员、政府研究人员、园区管理人员、地方企业家、企业中高层管理人员、企业一般员工、高校研究人员等。在这两个案例的对比研究中，作者发现，晋江服装产业集聚的网络权力由对称向不对称演化，QL 公司作为一个购买型服装领导公司，其主导的网络分布表现出本地——全国——世界的空间演变态势。东南汽车城生产网络则是由领导公司带领核心网络成员跟随投资生成的，该生产网络在演化过程中集聚程度不断提高，更多的网络成员被吸引入驻东南汽车城，而且衍生出戴·克汽车生产网络。这两个实证案例为本书理论体系的构建提供了很好的现实依据。在研究过程

中，本书构建了网络权力这一全新概念，从全球生产网络及权力结构、地方生产网络及权力演化、网络权力的全球与地方契合、服装与汽车产业生产网络等视角出发，对网络权力的形成演化和治理机制加以阐释。着重从网络权力空间的等级性及网络权力所引发的空间跟随效应等视角出发，分析了网络企业群体式转移所引发的空间演变以及对地方产业发展的影响，尝试对基于单体企业投资的区位理论进行补充、更新。

本书主要研究内容和相关结论有：

1. 构建网络权力这一概念体系，以有别于非结网时期的企业能力、企业权力等理论。提出，少数关键资源的拥有者能建立起权威，在网络的组建和管理过程中发挥影响力和控制力，成为生产网络中的领导公司；

2. 跨国公司主导着生产网络组建及网络权力的演化，全球生产网络体系是一张从地方到全球的权力关系网。网络权力治理表现出全球和地方二维尺度；

3. 网络权力已成为影响企业投资决策的一个重要因素。企业跨界迁移时，需考虑自身与母地生产网络、投资地生产网络的依存关系。生产网络的权力等级结构与组织结构在空间分布上具有耦合性。网络权力地位一定程度上体现为网络区位决策影响力，直接影响着生产网络的空间分布；

4. 生产网络的空间转移、扩张往往是在全球和地方领导公司驱动和影响下完成的。生产型领导公司具备较强的区位选择能力、区位优势利用能力及区位优势再造能力，能带领网络成员迁移。购买型领导公司能借助其权力影响，驱使地方领导公司（主要供货商）带领网络成员向成本低地或目标市场进行转移，或对

现有生产网络进行重组。发育完善的地方网络也可影响领导公司的区位选择；

5. 汽车产业是典型的生产者驱动型产业，其网络权力呈现金字塔结构，品牌汽车制造公司位居权力金字塔的顶端，汽车制造公司的对外直接投资往往引发原供货商的空间跟随；

6. 服装产业是典型的购买者驱动型产业，出于提升自身在生产网络中权力地位的考虑，原生型领导公司也通过与区外企业合作，重构生产网络的空间配置，以获取异质资源，维持或提升自己的网络权力地位。

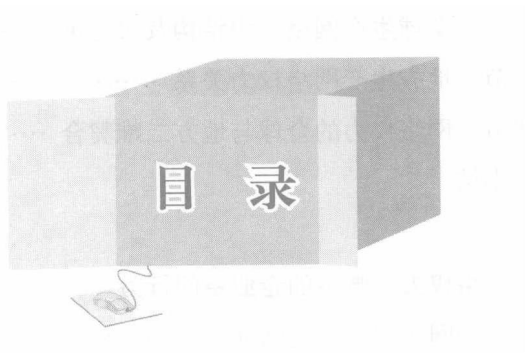
基于理论研究结果，作者针对地方发展实践提出如下建议：地方在招商引资时，需重视产业转移的网络群体式迁移新趋势；充分重视龙头大企业在招商引资、产业升级方面对网络成员的影响力甚至是控制力；不能仅凭土地、税收优惠政策吸引外来投资，尤其要重视地方产业配套能力的提升；促使入园企业相互结网，企业之间建立起权力依赖关系，增强其根植性。

本书脱稿之际，恰好又看到《深圳电子产业集体抱团外迁》这样一则报道。作者深信，随着产业分工的不断深化，这种大企业主导的“抱团式”群体跨界迁移将成为产业转移的主要模式。本书理论从实践中来，若今后能对我国地方发展实践起些许指导意义，作者会不胜欣慰。

本书的出版得到闽江学院科研项目（YSQD7006）和福建省教育厅社科项目（JAO8154S）的部分资助，在此深表感谢！

作者

2008年9月7日



## 第一章 导 论

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第一节 问题的提出 .....         | 2  |
| 第二节 研究现状及评析 .....       | 6  |
| 第三节 研究框架与内容、创新与方法 ..... | 26 |

## 第二章 基本概念及基础理论

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第一节 基本概念及研究范围的界定 .....  | 34 |
| 第二节 网络权力的相关理论渊源 .....   | 42 |
| 第三节 企业空间行为的相关理论剖析 ..... | 58 |
| 本章小结                    |    |

## 第三章 网络权力及网络治理

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一节 网络权力及其运作机理 .....   | 75 |
| 第二节 生产网络的结构与权力治理 ..... | 86 |
| 本章小结                   |    |

## **第四章 网络权力的结构演绎**

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 生产网络的成因及空间分布 .....    | 98  |
| 第二节 全球生产网络组织结构及权力关系 ..... | 104 |
| 第三节 地方生产网络权力关系 .....      | 112 |
| 第四节 网络权力的全球与地方二维契合 .....  | 126 |
| 本章小结                      |     |

## **第五章 网络权力影响下的企业空间行为**

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 第一节 网络权力的空间性 .....                | 138 |
| 第二节 网络权力结构与组织结构的空间耦合 .....        | 146 |
| 第三节 网络权力对企业空间行为影响机理 .....         | 156 |
| 第四节 网络权力影响下的领导公司空间行为及<br>影响 ..... | 172 |
| 第五节 网络权力影响下网络成员的空间适应行为 .....      | 183 |
| 本章小结                              |     |

## **第六章 服装生产网络权力及其领导公司空间行为**

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一节 服装生产网络及其权力结构解析 .....      | 191 |
| 第二节 石狮服装网络权力及 QL 公司发展历程 ..... | 203 |
| 第三节 QL 公司网络权力及其空间行为 .....     | 210 |
| 本章小结                          |     |

## **第七章 汽车生产网络权力及非原生型网络形成**

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 汽车生产网络及其网络权力的形成 ..... | 229 |
|---------------------------|-----|

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第二节 东南汽车城网络权力关系解析 .....      | 245 |
| 第三节 东南汽车城生产网络的形成及其空间效应 ..... | 262 |
| 本章小结                         |     |

## 第八章 结论与展望

|                  |     |
|------------------|-----|
| 第一节 初步贡献 .....   | 271 |
| 第二节 主要结论 .....   | 273 |
| 第三节 新的政策思路 ..... | 281 |
| 第四节 研究展望 .....   | 283 |

## 附 图

## 参考文献

## 后 记



## 第一章 导论

---

随着科技的进步,劳动分工不断深化和拓展,并借助全球化的浪潮以企业网络这一介质在全球蔓延开来,全球众多区域纷纷被纳入分工体系。各个区域分工等级的不同造成经济空间权力的不均衡,这种经济空间权力的不均衡往往通过地方生产网络在全球网络中的分工地位来体现。

在知识经济时代,企业的竞争力很大程度上源于其所在的企业网络的竞争力。网络企业之间的实力及市场地位具有差别,这种差别会直接影响其企业网络组建和运行中的作用和地位。

全球化和网络化时代,需将企业的行为动机置于更广域的空间背景和组织背景中来考察。经济空间的互动通过企业之间的相互作用来体现,企业之间的相互作用又会促使企业产生相应的空间行为。因此,从一定意义上,正是经济空间权力的不均衡及企业网络地位的差别促成和决定着企业的空间行为。

## 第一节 问题的提出

### 一、网络权力

自 20 世纪 70 年代早期开始,政治经济学流派代表人物大卫·哈维就开始将空间看作是围绕经济活动的社会关系的产物 (Harvey 1982)。马克思主义地理学者马西也认为,社会组织的空间形式以及它们之间的依赖与控制关系需得到应有的重视 (Massey 1995, 转引自吴传钧等 1997)。

近几年,产业组织结构与地理空间形式的关系逐渐成为经济地理学和区域经济学领域关注的重点。杨伟聪 (Henry We - cong Yang 2000, 2005) 指出,新经济地理学需有别于新古典主义关于企业是一个生产功能的观点,也应和交易成本理论中的条款核心观点区别开,而应从组织化视角诠释企业属性,将企业视为网络关系的集合,关联着不同空间的行为者。奥林杰认为在分析社会和经济活动过程中,不应孤立静止地将分析的视野表面化,不仅要关注区域的水平网络与互惠关系,而且还要重视垂直秩序、社会关系的等级结构 (Ollinge 1999)。杰米厄提出,在关于网络—嵌入的研究中,权力和政治已经成为融在其中的议题,日益引起人们的关注 (Jamie 2005)。地理经济学界在探讨空间集聚时,往往采取“纯粹集聚模型”或“工业综合体”的基本假设,忽视了产业组织结构对产业地理形式的影响 (杨友仁,夏铸九 2005)。

从权力关系的角度，讨论细腻与复杂的生产网络关系显得更加重要（杨道宁 2005）。网络权力已成为延续经济地理学理论脉络的一个重要命题。

国际商业组织形式的重新改变是经济新场景中的一部分。全球生产网络已扩展为全球经济运作中主要的组织创新形式，人们通过时间和空间来推动这一媒介，重新思考组织形式的属性（Friedland 和 Boden 1997，转引自 Sahay et al. 2003）。全球商品链（Gereffi 1996, 1999）、全球价值链（Gereffi et al. 2003）以及全球生产网络（Henderson et al. 2002）等理论都明确提出，企业网络存在着一个关键行为者，在组织中起控制、协调或指导作用。不平等的结构性权力关系已成为全球经济概念性分析的起点。学者应研究如何处理好企业网络的构建与治理存在的空间问题（Dicken et al. 2001；Hess 2004）。从价值链研究看，价值链治理中的权力影响与产业转移的关系是区域经济研究中的一个重要领域。许多学者都指出，价值链具有空间结构属性。克鲁格曼等曾经探讨过将内部各个价值环节在不同地理空间进行配置的能力问题（Krugman 和 Venables 1996）。同样，这种关系对区域所产生的影响也理所当然地成为经济学和地理学的基本议题（Dicken 和 Malmberg 2001；Hess 和 Yeung 2006）。默多克等网络行为学家认为，网络包含了丰富的地理学思想，空间应该被冠之以“关系”前缀，注重分析不同空间实体中相互之间的关系（Murdoch et al. 1995, 1997）。所有空间都应被视为命令模式和抵制方式内在关系的混合（Caves 1971）。随着网络这一关系组织在全球以不同空间尺度延伸，学者们有必要检视生产网络扩张中关键行为者与网

络成员之间的权力关系。

## 二、网络权力对企业空间行为的影响

自 20 世纪 60 年代起,跨国公司开始了由面向东道国市场的简单一体化战略向复合一体化战略转变。在复合一体化战略下,跨国公司根据各区域竞争优势,将子公司和合作伙伴的经济活动进行分工,使分布于不同区域的生产过程之间建立起高度依存的关系,一个以价值增值链为纽带、企业内外权力关系交织的全球生产网络被建立起来。全球生产网络将注意力直接指向网络中的权力分布以及变化 (Henderson et al. 2002)。迪肯等学者提出,要从以下三个方面分析网络:(1) 网络是一种关系过程及构架,权力包含在其中;(2) 地理和组织尺度的多维在网络中被显现;(3) 网络中有复杂的嵌入性 (Dicken et al. 2001)。对企业权力几何体的勾绘引发对行为者权力关系和他们在全球化过程中区域性组织重要性的关注。而网络和他们的嵌入关系首先要求探究这些个体、企业和体制的社会—空间结构 (Dicken 和 Malmberg 2001)。

“分散”与“集聚”已成为现今企业空间行为的关键词。分散在空间上表现为企业空间发生位移,或企业在其发源地以外的新区位设立子公司或分部门,在空间尺度上可能表现为跨越国家、省甚至地、县级行政边界的中大尺度。集聚是指在微观尺度上,企业之间在空间上形成近邻关系。技术创新、国际服务贸易的自由化、法律和法规的趋同、投资的自由化降低了国际合作成本,为生产在全球的扩散创造了条件 (Arndt 和 Kierzkowski 2001;

Kimura 和 Ando 2003), 这种扩散并非均匀离散地分布, 而是呈现片断化, 即企业的空间扩张和迁移行为在跨界分散式行为中, 同时表现出小尺度的空间集聚。

全球价值链的片断化, 形成了地方产业网络间的功能分工体系。由于价值链分工实质上是拥有不同资源的企业之间的分工, 代表了产业资源分布的片断化, 造成关键资源、剩余利润的非均匀分布, 所以, 价值链的片断化空间格局实际上代表了生产链中权力的空间格局。全球生产分工的片断化, 意味着企业的空间行为不能仅考虑自身, 而需同时考虑与其合作的其他企业之间的空间关系。因此, 有必要在以往区位理论的基础上, 探讨网络权力对企业空间行为的影响。

在以往的产业集群研究中, 企业间关系的平等性是企业结网的重要前提。但在参阅诸多文献及实地调研过程中, 笔者发现, 许多平等式的产业集群 (包括最典型的意大利式新产业区) 经过其相对封闭式的演化发展或受全球化影响, 其内部结构已开始改变, 企业间关系逐渐从平等向不平等方向演化。跨国公司海外投资时, 大的核心企业投资将吸引供应商追随而至, 在新的投资地重新结成生产网络。在我国各地, 龙头企业带动上下游企业、进而在投资地形成产业集聚区的现象日渐增多, 如下文中将提到的北京经济技术开发区星网工业园、福建青口投资区东南汽车城及奔驰汽车城、福州经济技术开发区华映光电园等等。大企业的空间扩张能引发关联企业的跟随, 从而直接影响生产网络的空间扩张、集聚或迁移。因此, 网络权力对生产网络的空间行为是一个由现实经济活动引发的研究命题。

面对大企业投资引发的连锁效应，笔者自问：（1）全球化背景下企业如何结网？企业权力如何跨越组织边界在网络成员中延伸？大企业在生产网络中的影响力如何体现？（2）在全球化和本土化并存的时代，本土大企业与国际大企业在生产网络中如何展开博弈？如何实现权力链接？（3）在以弹性化分工为首倡生产模式、空间阻隔日渐减小的信息时代，大企业何以对网络成员的空间行为产生影响？（4）网络成员面对大企业的权力影响会采取哪些空间行为？（5）单个企业若想维持或增加其在网络中的权力，在空间上会采取哪些行为？（6）网络权力如何影响网络企业的空间分布？这些思考构成了本书的研究命题——网络权力与企业空间行为。

## 第二节 研究现状及评析

网络成为世纪的运作单位，网络的组建、治理以及升级成为近些年的研究热点（卡斯特 2003）。基于本书的研究视角，本书主要从网络权力关系角度，对生产网络的组建、治理及空间迁移、扩张、集聚等相关研究成果进行梳理。

### 一、企业权力、网络影响力的来源与运作机制

权力一词最早由爱默生（Emerson 1962）提出，主要用于社会学和政治学领域。早期关于企业的权力研究主要着眼于企业内部管理及市场影响力，其中影响较大的是弗伦奇和瑞文的个体或



组织间相互影响力的分析 (French 和 Ravon 1969)。弗伦奇和瑞文认为,强制、奖赏、法定、专家、参照等构成权力的源泉。依赖是权力的核心 (转引自罗宾斯 2005)。

以哈特为代表的一些经济学家强调剩余控制权来源于物质资本所有权 (Hart 1986, 1990), 而雷杰和津加勒斯在否定哈特等提出的单一物质资本强权的同时, 提出企业的权力握在拥有“进入权”和有权授予他人“进入权”的人手中, 并认为这种进入权来源于关键资源 (Rajan 和 Zingales 1998, 2000, 2001; 转引自虞慧晖, 贾婕 2002; 苏启林, 申明浩 2005)。沃纳菲尔特和巴内等在其资源战略理论中提出, 企业的竞争优势主要从资源的稀缺度、重要性及不可替代性三方面反映出来 (Wernerfelt 1984; Barney 1991)。普拉哈拉德与哈默等学者在其核心能力理论中, 突出知识性资源尤其是隐性知识的关键作用 (Prahalad 和 Hamel 1990)。魏江 (1999) 认为核心能力包括企业的技术专长 (包括产品和工艺在内) 和有效配置这些专长的组织能力。上述理论体系引出了企业研究的一个重要方向——企业的“权力理论”。

在企业的权力影响相关研究中, 布雷杰认为权力就是能拼合行为者以及联结知识和生产网络的能力 (Bridge 1997)。泰勒提出一种集体式或网络式的权力观, 认为在一个行为者网络中存在一个权力关系级差 (Taylor 1997)。默多克提出远距离传送权力并不容易, 行为者跨越时空依靠物质目标、代码、程式型的框架输送和解释权力 (Murdoch 1995)。鲍威尔主张网络是由市场和层级元素组成, 并且主张网络构建了一个单独的、具有自己逻辑的交换模式 (Powell 1990)。斯密斯认为权力通过订单、规则、要求