

# 外资代工模式与 本土企业升级



石奇 孔群喜等 / 著

金融危机本身只是代工企业发展困境显现的催化剂，其深层原因在于，参与国际分工的代工企业的依附型产业格局致使其缺乏产业升级能力。代工企业在国际市场上对全球产业链控制者本质上的依赖、制度成本和交易成本高昂以及企业自我成长机制的缺失，是制约代工企业内需市场发展的外部和内部因素。



# 外资代工模式与 本土企业升级



石奇 孔群喜等 / 著

金融危机本身只是代工企业发展困境显现的催化剂，其深层原因在于，参与国际分工的代工企业的依附型产业格局致使其缺乏产业升级能力。代工企业在国际市场上对全球产业链控制者本质上的依赖、制度成本和交易成本高昂以及企业自我成长机制的缺失，是制约代工企业内需市场发展的外部和内部因素。



## 图书在版编目 (CIP) 数据

外资代工模式与本土企业升级 / 石奇, 孔群喜等著.

—北京: 经济科学出版社, 2013. 7

(长三角经济研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 3595 - 4

I. ①外… II. ①石…②孔… III. ①长江三角洲 - 对外贸易 - 加工企业 - 企业管理 - 研究 IV. ①F279. 275

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 155239 号

责任编辑: 齐伟娜 沙超英

责任校对: 杨 海

责任印制: 李 鹏

## 外资代工模式与本土企业升级

石 奇 孔群喜 等著

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: 88191217 发行部电话: 88191540

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>

北京欣舒印务有限公司印装

710 × 1000 16 开 18.25 印张 340000 字

2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 3595 - 4 定价: 39.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

# 前言

贸易的一体化和生产的非一体化构成了经济全球化的突出特点：跨国公司加强对具备高附加值特征的产业部门的集中控制，而将低附加值的生产环节转移到发展中国家和地区，从而形成 U 形的全球价值链。

凭借区位优势、优越的人力资源禀赋以及出口导向型战略，长三角地区内大量企业与发达国家的跨国公司之间形成了紧密的代工关系，诸如为跨国公司进行贴牌加工、承接生产订单进行产品制造、利用专利技术授权进行产品生产等形式的国际代工，成为推动长三角产业发展和经济增长的动力。这一过程开始于 20 世纪 80 年代中后期，当时来自我国台湾等地区的传统制造业和电子产业开始较大规模地向大陆沿海地区转移，其生产方式主要是投资办厂和贴牌生产相结合，产业以 IT 和家电制造为主。台资主导下的代工产业早期主要集中于珠三角，并以简单的电子零配件加工和 IT 产品组装为主。随着大规模台资的进入，代工产业进一步从珠三角向长三角扩散，并在长三角快速形成大规模的生产集群，出现了以台资 IT 成套设备代工生产为主的加工制造业基地。同一时期，来自日本、韩国的制造业也开始向长三角地区转移。90 年代前期，欧美发达国家制造业的转移掀起了更大规模的国际产业转移和代工热潮，涉及的产业包括电子和电信设备制造业、交通运输设备制造业、化学原料及机电制造业等劳动密集型与资本、技术密集型并重的产业，转入地也主要集中于长三角地区。

长三角地区出口导向型代工产业的演进经历了由劳动密集型产业到劳动密集型和资本、技术密集型产业并重，由单纯的制造业向生产服务业蔓延的过程。但无论是以简单加工技术为主的组装制造，还是后来的生产技术水平较高的贴牌生产，长三角地区的多数制造业一直采取代工模式。

长三角地区以代工为主导的产业发展模式呈现出出口导向型特征和依附型特征。出口导向型特征意味着作为生产方的长三角代工企业只承担产品的制造环节，而在产业链中具备高附加值的研发、设计等环节全部由发达国家跨国公司占据，产品的生产呈现“两头在外”的特点。依附型特征主要表现为：一方面，依附产业链上游对生产者驱动的供给终端；另一方面，依附产业链下游对购买者

驱动的需求终端。出口导向型特征和依附型特征之间相互作用、相互影响,表现为:一方面,出口导向策略进一步强化了代工企业对产业链上、下游的依附性;另一方面,由于代工企业对国外跨国公司和国际市场的依赖性不断加深,代工企业在产业链中的控制能力不断弱化,又反过来强化了对出口导向的路径依赖。其后果是,代工企业在国际市场和国际贸易中逐步失去竞争力,同时也影响了国内市场需求的扩大,形成恶性循环。

2008年金融危机对长三角地区外向型企业造成了较大的影响。金融危机过后,众多以加工贸易为主的长三角代工企业在面对外部市场萎缩、内部资金链断裂的多重压力下纷纷停产、倒闭。从表面上看,长三角代工企业遇到发展困境的最直接原因是金融危机造成的国际市场需求急剧下降。在这种形势下,出口依赖程度较高的国家的经济增长和工商业生产会受到比较大的外部冲击。出口导向的代工企业得以生存和发展的前提条件是充足的国际商品市场订单,金融危机造成的国际市场需求萎缩从生产者驱动和购买者驱动两个终端制约了依靠出口代工而生存的企业的发展。在国际市场需求急剧萎缩的局面下,长三角多数代工企业在短期内无法实现向国内市场转向,造成了大量中小代工企业纷纷面临关门歇业的局面,甚至部分大企业也没能幸免。然而人们普遍认识到,金融危机本身只是代工企业发展困境显现的“催化剂”,其深层原因在于,参与国际分工的代工企业的依附型产业格局致使其缺乏产业升级能力。具体而言,代工企业一方面在国际市场上对全球产业链控制者有着本质上的依赖,另一方面也无力开拓可生存的内需市场,而制度成本、交易成本高昂以及企业自我成长机制的缺失,是制约代工企业内需市场发展的外部和内部因素。

企业升级一方面由科技进步、社会发展推动,另一方面由需求推动。就当前我国经济发展的阶段性任务而言,国际代工模式下企业升级问题的内涵应该包括以下内容:

(1) 通过政策实施促进长三角本土企业升级。实施相关产业的振兴规划可以通过产业关联效应带动内需市场扩大,本土代工企业能够在新的内需市场中发掘潜力,创造需求市场。

(2) 代工企业要结合自身条件细化市场、开发产品。我国已经进入自主性经济增长阶段,即经济增长动力源于居民消费结构升级的阶段。在自主性增长条件下,居民可支配收入中消费开支的绝对量增长,投资类消费比重上升,企业一方面要推进品质优良、价格适中的自主品牌快速进入市场,另一方面要创新经营模式。

(3) 代工企业要以市场为导向实施创新驱动战略。外资代工模式下本土企业长期引进、模仿国外先进技术,产生了依赖性,弱化了自主创新能力。对此,

一方面要通过参与产品内的国际分工体系，在畅通的技术转移和溢出通道中继续引进和采用国际先进技术；另一方面要进一步加大投入，加强对引进技术的消化吸收，实施创新驱动战略，推进自主创新。

本书是我主持的教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“长三角地区外资代工模式下本土企业升级问题研究”（08JJD790139）系列成果的总结。参与课题研究和本书写作的人员包括孔群喜、杨向阳、张继良、卢靖、马伟伟、万兴等。

石 奇

2013年5月

# 目

# 录

## Contents

### 第一篇 总 论

#### 第1章 外资代工增长模式概要 / 3

##### 第1节 外资代工的界定与特征 / 3

##### 第2节 长三角地区外资代工增长模式的形成、发展与贡献 / 10

##### 第3节 外资代工增长模式的局限性 / 23

#### 第2章 外资代工模式下的本土企业升级问题 / 29

##### 第1节 本土企业和本土企业升级 / 29

##### 第2节 企业升级问题的理论研究 / 39

##### 第3节 研究设计 / 47

### 第二篇 本土企业升级是当前经济发展阶段的特定任务

#### 第3章 驱动经济增长的新的需求结构已经形成 / 53

##### 第1节 需求结构影响经济增长的理论分析 / 54

##### 第2节 驱动经济增长的新的需求结构变化：特征性事实 / 59

##### 第3节 典型国家经验分析 / 68

## 第4章 基于要素供给条件变化的产业发展成本研究

——以“外资代工模式”的长三角制造业为例 / 73

第1节 研究框架 / 73

第2节 计量模型的构建 / 77

第3节 长三角两省一市制造业产业发展成本的定量分析 / 78

第4节 结论 / 85

## 第5章 技术进步与分工深化推动附加价值来源转化 / 87

第1节 理论及文献述评 / 88

第2节 附加价值来源转化及其动因 / 94

第3节 附加价值来源转化的机理 / 102

第4节 附加价值来源转化的实证分析 / 110

# 第三篇 本土企业升级是经济发展内外部环境的特定要求

## 第6章 本土企业升级的内部与外部环境分析 / 121

第1节 国内市场环境对本土企业升级的影响 / 121

第2节 国际市场对本土企业升级的影响 / 126

## 第7章 新技术革命下中国高技术产业的升级困境 / 135

第1节 高技术产业发展的相关研究 / 135

第2节 中国高技术产业的现状 / 139

第3节 实证分析 / 144

第4节 政策与建议 / 148

# 第四篇 本土企业升级的困境及其特征

## 第8章 本土企业升级困境及原因分析 / 153

第1节 本土企业升级困境的特征 / 153

第2节 本土企业升级困境的原因分析 / 156

第3节 长三角地区创新网络的实证分析 / 162

## 第五篇 本土企业升级的对策研究

### 第9章 企业升级内部动力研究

——坚持创新驱动 / 175

第1节 管理创新,提升企业管理效率 / 175

第2节 技术创新,增强企业核心实力 / 181

第3节 知识管理,提高企业经营“智商” / 186

### 第10章 企业成长方式转变的途径研究

——调整经营模式 / 194

第1节 细分市场,使企业“与众不同” / 194

第2节 商业模式创新,为企业升级“广开门路” / 199

### 第11章 本土企业融入价值链核心层次的途径探究

——深化参与国际分工程度 / 212

第1节 继续学习跨国公司相关经验与技术,增强创新能力 / 212

第2节 发展自主品牌,实现核心能力动态转变 / 220

第3节 转变参与国际分工方式,向价值链高端环节攀升 / 224

### 第12章 本土企业升级的思路和着力点 / 229

第1节 本土企业升级面临的新形势 / 229

第2节 本土企业升级存在的主要问题 / 233

第3节 本土企业升级的基本思路 / 236

第4节 本土企业升级的着力点 / 238

### 第13章 本土企业升级的对策措施研究 / 245

第1节 本土企业升级的路径选择 / 245

第2节 本土企业升级的公共政策选择 / 248

第3节 本土企业升级的财政支持措施 / 250

第4节 本土企业升级的产业发展模式 / 251

第5节 本土企业升级的企业经营战略 / 252

## 第六篇 本土企业升级的测度、延伸研究

第14章 外资代工模式主导下的本土企业升级评价研究 / 257

第1节 评价的必要性 / 257

第2节 评价指标体系的特点、设计及来源 / 258

第3节 评价指标体系 / 260

第4节 指标说明 / 262

第5节 评价方法及应用 / 270

参考文献 / 274

# 第一篇

## 总 论



# 第



## 章 外资代工增长模式概要

---

### 第 1 节 外资代工的界定与特征

#### (一) 外资代工的界定、理论基础与产生背景

##### 1. 外资代工的界定与分类

代工，即代为生产，就是由初始设备制造商来生产，再贴上其他公司的品牌来销售，因此也称为贴牌生产。依据制度经济学观点，企业产生的原因在于组织内部的交易效率高于中间产品的市场交易效率。然而，伴随着现代经济和以互联网、信息技术为代表的新技术的发展，全球范围内市场的拓展，以及中间品市场效率的不断提高，逐渐出现中间品市场交易的效率高于内部分工交易效率的情形。中间品交易不再依靠传统意义上的企业内部交易，而是通过外包以市场形式完成。因此，便出现了承接跨国企业外包业务并专注于制造环节产生的综合优势的代工企业。刘景江（2003）则进一步对代工生产的类型进行了如下的划分：OEM 模式、ODM 模式、DMS 模式和 EMS 模式。

OEM 模式是我国企业应用最为普遍的一种贴牌模式。在此生产模式下，委托方拥有自己的品牌或技术，或者拥有自己的市场，而被委托方则具有规模生产和低成本的优势。被委托方按照指定要求为委托方生产产品，通常被委托方没有自己的产品品牌，或具有自己的品牌而在产品上不贴自己的商标，而是贴上委托方的商标。该种模式起源于英国的马狮公司，后来风靡全球，受到几乎所有全球性大公司的青睐，并且随着各种新兴行业的崛起，OEM 这种生产方式不仅在服

装业,同时在 IT、家电、汽车配件、玩具和日化等行业都获得了巨大的发展,成为现代经济组织的基本方式之一。

ODM 模式,即原始设计制造商,是指某些制造商设计出产品后,会被别的企业看中,要求配上该企业自己的品牌名称来生产、销售,或者做一些小的设计上的改动进行生产,并且以自己的品牌来销售,这样做的最大的好处是后者减少了自己的研发时间。在该种模式下,品牌厂商自行设计开发,拥有自主知识产权,委托代工厂商定牌生产产品主体或全部由品牌厂商根据市场需求作最后配置和最后组装并销售,目前少数国际品牌的部分产品采用的就是这种模式。

DMS 模式是指品牌厂商提出产品诉求和规格、外形设计要求,由代工厂商设计并定牌生产产品的全部或主体,再由品牌厂商根据市场需求作最后配置和最后组装并销售的模式,品牌厂商拥有部分知识产权。由此可知,与 ODM 模式相比,DMS 模式离产品的核心价值更进一步。

EMS 模式在 IT 行业中称为电子制造服务,指制造商为品牌厂商提供产品的研发设计、生产组装、工程建设、体系建设和物流等纵向价值链整合的外包模式,而品牌厂商只需要定义产品规格、开拓产品市场和广告即可。与前三种代工模式相比,EMS 模式强调品牌厂商给出原理和外形设计,委托代工厂商完成产品的工程设计并制造主体部分或产品的全部,再由品牌厂商根据市场需求作最后配置和最后组装并销售,品牌厂商拥有部分知识产权。

## 2. 外资代工的理论基础

### (1) 资源基础观理论

彭罗斯(Penrose, 1956)认为,企业是资源的集合,企业的扩张取决于内部资源和外部环境的相互作用,强调富有生产力的资源,尤其是管理层的作用,并且内部管理资源的性质与可得性限制了企业在某个时点上扩张的方向和程度。按照资源基础观,企业不同时期绩效的差异是由它们独特的资源和能力的组合引起的,并非由行业的结构特征所致,并且这种资源与能力上的差异导致了企业战略选择上的差异。因此,一部分企业根据自身的资源与能力成为专注于研发、市场运作和品牌推广的品牌厂商,而另一部分企业则集中于制造环节,成为品牌厂商的供应商。

### (2) 核心能力理论

普拉哈拉德和哈梅尔(Prahalad & Hamel, 1990)提出核心能力是“使得商业个体能够迅速适应变化环境的技术和生产技能”,是“组织中的累积性学识,特别是运用企业资源的独特能力”。在此基础上,他们提出检验一项资源或者能力是否为核心能力的三个条件——扩展性、价值贡献性和难以模仿性,认为追求

长期发展的企业,应当通过集中资源发展核心能力,并利用其生产出与众不同的核心产品。因此,产品市场份额优势不能够代表企业拥有核心竞争能力,核心产品的份额才是核心竞争力的标志。

### (3) 动态能力理论

蒂斯等(Teece et al., 1994)认为,动态能力是企业整合、建立以及重构企业内外能力以便适应快速变化的环境的能力。该理论认为,为适应不断变化的市场环境,企业必须不断更新自身的竞争能力作为市场机制的补充。其逻辑思维是,企业在外环境分析的基础上,发现和定义新的机遇,并制定出相应的战略,选择暂时的、不连续的伙伴来完成特定战略,通过合作竞争,取得新的竞争优势,在完成预定的战略后解散现有的合作,再回到起点去寻找新的创新机遇。企业动态能力演化的一个重要结果就是企业之间、个体之间的转移,企业通过转移实现了动态能力的扩展,而企业动态能力的扩展和渗透,则进一步强化了企业原有的动态能力,这样一个正向促进的过程加强了企业的学习能力和适应环境变化的能力。

### (4) 价值链理论

迈克尔·波特(Michael Porter, 1985)认为,每一个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体。企业的价值创造是通过一系列活动构成的,这些活动可分为基本活动和辅助活动两类,基本活动包括内部后勤、生产作业、外部后勤、市场和销售、服务等;而辅助活动则包括采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施等。这些互不相同但又相互关联的生产经营活动,构成了一个创造价值的动态过程,即价值链。基于价值链的构想,波特认为,在一个企业众多的“价值活动”中,并不是每一个环节都创造价值。企业所创造的价值,实际上来自企业价值链上的某些特定的价值活动,这些真正创造价值的经营活动,就是企业价值链的战略环节。因此,企业与企业的竞争,不只是某个环节的竞争,而是整个价值链的竞争,整个价值链的综合竞争力决定了企业的竞争力。企业真正能够长期保持的优势,是企业在这些战略价值环节上的优势,是企业真正控制了能够带来优势的关键环节,从而掌握了整条价值链的优势来源。代工模式下价值链上的企业双方结成合作伙伴关系,有利于价值创造与实现,能提高业务运作的效率和降低市场风险。

## 3. 外资代工模式产生的背景

OEM模式作为国际化的一种方式,是经济全球化的产物。在20世纪70年代以前,跨国经营的主体是以欧美大企业为代表的跨国公司,经营方式是将自有品牌扩展到其他国家和地区。进入80年代,经济全球化日益发展,国际产业分

工日益细化,以互联网、信息技术为代表的新技术的发展提高了中间品市场交易效率,降低了中间品交易成本,外包生产方式在欧美等发达国家逐步走上前台。与此对应,一批发展中国家的后发企业开始以 OEM 方式主动承接跨国企业业务,参与国际化经营,不断融入全球价值链网络和国际化分工体系。以 OEM 方式参与国际化经营,是后发企业的现实选择。后发企业通过采取代工生产方式,不仅能够充分发挥生产制造环节的竞争优势,同时可以避免在产品的设计、研发和品牌营销环节等的竞争劣势。

此外,根据资源基础观理论,企业的战略选择取决于其资源与能力。在经济全球化的背景下,跨国公司和国际品牌的优势资源与核心能力主要集中在研发、品牌和营销领域,而逐步放弃了附加价值较低的制造环节;发展中国家的制造企业立足于产品的生产制造环节,充分利用其所在国的劳动力成本优势和资源优势,不断提升代工生产的能力,在一定程度上与跨国公司和国际品牌形成了一种分工明确的代工关系。

## (二) 我国外资代工企业发展历程

代工生产方式从 20 世纪 80 年代落户中国至今,按照其发展规模和利润增长幅度划分,大致经历了三个阶段。

第一阶段是 20 世纪 80 年代初期到 80 年代中期。这一时期发达国家相继出现了国内生产成本日益提高,产品利润越来越低,经济发展速度越来越慢的状况。发达国家的很多跨国公司开始寻求进一步降低成本,提高利润的策略。而此时处于改革开放初期阶段的中国,无论是劳动力成本还是产品生产的原材料价格在国际上都具有较大的优势,具备了从事代工生产方式的基本条件。但是在这个阶段,中国内地真正意义上能够为发达国家的知名企业提供国际代工服务的生产性企业并不多,即使是具备代工条件的生产性企业,大部分对于这种新兴的生产方式也是持一种观望和怀疑的态度。同时,我国相关的政策制定部门也未能够及时的根据市场发展和全球经济的发展趋势进行相关政策的制定和执行,因此,代工生产方式在这个时期发展较为缓慢。但总的来说,在这个阶段里,我国沿海地区少数从事代工生产方式的企业的利润相对较高,而代工企业与知名企业的合作也在很大程度上推动了双方在各自领域的发展规模和速度。

第二阶段是 20 世纪 80 年代中期到 90 年代中期。经过近 10 年的发展,我国的生产性企业与国外知名品牌的合作无论从项目内容、规模,还是从产品的品种、技术要求等方面,都达到了一个较高的水平。一方面,最初涉及代工领域的少数生产性企业,不仅自身规模得到了扩充,并且其为知名品牌代工的业务种类、合作企业的数量和知名度等方面都有了长足的进步。这些企业在从事代工生

产方式的过程中积累了大量的资本,并通过和知名品牌的合作汲取了有益的管理经验、研发技术等,进一步扩大了生产规模,降低了代工的成本。同时,它们也开始逐步立足于自身的优势在更大的范围内主动寻找知名企业和知名品牌,并且这批生产性企业在代工的过程中也逐渐认识到品牌管理的重要性,培养了一定的品牌意识。另一方面,随着代工生产方式的优势和前景为越来越多的生产性企业所认识,在这个阶段也有许多新加入的生产性企业从事代工生产。这些新加入的生产性企业的特点是规模小、业务种类杂、订单面较广,由于生产规模限制,这类企业的合作伙伴往往定位在国外知名度中等或知名度较低的企业品牌,而它们之间的合作关系与第一阶段发展起来的代工企业与国际知名品牌之间的合作关系相比稳定性较差,且利润方面也相去甚远。从整个行业的角度来看,这个阶段的利润率由于小型生产性企业的步入降低趋势较为明显。

第三阶段是20世纪90年代中期至今。此时,无论是在其他的发展中国家和地区,还是在我国,代工生产方式都是在经历了长期的摸索和论证后日趋走向成熟,而代工生产方式的本身也开始呈现出重视品牌管理的趋势,从OEM模式不断地衍生出了ODM模式、DMS模式和EMS模式。但从承接代工业务的生产性企业来看,国内的代工企业两极分化趋势难以逆转。少部分大型的代工生产企业不仅逐步融入全球价值链的体系当中,专注于供应链的生产性环节,并在其中充当重要环节和核心部分,而且走向了自主品牌的创建之路,充分地利用了长期代工过程中积累的生产经验和管理技术,规模经济和范围经济非常突出,代工的业务水平不断提高,与世界知名品牌和知名企业的关系日益密切。而绝大多数的代工生产企业依旧维持在较低水平的加工制造环节,不仅技术水平落后,管理经验贫乏,而且缺乏稳定的业务来源,产品的附加值极低,根本没有品牌维护的意识。更为严重的是,这类企业中有相当数量的企业属于家庭作坊形式,承接的加工业务也是五花八门,难以形成规模经济性,一旦发生质量问题,更难以得到法律的保护。从这个阶段来看,如何提高小型代工企业的业务水平成为我国代工业务发展的当务之急。

### (三) 外资代工的现实经济意义与发展趋势

#### 1. 外资代工生产方式的现实经济意义

改革开放以来,我国发挥劳动力资源比较优势参与世界经济分工,鼓励加工贸易的发展,使我国的轻工业体系建设得到加强,特别是东部地区成为我国加工贸易的重要区域。以丰富劳动力资源吸引跨国公司资本和技术,不仅扩大了劳动力的就业,促进了传统产业生产能力的提升,而且资本和技术的“溢出效应”