

何炜 ● 著

基于全球价值链的 我国轿车企业 升级研究



江西高校出版社

JIANGXI UNIVERSITIES AND COLLEGES PRESS

本专著获得国家自然科学基金项目（71361013、71163014）资助

基于全球价值链的
我国轿车企业
升级研究



何炜 著



江西高校出版社

JIANGXI UNIVERSITIES AND COLLEGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

基于全球价值链的我国轿车企业升级研究/何炜著.
—南昌:江西高校出版社,2013.11
ISBN 978-7-5493-2185-8

I. ①基... II. ①何... III. ①轿车工业-工业企业
管理-研究-中国 IV. ①F426.471

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第264554号

出版发行	江西高校出版社
社 址	江西省南昌市洪都北大道96号
邮 政 编 码	330046
总编室电话	(0791) 88504319
销 售 电 话	(0791) 88513417
网 址	www.juacp.com
印 刷	天津市天办行通数码印刷有限公司
照 排	江西太元科技有限公司照排部
经 销	各地新华书店
开 本	890mm×1240mm 1/32
印 张	5.875
字 数	200千字
版 次	2013年11月第1版第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5493-2185-8
定 价	28.00元

赣版权登字-07-2013-563

版权所有 侵权必究

目 录

1	导论	/1
1.1	研究背景和意义	/1
1.1.1	研究背景	/1
1.1.2	研究意义	/2
1.2	研究对象的界定	/3
1.3	文献综述	/6
1.4	研究思路与方法	/11
1.5	创新之处	/13
2	基础理论回顾	/15
2.1	全球价值链基本理论简述	/15
2.1.1	全球价值链的概念与特征	/15
2.1.2	全球价值链治理理论	/17
2.1.3	全球价值链驱动力理论	/21
2.1.4	全球价值链治理者理论	/24
2.1.5	全球价值链产业集群理论	/27
2.2	企业升级基本理论简述	/29
2.2.1	企业升级的资源理论	/29
2.2.2	企业升级的创新理论	/32
2.2.3	企业升级的竞争战略理论	/34
2.2.4	企业升级的全球价值链理论	/36

3	基于全球价值链的我国轿车企业升级理论分析	40
3.1	基于全球价值链的我国轿车企业升级理论分析框架	40
3.2	我国轿车企业升级中一般环境作用分析	41
3.2.1	市场需求因素	41
3.2.2	技术进步因素	43
3.2.3	政策因素	46
3.3	我国轿车企业升级内部作用分析——通过获取创新能力达到升级	50
3.3.1	企业能力增长是企业升级的内在表现	50
3.3.2	知识创新是企业创新的核心	52
3.3.3	知识创新是企业能力增长的动力	54
3.4	我国轿车企业升级外部全球价值链作用分析——通过获取价值达到升级	62
3.4.1	治理结构对企业升级的影响	62
3.4.2	集聚效应对企业升级的影响	66
4	基于全球价值链的我国轿车企业升级实证分析	71
4.1	轿车产业全球价值链及我国所处的位置	71
4.1.1	轿车产业全球价值链	71
4.1.2	我国轿车企业在全价值链中的位置	72
4.2	企业升级的表现	77
4.2.1	企业核心能力提升	77
4.2.2	价值链地位的提升	80
4.3	我国汽车企业升级的整体实证分析	83
4.3.1	工作假设	83
4.3.2	变量选取	84
4.3.3	数据的来源和处理	88
4.3.4	模型的构建和结果	90
4.4	我国汽车企业升级的个体实证分析	93
4.4.1	研究方法	93
4.4.2	指标选取	94
4.4.3	数据处理和结果	96

4.4.4	结果分析	/99
5	海外轿车企业升级经验分析	/102
5.1	海外轿车企业升级历程	/102
5.1.1	通用汽车的升级历程	/102
5.1.2	丰田汽车的升级历程	/104
5.1.3	大众汽车的升级历程	/106
5.1.4	现代汽车的升级历程	/108
5.2	海外轿车企业升级经验分析	/110
6	基于全球价值链的我国轿车企业升级路径	/116
6.1	基于全球价值链我国轿车企业升级理论分析框架的启示	/116
6.2	基于全球价值链我国轿车企业升级路径	/121
6.2.1	沿着先增强核心能力再提升全球价值链地位路径升级	/122
6.2.2	沿着先获取全球价值链领导地位再增强核心能力路径升级	/134
6.3	企业升级路径的选择与配套政策体系	/139
6.3.1	企业升级路径的选择	/139
6.3.2	企业升级的配套政策体系	/142
7	结束语	/145
	参考文献	/149
	附录	/165
	致谢	/181

1 导论

1.1 研究背景和意义

1.1.1 研究背景

二战后由于越来越大的竞争压力,以美国为代表的发达国家逐渐开始进行产业结构的调整,这在上世纪 80 年代达到高峰。伴随着国际分工的深化,产品的价值创造体系开始在全球范围内进行调整,出现垂直分离和整合的趋势。产品价值链创造体系的再构导致不同的价值环节被重组到全世界不同的空间地方,从而形成了全球价值链。在这同时,在发现实施“进口替代”战略而收效不佳时,中国决定实行对外开放的改革政策,开始了逐渐融入世界经济体系艰难而漫长的尝试。在参与国际分工合作过程中,以制造业为代表的中国通过发挥比较优势,获得了不断的发展壮大,具有了相当的规模,成为名副其实的“制造大国”。世界各国都在通过不同的方式、在不同程度上参与、分享着中国经济的发展成果。然而,更进一步思考,我们就会发现,我国对外贸易的增长主要还是得益于以 FDI 企业为主的加工贸易的发展,我国制造企业无论从自主品牌还是核心技术或者是营销渠道等核心方面都缺乏竞争力。我国生产的产品无论从产品的附加值增值角度还是从技术知识的含量方面都处于全球价值链价值创造和分配的低端,受到处于价值链领导地位的跨国公司的强大控制。可以说,我国制造业水平在国际上仍然在全球价值链的低水平徘徊,离成为“制造强国”还有很长一段距离。另外,随着近几十年经济的发展,过去曾经支撑我国经济增长的基础性要素正在悄悄地和已经发生着实质性的变化。这导致我国原有的比较优势正在逐渐地丧失。对于已处于全球价值链中低端价值环节的我国制造企业而言,这意味着进一步的发展将遭遇到更大的瓶颈约束,所能获得的发

展空间不断的萎缩。

融入全球价值链的我国轿车企业同样也面临着这一问题。生存还是死亡是我国轿车企业所要进行的深刻思考。综观世界其他轿车企业,由于他们选择了不同的发展升级路径,从而使这些国家的轿车产业在融入全球经济的过程中表现出不同的生命力。有的企业在嵌入全球价值链后始终处于低端环节。由于价值创造能力有限,价值保留能力缺乏,在全球价值链中处于被动受制的地位,升级受到多方面因素和壁垒的限制。有的企业则充分利用嵌入全球价值链的发展机遇,进行自主发展,逐渐占领全球价值链的战略环节,实现了企业甚至产业的升级。随着全球化生产和贸易的不断深入,全球轿车价值链正在发生着重组和整合,大型的跨国汽车公司将生产环节进行全球范围内的转移并纷纷到我国来投资。这给我国这样一个发展中国家和轿车产业的后起国家的企业带来了前所未有的发展机遇。因此,在这样的大背景下,促使我们认真思考我国轿车企业的升级问题,从而提升其在全球价值链中的位置,进一步增强该产业的竞争优势,保证国民经济的持续健康发展。

1.1.2 研究意义

理论意义:以往全球价值链的研究主要集中于购买者驱动型全球价值链,如纺织、服装等产业,对于生产者驱动型全球价值链的研究还很不充分。本书通过对全球轿车价值链中我国轿车企业的升级进行研究,从选题上对生产者驱动型的全球价值链的研究是一个补充。另外,本书重点就全球价值链下我国轿车企业的升级机理进行分析,得出一个理论分析框架,并用实际的数据支持了该分析框架。在此框架下,提出了具体的升级路径。通过系统的构建升级理论分析框架和设计升级路径,在理论上丰富了汽车全球价值链理论,形成一个较为完整的分析理解该产业内企业发展态势的理论体系。

实践意义:改革开放二十多年来,中国充分利用基于要素的比较优势,大力引进外资,发展出口加工产业,经济绩效令世人称赞。然而,依赖于大量低劳动力价格的、以劳动密集型加工业为主的传统粗放式经济增长模式,在全球价值链分工体系中正处于越来越不利的地位,增长的负面效应越来越大,迫切需要经济增长方式的转变。作

为技术密集型和资本密集型产业—轿车产业成为我们大力发展的对象。要实现产业的飞跃式发展,必须依赖于其中的企业在全球价值链中由低附加值环节向高附加值环节以及由非战略环节向战略控制环节的提升。在这过程中,如何正确判断自己的企业优势;如何积极有效地嵌入全球价值链,提升在全球价值链体系中的位置;如何寻求新的发展出路,更好地参与国际竞争实现企业的升级都是我国快速发展中的轿车企业期待解决的问题。本书通过构建升级理论框架和实证分析,以及有针对性提出升级路径,为我国轿车企业嵌入全球价值链、应对国际竞争和挑战进而带动我国汽车产业甚至整体经济的发展提供了可借鉴的经验。

1.2 研究对象的界定

企业升级是个与产业升级、产业集群升级很易混淆的概念。在许多文章中,有很多学者将这三个词互换使用。这主要是因为他们将这三个词视同为一个概念,即均为全球价值链下的升级,均指过程升级、产品升级、功能升级和链条升级(Kaplinsky and Morris, 2001; Humphrey and Schmitz, 2002)。然而,通过比较分析,我们会发现这三者在内涵上还是存在一定的差异的。辨析这三个词的含义,能够帮助我们更准确的把握我们将要研究的主题。

我国对全球价值链下企业升级的研究是建立在国外学者先前的研究基础之上的。最早在 90 年代国外学者 Gereffi 将升级引入全球价值链分析框架中,使用的是“产业升级”这一概念。在之后的分析中,又有代表性学者提出“产业集群升级”这一概念(Humphrey and Schmitz, 2002)。更多讨论这个问题的学者则是使用“升级”这一个词(Kaplinsky and Morris, 2001; Tokatli and Eldener, 2004; Yang YungKai, 2006),而这其中“企业升级”并未被直接提及。“企业升级”是国内学者根据自身写作的内容和落脚点所自创的一个概念。在这些文章中,无论是“产业升级”还是“产业集群升级”,“升级”还是在其基础上自创的“企业升级”,都是指一个经济体从较低的经营状态向更高的经营状态转变的过程(Gereffi and Tam, 1998; Gereffi,

1999; Humphrey and Schimtz, 2000; Gereffi et al, 2001; Kaplinsky and Morris, 2001; Humphrey and Schimtz, 2002; Ernst and Kim, 2001; Ernst, 2003; Adasheva et al, 2005; Yang YungKai, 2006), 往往都被认为经历了过程、产品、功能和链条四个阶段的升级。也许正是因为这一缘故, 可以解释为何这几个名词容易被混淆。但通过国内学者在运用这些概念进行研究时的研究对象和研究内容, 我们还是会发现这些概念间的差别, 而这些差别还会带来最终研究走向的不同。

就产业升级而言, 传统的、我们谈到的产业升级主要指的是宏观的产业结构升级或产业间升级。具体地说, 主要是指产业结构从低级向高级状态逐渐演进, 由高新技术、高附加值产业代替低技术水平、低附加值产业。它不仅体现在产值比重和劳动力比重的演变上, 也体现在技术结构、产品结构等方面的演变上。第一、二、三产业之间产值构成和劳动力构成的变化, 就是产业结构转换和升级的外部反映。然而, 随着全球经济一体化进程的深化, 产品的生产随着价值链的延伸而扩展至多国, 呈现离散趋势, 国际分工逐渐从产间分工向产业内产品内分工转变。全球价值链正是研究现代新型国际分工的一个有用的工具。因此, 用全球价值链这一分析框架来分析的产业升级, 更多地强调的是微观的、产业内升级。具体的说, 研究产业内升级有两个着眼点。一是围绕产业集群来谈全球价值链下地方产业的升级。作为当代区域经济和产业发展的主要模式, 产业集群正成为学者们研究的热门话题。关于产业集群升级的研究, 早已有学者从创新、制度等视角进行(马中东, 2009)。然而之前的大多数研究主要从产业集群的内部找其升级的动力和原因。随着全球价值链的引入, 有学者从产业集群的外部资源、跨境联系、价值链分工等方面来研究产业集群的升级问题。这里产业集群升级机理主要从集群内部和外部两方面的活动可以得到解释。一方面通过群内企业间组织化程度的提高, 加强企业与其他机构的合作和联系, 另一方面通过集群与外部的联系, 嵌入全球价值链, 从而不断增强集群的整体竞争力, 增加获取价值增值能力, 达到具有阶段性特点和可持续性发展的

目的^①。另一个着眼点则是从地方企业的微观角度来分析产业内企业的升级。这是比产业集群更微观的一个角度,其逻辑性在于产业素质的提高依赖于其内部企业素质的提高,强调的是地方企业在全球价值链分工中由低级向高级、由低劳动生产率向高劳动生产率、由低附加值向高附加值、由劳动密集型向资本、技术密集型的发展变化过程。分析问题的着眼点的变化要求我们转换研究的视角,更多地从企业行为、经营理念、经营模式等方面进行分析。其具体的研究内容将在后面加以剖析。可见,产业集群升级和企业升级是产业升级的两个不同的研究视角,各自有着具体的研究内容。在研究中,应注意加以区别。

对企业升级的研究,以前的研究几近为零,最近几年随着国内学者关注增多,出现了一些相关文献(黄永明、何伟和聂鸣,2006;罗陈、任家华,2007;陈菲琼、王丹霞,2007;戴勇,2009;王晓波,2009;毛蕴诗、吴瑶,2009;叶华光,2009;龚三乐,2009),这其中主要以毛蕴诗、龚三乐为代表。然而,这些研究很少对企业升级的含义做出定义。其中,毛蕴诗(2009)认为,企业升级就是企业提高竞争力,提高产品、服务附加值的过程。龚三乐(2007)则接受 Adasheva 等人的定义,将企业升级定义为这样一系列过程:旨在提高过程效率的活动;引入新产品或对现有产品的改进;活动范围的改变和转向另一条价值链。事实上,关于企业升级的研究很早就包含在企业核心能力、动态能力的理论当中(Hamel and Prahalad, 1994; Teece and Pisano, 1994)。虽未直接指出核心能力和动态能力是如何影响企业升级的,但它们都强调要考虑企业的核心能力和动态能力,认为企业所拥有的、其他企业难以复制的能力和应对环境变化而更新能力的能力是企业生存和发展所必须的。因此企业升级自然也离不开这些能力。随后当全球价值链理论运用于企业升级的研究时,企业升级更强调的是企业在价值链上位置的攀升和对整个价值链控制力的拥有。在这里,为了对全球价值链下企业升级机理有一个全面的认识,我们在接受全球价值链下企业升级的相关理论基础上,融入核心能力理论,以求对

① 刘芹. 产业集群升级研究述评[J]. 科研管理,2007(3).

造成企业升级的更深一层的动力原因进行剖析。因此,我们将企业升级定义为:以自身能力提升为基础,结合全球价值链的独特影响,开发企业在全价值链中获取价值能力,通过核心能力及在价值链中地位的提升,从而实现由低级向高级、由低劳动生产率向高劳动生产率、由低附加值向高附加值、由劳动密集型向资本、技术密集型的发展变化过程。

在这里,有必要对企业升级和企业成长这两个概念加以区分。企业成长是通过拟人化的表述,描述了一个企业从产生、发展到强大的过程。从发展趋势这个大方向上看,企业升级与企业成长的指向是一致的,即都是指企业由弱变强、由低级向高级发展的过程。然而,在这个变化过程中,企业成长包含着“质”和“量”两个方面的变化。其中,量的增长通常指的是企业规模的扩张等资源的积累过程,主要表现为企业经营资源单纯量的增长。而质的提升则是通过要素的整合和合理配置,建立起核心竞争力而实现的质的飞跃。比较而言,我们发现我们所谓的企业升级是企业成长的子概念。企业升级更多的是指企业成长中质方面的提高,它是一个离散的成长过程,强调的是由一个阶段向另一个阶段的跃升,而且强调的是企业产品技术结构、内部经营结构或是经营资源性质等方面由低级向高级的变化,所涵盖的内容没有企业成长的内容丰富。

1.3 文献综述

最初对企业升级的研究开始于西方。虽然未直接提出“企业升级”的概念,很多学者都论述到相关的升级活动,而西方不同的学者对企业升级的内涵有不同的认识。Yang YungKai(2006)认为升级就是指当地公司嵌入生产网络,向国际化企业学习并因此提升在全球生产网络或全球价值链的位置。Ernst(2001, 2003)认为升级是指通过提高专业化和有效的国内和国际联系从而向更高价值的产品、服务和生产转变的过程。还有一些学者认为升级主要是指企业或企业集群可能会采用的提高它们在全球价值链中竞争地位的若干种转变

方式。这还涉及以最大化价值创造和学习方式嵌入当地和全球价值链^①。Adasheva et al (2005) 从两方面分析了升级。一是指出升级会导致三种情况的出现,即在价值链上特定位置获得竞争优势;在价值链上的重新定位及换向另一条价值链。二是将升级活动定义为这样一些活动:旨在提高过程效率的活动;引入新产品或对现有产品的改进;活动范围的改变和转向另一条价值链。Gereffi and Tam (1998) 指出,产业升级是通过组织学习达到提高企业或国家在全球贸易网络中的地位过程。Gereffi(1999) 指出,加入全球商品链是产业升级的必要一步,因为它将企业和经济体放在潜在的动态学习曲线上。然而,在链条上升级,从劳动密集型活动如出口导向的组装向更整合的生产形式如 OEM 和 OBM,再向利润最高和技术密集的经济活动如产品和服务、设计、营销和财务中的突破型创新,存在许多障碍。他认为,产业升级是一个通过改善一个企业或经济体的能力而移向更多利润和技术的资金密集和技术密集经济体。产业升级在以下几个层面上操作:企业内升级,涉及由便宜产品向昂贵产品、从简单产品向复杂产品以及从小订单向大订单的跃升;企业网络内的企业间升级,涉及从标准产品的大规模生产向差异性产品的弹性生产转变;在当地或国内升级,主要指从进口投入的简单组装向更整合的 OEM 和 OBM 生产及涉及在当地或国家水平中对向前和向后联系的更好运用;地区内升级,涉及从双边非对称的跨区域贸易流向一个更充分发展的地区内劳动分工转变,包括商品链的所有阶段,从原材料供应到生产分配和消费。通过分析,本书将企业升级定义为:以自身能力提升为基础,结合全球价值链的独特影响,开发企业在全价值链中获取价值能力,通过核心能力及在价值链中地位的提升,从而实现由低级向高级、由低劳动生产率向高劳动生产率、由低附加值向高附加值、由劳动密集型向资本、技术密集型的发展变化过程。除此之外,国外对企业升级的研究主要集中于企业升级与领导企业、企业升级的战略选择、企业升级与学习、企业升级与全球价值链治理模式、企

^① Gereffi, G, Humphrey, J., Kaplinsky, R. and Sturgeon, T. J. Introduction: globalization, value chains and development [C]. IDS Bulletin 32(3), 2001.

业升级与集群及企业升级与政策等几个方面^①。

国内对企业升级的研究则较为零散,尚未形成系统的观点。主要研究主要可以分为两类:一类是从理论上探讨企业升级相关内容的研究;一类是从具体不同类型企业角度探讨不同企业升级路径的研究。在第一类研究中,叶华光(2009 a)分析了全球价值链对企业升级的传导机制。他指出全球价值链的内部协作方式与相互关系对嵌入其中的企业升级分别产生压力和动力。其中压力传导机制主要通过全球价值链的内部交易规则和技术标准的作用得以实现;动力机制则通过技术溢出效应、关系资源效应和规模经济效应推动企业升级。张雄等(2005)论述了全球价值链下企业升级的两条路径,即合作升级与进入细分市场。同时总结了全球价值链的发展中国家企业的升级阻碍与途径。龚三乐(2009 a)从外部一般环境入手,分析了影响企业升级的因素,如竞争因素、市场需求因素、技术进步因素以及政策因素等。叶华光(2009 b)分别从价值链内部、企业自身以及所在国宏观因素等方面分析了影响全球价值链下企业升级的因素。毛蕴诗、吴瑶(2009)分析了企业升级的五种衡量标准,提出了企业升级的七种路径。龚三乐(2006)指出,特定层次的产业升级都对对应着一定的企业价值链地位和企业竞争力。应积极采取措施推动价值链中产业的升级,提升企业竞争力。龚三乐(2009 b)指出产业集群对全球价值链内的企业升级具有正向影响效应。通过外部经济、学习、创新以及吸纳外部要素,产业集群促进企业升级。王晓波(2009)则指出产业集群升级是企业升级的途径之一,并对之进行了分析。在企业升级相关理论研究中,关于全球价值链的治理模式与企业升级的关系是主要关注的一个焦点。程新章、胡峰(2005)将集群理论和全球价值链理论结合起来,认为企业是处于全球价值链不同治理模式中的单位,企业要实现升级,必须根据它在全球价值链中所处的地位,采取不同的战略。陈菲琼、王丹霞(2007)重点分析了全球价值链治理模式的动态性与企业升级之间的关系,构建了一个两

^① 龚三乐. 全球价值链内企业升级国外研究进展与趋势[J]. 世界地理研究, 2010 (19).

者作用的模型。吴建新、刘德学(2008)探讨了治理对企业升级的影响及其动态性,进一步讨论了全球价值链下发展中国家企业升级的内外部条件、升级路径的多样性及结果的不确定性。包玉泽等(2009)分析了企业技术能力视角下的全球价值链治理与企业升级的关系。认为应该从企业层面探讨技术能力在全球价值链上的流动问题及其对企业内生技术能力积累和升级的影响。

另外,还有一些学者就全球价值链中我国企业的“低端锁定”状态和我国企业的竞争力问题进行分析。这些都是与企业升级密切相关的内容,它们从不同的视角为我们深入理解企业升级并思考实现路径提供思路。吴解生(2008)对于全球价值链中我国企业尤其是OEM企业的发展进行了分析,指出了其发展的三种前景,即不断壮大、保持相对稳定或每况愈下。具体分析了影响其发展的因素,指出企业积累资源的能力是决定企业能否突破“锁定”的关键因素,进而提出了一系列的建议。唐春晖(2010)从产品架构的视角对封闭整体型、封闭模块型和开放模块型三种类型全球价值链治理演化路径及对发展中国家企业升级产生的影响进行分析,结合具体企业的案例分析得出,处在模块型产品架构产业中的我国企业升级可能性最大,其中的关键因素是其在全球价值链中能力的提升。李美娟(2010)从改变企业心智模式、构建市场势力及培育国内需求市场等方面分析了我国企业突破全球价值链低端锁定的路径选择,并以万向集团为例探讨了我国企业突破低端锁定的路径和方法。陈飞宇和胡晓林(2009)指出,通过增强企业的创新能力能促进我国企业充分利用全球价值链的有利影响并规避其不利影响。施煜华和周迟(2009)通过分析指出我国企业可以通过技术和资源的积累以及以地方产业集群为依托构建国家和区域价值链实现对“低端锁定”的突破。陈学军(2006)从跨国公司的全球价值链安排的原因出发,提出了重点引入、树立正确的产业投资导向及培育附加值较高产业的比较优势等几方面应对全球价值链的分工。陈悦(2008)分别从文化和制度、贸易保护主义等方面分析了我国企业在全球价值链上所处的位置,进而提出要提升我国企业的竞争实力就必须改善企业在全球价值链上的地位。在确立企业的核心业务的基础上进行自主创新以及通过引进、

吸收国外先进技术实施“走出去”战略都是有效的方式。张正博(2009)在分析全球价值链背景下的企业竞争力表现,指出通过品牌建设提升我国企业自主竞争力的观点。他认为,品牌建设能力能够帮助全球价值链中的企业获得更大的收益和长期的全球竞争力,并且进一步地探讨了全球价值链下我国企业品牌建设的影响因素。谭力文、马海燕和刘义胜(2007)通过对国家竞争力演化轨迹进行分析,确定了我国企业在全价值链中的复合定位。进而结合国家创新系统理论,主要围绕创新优势和效率优势构建了全球价值链下我国企业价值链重构的战略框架。进而为我国企业在价值链上寻求更佳资源配置模式、获取持续的发展优势提供策略支持。

对于第二类研究,不同学者分别针对不同类型企业分析了其升级策略。其中关于轿车行业及相关行业的企业升级的研究目前还不多。沈涛(2006)通过分析全球汽车产业价值链的组织和分布及我国在这一价值链上的位置和分工收益,提出了构建国家创新体系、发挥政府的战略主导作用、提升汽车制造业的地位及关注汽车服务贸易价值等方面实现我国汽车产业的价值链的提升。杨德宏(2010)分别从驱动力、治理模式及产业升级等方面对我国汽车企业的两种发展模式——合资模式和自主创新模式进行了分析,从结论中得出了若干提升我国汽车企业价值链地位的措施。丁志卿和吴彦艳(2009)认为,规模小、专业化程度低、研发创新能力不足、缺乏自主品牌等制约了我国汽车企业的升级。为了占据全球价值链的高端位置,我国汽车企业应该分别从扩张市场势力、提升技术能力及两者的结合这三条路径来着手促进产业的升级。在此基础上,加大汽车企业的购并整合及品牌建设和技术创新的力度,加快汽车产业集群的发展以及建立国家汽车产业创新体系从而实现我国汽车企业的快速发展。薛舒评(2009)通过分析指出东道国本土汽车零部件中小企业嵌入全球价值链的方式主要有成为跨国汽车公司的零部件配套供应商、成为模块集成供应商的配套供应商及汽配市场。并结合我国汽车的零部件中小企业嵌入全球价值链的状况指出,使本土汽车零部件中小企业进入层级配套生产体系,从而成为跨国公司的全球供应商伙伴是可行的发展道路。焦媛媛等(2009)通过分析我国汽车产业在全球价

价值链治理模式中的地位及跨国公司对我国本土企业技术溢出的防范,提出了从推动自主创新、促进产业集群发展和加强政策支持等升级建议。吴彦艳和赵国杰(2009)对我国汽车产业在全球价值链中的困境进行了分析,提出了基于企业层面、产业层面和国家层面的“三位一体”的升级对策。谢伟(2006)系统地分析了本土轿车企业和合资企业在学习行为和创新策略方面的关键差异,分析发现了本土企业目前尚存的弱点,并了解到通过合资方式培育技术能力的局限性,进而为制定促进我国轿车企业发展的政策措施提供帮助。周煜和聂鸣(2007)针对我国汽车企业发展两种方式——通过与跨国汽车公司合资,嵌入其主导的全球价值链及坚持自主创新,构建自己主导的全球价值链,结合全球价值链理论分别进行了分析,并对我国汽车产业升级的利弊进行了分析,从自主创新的角度对我国汽车企业的升级提出了建议。

1.4 研究思路与方法

本书拟利用企业管理、国际经济学、区域经济学、计量经济学等学科的理论,在现有的全球价值链分工与企业升级的研究成果基础上,采用定性与定量相结合、规范与实证相结合的研究方法,通过理论分析、模型推导、数据整理和计算,对全球价值链分工条件下我国轿车企业升级的影响因素和升级核心道路进行了深入的探讨和分析,揭示了我国轿车企业升级的机理,指出了突破低端锁定、实现升级的具体路径。本书的研究思路如下:首先从企业所处的一般环境、内部影响要素和外部全球价值链影响要素三个方面构建了全球价值链条件下我国轿车企业升级的理论分析框架,从而相对系统地分析了在全球价值链这一特殊的组织形态中,我国轿车企业升级的作用过程。在此基础之上,通过地区的整体性实证分析和个别企业的个体性实证分析,对前面提出的理论分析框架进行检验。整体实证的结果支持我们的理论分析框架,个体实证的结果与现实我国两类企业的实际也较为吻合。最后,通过总结、借鉴国际大型汽车企业升级的经验,提出了两条实现升级的路径。重点分析了这两条升级路