

CHANYE FAZHANYU
HEXIN JINGZHONGLI

曹琼◎著

产业发展与核心竞争力

——以台湾地区笔记本电脑产业为例



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

汕头大学科研启动经费项目资助

曹琼◎著

CHANYE FAZHANYU
HEXIN JINGZHONGLI

产业发展与核心竞争力

——以台湾地区笔记本电脑产业为例



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

产业发展与核心竞争力：以台湾地区笔记本电脑产业为例/曹琼著. —北京：经济管理出版社，2010.12

ISBN 978-7-5096-1182-1

I. ①产… II. ①曹… III. ①电子计算机工业—经济发展—研究—台湾省 ②电子计算机工业—市场竞争—研究—台湾省 IV. ①F426.67

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 237700 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话：(010)51915602

邮编：100038

印刷：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

组稿编辑：申桂萍

责任编辑：杨国强

责任印制：木 易

责任校对：蒋 方

720mm×1000mm/16

11.25 印张 146 千字

2011 年 1 月第 1 版

2011 年 1 月第 1 次印刷

定价：32.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1182-1

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部

负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010)68022974

邮编：100836

序 言

笔记本电脑的生产打破了过去由一个国家完成特定产品全部生产过程的生产组织方式，是发达国家在工序层面根据比较优势对经济活动在全球范围内的重组。在台湾地区笔记本电脑企业对祖国大陆产业转移过程中，我们可以看到原有供应网络跨区域跟随现象。群体投资情况是龙头企业进驻，上游的零配件供应商就跟着入驻了，接着吸引新的龙头企业跟进，新的龙头企业又吸引零配件供应商的跟进。集群价值链上的每个环节几乎都有核心企业，这些核心企业组成各自平行的供应链，上、下游企业相互合作，组成一个从供应商、制造商、分销商到最终用户的物流和信息流网络型利益共同体。在这个既平行又有交叉的网络上，每个环节的企业都是一种供应与需求的关系。在每个供应链之外，存在大量的专业化配套中小企业为整个产品价值链服务。

本书基于全球生产网络理论的视角，对台湾地区笔记本电脑产业的生产网络进行价值分析。首先通过分析结点企业之间的网络关系和交易模式，探析台湾地区笔记本电脑厂商与其供应商以及国际品牌领导厂商之间的治理模式，分析其价值构成、价值分布和价值来源，解读台湾企业在网络中的定位和企业目前价值获取的现状、特点与价值来源的路径以及企业在各个环节的进入壁垒，识别出台湾代工厂商在全球价值链中的战略环节，进而指出台湾地区代工厂商是处于一个混合型的全球价值链之中。要提升其在全球价值链中的地位，必须结合“购买者驱动型”与“生产者驱动型”两种全球价值链的战略，构建产业的核心竞争力。



本书进一步结合价值网络理论,揭示台湾笔记本电脑产业核心竞争力的构成要素为技术能力、流程能力和市场能力,并指出了提升其核心竞争力的途径。然后对台湾地区笔记本电脑企业做实证研究,对技术能力、流程能力和市场能力是台湾笔记本电脑产业的核心竞争力这一观点进行验证,运用问卷调查和统计分析的实证研究方法,验证了本书提出的观点。本书在文献整理、理论推导、调查研究和统计分析的基础上,论述并检验了客户关系管理能力、制造流程管理能力、网络覆盖能力和声誉等因素影响台湾地区代工厂商核心竞争力的提升。实证结果还表明,制造流程管理能力是影响核心竞争力的最主要因素。也就是说,台湾地区笔记本电脑产业核心竞争力的一个主要来源是企业网络的组织能力和运作能力。本书最后根据产业升级阶段理论,对台湾笔记本电脑代工厂商能力的成长过程进行分析,提出台湾代工厂商提升核心竞争力可从以下四个方面着手:创新技术或生产工艺;构建富有竞争力的供应网络;建设渠道和物流体系;制定品牌发展策略。

书中论述在诸多方面还有待进一步深入展开,阐述的论点还有不够成熟之处,敬请指正。在出版过程中,得到经济管理出版社的大力支持,在此谨表衷心谢忱。

曹琼

2011年1月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景及问题提出	1
第二节 研究意义	4
第三节 核心竞争力理论的文献探讨	5
第四节 本书研究方法与分析架构	16
第五节 本书研究内容及创新之处	19
第二章 全球生产网络理论的基础研究	23
第一节 全球生产网络的基本内涵	24
第二节 全球生产网络产生的背景	26
第三节 全球生产网络的治理结构	27
第四节 全球生产网络的治理模式	30
第五节 全球生产网络的治理机制	33
第三章 台湾笔记本电脑产业的发展及现状分析	39
第一节 台湾笔记本电脑产业的发展历程	39
第二节 台湾笔记本电脑产业的现状分析	53
第三节 台湾笔记本电脑产业的发展趋势	55
第四节 台湾笔记本电脑产业的特点	58



第四章 台湾笔记本电脑产业核心竞争力的识别	69
第一节 笔记本电脑产业价值链	69
第二节 台湾笔记本电脑的全球生产网络	80
第三节 笔记本电脑全球生产网络的治理模式	86
第四节 台湾代工厂商的价值网络体系	92
第五节 台湾笔记本电脑产业核心竞争力的构成要素	100
第五章 台湾笔记本电脑产业核心竞争力实证研究	105
第一节 研究设计	105
第二节 数据分析结果	123
第三节 结论	129
第六章 提升台湾笔记本电脑产业的核心竞争力战略	133
第一节 台湾笔记本电脑产业的升级过程	133
第二节 提升产业核心竞争力战略	137
第七章 结论	153
附录：调查问卷	157
参考文献	165

第一章 绪 论

台湾是中国的第一大岛。近年来，台商掀起投资大陆的热潮，台湾 12 大笔记本电脑代工厂商全部在大陆长江三角洲地区（简称长三角地区）建立了生产基地，岛内厂商的生产能力有 95% 以上转移到了大陆，在长三角地区形成了笔记本电脑产业集群。也就是说，台湾的笔记本电脑产业几乎全部转移到了大陆。要研究台湾笔记本电脑产业，就必须将研究视角转移到大陆的台资企业，研究其跨界生产网络。本书基于全球生产网络的视角，通过对台湾笔记本电脑全球生产网络的分解，分析整个产业的全球价值链和价值网络，揭示企业间交易关系的本质和企业网络的治理模式，指出企业间的权力运作及产业的核心竞争力之所在，并且通过对台湾笔记本电脑产业的实证分析进行检验，进而提出提升产业核心竞争力的路径。

第一节 研究背景及问题提出

一、研究背景

笔记本电脑是 IT 领域最有成长潜力的硬件产品。随着笔记本电脑功能的增强，笔记本电脑的价格不断下滑，笔记本电脑取代台



式机的步伐进一步加快。在全球，笔记本电脑的销量增长幅度比台式机高。笔记本电脑制造是台湾过去 10 年来最重要的电子产品之一，全球超过 80% 的笔记本电脑是由台湾制造商生产的。现在，大陆已取代台湾成为笔记本电脑的最大产地。台湾制造商将生产基地转移到大陆，主要是希望更大批量、低成本地出口海外。同时，它们也看好大陆每年以 40% 速度递增的笔记本电脑消费市场。除日本厂家仍然坚持自己生产部分笔记本电脑外，其他国际品牌制造商都将绝大部分笔记本电脑的生产外包给台湾代工厂商。2007 年台湾制造商的产量占全球笔记本电脑产量的 91%，占全球笔记本电脑代工总量的 95% 以上。^①可以说，台湾企业基本上垄断了全球笔记本电脑代工业务。

20 世纪 90 年代以来，经济全球化已成为世界经济发展的重要特征和趋势，企业所面临的竞争日益加剧。戴尔（Dell）、IBM、惠普（HP）和东芝（Toshiba）等国际品牌的笔记本电脑知名厂商在市场竞争的需求下，纷纷将生产和研发，甚至物流外包给台湾厂商。尽管台湾企业基本上垄断了全球笔记本电脑代工业务，但却面临着毛利率低的强大压力。台湾笔记本电脑产业正面临着向上提升还是向下沉沦的问题。整个产业面临的首要问题是如何应对激烈的市场竞争，如何获得持续的竞争力，以及不断提高企业参与全球竞争的层次和市场地位，实现产业升级。因此，如何在价值链中找出高附加值的定位与执行方式，是台湾笔记本电脑产业未来发展的关键。

二、问题的提出

经济全球化使各国的产业同处于一个全球市场的竞争环境，影响产业发展的外在因素趋于相似。在这种情况下，各国产业之间的

^① 台湾“经济部统计处”，“中华民国”经济统计年报（2007）。



竞争,实质上就是企业的内在素质和竞争优势的较量,即核心竞争力的对抗。综观国内外学者的研究,核心竞争力理论有力地阐述了企业持续竞争优势的源泉以及同一行业内和不同行业间企业绩效差异的根本原因——企业在核心能力上的差距,而企业竞争力的提高是产业升级的根源。核心能力是企业保持竞争优势的重要手段,也是企业成长与发展的最有力、最主要的驱动力,更是企业持续竞争优势的源泉。如何增强高科技企业核心竞争力,一直为企业界所关注,也是当前经济学界和管理学界研究的热点问题之一。构建与提升核心竞争力是企业生存和发展的必要条件,也是一个极富挑战性的现实问题和理论课题。许多学者从价值链、产业组织经济学和企业网络关系的角度对核心竞争力进行研究。由于核心能力是潜在的,不同行业的企业表现出的形式各不相同,因此,学者们对于如何识别核心竞争力的方法未达成共识,目前仍没有形成特定的、广泛适用的方法对其进行度量。

中国台资企业在大陆形成的笔记本电脑产业集群是一种典型的跨界生产网络,是全球笔记本电脑生产网络的重要组成部分。从一台笔记本电脑的生产流程来看,设计、研发、生产、物流、营销的整条价值链上的各种经济活动被分拆到不同国家、地区 and 不同企业进行,呈空间分散化展开,但各个环节在相应区域呈现集聚现象,形成以集群为基础的全球生产网络。全球生产网络由全球价值链构成,由众多的“价值环节”组成,但是,并不是每一环节都创造等量价值,某些环节创造的价值较低,而那些能创造高附加值的环节就是“战略性环节”。不同类型的产业,其价值链构成的具体环节各不相同,价值网络中的价值分布差异也较大。因此,处于全球生产网络中的企业要了解自身竞争优势的来源,结合所处产业的具体特征,对特定产业的生产网络进行价值分析,了解其价值创造体系,如企业目前价值获取的现状、特点以及价值来源的路径,认识企业价值构成和价值分布,才能正确地认识本企业在价值链中的定位和本企业在产业网络中的地位。在结合自身优势的前提下,企业



还需要了解各个环节的进入壁垒，识别出全球价值链中的“战略性环节”，找到产业升级的路径。实际上，保持核心竞争力的关键就是占据这些“战略性环节”，不断向价值增值潜力更大的“战略性环节”攀升。全球生产网络中的全球价值链分析为企业全球布局提供了依据，也指明了产业发展的方向。因此，企业在不同时期需要调整战略，选择嵌入全球价值链的切入点（环节），实现“功能升级”乃至“链条升级”，而价值分析是研究产业升级和产业核心竞争力的关键。

本书提出以及确定了识别台湾笔记本电脑产业核心竞争力构成要素的可操作性的新方法、哪些因素影响产业核心竞争力的提升、如何提升台湾笔记本电脑产业的核心竞争力促进产业升级的问题。本书将围绕以下几个主要问题展开：①在笔记本电脑全球生产网络中，台湾企业处于怎样的地位。②如何识别台湾笔记本电脑产业核心竞争力的构成要素。③如何提升台湾笔记本电脑产业的核心竞争力。

第二节 研究意义

国内外成功的产业发展历史和事实充分证明：产业的发展与核心能力密切相关。拥有核心能力的企业，才能在激烈的竞争中掌握主动，超越别人，获得竞争优势。当今，企业竞争进入全球化时代，经营环境的复杂性和不稳定性要求企业必须为建立自身的竞争优势开拓新思路，从根本上重新考虑产业战略和竞争战略问题。

本书基于全球生产网络的视角，从企业价值网络和产业核心竞争力的构成要素进行系统分析，使企业根据“比较优势原理”调整其在全球价值链上的地位，选择某些特定环节，建立核心竞争力，最终通过在价值链上的不断攀升，实现产业升级，提高企业参与全



球竞争的层次和市场地位。因此,本研究具有重要的理论意义和现实意义。

第三节 核心竞争力理论的文献探讨

核心竞争力理论是学者们研究企业生存和发展,探索产业竞争优势的根源以及企业如何获得可持续的竞争优势等问题的过程中逐步演化而成的。20世纪80年代,美国企业受到日本企业的强大挑战,迫使美国企业界和学术界对美国企业失去竞争优势进行反思。他们探讨日本企业崛起的原因,帮助美国企业如何在新的竞争态势下重建竞争优势,称雄世界经济。核心竞争力理论便是在这种背景下提出的,经过20年的发展,该理论已成为当代最前沿、最先进的理论。核心竞争力理论作为经济学与管理学交叉融合的理论成果,是经济学理论、知识经济理论、战略管理理论和创新理论等的重要研究领域。核心竞争力理论的提出,引起学术界和企业界的广泛关注。许多学者从不同的视角研究核心竞争力,试图探究核心竞争力的本质,建立可操作的评价体系,从而找到提升核心竞争力的有效途径,以此指导企业或国家培育核心竞争力,增强竞争优势。

核心竞争力的研究源于分工论。企业能力的聚积取决于分工活动的过程,而企业的生产流程则是企业能力的选择和确定的过程。纵观竞争优势理论的产生与演变过程,勾勒出一条从组织外部到组织内部再到组织间的研究思路。

一、国外研究现状

1. 以 Porter 为代表的产业结构理论及价值链理论

最早对竞争力进行研究的是以 Porter 为代表的产业结构学派。



产业结构学派继承了产业组织经济学的基本思路，侧重于从企业外部的产业市场结构进行分析，研究认为产业市场结构对企业竞争优势的建立起主要作用。该学派的代表人物 Porter (1980)^① 认为企业竞争优势主要取决于两个方面：一是企业所在产业的长期盈利潜力；二是企业在该产业中的市场位势。Porter 提出了著名的“五力”模型，认为一个产业的竞争状态取决于供应商、顾客、替代者、互补者和同行五种力量的相对强度。这五种力量之和决定了产业的最终利润潜力，而企业在产业中的定位决定了企业的业绩差异。

Porter (1985)^② 为了弥补其理论过分重“外”而轻“内”的不足，提出了著名的价值链理论。他认为企业是由一系列经营环节或经营活动组成的价值链，企业要建立持续的竞争优势，就要不断提升价值链上各种活动及其相互关系。价值链分析方法就是对单个企业的经济活动进行分解，将企业的价值创造过程分成基本活动和支持性活动两部分，其中，基本活动包括生产、营销、运输和售后服务等；支持性活动包括原材料采购、技术、人力资源和财务等。这些活动相互联系构成企业价值创造的行为链条，即价值链。不仅企业内部有自身的价值链，一个企业与其他组织的价值链相互交织，共同组成一个由许多价值链构成的价值体系。企业之间价值行为的联系直接影响企业竞争优势的形成，因此，通过考察这些经济活动之间的相互关系可以确定企业竞争优势的来源。

Kogut (1985)^③ 从价值链的垂直分离与全球空间再配置之间关系的视角，进一步发展了 Porter 的价值链理论。他提出国家的比较优势决定了整条价值链的各个环节在国家或地区的空间配置，而企业的竞争能力决定了企业应该在价值链上的哪些环节和技术层面上下工夫，以此构建竞争优势。因此，单个企业选择参与价值链上

①② Porter, M.E. Competitive Strategy. The Free Press, New York, 1980.

③ Kogut, B. Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value-added Chains. Sloan Management Review, 1985, 26 (4): 15-28.



的某个或某些环节，是国家的比较优势与企业竞争能力相互作用的结果。

20 世纪 90 年代，一些学者将价值链理论应用到全球经济和产业组织中。Krugman (1995) 从价值链的片段化和空间重组方面，探讨企业将内部各个价值环节在不同地理空间进行配置的能力，使价值链治理模式与产业空间转移问题成为全球价值链理论中的一个重要研究领域。Gereffi (1999)^① 在价值链的基础上提出了全球商品链理论，将全球商品链分为采购商驱动型价值链和生产者驱动型价值链。在进行比较研究后发现：全球采购商（主要是零售商和品牌商）掌握着整个链条的治理权，在全球分离的生产和分销体系中起着关键的驱动作用；同时，从微观层面发现了全球商品链的网络结构，对全球经济的二元治理模式即市场和等级制模式提出了质疑，揭示了全球产业组织网络化的重大转变。

Gereffi (2003)^② 等学者在结合全球商品链和价值链理论的基础上，创建了全球价值链理论。因此，全球价值链理论是宏观和微观两个视角相结合，重新全面审视全球化下的经济组织的治理结构。该理论框架及其对产业发展影响的论述已成为竞争优势研究的主流分析工具。学者们主要从两个方面对全球价值链进行研究：一是全球价值链的治理和产业升级问题；二是选取不同行业案例做实证研究，不断拓展该理论体系。综合学者们的论述，用全球价值链理论研究现实问题的框架是：首先将一个产业或产品的各个价值环节和辅助环节进行分解，然后将这些环节组合成一个价值增值图，再从图中可以看出各个环节的增值程度以及哪些环节可以分离或进行空间转移。根据现有的价值链治理模式，每个企业只能依据自己的核

① Gereffi G. A commodity chains framework for analyzing global industries. Duke University Working Paper, 1999 (1).

② Gereffi, G and Olga Memodovic. The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Sectoral Studies Series, 2003.



心能力和优势资源,找到最佳切入点来从事价值链上的某些环节或工序,并且根据价值链的增值路径,强化核心环节的竞争力,制定相应的发展战略,谋求产业升级。

全球价值链理论框架是一种可以运用于企业分析和产业分析的新的竞争力评估方法,尤其是对产业竞争力和产业升级路径的研究颇有价值。但该理论无法解释价值链上众多相关企业推动产业系统性升级的过程,忽略了沿着产业价值链升级过程中的产业分离现象,如外部采购。

研究表明,价值链分析法是通过分解企业的各种经济活动环节来说明如何建立竞争优势的一个研究体系。以波特为代表的竞争战略理论将产业作为研究对象,侧重于产业外部环境,从产业的特性、产业的发展趋势、产业内外相关企业的相互关系和力量对比来考察企业竞争力问题,特别是产业市场结构因素对于企业竞争力的价值和意义,而较少考虑企业内部因素,如资源和能力对企业竞争力的影响。

2. 以普拉哈拉德和哈默尔为代表的核心竞争力理论

资源基础论从企业内部因素研究竞争力问题,它把企业看作是一组资源的集合体,侧重于从企业资源及其差异性来分析企业的竞争优势,强调应从企业的资源出发而不是从市场位势出发来分析和建立企业的竞争优势。Rumelt (1984)^①认为企业的利润来自于企业具有的特殊性,而非产业间的相互关系。企业所具有的特殊性是指企业所拥有的特殊资源,而不同企业在资源及其积累方面的差异性就决定了各自竞争力的强弱,企业内部资源及其积累是企业获得超额利润和保持竞争优势的关键。资源基础论提出企业竞争优势主要来自于那些具有价值性、稀缺性以及难以仿制或替代的关键资源,却没有确切指出究竟哪类资源使企业产生了竞争优势。资源基

^① Rumelt, R. P. Towards a Strategic Theory of the Firm. In R. B. Lamb (Ed.), Competitive Strategic Management. Upper Sadler River, NJ: Prentice Hall, 1984.



础论对于什么是关键资源，只在概念上可以给出若干特征，在实践中缺乏可操作性。

1990年，普拉哈拉德（C.K. Prahalad）和哈默尔（Gary Hamel）^①在《哈佛商业评论》上发表了《企业的核心竞争力》一文，首次提出了核心竞争力（core competence）这一概念，提出了研究企业竞争的一种全新的方法——核心竞争力理论，从此拉开了研究核心竞争力理论的序幕。核心竞争力理论虽然基于资源观，但它将企业看成是一个能力体系，而非资源的集合体，从组织内部对企业业绩差异形成的原因进行定性分析，探寻企业竞争优势的来源。核心竞争力理论对核心竞争力的测度进行了描述，指出核心竞争力来源于企业特有的资源和能力，将核心竞争力定义为组织积累性的知识和能力（包括企业所具备的研发能力、技术和专利、企业的基础管理、组织协调、市场营销以及市场定位的能力），尤指协调和整合各种技术和生产技能的知识和能力以及企业在长期经营实践中所积累的组织资源和组织能力。核心能力与竞争优势之间的逻辑关系是：核心能力（尤指关键性技术、技能及其整合）——核心产品——战略性业务——有竞争力的最终产品——企业竞争优势。因此，核心能力是企业获取竞争优势的源泉。普拉哈拉德和哈默尔提出了三项检验核心能力的标准：①扩展性，是企业具有进入广泛市场的能力。②价值性，能超比例地给用户提供能感觉到的价值。③难以模仿性，难以被竞争对手模仿，并具有竞争性。普拉哈拉德和哈默尔认为核心竞争力的培育和提升过程就是这些知识和能力持续积累、整合与提升的过程。

普拉哈拉德和哈默尔（1994）^②进一步提出企业核心竞争力的主要表现：为最终消费者提供价值的能力、相对独特的竞争战略和

① Hamel G and Prahalad C K. Core Competence of Company. Harvard Business Review, 1990.

② Hamel G and Prahalad C K. Competing for the Future. Cambridge: Harvard Business School Press, 1994.



难以复制（即进入门槛高），创新能力来源于这些竞争优势的不断强化和积聚，企业应将那些不符合该三个标准的经济活动分离出企业，强化企业的核心竞争力。但普拉哈拉德和哈默尔没有具体指出企业资源中哪些是核心资源，核心竞争力由哪些要素构成。之后，一些国外学者对核心竞争力的构成要素展开了研究。

Gallon (1995)^①认为核心能力是一组技能集合，他将企业分为职能部门的基础能力、事业部门的关键能力和企业的核心能力等三个层次。在识别企业核心能力的基础上，通过聚类分析，根据各个层次之间的因果关系，找出各种技能之间的联系，描绘出企业的技能网络图核心能力，最终利用网络关系识别核心竞争力。这种技能网络方法条理清晰，较为直观，但他没有阐明层次内的技能如何划分。

J. David Hunger (2001)^②认为企业的核心能力就是那些比竞争对手更优越的独特能力。这些独特能力来自企业的长期资源，包括技术专利、技术积累、技术联盟、品牌保护和地理条件等，这些长期资源构成了企业的持续竞争优势。他将核心业务分为有独特能力的核心业务和没有独特能力的核心业务两种，企业不会外包具有独特能力的核心业务，而没有独特能力的核心业务，其他企业容易模仿，可以将其外包。

Meyer 和 Durand (1996) 对企业的核心竞争力进行了定量分析。Meyer 从产品技术、分销渠道、制造能力和对用户需要的理解四个维度评价企业的核心竞争力；而 Durand 从卓越的资产、组织结构、程序与常规、认知能力以及行为与文化五个维度评价企业核心竞争力，并提出一个测量能力差距的测度框架。他们的方法都是采用主观评分法，首先构建指标体系，然后请专家对各指标进行评

① Gallon M., Harold MS and David C. Putting Core Competence into Practice. Research Technology Management, 1995 May-June.

② J. David Hunger. Essentials of Strategic Management. New York: Prentice-Hall Press, 2001: 181-183.