



中青年经济学家文库
ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

中国南珠产业GVC治理方式、 升级途径与模式选择

李飞星 / 著

ZHONGGUO NANZHU CHANYE GVC ZHILI FANGSHI
SHENGJI TUJING YU MOSHI XUANZE



经济科学出版社
Economic Science Press



中青年经济学家文库

ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

中国南珠产业GVC治理方式、 升级途径与模式选择

李飞星 / 著

ZHONGGUO NANZHU CHANYE GVC ZHILI FANGSHI
SHENGJI TUJING YU MOSHI XUANZE



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国南珠产业 GVC 治理方式、升级途径与模式选择 /
李飞星著. —北京: 经济科学出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4908 - 1

I. ①中… II. ①李… III. ①珍珠养殖 - 经济发展 -
研究 - 中国 IV. ①F326. 43

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 187715 号

责任编辑: 王冬玲 王志华

责任校对: 郑淑艳

责任印制: 邱 天

中国南珠产业 GVC 治理方式、升级途径与模式选择

李飞星 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

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

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

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

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 20 印张 350000 字

2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4908 - 1 定价: 55.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

本书为 2012 年度广东省哲学社会科学“十二五”规划基金项目（GD12CYJ03）“地方特色产业 GVC 治理方式、升级途径与模式选择——以中国南珠产业为例”最终成果、2013 年度广东海洋大学博士科研启动基金项目“中国南珠产业区域国际竞争力提升与 GVC 升级研究”阶段性成果。

本书出版还得到广东海洋大学学术著作出版基金、文科发展专项资金、农林经济管理重点学科专项基金资助。

序

广东湛江、广西北海、海南陵水的北部湾浅海区域具备珍珠贝生长、繁衍的得天独厚的地理条件，成为生产海水珍珠的最佳场所，历史上称南珠，并有“东珠不如西珠，西珠不如南珠”的美誉，中国南珠产业的发展即为湛江、北海、海南的海水珍珠产业发展。

南珠产业是湛江、北海、海南三地重要的特色产业，涉及养殖、加工、营销、旅游、文化创意等产业，产业链长，就业容纳能力强，形成了广东省、广西壮族自治区、海南省三省境内的以南珠产品为支点的中国南珠产业和相关产业，形成地理邻近、文化相同的中国南珠产业集群。南珠产品需求来源于全球，国际市场上海水珍珠的生产仅能满足需求的一半，需求驱动下的海水珍珠产业全球价值链在世界范围内延伸，推动链上资源、要素的区域流动和配置，生产、加工、销售企业嵌入不同环节，从而形成不均衡的全球价值链的收益分配体系。南珠产品是湛江、北海、海南上千年文化的凝聚内核，成为北部湾区域的物质载体和文化符号，南珠产品引致的产值和不可估量的历史价值、人文价值，以及在经济全球化下的全球价值链地位引起了社会广泛的关注。

由于南珠生产的自然和人文双重嵌入性特点决定了南珠产业集群企业无法转移生产，目前中国南珠产业及其集群企业到了存亡关口，主要是遭到了地区工业发展所带来的负面效应，同时，海域资源的低资产专用性和珍珠生产的高资产专用性之间的矛盾造成南珠生产不稳定、全球价值链地位低的现状。如何针对南珠产业等地方特色产业的嵌入性特点，提高其全球价值链地位，在技术和文化的

双轮驱动下，占据全球价值链高端节点，成为政府、企业、学者所要解决的问题，也是极有意义的事情。

本书从全球经济发展的角度和国际分工的视野看待具有嵌入性特点的地方特色产业——中国南珠产业，为传统产业的发展提供了一种新思路、新方法。尤其是从网络能力角度揭示传统产业集群企业竞争力和全球价值链地位较低的原因，从理论和实证两方面研究集群企业网络能力与竞争力、全球价值链治理的影响机理，提出了中国南珠产业集群企业全球价值链升级的可选择模式和升级时间表，通过提升集群企业网络能力，构建产业发展的网络保障机制，加强区域合作的方法，通过品牌活化和产业文化化的途径来提升中国南珠产业及其集群企业的全球价值链地位，具有前瞻性，提出培育“区域整体品牌”的概念具有创新性。析取了南珠产品品牌“美观性”、“健康性”、“珍稀性”、“原产地形象”、“文化性”、“时代性”、“神秘性”七个个性维度，析取了南珠产业区域整体品牌“质量”、“诚实”、“海洋性”、“传统性”、“健康性”的五个个性维度，为三地政府、企业共同培育区域整体品牌和产品品牌提供了方向，具有可操作性。意在发挥区域、产业网络的集体力量，推动中国南珠产业的发展，拯救南珠等珍贵的海洋资源，志在复苏具有美好寓意和积淀深厚的南珠文化，向世界传播南珠文化。

广东海洋大学副教授李飞星博士长期关注、跟踪传统产业——南珠产业的发展，潜心研究，并小有建树，作为导师，倍感欣慰。本书从全球价值链角度对传统产业进行研究，引导全球化过程中的传统产业参与国际分工，具有理论高度，从网络能力和区域品牌角度进行企业和产业国际竞争力培育，具有实践意义。

中南大学博士生导师 杨伟文

2014 年 8 月

目 录

第1章 导论	1
1.1 研究背景、研究目的及意义	1
1.2 国内外研究文献综述	5
1.3 研究方法与研究思路	13
1.4 可能的创新之处	16
1.5 需要完善的地方	17
第2章 中国南珠产业的发展概况	18
2.1 珍珠产业发展概况	18
2.2 中国南珠产业及其集群企业发展概况	32
2.3 中国南珠产业发展的“五力”模型和钻石体系分析	48
2.4 中国南珠产业及其集群企业低端锁定的原因探析	62
第3章 中国南珠产业 GVC 地位、治理方式和发展战略	75
3.1 GVC 延伸对产业承担国际分工的影响	75
3.2 珍珠产业 GVC 地位及其价值创造的空间分布	83
3.3 中国南珠产业 GVC 地位及其治理方式与演化方向	90
3.4 海水珍珠产业生态价值链与 GVC 延伸情况分析	93
3.5 中国南珠产业在 GVC 中的市场权力及变化趋势分析	101
3.6 GVC 治理对中国南珠产业集群企业的影响	105
3.7 中国南珠产业提高市场权力的方法和途径	108
3.8 中国南珠产业 GVC 升级的主体、能力、前景和标志	112

3.9	GVC 升级引导的中国南珠产业发展方向和战略	119
第 4 章	南珠产业集群企业网络能力与 GVC 治理 理论和实证研究	133
4.1	企业网络能力的理论研究	133
4.2	企业网络能力与 GVC 治理关系的实证分析	163
第 5 章	基于网络能力的南珠产业集群企业 GVC 升级 途径与模式选择	217
5.1	中国南珠产业集群企业网络能力、竞争力与 GVC 治理的 影响机理	217
5.2	中国南珠产业及其集群企业 GVC 升级机理	219
5.3	中国南珠产业 GVC 升级方法、途径和模式选择	220
5.4	中国南珠产业 GVC 升级的模式选择	234
5.5	提升中国南珠产业网络能力的网络保障机制	237
第 6 章	中国南珠产业 GVC 升级的品牌培育	251
6.1	区域品牌的理论概述	252
6.2	南珠产业“区域整体品牌”概念及维度构成	258
6.3	南珠产业区域整体品牌的战略定位	271
6.4	南珠产业区域整体品牌培育的风险和规避机制	275
6.5	企业、政府、行业协会在区域整体品牌培育中的作用	279
6.6	南珠产业区域整体品牌培育的方法及途径	283
6.7	南珠产业区域整体品牌建设及其治理机制	292
参考文献		297
后记		309

第 1 章

导 论

1.1

研究背景、研究目的及意义

1.1.1 研究背景

中国是珍珠生产大国之一，年出口珍珠 1 000 多吨，占世界 95% 的产量，但其产值仅占世界珍珠销售总额的 15%，出口均价总体偏低，近 10 年中国珍珠出口均价大约每公斤 300 ~ 400 美元。历史上非常著名的南珠（南海北部湾所产的海水珍珠），其出口均价每公斤 800 ~ 900 美元，2010 ~ 2012 年均价超过 1 000 美元，可是与其他国家所产海水珍珠价格相差甚远。2011 年中国南珠出口均价 1 457 美元/公斤，法属波利尼西亚的“大溪地”海水珍珠，每公斤 5 074 美元，澳大利亚海水珍珠达 9 590 美元/公斤，日本 6 514 美元/公斤。我国南珠的出口均价甚至低于同属于南珠产地而只有几年珍珠养殖历史的越南（18 372 美元/公斤）（资料来源：联合国贸易数据库和湛江海关统计处），中国珍珠正跌入有“名”无“利”的“高产陷阱”。随着人们生活水平的提高，人们对珍珠首饰、保健、医药、美容的消费日渐趋热，世界各国珍珠市场需求前景广阔。中国自皇室至平民均喜好珍珠，具有深厚的珍珠文化历史，而且珍珠养殖技术日趋成熟，养珠自然条件优越，发展珍珠产业具有得天独厚的条件，但珍珠资源已面临过度开发、退化的局面，淡水珍珠产业国际竞争力较低，而历史上有名的南珠资源则面临破坏甚至毁灭的危险，南珠产业面临萎缩

和消失的危险境地。珍珠产业质量问题、技术问题、市场秩序问题、资源管理问题、价值获取能力问题已经是目前不得不面对的重要课题,严重地影响着珍珠产业可持续发展,最主要的是南珠资源分属于三个不同的行政管辖地,产业发展目标和行动难以一致,南珠产业品牌缺失致使南珠产业全球价值链地位低端锁定,价值获取能力低,产量和产值不相匹配,浪费了宝贵的珍珠资源。

海水珍珠是一种具有相当高的珠宝价值和保健价值的产品,其需求范围来自全球,其生产受到海洋环境、人力、技术的制约,只有少数几个国家可以生产海水珍珠,我国是其中之一。我国海水珍珠生产主要集中在广东省的湛江、广西壮族自治区的北海、海南省的陵水,这三地所产珍珠在历史上称为“南珠”,同属南珠产地的还有越南的北部湾区域。南珠产业是湛江、北海、三亚和陵水重要的特色产业,对海洋环境的要求较高,并形成了广东省、广西壮族自治区、海南省三省境内的以南珠产品为支点的中国南珠产业和相关产业。中国海水珍珠产业的发展即是中国南珠产业的发展。海水珍珠产业古老,天然采捕珍珠已经有上千年的历史,人工养殖也有几十年历史,产业涉及工业和农业,是一个人力、技术、资本相对集中的产业,对海洋环境的要求较高。在工业化时期以及对海洋资源的开发过程中,珍珠母贝赖以生存的环境遭到破坏,海水珍珠质量逐年下降,“南珠”的声誉受到挑战,海水珍珠产业全球价值链地位低端锁定,陷入“低值”困境,外部价值获取能力低,海水珍珠产业面临萎缩和消失的危险。经济全球化是不可抵挡的潮流,生产集中化,贸易全球化是当前全球经济的基本特征,全球价值链的巨大延伸为全球资源提供了更为灵活、多样的配置方式,也将全球各地更多的企业和产业卷入全球分工体系之中。全球价值链的延伸为发达国家提供了配置全球资源的渠道,也使发展中国家得以进入全球生产体系,从而将整个世界变为一个大的经济体系。参与经济全球化一方面给各国产业带来发展机遇,另一方面也给各国产业带来挑战和危险,最大的挑战是面对市场中的高技术标准和知名品牌隔离,最主要的危险是锁定在全球价值链的底端。发展中国家为了融入全球价值链,通常以牺牲和降低环境标准,消耗环境资源,企业相互挤压,依靠低劳动力工资来换取经济的发展,在经济进一步发展过程中步履艰难、环境包袱沉重,面对日益恶化的贸易条件,参与全球经济并不意味着从经济全球化中受益,不参与全球经济又意味着被边缘化和与世界市场脱离,面对如此两难境地,如何在全球价值链中占据有利地位,如何有效地参与经济全球化成为国家、地区、产业发展的头等大

事。因此,我们所要面对的一个重要的问题是,中国的产业应该选择怎样的方式嵌入到全球价值链当中才能有效地利用经济全球化所带来的机会和利益?产业集群及其企业如何进行全球价值链升级?如何避免全球价值链延伸中的低端锁定?海水珍珠产业(中国南珠产业)等传统地方特色产业如何占据全球价值链的高端节点?如何提升外部价值获取能力?资源依赖型产业集群企业如何嵌入全球价值链,其升级机制如何?上述问题的回答也就构成了本书研究的根本动力。

1.1.2 问题的提出

地方特色产业具有明显的区域依存性和历史文化积淀性,曾经为地方经济发展做出了重要贡献。但在经济全球化过程中,特色产业往往处于衰退、消亡的边缘,产业集群企业竞争力越来越弱,在承担国际分工过程中的地位较低,通常锁定在全球价值链(Global Value Chain, GVC)的低端环节。那么,到底是什么原因导致这种状况,受哪些因素影响?这是一个值得探讨的问题。全球价值链治理在地方产业集群企业升级中的作用机理是什么?本书将以中国南珠产业为个案,研究中国南珠产业及其集群企业全球价值链治理与升级的演进机理,旨在探讨传统特色产业的主体——集群企业在全球价值链中承担的国际分工,全球价值链治理方式和升级途径与模式选择,进一步探究地方特色产业的发展理论,同时,寻求中国南珠产业发展的启示。

目前中国南珠产业集群企业呈现产值偏小、群体分散、竞争力弱的特征,正陷入萎缩和消失的危险境地,而越南南珠产业在日本的扶持下正在不断成长,对中国南珠产业的发展造成极大的潜在威胁。本书探讨中国南珠产业及其集群企业全球价值链治理方式、升级途径与模式选择,同时寻求全球价值链升级的企业能力培育和品牌培育问题,探讨利于中国南珠产业全球价值链升级的集群企业网络能力及其竞争力提升的具体途径,进行产业发展的区域整体品牌培育和南珠文化传播研究,对于发挥和增强中国南珠特色产业的作用具有重要意义,也对其他地方特色产业的发展具有重要启示。

1.1.3 研究目的

运用全球价值链理论、网络能力理论、竞争力理论、区域品牌理论研究中国

国南珠产业及其集群企业的全球价值链分工。试图探寻中国南珠产业等地方特色产业及其集群企业在全球化过程中通过提升集群企业网络能力与竞争力,通过构建其网络保障机制来提升全球价值链地位;揭示全球价值链治理、集群企业网络能力、网络嵌入影响企业竞争力的机理,揭示传统产业集群企业竞争力来源;寻求提升中国南珠产业及其集群企业全球价值链升级的方法、途径和模式选择,通过区域整体品牌培育和文化传播确保中国南珠产业嵌入全球价值链高端地位并可持续发展,以期望为其他地方特色产业的持续发展提供决策参考。

1.1.4 研究意义

从理论意义和学术价值看:

(1) 通过对历史悠久的传统的地方特色产业——中国南珠产业及其集群企业的深入研究对地方特色产业理论有所补充。

(2) 探讨全球价值链治理对地方特色产业集群企业发展的影响,全球价值链治理方式在集群企业网络能力、竞争力之间的影响机理,寻求地方特色产业集群企业在全价值链中的升级途径,对全球价值链理论有所补充。

(3) 从网络能力角度进一步揭示企业竞争力的来源和影响机理,从而深化企业竞争力理论。

(4) 从区域整体品牌培育的角度探讨地方特色产业全球价值链升级的途径,从而深化品牌培育理论。

从实践意义和应用价值看:

从历史文化看,中国南珠产业延续了上千年,其文化内涵和历史价值的传承意义深远;从区域发展看,中国南珠产业涉及广东的湛江,广西的南宁和北海,海南的海口、三亚、陵水,区域跨越三省及地区的产业发展,对三省的产业、经济和文化有巨大影响;从产业发展看,中国南珠产业涉及养殖、加工、营销、旅游、文化创意等产业,产业链比较长,就业容纳能力强,是人力、技术、资本相对集中的产业。随着人们生活水平的提高,人们对南珠的需求与日俱增,如何振兴中国南珠这个古老的地方特色产业、提升中国南珠产业集群企业的竞争力,实现中国南珠产业在全价值链中的地位升级成为政府、企业、学术界的当务之急。因此本书的研究具有重要的应用价值和实践意义。

(1) 通过揭示中国南珠产业集群企业网络能力、全球价值链治理与企业竞争力的关系,寻求提升中国南珠产业集群企业竞争力的途径和全球价值链升级模式。

(2) 从区域产业集群发展角度,进行区域整体品牌培育,提升区域产业集群竞争力,利于产业集群的全球价值链地位升级。

(3) 从网络能力角度构建中国南珠产业集群企业发展的网络保障机制以实现中国南珠产业持续发展,推动区域经济发展。

(4) 研究结果将给政府及有关部门提供决策参考,设计合适的制度安排为振兴中国南珠产业贡献一份力量,也为其他地方特色产业的发展提供可借鉴的模式。

1.2

国内外研究文献综述

1.2.1 珍珠产业研究

目前对珍珠和珍珠产业的研究,国内外学者主要集中在珍珠养殖技术、珍珠鉴赏、产业制度和产业竞争力上(Ball, Yannicke Dauphin, 2008; David Federman, 2007; Cheryl Kremkow, 2007; Jean-Pierre Cuif et al, 2009; 邓陈茂等, 2009; 张莉 2008; 陈劲等, 2008; 庾莉萍, 2009; 李飞星, 2010, 2011, 2012, 2013)。通过对国内外珍珠技术和珍珠产业方面的研究文献进行梳理,研究主要集中在以下几个方面:

(1) 珍珠养殖、珠核技术研究。先进的珠核技术应用于珍珠产业上是推动产业发展的重要力量,海水珍珠的深海养殖技术探索正在进行(Jean-Pierre Cuif et al., 2008; 邓陈茂、黄海立、符韶, 2006; 童银洪等, 2007)。

(2) 珍珠市场研究。中国和澳大利亚是珍珠的最大生产者,而美国是珍珠的最大销售市场,越南也是南珠产地,当局的标准化管理可能使越南成为南珠主要生产者,质量好、价值高的珍珠依然是市场的支撑点(Ball, Yannicke Dauphin, 2008; David Federman, 2007; Cheryl Kremkow, 2007; Patrick Totty, 2008; Catherine Dayrit, 2009; 庾莉萍, 2009; 易丽平, 2009; 尹琼, 2009),

金融危机影响珍珠市场，是珍珠产业波动的原因。

(3) 产业化与产业标准化。主要是海水珍珠产业组织要集团化，产业要设立发展标准，并制定了相应标准（李权昆等，2006；童银洪等，2009）。

(4) 产业制度和产业竞争力。珍珠产业升级的驱动力主要是创新能力和外部价值获取能力，资源优势是澳大利亚和法属波利尼西亚的竞争优势，知识和技术优势是日本和中国香港的优势，需要政府介入海水珍珠产业发展。组织形式是阻碍产业发展的一个重要“瓶颈”，中国南珠产业的发展重点应该放在质量提高、市场拓展和品牌的塑造上（Jean-Pierre Cuif et al., 2008；张高亮等，2007；邓陈茂等，2009；张莉，2008；陈劲等，2008；李飞星，2010，2011，2012，2013，2014）。

总体上，将 GVC 理论用于珍珠产业等地方特色产业发展的研究比较缺乏，结合网络能力理论、产业集群理论和区域品牌理论对中国南珠产业等传统产业进行 GVC 升级研究较为缺乏。

1.2.2 全球价值链研究

自格里芬等（Gereffi et al., 1999）提出全球价值链（Global Value Chain, GVC）概念以来，对 GVC 理论和方法的研究一直是热点，集中在发展中国家的产业、产业集群、企业如何进行 GVC 分工，并在 GVC 中升级，升级路径如何；GVC 治理的方式、治理标准和影响因素，以及对产业和企业升级的影响，发展中国家的产业或企业如何摆脱被治理的格局。

(1) GVC 升级研究：GVC 升级研究集中在升级的表现、升级动力和升级路径上，也是 GVC 理论和价值链分析方法的应用。最著名的是汉弗莱和施密茨（Humphrey and Schmitz, 2002）提出了四种不同层次的升级模式：工艺流程升级、产品升级、功能升级、价值链升级。企业的 GVC 升级应实现价值链链条中生产商的位置升级（Yang Yungkai, 2006；Avdasheva, 2005；项枫，2012），从企业层面对 GVC 升级的研究观点认为全球网络中的知识转移是集群企业能力的重要来源，嵌入 GVC 的企业升级活动包括改善生产能力、发展生产以外的新能力（设计和营销技巧）、多样化目标客户和市场等，集群企业以选择工艺流程和产品升级方式居多（Linden, G. et al., 2009；Lizbeth Navas-Aleman, 2011；田家欣，2007；梅述恩，2007；马述忠，乔勃，2010；龚三

乐, 2007, 2011; 徐玲, 2011; 邱斌等, 2012)。从产业层面的研究倾向认为, 产业网络通过嵌入 GVC 而承担国际分工, 融入全球生产网络从而最大限度地获取产业价值, 推动区域经济发展 (Humphrey, 2003; Stamm, 2004; Timothy, 2005; 张辉, 2004, 2006; 周煜, 2008)。GVC 价值增值需要系列能力, 尤其是外部与内部关系的联盟 (Matthyssens and Vandenbempt, 2008; Windahl and Lakemond, 2006; Moller, 2006; Zerbini, Golfetto, and Gibbert, 2007), OEM 供应商可以通过提高能力升级到一定层级 (Zerbini et al., 2007; Ling-yee Li, 2011), 通过对传统的工艺流程进行技术革新, 也可通过金融支持、物流服务等非价格手段创造服务价值而实现升级 (Matthyssens and Vandenbempt, 2008, 2009; Ponte and Ewert, 2009)。产业集群的升级包括集群的技术创新能力、知识系统和社会资本的升级, 创新网络是产业集群 GVC 升级的动力 (王缉慈, 2004; 梅丽霞, 2005; 刘珂, 2006; 任家华, 2007; 查志强, 2008; 王传宝, 2009; 聂正安, 钟素芳, 2010; Coe et al., 2011; 陈莎莉等, 2013), GVC 上的融合在企业获取知识、增强学习和创新上扮演了一个重要角色 (Carlo Pietrobelli, Roberta Rabellotti, 2011), 集群企业的 GVC 升级依赖于企业的吸收能力, 只有能够消化 GVC 知识管道知识和信息的企业才可以实现升级 (戴维奇、林巧、魏江, 2013), 其中 GVC 中的国外主导者对学习的驱动力也很重要 (Iizuka, 2009; Schmitz and Strambach, 2009)。许多企业同时服务于多条价值链, 而且多链企业比只有全球价值链出口的单链企业有更好的升级前景, 升级是企业能力和多种要素共同作用的结果 (Gary G. Hamilton and Gary Gereffi, 2009; Barrientos S, Gereffi G, and Rossi A, 2010; Lizbeth Navas-Aleman, 2011; Altomonte, C. et al., 2012; 赵佳颖, 2013; 简晓彬, 周敏, 2013), 企业网络能力通过技术能力影响企业产品升级 (宋耘、姚凤、唐秋粮, 2013)。

升级具有层级性, 即升级会沿着工艺—产品—功能—链条升级的路径进行, 随着升级的层次提高, 增加价值的环节主要为品牌等非实体性内容 (Kap-linsky and Morris, 2001), 发展中国家企业升级路径可遵循替代跨国公司产品, 技术跨越, 多重技术领域的嫁接等路径, 借助国内市场的力量来消除突破虏获型 GVC 升级的障碍 (刘志彪, 2007; 毛蕴诗、吴瑶, 2009; 张京红, 2010), OEM 要通过多次升级才能实现 GVC 的攀升 (徐建伟等, 2010; 曹宇、叶红雨, 2011; 崔朋飞等, 2013)。

(2) GVC 治理研究: GVC 治理是指价值链中不同经济活动和不同环节间的非市场化协调,决定了资本、物质、人力资源在链条中的分配与流动,价值链治理成为产业集群升级研究的中心内容 (Gereffi, 1999; Humphrey 等, 2000; Allen, 2003; 项枫, 2012; 陈晓峰等, 2013)。GVC 治理的核心是控制、约束与协调,其治理标准是各种参数或标准 (Humphrey and Schmitz, 2002)。格里芬、汉弗莱、斯特金 (Gereffi, Humphrey, Sturgeon, 2005) 根据复杂性、可编码性和供应商能力三个因素确认了五种基本的 GVC 治理形式: 市场型、模块型、关系型、虏获型、层级型,各种类型的 GVC 因治理结构不同而拥有的权力不同,供应商能力增强有助于推动 GVC 体系结构从层级型和虏获型转移到关系型和模块型、市场型, GVC 治理方式是链中各环节权力不平衡的原因 (Martin Hess, 2008)。强知识产权保护有利于发达国家主导对发展中国家企业的治理,促进发达国家企业创新而不利于发展中国家企业创新技术的利用 (Mondal, Gupta, 2009; 张建忠、刘志彪, 2011)。

(3) GVC 治理对升级的影响: GVC 治理成为研究重点是因为价值链治理结构会对发展中国家的产业升级产生重要影响, GVC 内部呈现价值分配的等级体系特征,技术、品牌等环节通常创造高额价值并决定着 GVC 的治理规则。发展中国家被锁定在利润低而竞争激烈的生产环节,最终导致发达国家与发展中国家存在 GVC 环节利润分配的不均衡和不公平 (Kaplinsky, 2000; Pietrobelli and Rabellotti, 2003)。研究显示 GVC 延伸与治理对发展中国家有利也有弊, GVC 中的主导企业能促进地方中小企业的工艺流程、产品和功能升级 (Gereffi, 1999; UNCTAD, 2006; Yang YungKai, 2006),但嵌入 GVC 的升级会遭到价值链里其他企业的排斥,遭到主导企业的围追堵截,难以突破资本壁垒和知识壁垒 (Gibbon, 2001; Fonseca, 2005; Starosta, 2010a; Lan Hong, 2013; 黄锦华, 2013),中国的企业只能吸收和跟上主导企业的技术,而难以进行技术突破,从而造成了低端锁定 (Blonigen and Ma, 2007; Feenstra and wei, 2010)。GVC 治理方式不同,升级路径也不同,准层级型价值链比较容易获得工艺和产品升级的机会;市场型价值链功能升级的障碍较小;模块型和关系型价值链中,升级条件最为理想 (Schmitz, 2002),虏获型 GVC 难以进行功能升级 (Gibbon, 2008; Giuliani et al., 2005; Schmitz, 2006, 2009; Morrison et al., 2008; Ponte, 2007b, 2009),倾向认为功能升级具有升级优势。文献显示 GVC 治理是集群企业承担国际分工的必经之道,影响集群企业和产业 GVC

升级。

(4) GVC 治理对利益相关者的影响：近年的研究转向 GVC 治理方式对利益相关者的影响，以及和环境的作用，链中企业承担的责任，GVC 治理对经济全球化和生产全球化的影响 (Gibbon et al., 2008; Sturgeon and Gereffi, 2009; Özatagan, 2011)，并且涉及治理方式与经济、环境的相互作用 (Rieple and Singh, 2010; Riisgaard et al., 2010; Kogg, Mont, 2012)，间接的社会标准 (Riisgaard, 2009)，非政府组织在 GVC 治理中发挥重要作用 (Rieple, A., Singh, R., 2010; Franz, 2010)，GVC 的网络治理更加能够保护环境和相关者利益 (Vachon, S., Klassen, R., 2008; Riisgaard et al., 2010; Rogers, E., 2011)，GVC 升级由于劳动力组成不同而具有差异性 (Posthuma A and Nathan D, 2010; Barrientors, Gereffi and Rossi, 2010; Nadvi, 2008, 2011; Coe and Jordus-Lier, 2011; Seth Pipkin, 2011)。GVC 治理方式影响着产业和企业的升级能力和升级前景，全球生产、服务、贸易、消费、投资、创新均受制于 GVC 的延伸及治理方式，GVC 治理方式对发展中国家产业和企业的影响范围扩大到利益相关者和环境，动态的治理权力来自于链内和链外，影响着国家竞争力，跨国公司及其直接投资对全球价值链的影响与日俱增，全球化竞争驱动着价值链的延伸 (Uchida and Inomata, 2009; Narula, 2009; Olivier Cattaneo, Gary Gereffi and Cornelia Staritz, 2010; Gammeltoft, Barnard and Madhok, 2010; Patel-Campillo, 2011; Pavida Pananond, 2011; Gary Gereffi, 2011; Berthelon, 2011; Koen De Backer et al., 2012; Andrea Beltramello et al., 2012; Nhung Tran, 2013; Jeffrey Neilson et al., 2014; 张咏华, 2012; 张宏等, 2013; 童剑锋, 2013)，GVC 理论不断得到完善。文献显示全球价值链治理是集群企业承担国际分工的必经之道，影响集群企业和产业全球价值链升级，全球化下的企业管理不能不考虑全球价值链治理和全球价值链升级。

(5) GVC 研究的新动向：2011 年，世界贸易总干事拉米提出了“世界制造倡议”，呼吁推进全球价值链研究，以贸易增加值统计来弥补传统边境贸易统计的缺陷。2013 年 1 月 16 日，经合组织与世贸组织举行发布会，联合启动新增值贸易数据库，但还没有形成统一的标准，贸易增加值衡量是全球价值链延伸结果的准确衡量。在经济全球化趋势下，市场、原料、资金、技术、创意、管理和人才等资源在世界各国之间频繁地相互交换，共同组建由全球价值链连接的世界性产品，对全球价值链的研究与国际贸易统计改革紧密结合在一