

● 广州社科规划丛书

# 广州市 哲学社会科学规划课题

## 成果选编

(第八辑)  
下卷

广州市社会科学规划领导小组办公室◎编

GUANGZHOU SHI ZHEXUE SHEHUI KEXUE GUIHUA KETI CHENGGUO XUANBIAN



中国出版集团



世界图书出版公司

广州市  
哲学社会科学规划课题  
成果选编 (第八辑)  
下卷

ISBN 978-7-5192-0740-3



定价：108.00元（全两卷）

● 广州社科规划丛书

# 广州市 哲学社会科学规划课题

## 成果选编

(第八辑)  
下卷

广州市社会科学规划领导小组办公室◎编

GUANGZHOU SHI ZHE XUE SHE HUI KE XUE GUI HUA KE TI CHENG GUO XUAN BIAN



中国出版集团



世界图书出版公司

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

## 图书在版编目 (CIP) 数据

广州市哲学社会科学规划课题成果选编. 第 8 辑. 下卷 / 广州市社会科学规划领导小组办公室编. — 广州: 世界图书出版广东有限公司, 2016.1

ISBN 978-7-5192-0740-3

I. ①广… II. ①广… III. ①哲学社会科学—研究成果—汇编—广州市 IV. ①C126.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 014170 号

## 广州市哲学社会科学规划课题成果选编 (第八辑)

---

策划编辑: 刘正武

责任编辑: 张东文

出版发行: 世界图书出版广东有限公司

(地址: 广州市新港西路大江冲 25 号 邮编: 510300

网址: <http://www.gdst.com.cn> E-mail: [pub@gdst.com.cn](mailto:pub@gdst.com.cn))

发行电话: 020-84451969 84459539

经 销: 各地新华书店

印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

版 次: 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/16

字 数: 850 千

印 张: 50.75

ISBN 978-7-5192-0740-3 / C · 0064

定 价: 108.00 元 (全两卷)

---

版权所有 侵权必究

咨询、投稿: 020-84460251 [gglzw@126.com](mailto:gglzw@126.com)

《广州市哲学社会科学规划课题成果选编（第八辑）》

## 编辑委员会

**主 编**

曾伟玉

**副主编**

贺 忠 谭晓红 谢天祯

**编 委**

辜 敏 杨宗元 杨 霖 沈 超



## 第一部分 经济与管理篇

全球价值链、国内价值链治理与广东企业升级路径研究 .....	002
• 袁 静 (广东外语外贸大学)	
广州市产业人力资本发展环境评价研究 .....	023
• 张延平 (广州大学)	
完善广东政策性农业保险经营机制的研究 .....	036
——基于恩平的案例	
• 赵 汴 (华南农业大学)	
金融排斥、产融结合与文化产业融资机制创新研究 .....	059
• 陈孝明 (广州大学)	
碳税“负担转移机制”设计对广州市产业竞争力影响的模拟研究 .....	071
• 赵丽萍 (广东财经大学)	
改善优化广州民营经济发展环境研究 .....	094
• 谢丽娟 (广东金融学院)	
广州市农业转移人口脱贫能力动态测度研究 .....	114
• 钟晓华 (仲恺农业工程学院)	
广州城市生态文明建设进程监测指标体系构建与实证研究 .....	134
• 汪秀琼 (华南理工大学)	

网上银行品牌选择影响因素研究 .....	155
• 廖俊峰 (华南理工大学)	
政治联系与股权性质对强制性 CEO 变更的影响 .....	169
——基于中国上市公司的实证研究	
• 皮莉莉 (广州市社会科学院)	

## 第二部分 法律、政治与社会篇

广州生态补偿制度研究 .....	184
• 张 军 (华南师范大学)	
网络诱发未成年人犯罪研究 .....	194
• 张晓冰 (广东工业大学)	
非法移民治理: 欧盟经验对广州的启示 .....	209
• 文 峰 (暨南大学)	
中国管辖海域内水下文化遗产保护法律问题研究 .....	229
• 赵亚娟 (华南理工大学)	
系统论视阈下网络社会的综合治理研究 .....	248
• 彭小兰 (华南理工大学)	
树特色社会核心价值观 争创卫生志愿服务品牌 .....	257
——广州市医院开展社区卫生志愿服务提升医德文化的实践与思考	
• 廖生武 (南方医科大学)	

## 第三部分 历史、语言、教育、心理及新闻传媒篇

广州何仙姑信仰习俗的历史考察 .....	272
• 刘正刚 (暨南大学)	
广府文化与广州社会用语 .....	291

• 戴仲平 (广州大学)	
现代空间设计教育理论与实践研究.....	308
—— 基于设计院校创新人才培养方式的分析	
• 郑 莉 (华南理工大学)	
媒体不良信息对广州地区青少年的影响渠道、维度和程度.....	325
• 张学波 (华南师范大学)	
广州市科技宣传的整合传播策略研究.....	337
• 胡钦太 (华南师范大学)	
重大突发公共事件的网络传播与治理研究.....	350
• 罗 昕 (华南师范大学)	
新闻产品生产和分配的市场失灵.....	364
• 田秋生 (广州大学)	
论生态文明建设中的价值冲突.....	373
• 李巽平 (暨南大学)	
学习型社会视域下社区文化的多维度检视.....	389
• 邱玉婷 (广东金融学院)	

**第一部分**  
**经济与管理篇**

# 全球价值链、国内价值链治理与广东 企业升级路径研究

袁 静（广东外语外贸大学）

## 一、引言

### （一）研究意义

2007年至今，受到美国金融危机引起的实体经济增长下滑、人民币汇率升值、各国贸易保护主义抬头等一系列因素的影响，广东企业大规模依靠代工的出口方式，正面临着来自内外部的严重冲击和挑战。发达国家的消费需求和消费期望出现大幅度萎缩，直接导致对我国出口产品需求的减少，使得严重依赖出口的广东地区制造业陷入困境；另一方面，随着国内劳动力成本的上升和国际市场价格水平的下滑，代工企业无法向价值链的高端传递压力，即无法向发达国家大买家和发包商传导压力，广东众多代工企业的利润空间已被压缩得消失殆尽，导致珠三角地区出现大量劳动密集型企业破产倒闭或停产的紧迫局面。广东制造企业急需改变当前在国际分工中的不利地位，通过自主价值体系的构建而实现升级。大量研究表明，本土企业在全球价值链中的升级举步维艰，它们仍然被限制在产品制造这一狭小的空间中。然而，亚洲四小龙以及印度和巴西的实践证明，那些专攻本土市场的企业更有可能拥有自己的设计、建立自有的品牌和营销渠道，在本土市场上获取了这些能力以后，它们开始进入邻国市场和其他国家（刘志彪、张杰，2009；Schmitz，2004）。因此，在沿着全球价值链（Global Value Chain，简称GVC）升级异常困难的情况下，是否应另辟蹊径、构建国内价值链（National Value Chain，简称

NVC)提升国际竞争力而实现升级?

基于以上认识,从GVC和NVC的二元视角考察广东企业的转型升级路径,具有重要的现实意义。一方面,本研究考察的是以往嵌入GVC被低端锁定的广东企业如何通过同时嵌入NVC与GVC互动的方式实现低端突围的问题;另一方面,本研究探讨了单纯嵌入GVC、单纯嵌入NVC以及双价值链互动三种类型企业的特征、竞争优势、价值链治理模式与升级路径。因此,本研究对于企业成长理论和国际化经营理论来说,提供了必要的补充。

## (二) 创新之处

以往的GVC文献并没有充分认识到发展中国家企业在若干条GVC中同时运营的重要意义。通过同时为若干条GVC进行生产,这些企业处于不同类型的治理模式中,因而可以刺激不同类型的升级(Bazan and Navas-Aleman, 2004),其具体路径就是市场多元化,即利用在为全球采购商代工产品获得的知识来供应和开发其他市场,以便平衡与不同客户的关系。这种战略在我国台湾电脑产业以及巴西鞋类产业中就得到了运用。GVC对中国经济发展所带来的机遇和挑战已得到国内外学者广泛的关注,但NVC对中国制造企业升级和经济可持续发展所具有的发展内涵,似乎并未得到足够的重视。因此,本课题以GVC与NVC的内在联系为着眼点,研究广东企业实现升级的路径和影响因素,开发出一个概念分析框架,丰富了现有GVC的理论研究。

有关基于GVC升级的现有研究只是指出了不同治理模式会推动或阻碍升级,大都没有明确说明企业层面的升级在不同治理模式下如何产生,同时大多数研究认为这些升级活动自发产生,并非企业有意识的行动。而本研究则证明,基于国内价值链构建的功能升级是企业有意识的战略选择,而不完全是在外部环境变动下的被动反应。

结合广东省的有关数据,从电子、汽车、服装三大广东典型产业证实了本研究理论模型的适用性。这三个产业的GVC嵌入模式不尽相同,治理形态也存在差异,因此具体转型升级路径会具有各自的特点,但基本都符合本研究的理论分析框架,证明了本研究结论的通用性。

反驳了对嵌入GVC的批判和推崇完全自主创新的观点。对四个案例企业进行

了比较研究，发现它们早期都是单纯嵌入某种价值链类型中，但最终都实现了横跨 GVC 和 NVC 的运作模式，一方面源源不断地从 GVC 上获取基本的技术和管理知识，另一方面通过 NVC 把这些知识内化为企业拥有的能力，最终在价值链上实现地位攀升，甚至达到替代跨国公司的效果。

## 二、文献回顾

### （一）GVC 及其相关研究

GVC 理论研究始于 20 世纪 90 年代初，至今仍是学术界关注的焦点和发展中国家学者近年来研究本土升级的一个重要的理论基础。但在广泛回顾这一理论的相关文献之后发现，GVC 理论仍然存在一些尚待开发的领域和需要解决的问题。

价值链（Value Chain）理论最早由 Porter（1985）在分析公司行为和竞争优势时提出，他认为公司的价值创造过程主要由基本活动（含生产、营销、运输和售后服务等）和支持性活动（含原材料供应、技术、人力资源和财务等）两部分完成，这些活动在企业价值创造过程中是相互联系的，由此构成企业价值创造的行为链条。为了将价值链理论直接应用到全球经济或产业组织中去，20 世纪 90 年代，一些学者在价值链理论的基础上提出了全球商品链理论（Global Commodity Chain）。目前，国际上有两大研究中心针对 GVC 开展系统性研究，一个是美国 Rockefeller 基金会资助的项目组，另一个是英国 Sussex 大学的发展研究所（Institute of Development Studies）。他们将 GVC 定义为：产品在全球范围内，从概念设计到使用直到报废的全生命周期中所有创造价值的活动范围，包括对产品的设计、生产、营销、分销以及对最终用户的支持与服务等。组成价值链的各种活动可以包括在一个企业内，也可以分散在各个企业之间；可以集聚于某个特定的地理范围之内，也可以散布于全球各地。

Gereffi 和 Korzeniewicz（1994）将价值链分析法与产业组织研究结合起来，提出全球商品链分析法。Gereffi（1999）按照驱动力的不同区分了两类全球商品链：采购者驱动（Buyer-driven）和生产者驱动（Producer-driven）。采购者驱动型商品链是指大型零售商、经销商和品牌制造商在散布全球的生产网络（特别是出口导向的发展中国家）的建立和协调中起核心作用的组织形式。生产者驱动型商品链是指大的跨国制造商在生产网络的建立和调节中起核心作用的垂直分工体系。二

者在动力来源、核心能力、产业类型等方面存在着差异。

Gereffi 等（2005）按照市场交易的复杂程度、交易转换程度和供应商的能力，将 GVC 的治理模式细分为五种：市场型（market）、模块型（modular）、关系型（relational）、俘获型（captive）和科层型（hierarchy）。上述五种治理模式中，行为主体间的控制和协调能力依次提高。市场型是组织经济活动最为简单的模式，其运行的核心机制是价格机制；科层型则以纵向一体化为代表，其运行的核心机制是管理控制。模块型、关系型和领导型同属于网络治理模式，是网络模式的进一步细分。模块型治理模式中，核心企业只提供可编码的概念或标准，供应商有足够的力量完成模块设计和制造，因此双方的地位比较对等。在关系型治理中，供应商与核心企业之间存在大量频繁的隐性信息交流，这些信息很难通过编码化方式传递，要保证交易的正常运转，只能依靠频繁的沟通与交流，在这种治理中，二者的地位也相对比较对等。在俘获型治理模式中，核心企业向专业供应商转移大量的隐性知识或经验，专业供应商的能力在此过程中得到提升，核心企业及专业供应商都很难寻找到替代者，虽然二者存在相互依存的关系，但是，与专业供应商相比，核心企业在资金和技术等方面一般更具实力，因此专业供应商在一定程度上依附于核心企业。从科层型到网络再到市场型，显性协调和权力不对称的程度逐渐减弱。

Gereffi 等（2005）还指出，GVC 的治理模式并不是静态的，而是处于不断的变化中，在不同的时间或不同的地点，GVC 可能会由一种治理模式转变成另一种治理模式。原有的治理模式之所以发生变化，主要是因为：（1）原有生产商的供应能力可能提升，或者出现新的供应商；（2）核心企业调整发展战略，为创建和维持严格的科层型治理进行代价巨大的直接投资；（3）企业和企业群往往并不局限于一条价值链，而可能是在多条价值链上运营，因此可能把从一条链上学到的能力应用到其他价值链中。

毋庸讳言，GVC 的治理模式也是影响企业升级的重要因素之一。迄今为止，学术界关于 GVC 治理模式的类型划分仍没有统一结论。Gereffi 等（2005）的 GVC 治理范式是目前最严谨的一个，它涵盖了目前发现的多数典型的 GVC 类型。但这一范式中的治理模式仅限于主导厂商与较高级供应商之间的关系，而在具体的行业价值链中，可能包括更多的上游和下游主体。

## （二）国内价值链研究

Bazan 和 Navas-Aleman (2003) 以巴西的西诺斯谷鞋业为研究对象，注意到该制鞋产业集群中的企业嵌入到不同治理特征的价值链中，包括美国客户和欧洲客户主导的准科层治理型价值链、拉丁美洲客户主导的准科层和市场混合治理型价值链以及本土市场主导的市场治理型国内价值链。他们发现，市场治理型价值链中的企业更有可能实现功能升级，而且本土企业在国内市场度过的“见习期”和同时在多条价值链中运作是其功能升级的主要原因。Schmitz (2004) 也指出，相比嵌入俘获型价值链中的本土企业在非生产领域停滞不前而言，国内价值链提供了一种令人惊讶的发现，嵌入国内价值链存在着大量的功能升级。特别是来自印度和巴西的研究发现，那些专注在本土市场经营的企业更可能拥有自己的设计、开发出自有品牌、建立营销渠道。在本土市场上获取这些能力后，它们就开始挺进邻国和其他国家市场。

中国产业升级的路径，在嵌入价值链还是构建价值链的选择上，首先就面临着一种抉择。潘悦和杨镭 (2002)、徐剑明 (2003) 较早地指出，需要通过提高国内配套水平等延伸加工贸易的国内产业链和价值链，才可能实现转型升级。但并未从根本上解决导致这类企业价值链条“附加值低”的问题，也未从整体上将国家价值链的构建视为加工贸易企业转型升级的重要战略。张小蒂和朱勤 (2007) 认为，摆脱“价值链曲线中间段”低位的不利格局不能单纯依靠向“曲线上游段”的技术创新方式实现攀升，而更要注重依靠市场势力构建向“曲线下游段”的渠道控制努力，这反而会通过“互动”使上游研发成为有源之水，有本之木。在充分认识到“中国的产业升级，要在战略层面上充分重视从被‘俘获’与‘压榨’的 GVC 中突围的问题”，以南京大学经济学教授刘志彪为代表的研究团队对国内价值链进行了较为广泛的探讨。例如，刘志彪和张杰 (2009) 发现，现实中的中国制造企业“热衷”于参与基于出口市场的 GVC，而不是“偏好”构建基于本土市场需求的国家价值链 (NVC)。他们认为，应当加快构建以本土市场需求为基础的国家价值链的网络体系和治理结构；并指出双边交易平台载体模式（专业化市场）和单边交易平台载体模式（领导型企业网络）是我国构建国家价值链以实现产业功能升级的主要机制和方式。张少军 (2009) 利用投入产出表开发出测度某地区从行业和整体

两个层面嵌入 GVC 和 NVC 的方法，发现广东省和江苏省嵌入 GVC 的倾向均强于嵌入 NVC 的倾向。此外，其他学者也从不同侧面指出 NVC 体系开发对国内产业升级的重要性。例如，周晓艳、黄永明（2008）剖析了台湾地区 PC 产业的例子，认为产业升级必须在一个开放的全球生产体系内，通过国际和本土的多重链接来进行知识的传导，这是发展中国家产业升级的有效路径。罗建兵（2010）也指出，以扩大内需为载体的 NVC 的构建对加工贸易产业的成功转型尤为重要，通过梯度转移可以推动以满足国内需求为主的 NVC 构建，实现自主创新、自建品牌和产业转型升级。

基于此，刘志彪、张杰（2007，2009）提出了由融入 GVC 向构建国家价值链转变的升级路径，并建议通过双边交易平台和单边交易平台来构建国家价值链。俞荣建和吕福新（2008）也指出，发展中国家后进企业融入全球经济的方式有两种：第一种是作为单一的价值节点，以被俘获的方式被动嵌入发达国家企业主导的 GVC，被动嵌入的程度与价值权力之间成反比关系；第二种是作为自主价值体系的构建主体，主动地进行全球化发展，自主的全球化表现为较高的价值份额，其实现是建立在价值权力基础上的，与价值权力大小成正比关系。上述研究得出了一致的基本观点，即在价值链的功能升级方面，不仅要通过自主性的技术创新向价值链的高端攀升，还需要构建能利用自身要素优势的市场权力基础。更广泛的意义上，构建国内价值链的模式应从驱动类型、治理类型、与 GVC 关联、构建主体、分工类型等方面来选择，同时注重培育本土企业主导 NVC 的能力（高煜、杨晓，2012）。

### （三）GVC 与 NVC 互动相关研究

截至目前，国内外仅有少量研究关注到 GVC 和 NVC 之间的相互关系。这很大程度上可以归因于价值链研究通常假设单一类型的价值链治理影响着企业的升级可能，即便是集群中的企业也如此。学者们关注的焦点大都在与出口到发达国家市场相关的准科层价值链治理模式（如 Bair and Gereffi, 2001; Rabellotti, 2004; Schmitz, 1999; Schmitz and Knorrninga, 2000）。

企业同时参与多条价值链，运用不同的技巧应对不同的市场，这并不是一种新的现象（Navas-Aleman, 2011）。在国外研究中，一些针对印度、土耳其、摩洛哥

和东欧当地服装企业以及巴西制鞋企业、南美家具企业的研究发现：一方面，在全球价值链中，采购商设计产品、拥有品牌，由本土企业提供生产；另一方面，本土企业还同时拥有自己的设计甚至自有品牌（Pickles 等，2006；Tewari，1999，2006；Tokatli，2007；Tokatli and Kizilgun，2004，2009；Bazan and Navas-Aleman，2004；Navas-Aleman，2011；Kaplinsky 等，2002，2009）。

Pietrobelli 和 Saliola（2008）根据泰国企业的数据分析发现，跨国公司主导的全球价值链中，跨国公司与其供应商之间的关系是多方面的，通常会比国内价值链更为紧密，价值链的治理会促进 NVC 中供应商生产效率的提高，而对 GVC 的国内供应商以及出口商的影响较小。Navas-Aleman（2011）在对巴西的家具产业集群和制鞋产业集群进行比较研究的基础上，发现 NVC 和区域价值链能够提供更好的升级机会，最重要的是，该研究强调了那些同时参与多条价值链的企业会比通过 GVC 主要从事出口的企业拥有更好的升级前景。

#### （四）本土企业升级研究

近 10 年来，学术界才开始明确地将企业升级与 GVC 治理联系起来。Humphrey 和 Schmitz（2000）提出了 GVC 中产业升级的四种模式：流程升级（process upgrading）、产品升级（product upgrading）、功能升级（functional upgrading）和链条升级（chain upgrading）。有关 GVC 中升级的研究文献中，学者们考察的视角各不相同。当考察某个特定产品的 GVC 时，升级研究的对象是发展中国家的供应商或制造企业；对于区域研究者或集群研究者，升级所考察的对象是集群或地方网络；对国家层面的产业研究者，升级所考察的是整个产业层面。

学者们总结出了升级的一般轨迹，从接单产品组装（OEA）开始，到接单加工生产（OEM），然后到设计生产加工（ODM），最后转向自有品牌生产加工（OBM）。伴随着这种阶梯式的升级过程，发展中国家的企业或区域所创造和留住的价值量逐渐增多（Gereffi，1999；Kaplinsky，2002；Humphrey and Schmitz，2002）。Humphrey 和 Schmitz（2002）等人对巴西鞋业集群研究后发现，发展中国家在 GVC 中的升级并不是那么顺利，发展中国家加入 GVC，虽然能够成功地实现“流程升级”、“产品升级”，但“功能升级”和“链条升级”却很难发生。

国内学者一直关注着我国企业处于 GVC 的“微笑曲线”底端如何向高端攀

升的问题。徐冠华（2002）提出我国必须调整以跟踪和模仿为主的发展思路，强调了产业化后期制度创新的重要性；吴敬琏（2006）对中国制造业向“微笑曲线”的上下游两端延伸的战略进行了相关探讨。但众多的探讨还未形成系统的思路 and 对策。

此外，基于对我国汽车产业升级路径的分析，周煜和聂鸣（2007）提出了以嵌入 GVC 为主的合资模式和以构建 GVC 为主的自主创新模式，尽管其最终目的都是促进中国汽车产业的升级，但自主创新模式显得更有优势。龚三乐（2009）分析了模块型、关系型和俘获型 GVC 治理模式下，嵌入企业的技术升级路径选择，认为俘获型价值链中的嵌入企业不适宜采取自主创新的路径，而应考虑引进的技术升级；模块型价值链中的嵌入企业适宜采用自主创新的技术升级路径；而关系型价值链中的嵌入企业则适宜采取模仿创新的战略。文嫣和曾刚（2005）以中国上海的 IC 业为对象，对发展中国家的企业升级进行了案例研究，研究发现 GVC 中的主导企业为了自身的利益，会推动地方产业或企业实现不侵犯其核心权益的非关键性升级。而一旦地方企业或产业升级行为侵犯其核心权益，无论是什么类型的升级，都会被主导企业所阻挡和压制。

### （五）基于 GVC 与 NVC 互动的企业升级机理

现有的国内外研究主要从发展中国家或地区如何通过价值链治理以及与跨国公司的博弈实现产业转型升级，如 Gereffi（1994）、Humphrey 和 Schmitz（2004）通过具体的案例来探索后发国家或地区向价值链更高地位攀升的可行途径，Garcia 和 Scur（2007）考察了巴西如何在陶瓷产业的当地生产体系中通过知识管理来提升竞争力，以应对后起者的竞争。

截至目前，国内外仅有少量研究关注到 GVC 和 NVC 之间的相互关系。这很大程度上可以归因于价值链研究通常假设单一类型的价值链治理影响着企业的升级可能，即便是集群中的企业也如此。学者们关注的焦点大都放在与出口到发达国家市场相关的准科层价值链治理模式（如 Bair and Gereffi，2001；Rabellotti，2004；Schmitz，1999；Schmitz and Knorrninga，2000）。

国内学者中，仅有少量学者提及 GVC 与 NVC 互动的问题。柴斌峰、杨高举（2011）基于非竞争型投入占用产出模型，提出分析高技术产业 NVC 与 GVC 相互