



全球生产网络中本土制造 企业升级机制及战略研究

唐春晖 ◆ 著



Upgrading Mechanism
and Strategy of Local
Manufacturers in
Global Production Networks

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

国家社科基金项目“全球生产网络中本土制造企业升级协同演化机制及战略研究”(12BGL006)资助出版

全球生产网络中本土制造企业升级机制及战略研究

唐春晖 ◆ 著



Upgrading Mechanism

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

全球生产网络中本土制造企业升级机制及战略研究 /
唐春晖著. —北京: 经济科学出版社, 2016. 12

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7632 - 2

I. ①全… II. ①唐… III. ①制造业 - 工业企业 -
企业升级 - 研究 IV. ①F416.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 321801 号

责任编辑: 凌 敏 张 萌

责任校对: 郑淑艳

责任印制: 李 鹏

全球生产网络中本土制造企业升级 机制及战略研究

唐春晖 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

教材分社电话: 010 - 88191343 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮箱: [lingmin@ esp. com](mailto:lingmin@esp.com)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 13 印张 220000 字

2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7632 - 2 定价: 38.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn)

前 言

虽然中国是世界上最主要的制造基地，但是中国制造业在全球价值链中仍大多扮演“制造、加工与组装”的角色，产品的技术知识含量和附加价值增值未得到与出口贸易量同等程度地迅速提升。造成这一局面的根本原因是中国本土企业忽视企业升级和国际竞争力提升机制的构建，长期处于国际垂直分工体系末端的产业价值链低端化状况令中国制造业发展陷入困境，在某些国家中“中国制造”已成为“廉价产品”的代名词。对于本土企业来说，如何避免沦为跨国公司“世界工厂”的境地是当前面临的首要问题，解决这一问题的根本在于提升自身在国际分工中的价值获取势力，增强企业创新能力并扩展价值创造空间，实现在全球价值链上的升级。

改革开放三十几年来，中国通过承接世界制造业的组装加工，逐渐形成了从沿海地区不断向内地延伸的众多加工区和产业集群区。尤其是随着全球制造业的快速分解，不仅仅传统制造产业，甚至高技术产业中的加工环节也纷纷向中国转移，尤其是在通信设备、计算机及电子设备制造产业，中国在出口总额上已经具有越来越强的竞争力。就这一现象国内外学者的认识并不一致：一种观点认为中国加工制造业的国际竞争力已经得到显著增强，中国正经历从较低技术层次的加工制造业向较高技术层次的加工制造业升级的过程；另一种观点则认为巨大的高技术产品产量和出口量仍难以充分说明中国制造业的强国地位，中国制造业的国际竞争力仍需要从多方面综合考察。

通过对电子及通信设备制造业对其国际竞争力进行深度分析，发现中国企业不仅在制成品组装方面具备较强的国际竞争力，在零部件方面也已经从净进口转变为净出口国，并未发生高度依赖中间商进口的状况。最初外商投资企业为充分利用中国劳动力资源的成本优势，在中国设立组装工厂从国外进口零部件进行组装，使中国本土企业在制成品组装方面具备了较强的国际竞争力。但

幸运的是中国本土企业并没有因此沦为国际分工链中的受害者，产业内技术溢出和技术学习，使越来越多的企业涉足技术含量较高的零部件产品的生产，极大改善了过去高度依赖中间商进口的状况，产业的整体竞争优势得到了增强。因此中国电子通信设备制造业的良性发展可归功于全球生产网络背景下新的产品内国际分工模式。

尽管参与全球生产网络对提升中国制造产业的产品出口竞争力具有重要意义，但是产品出口竞争力的增强并不意味着产业技术水平的提升。中国制造业参与产品内国际分工对本土企业技术进步影响的实证研究结果表明：产品内国际分工对以全要素生产率衡量的本土企业技术进步的提高具有显著的促进作用，就具体途径而言，中间产品进口较 FDI 产生的正向效应更显著；企业研发支出和研发人员对本土企业技术创新产出具有显著的促进作用；然而，进口贸易、出口贸易和 FDI 对以新产品销售收入占比来衡量的技术创新产出的影响并不十分显著。

从中国制造业现状和本土企业实际出发，寻求全球生产网络背景下我国本土制造企业升级的网络管理策略和升级学习战略，对企业成功实现转型升级具有重要的理论和现实意义。本土制造企业升级的实质是企业能力的提升，资源层级模型将资源分解为基础性资源、企业能力和战略性资产，企业内部资源的积累遵循基础性资源→能力（升级）→战略性资产的过程，这一新型的资源分层分类方法更清晰地体现资源各要素之间的关系以及资源与能力相互转化的升级路径和过程。作为企业升级的重要影响要素，内部资源与网络联结分别位于企业的内部、外部环境中，在整个升级系统当中构成两个重要的子系统，内部资源的积累会影响企业外部网络关系的嵌入选择，而网络嵌入行为反过来帮助企业从外部获取资源。由此可见，全球生产网络下本土企业的升级不是一蹴而就的，而是一个协同演化的过程。网络联系与内部资源两个子系统在相互作用中彼此影响产生增力，其耦合协同程度的越高，越能够促进企业升级的实现。在不同的阶段企业应选择适合的网络嵌入战略和升级学习战略，在资源、网络与升级目标之间形成协同耦合效应。

本书从中国企业实际出发，将资源基础理论、网络理论、全球价值链升级理论和演化理论作为研究的理论源泉，全面分析了中国本土制造企业国际竞争

力现状、全球生产网络对本土企业技术进步的影响以及本土企业升级的作用机制等问题，融合形成一个全面的企业升级理论框架。其学术价值主要体现在：第一，将社会网络理论引入到企业管理领域用以研究和解释网络对企业升级的影响，系统深入地探索全球生产网络下本土企业升级作用机制，推动企业升级理论的丰富和完善；第二，建立企业升级战略的动态分析框架，探讨了企业主动性的网络嵌入、网络管理和升级学习战略，本书的结论及政策建议对解决“全球生产网络两难”的现实难题、促进本土企业成功实现转型升级，具有重要的实践应用价值。

唐春晖

2016年11月

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 问题提出	(1)
第二节 理论背景	(3)
第三节 研究思路和研究方法	(13)
第四节 研究内容	(15)
第二章 全球生产网络对本土企业技术进步的影响分析	(18)
第一节 全球生产网络中的中国制造业国际竞争力	(18)
第二节 产品内国际分工对本土企业技术进步的影响效应	(30)
第三节 全球生产网络对本土企业技术创新产出效率的影响效应	(45)
第三章 全球生产网络下本土企业升级机制的理论构建	(55)
第一节 文献回顾	(56)
第二节 研究设计	(58)
第三节 数据分析过程	(62)
第四节 研究发现与理论模型阐释	(68)
第五节 本章小结	(77)
第四章 全球生产网络下本土企业升级机制的实证研究	(83)
第一节 研究假设	(83)
第二节 研究方法	(88)
第三节 数据分析与结果	(93)

第四节 本章小结	(96)
第五章 全球生产网络下本土企业升级协同演化机制分析	(98)
第一节 研究设计	(99)
第二节 案例企业升级过程分析	(102)
第三节 本章小结	(126)
第六章 全球生产网络中本土企业升级学习机理研究	(129)
第一节 全球生产网络中的知识转移机制	(129)
第二节 全球生产网络中本土企业技术能力提升路径及策略	(137)
第三节 跨国公司 FDI 作用下的本土企业升级学习机理	(148)
第四节 本章小结	(162)
第七章 本土企业网络利用模式及升级战略选择	(163)
第一节 资源视角下本土企业全球生产网络的利用与管理	(163)
第二节 发挥“网络协同”作用促进本土企业升级战略	(172)
附录一 国际贸易标准分类 (SITC 3.0) 与我国工业部门的 对应关系表	(176)
附录二 访谈提纲	(179)
附录三 “全球生产网络下本土企业升级研究”调查问卷	(181)
参考文献	(184)
后记	(198)

第一章 导 论

第一节 问题提出

经济全球化背景下,市场一体化与生产分散化的统一使生产环节得以跨国界分布,原来基于产品层面的分工模式逐渐向基于工序层面的分工模式转化,单个产品的生产过程被拆分为不同阶段和环节分配给位于不同国家和地区的企业,并通过垂直贸易链进行连接,这个现象就是产品内国际分工。这一新型国际分工形式为发展中国家制造业融入全球化提供了一个新的切入点,作为产品内国际分工体系的后来者,中国制造业将发展加工贸易和吸引外商直接投资作为突破口,以参与局部加工区段方式融入全球制造网络并获得了快速发展。

20世纪80年代,中国出口导向型的发展战略,利用具有绝对优势的劳动力资源将加工贸易作为突破口,在减免出口关税、出口退税、出口补贴、出口保险、为出口企业提供低利率贷款以及设立出口加工区等一系列政策扶助下,大幅降低了中国加工制造业的出口难度和生产成本,增强了产品出口竞争力。这一战略大大提高了中国经济的开放程度,加工贸易总量从2002年的3022亿美元增加到2011年的13052亿美元,增加3.3倍,年均增幅达17.7%^①,加工贸易已成为中国参与新型国际分工的重要途径。除此之外,改革开放以来,“以市场换技术”促使中国采取各种优惠政策吸引外商直接投资,这大大弥补了国内资金不足,提高了国内技术水平和管理水平。以跨国公司为代表的外商投资企业在中国的生产和贸易活动为国内本土企业融入全球制造网络提供了机会,本土企业通过承接外包、生产合作等方式参与产品内国际分工,通过嵌入到跨国公司为主导的全球生产和销售网络迅速融入新型国际分工体系中。

① 参见:商务部《十六大以来商务成就综述之二:加工贸易转型升级取得明显成效报告》。

经过 30 年的持续快速增长,中国经济超越日本成为世界第二大经济体,如此显著的经济成长很大程度上是由于制造业的发展。中国制造业凭借良好的工业基础、低廉的劳动力成本和规模生产的优势,逐渐以“代工”或“贴牌”的形式融入了跨国公司主导的全球分工体系,获得了快速发展。2010 年中国制造业产出占全球总产出的 19.8% (超过美国的 19.4%),成为全球最大的制造国;在制造业出口方面,中国制造业出口占全球总量的 13%,仅次于欧洲制造业排名第二,成为全球领导者^①。2011 年,中国电气机械及器材制造业出口的国际市场占有率为 18.49%,位于全球第 2 位;电子及通信设备制造业的国际市场占有率达到 24.31%,家电、皮革、家具、羽绒制品、陶瓷、自行车等产品占国际市场份额达到 50% 以上。

虽然从产出和出口总量看中国是全球最大的制造业生产国,是许多产品最主要的世界制造基地,但是出口产品的技术知识含量和产品附加价值增值并未得到与出口贸易量同等程度地迅速提升,相反还有些指标还在恶化^②。具体表现为:中国制造业在全球价值链中仅仅扮演着“制造、加工与组装”的角色,处于微笑曲线中间的低附加值环节,在专利技术和上游资源的购买方面严重依赖于欧洲、日本、美国等发达国家,在物流、营销及销售渠道方面的能力也较发达国家弱。造成这一局面的根本原因是由于本土制造业长期忽视企业升级和国际竞争力提升机制的构建,形成对出口导向型代工模式的严重路径依赖,由此导致在全球金融危机产生的经济衰退和资源要素成本上升的大背景下,长期处于国际垂直分工体系的末端的产业价值链低端化使中国本土制造业的发展陷入困境,在某些国家“中国制造”已成为“廉价产品”的代名词。

由此可见,全球化生产网络是把“双刃剑”,它在给中国制造业带来快速发展机遇的同时,也对本土制造业的自主成长形成巨大挑战。如何避免被沦为跨国公司“世界工厂”的境地是中国本土企业面临的首要问题,解决这一问题的根本在于提升本土制造企业在国际分工中的价值获取势力,增强企业创新能力并扩展企业价值创造空间,实现企业在全球价值链上的升级。本研究从全球生产网络背景出发,以全球价值链的视角对发展中国家本土制造企业升级问

① 参见:德勤有限公司中国研究与透视中心发布的《2011 中国制造业竞争力研究》。

② 20 世纪 80 年代,中国增加值率在 0.44 ~ 0.48,而 2000 年增加值率只有 0.36,较美国、俄罗斯、日本 0.55 上下,德国、英国、澳大利亚 0.47 ~ 0.5 均有较大差距。参见:沈利生,王恒.增加值率下降意味着什么 [J]. 经济研究,2006 (3).

题进行研究,并尝试构建全球生产网络下的本土企业的升级机制,探讨提升企业全球价值链地位的升级对策。

第二节 理论背景

本研究涉及的主要理论包括产品内国际分工、全球生产网络和全球价值链升级理论。

一、产品内国际分工

(一) 概念界定

随着贸易自由化和经济全球化的日益深入,传统的行业间和行业内以产品为基本对象的国际分工形态发生了巨大变化,以工序、区段和环节为对象的新型国际分工体系,开始得到越来越广泛的关注。具体表现为:在特定产品的生产过程中所包含的不同工序或者区段,通过空间分散化被拆散到不同区或不同国家进行生产,越来越多的国家或地区参与到同一产品的生产链条或体系中来,成为该产品某一工序或区段的生产商或供应商。这种新型国际分工现象在服装玩具、汽车、计算机和家用电器等制造行业得到了普遍应用和发展,产品生产链和产品价值体系不再集中于单个国家或经济体,呈现出跨国跨地区的分散状态,极大地拓展了国际分工的潜力、范围和深度。最早这种现象被美国经济学家巴拉萨(Balassa, 1967)称为垂直专业化(Vertical Specialization),指将原料作为起点和最终消费者作为终点的整个产品生产过程分解成多个连续工序或环节,由分布在不同国家的上游企业向下游企业提供中间产品进而实现上下游国家中企业的纵向联系。

赫梅尔等(Hummels et al., 2001)对垂直专业化概念进行更加深入的讨论,补充了它需要满足的三个条件:首先,从原材料到最终产品的生产过程要包含两个或两个以上连续的生产环节;其次,至少两个或两个以上的国家参与了特定产品不同工序或区段的生产过程并为产品提供了价值增值;最后,至少一个国家利用从他国进口的中间产品进行生产,并将产出的部分产品用于出口。因此,垂直专业化与将特定产品的不同工序或区段在一国内部的不同区域分散化不同,它强调在产品供应链上至少有一个国家利用进口中间品进行生产,并将生产出的部分产品用于再出口,垂直专业化一般过程如图1-1所示。

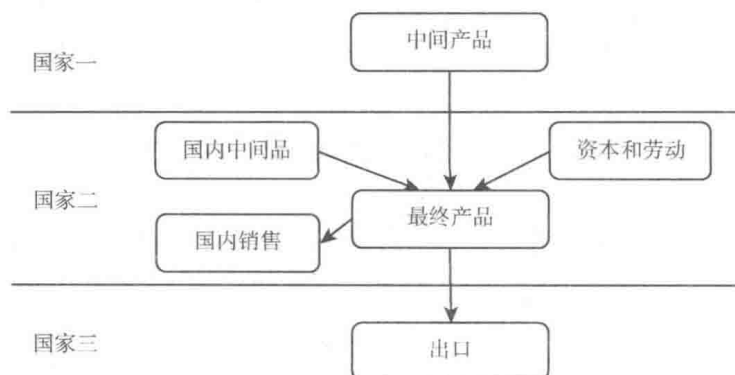


图 1-1 垂直专业化过程

资料来源: David Hummels, Jun Ishii, Kei-Mu Yi. The Nature and Growth of vertical specialization in world trade [J]. Journal of International Economics, 2001, 54 (1): 75-96.

不同学者对垂直专业化分工现象给出了不同的表述,理解和解释也略有差异。例如布哈瓦提和德赫加 (Bhagwati & Dehejia, 1994) 使用了“万花筒的比较优势”来阐述不同的国家在国际分工贸易中的比较优势。克鲁格曼 (Krugman, 1996) 用“价值链切片” (Slicing the Value Chain) 来强调产品生产过程分别在不同国家和地区完成,并在每一个生产阶段实现价值增值的过程。里默 (Leamer, 1996) 用“非地方化” (Delocalization) 来表述全球化背景下在不同国家分配工序区段所产生的生产地点的分离和产品装配的分散化生产现象。费斯卓 (Feenstra, 1998) 使用“全球经济生产非一体化” (Disintegration of Production in the Global Economy) 来描述垂直专业化分工现象,并认为这是“全球经济一体化”下最显著的特征及信息革命推动了这一进程。格雷飞 (Gereffi et al., 2001) 从“商品链” (Commodity Chain) 和“全球价值链” (Global Value Chain, GVC) 角度讨论了垂直专业化分工问题及特点。此外,其他学者如汉森 (Hanson, 1999) 提出的“外包” (Outsourcing)、迪尔道夫 (Deardorff, 2001) 提出的“碎片化生产” (Fragmentation) 均可以理解为是对垂直专业化现象的描述。国内学者卢锋 (2004) 的《产品内分工: 一个分析框架》观察了垂直专业化分工的产生背景及发展原因,建立了以产品内分工 (Intra-product Specialization) 概念为中心的分析框架。

由此可见,包括垂直专业化、价值链切片、外包、全球经济生产非一体化、碎片化生产、产品内分工等在内的概念都在讨论在工序或区段层面的问题,依据比较优势对经济活动在全球范围内进行重新布置和重新组织,将特定

产品生产中所包含的不同工序和区段,在空间上分散化地分配到不同的国家或经济体进行,形成以区段、工序等为基本对象的新型分工体系。尽管概念表述不同,但理论界对这一现象内涵和实质的识别并不存在大的分歧,均认为其实质是一种新型的国际贸易和生产方式,即通过在特定产品生产过程中的不同工序、区段和环节之间建立国际联系,形成全球分工中更为细致和深化的一种分工形态。

为了论述的严谨和统一,更好地突出垂直专业化生产区段的国际分工这一本质特征,本研究赞同并结合巴拉萨(1967)、赫梅尔等(2001)和卢锋(2004)等的观点和定义,采用“产品内国际分工”这一概念来阐述这一新型国际分工形式。

(二) 产品内国际分工的动因

关于产品内国际分工动因的研究,主要集中在两个方面:一个是应用古典经济学比较优势基础上的传统贸易理论对国际分工和贸易现象加以分析,另一个是应用建立在不完全竞争与规模经济基础上的新贸易理论来分析产品内分工的发生动因和基础。

基于比较优势基础的传统贸易理论,主要关注要素禀赋结构和相对价格的高低导致投入的中间品成本的差异。在要素禀赋的研究框架下,迪克西特和格罗斯曼(Dixit & Grossman, 1982)建立一个理论模型,研究生产过程被分割成不同工序或区段的情况下,生产系统如何基于比较优势在不同国家进行分配。迪尔道夫(2001)以一个大国和小国同时将生产过程分为不同阶段为例,分别运用李嘉图模型和H-O模型进行分析,指出在不考虑技术的情况下,中间品贸易和价格对大国和小国参与产品内分工模式产生至关重要的因素。芬德利和琼斯(Findlay & Jones, 2001)将中间品贸易加入李嘉图模型形成一个扩展模型,更为深入地分析了产品内国际分工的动因。

新贸易理论对产品内国际分工动因的研究建立在规模经济理论上。胡昭玲(2006)指出,特定产品生产过程中不同工序或区段对应的最佳规模或有效规模可能不同,规模经济理论的核心在于当该产品的生产过程没有进行分割时,单个企业只能按照其中某一关键生产阶段或工序对应的有效规模来作为整个生产系统的设计规模,其结果必然导致其他有效规模较大的生产环节无法实现规模经济效益。产品内国际分工很好地解决了这一问题,它将对不同有效规模的生产区段或工序分离出来,安排到不同的国家或空间场合进行生产,

从而提升资源配置利用效率,获得规模经济效益。

与古典贸易理论和新贸易理论将比较优势和规模经济分割开来解释产品内国际分工的动因不同,伊什和毅(Ishii & Yi, 1997)、卢锋(2004)等将两者结合起来。他们认为,导致产品内国际分工的动因中既有要素投入比例差异的影响,又有规模经济差异的影响,通常情况是首先特定区段或环节中投入品的比例(比较优势)决定了分工的国别结构,然后区段或环节间的规模经济因素又进一步强化了这一分工结构。

(三) 产品内国际分工的经济效应

随着产品内分工在全球范围内覆盖的范围越来越广泛,在越来越多的行业 and 部门中得到创新性的借鉴和应用,国内外学者开始越来越重视它所带来的巨大经济效应。目前相关的研究主要包括对一国总体经济发展的影响、对就业及收入的影响、对产业竞争力和技术进步的影响等。

在赫梅尔(2001)应用投入—产出表和相关进口统计数据对产品内分工程度进行度量的基础上,国外学者就产品内分工对参加国总体国民福利与国内收入分配、国际技术扩散以及世界贸易增长的影响进行了研究(Feenstra & Hanson, 1999; Jabbour, 2004; 等等)。赫梅尔(2001)等的研究证实过去二三十年来产品内国际分工发展与国际贸易增长具有显著的正相关关系。此外,关于产品内分工对一国总体经济和福利的影响,学者们并未产生较大的分歧,普遍认为这一新型的分工形式有助于提高一国资源配置效率及节约成本,有利于促进总体福利的提高。

产品内国际分工促使发达国家将越来越多的非熟练劳动力密集型产业转移至低收入国家,进而降低本国对于非熟练劳动力的需求、提高本国对于熟练劳动力的需求,因此促进熟练劳动力工资上涨、非熟练劳动力工资下降,进一步扩大了工资差距。学者们试图通过构建理论模型来分析产品内国际分工对收入分配的一般性结论,但并未得到一致性的结果。其中阿德特(Arndt, 1997)认为,发达国家可以通过向劳动密集型发展中国家外包来增加本国就业及工资水平。但其他学者的研究却发现在针对美国的实证研究中国际外包对熟练劳动力工资的影响较大,在针对英国的实证研究中影响则相对较小(Feenstra & Hanson, 1999; Haskel & Slaughter, 2001)。因此,琼斯和基尔考斯基(Jones & Kierzkowski, 2001)指出产品内国际分工对劳动力收入的影响还受到一国的要素禀赋、产出模式等其他因素的影响。

北京大学中国经济研究中心课题组（2005）对近年来中国参与产品内国际分工的问题进行了实证分析，认为中国从这一新型分工形式中获得了较大的经济利益。在产品内分工的经济效应这一问题上，国内学者侧重于对我国产业竞争力提升和技术进步的影响研究，并认为长期看来产品内分工有利于全员劳动生产率的提升和产业技术水平的提高，有利于我国产业国际竞争力的提升（张小蒂和孙景蔚，2006；胡昭玲，2008；文东伟和冼国明，2009；等等）。张小蒂和孙景蔚（2006）在计算产品内国际分工指数及中国近15年来产业国际竞争力基础上，通过实证分析发现，产品内国际分工有利于劳动生产率和产业技术水平的提高，进而对产业国际竞争力的增强产生了显著的正向影响。宗毅君（2008）通过面板数据对中国工业行业进行了实证分析，结果表明进出口贸易的增加和贸易顺差的增长与产品内分工的发展密切相关。

从已有的研究看，目前产品内国际分工理论普遍认为产品内国际分工对发展中国家产业技术进步和国际竞争力提升具有积极影响。就产品内国际分工对发展中国家经济效应的产生原因，迪尔道夫（1998）等认为产品内国际分工通过将特定产品特定工序安排到适合的国家或空间场合生产，充分地发挥各国各地区的比较优势，提升资源配置利用效率、实现各生产环节的规模经济效益，有利于促进生产成本的节约和生产效率的提高。科伊（Coe，1997）等从产品内国际分工导致中间产品贸易的角度对此进行分析，认为发展中国家“进口新的中间产品能够通过投入产出效应提升进口国的生产率”，而这个过程中国后进企业可以通过模仿进口的中间产品逐步形成自身的研发与生产能力。贾伯（Jabbour，2004）等从产品内国际分工导致不同国家地区的企业围绕一个产品形成一个生产体系的角度进行了分析，认为发达国家跨国公司和发展中国家本土企业之间，作为上下游企业为了保证产品质量及获得价格和数量上的竞争优势，会分享资源，因此发生技术转移和外溢。

二、全球价值链升级理论

（一）全球价值链

迈克尔·波特（Michael Porter，1985）最早将价值链与竞争优势来源联系起来，指出企业的价值创造过程主要由涉及产品的物质创造及销售、转移给买方和售后服务的基本活动以及辅助基本活动并提供外购投入、技术开发、人力资源等各种职能的支持性活动两部分组成。这些活动在企业价值创造过程中并非相互分离而是相互依存，由此构成企业价值创造的行为链条即价值链，它构

成了竞争优势的基石。一家企业无法在为买方生产产品的整个价值活动中的每一个环节都具有竞争优势,同样国家和地区之间由于资源禀赋差异也无法在每一个价值环节都具有比较优势,随后价值链的概念从企业层面开始扩展到区域和国家层面被用于对国际战略优势的分析,这反映了经济全球化背景下价值链的垂直分离以及价值链上的各种活动在全球范围内重新配置和组合的新现象。基于对全球战略优势的分析,考格特(Kogut, 1985)提出了价值增值链(Value Added Chain)这一概念。并指出国际商业战略实质上是国家比较优势和企业竞争能力相互作用的结果,国家比较优势决定价值链上各个环节如何在国家或地区之间进行有效配置,企业竞争能力决定企业如何按照自身竞争优势选择适合的价值链环节。

格雷飞等(1994)将价值链和价值增值链概念与产业组织理论联系起来对围绕某种商品的生产形成的跨国生产体系进行研究,并提出全球商品链(Global Commodity Chain),并于2001年进一步演变为全球价值链(Global Value Chain, GVC),形成全球价值链理论。该理论针对全球价值链的内部结构关系以及链条治理者(通常是发达国家的跨国企业)如何对链条进行统一组织、协调和控制商品链问题进行了集中深入的探讨。对全球价值链的研究发现,依照在商品链中占据价值链战略环节和核心地位的跨国公司类型的不同,全球价值链可分为采购者驱动型和生产者驱动型两种,其中采购驱动型是由大型零售商、经销商和品牌制造商建立和协调并起核心作用的垂直分工体系,生产者驱动型是由大的跨国制造商建立和调节并起核心作用的垂直分工体系。

从已有的研究文献来看,学者们普遍认可全球价值链应该满足以下三个特征:一是价值链是企业为提供产品或服务所进行的一系列相互分离且相互作用的生产活动的集合;二是价值链包括从生产到交货、消费和服务的整个过程,涉及技术开发、原材料采购和运输、半成品和成品的生产制造、市场营销、售后服务等价值创造的各个环节;三是价值链各个环节对资本、技术的要求不同,价值链活动基于比较优势原则跨越国界在全球范围内分布。

(二) 全球生产网络

随着全球化进程的加快,越来越多的国家或地区根据自身的比较优势嵌入到全球价值链中,全球价值链理论与实践的发展为全球生产网络的发展与研究奠定了基础。迪肯和昂德森(Dicken & Henderson, 2002)认为全球生产网络(Global Production Network, GPNs)应强调包含多方面的社会过程,包括产品

和服务,知识、资本及劳动力的复制。斯特金(Sturgeon, 2000)指出,生产网络是一群企业联系在一起形成各种相互关系,与地方性生产网络、国内生产网络、跨境生产网络和区域生产网络不同,全球生产网络是由两个以上贸易区域内的企业形成在空间规模上更大的经济单位和集成关系。与全球价值链主要从纵向维度研究同一产品内垂直分工形成的纵向价值链关系不同,全球生产网络的概念更加宽泛一些,不仅包括特定产品生产过程中负责不同工序或环节的企业之间的纵向联系,还包括产品同一工序或环节上企业间的横向价值链联系。恩斯特和金姆(Ernst & Kim, 2002)也指出,全球生产网络涵盖的范围更加广泛,包括公司内和公司间的各种交易及协调形式,参与的主体除了领导厂商的独资和合资公司外,还包括参与产品或服务提供的各类承包商、经销商、服务供应商以及与企业建立战略联盟关系的合作伙伴。

国内学者对全球生产网络的定义也不尽相同。刘德学、付丹和卜国勤(2005)将全球生产网络定义为生产和提供最终产品和服务的一系列企业关系,并描述它更像是一个由相互联系的独立企业构成的蜘蛛网,参与其中的企业主体按其网络中的地位不同分为领导厂商、高层级供应商和低层级供应商三种基本类型。徐康宁和陈健(2007)认为全球生产网络是跨国公司对分布在世界各地的生产资源进行整合并建立生产和制造基地,实行高度专业化分工并对生产基地进行协调形成一体化国际生产,以充分利用全球规模经济,最大限度追求全球资源整合效率。张纪(2008)认为全球生产网络是介于企业与市场之间的中间组织,是为共同生产某一特定产品将分布于世界各地位于不同的价值链环节和增值活动的企业联结起来的网络。网络内的行为主体分为领导厂商和加工供应商两类,领导厂商凭借品牌和技术等垄断资源处于核心位置与主导地位,高层级供应商凭借自身特殊的渠道或技术资源搭建了自己的子网络平台,影响与控制着低层级供应商,处于最低附属地位的低层级供应商,则无法与领导厂商进行直接接触。

综合已有的研究结果,目前被学术界普遍认可的全球生产网络的内涵应包括以下三个特征:第一,建立在产品内国际分工基础上,特定产品的生产区段、工序或环节在空间上分散化,网络内的企业在地理空间的分布上跨越国界;第二,跨国公司作为网络领导企业主导全球价值链的生产和利润分配,并对链条进行统一组织、协调和控制;第三,全球生产网络内的行为主体分为领导厂商、高层级供应商和低层级供应商,不同层级企业间的领导和合作关系构成全球生产网络的组织基础。